

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Yunus Emre DEMİREL

DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN SOSYO-EKONOMİK  
FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ: AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

İktisat Ana Bilim Dalı  
Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı  
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2017

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Yunus Emre DEMİREL

DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN SOSYO-EKONOMİK  
FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ: AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Mustafa ŞANLI

İktisat Ana Bilim Dalı  
Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı  
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2017

**Akdeniz Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

Yunus Emre DEMİREL'in bu çalışması, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalı, Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç Dr. Koray DUMAN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Yrd. Doç. Dr. Mustafa ŞANLI (İmza)

Üye : Yrd. Doç. Dr. Öznur ÖZDAMAR (İmza)

Tez Başlığı: Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin  
İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örneği

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 30/06//2017

Mezuniyet Tarihi : 04/07/2017

(İmza)  
Prof. Dr. İhsan BULUT  
Müdür

## AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

30/06/ 2017

İmza

**Yunus Emre DEMİREL**



T.C.

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

<b>ÖĞRENCİ BİLGİLERİ</b>	
<b>Adı-Soyadı</b>	<b>Yunus Emre DEMİREL</b>
<b>Öğrenci Numarası</b>	<b>20018504410</b>
<b>Enstitü Ana Bilim Dalı</b>	<b>İktisat</b>
<b>Programı</b>	<b>Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği</b>
<b>Programın Türü</b>	<b>(X) Tezli Yüksek Lisans ( ) Doktora ( ) Tezsiz Yüksek Lisans</b>
<b>Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı</b>	<b>Yrd. Doç. Dr. Mustafa ŞANLI</b>
<b>Tez Başlığı</b>	<b>Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örneği</b>
<b>Turnitin Ödev Numarası</b>	<b>821373401</b>

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 67 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 12/07/2017 tarihinde tarafımdan Turnitinadlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 9

alıntılar dahil %26'dır.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

( ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

**Gerekçe:**

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

12/07/2017

(imza)

Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı  
Yrd. Doç. Dr. Mustafa ŞANLI

## İÇİNDEKİLER

<b>TABLOLAR LİSTESİ</b> .....	<b>iii</b>
<b>GRAFİKLER LİSTESİ</b> .....	<b>iv</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>vi</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>viii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### DONDURULMUŞ GIDA KAVRAMI, GENEL ÖZELİKLERİ VE SEYRİ

1.1 Dondurulmuş Gıda:Tanımı ve Özellikleri .....	4
1.2 Dondurulmuş Gıda: Çeşitleri, Üstünlük ve Zayıflıkları .....	8
1.2.1 Dondurulmuş Gıda Çeşitleri.....	8
1.2.2 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Üstün ve Zayıf Yönleri .....	10
1.3 Dondurulmuş Gıda Sektörünün Gelişimi .....	13
1.3.1 Dünya’da Dondurulmuş Gıda Sektörünün Durumu ve Gelişimi .....	13
1.3.2 Türkiye’de Dondurulmuş Gıda Sektörünün Durumu ve Gelişimi .....	18
1.4 Konu Hakkında Yapılmış Önceki Çalışmalar – Literatür Taraması.....	24

### İKİNCİ BÖLÜM

#### DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

2.1 Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları .....	26
2.2 Araştırmanın Yöntemi .....	26
2.2.1 Araştırmanın Örnekleme.....	26
2.2.2 Veri Toplama Araçları .....	26
2.2.3 Veri Analiz Teknikleri .....	27
2.2.4 Araştırmanın Uygulama Evreleri .....	27
2.3 Araştırmanın Bulguları ve Yorumları .....	27
2.3.1 Demografik Bulgular.....	27
2.3.2 Gıda Tüketimine Yönelik Bulgular.....	30
2.3.3 Dondurulmuş Gıda Tüketim Faktörlerine Yönelik Bulgular .....	31
2.3.4 Dondurulmuş Gıda Satın Alma yada Almama Kararına Yönelik Bulgular.....	33

<b>SONUÇ .....</b>	<b>36</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>42</b>
<b>EK 1- Anket Formu Örneği.....</b>	<b>44</b>
<b>EK 2- Dondurulmuş Gıda Sektör Stratejileri ve Politikaları (Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi Gıda Sektörü Raporu- 2006) .....</b>	<b>49</b>
<b>EK 3- Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu – (Dondurulmuş Gıda Sanayii Alt Komisyon Raporu- 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı – 2001) .....</b>	<b>51</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>54</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Dondurulmuş Gıdanın Gelişim Seyri.....	7
Tablo 1.2 Türkiye Dondurulmuş Gıda Sektörü SWOT Analizi.....	11
Tablo 1.3 AB'nin Gıda ve İçecek Sektöründe İhracat ve İthalatında Öne Çıkan Ürünler (2010) (Milyar Avro) .....	15
Tablo 1.4 Dondurulmuş Gıda Sektöründeki İlk 10 Firma.....	20
Tablo 1.5 Türkiye'de Dondurulmuş Gıda Üretim Miktarı ve Üretim Değerlerinin 1999-2004 Dönemindeki Gelişimi.....	21
Tablo 1.6 Türkiye'de Dondurulmuş Gıda Pazarının Büyüklüğü (Ton).....	21
Tablo 2.1 Yaşa Göre Dağılım.....	27
Tablo 2.2 Cinsiyete Göre Dağılım.....	28
Tablo 2.3 Medeni Duruma Göre Dağılım .....	28
Tablo 2.4 Akademik Kariyere Göre Dağılım .....	28
Tablo 2.5 Görevli Bulunan Birime Göre Dağılım .....	29
Tablo 2.6 Çocuk Sayısına Göre Dağılım.....	29
Tablo 2.7 Aylık Gelire Göre Dağılım.....	29
Tablo 2.8 Aylık Gıda Harcamasına Göre Dağılım .....	30
Tablo 2.9 Aylık Dondurulmuş Gıda Harcamasına Göre Dağılım.....	30
Tablo 2.10 Dondurulmuş Gıda Tüketim Sıklığına Göre Dağılım .....	30
Tablo 2.11 Dondurulmuş Gıdanın Tüketim Şekline Göre Dağılım .....	31
Tablo 2.12 Dondurulmuş Gıdanın Temin Şekline Göre Dağılım .....	31
Tablo 2.13 Dondurulmuş Gıda Etiketlerinde Önem Verilen Göstergelere Göre Dağılım .....	32
Tablo 2.14 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Tüketim Sıklığına Göre Dağılım .....	33
Tablo 2.15 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınma Kararına Göre Dağılım .....	33
Tablo 2.16 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınmama Kararına Göre Dağılım .....	34
Tablo 2.17 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Evde Hazırlanma Kararına Göre Dağılım .....	34



**GRAFİKLER LİSTESİ**

Grafik 1.1 Kişi Başı Dondurulmuş Gıda Tüketimi (Kg) (Yıllık).....	16
Grafik 1.2 Dondurulmuş Gıda İhracatı (Dolar).....	22
Grafik 1.3 Dondurulmuş Gıda İthalatı (Dolar).....	23

**KISALTMALAR LİSTESİ**

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AFFI	: Amerika Dondurulmuş Gıda Enstitüsü AmericanFrozenFoodInstitute
bk.	: Bakınız
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
IQF	: Bireysel Hızlı Dondurma IndividualQuickFreezing
ISO	: İstanbul Sanayi Odası
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MÜMSAD	: Mutfak Ürünleri ve Margarin Sanayicileri Derneği
NAFFP	: Ulusal Dondurulmuş Gıda Üreticileri Birliği NationalAssociation of FrozenFoodPackers
SPSS	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı Statistical PackagefortheSocialSciences
SWOT	: Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar, Tehditler Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

## ÖZET

Literatürde dondurulmuş gıda tüketiminde sosyo kültürel etkilerin önemini ortaya çıkarmaya çalışan bir takım çalışmalar bulunmaktadır. Ancak literatürde yer alan bu çalışmaların hepsi çeşitli şehirlerdeki hane halkı üzerine yapılmış çalışmalardır. Bu çalışmanın literatürdeki diğer çalışmalardan ayrılan en önemli noktası, uygulama kısmında ki örnekleminin farklılığıdır.

Çalışmanın araştırma sorusu; belirli bir eğitim ve gelir seviyesinde bulunan öğretim elemanlarının dondurulmuş gıda tüketimine bakış açılarının ne olduğudur? Bu araştırma sorusundan yola çıkılarak iki bölümde ele alınan bu çalışmanın ilk bölümü; dondurulmuş gıda kavramı, genel özellikleri ve seyri başlığı altında, dondurulmuş gıdanın tanımı, özellikleri, gelişim seyri, türleri, güçlü ve zayıf yönleri detaylandırılmıştır.

Araştırma sorusu gereği hazırlanan ikinci bölümde ise; Akdeniz Üniversitesi'nde görev yapmakta olan öğretim elemanlarının dondurulmuş gıda tüketim tercihleri, uygulamaya konu edilmiştir. Bu amaçla yapılan anket çalışmasının bulguları çalışmanın sonuç ve değerlendirme kısımlarında detaylandırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dondurulmuş Gıda Tüketimi, Sosyo-Ekonomik Faktörler, Akdeniz Üniversitesi.

**SUMMARY**

**STUDY OF THE SOCIOECONOMIC FACTORS EFFECT THE CONSUMPTION OF  
FROZEN FOODS: AKDENIZ UNIVERSITY SAMPLE**

There are some studies in the literature which tries to emphasize the importance of the socio cultural effects on the consumption of frozen foods. However all of these studies have been done on the household level in the various cities. The most important point of this study is the difference of the sampling in the practice stage.

The search question of the study is; What is the point of view on the consumption of the frozen foods for the academicians who has a similar income and educational level. Starting from this question the study is discussed in two sections; In the first section the definition of the frozen food, specifications, development process, types, weak and strong aspects have been detailed under the headline of the frozen food concept, general specifications and its process.

The frozen food preferences of the Akdeniz University academicians have been subjected to the study in this section which has been prepared due to other search study. The findings of the survey study are detailed in the assessment section of the study.

**Keywords:** Consumption of the Frozen Foods, Socioeconomics Factors, Akdeniz University

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın oluşmasında desteğini, güvenini, bilgi ve deneyimlerini esirgemeyerek her türlü yardımı sağlayan tez danışmanım Sayın Yrd.Doç.Dr. Mustafa ŞANLI'ya, çalışmanın her aşamasında yakın ilgi ve yardımlarını her an hissettiğim, her zaman en büyük destekçim olan sevgili aileme...

Yaptıkları katkılardan dolayı çok teşekkür ederim.

**Yunus Emre DEMİREL**

**Antalya, 2017**

## GİRİŞ

Gerek ekonomik gerekse teknolojik gelişmelere paralel olarak, her alanda olduğu gibi insanların beslenme ve tüketim alışkanlıklarında da değişimler meydana gelmektedir. Yaşanan bu değişimin bir sonucu olarak çok daha kolay ve hızlı hazırlanabilen, mevsiminde olmamasına karşın besin değerlerini koruyan dondurulmuş gıdaların tüketimi de bu gelişmelere uygun olarak artış göstermektedir.

Özellikle kadınların gerek iş hayatı gerekse sosyal hayatta aktif şekilde rol almaya başlamaları hane halkının yaşam, beslenme ve tüketim geleneklerinde değişikliklere neden olmaktadır. Bu değişikliklere paralel olarak ortaya çıkan talepler, dondurulmuş gıda sanayinin gelişen teknolojisi ile bir araya geldiğinde çok farklı çeşitlerde ürünlerin ortaya çıkarılmasına olanak sağlamıştır.

Bunun yanı sıra bireylerin yalnız yaşamaya başlamaları, bekar ve çocuklu anne sayısındaki artış, turizm sektöründeki gelişmeler, alışveriş merkezlerinde yemek yeme alışkanlıklarındaki hızlı artış gibi etmenlerde dondurulmuş gıda sektörünün ivme kazanmasının önemli nedenleri arasındadır.

Ülkemizde ki gelişimi 1980'li yıllara denk gelen dondurulmuş gıda sektörü, gelişmiş dünya ülkelerinin gerisinde kalsa da hızlı bir gelişim seyri içerisinde dir.

Dondurulmuş gıdanın depolanabilme kolaylığı, kolay işlenebilir olması, mevsimsizliği, pratikliği, besin değerlerinin yerini koruması, tüketime hazır etmede ki kolaylığı ve hızı gibi özellikleri bu ürünlerin tercih edilme nedenini ve önemini artıran özelliklerdir.

Dondurulmuş gıda üretici ve pazarlayıcı firmalarının, tüketici tercihlerinde önem arz eden sosyo ekonomik özelliklere dikkatlerini çekme yönünde literatürde bir takım çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmada da belli bir eğitim ve gelir düzeyine sahip olan bir örneklem grubu içerisinde dondurulmuş gıda ürünlerine bakış açısı ölçümlenmeye çalışılmıştır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **DONDURULMUŞ GIDA KAVRAMI, GENEL ÖZELİKLERİ VE SEYRİ**

Yiyecekleri uzun süreli muhafaza etmek gereği insanlık tarihi ile başlamış ve zaman içerisinde bazı şartlara ve teknolojiye bağlı olarak gelişmiştir. Kurutmak, tuzla salamura etmek, konserve etmek, reçel yapmak ve dondurmak birer muhafaza şekilleridir. Bu yöntemlerin amacı, kimyasal reaksiyonların ve enzimlerin aktivitesinin geciktirilmesi, mikroorganizmaların gelişiminin kontrol altına alınması suretiyle gıdanın kalite kriterlerini ve besin değerlerini en üst düzeyde korumaya dayanmaktadır. Ancak meyvelerin gerek kurutma ve gerekse salamura veya konserve etme sırasında meydana gelen besin kayıpları fazladır. Dondurarak muhafaza yönteminde ise meyvelerin uğradığı kalite kayıpları en az düzeyde meydana gelmektedir (Kasnak vd., 2009: 470).

Bir gıdanın dondurulması, gıdadaki ısı enerjisinin bir soğutucu akışkana aktarılarak uzaklaştırılması suretiyle sağlanmaktadır. “Soğutucu: gaz, sıvı veya katı halde bulunabilir. Genel olarak endüstride geleneksel mekanik dondurma, akışkan yataklı, daldırmalı ve püskürtmeli kriyojenik dondurucular kullanılarak kriyojenik dondurma ve IndividualQuickFreezing-Bireysel Hızlı Dondurma(IQF) yöntemi kullanılmaktadır. Bunlar içerisinde en yaygın kullanılan dondurma yöntemi IQF’ dir. Bu yöntemde sadece hızlı bir donma sağlanmasının yanında, her parça ayrı ayrı donduğu için ürünün bir blok haline dönüşmesi önlenmektedir” (Maden vd., 2009: 465).

Zamanımızda, dondurulmuş gıda tesislerinde IQF yöntemi kullanılarak işlenen meyve ve sebzelerin birebir şoklanarak dondurulması sağlanmaktadır. Bu yöntemle;“gıda maddeleri konveyör banta dökülerek makinenin şoklama denilen dondurucu kısmına girmektedir. Çok kısa sürede -40 °C soğukta tek tek ve aniden dondurulmaktadır. En yaygın olarak kullanılan soğutma sistemi amonyak su sistemidir. Amonyak gazı 6-7 atmosferlik basınç altında sıvı hâline gelmekte ve sıvı amonyak -33.9°C’de kaynamaktadır. Bu sırada çok fazla ısı sarf ettiği için gıda maddelerindeki ısıyı emmektedir”.

“Amonyak, suda kolay eriyen bir maddedir. Amonyak, su solüsyonu jeneratör içindeki gaz brülörü ile ısıtılmakta, daha sonra amonyak buharlaşmakta ve sudan ayrılmaktadır. Daha sonra ise hava sirkülasyonunu sağlayan bir pompa yardımı ile borularla gıda maddelerine aktarılmaktadır”.

“Ortaya çıkan amonyak sıvısı eşanjör (evaporatör) içinde genişlemekte ve burada ısıyı emerek gıda maddesindeki suyu dondurarak tekrar buharlaşmaktadır. Amonyak daha sonra emiciye gönderilerek burada jeneratördeki ayırmadan sonra kalan suyla buluşmaktadır. Burada

amonyak buharı su tarafından emilerek devrin tekrar başlaması için jeneratördeki ilk sıvı solüsyonu oluşturmaktadır”.

“Böylece ürün hücre öz suyunu salmamaktadır. Bu da gıdaların besin değerlerini kaybetmemesi ve fiziksel yapısında ve doğal lezzetinde herhangi bir bozulma olmaksızın katkı maddesiz uzun ömürlü olmasını sağlamaktadır. Hatta taze meyve ve sebzelerden daha sağlıklı bir şekilde tüketim yapılabilen ve saklanabilmektedir” (MEB, 2009: 7).

“Dondurarak muhafazanın temel prensibi; gıdaların içinde bulunan suyun buz kristalleri hâline dönüştürülerek gıdanın kimyasal, enzimatik ve mikrobiyolojik bozulmalardan etkilenmesini önlemektir. Bu yöntemle; et, tavuk, su ürünleri, meyve suları, tereyağı, hamur çeşitleri, meyve ve sebzeler gibi gıdalar bileşimlerinde herhangi bir değişiklik olmaksızın uzun süreli olarak saklanabilmektedir” (MEB, 2011: 19).

Ürünlerin tazeliğinin bozulmadan dondurulması gerektiği için üretim işletmelerinin hammaddeye yakın olması da oldukça önemlidir. Örneğin, sebze ve meyvelerin tarla ve bahçelerden toplanıp en geç sekiz saat içerisinde fabrikaya ulaştırılması ve işlendikten sonra dondurularak tüketime hazır hale getirilmesi gerekmektedir. Bu sebeple, dondurulmuş gıda işletmeleri genel olarak sebze ve meyve üretiminin yoğun olduğu ya da deniz ürünlerinin çıkarıldığı bölgelere yakın civarlardaydıkları almaktadırlar (Durak ve Ünverdi, 2014: 24).

Dondurma yönteminde uygulanan hız ve sıcaklık derecesi de son derece önem arz etmektedir. “Gerek bitkisel, gerekse hayvansal kaynaklı hücreleri, hücre zarı, sitoplazma ve çekirdek oluşturduğu için, hücre zarının çatlatılmadan ve sitoplazma içeriğinin yani hücre özsuyunun dışarı çıkmasına izin vermeden, hücre yapısını bozmadan, hızlı bir şekilde dondurmak gerekmektedir. Böylece vitamin, yağ, karbonhidrat, protein, mineral ve aromatik maddeler kayba uğramadan muhafaza edilebilmektedir” (Çurkan vd., 2012:74).

Gıda maddeleri dondurma yöntemi ile işlendiğinde raf ömürleri uzamakta ve tüketicilerin dört mevsim kolay ulaşılabildikleri ürünlere dönüşmektedir. Kolay işlenebilir olmaları, standart biçimde bulunmaları, pişirme işlemlerinde ev araçlarına uyumu ve kullanım kolaylığı özellikle çalışan bayanların mutfakta zaman kaybetmek istememeleri hazır yiyecekleri ve özellikle de dondurulmuş ürünleri tercih etme oranını artırmaktadır.

Dondurulmuş meyve ve sebzeler gıda sanayinin çeşitli alt üretim kollarında hammadde olarak da kullanılmaktadırlar. Reçel, marmelat, çocuk maması, meyve suyu, dondurma endüstrileri dondurulmuş meyveleri hammadde olarak kullanırken, et ve diğer gıda maddeleri ile birlikte kullanılan dondurulmuş sebzeler donmuş hazır yemeklerin yapımında yer almaktadır (Yönlü, 2004: 3).



İlk zamanlarda sebzeler, et ve et ürünleri ile hamur işlerinde tüketim ihtiyacını gidermek için kullanılmaya başlanan dondurulmuş gıdaların ürün yelpazesi, günümüzde çok fazla gıda türünü kapsamaktadır (Gündüz ve Emir, 2010: 16).

“Hızlı dondurulmuş gıda maddeleri, 2004/46 sayılı Hızlı Dondurulmuş Gıda Maddeleri Tebliği, 2002/7 sayılı Türk Gıda Kodeksi-Hızlı Dondurulmuş ve Dondurulmuş Gıda Maddelerinin Depolanması, Muhafazası ve Taşınması Esnasındaki Sıcaklıkların İzlenmesi Hakkındaki Tebliğ ve 2001/45 sayılı Hızlı Dondurulmuş Gıdaların Sıcaklık Kontrolü İçin Numune Alma ve Analiz Metotları Tebliği ile düzenlenmektedirler. Hijyen durumları ise 2001/19 sayılı Mikrobiyolojik Kriterler Tebliği, 2000/5 sayılı Taze Et, Hazırlanmış Et ve Hazırlanmış Et Karışımları Tebliği ve 1995 tarihli Su Ürünleri Yönetmeliğinde düzenlenmektedir. Mevzuat AB standartlarına göre hazırlanmıştır” ([http://www.ab.gov.tr/files/tarama/screening\\_files/12/ch\\_12\\_tarama\\_sonu\\_raporu\\_tr.pdf](http://www.ab.gov.tr/files/tarama/screening_files/12/ch_12_tarama_sonu_raporu_tr.pdf), erişim tarihi: 21.12.2016).

### 1.1 Dondurulmuş Gıda: Tanımı ve Özellikleri

Gıdaların kalite ve besin değerlerinin en iyi korunduğu gıda saklama yöntemi olarak kabul edilen dondurma işlemi, çalışmanın başında da açıklandığı üzere gıda maddelerinin yapısında bulunan ısı enerjisinin soğutucuya aktarılarak uzaklaştırılmasıyla, suyun sıvı halden buz haline geçmesi olarak tanımlanmaktadır (Yurtman, 2003:1).

İçerdikleri su nedeniyle gıdalar mikroorganizmalar için elverişli bir yaşam alanı oluşturmaktadır. Dondurma işlemi sayesinde su, buz kristallerine dönüşerek mikroorganizmaların çoğalması ve yaşamasının önüne geçilmiş olmaktadır (Yurtman, 2003:1).

Dondurulmuş gıdalar, tarladan toplandıktan sonraki “2 – 6 saat arasında yıkanmakta”, ayıklanmakta şoklanmakta ve “– 40 derecede hiçbir katkı maddesine ihtiyaç duymadan tek tek dondurulmaktadır”. Çok yüksek derecede aniden (evdeki dondurmadan en önemli farkı yavaş yavaş değil hemen donması) donduğu için ürünün hücre zarı çatlamamakta ve besin değerini saklı tutmaktadır. Sektör her yıl çift haneli rakamlar ile büyüme göstermektedir ([http://perakendebulten.com/kanal/fmcg\\_\\_\\_gida\\_market/dondurulmus\\_gida\\_pa\\_zari\\_450\\_milyon\\_liralik\\_buyukluge\\_ulasti\\_.htm](http://perakendebulten.com/kanal/fmcg___gida_market/dondurulmus_gida_pa_zari_450_milyon_liralik_buyukluge_ulasti_.htm), erişim tarihi: 10.05.2017).

89/108/EEC sayılı “İnsan tüketimine sunulan hızlı dondurulmuş gıda maddeleri” ile ilgili Komisyon Direktifi dikkate alınarak Avrupa Birliği’ne uyum çerçevesinde yayımlanan “Türk Gıda Kodeksi, Hızlı Dondurulmuş Gıda Maddeleri Tebliği’nde” (Tebliğ No: 2004/46) hızlı dondurulmuş gıda maddeleri şu şekilde tanımlanmıştır; “Ürün tipine bağlı olarak mümkün olduğunca çabuk maksimum kristalizasyonun sağlanması ile hızlı dondurma işlemi

uygulanan, ürünün tüm noktalarında termal stabilizasyonun  $-18^{\circ}\text{C}$  veya daha düşük seviyede sağlandığı, bu durumun sürekli korunduğu ve bu şekilde pazarlandığı gıda maddeleridir”.

Yine aynı tebliğde yer alan dondurulmuş gıda ürün özellikleri ise Madde 5’de şu şekilde sıralanmıştır;

- “Hızlı dondurulmuş gıda maddelerinin üretiminde kullanılan hammaddeler sağlam, taze ve dondurmaya uygun özellikte olmalıdır”.
- “Ürünlerin hazırlanması ve hızlı dondurulması ürün özelliğini bozmayacak minimum kimyasal, biyokimyasal ve mikrobiyolojik değişimlerle uygun teknik ekipman kullanılarak hızla tamamlanmalıdır”.
- “Kriyojenik ortamda hızlı dondurulmuş gıda maddeleri ile direkt temasta sadece hava, azot ve karbondioksit kullanılmalıdır”.
- “Hızlı dondurulmuş gıda maddelerinin sıcaklığı, ürünün tüm noktalarında  $-18^{\circ}\text{C}$  veya daha düşük bir sıcaklıkta sabit olmalı ve bunu muhafaza etmelidir, ancak taşıma sırasında muhtemel gelişebilecek sıcaklık değişimi  $\pm 3^{\circ}\text{C}$  den fazla olmamalıdır”.
- “Ürün sıcaklığındaki toleranslar iyi depolama ve dağıtım uygulamalarına uygun olarak, bölgesel dağıtım esnasında ve perakende satış kabinlerinde  $\pm 3^{\circ}\text{C}$  yi geçmemelidir”.
- “Resmi olarak da kontrol edilecek olan hızlı dondurma, depolama, taşıma, bölgesel dağıtım ve perakende satış kabinlerinde kullanılan tüm ekipmanlar bu Tebliğin şartlarını sağlamalıdır”.
- Hızlı dondurulmuş gıda maddelerinin sıcaklık kontrolleri resmi kontroller sırasında yapılmalıdır.
- “Tüketicieye direkt sunulacak olan hızlı dondurulmuş gıda maddeleri, nem kayıplarının önlenmesi, mikrobiyolojik ve kimyasal bulaşların engellenmesi amacıyla uygun şartlarda ambalajlanmalıdır”.
- Bu Tebliğ kapsamında bulunan hızlı dondurulmuş gıda maddeleri arasında yer alan ürünlerden ürün tebliği yayımlananlar aynı zamanda kendi ürün tebliğine uygun olmalıdır.
- “Hızlı dondurulmuş gıda maddelerinin depolanması, muhafazası ve taşınması sırasındaki sıcaklık takibi “Türk Gıda Kodeksi – Hızlı Dondurulmuş ve Dondurulmuş Gıda Maddelerinin Depolanması, Muhafazası ve Taşınması Esnasındaki Sıcaklıkların İzlenmesi Hakkında Tebliğ” inde yer alan kurallara göre yapılmalıdır”.

Dondurulmuş gıdayı tanımladıktan sonra, genele bakıp gıda sanayiini de tanımlarsak;

“Gıda sanayii, tarımdan sağladığı bitkisel ve hayvansal hammaddeyi, uyguladığı bir veya daha fazla işleme, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren bir imalat sanayii koludur”. Gıdasanayiinin ana hammaddesini tarımsal ürünler oluşturduğu için sektörün yapısı ve gelişimiyle ülke tarımı arasında çok yakın ve doğrudan bir etkileşim bulunmaktadır. Tarımsal üretimin mevsime ve yöreye bağlı değişkenliğine karşılık gıda gereksiniminin sürekliliği, çabuk bozulma eğilimindeki tarımsal ürünlere belirli bir işleme ve muhafaza yönteminin uygulanmasını zorunlu kılmakta ve bu işlevi de gıda sanayii yerine getirmektedir (ISO, 2006:34).

Gıda sanayiinin içinde önemli bir yer tutan dondurulmuş gıda sektörü için Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) tanımı şu şekildedir; “Dondurulmaya uygun hammaddenin temini ile başlayan ve hammaddenin uygun koşullarda taşınması, seçilmesi, yıkanması, boyutlanması, ürüne özel tekniklerle işlenmesi, dondurulması, ürünün uygun şekillerde paketlenerek tekniğine uygun depolanması, yüklemesi, taşınması, dağıtımının yapılması ve tüketici taleplerinin izlenmesine kadar faaliyet gösteren bir gıda sanayi dalıdır” (DPT, 2001:1).

Dondurulmuş gıdaya yönelik tanımlamalardan sonra, bu sektörün gelişiminden özetle bahsedebiliriz. Günümüz insanının her alanda olduğu gibi gıda tüketimi konusunda da tercihlerinde değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimlerin doğrultusunda gelişen ve son dönemlerde oldukça ivme kazanan sektörlerden biriside dondurulmuş gıda sektörüdür. Bu sektör, günümüz sosyal ve ekonomik şartlarına hızlı bir şekilde uyum sağlamış ve değişen tüketici isteklerine uygun gıdaların üretimine başlamıştır. Dolayısıyla pratikliği ile, mevsimsizliğiyle, raf ömrü uzunluğu ile, tazeliği ile ön plana çıkan dondurulmuş gıda tüketimi de yükselişe geçmiştir.

Peki ne olmuş da budondurulmuş gıda tüketimi ivme kazanan şekilde artışa geçmiştir? Bu soru, Gürbüz ve Acar'ın 2002, Keskin'in 2002, Gündüz ve Emir'in 2010 yıllarında yapılmış çalışmalarında şu şekilde cevaplanmıştır.

“Gıda tüketimi tarzında en önemli değişiklik aile bireylerinin ve özellikle ev hanımlarının ekonomik hayata atılmalarıyla meydana gelmiştir. Ev kadınlarının çalışmaya başlamasıyla ev dışı gıda tüketiminde (fastfood, hazır gıda, lokanta)ve evde hazır gıda tüketiminde artışlar başlamıştır. Evde hazır gıda tüketimi veya ev dışı gıda tüketiminin sağladığı en önemli fayda zamandan tasarruftur. İşten eve yorgun bir şekilde dönen ebeveynlerin yemek hazırlama sorununu önemli ölçüde gidermektedir. Evde tüketilen hazır gıdaların büyük çoğunluğu dondurulmuş gıdalardan oluşmaktadır. Kolay hazırlanması, zamandan tasarruf sağlaması, dolapta fazla yer tutmaması, besin değerini koruması dondurulmuş gıda tüketimini arttıran en faktörlerdir”.

Tablo 1.1'de dondurulmuş gıdanın gelişim seyrini anlatan özet bir gösterim bulunmaktadır.

**Tablo 1.1 Dondurulmuş Gıdanın Gelişim Seyri**

<i>1920'li yıllar</i>	“Dondurulmuş gıda sanayinin öncüsü, 1920’li yıllarda ABD’de doğa bilimleri uzmanı olarak görev alan Clarence Birdseye’dir. Taze balığın kutup sıcaklıklarında kısa sürede dondurulup belli zaman sonra çözülüp pişirilince aynı taze balık gibi tadını koruduğunu keşfetmiştir”.
<i>1930’lu yıllar</i>	“Birdseye, Massachusetts’te "dondurulmuş gıda üretim hattı" kurmuş ve 26 çeşit dondurulmuş gıdanın satışına başlamıştır”. “General Foods, dondurulmuş gıda prosesinin patentini Birdseye’den satın almıştır”.
<i>1940’lı yıllar</i>	“Parmak patates ve pizza üretimine başlanmıştır”. “ABD’de sektörün ilk organize kuruluşu National Association of Frozen Food Packers (NAFFP) kurulmuştur”.
<i>1960’lı yıllar</i>	“Mikrodalgalar satışa sunulmuştur”. “McDonald’s’ta dondurulmuş ürünler kullanılmaya başlanmıştır”.
<i>1980’li yıllar</i>	“Dünyada perakendede dondurulmuş hazır yemekler yaygınlaşmaya başlamıştır”.
<i>1990’lı yıllar</i>	“Dondurulmuş meyve sebzelerin besin değerlerinin taze olanları ile eşit hatta üstün olduğu kanıtlanmıştır”.
<i>2000’li yıllar</i>	“Çalışan kadın sayısının ve yalnız yaşayan insan sayısının hızla artmasına paralel olarak mutfaklarda harcanan zaman kısalmaya, sosyal hayata daha fazla zaman ayrılmaya başlanmıştır. Ayrıca yaygınlaşan fastfood kültüründe bu artışta etkisi bulunmaktadır”.

**Kaynak:** <http://www.mumsad.org.tr/dondurulmus-urunler/tarihcesi> ‘nden uyarlanarak hazırlanmıştır.

Ülkemize döndüğümüzde ise dondurulmuş gıdanın seyrinde ki ilk adımların 70’li yıllarda atıldığına şahit olmaktayız. MÜMSAD’ın (Mutfak Ürünleri ve Margarin Sanayicileri Derneği) konu ile ilgili görüşü şu şekildedir; “Her ne kadar Türkiye’de dondurulmuş gıda pazarı rakamları gelişmiş ülkelere oranla çok geride kalıyor olsa da son yıllarda hızlı gelişen sanayileşme süreci, ev hanımlarının iş hayatında daha fazla yer alması ve tek başına yaşayan bireylerin sayısındaki artış gibi etkenler sektörün önünü açmaktadır.

Geleneksel bakkallar yerine daha fazla ürün alternatifi sunan büyük marketlerin yaygınlaşması ve alışveriş yapma sıklığının azalması da kullanım ömrü uzun olan dondurulmuş gıda ürünlerine talebi artırmaktadır. Özellikle toplu tüketim kanalında yoğun olarak kullanılan dondurulmuş gıda ürünleri, perakende kullanımda dondurulmuş market reyonlarının gün geçtikçe genişlemesi ve ürün sayısındaki artış nedeniyle hızla büyümektedir. Pazar tüketim profiline bakıldığında perakende dondurulmuş gıda tüketiminde, yaygınlaşan fastfood

kültürüyle birlikte patates çeşitleri, köfte ve burger grubu ürünler başı çekmektedir. Perakende unlu mamüller kategorisinde ise en çok talep milföy ve pizza ürünlerinde yaşanmaktadır.

2010 yılında, ev dışı tüketimle birlikte pazarın büyüklüğü tonajda 381.000 tonu, ciroda ise 1 milyar 144 milyon lirayı bulmuştur. Yapılan tüketici araştırmaları dondurulmuş gıda kullanımının 4 ana sebebini şu şekilde göstermektedir:

- Dört mevsim bulunabilirlik
- Kalitede standardizasyon
- Hazırlık süresinde azalma, pratik olması
- Ekonomik olması”.

## 1.2 Dondurulmuş Gıda: Çeşitleri, Üstünlük ve Zayıflıkları

Aşağıda bu başlık altında yer alan dondurulmuş gıda çeşitlerine, dondurulmuş gıdanın üstünlük ve zayıflıklarına yönelik detay bilgiler sunulmuştur.

### 1.2.1 Dondurulmuş Gıda Çeşitleri

İlk zamanlarda sebzeler, et ve et ürünleri ile hamur işlerinde tüketim ihtiyacını gidermek için kullanılmaya başlanan dondurulmuş gıdaların ürün çeşitliliği, zamanımızda artık çok fazla gıda çeşidini kapsamaktadır. Bireylerin yoğun çalışma temposundan dolayı, tüketimi artan dondurulmuş gıdaların üretimi konusunda birçok firma harekete geçmiş ve iç tüketime yönelik üretim yapmaya başlamıştır (Gündüz ve Emir, 2010:16).

Günümüzde artık börekten pizzaya ve mantıya, köfteden fasulye ve soğana, kirazdanduta kadar bir insanın yemek pişirmek için aradığı tüm çeşitleri dondurulmuş olarak bulması mümkündür. Yapılan bir çalışmaya göre;“Türkiye’de evlerin yüzde 56’sına dondurulmuş ürünler girmektedir”.

([http://perakendebulten.com/kanal/fmcg\\_\\_gida\\_market/dondurulmus\\_gida\\_pazari\\_450\\_milyon\\_liralik\\_buyukluge\\_ulasti\\_.htm](http://perakendebulten.com/kanal/fmcg__gida_market/dondurulmus_gida_pazari_450_milyon_liralik_buyukluge_ulasti_.htm), erişim tarihi: 10.05.2017).

Dondurulmuş gıda ürünleri dört ana grupta toplanmaktadır. Bunlar; (Özer, 2013:3).

- Dondurulmuş sebze-meyve ürünleri,
- Dondurulmuş deniz ürünleri,
- Dondurulmuş et ve et ürünleri,
- Dondurulmuş unlu mamullerdir.

**Dondurulmuş Sebze Ürünleri:**Bezelye, soğan, barbunya, patates, fasulye, ıspanak, enginar, brokoli, mısır, mantar, bamya, Brüksel lahanası, karnabahar, pırasa vb. başlıcalarıdır. Brüksel lahanası, brokoli, tatlı mısır gibi sebzeler ülkemizde çok bilinmezken dondurulmuş gıda sektörü

sayesinde üretilmeye başlanmıştır. Bu gibi ürünler her yıl daha da artan oranlar da üretilmekte ve hem yurtdışı, hem de yurt içi pazarlara sunulmaktadır.

**Dondurulmuş Meyve Ürünleri:**Çilek, vişne, frambuaz, böğürtlen, üzüm, şeftali, kayısı, erik, muz, ananas, yaban mersini vb. başlıcalarıdır.

**Dondurulmuş Deniz Ürünleri:**Kalamar, karides, mezgit fileto, palamut, istavrit, levrek, ahtapot, ıstakoz vb. ürünler bu kategoride bulunmaktadır.

**Dondurulmuş Et ve Et Ürünleri:**Tavuk, sığır, hindi, domuz, koyun, keçi eti ve ürünleri, köfte çeşitleri, döner çeşitleri vb. ürünler başlıcalarıdır.

**Dondurulmuş unlu mamuller ise;** Milföy hamuru, börek, kruvasan, pizza, mantı, tatlı (baklava, künefe vs.) çeşitleri vb. ürünler yer almaktadır. Unlu mamuller kategorisine talepler daha yüksektir. Çalışan kadın sayısındaki artış ve katma değeri yüksek olan ürünlere artan talebe paralel olarak bu grupta satış artışı gözlenmektedir. Ancak günümüzde tüketicilerin yeni lezzet arayışı sebebi ile kaplamalı ürünlere (nuget, kroket, şinitzel, pane, cordonblue vb.) olan talebi arttırmıştır.

Dondurulmuş ürün grupları içerisinde dünyada ve ülkemizde ilk akla gelen,dondurulmuş sebze ve meyve grubudur. “Dondurulmuşsebze ve meyve üretim ve tüketimi, toplam dondurulmuş gıda sektörü içinde, yaklaşık % 70–80 civarındadır”(Korkmaz, 2011:31).

Gıda üretimi bünyesinde zamanla daha büyük bir yüzde ile pay almaya başlayan “dondurulmuş et ve et ürünlerinde” ise durum şu şekildedir. “Eğer üretimlerinden tüketilmelerine kadar olan aşamalarda gerekli teknik ve hijyenik şartlara ve soğuk zincir uygulamalarına dikkat edilmezse tüketiciler için ciddi sağlık sorunlarına yol açabilirler. Dondurma işlemi bazen gıdalardaki mikroorganizmaları öldürücü etki gösterse de genellikle onların gelişimini yavaşlatan veya durduran bir muhafaza yöntemidir”. “Dondurulmuş et ve et ürünlerinde bulunan mikroorganizmalar, ürün oda sıcaklığında bekletildiğinde çoğalarak tehlikeli düzeylere ulaşabildikleri için, hijyenik üretimde en önemli nokta, mikrobiyolojik kalitesi yüksek hammadde kullanımı ve soğuk zincirin sürekliliğidir” (Atlan ve İşleyici, 2012:94).

Dondurma, gıda maddelerinin korunmasında etkili bir yöntem olmasına rağmen, bu gıdaların korunması mevzu bahis olduğunda dondurulmuş gıdalann kalitesinde kayıplar meydana gelmektedir. Yine benzer şekilde “dondurulmuş gıdaların taşıma, depolama ve satış esnasındaki çeşitli ve değişen şartları nem, vitamin, protein gibi tazelik kriterlerindeki önemli değişikliklerinin olması yanındamikrobiyal yük artışına sebep olarak gıdaların tazelik özelliklerini yitirmelerine yol açabilir” (Çelik vd., 2002:87).

Dondurulmuş ürün grubunda en büyük oranı meyve-sebzeler oluştursa da en kolay ve en hızlı bozulan ürünlerde bu gruptaki gıda maddeleridir. “Nedeni ise bünyelerinde %98 oranına kadar çıkabilen su içermeleridir. Meyve ve sebzelerde bulunan bu su, gerekli saklama koşulları gerçekleşmediğinde mikroorganizmaların yaşama alanı olup gıda ürünlerinin bozulmasına sebep olabilmektedir” (<http://www.bilgiustam.com/dondurulmus-gida-tuketiminin-faydalari-zararlari>, erişim tarihi: 21.12.2016).

Dondurma işlemi, meyve ve sebzelerin uzun süreli muhafaza edilmesi için uygulanan en iyi işlemlerden biridir. Dondurarak muhafaza ile birçok meyve ve sebzenin rengi, aroması ve besin değeri korunmuş olur. Taze meyve ve sebzeler hasat edildikten sonra yapılarında kimyasal, biyokimyasal ve mikrobiyolojik değişimler devam eder. Dondurarak muhafaza ile bu tür reaksiyonlar ya tümten durdurulmakta ya da en aza indirilmektedir. Kaliteli, güvenilir dondurulmuş meyve ve sebze üretimi için taze, kaliteli meyve ve sebze kullanılmalıdır (Demiray ve Tülek, 2010: 36).

### **1.2.2 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Üstün ve Zayıf Yönleri**

Dondurulmuş gıda ürünlerinin kullanıcılarına sağladıkları bazı faydalar bulunmaktadır“Tüketicilerin zamandan kazanmaları, daha önceleri sadece mevsiminde tüketilebilen yiyeceklerin artık bütün yıl süresince kullanılabilmesi, yemek pişirme işi ile uğraşılmaması gibi faydalar ilk akla gelebilenler arasında yer alır. Son zamanlarda dondurulmuş gıda sektöründe meydana gelen gelişmeler tüketicilere bu faydaları sağlamaya devam edici niteliktedir. Dondurulmuş hazır gıda sektöründe devamlı olarak meydana gelen kalite artışı, mamul çeşitlendirmesi, tüketicilerin ihtiyaçlarının en iyi şekilde tatmin edilmesi yönündeki çalışmalar bu ürünlerin faydalarının devamlılığını sağlamaya yöneliktir” (Yüksel, 2002: 91). Tablo 1.2’de Türkiye dondurulmuş gıda sektörünün üstün ve zayıf yönlerini içeren SWOT analizi yer almaktadır.

**Tablo 1.2 Türkiye Dondurulmuş Gıda Sektörü SWOT Analizi**

<b>Güçlü Yönler</b>	<b>Zayıf Yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Türkiye'nin sahip olduğu iklim koşulları ve ekolojik özellikler.</li> <li>✓ Genç nüfus yapısı.</li> <li>✓ Batı ülkeleri standardında ekolojik altyapı.</li> <li>✓ Dondurulmuş ürünlerin tazeye en yakın olması.</li> <li>✓ Organik gıdalardan üretilecek donmuş ürün kullanımının artması.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Yüksek hammadde maliyetleri.</li> <li>✓ Standart kalite ve sürekli hammadde temininde yaşanan zorluklar.</li> <li>✓ Ürün miktar ve fiyatlarının değişkenlik göstermesi nedeniyle firmaların maliyetleri belirlemede yaşadıkları zorluklar.</li> <li>✓ İhracatta nakliye ücretlerinin rakip ülkelere göre yüksek olması.</li> <li>✓ İhracatta vergilerden kaynaklanan kayıplar.</li> <li>✓ Kalite ve ürün çeşitliğinin sağlanmasındaki zorluklar.</li> <li>✓ Sözleşmeli tarımın yaygınlaştırılamaması.</li> <li>✓ Taşıma sırasında ve perakende satış noktalarında muhafaza konusunun ülkemizde gerekli düzeye ulaşmamış olması.</li> <li>✓ Türkiye'de elektrik fiyatlarının yüksek olması.</li> <li>✓ Hammaddenin iklim koşullarına bağlı olarak üretiminin belli sezonda yapılması nedeniyle stok maliyetlerinin yüksekliği.</li> </ul>
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dondurulmuş gıdaların giderek artan tüketimi.</li> <li>✓ Kadınların çalışma hayatına giderek artan oranda katılımı ve yaşam tarzında ortaya çıkan değişiklikler.</li> <li>✓ Sezonunda üretilmesi nedeniyle sezon dışı üretilen (turfanda) taze sebze ve meyveye göre daha sağlıklı olması.</li> <li>✓ Tüketici bilincinin artması.</li> <li>✓ Dağıtım sisteminde zincir mağazaların artması.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ AB ülkelerin üçüncü ülkelere uyguladığı gümrük vergilerini aşamalı olarak düşürmesi.</li> <li>✓ 3. Dünya ülkelerindeki maliyetlerin ucuzluğu.</li> <li>✓ Yaş meyve sebze fiyatlarının yüksek olması sebebiyle sektörde hammadde fiyatlarının artması.</li> </ul>

**Kaynak:** Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi, Gıda Sektörü Raporu, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006.

Sekizinci beş yıllık kalkınma planında dondurulmuş gıdaların üstün yönlerine değinilmiştir. Buna göre özellikle toplu tüketim noktalarına getirdiği faydaları ve tercih nedenleri ilgili raporda şu şekilde sıralanmıştır(Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Gıda Sanayii İK Raporu Dondurulmuş Gıda Sanayii Alt Komisyon Raporu, <http://ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik643.pdf> 6).

**“Az Su Kullanımı:** Yemeği hazırlamak için suya hemen hemen hiç ihtiyaç yoktur.

**Çöp Problemi Olmaması:** Temizleme sonucu çıkacak artık ve atık olmadığı için çöp vs. hemen hemen yoktur. Sadece ambalaj atığı vardır.

**Fare Problemi Olmaması:** Tane gıda depolamada karşılaşılan bu problem, donmuş gıda deposu veya dolabı için geçersizdir.

**Standart Menü:** Yaz, kış her zaman hazır, devamlı men yapabilme kolaylığı bulunmaktadır.

**Yer Kazancı:** Sebze ve benzeri gıdalar için hazırlama yerine ihtiyaç duyulmamakta, bunun yerine daha ufak olan derin dondurucu veya depo yeterli olmaktadır.

**İş Güç Kazancı:** Donmuş gıda hazırlanması için işi gereksinimi azdır.



**Enerji Kazancı:**Ön hazırlıklar için harcanan tüm elektrik, su, yakıt, işçilik harcamaları fabrikada yapıldığı için kullanıcıya tasarruf getirir.

**Zamandan Kazanç:** Ana malzemeler kullanılmaya hazır oldukları için, tüm yemek hazırlama zamanında ciddi kısılma olur.

**Hijyen Standardında Artma:**İşletmenin genel hijyen kalitesinin yüksek olması gerekliliğinden dolayı devamlı yüksek kaliteyi sağlamak daha kolay olur.

**Satınalma Kolaylığı:** Her mevsim net ağırlık zerinden, zamanında yerine teslim kolaylığı dolayısıyla satınalma elemanı, ara, yakıt tasarrufu sağlar.

**Maliyet Hesaplama Kolaylığı:**Fiyatlar net ağırlık zerinden olduğu için, firesiz, işçiliksiz, enerjisiz aynı maliyette tutma ve hesaplama kolaylığı vardır.

**Standart Kalite:**Aynı kalitedeki hammaddeden dolayı, devamlı standart kalitede yemek hazırlama özelliği vardır.”

Dondurulmuş gıdanın en önemli avantajı vitamin kayıplarının kurutma, salamura veya konserve etme gibi diğer koruma yöntemlerine nazaran daha az düzeyde olmasıdır (Durak ve Ünverdi, 2014: 23).

Dondurulmuş gıdaların diğer saklama türlerine nazaran bazı avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar, yani dondurulmuş gıdanın üstün yönleri literatürde çeşitli kaynaklarda şu şekilde belirtilmektedir;

- “Dondurulmuş gıdalar katkı maddesi kullanılmadan (% 100 sebze veya meyve) ve dondurmak gibi doğal bir metot ile saklandığı için tazeye en yakın bazen aynı besin değerine sahip işlenmiş üründür” (MEB, 2009: 5).
- “Uygun ortamlarda uzun süre saklanmaları mümkündür”.
- “Yıkılmış, ayıklanmış ve pişirmeye hazır halde tüketime sunulduklarından, özellikle çağımızın hız gerektiren yaşamı için pratik bir gıda maddesidir” (Yurtman, 2003: 1).
- Tüketicilerin yeme içme alışkanlıklarını kontrol altında tutması.
- Buzdolabında yer tasarrufu sağlaması (Özer,2013:4).

Yine bu konuda yapılan araştırmalarda, dondurulmuş gıdaların zayıf yönleri çeşitli çalışmalarda şu şekilde belirtilmiştir;

- Dondurulmuş ürünler kuru ve paketli ürünler gibi değil, eksi derecelerde soğuk hava depolarında muhafaza edilirler. Bu nedenle depolama maliyetleri yüksektir.
- Özel soğutucu dolap bulunan araçlarla taşınmaları gerektiğinden taşıma maliyetleri yüksek olmaktadır.
- Taze ürünlerin bulunabildiği dönemlerde talep miktarları minimum seviyelere iner.
- Gıdaların hücre yapıları dondurma işlemi ile birlikte hücre yapıları değiştiğinden tat ve koku olarak aynı kalmalarına karşı çözümdükten sonra şekil değişikliği olabilmektedir (Özer,2013:4).

- “Donmuş gıdalar çözdürüldükten sonra oda ısısında bekletildiğinde çabuk bozulur. Bozulmanın nedeni donma ve çözünme sırasında doku hücrelerinin zarar görmesidir. Bu nedenle de dondurulmuş etler çözdürüldükten sonra hiç bekletilmeden kullanılmalıdır” (MEB, 2011: 22).
- “Henüz işlem görmemiş çiğ ve taze gıdalar veya yeni hazırlanmış ara mamul veya hazır ürünler, hemen tüketilmemeleri halinde, raf ömrünü uzatmak amacıyla, derin dondurucularda muhafaza edilmelidir. Kalite nedenleriyle, derin dondurulmuş ürünler için 6 aydan uzun muhafaza sürelerinden kaçınılmalıdır. Bu durumlarda, muhafaza sıcaklık değeri minimum -18°C olmalıdır” (Toplu Tüketim Yerleri İçin Hijyen Esasları ve İyi uygulama Kılavuzu).

### 1.3 Dondurulmuş Gıda Sektörünün Gelişimi

Dondurulmuş gıda üretiminin ilerlemesine fayda sağlayan etkenlerin başında tüketicilerin gıda tüketim alışkanlıklarının çok hızlı bir şekilde değişmesi gelmektedir. Özellikle zamanı iyi kullanmak adına çalışan birçok tüketici, daha hızlı olabilmek için dondurulmuş gıdaları satın almaktadır (Çurkan vd., 2012: 74). Dondurulmuş gıda sektöründeki gelişmeler, dondurulmuş gıdanın dünyada ve ülkemizde ki durumu incelenerek aşağıdaki başlıklarda detaylandırılmıştır.

#### 1.3.1 Dünya’da Dondurulmuş Gıda Sektörünün Durumu ve Gelişimi

19. yy., endüstriyel olarak besinlerin dondurulmasının başladığı yüzyıldır. İlk dondurma işlemi; “1865’de ABD’nin soğuk bölgelerinde balıkların doğal olarak su içinde dondurulması şeklinde uygulanmıştır”. Meyvelerin ilk kez ticari olarak dondurulması ise 1905 yılına denk gelmekte ve yine Birleşik Devletlerde yapılmıştır. “İkinci Dünya Savaşı’nı takip eden yıllarda yaşanan ekonomik gelişim, besin dondurma sektöründe önemli bir gelişime neden olmuş ve 1960-70’li yıllarda tüketicilerin, kullanımı son derece rahat olan dondurulmuş ürünlere olan talebini artırmıştır. Avrupa’da ise dondurulmuş gıdalar ilk olarak İngiltere’de 1948’de perakende olarak satılmışlardır” (Kızıl, 2007: 61).

“Dondurulmuş gıda sanayinin öncüsü, 1920’li yıllarda ABD’de doğa bilimleri uzmanı olarak görev alan Clarence Birdseye’dir”. Birdseye, “taze balığın aktik sıcaklarda kısa sürede dondurulup bellizaman sonra çözülüp pişirilince tadını aynı taze balık gibi koruduğunu keşfetmiştir. 1930’lu yıllarda Birdseye, Massachusetts’te” "dondurulmuş gıda üretim hattı" kurmuş ve 26 çeşit dondurulmuş gıdanın satışına başlamıştır. “General Foods, dondurulmuş gıda prosesinin patentini Birdseye’den satın almıştır”.

1940'lı yıllarda dondurulmuş gıdaya ilişkin ilk dergi ilanı yayınlanmıştır. Yeni dondurulmuş ürünler satışa sunulmaya başlanmıştır; parmak patates, çorbalar, Meksika yemekleri, deniz ürünleri ve pizza. 19 dondurulmuş gıda üreticisi birleşerek 13.000 ABD Doları bütçe ile “ABD'de sektörün ilk organize kuruluşu” National Association of Frozen Food Packers'ı (NAFFP) kurmuştur. San Fransisco'da ilk dondurulmuş gıda fuarı yapılmış, NAFFP tüketici şikayet servisini kurmuştur. 1950'li yıllarda ABD'de perakende noktalarının %64'ünde dondurulmuş gıda dolapları yerlerini almış, ön pişirilmiş ya da hazır dondurulmuş gıdalar şeklinde yeni bir alan açılmıştır. ABD'de dondurulmuş gıda yönetmeliği çıkarılmış ve bu gıdaların üzerine üretildiği yer ve tarih bilgilerinin yazılması zorunluluğu getirilmiştir (İSO, 2006: 80).

1960'lı yıllarda mikrodalga fırının satışa sunulmasıyla karışık dondurulmuş sebzeler büyük talep görmeye başlamıştır. Dondurulmuş gıda satışları ay gezisinden dönen astronotların dondurulmuş gıda tüketimiyle artmıştır. McDonalds dondurulmuş balık ve et satışa sunmaya başlamıştır.

1970'li yıllar ile birlikte bilgisayar sistemli süpermarketler hayata geçmiş, gıda ambalajlarında barkod kullanımına başlanmıştır. Fırın ve mikrodalgada pişirime uygun kağıt paketleme başlamış, NAFFP, American Frozen Food Institute (AFFI) olarak isim değiştirmiştir. 1980'li yıllarda kutuda pişirilen sebzeler, tek kişilik paketler satışa sunulmuştur. Dondurulmuş etnik mutfak yemeklerinin popüleritesi artmış, düşük kalorili dondurulmuş gıdalar satışa sunulmuştur. Fastfood ürünleri (hamburger, patates, milkshake, kahvaltı) dondurulmuş olarak perakende satılmaya başlanmıştır. Perakende noktalarında dondurulmuş dolaplar için alan olmaması sektörde problem yaratmıştır. Mikrodalga ürünlerine talep artmış, dondurulmuş gıda sevkiyatında kullanılmak üzere AFFI, cryogenik vagonları geliştirmiştir.

1990'lı yıllarda AFFI, "Daha iyi sağlık için günde S kez (S A day for better health)" programı başlatmıştır. Bu program dondurulmuş gıda tüketimini desteklemiştir. Dondurulmuş sebze ve meyvelerin besin öğelerinin dondurulmamış olanlar ile aynı, hatta daha yüksek olduğu bilgisi yayınlanmıştır. Çalışan evli kadınların oranı %60'lara çıkmıştır (bu oran 1973'te %46 idi). Baharatlı etnik yemekler en popüler dönemine ulaşmıştır. Çocuk menüleri yerlerini almış, aile boyu porsiyonlar hayata geçmiştir. 2000'li yıllarla birlikte dondurulmuş gıda sektörü hayal edilebilecek her şeyin üretilbileceği bir sektör haline gelmiştir (İSO, 2006: 80).

ABD, Kanada, Japonya ve Batı Avrupa ülkeleri dondurulmuş sebze ve meyve tüketiminde dünyada ilk sırada yer almaktadır. Bu ülkelerin iklim özellikleri tüketim alışkanlıklarını etkileyen ilk faktördür. “Hava koşullarının uygun olmaması nedeni ile” her türlü sebze ve meyve'nin üretilmesinin mümkün olmadığı bu ülkeler dondurulmuş gıdaya

yönelmektedirler. Güney Avrupa ülkeleri ise sebze ve meyveleri taze olarak tüketmeyi tercih etmektedirler.

Dünyada en fazla tüketilen dondurulmuş gıda patatestir. Toplam dondurulmuş sebze ve meyvelerin oranı dondurulmuş patates tüketiminin altında kalmaktadır. Bu noktada en büyük etken ABD tüketim miktarlarıdır. Avrupa da bu oran daha dengelidir. En çok tüketilen dondurulmuş meyve ise çilektir.

Dünyada ve ülkemizde 1998 yılı itibari ile kişi başına dondurulmuş gıda tüketimi şöyledir (Yurtman,2003:3);

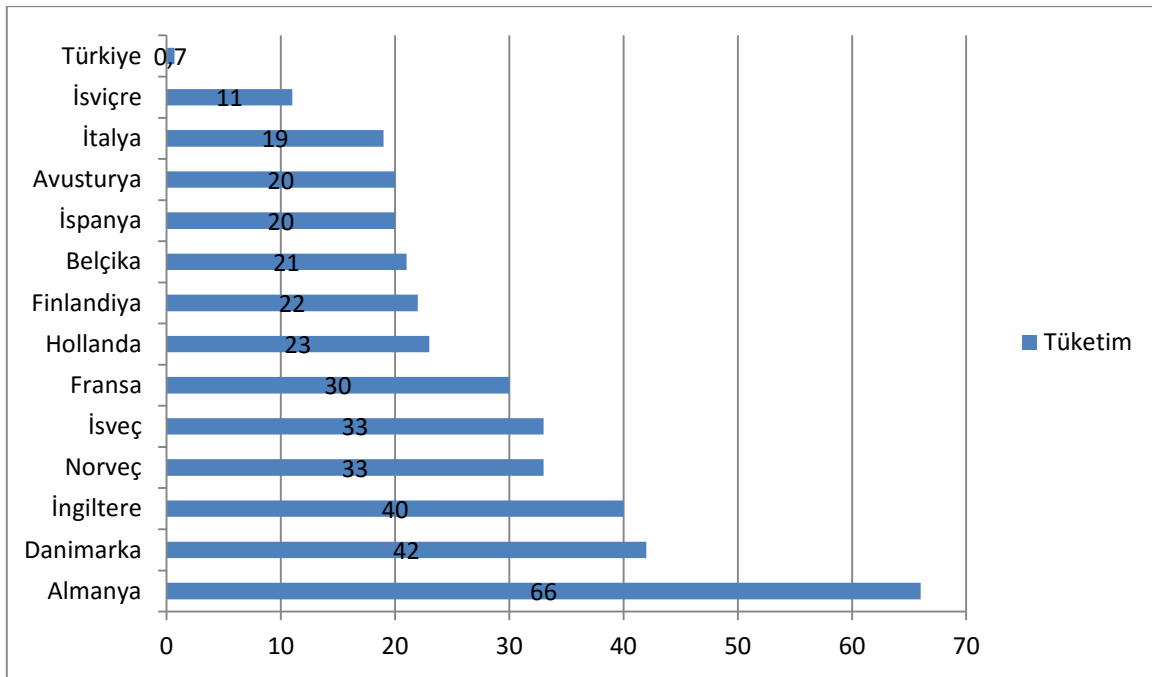
- “ABD 45 kg”
- “İngiltere 34 kg”
- “Fransa 29 kg”
- “Almanya 25 kg”
- “İtalya 8 kg”
- “İsveç 41,3 kg”
- “Türkiye 0,5 kg”

*“ABD’de kişi başına yıllık dondurulmuş gıda tüketimi 50 kg, AB ülkelerinden Danimarka’da 45 kg, İsveç’te 45 kg, Norveç’te 43 kg, Almanya’da 31 kg, Birleşik Krallıkta 45 kg, İspanya’da 29 kg, Yunanistan’da 15 kg, İtalya’da 14 kg’dır”* (Gündüz ve Emir, 2010: 16).

**Tablo 1.3 AB’nin Gıda ve İçecek Sektöründe İhracat ve İthalatında Öne Çıkan Ürünler (2010) (Milyar Avro)**

	<b>İhracat</b>		<b>İthalat</b>
Dondurulmuş Domuz	2,614	Dondurulmuş Sığır Eti	1,306
		Dondurulmuş Balık	1,297

**Kaynak:** ORAN Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2013: 53’den derlenmiştir.



**Grafik 1.1 Kişi Başı Dondurulmuş Gıda Tüketimi (Kg) (Yıllık)**

**Kaynak:** İSO - İstanbul Sanayi Odası, 2006, “Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi Gıda Sektörü Raporu”. İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul. verilerinden oluşturulmuştur.

Grafik 1.1 incelendiğinde, kişi başı yıllık dondurulmuş gıda tüketiminde Almanya 66 kg ile ilk sırada yer alırken, Türkiye'nin 0,7 kg ile 14. sırada yer aldığı görülmektedir. Türkiye'de meyve ve sebzelere taze olarak ulaşma imkanı yüksek olduğundan dolayı dondurulmuş gıda tüketimi Avrupa ortalamasının altında yer almaktadır. Ayrıca tüketicilerin dondurulmuş gıda ile ilgili önyargılı düşünceleri de etkindir.

*İSO'nun 2006 yılında yapmış olduğu çalışmasında dondurulmuş gıdanın gelişim seyri ülke bazında detaylandırılmıştır. Bu çalışmaya göre;*

**“Amerika Birleşik Devletleri:** 2001 yılında ABD perakende dondurulmuş gıda pazarı büyüklüğü 26,6 milyar ABD Doları düzeylerine ulaşmıştır. Toplu tüketim kanalında ise yıllık satış miktarı 40 milyar ABD Dolarına erişmiştir. Toplam sektör büyüklüğü 2001'de 66,6 milyar ABD Doları olmuştur. 2000-2001 yıllarında sektördeki büyüme oranı %6,1 olarak gerçekleşmiştir. Amerika'da yapılan araştırmalara göre dondurulmuş gıda kullanımında dört ana neden öne çıkmaktadır:

- Dört mevsim bulunabilirlik
- Kalitede standardizasyon
- Hazırlık süresinde azalma, pratiklik
- Ekonomiklik

ABD'de tüketicilerin yarısından fazlası dondurulmuş gıdaların daha sağlıklı olduğu konusunda hem fikirdir. Amerikalılar için dondurulmuş gıdalar vazgeçilemez en önemli üç ürün arasında yer almaktadır. Amerikan nüfusunun %50'si akşam yemeğinde ne yiyeceğinin kararını akşamüstü vermekte, bu da dondurulmuş gıda tercihini artırmaktadır.

AFFI, sektörün geleceğini olumlu yönde etkileyen faktörleri şöyle açıklamaktadır;

- Uygun fiyatlı, katma değeri yüksek olan ürünlere artan talep,
- Dünya lezzetlerinin bilinirliğindeki artış,
- Vejetaryenliğin yaygınlaşması,
- Aile değerlerine verilen önemdeki artış. Dünyada dondurulmuş gıda sektörü için faaliyet gösteren birçok organize kuruluş bulunmaktadır. Ancak en etkili kuruluş AFFI'dır.

**İngiltere:** Sektörün 2002 yılı cirosu 3,4 milyar Pound düzeyindedir. McCain's ve AuntBessie's, İngiltere'de sektörün büyümesini sağlayan başlıca firmalardır. Sektörde çok yoğun rekabet yaşanmaktadır. Marks&Spencer, Tesco, Sainsbury gibi mağazalar çok kaliteli ve geniş dondurulmuş gıda ürün yelpazesine sahiptir. İngiltere'de sektörün büyümesi özellikle patatesten kaynaklanmaktadır. %7'lik vejetaryen grup dondurulmuş gıdalara büyük talep göstermektedir. Dondurulmuş gıdaya kalite ve imaj için büyük reklam yatırımları yapılmaktadır. Sektörde ucuz ürünlere talep daha fazladır. Sağlıklı hazır yemekler en hızlı büyüyen kategoridir. Son yıllarda mikrodalgada pişen ürün satışlarında artış gözlenmektedir.

**Almanya:** Dondurulmuş gıda sektöründe çok yoğun pazarlama ve reklam kampanyaları yapılmaktadır. Bu durum sektörün büyümesinde çok büyük rol oynamıştır. Ürün geliştirmeye yatırım yapılmaktadır. Yeni ürünler, mevcut ürünlerde değişimler, mini ve parti amaçlı ambalajlar pazarı etkilemiştir. Son yıllarda dondurulmuş gıdalar daha fazla sağlıklı, taze ve güvenilir bulunmaktadır.

**Fransa:** Sektör hızla büyümektedir. Dondurulmuş gıdalar özellikle çocuklu aileler tarafından tüketilmektedir.

**Hollanda:** Son beş yıl içinde dondurulmuş gıda pazarı %20 düzeylerinde büyümüştür. Özellikle dondurma ve pasta sektöründe pratiklik ve hijyen açısından hazır dondurulmuş meyve tüketimine yönelim söz konusudur.

**İtalya:** Uzakdoğu yemeği gibi tavada hazırlanan karışımlar çok popüler olmaya başlamış, yeni yaşam tarzı ile etnik ve kolay hazırlanan gıdalarda talep artışı olmuştur.

**Kıbrıs:** Bölgedeki güçlü turizm sektörü sebebiyle özellikle catering, havayolları şirketleri ve fastfood noktaları dondurulmuş gıdaları talep etmektedir.

**İspanya:** Yaşam tarzlarındaki değişimlere bağlı olarak beş yıl içinde pizza grubunda %33, tavada kızartılan ürünlerde %67 oranında büyüme olmuştur.

**İsviçre:** Katı prensipleriyle İsviçreli sağlık konusunda çok hassas olup, dondurulmuş gıdaya olan talep son beş yılda büyük artış göstermiştir.

**Yunanistan:** Geleneksel yemekler ve mutfak anlayışı hala önemini korumaktadır. Geleneksel yemeklerinde kullanabilecekleri dondurulmuş gıdaların satışları son beş yılda %20 artmıştır. Dondurulmuş gıdalar gelir düzeyi düşük aileler tarafından tercih edilmemektedir.

**Japonya:** Dondurulmuş gıda sektörü her yıl yaklaşık %5 büyüme gösterirken, catering kanalının %70'i dondurulmuş gıda kullanmaktadır. Değişen damak zevkleri ile birlikte balık dışında et ve tavuk ürünleri de tüketilmeye başlanmış ve bu ürünlerin dondurulmuş olarak satışları artmıştır.

**Polonya:** Dondurulmuş sebze-meyve üreticisi ve ihracatçısı olarak önemli ülkeler arasında yerini almıştır. Özellikle yabancı yatırımcılar sayesinde Polonya'da dondurulmuş gıda üretimi ve teknikleri çok gelişmiştir.

**Macaristan:** Süpermarketler, perakende paylarını iki kat artırmıştır. Sektördeki özelleştirmelerle şirketlerin %55'i yabancı yatırımcılar olmuş, bu durum modern fabrikaların kurulması, mevcut sistemin iyileştirilmesi, rekabet artışı ve pazarlama çalışmalarının artmasına neden olmuştur.

**Romanya:** Coğrafi şartlar açısından elverişli bir tarım ülkesi konumunda olan Romanya'da yeni açılan süpermarketler sektörün önem kazanmasına neden olmuştur.”(İSO, 2006: 81).

### 1.3.2 Türkiye’de Dondurulmuş Gıda Sektörünün Durumu ve Gelişimi

Ülkemizdeyaklaşık yirmibeşyılıklıyılık bir geçmişe sahip olan dondurulmuş gıda sektörü, henüz yeni gelişen bir alan olmakla birlikte hızlı bir gelişme göstermiştir. Genel olarak, 1980’li yıllara kadar meyve ve sebze gibi gıdalar diğer amaçlarla kurulmuş tesislerde işlenirken, ilk öncü tesis 1970’li yıllarda Kayseri’de kurulmuştur. Türkiye’de dondurulmuş gıda üretimi, 1988 yılında 7 bin ton iken, “8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Gıda Sanayi Raporunda; 2005 yılında Türkiye dondurulmuş gıda üretiminin 213.710 ton'a ulaşılacağı tahmin edilmiştir”. Üretimde bu denli gelişme gösteren sektör, üretim ve tüketimde bir çok sorunla karşı karşıya olmasına rağmen, günümüzde sektöre ait detaylı çalışmalar sınırlı sayıdadır. Dondurulmuş gıda ile ilgili yapılan çalışmalar çoğunlukla ikincil verilere dayalı literatür taraması niteliğinde olup, genellikle dondurulmuş meyve ve sebze kapsamaktadır. Ancak, bugün sadece bir firmanın dondurulmuş sebze, meyve, su ürünleri, et ürünleri, hamur işleri ana başlıkları altında 150 çeşit ürün ürettiği göz önüne alınırsa konunun önemi daha iyi anlaşılabilir.

Kişi başına yıllık dondurulmuş gıda tüketimi; “ABD’de 50 kg’ın üzerinde ve AB ülkelerinde ortalama yaklaşık olarak 23 kg civarındadır. Türkiye’de kişi başına yıllık ortalama dondurulmuş gıda tüketimi ise, 0.5 kg civarındadır”(Küleççi, 2006: 104).

Yukarıda da bahsedildiği üzere, Türkiye’de yaklaşık olarak yirmibeş yıl önce başlayan dondurulmuş gıda üretiminin zamanımıza gelindiğinde dramatik şekilde yüksek bir eğilim içinde olduğu görülmektedir. Bunun yanısıra, bu konuda üretimi gerçekleştiren sanayi firmalarının ilgili tesisleri de son derece modern üretim hatlarına sahiptir. “Tesislerde ürünler soğuk hava ile hızlı dondurma sharpfreezing metodu ya da bireysel hızlı dondurma (IQF) metodu ile dondurulmaktadır”. Tüm bu olumlu gelişmelere rağmen ülkemizde halen“kişi başına dondurulmuş gıda tüketimi henüz oldukça düşük düzeydedir. Bunun temel sebebi, çoğu tüketicinin dondurulmuş gıdaların ilk günkü tazeliğini ve besleme değerini koruduğunu bilmemesi ve taze gıdaları tüketme alışkanlığına bağlılığı olarak açıklanabilir”. Ülkemizde taze meyve ve sebzelerin son derece kolay elde edilmesi, dondurulmuş gıda konusunda halen tüketicinin yeterli bilgi ve donanımına sahip olmaması da, tüketimi düşüren temel nedenler olarak göze çarpmaktadır. Ancak son yıllarda dondurulmuş gıda tüketicilerinin, konu ile ilgili daha

çok bilgi sahibi olmaya başladığı da yapılan çalışmalardan gözlemlenmektedir (Ayyıldız ve Keskin, 2010: 114).

Dondurulmuş gıda ürünlerin ülkemizde en çok rağbet gördüğü şehirler“İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir, Bursa, Antalya gibi büyük kentlerdir”. “Bu tüketimi artıran en büyük etmen ise dünyadaki ve ülkemizdeki insanların bilinçli hale gelmesi, derin dondurucu kullanımının yaygınlaşması ve büyük marketlerin sayılarının artması gösterilebilir”. “Dondurulmuş gıda tüketimi geçmiş yıllara oranla artış göstermesine rağmen Amerika ve Avrupa’ya oranla ülkemizde henüz çok düşük, fakat bu oran günden güne artmaktadır. Ortalama kişi başına tüketim ABD’de 51 kilo, Avrupa’da 35 kilo, Türkiye’de ise henüz 2,5 kilo civarındadır” (<http://www.bilgiustam.com/dondurulmus-gida-tuketiminin-faydalari-zararlari>, erişim tarihi: 21.12.2016).

Sektörde genel olarak hammadde üretiminin “%30-40’ı sözleşmeli tarımla” karşılanmakta, geri kalan bölüm ise küçük üretici ve yerel toptancılardan sağlanmaktadır. Sözleşmeli tarım daha çok Marmara Bölgesinde “bezelye, patates, domates, biber, brakoli ve Brüksellahanası” üretiminde uygulanmaktadır. Dondurulmak üzere üretimi yapılan başlıca meyveler “çilek, kiraz, vişne, erik ve kayısı, sebzeler ise patates, yeşil ve kırmızıbiber, domates, pırasa, bezelye, fasulye, mısır ve mantardır”. Ülkemizin uygun iklim koşulları ve sahip olduğu ekolojik özellikler, sektörün hammadde temini açısından avantajlı bir konuma sahip olmasına fırsat tanımaktadır (İSO, 2006: 76).

Ülkemiz açısından değerlendirildiğinde sektörün geçmişi oldukça yenidir. Ekonomi içerisinde yer alması 20 yılı bulmasına rağmen ancak son 5 yılda yurtiçi piyasa girmiş ve iç tüketim artış göstermiştir (Yurtman,2003:3).

Yaşanan elektrik kesintileri,süpermarket eksikliği ve oluşmuş önyargılar nedeni ile 20 yıldan fazla geçmişi olmasına rağmen sektör büyüklüğü 1 Milyar \$’a ancak ulaşabilmiştir.Dünyada sektör pazarı ise 285 Milyar \$’dır. Kentleşmenin getirdiği hızlı yaşam, halkın dondurulmuş hakkında bilinç düzeyinin artması ve kadınların iş hayatındaki rolünün artması bu oluşumda en büyük etkenler olarak göze çarpmaktadır (Hekimoğlu ve Altındağ, 2012: 6).

Dünyada yıllık “12 Milyar dolar ciro yapan İGLO” 2009’da Türkiye pazarına girmiştir. Oldukça dikkat çeken bu yatırım sayesinde sektörde ciddi hareketlenmeler olmuştur. İGLO,3 yıl içerisinde 400 kişilik istihdam ve 30 Milyon TL ciroya ulaşmıştır (Hekimoğlu ve Altındağ, 2012: 8).

Tüketicilerintempoluış ve sosyal yaşam saatlerinden dolayı, tüketimi gittikçe artan dondurulmuş gıdaların üretimi konusundadaçok sayıda üretici işletme, özellikle iç tüketime



yönelik olarak üretime başlamıştır. Dondurulmuş gıda sektörü “üretim, ihracat ve istihdam artırıcı etkisi nedeniyle”ülkemiz ekonomisine özellikle içinde bulunduğumuz dönemlerde ciddi katkılar sunmaktadır. Türkiye’deki dondurulmuş gıda tüketim potansiyelinin oldukça yüksek olması, uluslararası firmaların da iştahını arttırmaktadır. Zira ülkemizde dondurulmuş gıda tüketimi “0.5 kg’dan, 1 kg’a doğru” yaklaşmaktadır. Bu artışa rağmen dünya ölçeği ile kıyaslandığında düşükyüzdelere seyrettiği izlenmektedir (Gündüz ve Emir, 2010: 16).

Türkiye’de dondurulmuş gıda sektöründe son yıllarda aşağıdaki ürün gruplarına olan talep artmaktadır: Unlu mamuller “pizza, milföy, börek, mantı” Kaplanmış ürünler “patates kroket, tavuk kroket, soğan halka kroket, brokoli kaplama, karnibahar kaplama, karides kaplama” (İSO, 2006: 77).

**Tablo 1.4 Dondurulmuş Gıda Sektöründeki İlk 10 Firma**

<b>Firma Adı</b>	<b>Kuruluş Yeri</b>	<b>Kapasite (Ton /Yıl)</b>
Kerevitaş	Bursa	22.000
Merko	İzmir	20.000
Penguen	Bursa	17.000
Martaş	Bursa	16.000
Göztepe	Bursa	12.000
Özgörkey	İzmir	12.000
Önentaş	Çanakkale	10.000
Bidaş	Bursa	10.000
Ulubay	Çanakkale	10.000
Frigopak	Bursa	8.000

**Kaynak:**“Avrupa Birliği’ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”, Gıda Sektörü, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 76.

Dondurulmuş gıda sektöründeki ilk on firmanın coğrafi dağılımları ve kapasiteleri Tablo 1.4’de gösterilmiştir.

Dondurulmuş gıda sektörü üretiminin “%70-80 gibi büyük bir oranı ihraç edilmesine karşın, son yıllarda gerçekleşen gelir artışı ve değişen hayat şartları ile birlikte iç pazara yönelik üretim de artmıştır”. Türkiye’de dondurulmuş gıda üretim miktarı ve üretim değerlerinin 1999-2004 dönemindeki gelişimi Tablo 1.5’de verilmiştir.

**Tablo 1.5 Türkiye'de Dondurulmuş Gıda Üretim Miktarı ve Üretim Değerlerinin 1999-2004 Dönemindeki Gelişimi**

	Miktar	Değer
1999	13.106.892	6.046.433
2000	11.111.527	11.006.692
2001	12.704.184	13.947.554
2002	14.229.307	22.389.654
2003	18.349.223	30.816.486
2004	9.317.292	28.339.760

**Kaynak:**“Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”, Gıda Sektörü, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 77.

Yakın geçmişte kaplamalı (kroket) ürünlere olan talep önemli oranda artmıştır. Bu kategorideki artış tüketicilerin değişik lezzetler istediğini, yeniliğe açık oldukları gerçeğini göstermektedir. “Bilinçli tüketicilerin hormonsuz, katkı maddesiz, mevsiminde yetişen ürünleri tüketme isteği ülkemizde dondurulmuş gıdalara olan talebin büyümesini sağlamaktadır”. İç piyasada dondurulmuş ürünler perakende ve toplu tüketim olmak üzere iki ana kanalda satışa sunulmaktadır.

İç piyasa için üretilen dondurulmuş gıdaların %77'si toplu tüketim kanallarına satılmaktadır. Bunlar; restoranlar, tatil köyleri, oteller, okullar, hastaneler, askeri birlikler ve yemek fabrikalarıdır. Türkiye'de dondurulmuş gıda pazarının yaklaşık büyüklüğü Tablo 1.6'da verilmiştir (İSO, 2006: 78).

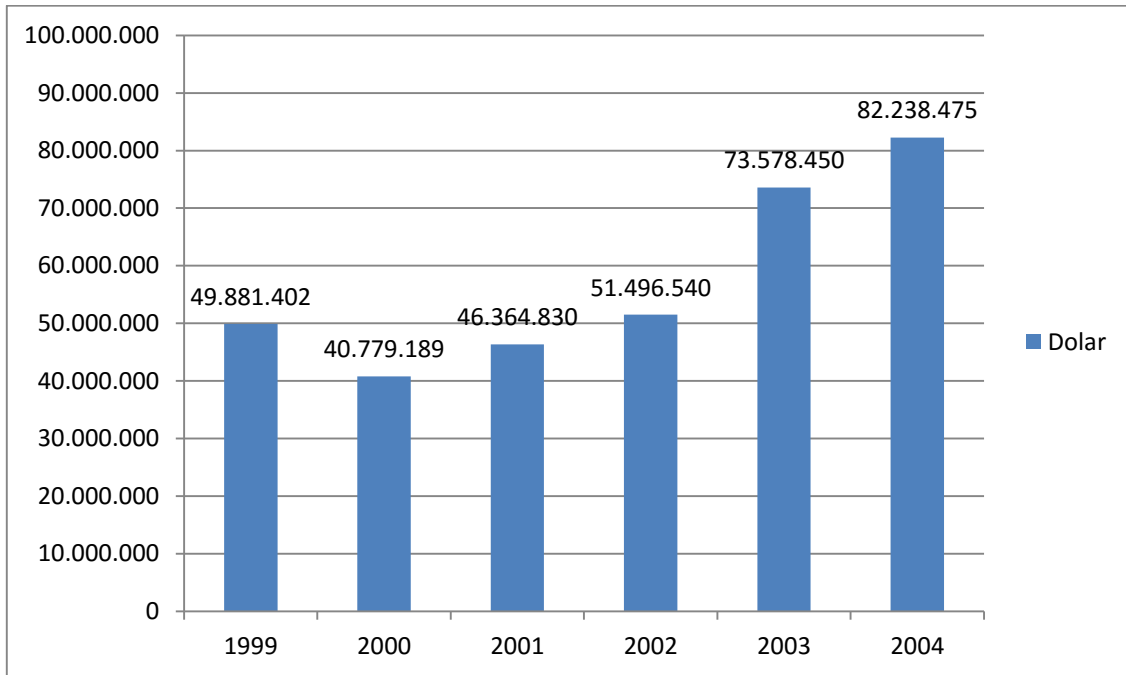
**Tablo 1.6 Türkiye'de Dondurulmuş Gıda Pazarının Büyüklüğü (Ton)**

	1998	1999	2000	2001	2002
Perakende	8.200	8.600	10.000	8.400	9.000
Toplu Tüketim	28.800	23.600	33.200	30.400	35.200
Toplam	37.000	32.200	43.200	38.800	44.200

**Kaynak:**“Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”, Gıda Sektörü, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 77.

Ülkemizde dondurulmuş sebze-meyve üretiminin “yaklaşık %70'i ihraç edilmektedir”. Bir başka ifadeyle, sektör ihracat ağırlıklı niteliktedir. İhracatın önemli bölümü AB ülkelerine gerçekleştirilmektedir. Sektör ihracatının %75'inden fazlası Fransa, Belçika, Hollanda, Almanya ve İngiltere'ye yapılmaktadır. Başlıca ihraç ürünleri “sebzede biber, patates ve domates, meyvede çilek, vişne ve eriktir”. Dondurulmuş sebzeler ağırlıklı olarak Almanya, Benelüks ülkeleri, Fransa ve İngiltere'ye gönderilirken, dondurulmuş biber özellikle Norveç'te

talep görmektedir. Türkiye'nin patates ihracatı genelde Yunanistan ve Lübnan'a yapılmaktadır. Organik dondurulmuş ürünler gelişmiş ülkelerde alıcı bulmaktadır (İSO, 2006: 79).



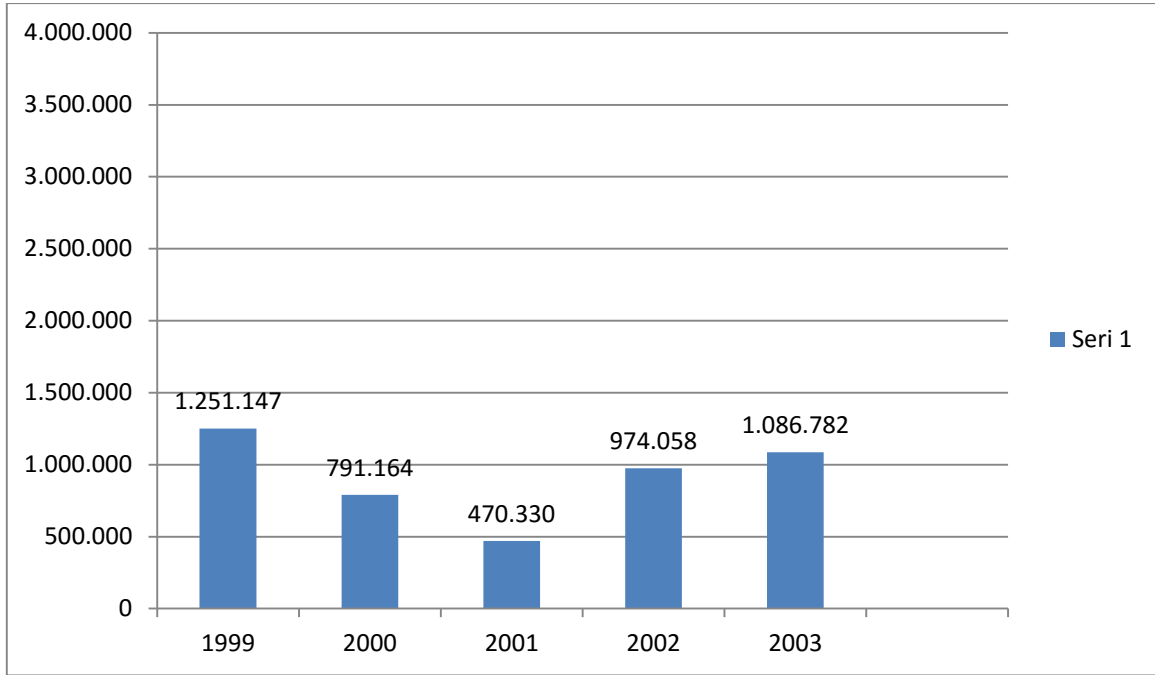
**Grafik 1.2 Dondurulmuş Gıda İhracatı (Dolar)**

**Kaynak:**“Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”, Gıda Sektörü, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 79.

1999-2004 yılları arasında dondurulmuş gıda sektörüne ait ihracat değerleri Grafik 1.2'de gösterilmiştir. 1999 yılında yaklaşık 50 milyon ABD Doları olan ihracat 2000 ve 2001 yılında düşüş eğilimine girmiş, 2002 yılında 51,5 milyon ABD Dolarına çıkmıştır. İhracat 2003 yılında bir önceki yıla göre önemli oranda artarak (%43) 73,6 milyon ABD Doları düzeyine erişmiştir.

Tabii zenginlikler bakımından“son derece zengin olan ülkemizde” dondurulmuş gıda sektörü ihracata dayalı üretim gerçekleştirdiğinde dolayı, bu ürünlerdeki ithalat oranları yüksek miktarları bulamamıştır.“İthalat zaman zaman yerel üretim yetersiz olduğunda gerçekleştirilmektedir”. Bazı firmalar hammaddeleri tekrar-işleyip, ihraç-edilmek-üzere ithalat yapmaktadır. Dondurulmuş sebze ithalatında konserve edilmiş sebzeler ağırlıkta olup, bu ithalatın yaklaşık %60'ını konserve patates oluşturmaktadır. İşlenmeden dondurulmuş sebze ithalatında bezelye ile üretimin düşük miktarlarda gerçekleştiği tatlı mısır ön plana çıkmaktadır. “Dondurulmuş meyvede vişne”, ithalatın yarısından fazlasını kapsamaktadır. Dondurulmuş meyve-sebze ithalatında önceki yıllarda AB ülkeleri ağırlıkta iken, Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkeleri de son yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. 1998 yılında bu ülkelerin payı

yükselmeye devam etmiş ve ithalatın yarısından fazlası bu ülkelerin içinden yapılmıştır. Ancak ithalat 1999 yılından bu yana 1milyon ABD Doları düzeyinde kalmıştır. 1999-2003 yılları arasında dondurulmuş gıda sektöründe yapılmış olan ithalat değerleri aşağıdaki Grafik 1.3'te gösterilmiştir (İSO, 2006: 79).



**Grafik 1.3 Dondurulmuş Gıda İthalatı (Dolar)**

**Kaynak:** Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi, Gıda Sektörü, İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 79.

“2010 yılında dondurulmuş gıda sektörünün dünya büyüklüğü 218 milyar dolar olarak ölçülmüştür”. Pazarın geçen 2011 yılında %4 büyüdüğü ve yaklaşık 235 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. “2015’te ise 261 milyar doları” aşacağı hesaplanmıştır. Bu artışta, gelişmekte olan devletlerdeki yükselen refahın etkisinin önemli derecelerde olacağı düşünülmektedir. Türkiye’de dondurulmuş gıda sektörünün “şu an için en büyük müşterisinin turizm sektörü” olduğu, bu sektörün de çok ciddi geliştiğini ve turizm sektörünün öncülüğünde dondurulmuş gıda üretiminin arttığını görmekteyiz.

2011 yılı sonunda, “ev dışı tüketimle birlikte pazarın büyüklüğü tonajda 381.000 tonu, ciroda ise 1 milyar lirayı bulmuştur”. Bu yükselişe etki eden hızlı gelişen turizm sektörü, sanayileşme süreci ve evde oturan kadın nüfusun iş hayatında daha fazla yer alması gibi faktörlerin gücü Türkiye’de dondurulmuş gıda tüketiminin de AB ülkeleri tüketim düzeylerine yetişme şansı yüksek bir olasılık içinde olduğu için, bu alandayeralan işletmelerinde artan bir rekabetin yaşandığı ve belkide daha da artacağı düşünülmektedir.

Alışlagelmiş mahalle arasında yer alan küçük marketlerden ziyade nürün çeşitliliği çok sayıda olan büyük gıda işletmelerinin yani büyük marketle-rin sayısının oldukça artması ve bununla birlikte alış-verişlerin yapılma sıklıklarının da azalış göstermesi (bir seferde çok almak nedeni ile) saklama zamanları çok daha uzun olan dondurulmuş gıdaların alışverişlerde tercih edilme nedenlerini arttırmıştır. “Özellikle toplu tüketim kanalında ve turizm sektöründe yoğun olarak kullanılan dondurulmuş gıda ürünleri, perakende kullanımda dondurulmuş market reyonlarının gün geçtikçe genişlemesi ve ürün sayısındaki artış nedeniyle hızla büyümektedir” (Hekimoğlu ve Altındağ, 2012:7).

Ek olarak“artan nüfus, yükselen gelirler, şehirleşme ve organize perakendeciliğin genişlemesi” gibi gelişmelerle birlikte işlenmiş, ambalajlanmış ve dondurulmuş gıda sektöründe yeni alternatifler sunulacağı düşünülmektedir

(<http://www.pwc.com.tr/tr/publications/arastirmalar/pdf/2041deturkiye.pdf>, erişim tarihi: 27.12.2016).

#### **1.4 Konu Hakkında Yapılmış Önceki Çalışmalar – Literatür Taraması**

Dondurulmuş gıda ürünlerinin tüketiminde bireylerin yada hane halkının sosyo ekonomik ve demografik özelliklerini ölçümleyen bazı çalışmalar literatürde yer almaktadır. Bu çalışmalardan ön plana çıkanları aşağıda özetlenmiştir.

Balcı (2001) çalışmasında; Adana şehrinde“konserve gıda tüketen bireylerin tüketimlerine etki eden ekonomik ve sosyal faktörleri incelemiştir”. Çalışma 259 aileye uygulanmış ve çok çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Küleççi vd.(2006) çalışmalarında; “Erzurum ilinde dondurulmuş gıda tüketimi ile sosyo-ekonomik özellikler arasındaki ilişkiler” tespit etmeye çalışmışlardır. 336 aile çalışmaya katılmıştır.

Özdemir Özkan vd. (2009) çalışmalarında; “sayısı giderek artmakta olan fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik tüketici tutumlarını incelemek ve akademisyenlerin bu tarz ürünler (yeni-yenilikçi) konusundaki bakış açılarını” belirlemeye çalışmışlardır.

Bektaş Kenanoğlu vd.(2010)çalışmaları; İzmir ili tüketicileri üzerine (271 tüketici) yapılmış bir çalışmadır. Amaç olarak “dondurulmuş gıda ürünlerine yönelik tüketim desenleri, eğilimleri ve satın alma” davranışlarının incelenmesi ön plana çıkmıştır. “Hazırlama kolaylığı ve zaman tasarrufu dondurulmuş gıda satın alan tüketici grubunun tercih nedenlerini oluştururken, dondurulmuş gıda satın almayan tüketiciler her mevsim taze sebze ve meyve bulabildikleri için” tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

Madran (1999) “Türk Tüketicisinin Gıda Tüketim Davranışları ve Türkiye Dondurulmuş Gıda Pazarında Tüketici Davranışları Üzerine Bir Çalışma konulu araştırmasında dondurulmuş gıda sanayini, bu sanayide pazarlama karması unsurlarını, tüketim yapısını belirleyen sosyo-ekonomik faktörleri” incelemiştir.

Mojduszka ve Caswell (2001), “Gıda Ürünlerinde Tüketici Tercihi ve Beslenme Bilgisi” adlı yaptıkları çalışmada, “ABD’de 1993-1998 yılları arasında dondurulmuş hazır gıdalarda talep modelini tahmin etmek, zorunlu veya gönüllü etiket kullanımının satın almada etkisini ölçmüşlerdir. Modelde, tüketicilerin geliri, beslenme bilgileri, besin etiketini kullanımları ile ürünün fiyatı, besleyici özellikleri yer almıştır. Fiyat, reklam, indirimler ve damak zevklerinin talepte önemli etkiye sahip olduğu, beslenme bilgisi ve etiket kullanımının önemli etkiye sahip olmadığı ve tüketici tercihi ve satın alma yapısının zorunlu etiketleme uygulamalarından sonra önemli olarak değişmediği ortaya konulmuştur”.

Türk İncel (2005) çalışmasında, tüketicilerin “besin güvenliği konusunda bilgi ve davranışlarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada; 18 yaş ve üzeri 500 (235 erkek, 265 kadın) gönüllü birey araştırma kapsamına alınmıştır”. Çalışma sonuçlarında kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre “besin güvenliği ile daha ilgili oldukları ve kadınların tükettikleri besinleri daha güvenilir buldukları” ortaya çıkartılmıştır.

Yatağan vd. (2015) çalışmalarında Isparta ilinde dondurulmuş gıda ürünlerinin tüketim tercihlerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma 270 aile ile yapılmış tüketicilerin çok çeşitli faktörlere göre dondurulmuş gıda tüketimini yaptıkları belirlenmiştir.

Gündüz ve Emir (2010) çalışmalarında dondurulmuş gıda tüketimini etkileyen faktörlerin analizini gerçekleştirmişlerdir. Çalışmalarını Samsun ilinde yaşayan 185 aile ile yapmışlardır ve dondurulmuş gıda tüketiminde etkili olan bazı sosyo demografik özellikleri saptamışlardır.

Özer (2013) çalışmasında Adana ili merkez ilçelerinde yaşayan aileleri hedef almıştır. Ve bu aileler üzerinde dondurulmuş gıda tüketim alışkanlıklarının gerekçelerini belirlemeye çalışmıştır.

Korkmaz (2011) çalışmasında dondurulmuş gıda tüketim kalıplarının üzerinde, kültürel farklılıkların etkili olup olmadığını belirleyebilmek amacı ile bir uygulama yapmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

#### 2.1 Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Son yıllar da gelişimini ve önemini hızla arttıran dondurulmuş gıda sektörünün incelenmesi bu çalışmanın temel amacıdır. Bu amaç doğrultusunda literatür baz alınarak hazırlanan bir anket formu yardımı ile Akdeniz Üniversitesi'nde çalışan“öğretim elemanlarının” dondurulmuş gıdaları tüketme veya tüketmeme nedenleri araştırılmıştır.

Araştırmanın kapsamını Akdeniz Üniversitesi'nde görev yapmakta olan öğretim elemanları oluşturmaktadır.

Araştırmanın sınırlılığını ise örneklem seçilirken, Akdeniz Üniversitesi'ne bağlı olup ilçelerde yer alan meslek yüksekokullarının araştırmaya dahil edilmemesi oluşturmuştur.

#### 2.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemine yönelik detaylar, araştırmanın örnekleme, veri toplama araçları, veri analiz teknikleri ve ilgili araştırmanın uygulama evreleri başlıkları altında aşağıda detaylandırılmıştır.

##### 2.2.1 Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın evrenini Akdeniz Üniversitesi'nde çalışan“öğretim elemanları” oluşturmaktadır. İlçeler hariç tutulduğunda merkez kampüs ve il merkezindeki çeşitli birimlerde görev yapmakta olan akademik personel sayısı iki bindir. Ana kütle içinden “tesadüfi olarak örneklem” seçilmiştir. “Literatürde yer alan tesadüfi örnekleme formülünde %5 hata oranı ile hesaplanan” 270 öğretim elemanına ulaşılması hedeflenmiş, ancak 230 anketten geri dönüş sağlanabilmiştir. Bu şekilde,“araştırmanın geri dönüş oranı” %85 olarak gerçekleşmiştir.Geri dönüş sağlanan 230 anketin 10 tanesi analize uygun olmadığı için, analize dahil edilmemiştir. Anketlerin büyük bir çoğunluğu katılımcılarla yüz yüze görüşülerek doldurtulmuştur.

##### 2.2.2 Veri Toplama Araçları

Buarştırma,“durum saptamaya ve betimlemeye yönelik” tanımlayıcı bir araştırmadır.Araştırmada veri toplamada kullanılan yöntem, anket yöntemidir. Anket formunda yer alan soruların bir kısmı “nominal ölçek” tipinde, bir kısmı Likert ölçek tipinde, bir kısmı

ise sıralama ve açık uçlu formlarda hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu (Ek1) ile örneklem kapsamındaki öğretim elemanlarına toplamda 18 soru yöneltilmiştir.

### 2.2.3 Veri Analiz Teknikleri

Anket değerlerinin analizinde “istatistik paket programlarından SPSS 17.0” (Statistical Package of SocialSciences) kullanılmıştır. Ankette yer alan sorular; tanımlayıcı istatistik yöntemlerinden olan “frekans dağılımı ve yüzde yöntemi ile analiz edilmiş” ve sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

### 2.2.4 Araştırmanın Uygulama Evreleri

Araştırmanın konusu belirlendikten sonra, konu ile ilgili olarak literatür çalışması yapılmış, araştırmanın yeterli derecede kapsamlı ve anlamlı olabilmesi için dondurulmuş gıda üretimi konusunda uzman sektör temsilcileri ile ön görüşmeler yapılmıştır. Literatürde ve ön görüşmeler sonucunda oluşturulan anket formu, pilot çalışma ile test edilmiş ve eksikleri tamamlanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 17.0 programına girilmiştir.

## 2.3 Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

Aşağıda, frekans dağılımı ve yüzde yöntemi ile analiz edilen veriler, tablolar aracılığı ile ifade edilmiştir.

### 2.3.1 Demografik Bulgular

**Tablo 2.1 Yaşa Göre Dağılım**

Yaş	n	%
20 ve altı	1	,5
21-30	67	30,5
31-40	86	39,1
41-50	47	21,4
51-60	17	7,7
60 ve üzeri	2	,9
<i>Toplam</i>	220	100,0

Tablo 2.1'e bakıldığında; katılımcıların %39,1'lik (86 kişi) büyük kısmının 31-40 yaş aralığında kişilerden oluştuğu, bunu %30,5 (67 kişi) ile 21-30 yaş aralığındaki kişilerin ve %21,4 (47 kişi) ile 41-50 yaş aralığındaki kişilerin takip ettiği görülmektedir.



**Tablo 2.2 Cinsiyete Göre Dağılım**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Kadın	107	48,9
Erkek	112	51,1
<i>Toplam</i>	<i>219</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.2, ankete katılan kişilerin cinsiyetlerine göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların %48,9'u (107 kişi) erkek olup, %51,1'i (112 kişi) kadınlardan oluşmaktadır.

**Tablo 2.3 Medeni Duruma Göre Dağılım**

<b>Medeni Durum</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Evli	117	54,4
Bekar	98	45,6
<i>Toplam</i>	<i>215</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.3, ankete katılan kişilerin medeni durumlarına göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların %54,4'ünün (117 kişi) medeni durumu evli, %45,6'sının (98 kişi) ise bekârdır.

**Tablo 2.4 Akademik Kariyere Göre Dağılım**

<b>Akademik Kariyer</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Okutman	21	9,6
Ar.Gör	81	37,2
Ar.Gör.Dr.	6	2,8
Öğr. Gör.	22	10,1
Öğr. Gör.Dr.	3	1,4
Yrd. Doç.Dr.	44	20,2
Doç. Dr.	25	11,5
Prof. Dr.	16	7,3
<i>Toplam</i>	<i>218</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.4, ankete katılan kişilerin üniversitede sahip oldukları akademik sıfat ve pozisyona göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların büyük çoğunluğunu 81 kişi (%37,2) ile Araştırma Görevlileri oluşturmaktadır. Bunu 44 kişi (%20,2) ile Yardımcı Doçent Doktorlar ve 25 kişi (%11,5) ile Doçent Doktorlar takip etmektedir.

**Tablo 2.5 Görevli Bulunan Birime Göre Dağılım**

<b>Birim</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Birim</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Dış Hekimliği Fakültesi	4	1,8	Tıp Fakültesi	23	10,6
Edebiyat	15	6,9	Turizm	10	4,6
Eğitim	4	1,8	Uygulamalı Bilimler	6	2,8
Fen	4	1,8	Ziraat	24	11,1
Güzel Sanatlar	9	4,1	İletişim	6	2,8
Hemşirelik	1	,5	Devlet Konservatuvarı	2	,9
Hukuk	17	7,8	Sağlık Yüksek Okulu	6	2,8
İktisadi İdari Bilimler	27	12,4	Beden Eğitimi ve Spor YO	3	1,4
İlahiyat	4	1,8	Yabancı Diller YO	6	2,8
Mühendislik	15	6,9	Sosyal Bilimler MYO	17	7,8
Su Ürünleri	8	3,7	Teknik Bilimler MYO	6	2,8
<i>Toplam</i>				<i>217</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.5, ankete katılan kişilerin üniversitede görevli oldukları birimlere göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; çalışmaya en yüksek katılım 27 kişi (%12,4) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nden sağlanmıştır. Ziraat Fakültesi (%11,1) ve Tıp Fakültesi (%10,6) da ile çalışmaya yüksek katılım sağlayan fakülteler arasındadır.

**Tablo 2.6 Çocuk Sayısına Göre Dağılım**

<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
1 çocuk	60	28,4
2 çocuk	40	19,0
3 çocuk	4	1,9
4 ve üzeri çocuk	1	,5
Çocuksuz	106	50,2
<i>Toplam</i>	<i>211</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.6, ankete katılan kişilerin sahip oldukları çocuk sayılarına göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların yarıya yakını (%50,2) çocuk sahibi değildir, %28,4'ü tek, %19'u iki, %1,9'u üç ve yalnızca tek bir katılımcı dört ve üzeri sayıda çocuk sahibidir.

**Tablo 2.7 Aylık Gelire Göre Dağılım**

<b>Aylık Gelir (TL)</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
3000 ve daha az	12	5,6
3001-6000	110	51,4
6001-10000	71	33,2
10001 TL ve üzeri	21	9,8
<i>Toplam</i>	<i>214</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.7, ankete katılan kişilerin aylık gelirlerine göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların %51,4'ü (110 kişi) aylık 3.001 ile 6.000 TL arasında aylık gelire sahip, %33,2'si (71 kişi) 6.001-10.000 TL, %9,8'i (21 kişi) 10.001 TL ve üzeri ve %5,6'sı (12 kişi) 3.000 TL ve daha az aylık gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir.

### 2.3.2 Gıda Tüketimine Yönelik Bulgular

**Tablo 2.8 Aylık Gıda Harcamasına Göre Dağılım**

Aylık Gıda Harcaması (TL)	n	%
500 ve altı	74	34,6
501-1000	47	22,0
1001-1500	34	15,9
1500 ve üzeri	59	27,6
<i>Toplam</i>	<i>214</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.8, ankete katılan kişilerin aylık gıda harcamalarına göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların çoğunun (%34,6) aylık gıda harcamaları 500 TL ve altındadır. İkinci sırada ise, 1.500 TL ve üzerinde gıda harcamaları yapan katılımcılar (%27,6) gelmektedir.

**Tablo 2.9 Aylık Dondurulmuş Gıda Harcamasına Göre Dağılım**

Aylık Dondurulmuş Gıda Harcaması (TL)	n	%
100 ve altı	117	66,9
101-150	11	6,3
151-200	12	6,9
200 ve üzeri	35	20,0
<i>Toplam</i>	<i>175</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.9, ankete katılan kişilerin aylık dondurulmuş gıda harcamalarına göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların yarısından fazlası (%66,9) dondurulmuş gıdalara 100 TL ve altında harcama yapmaktadırlar.

**Tablo 2.10 Dondurulmuş Gıda Tüketim Sıklığına Göre Dağılım**

Dondurulmuş Gıda Tüketim Sıklığı	n	%
Her gün	3	1,4
Haftada bir kaç kez	50	23,1
Ayda birkaç kez	70	32,4
Daha az	93	43,1
<i>Toplam</i>	<i>216</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.10, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda tüketim sıklıklarına göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların dondurulmuş gıda kullanma sıklığı çoğunlukla (%43,1) ayda birkaç kereden daha azdır.

### 2.3.3 Dondurulmuş Gıda Tüketim Faktörlerine Yönelik Bulgular

**Tablo 2.11 Dondurulmuş Gıdanın Tüketim Şekline Göre Dağılım**

<b>Dondurulmuş Gıda Tüketim Şekli</b>	<b>n</b>
Ana misafirler için	29
İşyerindeki tempolu günlerin sonunda	98
Alışkanlık şeklindeki rutinler için	39
Özel günler için	28
Diğer	51

Tablo 2.11, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda tüketim şekillerine göre olan dağılımlarını göstermektedir. Katılımcılar bu soruda birden fazla seçenek işaretleyebilmektedirler. Buna göre; sadece 4 katılımcı 3 farklı durumda dondurulmuş gıda tükettiklerini belirtmişlerdir. Bu katılımcılardan iki tanesi iş yerindeki tempolu günlerin sonunda, alışkanlık şeklindeki rutinler için ve özel günler için tükettiklerini belirtirken, bir katılımcı iş yerindeki tempolu günlerin sonunda, alışkanlık şeklindeki rutinler için ve diğer seçeneğini tercih etmiş, diğer katılımcı ise ana misafirler için, alışkanlık şeklindeki rutinler için ve özel günler için seçeneğini işaretlemiştir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde; dondurulmuş gıdaların en sık tüketilme tercihi (98 kişi) iş yerindeki tempolu günlerin sonundadır. Bu tercihi 51 kişi ile diğer seçeneği takip etmektedir. Diğer seçeneğini seçen katılımcıların büyük bir çoğunluğu dondurulmuş gıda tüketim şekli yada şartı olarak çocukların özel isteklerini gerekçe olarak belirtmişlerdir. Dondurulmuş gıdaların en sık tüketilme tercihi olarak işaretlenen üçüncü seçenek ise 39 kişi ile alışkanlık şeklindeki rutinler için tüketim olmuştur.

**Tablo 2.12 Dondurulmuş Gıdanın Temin Şekline Göre Dağılım**

<b>Dondurulmuş Gıda Tüketim Sıklığı</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Satın Alıyorum	88	40,0
Evde Kendim Donduruyorum	47	21,4
Hem kendim donduruyorum hemde satın alıyorum	64	29,1
Hiçbir Şekilde dondurulmuş gıda kullanmıyorum	21	9,5
<i>Toplam</i>	<i>220</i>	<i>100,0</i>

Tablo 2.12, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda temin şekillerine göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların dondurulmuş gıdayı temin etme şekilleri çoğunlukla (%40) satın alma şeklindedir. Katılımcıların %29'u dondurulmuş gıdayı hem kendi dondurduğunu hem de satın aldığını, %21'i ise dondurulmuş gıdayı evde kendi dondurmakta olduğunu belirtmiştir. Ankete katılanların %9,5'i hiçbir şekilde dondurulmuş gıda kullanmadığını belirtmiştir.

**Tablo 2.13 Dondurulmuş Gıda Etiketlerinde Önem Verilen Göstergelere Göre Dağılım**

<b>Dondurulmuş Gıda Etiketlerinde Önem Verilen Göstergeler</b>	<b>n</b>
İçindekiler	70
Besin değeri	25
Saklama koşulları	51
Üretim ve paketleme tarihi	94
Kalite onay ve kontrol	41
Diğer	36
Marka	114
Son kullanma tarihi	86
Hazırlama Talimatı	30

Tablo 2.13, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda satın alırken, ürün etiketleri üzerinde nelere dikkat ettiklerine göre olan dağılımlarını göstermektedir. Katılımcılar bu soruda birden fazla seçenek işaretleyebilmektedirler. Buna göre; dondurulmuş gıda satın alırken 114 katılımcı marka, 94 katılımcı üretim ve paketleme tarihi, 86 katılımcı ise son kullanma tarihine dikkat ettiklerini belirten seçenekleri tercih etmişlerdir. Buradan çıkan sonuç ile diyebiliriz ki; dondurulmuş gıda satın alırken tüketicilerin en çok dikkat ettikleri ürün etiket bilgileri sırası ile; marka, üretim-paketleme tarihi ve son kullanma tarihidir.

Katılımcıların dondurulmuş gıda satın alırken ürün etiketi üzerinde en az dikkat ettikleri gösterge ise (25 kişi) besin değeri olarak belirlenmiştir.

En çok bir arada göz önüne alınarak işaretlenen ürün etiketi bilgileri ise; üretim ve paketleme tarihi ile birlikte markadır (78 kişi bu iki seçeneği eş anlı olarak işaretlemiştir). Yine aynı şekilde eş anlı olarak bir arada işaretlenen ikinci ikili ise; içindekiler ve marka bilgileri olmuştur (58 kişi bu iki seçeneği eş anlı olarak işaretlemiştir).

**Tablo 2.14 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Tüketim Sıklığına Göre Dağılım**

Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Tüketim Sıklığı	Ortalama*
Kırmızı et ürünleri	1,8795
Tavuk eti ürünleri	1,7798
Deniz ürünleri	1,5652
Tuzlu unlu mamuller	1,0784
Tatlı unlu mamuller pastalar	,8684
Meyveler	,6419
Sebzeler	1,6352
Kroket grubu	1,1242
Patates grubu	1,3567

\*0= Hiç, 1= Nadiren, 2= Bazen, 3= Sık sık, 4= Daima

Tablo 2.14, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda ürünlerini ne sıklıkla temin ettiklerine göre (satın alma yada evde hazırlama) olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; kırmızı et, tavuk eti ve sebzeler satın alma veya evde hazırlama yoluyla en sık temin edilen ürünler olarak göze çarpmaktadır. Tam tersi olarak meyveler ve tatlı unlu mamuller ise çok daha seyrek olarak temin edilen dondurulmuş gıda ürünleri olarak belirlenmiştir.

### 2.3.4 Dondurulmuş Gıda Satın Alma yada Almama Kararına Yönelik Bulgular

**Tablo 2.15 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınma Kararına Göre Dağılım**

Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınma Kararını Etkileyen Faktörler	Ortalama*
Zaman tasarrufu, pratikliği	3,3636
Hazırlama kolaylığı	3,2708
Lezzeti	1,9403
Besin değeri	1,3968
Çocukların istemesi	1,1587
İlaç, hormon, katkı maddesi içerip içermemesi	2,3731
Fiyatının uygunluğu	1,7481
Her mevsim bulunabilirliği	2,4427
Reklam ve promosyonlar	1,1832
Ürün çeşitliliği	1,8485
Dayanıklılığı	2,5038
Farklı lezzet arayışı	1,7557
Alışkanlıklar	1,5615
Arkadaş tavsiyesi	1,1484
Hijyen	2,1069

\*0 = Etkisiz, 1 = Biraz Etkili, 2 = Orta Derecede Etkili, 3 = Oldukça Etkili, 4 = Çok Etkili

Tablo 2.15, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda ürünlerini satın alma kararını etkileyen faktörlere göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların dondurulmuş gıda satın alma kararında en çok zaman tasarrufu, pratikliği (ortalama 3,3636) etkilidir. Bunu hazırlama kolaylığı (ortalama 3,2708) takip etmektedir. Arkadaş tavsiyesi ve çocukların istemesi dondurulmuş gıdaların satın alınması konusunda en az etkili olan seçeneklerdir.

**Tablo 2.16 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınmama Kararına Göre Dağılım**

Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Satın Alınmama Kararını Etkileyen Faktörler	Ortalama*
Sağlık açısından zararlı olması	3,0813
Lezzetinin yetersizliği	2,4872
Besin değerinin düşüklüğü	2,3932
Fiyatının yüksekliği	1,3796
Doyurucu olmaması	1,0935
Taze olmamaları	2,6087
Konserve gibi görmemiz	2,0550
Yeterli bilginin olmaması	1,2547
Alışkanlığımızın olmaması	2,2632

\*0 = Etkisiz, 1 = Biraz Etkili, 2 = Orta Derecede Etkili, 3 = Oldukça Etkili, 4 = Çok Etkili

Tablo 2.16, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda ürünlerini satın almama kararını etkileyen faktörlere göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların dondurulmuş gıda satın almama kararında dondurulmuş gıdaların sağlık açısından zararlı olması (ortalama 3,0813) ve taze olmamaları (ortalama 2,6087) katılımcıların satın almamaları konusunda en etkili faktörlerdir. Dondurulmuş gıdaların doyurucu olmamaları (ortalama 1,0935) satın alınmaması konusunda en az etkili olan seçenektir.

**Tablo 2.17 Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Evde Hazırlanma Kararına Göre Dağılım**

Dondurulmuş Gıda Ürünlerinin Evde Hazırlanma Kararını Etkileyen Faktörler	Ortalama*
Hazır ürünlere güvenilmemesi	2,9196
Çok daha ucuza mal olması	2,3196
Her mevsim kullanılabilmesi	3,0000
Pratik olması	2,8515
Daha hijyen olması	2,9808
Farklı formlarda hazırlanabilmesi (bütün-parçalı vb)	3,0101
Hormonsuz ve daha taze ürünlerden hazırlanabilmesi	3,2804

\*0 = Etkisiz, 1 = Biraz Etkili, 2 = Orta Derecede Etkili, 3 = Oldukça Etkili, 4 = Çok Etkili

Tablo 2.17, ankete katılan kişilerin dondurulmuş gıda ürünlerini satın almak yerine evde hazırlama kararlarını etkileyen faktörlere göre olan dağılımlarını göstermektedir. Buna göre; katılımcıların dondurulmuş gıdaların hormonsuz ve daha taze ürünlerden hazırlanabilmesi (ortalama 3,2804) evde hazırlanma kararında en etkili faktördür. Çok daha ucuza mal olması seçeneği ise (ortalama 2,3196) bu kararı verirken en az etkili olan faktördür.



## SONUÇ

Her birey, potansiyel bir tüketicidir. Ve her tüketicinin sahip olduğu ekonomik, kültürel ve sosyal yetileri farklıdır. Bu nedenle tüketim tercihlerinde de farklılaşmalar meydana gelmektedir. Literatürde dondurulmuş gıdasektöründe faaliyet gösteren üretici ve pazarlayıcı firmalar açısından, potansiyel tüketicilerin sahip olduğu bu tür özelliklerin bilinmesinin, oldukça önem arz ettiği bilinci ile yapılmış bazı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak bu çalışma, uygulamanın yapıldığı örnekleminin eğitim seviyesinin ve iş hayatındaki pozisyonunun yüksekliği nedeni ile literatürdeki benzer amaçlı çalışmaların hepsinden farklılık göstermektedir. Henüz ülkemizde gelişim aşamasında olan dondurulmuş gıda ürünlerinin hitap ettiği tüketici gruplarının ekonomik durumları, demografik özellikleri, sosyal statüleri ile dondurulmuş gıda tüketimleri arasındaki ilişki iyi analiz edebilir ve bu tür çalışmalardan elde edilecek tüketiciler tercihlerini dikkate alarak üretim ve pazarlama stratejileri gerçekleştirirse, ilgili pazarın gelişimi kaçınılmaz olacaktır.

Son yıllar da gelişimini ve önemini hızla arttıran dondurulmuş gıda sektörünün incelenmesi bu çalışmanın temel amacı olmuştur. Bu amaç doğrultusunda literatür baz alınarak hazırlanan bir anket formu yardımı ile Akdeniz Üniversitesi'nde görev yapmakta olan öğretim elemanlarının dondurulmuş gıdaları tüketme veya tüketmeme nedenleri ile örneklemin sahip olduğu demografik özellikler araştırılmıştır.

*Araştırma sonuçlarına göre 220 katılımcının;*

- ✓ %39,1'lik kısmı 31-40 yaş aralığındadır.
- ✓ %51,1'i kadınlardan oluşmaktadır.
- ✓ %54,4'ü evlidir.
- ✓ %37,2'si Araştırma Görevlisidir.
- ✓ %12,4'ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde görevlidir.
- ✓ %50,2'si çocuk sahibi değildir.
- ✓ %51,4'ü aylık 3.001 ile 6.000 TL arasında aylık gelire sahiptir.

Dondurulmuş gıda tüketen ailelerin oranı gelirdeki yükselişe bağlı olarak artış göstermektedir. Bu konuda Külekçi, Topaloğlu ve Aksoy'un 2006 yılında yapmış oldukları "Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Özelliklerin Belirlenmesi; Erzurum İli Örneği" çalışmalarında; düşük gelir grubunda dondurulmuş gıda tüketen aile oranı %4.7 iken, yüksek gelir grubunda bu oranın %58.5'e ulaştığı belirtilmiştir.

Yine literatürdeki benzer çalışmalarda gelir durumu ile dondurulmuş gıda satın alma davranışı arasında doğrusal bir ilişki olduğu, gelir düzeyi arttıkça, dondurulmuş gıda satın alma davranışının da arttığı yönünde bulgular yer almaktadır (bunun için bk: Yatağan vd., 2015; Bektaş Kenanoğlu vd., 2010; Gündüz ve Emir 2010; Külekçi vd., 2006).

- ✓ %34,6'sının aylık gıda harcamaları 500 TL ve altındadır.
- ✓ %66,9'u dondurulmuş gıdalara 100 TL ve altında harcama yapmaktadırlar.

Yatağan, Yalçın, Kart Örmeci ve Demircan'ın 2015 yılında yaptıkları bir çalışmada "Isparta İlinde Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri" araştırılmış ve Isparta ilinde yaşayan 270 ailenin aylık dondurulmuş gıda harcamaları ortalama 70 TL olarak bulunmuştur.

- ✓ %43,1'inindondurulmuş gıda kullanma sıklığı ayda birkaç kereden daha azdır.
- ✓ 98'inin dondurulmuş gıdaları en sık tüketme tercihi iş yerindeki tempolu günlerin sonundadır.

Tablo 2.11'e göre dondurulmuş gıdanın en çok tercih nedeni, yoğun iş temposudur. Bu sonuç literatürdeki benzer çalışma bulguları ile de uyumludur.

- ✓ %40'ıdondurulmuş gıda satın almakta, %29'u hem evde dondurmakta hem de satın almakta, %21'i dondurulmuş gıdayı sadece evde kendi dondurmakta, %9,5'i ise hiçbir şekilde dondurulmuş gıdakullanmamaktadır.

Çalışmamızda dondurulmuş gıdanın daha çok satın alınıyor olması, literatürdeki benzer çalışmalar ile farklı bir sonuç olarak göze çarpmaktadır. Bunun nedeninin ise çalışmanın örnekleminin üniversite öğretim elemanlarından oluşmasından ileri geldiği düşünülmektedir. Zira literatürdeki benzer çalışmalarda eğitim düzeyi ile dondurulmuş gıda satın alma davranışı arasında doğrusal bir ilişki olduğu, eğitim düzeyi arttıkça, dondurulmuş gıda satın alma davranışının da arttığı yönünde bulgular yer almaktadır (bunun için bk: Yatağan vd., 2015; Bektaş Kenanoğlu vd., 2010; Gündüz ve Emir, 2010; Külekçi vd., 2006).

Yatağan vd.'nin 2015 yılında 270 aile üzerinde yaptıkları "Isparta İlinde Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri" adlı çalışmalarında dondurulmuş gıdayı evde hazırlıyorum diyenler (%48), hem evde hazırlıyor hem satın alıyorum diyenler (%38), satın alanlar ise (%14) olarak belirlenmiştir.

- ✓ 114'ü dondurulmuş gıda satın alırken markaya, 94'ü üretim ve paketleme tarihine, 86'sı ise son kullanma tarihine dikkat etmektedirler.

Yatağan, Yalçın, Kart Örmeci ve Demircan'ın 2015 yılında yaptıkları benzer bir çalışmada da hemen hemen aynı bulgular ortaya çıkmıştır. Yatağan, Yalçın, Kart Örmeci ve Demircan'ın çalışmasında dondurulmuş gıda satın alırken tüketicilerin en çok dikkat ettikleri ürün etiket bilgileri sırası ile; üretim tarihi, marka-firma ve fiyattır.

*Araştırmanın diğer bulguları da şu şekildedir;*

- ✓ Dondurulmuş gıda ürün çeşitlerinden kırmızı et, tavuk eti ve sebzeler satın alma veya evde hazırlama yoluyla en sık temin edilen ürünler olarak göze çarpmaktadır. Tam tersi olarak meyveler ve tatlı unlu mamuller ise çok daha seyrek olarak temin edilen dondurulmuş gıda ürünleri olarak belirlenmiştir.

Yatağan, Yalçın, Kart Örmeci ve Demircan'ın 2015 yılındaki benzer nitelikteki çalışmalarında da tüketicilerin en çok tercih ettikleri dondurulmuş gıda ürünü sırası ile sebze, et ürünleri ve hamur işi olarak belirlenmiştir. Bektaş Kenanoğlu, Miran, Uysal Karahan, Günden ve Cankurt'un 2010 yılındaki bir çalışmalarında ise tüketicilerin en çok tercih ettikleri dondurulmuş gıda ürünü olarak; et ürünleri ve unlu mamuller göze çarpmaktadır.

- ✓ Dondurulmuş gıda satın alma kararında en çok zaman tasarrufu, pratikliği etkilidir. Bunu hazırlama kolaylığı takip etmektedir. Arkadaş tavsiyesi ve çocukların istemesi dondurulmuş gıdaların satın alınması konusunda en az etkili olan seçeneklerdir.

Tablo 2.15'de ki sonuçlar literatürdeki benzer çalışmalar ile uyumludur. Örneğin, Külekçi, Topaloğlu ve Aksoy'un 2006 yılındaki benzer nitelikteki çalışmasında da katılımcıların dondurulmuş gıda satın alma kararında en çok etkili olan nedenler sırası ile zaman tasarrufu, hazırlanma kolaylığı ve mevsimsel farklılık olarak belirlenmiştir.

Yatağan, Yalçın, Kart Örmeci ve Demircan'ın 2015, Bektaş Kenanoğlu, Miran, Uysal Karahan, Günden ve Cankurt'un 2010, Gündüz ve Emir'in 2010, Külekçi, Topaloğlu ve Aksoy'un 2010 yılında ki çalışmalarında da Tablo 2.15 ile aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Özetle tüketicilerin dondurulmuş gıda satın alma kararında en çok bu ürünlerin yarattığı zaman tasarrufu, pratikliği ile yine bu ürünlerin hazırlama kolaylığı etkili olmaktadır.

- ✓ Dondurulmuş gıda satın almama kararında dondurulmuş gıdaların sağlık açısından zararlı olması düşüncesi ve taze olmamaları düşüncesi katılımcıların satın almamaları konusunda en etkili faktörlerdir. Dondurulmuş gıdaların doyurucu olmamaları düşüncesi ise satın alınmamaları konusunda en az etkili olan seçenektir.

Benzer bir çalışma Bektaş Kenanoğlu, Miran, Uysal Karahan, Günden ve Cankurt tarafından 2010 da yapılmış ve “tüketicilerin dondurulmuş gıda ürünlerini satın almama kararını” etkileyen faktörlerin başında; “her mevsim her çeşit taze ürün bulunabilmesi nedeniyle tazesi varken dondurulmuşu tercih etmemek çok etkili bir neden olarak” bulunmuştur. Bunu, ürünlerin taze olmaması seçeneği takip etmektedir. Literatürde bu konuda yapılan benzer nitelikte ki çalışmalarda da benzer sonuçlara rastlanmıştır. Kanımızca yaşadığımız coğrafyanın besin maddeleri konusundaki üretkenliği ve halen tüketicilerimizin dondurulmuş gıda konusunda yeterince doğru bilgi sahibi olmamaları gibi etkenler, dondurulmuş gıdanın tercih edilmemesinin arkasında yatan en temel etkenler olarak görülmektedir.

- ✓ Dondurulmuş gıdaların hormonsuz ve daha taze ürünlerden hazırlanabilmesi evde hazırlanma kararında en etkili faktördür. Çok daha ucuza mal olması seçeneği ise bu kararı verirken en az etkili olan faktördür. Sanılanın aksine, dondurulmuş gıdaların fiyatları, satın alma yada evde dondurma kararı verirken etkili bir seçenek değildir.

Özer’in 2013 yılındaki benzer nitelikte ki çalışmasında, dondurulmuş gıdaların evde hazırlanma kararında etkili olan ilk üç seçenek sırası ile; daha temiz olması, her mevsim ihtiyacın karşılanabilmesi, hazır olarak satılanlara güvenilmemesi olarak belirlenmiştir.

Yine literatürdeki benzer çalışmalarda tüketicilerin eğitim seviyesinin artması ile evde dondurulmuş gıda hazırlama olasılığının azalma eğilimi gösterdiği belirlenmiştir. Geleneksel tarzda evde dondurulmuş gıda hazırlama alışkanlığı hane halkının yaşam alanlarına derin dondurucuların girmesi ile birlikte başlamıştır. Özellikle kurban bayramlarında etlerin, mevsim geçişlerinde sebzelerin dondurulup saklanması, bunlara ilaveten çalışan kadınlarda hamur işlerinin ve önceden hazırlanmış köfte vb yiyeceklerin dondurulması giderek yaygınlaşmıştır. Yine dondurulmuş gıda ile ilgili toplumun yeterince bilgilendirilmemesi, marketlerde satılan dondurulmuş gıdanın halen sağlıksız bir saklama ve tüketim şekli olduğu yönündeki inanın toplumda hakim olmasına neden olmaktadır. Ki bizim de çalışmamızda Tablo 2.16’da, çalışmamızın örnekleminin üniversitede çalışan öğretim elemanlarından oluşmasına karşın, dondurulmuş gıdaların satın alınmamasındaki en büyük etken tüketicilerin bu gıdaları sağlıksız olarak görmesi olarak belirlenmişti.

Dondurulmuş gıdaların evde hazırlanması ile üreticiler tarafından teknolojik yöntemler kullanılarak dondurulması arasındaki farklılıklara, çalışmanın birinci bölümünde değinilmiştir.

Dondurulmuş gıda ürünleri, bir yanıyla yüksek katma değere sahip olmaları, diğer yanı ile de ihracata uygun olmaları nedeni ile dünyaya paralel olarak ülkemizde de dramatik şekilde önem kazanmakta olan bir gıda sanayi koludur. Son dönemlerde dondurulmuş gıda pazarı; sağlıklı beslenme konusunda ki toplumda oluşan farkındalık, ev kadınlarının iş hayatında aktif rol almaları, çalışma sürelerinin uzaması, sosyal hayatın artması, gelir, eğitim ile bilinç düzeyinde ki artış gibi nedenlerle hızla artan bir yurt içi talep ile karşı karşıyadır. Bu talep, üreticilerinde dikkatini çekmektedir.

Ülkemizde“dondurulmuş gıda tüketim miktarları”, ciddi şekilde yükselme eğilimi göstermesine karşın, gelişmiş dünya ülkeleri ile tüketim miktarları açısından kıyaslama yapmak yine de mümkün olmamaktadır. Ülkemizin sahip olduğu coğrafi konum gereği toprak, su ve iklim çeşitliliği gibi zengin doğal kaynakları, Batı ve Doğu pazarları arasındaki uygun coğrafi konumu, sahip olduğumuz genç nüfus, kadınların iş ve sosyal hayatta hayatında giderek aktifleşmesi, dondurulmuş gıda sanayiinin öneminin gelecekte daha fazla artacağına birer göstergesidir.

TUİK verilerine göre (2016) ülkemizde nüfusunun “%49,8’ini kadın nüfusundan oluşmaktadır. TUİK’in 2017 yılında yayınladığı ilgili raporuna göre; cinsiyete göre seçilmiş göstergelere bakıldığında 2015 kadın istihdam oranı erkeklerin istihdam oranının yarısından az, Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; 2015 yılında, Türkiye’de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde istihdam oranı %46 olup, bu oran erkeklerde %65, kadınlarda ise %27,5 olmuştur. Avrupa Birliği üye ülkelerinin istihdam oranı incelendiğinde; 2015 yılında kadın istihdam oranının en yüksek olduğu ülke %74 ile İsveç iken en düşük olduğu ülke %42,5 ile Yunanistan olmuştur. Avrupa Birliği üye ülkelerinin (28 ülke) ortalama kadın istihdam oranı ise %60,4 olmuştur. Avrupa Birliği üye ülkelerinde 2015 yılında erkek istihdam oranının en yüksek olduğu ülke %79 ile Hollanda iken en düşük olduğu ülke %59,3 ile Yunanistan olmuştur. Avrupa Birliği üye ülkelerinin ortalama erkek istihdam oranı ise %70,8 olmuştur”. Tablo 1 cinsiyete göre bazı seçilmiş göstergeleri sunmaktadır. Dondurulmuş gıda tüketiminde kadının çalışıyor olmasının ve eğitim düzeyinin öneminden dolayı, ilgili tablo önem arz etmektedir.

**Tablo 1 Cinsiyete Göre Seçilmiş Göstergeler (2015 – Türkiye- %)**

<b>Seçilmiş Göstergeler</b>	<b>Toplam</b>	<b>Erkek</b>	<b>Kadın</b>
Okur-yazar olmayan nüfus oranı (25+ yaş)	5,4	1,8	9,0
Yüksekokul yada fakülteden mezun nüfus oranı (25+ yaş)	15,5	17,9	13,1
İstihdam oranı (15+ yaş)	46,0	65,0	27,5

İşgücüne katılım oranı (15+ yaş)	51,3	71,6	31,5
İşsizlik oranı (15+ yaş)	10,3	9,2	12,6
Genç işsizlik oranı (15-24 yaş)	18,5	16,5	22,2

**Kaynak:** TÜİK, İstatistiklerle Kadın, 2016 ([www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=24643](http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=24643), erişim tarihi: 11.05.2016).

Ülkemizin coğrafi konumuna bağlı olarak tarımsal kaynaklar bakımından oldukça zengin bir ülke olmasına karşın, ilgili sektörün dondurulmuş gıdaların üretimi için standart ve uygun kalitede hammadde temininde zorluklar yaşadığı bilinmektedir.

Sektörün, bu tür alan çalışmalarını destekleyerek tüketiciler arasında bazı yaygın olumsuz inanışları yenmeye yönelik adımlar atması da yerinde olacaktır. Örneğin halen dondurulmuş gıdanın sağlıksız olduğu, çok pahalı olabileceği, sadece yüksek gelir grubuna hitap ettiği, lüks bir tüketim alışkanlığı olduğu, hatta katkı maddesi ve koruyucular içerdiği, besin değerlerinin çok düşük olduğu yönünde inanış tüketicisi pazarının geneline hakim durumdadır.

## KAYNAKÇA

- Ayyıldız, H. ve Keskin, D. (2010). “Dondurulmuş Hazır Gıda Dağıtım Kanalında Dikey Yönlü Çatışma Davranışı: Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Bir Alan Araştırması”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2): 107-127.
- Atlan, M. ve İşleyici, Ö. (2012). “Van İli’nde Dondurulmuş Olarak Satışa Sunulan Bazı Et Ürünlerinin Mikrobiyolojik Kalitesi”. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 7(2), 93-103.
- Bektaş Kenanoğlu, Z., Miran, B., Uysal Karahan, Ö., Günden, C. ve Cankurt, M. (2010). “Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri: İzmir İli Örneği”. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 47(3): 211-221.
- Çelik, U., Çaklı, Ş. ve Taşkaya, L. (2002). “Bir Süpermarkette Tüketime Sunulan Dondurulmuş Su Ürünlerinin Biyokimyasal Kompozisyonu, Fiziksel ve Kimyasal Kalite Kontrolü”. *Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Dergisi*, 19 (1/2): 85 – 96.
- Çurkan, A., Tamer, C. Ece. ve Çopur, Ö. U. (2012). “Dondurulmuş Meyve - Sebze İhracatının Analizi”. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 26(1): 73-82.
- Demiray, E. ve Tülek, Y. (2010). “Donmuş Muhafaza Sırasında Meyve ve Sebzelerde Oluşan Kalite Değişimleri”. *Akademik Gıda Dergisi*, 8(2): 36-44.
- Durak, M. G. ve Ünverdi, İ. (2014). “Dondurulmuş Gıda Lojistiğinde Maliyet Bilgisinin Kullanımı”. *Business and Economics Research Journal*, 5(4): 19-41.
- Gündüz, O. ve Emir, M. (2010). “Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Samsun İli Örneği”. *HR. Ü. Z.F. Dergisi*, 14(3): 15-24.
- Hekimoğlu, B. ve Altındağ, M. (2012). *Samsun’da Dondurulmuş Gıda Sektör Potansiyeli (Dünya’da ve Türkiye’de Genel Durum)*. Strateji Geliştirme Birimi Raporu, Samsun.
- Hızlı Dondurulmuş Gıda Maddeleri Tebliği, Yetki Kanunu: Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği, Yayımlandığı Resmi Gazete: 13.01.2005 Tarih ve Sayı 25699, Tebliğ No: 2004/46.
- İSO - İstanbul Sanayi Odası. (2006), *Avrupa Birliği’ne Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi Gıda Sektörü Raporu*. İstanbul Sanayi Odası Yayınları, İstanbul.
- Kasnak, C., Toğrul, H. ve Çağlar, A. (2009). “Bireysel hızlı dondurma tekniği ile dondurulmuş vişnelerde depolama süresince duyuşal değişimler”. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Kongre Kitabı*. 27-29 Mayıs 2009, Van, s. 470-473.
- Kızıl, M. (2007). “Dondurulmuş Sebze ve Meyveler”. *Standard Dergisi*, 46(547): 60-63.

- Korkmaz, N. (2011). *Kültürel Farklılıkların Dondurulmuş Gıda Tüketim Kalıplarına Etkisi: Polonya- Türkiye Karşılaştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Külekcı, M., Topaloğlu, A. ve Aksoy, A. (2006). “Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Özelliklerin Belirlenmesi; Erzurum İli Örneği”. *Ataturk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 37(1): 91-101.
- Maden, B., Toğrul, H. ve Çağlar, A. (2009). “Bireysel Hızlı Dondurma Tekniği İle Dondurulmuş Kayıslarda Depolama Süresince Yapısal Değişimler”. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Kongre Kitabı.*, 27-29 Mayıs 2009, Van, s. 465-469.
- Madran, C. (1999). “Türk tüketicisinin gıda tüketim davranışları ve türkiye’de dondurulmuş gıda pazarında tüketici davranışları üzerine bir çalışma”. *Ulusal Pazarlama Kongresi Kongre Kitabı*. 18-20 Kasım 1999, Antakya, s.321-328.
- MEB - Milli Eğitim Bakanlığı. (2009). *Dondurulmuş Sebze ve Meyve Üretimi*. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- MEB – Milli Eğitim Bakanlığı. (2011). *Gıda Teknolojisi Gıda Muhafaza İlkeleri*. T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Mojduszka, E. ve Caswell, J. (2001). “Consumer choice of foodproductsandnutritioninformation”. *71st EAAE Seminar*, 19-21 April 2001, Zaragoza, Spain.
- Özdemir Özkan, P., Fettahlıoğlu, S. ve Topoyan, M. (2009). “Fonksiyonel Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tutumlarını Belirleme Üzerine Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 9(4):1079-1099.
- Özer, B. (2013). *Adana İli Merkez İlçelerinde Tükjeticilerin Dondurulmuş Gıda Tüketim Alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Gıda Sanayii İK Raporu Dondurulmuş Gıda Sanayii Alt Komisyon Raporu, <http://ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik643.pdf> 6.
- Toplu Tüketim Yerleri İçin Hijyen Esasları ve İyi Uygulama Kılavuzu, Kılavuz No: 5, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.
- TUİK, İstatistiklerle Kadın, [www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=24643](http://www.tuik.gov.tr/PdfGetir.do?id=24643), (erişim tarihi: 11.05.2016).
- Türk İncel, E. (2005). *Yetişkin Tüketicilerin Besin Güvenliği Konusunda Bilgi Ve Davranışları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.



- Yatağan, F., Yalçın, G., Kart Örmeci, Ç. ve Demircan, V. (2015). “İsparta İlinde Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri”. *The Journal of Food*, 40(2): 1-8.
- Yönlü, T., (2004). *Türkiye 'de Dondurulmuş Gıda Sektörü: Yapı, Davranış, Performans Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yurtman, A, (2003), *Dondurulmuş Gıda Sektör Raporu*, İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi Yayınları, İstanbul.
- Yüksel C. A. (2002). "Dondurulmuş Hazır Yemek Satın Alan Tüketicilerin Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Arastırma". *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 1(2): 91-103.
- [http://www.ab.gov.tr/files/tarama/screening\\_files/12/ch\\_12\\_tarama\\_sonu\\_raporu\\_tr.pdf](http://www.ab.gov.tr/files/tarama/screening_files/12/ch_12_tarama_sonu_raporu_tr.pdf), (erişim tarihi: 21.12.2016).
- <http://www.bilgiustam.com/dondurulmus-gida-tuketiminin-faydalari-zararlari>, (erişim tarihi: 21.12.2016).
- [http://perakendebulten.com/kanal/fmcg\\_gida\\_market/dondurulmus\\_gida\\_pazari\\_450\\_milyon\\_liralik\\_buyukluge\\_ulasti\\_.htm](http://perakendebulten.com/kanal/fmcg_gida_market/dondurulmus_gida_pazari_450_milyon_liralik_buyukluge_ulasti_.htm), (erişim tarihi: 10.05.2017).
- <http://www.pwc.com.tr/tr/publications/arastirmalar/pdf/2041deturkiye.pdf>, (erişim tarihi: 21.12.2016).

## EK 1-ANKET FORMU ÖRNEĞİ

### DONDURULMUŞ GIDA TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Bu çalışma, Akdeniz Üniversitesinde görev yapmakta olan öğretim elemanlarının dondurulmuş gıda ürünlerini tüketme davranışlarının nedenlerini belirlemek amacı ile yürütülmekte olan bilimsel bir araştırmaya veri elde etmek için düzenlenmiştir. Ankette yer alan dondurulmuş gıda terimi; hem marketten satın alınan hem de evlerde hazırlanıp dondurulan ürünleri kapsamaktadır. Bu çalışmaya verdiğiniz katkı için teşekkür ederiz.

**Yunus Emre DEMİREL**

**Akdeniz Üniversitesi SBE**

1. **Yaşınız** ( ) 20 ve Altı ( ) 21-30 ( ) 31-40 ( ) 41-50 ( ) 51-60 ( ) 60 ve Üzeri

2. **Cinsiyetiniz** ( ) Erkek ( ) Kadın

3. **Medeni Durumunuz** ( ) Evli ( ) Bekar

4. **Üniversitedeki Pozisyonunuz**

( ) Okutman ( ) Ar. Gör. ( ) Ar. Gör. Dr. ( ) Öğr. Gör. ( ) Öğr. Gör. Dr.

( ) Yrd. Doç. Dr ( ) Doç. Dr. ( ) Prof. Dr.

5. **Görevli Olduğunuz Fakülte / YO / MYO**

✓	Fakülteler	✓	Yüksek Okullar	✓	Meslek Yüksek Okulları
	Diş Hekimliği Fakültesi		Antalya Devlet Konservatuarı		Adalet MYO
	Edebiyat Fakültesi		Antalya Sağlık YO		Sağlık Hizmetleri MYO
	Eğitim Fakültesi		Beden Eğitimi ve Spor YO		Sosyal Bilimler MYO
	Fen Fakültesi		Yabancı Diller YO		Teknik Bilimler MYO
	Güzel Sanatlar Fakültesi				
	Hemşirelik Fakültesi				
	Hukuk Fakültesi				
	İktisadi ve İdari Bilimler Fak.				
	İlahiyat Fakültesi				
	Mimarlık Fakültesi				
	Mühendislik Fakültesi				
	Su Ürünleri Fakültesi				
	Tıp Fakültesi				
	Turizm Fakültesi				
	Uygulamalı Bilimler Fakültesi				
	Ziraat Fakültesi				
	İletişim Fakültesi				

6. **Aynı Evde Yaşayan Aile Bireyleri Sayısı** ( ) 1-3 ( ) 4-6 ( ) 6 ve Üzeri

7. **Çocuk Sayısı** ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ve Üzeri ( ) Yok

8. **Ailenizin Aylık Gelir Durumu**

( ) 3000 TL ve Daha Az ( ) 3001 TL – 6000 TL ( ) 6001 TL – 10.000 TL ( ) 10.001 TL ve Üzeri

9. Aylık gıda harcamanızın tutarı nedir? (ortalama TL olarak): \_\_\_\_\_

10. Aylık dondurulmuş gıda harcamanızın tutarı nedir? (ortalama TL olarak): \_\_\_\_\_

11. Ne sıklıkla dondurulmuş gıda ürünü kullanmaktasınız?

( ) Her Gün ( ) Haftada Birkaç Kez ( ) Ayda Birkaç Kez ( ) Daha Az

12. Dondurulmuş gıdaları tüketim şartınız nedir?

(birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- ( ) Ana Misafirler İçin  
 ( ) İş Yerindeki Tempolu Günlerin Sonunda  
 ( ) Alışkanlık Şeklindeki Rutinler İçin  
 ( ) Özel Günler İçin (Doğum Günü vb.)  
 ( ) Diğer ( \_\_\_\_\_ )

13. Lütfen dondurulmuş gıdayı temin etme şeklinizi belirtiniz?

- ( ) Satın Alıyorum (17.ve 18. soruları cevaplandırmayınız)  
 ( ) Evde kendim donduruyorum (14. ve 15. Soruları cevaplandırmayınız)  
 ( ) Hem kendim donduruyor hem de satın alıyorum  
 ( ) Hiçbir şekilde (evde yada satın alma usulünde) dondurulmuş gıda kullanmıyorum (sadece 17.soruyu cevaplandırınız)

14. Dondurulmuş gıda satın alırken, ürün etiketleri üzerinde nelere dikkat edersiniz?

(Birden Fazla Seçenek İşaretleyebilirsiniz).

- ( ) İçindekiler ( ) Marka  
 ( ) Besin Değeri ( ) Son Kullanma Tarihi  
 ( ) Saklama Koşulları ( ) Hazırlama Talimatı  
 ( ) Üretim ve Paketleme Tarihi  
 ( ) Kalite, Onay ve Kontrol gibi İşaretli Belgeleri  
 ( ) Diğer ( \_\_\_\_\_ )

15 – 17 ve 18.soruları Lütfen Aşağıda Verilen Değerlendirme Skalasına Göre Cevaplandırınız!!!

- 0 = Etkisiz  
 1 = Biraz Etkili  
 2 = Orta Derecede Etkili  
 3 = Oldukça Etkili  
 4 = Çok Etkili

16. soruyu Lütfen Aşağıda Verilen Değerlendirme Skalasına Göre Cevaplandırınız!!!

- 0= Hiç 1= Nadiren 2= Bazen 3= Sık sık 4= Daima

**15. Dondurulmuş gıda ürünlerini satın alma kararınızda aşağıdaki faktörler ne derece etkilidir?**

	0	1	2	3	4
Zaman tasarrufu, pratikliği					
Hazırlama kolaylığı					
Lezzeti					
Besin değeri					
Çocukların istemesi					
İlaç, hormon, katkı maddesi içerip içermemesi					
Fiyatının uygunluğu					
Her mevsim bulunabilirliği					
Reklam ve promosyonlar					
Ürün çeşitliliği					
Dayanıklılığı					
Farklı lezzet arayışı					
Alışkanlıklar					
Arkadaş tavsiyesi					
Hijyen					

**16. Dondurulmuş gıda ürünlerini ne sıklıkla temin ediyorsunuz? (satın alma ya da evde hazırlama)**

	0	1	2	3	4
Kırmızı et ürünleri					
Tavuk eti ürünleri					
Deniz ürünleri					
Tuzlu unlu mamuller					
Tatlı unlu mamuller pastalar					
Meyveler					
Sebzeler					
Kroket grubu					
Patates grubu					

**17. Dondurulmuş gıda ürünlerini satın almama kararınızda aşağıdaki faktörler ne derece etkilidir?**

	0	1	2	3	4
Sağlık açısından zararlı olması					
Lezzetinin yetersizliği					
Besin değerinin düşüklüğü					
Fiyatının yüksekliği					
Doyurucu olmaması					
Taze olmamaları					
Konserve gibi görmemiz					
Yeterli bilgimizin olmaması					
Alışkanlığımızın olmaması					

**18. Dondurulmuş gıda ürünlerini satın almak yerine evde hazırlama kararınızda aşağıdaki faktörler ne derece etkilidir?**

	0	1	2	3	4
Hazır ürünlere güvenilmemesi					
Çok daha ucuza mal olması					
Her mevsim kullanılabilmesi					
Pratik olması					
Daha hijyen olması					
Farklı formlarda hazırlanabilmesi (bütün-parçalı vb)					
Hormonsuz ve daha taze ürünlerden hazırlanabilmesi					

**Katkılarımız İçin Teşekkürler...**

**EK 2-DONDURULMUŞ GIDA SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALARI  
(AVRUPA BİRLİĞİ'NE TAM ÜYELİK SÜRECİNDE İSTANBUL SANAYİ ODASI  
MESLEK KOMİTELERİ SEKTÖR STRATEJİLERİ GELİŞTİRİLMESİ PROJESİ  
GIDA SEKTÖRÜ RAPORU- 2006)**

“Dış pazarda uzun vadede tutunabilmek ve tüketicilerin tercih nedeni olmalarını sağlamak amacıyla ürün çeşitlendirmesine gidilmeli ve katma değeri yüksek ürünler satışa sunulmalıdır. - Plansız tarım yapılması, fiyat ve kalite istikrarının sağlanamaması önemli sorundur. Kalitede standart ve hammadde temininde süreklilik sağlanmalıdır. - AB'nin 3. Dünya ülkelerine uyguladığı gümrük vergilerini aşamalı düşürmesi, ihracatın ağırlıklı gerçekleştirildiği ülkelere olan uzaklık, nakliye ücretlerinin rakip ülkelere oranla %20-30 daha fazla olmasına ve sektörün rekabet gücünün azalmasına sebep olmaktadır. - Sözleşmeli ekim yaygınlaştırılmamaktadır. Çiftçi, fiyatların yüksek olması durumunda hammaddeyi piyasaya verebilmektedir. Sözleşmeli tarım uygulaması acilen yasal dayanağa oturtulmalıdır. Bu kapsamda geçmiş dönemlerde olduğu gibi "Anlaşma yapan kuruluş anlaşma yaptığı çiftçinin Ziraat Bankası borçlarına kefil olur" gibi düzenlemelerden kaçınılmalıdır. Özellikle Doğu Avrupa ülkeleri rekabet şanslarını güçlendirmek amacıyla düşük fiyatlar vermektedir. Rekabetçi fiyatlara inilebilmelidir. - İç pazarda dondurulmuş gıda sektörü yeterince tanınmamaktadır. Dondurulmuş gıdanın faydaları, lezzetli ve ekonomik oldukları anlatılmalı ve daha fazla mutfakta dondurulmuş gıdalar yerini almalıdır.

Atıl kapasiteler kullanılır hale getirilmelidir. - Firmaların üretim planlaması ve uzun vadeli ihracat bağlantıları yapabilmesi için meyve sebze de rekolte tespit çalışmaları yapılmalıdır. - Firmalara dünyadaki diğer üreticilerle eş zamanlı fiyat açıklama imkanı sağlanmalıdır. - Üreticilerin sözleşmeli ekime sıcak bakmaları sağlanmalıdır. - Kaliteyi ve ürün çeşitliliğini artırmak amacıyla Ar-Ge çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Nakliyeden ve vergilerden kaynaklanan ihracat kayıplarının önüne geçilmelidir. - Mamullerin işlenmesinde dönemsellik önemli bir konudur. Ağırlıklı olarak ürünler benzer dönemlerde yılın sadece birkaç ayında üretilmektedir. Kış ve bahar aylarında üretilen ürünlerin dondurulması konusunda çalışmalar ve pazar araştırmaları yapılmalıdır. - Türkiye'nin AB üTP'na uyumunun sağlanmasıyla hammadde fiyatlarındaki istikrarsızlık ortadan kalkacaktır. - Kaynakların en iyi şekilde ve maksimum düzeyde kullanılabilmesi için yüksek kalite ve düşük fiyatlı ürün temini başarılmalıdır. Kısa dönemde yapılması gereken yasal ve kurumsal düzenlemeler Sektör, geçmiş dönemlerde uğradığı kayıpların karşılanması durumunda yıllık 500 milyon ABD Doları düzeyinde olan ihracatını çok kısa sürede ikiye katlamak gücüne sahiptir. - Diğer sektörlerde olduğu gibi bu sektör açısından da uzun vadeli planlama çok önemlidir. Bu bakımdan sanayinin

ana girdisi olan hammaddenin yıllar itibarıyla belli bir değerle sanayiye akışı sağlanmalıdır. Bu nedenle de AB'de kullanılmakta olan "ProcessAid" sistemi getirilmeli ve mevsim öncesinde sanayiye hammadde maliyetinin ne olacağı tespit edilerek uzun vadeli satış imkanı sağlanmalıdır. Bu, GATT anlaşmaları ile de uyumlu bir yöntemdir. - Ülkemizin dünya pazarlarında söz sahibi olduğu ve fiyat üstünlüğüne sahip olabileceği ürünler için mutlaka "board"lar kurulmalı ve bu boardlar her türlü politik baskıdan arınmış bir şekilde o mamulü n dünyadaki pazarını elinde tutabilmesi için gerçekçi satış fiyatlarını tespit ederek uygulamalıdır. ProcessAidvb yardımlar mutlaka ilan ve vaad edildiği şekilde zamanında tam olarak ödenmelidir. Bu yardımlar esasında dolaylı olarak küçük çiftçiye yapılan yardımlardır. Ülkenin en düşük gelir düzeyinde olan bu kesimin bu yardımlara ihtiyacı bulunmaktadır. Ancak Hazineye bir yük gibi gözüken bu yardımlar aslında köylünün gereksiz yere ekerek devlete pahalıya sattığı ve devletin de sonunda kullanamayıp attığı veya yaktığı tütün, şeker pancarı gibi gereksiz ekimlerin önüne geçeceği ve ülkeye katma değer yaratarak döviz kazandıracığı ürünlerin üretilebileceği alanların açılmasına neden olabileceği için kısa dönemde Hazine üzerinden yük kaldırır bir uygulamadır. - En kısa sürede mutlaka ürün planlaması ve buna bağlı olarak bu ürünlerin üretileceği alanların belirlenmesi gereklidir. Aksi halde bugüne kadar olduğu gibi meyve-sebze işleme sanayii belirsizlik içinde kalacak ve pazarlara uzun vadeli yerleşme imkanlarından mahrum olarak sadece spot, fiyat bazında satışlar yapabilecektir. - Özellikle dış pazarda rekabet şansını yakalamış, ancak özellikle sosyal güvenlik ödemeleri nedeniyle giderek artan işgücü maliyetleri, bu rekabet şansını azaltmakta ve 3. Dünya ülkelerine ciddi anlamda pazar kaptırılmaktadır. - Sektörün doğaya bağlı olma ve mevsimsellik gibi özellikleri dikkate alındığında, Avrupa ülkelerinde yaygın olarak uygulanan esnek çalışma sistemleri bu sektörde rahatlıkla uygulanabilecektir. Başlangıç olarak üretimin çok yoğun olduğu yaz aylarında yapılan fazla mesainin çalışılmayan kış aylarının çalışma saatlerine sayılıp ücretlendirilmesi, bir seçenek olarak değerlendirilebilir. - Zirai işletme büyüklükleri optimum hale getirilmelidir. Bunun en önemli unsuru Miras Kanunudur. Birçok ülke miras dolayısıyla işlenen toprakların belli bir büyüklüğün altına inmesine engel olurken, ülkemizde böyle bir düzenleme olmadığı için topraklar bölünerek küçülmüş, küçülen işletmeler verimliliğini kaybetmiş, verimliliğini kaybetmiş olan işletmelerden geçim sağlamak zorunda olan aileler de devlet desteğine muhtaç kalmıştır”.

**EK 3-GIDA SANAYİİ ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU – (DONDURULMUŞ GIDA SANAYİİ ALT KOMİSYON RAPORU- 8. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI – 2001)**

KISA DÖNEMDE YAPILMASI GEREKEN YASAL VE KURUMSAL DÜZENLEMELER

“Sektör, geçmiş dönemlerde uğradığı kayıpların karşılanması durumunda yıllık 500 milyon ABD Doları düzeyinde olan ihracatını çok kısa sürede ikiye katlamak gücüne sahiptir. - Diğer sektörlerde olduğu gibi bu sektör açısından da uzun vadeli planlama çok önemlidir. Bu bakımdan sanayinin ana girdisi olan hammaddenin yıllar itibarıyla belli bir değerle sanayiye akışı sağlanmalıdır. Bu nedenle de AB'de kullanılmakta olan "ProcessAid"sistemi getirilmeli ve mevsim öncesinde sanayiye hammadde maliyetinin ne olacağı tespit edilerek uzun vadeli satış imkanı sağlanmalıdır. Bu, GATT anlaşmaları ile de uyumlu bir yöntemdir. - Ülkemizin dünya pazarlarında söz sahibi olduğu ve fiyat üstünlüğüne sahip olabileceği ürünler için mutlaka "board"lar kurulmalı ve bu boardlar her türlü politik baskıdan arınmış bir şekilde o mamulü n dünyadaki pazarını elinde tutabilmesi için gerçekçi satış fiyatlarını tespit ederek uygulamalıdır. ProcessAidvb yardımlar mutlaka ilan ve vaat edildiği şekilde zamanında tam olarak ödenmelidir. Bu yardımlar esasında dolaylı olarak küçük çiftçiye yapılan yardımlardır. Ülkenin en düşük gelir düzeyinde olan bu kesimin bu yardımlara ihtiyacı bulunmaktadır. Ancak Hazineye bir yük gibi gözükken bu yardımlar aslında köylünün gereksiz yere ekerek devlete pahalıya sattığı ve devletin de sonunda kullanamayıp attığı veya yaktığı tütün, şeker pancarı gibi gereksiz ekimlerin önüne geçeceği ve ülkeye katma değer yaratarak döviz kazandıracığı ürünlerin üretilebileceği alanların açılmasına neden olabileceği için kısa dönemde Hazine üzerinden yük kaldırır bir uygulamadır. - En kısa sürede mutlaka ürün planlaması ve buna bağlı olarak bu ürünlerin üretileceği alanların belirlenmesi gereklidir. Aksi halde bugüne kadar olduğu gibi meyve-sebze işleme sanayii belirsizlik içinde kalacak ve pazarlara uzun vadeli yerleşme imkanlarından mahrum olarak sadece spot, fiyat bazında satışlar yapabilecektir. - Özellikle dış pazarda rekabet şansını yakalamış, ancak özellikle sosyal güvenlik ödemeleri nedeniyle giderek artan işgücü maliyetleri, bu rekabet şansını azaltmakta ve 3. Dünya ülkelerine ciddi anlamda pazar kaptırılmaktadır. - Sektörün doğaya bağlı olma ve mevsimsellik gibi özellikleri dikkate alındığında, Avrupa ülkelerinde yaygın olarak uygulanan esnek çalışma sistemleri bu sektörde rahatlıkla uygulanabilecektir. Başlangıç olarak üretimin çok yoğun olduğu yaz aylarında yapılan fazla mesainin çalışılmayan kış aylarının çalışma saatlerine sayılıp ücretlendirilmesi, bir seçenek olarak değerlendirilebilir. - Zirai işletme büyüklükleri optimum hale getirilmelidir. Bunun en önemli unsuru Miras Kanunudur. Birçok ülke miras dolayısıyla işlenen toprakların belli bir büyüklüğün altına inmesine engel olurken, ülkemizde böyle bir düzenleme olmadığı için topraklar bölünerek küçülmüş, küçülen işletmeler verimliliğini



kaybetmiş, verimliliğini kaybetmiş olan işletmelerden geçim sağlamak zorunda olan aileler de devlet desteğine muhtaç kalmıştır (İSO, 2006: 85).

### **Sektörün Sorunları**

Sektörde teknolojik açıdan önemli bir sorun yaşanmamaktadır. Ancak;

- Konu ile ilgili olarak gıda mevzuatında düzenlemeler bulunmamaktadır.
- Depolanan ürünün sıcaklık hassasiyeti nedeniyle uygulanmakta olan enerji kesintileri sorun yaratmaktadır.
- Ülkemizde dondurulmuş meyve ve sebze üretiminde kullanılan ham ve yardımcı maddelerin tamamı yurt içinden karşılanmaktadır. Ancak, standart kalitede ve sürekli hammadde temininde yaşanan güçlükler, sektörün en önemli sorunlarından biridir. Dondurulmaya uygun pek çok meyve ve sebze kendi çeşitleri içinde değişkenlik göstermekte ve bazı eşitler donma sırasında kalite kaybına uğramaktadır.
- Üretim maliyetleri içinde en yüksek payı hammadde almaktadır. İklim koşullarına bağlı olarak hammadde fiyat ve miktarları her yıl değişkenlik gösterdiğinden firmaların maliyet belirleme ve üretim planlamasını önceden ve sağlıklı bir şekilde yapabilmeleri oldukça güçleşmektedir. Ayrıca firmalar üretim planlaması yapamadıklarından ihrac pazarlarına düzenli ürün gönderememekte, bu piyasalara Türk markalı perakende satışa yönelik küçük ambalajlı ürünler ile girilememektedir.
- Dondurulan meyve ve sebze üretiminin % 80'lik kısmının Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve kısmen de Ekim aylarında yapılması firmaları dönemsel bir kısıt içine sokmuştur.
- Erik, vişne, çilek, kiraz, ahududu, kayısı gibi meyvelerin üretim miktarları yetersizdir. Üretim miktarı yetersiz olan sebzeler ise kornişon ve dondurulmaya uygun domatestir.

Tarım alanlarının giderek daralması hammadde teminini güçleştirmektedir:

- Arazilerin paralı olması tarımsal mekanizasyonu olumsuz etkilemektedir. Bu durum hammadde maliyetini arttırdığından dondurulmuş sebze sektörünü de olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle, üretim miktarı ve dondurulmaya uygun olması açısından büyük potansiyele sahip bezelye, fasulye, ıspanak, mısır ve havuç gibi sebzelerin ihracatı beklenen seviyelerde değildir.
- Tarım işletmelerinin küçük olması, sözleşmeli tarımın yaygınlaşmasını da önlemektedir. Günümüzde sözleşmeli ekim ile hammadde temin eden, gereken hammadde ve ürün kalitesinin sağlanabilmesi için üreticiye gerektiğinde tohum ve fide sağlayan, eğitim veren firmaların yaptığı bu hizmetler küçük çaplı çabalar olarak kalmaktadır. Hasat sonrası fiyatların yüksek olması halinde üretici ürünün kolayca el altından piyasa fiyatına satabilmektedir.

- Üretici domates ve biberde sözleşmeli tarıma sıcak bakmaktadır. Meyve fiyatlarının yüksek olması nedeniyle bu ürünlerde üretici sözleşme yapmamaktadır.
- Geçmiş yıllarda bazı firmaların boralarını dememeleri ya da geç demeleri üreticinin firmalara olan güvenini sarsmıştır. Bu durum da sözleşmeli üretimi olumsuz etkilemektedir.
- Kalifiye eleman yetersizliği üretimi olumsuz etkilemektedir.
- Küçük satış noktalarında, elektrik tasarrufu sağlamak gerekçesiyle bilinçsiz satıcılar tarafından derin dondurucuların fişi çekilebilmektedir. Bu durumda, soğuk zincir kırıldığından ürün kalitesi bozulabilmekte ve büyük çapta iadelere sebebiyet verilebilmektedir.
- Sektörde yıl boyunca satılacak ürün hammaddesinin 3-4 ay içerisinde satın alınması ve işlenmesi gerekmektedir. Firmalar işleyecekleri sebze ve meyveyi sezonunda üreticiden peşin para ile satın almakta ve işledikten sonra sevkiyatı yapılana kadar depolamaktadır. Bu aşamada firmalar hammadde sorununun yanı sıra, yüksek hammadde ve mamul stoğu dolayısıyla yüksek işletme sermayesi sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır.
- Verilen Eximbank kredilerinin miktarı az ve geri deme süresi kısadır.
- İhracatı teşvik için Merkez Bankasınca navlun primi karşılığında mahsup hakkı, 3 aydan 1 yıla varan uzun vadelerle verilmektedir. Ayrıca KDV iadeleri zamanında denmemektedir.
- Avrupalı alıcılar tarafından, taşıma firmalarının her bir konteyner için ATP olarak adlandırılan, gıda maddesi taşınmasına uygunluk belgesi bulundurmaları istenmektedir. Avrupa'nın tüm standartlarını birleştirme yolundaki eğilim göz önüne alındığında ATP belgesinin tüm Avrupa ülkelerince zorunlu bir uygulama haline getirileceği ifade edilebilir. Bu durum yaşlı bir tır filosuna sahip olan Türkiye'yi olumsuz etkileyebilecektir.

Ayrıca ülkemizde enerji maliyetinin yüksekliği, AB'nin üçüncü ülkelere yönelik uyguladığı gümrük vergilerini aşamalı olarak düşürmesi, ihracatımızın tamamına yakın bir bölümünün gerçekleştirildiği AB ve EFTA ülkelerine uzak olmamız dolayısıyla nakliye ücretinin rakip olan ülkelere oranla % 10-20 daha fazla olması, ülkemizin rekabet gücünü azaltmaktadır.”

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve SOYADI** :Yunus Emre DEMİREL

### Eğitim Durumu

**Mezun Olduğu Lise** : Atatürk Lisesi, Bitlis, 1992

**Lisans Diploması** : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 1997

### **Yüksek**

**Lisans Diploması** : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı, 2017

**Tez Konusu** : Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Örneği

**Yabancı Dil** : İngilizce

### İş Denevimi

**Çalıştığı Kurumlar** :Abdi İbrahim İlaç Sanayii, 2002-2013  
Hasvet Medikal, 2013-2014  
Kırmızıtaş Holding, 2014-2015  
İntercam, 2015-2016

**E-Posta** :ye\_demirel@hotmail.com