



BİNGÖL İLİ GIDA PROFİLİ

Bu kitapçık hazırlanırken Ticaret ve Sanayi Odası'nın, Fırat Kalkınma Ajansı Doğrudan Faaliyet Destek Programı kapsamında hazırladığı "Bingöl İli Sanayi Potansiyeli Profilleri Oluşturulması Projesi"nden yararlanılmıştır.

2011

İÇİNDEKİLER

1.GIDA.....	3
1.1. GIDA SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ	3
1.2. GIDA SEKTÖRÜNÜN BİLİMSEL SINIFLANDIRILMASI VE TANIMI.....	3
1.3. DÜNYADA GIDA SEKTÖRÜ.....	5
1.4. TÜRKİYE’DE GIDA SEKTÖRÜ	6
1.5. BİNGÖL’DE GIDA SEKTÖRÜ.....	8
1.5.1. Bal işlenmesi ve markalaşma çalışmaları.....	9
1.5.2. Süt ve süt ürünlerinin işlenmesi	9
1.5.3. Et ve et ürünlerinin işlenmesi.....	10
1.6. GENEL DURUMUN ORTAYA ÇIKARILMASI	10
1.7. POTANSİYELİN ORTAYA KONULMASI.....	10
1.7.1. Reçel ve marmelat üretim tesisi	11
1.7.2. Bisküvi ve gofret üretim tesisi.....	12
1.7.3. Karma yem üretim tesisi.....	13
1.7.4. Bal paketlenme ve tasnifleme tesisi	14
1.8. GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ.....	14
1.9. GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN BİLİMSEL SINIFLANDIRILMASI VE TANIMI.....	15
1.10. DÜNYADA GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ	16
1.11. TÜRKİYE’DE GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ ...	16
1.12. BİNGÖL’DE GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ.....	17
KULLANILAN KAYNAKLAR	32

1.GIDA

1.1. GIDA SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Gıda sanayi, 2 trilyon doları aşan yıllık satışlarıyla dünya imalatının en önemli kolu olma özelliğine sahiptir. Sektörün sürdürülebilir ve sürekli bir büyüme içinde olmasının en önemli nedeni insan hayatının önemli ihtiyaçlarına cevap veriyor olmasıdır. Aynı nedenle, petrol zengini ülkeler de dâhil olmak üzere, birçok ülke, gıda fiyatlarında kontrol uygulamalarına gün geçtikçe daha fazla önem vermektedir.

Tarımsal hammaddeyi uygun yöntemlerle işleyen, hazırlayan, muhafaza eden ve ambalajlayan bir sanayi dalı olarak tanımlanan gıda sanayi, Türk ekonomisinin başlıca lokomotif sektörleri arasında yer almaktadır.

1.2. GIDA SEKTÖRÜNÜN BİLİMSEL SINIFLANDIRILMASI VE TANIMI

Uluslar arası Gıda Standart Sanayi Sınıflandırma (ISIC-3) Sistemine göre gıda sanayi başlıca 8 alt sektörden meydana gelmekte olup, gıda sanayisi tarımsal hammaddelerin bir ya da birden fazla işleme tabi tutulması ile elde edilen ürünleri kapsamaktadır.

- 1- Et ve et ürünleri
- 2- Süt ve süt ürünleri
- 3- Su ürünleri mamulleri
- 4- Nişasta mamulleri
- 5- Meyve ve sebze işleme
- 6- Bitkisel yağ ve mamulleri
- 7- Şeker ve şekerli mamuller
- 8- Yem sanayi (hayvancılık konusunda incelenmiştir.)

Et ve et ürünleri, et kombinalarında kesildikten sonra çeşitli et ürünleri elde etmek için parçalanmaktadır. Başlıca et işleme prosesleri; salamura, tütsüleme, haşlama, pişirme ve konserveleme olarak sıralanır. Bu süreçte hem çeşitli etler hem de sosis, salam, sucuk, pastırma jambon vb. ürünler elde edilmektedir. Çeşitli rendering işlemleri sonucu da yenilebilir taze ve dondurulmuş yağlar, hayvan yemleri, ecza ve sabun endüstrisinde kullanılan çeşitli ürünler üretilmektedir. (Özyonar, F. 2007)

Süt; tatlımsı, saydam olmayan, hafif kokulu beyaz bir sıvıdır. İnsanların çok yararlandığı süt evcil hayvanlardan (inek, keçi, koyun vb.) elde edilir. Süt işlenerek veya doğrudan tüketilir. İşlenerek elde edilen ürünler; yoğurt, ayran, peynir, tereyağı, kaymak vb.'dir. Süt, %85 su % 15'de çeşitli maddeleri içerir. Bu maddeler laktoz, şeker, yağlı maddeler, azot bileşikleri ve madensel tuzlardır. Süt; kalsiyum bakımından zengin demir bakımından zayıftır.

Su ürünleri yetiştiriciliği, aquatik ortamlarda bitki (algler) ve hayvanların (balık, kabuklu, yumuşakça ve eklem bacaklılar) yarı kontrollü ve kontrollü şartlar altında farklı amaçlar için (gıda, süs, rekreasyon, süs ve akademik) yetiştirilmesine denir. Su ürünleri yetiştiriciliği, balık, yumuşakça, kabuklu, eklem bacaklılar ile sucul bitkilerin yetiştiriciliğini içine almaktadır. Tarımın bu sektörü, dünyanın tüketicileri için, gıda, gıda katkı maddesi, kozmetik ve ilaç sanayi ham maddeleri üretmektedir.

Tahıl ve tahıl ürünleri vitaminler, mineraller, karbonhidratlar (nişasta, lif) ve diğer besin öğelerini içermeleri nedeniyle, sağlık açısından önemli besinlerdir. Tahıllar, protein de içerir. Bu proteinin kalitesi düşük olmakla birlikte; kuru baklagiller ya da et, süt, yumurta gibi besinlerle bir arada tüketildiklerinde protein kalitesini artırabilir. Tahıllar, ayrıca bir miktar yağ da içerir. Tahıl tanelerinin yağı, vitamin E yönünden zengindir. Tahıllarda A vitamini aktivitesi gösteren öğelerle, C vitamini hemen hemen yoktur. Tahıllar B12 dışındaki B grubu vitaminleri açısından zengin, özellikle B1 vitaminin (tiamin) en iyi kaynağıdır. Bu vitaminler tahıl tanelerinin çoğunlukla kabuk ve özünde bulunur. Tahıl Ürünleri; Un: Tahıl tüketimi başlıca un ve unlu ürünler (ekmek vb.) şeklinde olur. Un deyince buğday unu anlaşılır, diğer unlar elde edildikleri tahılın adı ile bilinir. Tahıl taneleri öğütülürken kepek ve özü olarak ayrıldığından; protein, vitamin, mineral içerikleri azalır. Bu azalma, randıman derecesi düştükçe artar. Bulgur: Buğdaydan yapılır. Ülkemizde çok kullanılır. Bulgur, işleme esnasında besin değerini çok fazla kaybetmez. İyi bir tahıl kaynağıdır. Nişasta: En çok kullanılan tür, buğday nişastasıdır. Ayrıca pirinç, mısır ve patates nişastasısı da bulunmaktadır. Nişasta, saf karbonhidrat kaynağı olup; vitaminler, mineraller ve protein içermez. Makarna-şehriye: Beyaz undan yapılanların vitamin mineral değerleri düşüktür. Ekmek: En fazla tüketilen tahıl ürünüdür. Ekmek mayalı yapıldığında besin değeri daha yüksektir. Çinko başta olmak üzere; mineral emilimi düşük olduğundan mayasız ekmek tüketiminden kaçınılmalıdır. Pasta-bisküvi vb.: Genellikle bu tür besinler hazırlanırken una yumurta, süt, şeker ve yağ eklendiğinden bu yiyeceklerin enerji içeriği de artmaktadır.

(Sağlık Bakanlığı, 2011) Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü ve Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü tarafından hazırlanmıştır.)

Meyve ve sebze üretim teknolojisi; bileşimi (Karbonhidratlar, azotlu maddeler, lipidler, vitaminler, mineral maddeler, asitler, enzimler, renk maddeleri), konserve üretim teknolojisi (meyve ve sebze konserveleri üretiminde uygulanan ön işlemler, konserve kaplarına doldurma, ısıl işlem, meyve ve sebze konservelerinde bozulmalar), salça üretim teknolojisi, reçel, jöle ve marmelat üretim teknolojisini kapsar.

Bitkisel yağ ve mamulleri; bitkisel yağların oluşumu, yağların bileşim ve yapısı, yağlı tohumlar ve özellikleri, yağ çıkarma metotları, rafinasyon, margarin üretimi, zeytinyağı üretim tekniği, yağların bozulmaları ve muhafaza yöntemleri, beslenmede yağın öneminin öğrenilmesini kapsar.

Şeker ve şekerli mamuller; pancarın şekere işlenmesi (Pancardan ham şerbet elde edilmesi, ham şerbetin temizlenmesi, İnce şerbetin koyulaştırılması, kristalizasyon, ham şeker elde edilmesi, ham şekerin artırılması), kakao ve çikolata teknolojisi (kakao çekirdeği, kakao tozu ve kakao yağı, çikolata yapımı, çikolatanın özellikleri), şekerleme teknolojisi, marşmelov, nugat, nişasta ve pektin jöleleri, sert şekerler, karamellerin üretimini kapsar. (Sakarya Üni., 2011)

1.3. DÜNYADA GIDA SEKTÖRÜ

Küresel yiyecek ve içecek pazarının 2010 yılında 3,8 trilyon ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.6 2007 yılında 3,5 trilyon ABD doları seviyesinde olan bu rakam, küresel krize rağmen yılda yaklaşık %3 oranında büyümüştür. Çin, Hindistan ve Brezilya gibi gelişmekte olan pazarlar resesyonun gelişmiş pazarlarda tüketici harcamalarını azaltmasıyla büyümenin itici gücü olarak görülmeye başlanmıştır. Diğer taraftan, hayvan yemi gibi ham maddelerin, enerji kaynaklarının ve paketlenme malzemeleri gibi diğer bazı malların artan fiyatları üreticiler için endişe kaynağı olmaktadır. Tüketiciler zorunlu ihtiyaç olmayan ev eşyası gibi ürünlerdeki harcamalarını küresel ekonomik daralmaya bağlı olarak kısmışlardır. Ancak yiyecek ve içecek gibi temel ihtiyaç ürünlerindeki harcamalar oldukça sabit kalmıştır. Ekonomik daralmanın tüketim alışkanlıklarını ve önceliklerini etkilemiş olmasına rağmen, kaliteye olan ilgi, sağlık ve sürdürülebilirlik tüketimde hâlen önemli bir role sahiptir. Örneğin, organik gıda satışları ABD’de genel olarak sabit kalmayı başarmıştır.7 Gıda güvenliğine yönelik ilgi ve kaygıların CIES’in (Tüketim Ürünleri Forumu) yaptığı Top of Mind araştırmasında belirtildiği üzere artması beklenmektedir. 2010 yılı ve sonrasında beklendiği

üzere, yiyecek ve içecek firmaları altyapısının ve kapsamlı standartların eksik olduğu gelişmekte olan pazarlara odaklandıkça gıda güvenliği daha önemli bir konu haline gelecektir. Yiyecek ve içecek sektörü çok parçalı bir yapıya sahiptir. 2007 yılının en büyük 10 firması küresel pazarın yalnızca % 12,9'unu elinde bulundurmaktadır. Gıda zincirindeki oyuncular açısından ise perakende sektöründe konsantrasyon seviyesi yüksektir. Çoğu AB ülkesindeki üç büyük perakendeci pazarın % 40'ından fazlasını elinde bulundurmakta ve Kuzey Avrupa ülkelerinde bu oran % 75'i aşabilmektedir. (T.C. Başb. Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Türkiye gıda sektörü rap. 2010)

1.4. TÜRKİYE'DE GIDA SEKTÖRÜ

Çeşitli kayıt ve kaynaklara göre gıda alanında faaliyet gösteren işyeri sayısı farklılık göstermektedir. Ancak, gıda sanayi, tarıma dayalı bir sanayi dalı olarak Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. DPT verilerine göre imalat sanayi içinde gıda sanayi, üretim değeri olarak %18-20'lik paya sahiptir. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü verilerine göre 1994–2000 yılları arasında gıda sanayi işyeri sayısı 22.243'den 27.543'e artış göstermiştir. Bu sayı DİE (yeni adıyla TÜİK) geçici sanayi sayımı sonuçlarında 30 bini aşkın olarak verilmiştir. Hatta bazı kayıtlara göre 40 bini bulan işyeri sayısı, sektörden ayrılmalarla 30–35 bin aralığına tekrar düşmüştür. Gıda sanayinde yerli sermaye ile faaliyette bulunan işletmeler kadar, yabancı sermaye ile birlikte ya da tamamı yabancı sermayeli işletmelere rastlamak mümkündür. Özellikle, ülke ekonomisindeki iyileşme ve güven ortamı, yabancı sermayeli gıda yatırımcılarının ülkemizde faaliyetlerini cazip kılmaktadır.

Türkiye'de gıda sanayinde alt sektörler açısından sayısal dağılıma bakıldığında; sanayinin % 65'ini un ve unlu mamuller, % 11'ini süt ve süt mamulleri % 12'sini meyve-sebze işleme, % 3,5'ini bitkisel yağ ve margarin, % 3'ünü şekerli mamuller, % 1'ini et mamulleri ve % 4,5'lük kısmını tasnif dışı gıdalar, alkolsüz içecekler, su ürünleri sanayinin oluşturduğu görülecektir. Un ve unlu mamuller, süt ve mamulleri, meyve-sebze işleme gibi alt sektörlerdeki oranların yüksek olması, halkın tüketim alışkanlıklarının yanı sıra gelişmiş teknoloji uygulamayan (değirmen, mandıra, zeytin salamura işleme v.b.) işletmelerin sayısal fazlalığından da kaynaklanmaktadır.

Tablo 1: Gıda Sanayinde İşletme Sayısının Alt Sektörlere Dağılımı (%)

Gıda Sanayi Alt Dalları	1994	1996	1998	2000
Et ve Et Ürünleri	2,06	1,83	1,76	1,07
Süt ve Süt Ürünleri	14,58	13,68	14,12	11,06
Meyve ve Sebze İşleme	13,94	14,33	9,78	11,42
Su Ürünleri	0,14	0,11	0,16	0,20
Un ve Unlu Ürünler	57,60	59,27	62,67	65,44
Bitkisel Yağ ve Margarin	3,98	3,66	3,71	3,40
Şeker ve Şekerli Ürünler	3,56	3,26	3,62	3,15
Tasnif Dışı Ürünler	4,14	3,86	4,18	4,25
Toplam (İşletme Sayısı: Adet)	22 243	23 654	23 951	27 543

Kaynak: TKB, 2002.

Genelde küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak faaliyetlerine devam eden gıda işletmeleri, mülkiyet yapısı açısından daha çok özel sektör kuruluşları niteliğindedir. Özellikle et, süt, yem gibi sanayilerde yaşanan özelleştirme ile günümüzde şeker ve çay hariç tamamıyla sektörde özel kesimin hakim olduğu söylenebilir. Kamu sektöründen özel sektöre doğru yapılanmanın, karlılık ve verimliliği artırması, tüketiciye güvenli ve uygun fiyatlı ürünlerin sunumu ve üretim faaliyetinde etkinliğin yükseltilerek ekonomiye canlılık getirmesi beklenmektedir.

Ülkemizde gıda sanayisinde yıllık ortalama kapasite kullanım oranı (KKO) 2004 yılı TÜİK verilerine göre % 71'dir. Yıllar itibariyle değişiklik göstermekle birlikte genel eğilim olarak KKO % 70'ler civarındadır. İşletme sayılarının fazla olduğu et ve süt işleme, un ve bitkisel yağlar gibi sektörlerde kapasite kullanımı % 50'nin altında kalmaktadır. Kapasite kullanımının düşük olmasında, mevsimsel dalgalanmalara bağlı kullanım dışı kalan kapasiteler, ihracata yönelik gelişme politikası paralelinde yeni, ancak uzun vadeli ve istikrarlı olmayan ihracat pazarlarına yönelmesi, alt sektörlerin önemli bir kısmında, işlenen ürün miktarının yıllara göre değişiklik göstermesi ve bazı alt sektörlerde uygun hammadde teminindeki güçlükler etkili olmaktadır.

Türkiye'de gıda sanayine ait üretim değerlerine göre 1999–2005 yılları arasında gıda sanayi üretim değeri itibariyle reel olarak % 24 (yıllık ortalama % 3,6) oranında artmıştır. Bu artış, % 95 ile su ürünleri sanayi ve % 47 ile süt ve mamulleri sanayinde en yüksek oranlarda gerçekleşirken, en düşük % 4 ile bitkisel yağ ve % 14 ile şeker, şekerli mamuller ve diğer sanayilerde gerçekleşmiştir. Gıda sanayi üretim değeri içinde tahıl ve nişasta mamulleri sanayi en yüksek değeri almaktadır. Bunu süt ve et mamulleri sanayi izlemektedir. Gıda

sanayi üretim değerinin yıllık artışlar itibariyle değişimine bakıldığında; 2001 yılında toplamda reel bir azalış söz konusu olmuştur. Bu yılki değişim dışında Türkiye gıda sanayi üretim değerindeki eğilim, artış yönündedir. Alt dallar itibariyle değişime bakıldığında; zeytindeki periyodisitenin zeytinyağı üretimine yansımaları nedeniyle bitkisel yağ sanayinde bir yıl artış onu takip eden yıl ise azalma söz konusudur. Sanayi alt dalları içinde 2000-2005 yılları arasında üretim değerinde en yüksek artış, yem sanayinde görülmektedir. Son yıllarda ise su ürünleri sanayi üretim değeri artmaktadır. Gıda ürünleri içerisinde kümes hayvan eti, beyaz peynir, işlenmiş balık ürünleri, makarna, nişasta bazlı şekerler, salamura zeytin, zeytinyağı, bitkisel ham yağlar, yağlı tohum küspeleri ve karma yem üretim değerindeki artışlar dikkati çekmektedir. (DPT dokuzuncu kalkınma planı (2007-2013) Gıda sanayi özel ihtisas komisyonu raporu)

1.5. BİNGÖL'DE GIDA SEKTÖRÜ

TRB1 Bölgesi, 2000 yılı verilerine göre imalat sanayi gelişmişlik sıralamasında ve sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasında 26 bölge arasında 20'nci sırada yer almaktadır. Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyinde ise Elazığ bölgede ilk sırada yer alırken Bingöl son sırada kalmıştır

Bingöl Küçük Sanayi Sitesi (KSS), 281 işyerinde 1.124 kişilik istihdam ve 24 adet sosyal tesis dükkânları, 1 adet hizmet binası ile faaliyetini sürdürmektedir. Genç ilçesinde S.S.KSS Yapı Kooperatifi inşaatı ise devam etmektedir. Bölgede faaliyet gösteren tüm organize sanayi bölgelerinde bakanlık kredisinden, gelir stopajı teşvikinden, enerji desteği teşvikinden ve 5084 sayılı teşvik kanunundan faydalanılmaktadır.

Gıda sektörünün dağılımına bakılırsa, Bingöl'de kar amaçlı yerine günlük ihtiyaçları karşılayacak şekilde ve katma değeri düşük yapılanmanın olduğu "Un ve Unlu Mamuller" sektörünün ilde nispeten daha gelişmiş olduğu görülmektedir. İhracat ve kar amaçlı "Süt ve Süt Ürünleri" ile "Bal Üretimi" sektörünün ilde gelişmemiş olması ilde gelişme potansiyeli olan ama gelişmemiş sektörlerdir. İlde Gıda Üreten işyeri sayısı 144 olup bunların sektör bazında dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Bingöl’de Sektörler Bazında Gıda Üreten İşyerleri

SEKTÖR	İŞYERİ SAYISI
Ekmek	44
Unlu Mamul	26
Pastane	26
Et Ürünleri	3
Bal	15
Yumurta Paketleme Tesisi	3
Baharat Üretim Tesisi	1
Süt ve Süt Ürünleri	4
Yemek Fabrikası	9
Gıda Ambalajlama	4
Dondurma Üreten İşyerleri	2
Alkolsüz içecek	1
Cips	3
Çay, Kahve ve Süzen Poşet Çay Üreten İşyerleri	1
Un Fabrikası	1
Şekerleme İmalatı	1
TOPLAM	144

Ayran, yoğurt, peynir üreten 2, sadece ayran üreten 1 ve mevsimsel (sadece yılın Mayıs, Haziran Temmuz aylarında) peynir üretimi yapan 1 işletme bulunmaktadır (Bingöl Tarım İl Müd. 2011).

1.5.1. Bal işlenmesi ve markalaşma çalışmaları

İlde bal ambalajlama ve paketleme merkezi olarak toplam 14 işletme, bakanlık tarafından gıda üretim sertifikası almıştır.

Tablo 3: Bingöl İli Bal Üretimi Değerleri 2007

	Üretim Miktarı (ton)	Üretim Değeri (1000 TL)
Bal Üretimi	2 272	25 934
Bal Mumu Üretimi	18	179

1.5.2. Süt ve süt ürünlerinin işlenmesi

Tablo 4: Bingöl İli Süt Üretim Değerleri 2007

	İnek Sütü	Koyun Sütü	Keçi Sütü
Süt Üretim Miktarı (ton)	51 710	14 695	5 402
Üretim Değeri (1000 TL)	47 948	12 555	4 955

1.5.3. Et ve et ürünlerinin işlenmesi

Bingöl Et ve Balık Kurumu; Bingöl, Elazığ, Malatya, Muş ve Tunceli bölgelerini kapsamakta olup bu bölgelerdeki besicilere ve tüketicilere yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Üretim faaliyetleri bölgeden aldığı sığır ve koyunları keserek ürettiği etleri karkas ve kemiksiz olarak veya et ürünleri şeklinde bölgede değerlendirmektedir. Kurumun faaliyete geçtiği yıl 1988 olup toplam alanı 265 004 m², kapalı alanı 10 353 m² dir. Sığır kesim kapasitesi (pratik) 180 adet ve koyun kesim kapasitesi (pratik) 1.300 adettir. (Bingöl EBK, 2011)

Tablo 5: Bingöl İli Et ve Yumurta Üretimi Değerleri

	Sığır Eti	Koyun Eti	Keçi Eti	Yumurta
Et Üretim Miktarları (ton)	1 763	327	601	967
Ürün Değerleri (1000 TL)	14 986	2 453	4 808	3 182

1.6. GENEL DURUMUN ORTAYA ÇIKARILMASI

Bingöl'de ağırlıklı olarak tarım ve hayvancılık yapılmaktadır. Bu sektörlerin düşük katma değer hasıla etmesi sonucu yeterli sermaye birikimi oluşmadığından sermaye bileşeni bakımından yetersizlik söz konusudur. İlin genel ekonomik yapısı daha çok küçük ölçekli aile işletmeleri şeklindedir. İldeki mevcut sanayi yatırımları ise kamuya ait veya kamunun öncülüğündeki sanayi kuruluşlarıdır. Ham madde açısından Bingöl, kısmi bir yeterliliğe sahiptir. Tarım ve hayvancılığa dayalı sanayi kuruluşlarına ham madde temini edebilecek potansiyele sahiptir. Teknoloji bileşeni yeni ve ileri teknolojiye dayalı üretim tesisleri mevcut değildir. Mevcut işletmeler klasik teknolojiler kullanarak işletilmektedir

1.7. POTANSİYELİN ORTAYA KONULMASI

Bingöl'de gıda sanayinde gerçekleştirilebilecek 5 yatırım konusu tespit edilmiştir.

Bunlar;

Meyve suyu (konsantre) üretim tesisi,

Reçel ve marmelat üretim tesisi,

Bisküvi ve gofret üretim tesisi,

Karma yem üretim tesisi,

Bal paketleme ve tasnifleme tesisi,

Meyve suyu (konsantre) üretim tesisleridir.

Mevcut meyve (elma, vişne, armut vb.) üretiminin değerlendirilmesi amacıyla, ilde meyve suyu üretimine yönelik yatırımların gerçekleştirilmesi gerekebilir. İlin, yıllık meyve üretim potansiyeli 12.500 ton olup, mevcut potansiyelin değerlendirilmesi ve bu alanda yapılacak yatırımlarla birlikte artması düşünülen meyve üretiminin değerlendirilmesine yönelik meyve suyu üretim tesisi yapılabilir görülmektedir. Bununla birlikte önerilen bu yatırım konusu pazar ve organizasyon yönünden incelenmelidir. Türkiye meyve suyu talep, üretim, ihracat ve ithalat verileri Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Türkiye Meyve Suyu (Konsantre) Talep, Üretim, İhracat ve İthalatı

	Gerçekleşme		Gerç. Tah.		Tahmin		Yıllık artış (%)	
	2000		2001		2002			
	[M: Miktar (Bin Ton) D: Değer (Milyar TL) 1998 yılı fiyatlarıyla]						2001	2002
	M(1)	D(2)	M(3)	D(4)	M(5)	D(6)	(4/2)	(6/4)
Talep	255	44.539	245	42.792	255	44.539	-3,9	4,1
Üretim	305	53.272	310	54.146	330	57.639	1,6	6,5
İhracat	47,5	8.288	67	11.691	75	13.086	41,1	11,9
İthalat	-	-	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, 2002, DPT.

1.7.1. Reçel ve marmelat üretim tesisi

İlde üretilen meyvelerden ve sulu tarım sonucu artacak meyve üretiminin yaş olarak tüketilen kısmı dışındakiler, daha yüksek bir katma değer elde etmek amacıyla reçel ve marmelat üretimine yönelik bir yatırımda değerlendirilebilir. Ham madde temini iki şekilde olmaktadır. Küçük ve orta ölçekli tesislerde genellikle hasat dönemlerinde sadece taze meyve olarak yapılırken, büyük ölçekli yıl boyu üretimde bulunan tesislerde ise taze meyve yanında dondurulmuş meyvelerde kullanılmaktadır. Ülkemizde son yıllarda değişik aromalı reçel çeşitlerine talep artmaktadır. Bununla birlikte önerilen bu yatırım konusu pazar ve organizasyon yönünden incelenmelidir. Türkiye reçel ve marmelat talep, üretim, ihracat ve ithalat verileri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Türkiye Reçel ve Marmelat Talep, Üretim, İhracat ve İthalatı

	Gerçekleşme		Gerç. Tah.		Tahmin		Yıllık artış (%)	
	2000		2001		2002			
	[M: Miktar (Bin Ton) D:Değer (Milyar TL) 1998 yılı fiyatlarıyla]						2001	2002
	M(1)	D(2)	M(3)	D(4)	M(5)	D(6)	(4/2)	(6/4)
Talep	41	22.079	43	23.156	45	24.233	4,9	4,7
Üretim	45	24.233	58	31.234	65	35.004	28,9	12,1
İhracat	3,3	1.222	11,5	4.258	13	4.814	248,5	13
İthalat	-	-	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, 2002, DPT.

Yıllar itibariyle üretim değerleri talebin üzerinde seyretmekte ve üretim fazlalığı ihraç edilmektedir. Bununla birlikte, ihracat potansiyeli son yıllarda artış gösteren bu sektörde, üretimin Türk Cumhuriyetlerine ihraç imkanları düşünülmelidir. Bu yatırım konusu kapasite tespiti yapılarak proje çalışmaları yapılması uygun olacaktır. Önerilen yatırımda üretim kapasitesi yılda 12 500 ton meyve üretimi olan Bingöl'de 80 kişi istihdam edebileceği bir tesis olarak düşünüldüğünde 1 000 000 \$'lık bir yatırım gerekecektir. Bununla birlikte, böyle bir yatırım, gerek ilin sahip olduğu meyve potansiyeli gerekse sabit yatırım tutarının büyüklüğü dikkate alındığında ancak orta vadede gerçekleştirilebilir görünmektedir.

1.7.2. Bisküvi ve gofret üretim tesisi

Bisküvi, yurt içinde talebi artan bir gıda maddesidir. Ayrıca son yıllarda ihraç kalemleri arasında yer alan bir gıda maddesi de olmuştur. Özellikle Türk Cumhuriyetlerinden bisküviye talep vardır. Türkiye bisküvi; talep, üretim, ihracat ve ithalat verileri Çizelge 18'de verilmiştir. Çizelge dikkate alındığında, 2000–2002 yılları arasında Türkiye'nin bisküvi talep, üretim ve ihracat değerlerinin sürekli arttığı ve üretim fazlalığının ise ihracat yoluyla dengelendiği görülmektedir. Bu anlamda, sektörün gelişimi açısından özellikle, Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülke pazarlarının da değerlendirilebilir olması dikkate alınmalıdır. Çizelgede her ne kadar bisküvi ithalatı yapılmıyor görünse de, gerçekte ithalatın var olduğu, ithalatın un ve unlu mamuller sanayi içerisinde ithal edilen diğer ürünler içerisinde ve düşük miktarlarda gerçekleştiği bilinmektedir. Bu göstergeler, Türkiye genelinde bisküvi sektörünün canlı olduğunun ve yatırım ortamının bulunduğunu göstermektedir. Türkiye geneli için geçerli olan yukarıdaki göstergelere dayanarak Bingöl'de bisküvi sektörüne yatırım yapılabilmesi için yöredeki ve Türkiye'deki pazar ve rekabet koşulları dikkatle incelenmelidir.

Tablo 8: Türkiye Bisküvi Talep, Üretim, İhracat ve İthalatı

	Gerçekleşme		Gerç. Tah.		Tahmin		Yıllık artış (%)	
	2000		2001		2002		2001	2002
	[M: Miktar (Bin Ton) D: Değer (Milyar TL) 1998 yılı fiyatlarıyla]							
	M(1)	D(2)	M(3)	D(4)	M(5)	D(6)		
Talep	359	146.444	364	148.525	367	149.749	1,4	0,8
Üretim	420	171.375	428	174.639	435	177.496	1,9	1,6
İhracat	61	17.159	64	17.974	68	19.097	4,7	6,2
İthalat	-	-	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, 2002, DPT.

Önerilen yatırımda üretim kapasitesi yılda 22 000 ton bisküvi, 550 ton gofret üretimi ve 500 kişi istihdam edebileceği bir tesis olarak düşünüldüğünde 3 000 000 \$'lık bir yatırım gerekecektir.

1.7.3. Karma yem üretim tesisi

Bingöl'de, hayvancılığın gelişmesine yönelik olarak önerilen bu yatırım, giderek karma hayvan yemi ihtiyacının da sürekli olarak artmasından, girişimciler için cazip bir yatırım konusu olabilecektir. Bu yatırım, ağırlıklı olarak iç pazara yönelik olarak düşünüldüğünde, kısa vadede gerçekleştirilebilir görülmektedir. Türkiye karma yem talep, üretim, ihracat ve ithalat verileri çizelge 19'da verilmiştir.

Tablo 9: Türkiye Karma Yem Talep, Üretim, İhracat ve İthalatı

	Gerçekleşme		Gerç. Tah.		Tahmin		Yıllık artış (%)	
	2000		2001		2002		2001	2002
	M: Miktar (Bin Ton) D:Değer (Milyar TL) 1998 yılı fiyatlarıyla							
	M(1)	D(2)	M(3)	D(4)	M(5)	D(6)		
Talep	6.643	313.396	5.222	246.343	5.628	265.495	-21,4	7,8
Üretim	6.662	314.273	5.300	250.022	5.700	268.892	-20,4	7,5
İhracat	27	4.378	85	13.682	80	12.877	213	-5,9
İthalat	9	3.435	7	2.796	8	3.195	-18,6	14,3

Kaynak: Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, 2002, DPT.

Tablo incelendiğinde, yıllar itibariyle üretim değerlerinin talebin üzerinde seyretmekte ve üretim fazlalığı ihracat ile dengelendiği görülmektedir. Önerilen yatırımda yılda 20 000 ton karma yem üretimi yapılacak ve 40 kişi istihdam edebilecektir. Böyle bir yatırım için 1 milyon dolarlık bir yatırım gerekecektir.

1.7.4. Bal paketleme ve tasnifleme tesisi

Bingöl elverişli iklimi, verimli toprakları ve mevcut su kaynakları ile zengin bir bitkisel ürün desenine sahiptir. Bitki kompozisyonunun çeşitli olduğu il, arıcılık yatırımları için doğal bir alt yapıya sahiptir. İlde, arıcılık daha çok aile işletmesi niteliği taşımakta olup, gezici ve sabit arıcılık şeklinde sürdürülmektedir. Yılda 796 ton olan bal üretim değeri, bu potansiyelin tam olarak değerlendirilmediğini göstermektedir.

Yeterince değerlendirilemeyen arıcılık potansiyelinin daha iyi değerlendirilmesi için; kaliteli arı üretimine ve damızlık seçimine önem verilmesi, kovan başına bal veriminin artırılması, arıcılık ürünlerinin iyi bir pazar organizasyonuna kavuşturulması ve üreticilerin eğitilmeleri ve örgütlenmeleri sağlanmalıdır.

Arıcılık konusunda, tarım alanlarında zararlılara karşı yapılan zirai mücadele neticesinde arıların zarar görebileceklerinin de göz ardı edilmemesi gereklidir. Arıcılık yatırımına yönelik bir yatırım düşünüldüğünde, 2 kişinin istihdam edilebileceği 60 kovanlık bir yatırım için 9.000 \$'lık bir yatırım gerekecektir.

Bingöl'de ülke çapında kalitesi ile bilinen bal üretimi, kovan başına ortalama 18 kg olup, yıllık üretim de yaklaşık 800 ton civarında olmaktadır. Söz konusu ürünün modern bir tesis kurularak, paketlenme ve tasniflenmesinin yapılarak iç tüketime sunulması, ayrıca iyi bir şekilde pazar organizasyonu kurulup ihracata yönlendirilmesi durumunda üretim daha da artacaktır. (Bingöl Sanayi Potansiyeli Ve Yatırım Alanları Araştırması 2004)

1.8. GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Ambalaj hiçbir sanayi dalında gıda sanayindeki kadar büyük öneme sahip değildir. Genel olarak ambalajlama ülkelerin ekonomik ve teknolojik alanlardaki gelişmeleri ve yaşam standartlarındaki yükselmeye paralel olarak gelişme göstermektedir. İkel ekonomilerde ürünler çoğunlukla dökme olarak pazara sunulmaktayken pazar ekonomisinin gelişmesiyle ambalajlama giderek önem kazanmıştır. Gıda maddelerinin ambalajlanmaması halinde %30 dolayında kayba uğradığı, ancak ambalajlandığında bu kaybın %2–3 arasında değiştiği tespit

edilmiştir. Bu verilerden de ambalajlamanın toplumların gelişmesiyle yakından ilgili olduğu görülmektedir.

Gıda teknolojisinin gelişmesinin yanı sıra ambalaj malzemesi ve ambalajlama makinelerinin gelişmesi pazarlama olanaklarını arttırmış, bu artış dolaylı olarak gıda sanayini olumlu yönde etkilemiş, gıda sanayi ve ambalajlama sanayi sürekli olarak birbirlerini aktive etmişlerdir. Bugün gelişmiş Batı Avrupa tüketicileri gıdaların içeriğinden çok ambalajlarına bakarak satın almakta, gıda kalitesi nedeniyle yüksek olursa olsun ambalaj kalitesi yeterli olmayan gıdalar, bu pazara ya hiç girememekte yada çok düşük fiyat bulmaktadırlar. Diğer yandan yas meyve, sebze ithalinde olduğu gibi ambalaj cinsi ve niteliği doğrudan doğruya ithalatı güçleştiren bir faktör olabilmektedir. (Doğrutekin Ş. 2005)

1.9. GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN BİLİMSEL SINIFLANDIRILMASI VE TANIMI

Ambalaj iç ambalaj ve dış ambalaj olmak üzere iki değişik düzeyde materyalden oluşabilir. İç ambalaj ürünü ilk çevreleyen ve koruyan, genellikle tüketiciye ürünle birlikte sunulan ve bu nedenle de, tüketicinin ürünü satın almasını doğrudan etkileyebilen bir unsurdur. İç ambalajın, koruma ve tutundurma olmak üzere iki temel görevi vardır. Tüketicilerin yaşam standartlarının artması ile ambalajın tutundurma etkisi gitgide artmaktadır. İç ambalajın tutundurma görevini etkin bir şekilde yerine getirebilmesi için şu özelliklere dikkat edilmesi gerekir. İç ambalajın tutundurma görevini yerine getirmesi için yapılacak düzenlemelerin yanında iç ambalaj, ürünün bozulmasına, ezilmesine, dökülmesine engel olacak şekilde diğer bir ifade ile dış etkenlerden zarar görmesine engel olacak şekilde tasarlanmalıdır. Örneğin süt gibi dayanıksız ürünlerin pazarlanması sırasında ürünün bozulmasını ve dış etkenlerden etkilenmesini önlemek için ambalajın önemi daha da artmaktadır.

Dış ambalajın temel amacı paketlenmiş ürünün toplu sevkini sağlamak ve sevk sırasında meydana gelebilecek dış etkenlerden korumaktır. Ayrıca dış satımda kullanılacak ambalaj uluslararası normlara ve hedef pazardaki yasal düzenlemelere göre işaretlenmeli ve etiketlenmelidir. Aksi halde ürün zarar görebilir, gideceği yere ulaşmayabilir veya gümrüklerden geri çevrilebilir. Amaç ulaştırma sırasında en az firenin verilmesi olmalıdır. Ambalajların üretildiği malzemelere, üretim teknikleri gibi kriterlere göre başlıca ambalaj çeşitlerini şöyle sıralayabiliriz: Kağıt esaslı ambalajlar, cam ambalajlar, tahta ambalajlar, metal kökenli ambalajlar, plastik ambalajlar ve aseptik ambalajlar Ambalaj teknolojisi müşteri

ihtiyaçlarının tatmin edilmesi doğrultusunda gelişim göstermektedir. Ambalaj teknolojisindeki gelişmeler düşük maliyetli olacak, daha uzun raf ömrü ve maksimum gıda güvenliği ve hijyeni sağlayacak ve çevre dostu olacak şekilde gelişim göstermesi gerekmektedir (Ege Akademik Bakış, 2007).

1.10. DÜNYADA GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ

Dünya ambalaj sanayi pazarı 439 milyar dolar civarındadır. Dünya ambalaj sanayisi pazarının 2014 yılına kadar % 3,5 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir. Pazarın % 36'sını kâğıt karton ambalajlar, % 34'ünü plastik ambalajlar, % 17 metal ambalajlar, % 10 cam ambalajlar oluşturmaktadır. Ambalaj sanayi ürünleri pek çok sanayiye hizmet vermektedir. Hizmet verdiği alanların başında gıda ve içecek sanayileri gelmektedir. Dünya ambalaj sanayi üretiminin % 56'sı bu sektörler tarafından kullanılmaktadır. Bölgesel olarak dünya ambalaj sanayi ticaretine bakıldığında %e 30'u Avrupa ülkeleri, % 28'i Kuzey Amerika ülkeleri, % 27'si Asya ülkeleri, % 7'si Latin Amerika ülkeleri, % 8'i ise diğer ülkelerdir.

Dünya ticaretinin % 50'sini plastik ambalajlar oluşturmaktadır. Kâğıt karton ambalaj ticareti yapılan ikinci önemli ambalaj grubudur. Toplam dünya ambalaj ticareti içinde % 35'lik paya sahiptir. Sırasıyla ihraç edilen diğer ambalaj ürün grupları; metal, cam ve ahşap ambalajlardır. Dünyanın en büyük ambalaj ihracatçı ve ithalatçı ülkeleri AB ülkeleri, ABD ve Japonya'dır. Son yıllarda söz konusu ülkeler arasında Çin'de yer almaya başlamıştır. (alberk.com.tr)

1.11. TÜRKİYE'DE GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ

Türkiye'de mevcut ve son yıllarda gelişme eğilimi gösteren sanayi dallarında üretilen çeşitli tarım ve gıda ürünleri ile diğer gıda dışı ürünlerin amaca yönelik pazarlanmasında, özellikle ihraç mallarında ambalaj giderek çok önemli bir yer tutmaktadır.

Ambalajlanan tüm ürünler içerisinde gıda ürünlerinin ambalajı ve satışa sunuluşu diğer ürünlere göre daha fazla dikkat gerektirmektedir. Gıda işlenmiş olsun ya da olmasın koku, ışık, oksijen, rutubet, mikroorganizma, böcek gibi ürünün kalitesini bozabilecek tüm dış etkilerden zarar görmektedir. Gıda ambalajı sayesinde biyolojik (mikroorganizma ve böceklerin girişini engeller ayrıca gıdadaki mikrobiyal gelişmeyi etkileyebilir), fiziksel (gıdayı toz, ışık, kirlere ve mekaniksel zararlılara karşı korur ayrıca fireyi önler) ve kimyasal (su buharı, oksijen vb. diğer gazların geçişini engelleyebilir veya istenilen gazların geçişine

izin verir) etmenlerden dolayı oluşacak kalite kayıpları büyük ölçüde önlenecektir. Ambalaj bu etmenlere karşı koruma sağlamakla birlikte oluşabilecek nem ve aroma kayıplarını da önlemektedir.

Tablo 10: Gıda Maddeleri Karton Ambalaj Üretimi

GIDA MADDELERİ AMBALAJI	Toplam Üretim (ton)	İç Piyasa (Ton)	%	İhracat (ton)	%
Her türlü zahire, bisküvi, unlu gıdalar, pirinç, bakliyat, mercimek unları, irmik, nişasta vs. ambalajları	8.524	7.246	85	1.178	15
Taze veya dondurulmuş gıda, dondurma, taze veya dondurulmuş et, sebze, patates, hamburger, köfte, pizza ambalajı vs.	2.122	1.511	71	611	29
Kuru bakkaliye, yulaf, kahve, çay, kakao, şeker, baharat, evcil hayvan mamaları, çorbalar vs. ambalajları	8.852	6.660	75	2.192	25
Çikolata, şekerleme ambalajları	20.991	17.499	83	3.492	17
Sıvı gıdalar ambalajı (süt hariç), bardak kutu veya şişeli yiyecek, içecek maddeleri grup ambalajı vs.	9.679	6.654	69	3.025	31
Diğer yiyecek maddeleri ambalajı	11.277	8696	77	2.531	23
TOPLAM	61.395	48.266	79	13.129	21

Gıda sanayinin % 56'sını un ve unlu mamuller, % 18'ini süt ve süt mamulleri, % 12'sini meyve-sebze işleme, % 4'ünü bitkisel yağ ve margarin, % 3'ü şekerli mamuller, % 2,5'i et mamulleri, % 4,5'leri alkolsüz içkiler, su ürünleri oluşturmaktadır (Doğrutekin, 2005).

1.12. BİNGÖL'DE GIDA PAKETLEME VE AMBALAJ SEKTÖRÜ

Ambalaj; pazarlama, gıda güvenliği ve tüketici sağlığı açısından önem arz etmektedir. Gıda güvenliği açısından koruyucu ve dış ambalaj olarak bilinmektedir. Ambalaj bir taraftan ürünü koruduğu gibi diğer taraftan ürünü dış etkenlerden muhafaza etmektedir. Ambalaj sadece ürünü korumakla kalmamakta aynı zamanda iyi bir ambalaj içindeki ürünün iyi olduğu hakkında tüketiciye haber vermektedir. Ambalaj sektörü bu noktada oldukça önemlidir. Gıda ürünleri ise daha çabuk bozulduğundan gıda ambalajının önemini bir kat daha artırmaktadır. Yasal ve tüketici hakları bakımından çevre dostu ambalaj kullanımı gittikçe bir zorunluluk haline gelmektedir. Dolayısıyla, Bingöl'de yapılacak ambalaj ve paketleme işlem ve

çıkartılarının çevre dostu ve insan sağlığını bozmayacak olması gerekmektedir. Bu anlamda çevre dostu ambalaj ve paketleme il açısından bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

Tablo 11: Katılımcılarla ilgili genel bilgiler

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Gelir Düzeyi		
Erkek	118	63,8	300 TL'den az	10	5,4
Bayan	67	36,2	300–500 TL arası	31	16,8
Toplam	185	100,0	500–800 TL arası	73	39,5
Yaş			800-1000 TL arası	34	18,4
20'den küçük	10	5,4	1000 TL'nin üzeri	32	17,3
20 – 30 arası	37	20,0	Toplam	180	97,3
30 – 40 arası	42	22,7	Meslek Grupları		
40 – 50 arası	75	40,5	Memur	25	13,5
51 ve daha yukarısı	21	11,4	Serbest	68	36,8
Toplam	185	100,0	Öğrenci	16	8,6
Eğitim Durumu			Emekli	18	9,7
Okur–yazar olmayan	0	0	Ev Hanımı	56	31,3
İlköğretim mezunu	73	39,5	Toplam	185	100,0
Lise mezunu	91	49,2	Medeni Durumu		
Üniversite mezunu	21	11,4	Evli	120	64,9
Toplam	185	100,0	Bekâr	65	35,1
			Toplam	185	100,0

Ankete katılanların % 63,8'i erkek, % 36,2'si ise bayanlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında; 40-50 arası % 40,5, 30-40 arası 22,7, 20-30 arası % 20, 51 ve yukarısı % 11,4 ve 20 yaş ve altı ise % 5,4 olarak ortaya çıkmıştır. Görüldüğü gibi genç ve olgun yaşlar çoğunluktadır. Eğitim durumları ise büyük bir çoğunluğu lise (% 49,2), ilköğretim % 39,5 düzeyindedir. Eğitim durumuna göre lise ve ilköğretimin yoğunlukta olduğu söylenebilir. Katılımcıların gelir düzeyi çoğunlukla asgari ücret ve asgari ücretin altındadır (% 61,7). Meslek dağılımı; serbest meslek (% 36,8), ev hanımı (% 31,3), memur (% 13,5), emekli (% 9,7) ve öğrenci (% 8,6) şeklinde sıralanmaktadır. Meslek dağılımında serbest meslek ve ev hanımının yoğunlukta olduğu söylenebilir. Katılımcıların önemli bir kısmı (% 64,9) evli ve % 35,1'i bekârdır.

Tablo 12: Çeşitli temel gıdaların aylık olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Koyun eti	1kg	112	60,5
	2 kg	25	13,5
	3 kg	18	9,7
	4 kg	10	5,4
	Cevaplamayan	20	10,8
	Toplam	185	100,0
Dana eti	1 kg	54	29,2
	2 kg	49	26,5
	3 kg	10	5,4
	5 kg	4	2,2
	Cevaplamayan	68	36,8
	Toplam	185	100,0
Sakatat	1,00	49	26,5
	Cevaplayan	136	73,5
	Toplam	185	100,0
Tavuk eti	1 kg	59	31,9
	2 kg	45	24,3
	3 kg	27	14,6
	4 kg	22	11,9
	5 kg	6	3,2
	6 kg	14	7,6
	10 kg	6	3,2
	Cevaplamayan	6	3,2
	Toplam	185	100,0
Yumurta	10 adet	23	12,4
	15 adet	41	22,2
	20 adet	28	15,1
	25 adet	20	10,8
	30 adet	32	17,3
	45 adet	17	9,2
	60 adet	24	13,0
	Toplam	185	100,0
Sazan	1 kg	55	29,7
	2 kg	20	10,8
	3 kg	4	2,2
	Cevaplamayan	106	57,3
	Toplam	185	100,0
Alabalık	1 kg	118	63,8
	Cevaplamayan	67	36,2
	Toplam	185	100,0
Diğer balık çeşitleri (Somon ve deniz balıkları)	1 kg	95	51,4
	2 kg	32	17,3
	Cevaplamayan	58	31,4
	Toplam	185	100,0

Nohut	1 kg	149	80,5
	5 kg	10	5,4
	Cevaplamayan	26	14,1
	Toplam	185	100,0
Kuru fasulye	1 kg	138	74,6
	5 kg	10	5,4
	Cevaplamayan	37	20,0
	Toplam	185	100,0
Mercimek	1 kg	149	80,5
	2 kg	20	10,8
	5 kg	6	3,2
	Cevaplamayan	10	5,4
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanların önemli bir bölümü % 60,5'i aylık olarak 1 kg koyun eti tükettiklerini ifade etmişlerdir. Diğer cevaplayıcıların ise tükettikleri koyun eti miktarı aylık olarak; 2 kg % 13,5, 3 kg % 9,7, 4 kg % 5,4 belirtmişlerdir. Anketteki bu soruyu cevaplamayanların oranı ise % 10,8'dir. Tablodan da görüldüğü gibi koyun eti tüketiminin daha çok 1 ve 2 kg'da odaklandığı görülmektedir.

Aylık olarak tüketilen dana eti dağılımı; 1 kg % 29,2, 2 kg % 26,5, 3 kg % 5,4 ve 5 kg % 2,2 şeklinde sıralanmaktadır. Cevaplamayanların oranı ise % 36,8'dir. Dana eti satın alımında da yoğunluğu 1 ve 2 kg'da olduğu görülmektedir.

Aylık olarak tüketilen sakatat katılımcıların % 26,5'i 1 kg olarak belirtmişlerdir.

Aylık olarak tüketilen tavuk eti dağılımı; 1 kg % 31,9, 2 kg % 24,3, 3 kg % 14,6, 4 kg % 11,9, 6 kg % 7,6, 5 kg % 3,2 ve 10 kg % 3,2 şeklin oluşmaktadır. Tavuk eti tüketiminde de 1, 2 ve 3 kg olduğu görülmektedir. Tavuk etini kullanmayan ya da cevaplamayanların oranı % 3,2'dir.

Aylık ortalama yumurta tüketimi; 15 adet % 22,2, 30 adet % 17,3, 20 adet % 15,1, 60 adet % 13, 10 adet % 12,4, 25 adet % 10,8 ve 45 adet % 9,2 şeklinde dağılmaktadır. Tüketicilerin aylık olarak daha çok 15, 30, 20 ve 60 adet yumurta tükettikleri görülmektedir. Aylık tüketilen yumurta miktarı 5 070 adettir. Bu adet hane halkına oranlandığında ($5070/185=$);

Aylık olarak tüketilen sazan balığı miktar olarak 1 kg'dır (% 29,7). 2 kg tüketenlerin oranı % 10,8, 3 kg tüketenlerin oranı ise % 2,2'dir. Cevaplamayanların oranı ise % 57,3'tür.

Cevaplamayanlar içinde sazan balığı kullanmayanlar da bulunmaktadır. Görüldüğü gibi sazan balığı tüketenler genel olarak aylık 1 kg şeklinde belirtmişlerdir.

Aylık olarak tüketilen alabalık daha çok 1 kg (% 63,8), alabalık tüketmediğini ya da cevap vermeyenlerin oranı ise % 36,2'dir.

Diğer balık çeşitlerinde daha çok somon ve deniz balıkları tüketildiği ve tüketim miktarı genellikle 1 kg (% 51,4) olarak belirtilmiştir. Cevaplamayanların oranı % 31,4'tür. 2 kg diğer balık çeşitlerinden kullanılma oranı % 17,3'tür.

Nohut tüketimine bakıldığında cevaplayıcıların büyük bir çoğunluğu aylık tüketim miktarını 1 kg'dır (% 80,5). Aylık olarak 5 kg tüketenlerin oranı % 5,4'tür. Cevaplamayanların oranı ise % 14,1'dir.

Kuru fasulye tüketimi aylık olarak 1 kg (% 74,6) ve 5 kg (% 5,4) şeklinde belirlenmiştir. Görüldüğü gibi genel olarak aylık tüketilen kuru fasulye miktarı büyük çoğunlukla 1 kg'dır. Cevaplamayanların oranı ise % 20'dir.

Aylık olarak tüketilen mercimek miktarı daha çok 1 kg (% 80,5) olarak görülmektedir. Aylık olarak 1 kg tüketilen mercimek miktarı oran olarak oldukça yüksektir. Aylık 2 kg (% 10,8) ve 5 kg (% 3,2) mercimek tüketenlerin oranı ise oldukça düşüktür. Cevaplamayanların oranı % 5,4'tür.

Tablo 13: Çeşitli temel gıdaların haftalık olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Pastörize süt	1 kg	55	29,7
	2 kg	46	24,9
	3 kg	22	11,9
	4 kg	10	5,4
	Cevaplamayan	52	28,1
	Toplam	185	100,0
Açık süt	1 kg	71	38,4
	2 kg	49	26,5

	3 kg	5	2,7
	5 kg	16	8,6
	Cevaplamayan	44	23,8
	Toplam	185	100,0
Tereyağı	250 gr	123	66,5
	500 gr	20	10,8
	Cevaplayan	42	22,7
	Toplam	185	100,0
Yoğurt	1 kg	49	26,5
	2 kg	26	14,1
	3 kg	58	31,4
	4 kg	14	7,6
	5 kg	28	15,1
	Cevaplamayan	10	5,4
	Toplam	185	100,0
Beyaz peynir	500 gr	90	48,6
	1 kg	59	31,9
	2 kg	16	8,6
	Cevaplamayan	20	10,8
	Toplam	185	100,0
Çökelek	250 gr	78	42,2
	500 gr	28	15,1
	Cevaplamayan	79	42,7
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri pastörize süt miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Haftalık 1 kg tüketenlerin oranı % 29,7, 2 kg tüketenlerin oranı % 24,9, 3 kg tüketenlerin oranı % 11,9 ve 4 kg kullananların oranı ise % 5,4'tür. Görüldüğü gibi tüketiciler daha çok 1 ve 2 kg pastörize süt kullanmaktadırlar. Anketin bu kısmını cevaplamayanların oranı ise % 28,1'dir.

Açık süt alımı daha çok 1 kg (% 38,4) ve 2 kg (% 26,5) şeklinde gerçekleşmektedir. Diğer alım miktarları ise 5 kg (% 8,63) ve 3 kg (% 2,7) olarak gerçekleşmiştir. Cevaplamayanların oranı ise % 23,8'dir.

Tereyağı kullanımı haftalık olarak 250 gr (% 66,5) ve 500 gr (% 10,8) kullanılmaktadır. Tereyağı kullanımının daha çok düşük miktarlarda olduğu görülmektedir. Cevaplamayanların oranı ise % 22,7'dir.

Haftalık olarak kullanılan yoğurt miktarı aşağıdaki şekilde sıralanabilir. 3 kg (% 31,4), 1 kg (% 26,5), 5 kg (% 15,1), 2 kg (% 14,1) ve 4 kg (% 7,6) şeklindedir. Tablodan da görüldüğü gibi haftalık yoğurt kullanımı 3, 5 ve 2 kg'dır.

Haftalık kullanılan beyaz peynir miktarı 500 gr (% 48,6), 1 kg (% 31,9) ve 2 kg (% 8,6) oranlarında değişmektedir. Görüldüğü gibi tüketicilerin yaklaşık olarak yarısı haftada 500 gr beyaz peynir tüketmektedirler. Cevaplamayanların oranı ise % 10,8'dir.

Daha çok yöresel olarak kullanılan çökelek daha küçük miktarlarda kullanıldığı belirtilmiştir. Nitekim 250 gr (% 42,2) ve 500 gr (% 15,1) olarak kullanıldığı ifade edilmiştir.

Tablo 14: Çeşitli temel gıdaların haftalık olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Yeşil fasulye	500 gr	98	53,0
	1 kg	46	24,9
	2 kg	4	2,2
	Cevaplamayan	37	20,0
	Toplam	185	100,0
Salatalık	1 kg	86	46,5
	2 kg	63	34,1
	3 kg	10	5,4
	4 kg	10	5,4
	5 kg	16	8,6
	Toplam	185	100,0
Havuç	500 gr	83	44,9
	1 kg	32	17,3
	2 kg	22	11,9
	3 kg	14	7,6
	Cevaplamayan	34	18,4
	Toplam	151	81,6
Kabak	1 kg	101	54,6
	2 kg	22	11,9
	Cevaplamayan	62	33,5
	Toplam	185	100,0
Dolmalık biber	1 kg	89	48,1
	2 kg	44	23,8
	Cevaplamayan	52	28,1
	Toplam	185	100,0
Sivribiber	1 kg	94	50,2
	2 kg	41	22,2
	3 kg	24	13,0
	Cevaplamayan	26	14,1
	Toplam	185	100,0
Patates	1 kg	79	42,7
	2 kg	46	24,9
	3 kg	38	20,5
	5 kg	16	8,6

	Cevaplamayan	6	3,2
	Toplam	185	100,0
Kuru-yeşil soğan	1 kg	110	59,5
	2 kg	40	21,6
	3 kg	15	8,1
	Cevaplamayan	20	10,8
	Toplam	185	100,0
Patlıcan	1 kg	121	65,4
	2 kg	33	17,8
	Cevaplamayan	31	16,8
	Toplam	185	100,0
Domates	1 kg	101	54,6
	2 kg	52	28,1
	3 kg	10	5,4
	5 kg	22	11,8
	Toplam	185	100,0
Lahana	1 kg	97	52,4
	2 kg	25	13,5
	Cevaplamayan	63	34,1
	Toplam	185	100,0
Elma	1 kg	45	24,3
	2 kg	50	27,0
	3 kg	26	14,1
	4 kg	49	26,5
	Cevaplamayan	15	8,1
	Toplam	185	100,0
Armut	1 kg	69	37,3
	2 kg	45	24,3
	3 kg	21	11,3
	Cevaplamayan	50	27,0
	Toplam	185	100,0
Dut	1 kg	54	29,2
	2 kg	15	8,1
	Cevaplamayan	116	62,7
	Toplam	185	100,0
Üzüm	1 kg	84	45,4
	2 kg	39	21,1
	3 kg	10	5,4
	4 kg	11	5,9
	Cevaplamayan	41	22,2
	Toplam	185	100,0

Kavun	1 kg	88	47,6
	2 kg	17	9,2
	3 kg	17	9,2
	4 kg	27	14,6
	Cevaplamayan	36	19,5
	Toplam	185	100,0
Karpuz	1 kg	29	15,7
	2 kg	52	28,1
	3 kg	45	24,4
	4,00	16	9,1
	5,00	10	5,4
	Cevaplamayan	32	17,3
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri yeşil fasulye miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Haftalık 500 gr tüketenlerin oranı % 53, 1 kg tüketenler % 24,9 ve haftada 2 kg yeşil fasulye tüketenlerin oranı % 2,2 gibi küçük bir oranda kalmıştır. Cevap vermeyenlerin oranı ise % 20'dir. Görüldüğü gibi yeşil fasulye yoğunlukla haftada 500 gr olarak tüketilmektedir.

Haftalık salatalık kullanan tüketicilerin önemli bir kısmı 1 kg tercih etmektedirler. 1 kg salatalık kullananların oranı % 46,5'tir. 2 kg salatalık kullananların oranı ise % 34,1'dir. 5 kg % 8,6, 3 kg 5,4 ve 4 kg 5,4'tür.

Haftalık olarak kullanılan havuç miktarı; 500 gr (% 44,9), 1 kg (% 17,3), 2 kg (% 11,9) ve 3 kg (% 7,6) şeklinde sıralanmaktadır. Haftalık havuç kullanımının daha çok 500 gr olduğu görülmektedir. Cevaplamayanlar % 18,4'tür.

Haftalık kullanılan kabak miktarı daha çok 1 kg'dır. Haftalık 1 kg kabak kullananların oranı % 54,62'tir. 2 kg kabak kullananların oranı % 11,9'dur. Cevaplamayanların oranı ise % 33,5'tir. Bu oran oldukça yüksektir.

Dolmalık biber tüketiminde cevaplayıcıların % 48,1'i 1 kg ve % 23,8'i 2 kg haftalık tüketimde buldukları görülmektedir. Anketi cevaplamayan veya dolmalık biber almayanların oranı ise % 28,1'dir. Tüketicilerin daha çok 1 kg kadar dolmalık biber kullandıkları görülmektedir.

Sivri biber tüketimi daha çok 1 kg olarak gerçekleşmiştir. 1 kg sivribiber tüketme oranı % 50,2'dir. 2 kg sivribiber kullananların oranı % 22,2, 3 kg sivribiber kullanma oranı ise % 13'tür. Cevaplamayanların oranı ise % 14,1'dir.

Haftalık olarak tüketilen patates oranları aşağıdaki gibidir. % 42,7'si 1 kg, % 24,9'u 2 kg, % 20,5'i 3 kg ve % 8,6'sı ise 5 kg patates tüketmiştir. Bu oranlara bakıldığında patates tüketiminin daha çok 1kg ve 2 kg olduğu şeklindedir. Her iki seçeneğin 67,6'dır.

Haftalık olarak tüketilen yeşil ya da kuru soğan dağılımı aşağıda verilmiştir. Buna göre tüketicilerin haftalık olarak daha çok 1 kg (% 59,5) şeklinde tüketildiği görülmektedir. 2 kg tüketilme oranı % 21,6, 3 kg tüketilme oranı ise % 8,1'dir.

Haftalık olarak tüketilen patlıcan dağılımları; 1 kg (% 65,4), 2 kg (% 17,8) ve Cevaplamayanların oranı ise % 16,8'dir. Haftalık patlıcanların daha çok 1 kg şeklinde tüketildiği görülmektedir.

Haftalık olarak tüketilen domatesler aşağıdaki şekilde dağılmaktadır. 1 kg (% 54,6), 2 kg (% 28,1), 3 kg (% 5,4) ve 5 kg (% 11,8) şeklinde dağılmaktadır. Görüldüğü gibi tüketim daha çok 1kg ve iki kg şeklindedir. İki seçeneğin toplamı % 82,7'dir.

Lahana tüketiminin daha çok 1 kg olduğu görülmektedir. Cevaplamayanların oranı ise % 34,1'dir.

Haftalık olarak tüketilen elma miktarı oranlarına bakıldığında 2 kg % 27, 4 kg % 26,5, 1 kg % 24,3 ve 3 kg olarak kullanılma oranı % 14,1'dir. Haftalık 2 kg ve 4 kg en fazla gerçekleşen miktardır.

Haftalık olarak tüketilen armut miktarı daha çok 1-2 kg olarak tüketilmektedir. Her iki seçeneğin toplamı % 61,6'dır. Cevaplamayanların oranı da % 27'dir. Bu oran da yüksek sayılmaktadır.

Dut tüketiminde daha çok günlük 1 kg'dır. Cevaplamayanların oranı da oldukça yüksektir. Cevaplamayanların oranı % 62,7'dir.

Haftalık olarak tüketilen üzüm miktarı daha çok 1-2 kg şeklindedir. İki alternatifin toplamı % 66,5'tir. Cevaplamayanların oranı ise % 22,2'dir.

Haftalık kavun tüketimi en çok 1 kg'dır. Haftada 1 kg kavun tüketenlerin oranı % 47,6'dır. 4 kg kavun tüketme oranı % 14,6, 2 ve 3 kg kavun tüketme oranı ise % 9,2'dir. Ayrıca cevaplamayanların oranı % 14,6'dır.

Haftalık olarak tüketilen karpuz miktarı ve oranları şöyle sıralanabilir. 2 kg % 28,1, 3 kg % 24,4, 1 kg % 15,7, 4 kg % 9,1, ve 5 kilo 5,4 şeklinde ifade edilmiştir. Görüldüğü gibi ağırlıklı olarak tüketilen karpuz miktarı 2, 3, ve 4 kilo şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 15: Çeşitli temel gıdaların günlük olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Normal ekmek	1 adet	38	20,5
	2 adet	62	33,5
	3 adet	20	10,8
	4 adet	26	14,1
	5 adet ve üzeri	6	3,2
	Cevaplamayan	33	17,8
	Toplam	185	100,0
Fırın ekmeği	1 adet	98	53,0
	2 adet	27	14,6
	4 adet	10	5,4
	Cevaplamayan	50	27,0
	Toplam	185	100,0
Bulgur	1 kg	115	62,2
	2 kg	60	32,4
	Cevaplamayan	10	5,4
	Toplam	185	100,0
Pirinç	1 kg	159	85,9
	2 kg	16	8,6
	Cevaplamayan	10	5,4
	Toplam	185	100,0
Makarna	250 gr	122	65,9
	500 gr	53	28,6
	1 kg	10	5,4
	Toplam	185	100,0
Şehriye	100 gr	120	64,9
	200 gr	11	5,9
	Cevaplamayan	54	29,2
	Toplam	185	100,0
Un	100 gr	56	30,3
	200 gr	61	33,0
	Cevaplamayan	68	36,8
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri normal ekmek miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük 2 ekmek diyenlerin oranı % 33,5, 1 ekmek % 20,5, 4 ekmek % 14,1, 3 ekmek % 10,8 ve 5 ekmek ve daha fazlası % 3,2 olarak belirtilmiştir. Cevaplamayanların oranı ise % 17,8'dir. Görüldüğü gibi tüketicilerin genellikle tükettikleri ekmek miktarı 2, 1, 4 ve 3 adettir.

Fırın ekmeği günlük olarak daha çok 1 adet kullanıldığı (% 53), 2 adet kullananların oranının ise düşük olduğu görülmektedir. Cevaplamayanların oranı ise % 27'dir.

Günlük bulgur kullanma miktarı daha çok 1 kg (% 62,2) olarak tüketilmektedir. 2 kg bulgur kullananların oranı ise % 32,4'tür. Daha çok 1 kg bulgur tüketildiği görülmektedir.

Günlük pirinç kullanma miktarı daha çok 1 kg (% 85,9) olarak tüketilmektedir. 2 kg pirinç kullananların oranı ise % 8,6'dır. Daha çok 1 kg pirinç tüketildiği görülmektedir.

Günlük makarna kullanma miktarı daha çok 250 gr (% 65,9) olarak tüketilmektedir. 500 gr tüketenlerin oranı % 28,6 ve 1 kg makarna kullananların oranı ise % 5,4'Tür. Daha çok 1 kg makarna tüketildiği görülmektedir.

Günlük şehriye kullanma miktarı daha çok 100 gr (% 64,9) olarak tüketilmektedir. 200 gr tüketenlerin oranı % 5,9'dır. Cevaplamayanların oranı ise % 29,2'dir. Bu oran da oldukça yüksektir. Daha çok 100 gr şehriye tüketildiği görülmektedir.

Günlük un kullanma miktarı daha çok 200 gr (% 33) olarak tüketilmektedir. 100 gr tüketenlerin oranı % 30,3'dir. Cevaplamayanların oranı ise % 36,8'dir. Bu oran da oldukça yüksektir. Daha çok 200 gr ve 100 gr un tüketildiği görülmektedir. Tüketilen unlar daha çok pasta, börek vb ürünler içindir.

Tablo 16: Çeşitli temel gıdaların günlük olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Ayçiçeği yağı	Az miktarda	158	85,4
	100 gr	11	5,9
	Cevaplamayan	16	8,6
	Toplam	185	100,0
Tereyağı	Az miktarda	92	49,7
	100 gr	23	12,4
	Cevaplamayan	70	37,8
	Toplam	185	100,0
Yemeklik margarin	Az miktarda	137	74,1
	100 gr	12	6,5
	Cevaplamayan	36	19,5
	Toplam	185	100,0
Kahvaltılık margarin	Az miktarda	84	45,4
	100 gr	11	5,9
	Cevaplamayan	90	48,6
	Toplam	185	100,0
Zeytin ağı	Çok az	71	38,4
	Az miktarda	52	28,1
	Cevaplamayan	62	33,5
	Toplam	185	100,0
Çay şeker	200 gr	110	59,5
	400 gr	75	40,5
	Toplam	185	100,0
Pekmez	Çok az	89	48,1
	Az miktarda	24	13,0
	Cevaplamayan	72	38,9

	Toplam	185	100,0
Reçel	Çok az	137	74,1
	Az miktarda	31	16,8
	Cevaplamayan	17	9,2
	Toplam	185	100,0
Bal	Çok az	89	48,1
	Az miktarda	55	29,7
	Cevaplamayan	41	22,2
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri ayçiçeği yağı miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük az miktarda kullananların oranı % 85,4'tür. 100 gr olarak kullananların oranı ise % 5,9'dur.

Ankete katılanlar tükettikleri tereyağı miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük az miktarda kullananların oranı % 49,7'dir. 100 gr olarak kullananların oranı ise % 12,4'tür. Cevaplamayanların oranı ise % 37,8'dir. Bu oran yüksek sayılabilecek bir orandır.

Ankete katılanlar tükettikleri yemeklik margarin miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük az miktarda kullananların oranı % 74,1'dir. 100 gr olarak kullananların oranı ise % 6,5'tir. Cevaplamayanların oranı ise % 19,5'tir. Günlük tüketilen yemeklik margarin daha çok az miktarda olduğu görülmektedir.

Ankete katılanlar tükettikleri kahvaltılık margarin miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük az miktarda kullananların oranı % 45,4'tür. 100 gr olarak kullananların oranı ise % 5,9'dur. Cevaplamayanların oranı ise % 48,6'dır. Günlük tüketilen kahvaltılık margarin daha çok az miktarda olduğu görülmektedir. Ancak cevaplamayanların oranı da oldukça yüksek çıkmıştır.

Günlük kullanımlar dikkate alındığında zeytinyağı dağılımı; çok az kullanıldığını ifade eden % 38,4, az miktarda kullanıldığını ifade edenlerin oranı % 28,1 ve cevaplamayanların oranı ise % 33,5 şeklinde olmuştur. Çok az kullanan ve cevap vermeyenlerin oranı yüksek çıkmıştır.

Günlük kullanımlar dikkate alındığında çay şekeri dağılımı; 200 gr kullanıldığını ifade eden % 59,5, 400 gr kullanıldığını ifade edenlerin oranı % 40,5 olarak çıkmıştır. Görüldüğü gibi daha çok tüketicilerin 200 gr çay şekeri kullanıldığını yaklaşık olarak % 60'ı bulmaktadır.

Günlük kullanımlar dikkate alındığında pekmez dağılımı; çok az kullanıldığını ifade eden % 48,1, az miktarda kullanıldığını ifade edenlerin oranı % 13 olarak çıkmıştır. Görüldüğü gibi daha çok tüketicilerin yaklaşık olarak % 48’i pekmez kullandıklarını belirtmişlerdir.

Günlük kullanımlar dikkate alındığında reçel dağılımı; çok az kullanıldığını ifade eden % 74,1, az miktarda kullanıldığını ifade edenlerin oranı % 16,8 olarak çıkmıştır. Görüldüğü gibi daha çok tüketicilerin yaklaşık olarak % 74,1’i reçel kullandıklarını belirtmişlerdir.

Günlük kullanımlar dikkate alındığında bal dağılımı; çok az kullanıldığını ifade eden % 48,1, az miktarda kullanıldığını ifade edenlerin oranı % 29,7 olarak çıkmıştır. Görüldüğü gibi daha çok tüketicilerin bal tüketimini çok az ve az miktarda kullandıklarını ifade etmişlerdir. Her iki seçeneğin toplamı yaklaşık olarak % 78’dir. Cevaplamayanların oranı ise % 22,2 olarak belirlenmiştir.

Tablo 17: Çeşitli temel gıdaların günlük olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Salça	Çok az	118	63,8
	Az miktarda	61	33,0
	Cevaplamayan	6	3,2
	Toplam	185	100,0
Tuz	Çok az	148	80,0
	Az miktarda	31	16,8
	Cevaplamayan	6	3,2
	Toplam	185	100,0
Kahve	Çok az	106	57,3
	Az miktarda	21	11,4
	Cevaplamayan	58	31,4
	Toplam	185	100,0
Çay	Çok az	106	57,3
	Az miktarda	79	42,7
	Toplam	185	100,0
Fındık	Çok az	95	51,4
	Cevaplamayan	90	48,6
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri salça kullanım miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 63,8’dir. Az miktarda kullananların oranı ise % 33 olarak çıkmıştır. Dolayısıyla, günlük çok az miktarda salça kullanıldığı söylenebilir.

Tükettiklerin günlük kullandıkları tuz miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 80’dir. Az miktarda kullananların oranı ise % 16,8 olarak çıkmıştır. Dolayısıyla, günlük çok az miktarda tuz kullanıldığı söylenebilir.

Tükettiklerin günlük kullandıkları kahve miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 57,3'tür. Az miktarda kullananların oranı ise % 16,8 olarak çıkmıştır. Dolayısıyla, günlük çok az miktarda kahve kullanıldığı söylenebilir.

Tükettiklerin günlük kullandıkları çay miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 57,3'tür. Az miktarda kullananların oranı ise % 42,7 olarak çıkmıştır. Dolayısıyla, günlük çok az ve az miktarlarda çay kullanıldığı söylenebilir.

Tükettiklerin günlük kullandıkları fındık miktarını aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 51,4'tür. Cevap vermeyenlerin oranı % 48,6'dır. Dolayısıyla, fındık tüketiminin çok az kullanıldığı söylenebilir.

Tablo 18: Çeşitli temel gıdaların günlük olarak kullanımlarının dağılımı

	Tüketilen miktar	Frekans	Oran (%)
Şeker ve şeker ürünleri	Çok az	80	43,2
	Az miktarda	79	42,7
	Cevaplamayan	26	14,1
	Toplam	185	100,0
Lokum	Çok az	81	43,8
	Cevaplamayan	104	56,2
	Toplam	185	100,0
Çikolata	Çok az	135	73,0
	Az miktarda	20	10,8
	Cevaplamayan	30	16,2
	Toplam	185	100,0

Ankete katılanlar tükettikleri şeker ve şeker ürünlerinin kullanım miktarı aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 43,2'dir. Az miktarda kullananların oranı ise % 42,7 olarak çıkmıştır. Dolayısıyla, günlük çok az miktarda salça kullanıldığı söylenebilir. Cevap vermeyenlerin oranı ise % 14,1'dir.

Ankete katılanlar tükettikleri lokum kullanım miktarı aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 43,8'dir. Cevap vermeyenlerin oranı ise % 56,2'dir. Cevap vermeyenlerin oranı oldukça yüksektir.

Ankete katılanlar tükettikleri çikolata kullanım miktarı aşağıdaki gibi belirtmişlerdir. Günlük çok az miktarda kullananların oranı % 73'tür. Az miktarda kullananların oranı ise % 10,8'dir.

KULLANILAN KAYNAKLAR

- Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, (2010). Türkiye Gıda Sektörü Raporu
- Bingöl Valiliği, (2011). <http://bingol.gov.tr> Erişim: 28/04/2011
- Doğrutekin Şenay, (2005), “Gıda Sanayinde Ambalajın Yeri Ve Önemi” Uludağ Üniversitesi
Y. Lisans Tezi.
- Ege Akademik Bakış, (2007). Gıda Ürünleri Satın Alma Davranışında Ambalajın Rolü
İnternet Erişimi, <http://alberk.com.tr> Erişim:20/04/2011
- Özyonar, Fuat, (2007). “Entegre Et ve Et Ürünleri Tesisleri Atık Sularının Kimyasal
Koagülasyon ve Elektrokoagülasyon Yöntemleriyle Arıtılabilirliğinin İncelenmesi”
Cumhuriyet Üniversitesi, Y. Lisans Tezi.
- Sakarya Üniversitesi, (2011). <http://ebs.sakarya.edu.tr> Erişim: 20/04/2011
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, (2004) Bingöl
Sanayi Potansiyeli Ve Yatırım Alanları Araştırması