



Araştırma Makalesi (Research Article)

MUTFAKTA BAHARAT KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE TÜKETİM SIKLIKLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA (A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING THE USE OF SPICES IN THE KITCHEN AND CONSUMPTION FREQUENCIES)

Samet Can AKSU^{1*} (orcid.org/0000-0002-9977-9768)

Safak Yüksel VURAL² (orcid.org/0000-0001-6698-7221)

Fulya SARP³ (orcid.org/0000-0001-6386-9385)

¹Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ordu, Türkiye

²Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Eskişehir, Türkiye

³Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye

Özet

Bu çalışma, Ankara’da baharat tüketim alışkanlıklarını ortaya koymak ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Ankara ilindeki farklı yaş, cinsiyet ve eğitim düzeylerine sahip bireyleri kapsayan bir anket çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Anket, katılımcıların demografik bilgilerini, baharat tüketim sıklıklarını, tercih edilen baharatları, sağlıkla ilgili bilgi düzeylerini ve bu ürünlerin kullanımıyla ilgili tutumlarını değerlendirmiştir. Veriler, istatistiksel yöntemlerle analiz edilerek baharat tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörler incelenmiştir. Araştırma sonuçları, risk algısının ve tüketici bilgisinin baharat tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ancak, sağlık öz bilincinin baharat tüketimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p = 0.092 \geq 0.001$). Katılımcıların gıda kaynaklı sağlık sorunlarıyla ilgili algı ve bilgilerinin yüksek olduğu, ancak baharatların sağlıksal faydaları konusunda yeterince bilinçli olmadıkları tespit edilmiştir. Baharat tüketimine bakıldığında ise her gün tüketilen baharatlar kategorisinde %43,7 kırmızı pul biber ile ilk sırada yer alırken katılımcıların %74,9’u limon otunu hiç tüketmemektedir. Bu sonuçla, limon otu en tercih edilmeyen baharat olmuştur. Çalışmanın bulguları, Türkiye’de baharat tüketim alışkanlıklarının ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörlerin anlaşılması açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Bu sonuçlar, baharat tüketiminin teşvik edilmesi ve sağlık bilincinin artırılması amacıyla yapılacak bilinçlendirme çalışmalarının önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Risk Algısı, Tüketici Bilgisi, Sağlık Öz Bilinci, Baharat Tüketimi, Gastronomi

Abstract

This study aims to explore spice consumption habits in Ankara and identify the factors influencing these habits. The research was conducted through a survey covering individuals of various ages, genders, and educational levels from different regions of Turkey. The survey assessed participants' demographic information, frequency of spice consumption, preferred spices, health-related knowledge levels, and attitudes towards the use of these products. The data were analyzed using statistical methods to examine spice consumption habits and the factors affecting these habits. The research findings revealed that risk perception and consumer knowledge have a significant impact on spice consumption. However, health consciousness was found to have no significant effect on spice consumption. It was identified that while participants have a high level of awareness and knowledge regarding food-related health issues, they are not sufficiently informed about the health benefits of spices. The findings of the study provide valuable insights into understanding spice consumption habits and the factors influencing these habits in Turkey. These results highlight the importance of awareness campaigns to promote spice consumption and enhance health consciousness.

Keywords: Risk Perception, Consumer Knowledge, Health Consciousness, Spice Consumption, Gastronomy

Giriş

İnsanlık tarihinde önemli bir yeri olan ve çok eski dönemlerden bu yana önemli bir ticari varlık olarak kullanılan baharatlara, günümüzde gıda pazarının küreselleşmesi sayesinde dünyanın herhangi bir bölgesinden kolayca ulaşılabilmektedir. Küresel baharat pazarı yılda yaklaşık %5’lik bir büyümeye göstermekte olup pazarın 2020 ile 2026 yılları arasında önemli bir hızla büyümeye devam edeceği tahmin edilmektedir (Chironi vd., 2021). Baharat tüketimindeki artışın yakın zamanda gerçekleşen pandemiyle de kısmen bağlantılı olduğu tespit

* Sorumlu yazar: sametcnaksu@odu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2025.569

edilmiştir. Tüketicilerin sağlık konusundaki kişisel kaygılarının baharat tüketimindeki artışı tetikleyen unsur olduğu görülmektedir (Kadioğlu ve Kadioğlu, 2021). Tüketim artışıdaki bir diğer önemli etken ise baharatlara yönelik risk algısıdır. Nitekim, sadece baharatlar için değil tüm gıdaların seçimlerini etkileyen önemli unsurlar arasında tüketicilerin ürüne yönelik risk algısı yer almaktadır. Gıda kaynaklı hastalıklar insan sağlığını tehdit ederek küresel bir problem haline gelmiştir. Uygunsuz gıda işleme yöntemleri ise bunun en önemli nedenlerinden biri olarak gösterilmektedir (Wang vd., 2021). Avrupa Birliği üyesi 22 ülkede gerçekleştirilen çalışmada, gıda satın alırken nelerin önemli olduğu sorusuna maliyet ve lezzetten sonra %46.0 ile gıda güvenliği cevabı verilmiştir. Gıda ve yemekle ilgili sorunlar veya risklerin arasında pestisit kullanımı, gıda katkı maddeleri ve raf ömrü gelmektedir. Araştırmaya katılanların %46.0'sı, hem sağlıklı beslenme hem de gıda riskleri konusunda yaklaşık aynı kaygılara sahip olduğunu belirtirken, her on kişiden ikisi gıda riskleri konusunda daha fazla endişe duyduğunu ifade etmektedir (European Commission, 2022). Halk ve sağlık sistemleri üzerinde büyük ekonomik etkilere neden olan gıda kaynaklı hastalıklar, genellikle gıda güvenliği konusundaki bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Günümüzde insanların her geçen gün daha fazla bilinç kazanmasıyla birlikte gıda sektöründe oluşan beklentilerde de artış görülmektedir (Gürbüz ve Zeybek, 2024). Bu aşamada, tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilgilerinin yüksek olması toplum sağlığı açısından da önem arz etmektedir (Bolek, 2020).

Her baharatın, yemeğin lezzetine olumlu yönde katkı sağlayan ve ağızda özel bir tat bırakan kendine özgü kimyasal bileşenleri vardır (Zareshahrabadi vd., 2020). Bu bileşenlerden bazıları içerdikleri fonksiyonel özellikler sayesinde sağlığa olumlu anlamda etki etmektedir (Bansal vd., 2023). Karanfil, adaçayı, biberiye, tarçın ile kekik gibi baharatlar ve otlar, üst düzey fenolik bileşik içerikleriyle önemli antioksidan kaynaklarıdır. Baharatlı gıdaların düzenli tüketilmesi halinde kanser ve solunum sistemi gibi sağlık sorunlarına iyi gelerek ölüm riskini düşürmede etkili bir araç olabileceğine yönelik sonuçlar elde edilmektedir (Jiang, 2019). Gıda seçimlerinin, kardiyovasküler hastalık risk faktörlerinin başlangıcını erteleme konusunda önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir. Bireylerin kendi sağlıklarıyla ilgili farkındalıklarını ve iyi sağlık durumlarını koruma güdülerini kapsayan sağlık bilincinin de kişilerin gıda seçimlerini etkileyen önemli bir belirleyici olduğu ifade edilmektedir (Jung vd., 2020). Sosyo-demografik, bilişsel ve tutumsal faktörler de dahil olmak üzere çeşitli faktörlerin fonksiyonel faydaları olan ürünleri tüketme niyetini etkilediği tespit edilmiştir. Beslenme bilgisi, yaşça büyük insanların fonksiyonel gıdalara yönelik sağlık faydalarına karşı güçlü bir inanca sahip olmaları nedeniyle gençlere kıyasla fonksiyonel gıdaları daha fazla tükettikleri tespit edilmiştir (Topolska, Florkiewicz ve Filipiak-Florkiewicz, 2021).

Bu çalışmanın amacı, Ankara'da baharat tüketim alışkanlıklarını tespit etmek ve tüketim üzerinde etkili olabilecek faktörleri belirlemektir. Ayrıca, baharatların sağlıkla ilgili faydalarının tüketici davranışları üzerindeki etkilerini değerlendirerek, baharat tüketiminin teşvik edilmesi için kullanılabilecek yöntemleri ortaya koymaktır. Bu bilgilerin, baharat tüketiminin çeşitlendirilmesi ve daha bilinçli hale getirilmesi için Ankara özelinde eylemler önermek amacıyla kullanılabileceği düşünülmektedir.

Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

Risk Algısı

"Risk algısı" kavramı, değerli bir şeyi riske atabilecek kötü bir durumun meydana gelme olasılığının kişisel olarak değerlendirilmesini içermektedir (de Freitas, da Cunha ve Stedefeldt, 2019). Gıda işiyle uğraşan kişilerde risk algısının bilgi ile bağlantılı olduğu bilinmektedir (Zanin da Cunha, Stedefeldt ve Capriles, 2015). Gıda ile ilgili risk algısı bilişsel bir süreçtir. Gıda kaynaklı risk algısı, gıda dışı risk algısından farklı olabilmektedir. Bu durumun temel nedeni ise gıdanın temel bir gereklilik olması ve günlük hayatımızın önemli bir parçası olarak yer almasıdır (Shim ve You, 2015). Tüketicilerin gıda risklerine yönelik tepkilerini biçimlendiren bazı belirleyiciler bulunmaktadır. Bu duruma örnek olarak, teknoloji yardımıyla üretilen gıdaların doğal ürünlerden daha riskli algılanması gösterilebilir. Ancak bu durum objektif değildir ve insanlar arasında neyin doğal olduğuna yönelik fiktörel ayrılıklar mevcuttur (Rembischevski ve Caldas, 2020). Kültürel farklılıklar ve farklı ülkelerdeki insanların tehlikelere maruz kalma durumları da ülkeler arasında farklı risk algılarına sebebiyet verebilmektedir (Siegrist ve Árvai, 2020). Parra ve arkadaşları (2014) ABD'de ikamet eden Meksikalı-Amerikalıların gıda güvenliğine ilişkin risk algılarını araştırmış ve katılımcıların risk algılarının gıda işleme konusundaki bilgileriyle yakından ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. İnsanların neden sağlık davranışlarında bulunduğunu anlatmak için kullanılabilen "Koruma Motivasyonu Teorisi" ve "Sağlık İnanç Modeli" incelendiğinde ise risk algısının gıda işleme davranışı üzerinde doğrudan pozitif bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir (Wang vd., 2021).

Rossi ve arkadaşları (2017) Brezilya’da faaliyet gösteren 23 işletmede çalışan 200 yemekhane personelinin; sosyo-demografik profilini, eğitim sıklıklarını, gıda güvenliği bilgilerini ve risk algılarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada katılımcıların kendilerinin ve akranlarının gıda kaynaklı bir hastalığa neden olma riskini tespit etmeye çalışmışlardır. Katılımcıların risk algısı seviyeleri arasında ortaya çıkan fark pozitif yönlü bir ön yargıya işaret etmektedir. Katılımcıların bilgi seviyesi ise %67 olarak tespit edilmiştir. Tüm bu parametreler doğrultusunda elde edilen sonuçta, yüksek eğitim seviyesine sahip grubun bilgi düzeyi daha yüksek çıkarken bu durum eğitim, yaş veya pozitif önyargı ile ilişkili bulunmamıştır. Bunun yanında aşırı pozitif bir mutfak personeli bazı protokolleri gözden kaçırabileceği ve gıdayı kontamine edebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Han ve Liu (2018) demografik özelliklere bağlı olarak bilgi kaynağı modellerinin algılanan gıda güvenliği riskleri üzerindeki etkilerini tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında demografik faktörler, toplumun algıladığı riskler ve bilgiye erişim arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik Çin’de bir araştırma yapmışlardır. Çalışma neticesinde, katılımcıların bilgi kaynaklarına dair tercihlerinin gıda güvenliği algılarını önemli ölçüde etkilediğini tespit etmişlerdir. Daha eğitilmiş gençlerin gıda güvenliğine ilişkin daha yüksek düzeyde risk algılayma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşırlarken cinsiyet, aile geliri ve aile yapısının büyüklüğü gıda güvenliği risk algısı ile önemli ölçüde ilişkili olmadığı saptanmıştır. Nardi ve arkadaşları (2020) gıda güvenliği risk algısına ilişkin daha ayrıntılı bir çerçeve sunmak adına gıda güvenliği risk algısının temel etkenlerini ve sonuçlarını ve potansiyel moderatör değişkenleri araştıran 128 ampirik çalışmanın meta-analizini gerçekleştirmişlerdir. Gıda güvenliği risk algısının temel etkenleri (güven, bilgi, öznel özellikler ve sosyo-demografik özellikler) ile satın alma istekliliğinin arasında güçlü bir negatif etkinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Sağlık Öz Bilinci

Sağlık bilinci, insanların gıda seçimlerini etkileyen bir koşul olarak görülürken sağlıklı eylemlerde bulunmaya hazır olmayı ifade etmektedir. Bu bilinç insanların kendi sağlıklarını koruyacak veya iyileştirecek eylemlerde bulunmaya sevk etmektedir (Shin ve Mattila, 2019). Bu doğrultuda, sağlık bilinci, insanların sağlık eylemlerini yönetme ve bunlara katılma derecesi olarak görülmektedir (Iqbal vd., 2021). Yüksek sağlık bilinci, bireylerin hem vitamin ve mineral gibi arzu edilen hem de şeker ve doymuş yağ gibi arzu edilmeyen besin maddelerine daha fazla önem vermesini sağlamaktadır (Hoeftkens vd., 2011). Sağlık bilinci yüksek olan bireyler, sağlıklarını nasıl iyileştirip geliştirecekleri konusunda sürekli olarak bilgi aramakta ve bu bilgiler doğrultusunda hareket etmektedirler. Dolayısıyla, sağlık bilinci yüksek olan bireyler beslenme konusunda olumlu tutumlara sahiptir (Espinosa ve Kadić-Maglajlić, 2018). Son yıllarda fonksiyonel gıdalara yönelik küresel tüketimin ve pazarın artışı, tüketicilerin sağlık bilinci ve farkındalıklarının yüksek olmasıyla ilişkilendirilmektedir. Nitekim, besin değerine ilişkin bilgi sağlamak önemli bir öncül haline gelmektedir. Bu durum satıcıları daha da bilinçlendirerek besin değeri yüksek kaliteli gıdalar sunmaya yöneltmektedir. Böylece, sağlık bilinci tutumu ve dolaylı olarak gıda satın alma davranışlarını etkilemektedir (Hoque vd., 2018).

Hansen, Sørensen ve Eriksen (2018) çevrimiçi olarak 1176 Danimarkalı gıda tüketicisi ile gerçekleştirdikleri çalışmada tüketici motivasyonlarının, organik gıda kimliği ve organik gıda davranışı arasındaki ilişkide farklı kişisel değer düzeylerinden (kendini aşma, değişime açıklık, kendini geliştirme ve koruma) etkilenip etkilenmediğini araştırmışlardır. Sağlık bilincinin organik gıda kimliği üzerinde daha yüksek olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve araştırılan tüm kişisel değerlerin daha yüksek seviyelerde olduğu tespit edilmiştir. Nagaraj (2021) Hindistan’da sağlık bilincinin organik gıda ürünlerinin satın alma niyeti üzerindeki etkilerini araştırdığı çalışma neticesinde tüketici tutumunun ve gıda güvenliği kaygısının, sağlık bilincinin satın alma niyeti üzerindeki etkisine önemli ölçüde aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Iqbal ve arkadaşları (2021) ise bireylerin gıda güvenliği endişeleri ve sağlık bilinci ile organik gıda satın alma niyetleri arasındaki ilişkileri incelemiş ve araştırma sonucunda kişilerin sağlık bilinci ve gıda güvenliği kaygılarının, tüketici katılımı vasıtasıyla organik gıda ürünleri satın alma niyetleri ile pozitif yönde ilişkili olduğunu saptamışlardır. Öte yandan Türkiye’de Ustaahmetoğlu ve Toklu (2015) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, bireylerin organik gıda satın alma niyetine yönelik tutum, sağlık bilinci ve gıda güvenliği faktörlerinin etkisi incelenmiştir. Araştırma bulguları, organik gıdaya yönelik olumlu tutumun ve gıda güvenliği kaygılarının satın alma niyetini pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Ancak, sağlık bilincinin doğrudan bir etkisinin bulunmadığı belirtilmiştir. Efendioğlu ve Akel (2023) ise internet üzerinden organik gıda satın alma davranışını inceledikleri çalışmada, sağlık bilinci ve gıda güvenliği endişelerinin satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Tüketici Bilgisi

Tüketici bilgisi hakkında yapılan çalışmalar daha çok gıda güvenliği, yeşil gıda ve organik gıda seçimi üzerine gerçekleştirilmektedir (Tong vd., 2020). Tüketici bilgisi bir gıdanın seçimini ve kullanımını etkilemektedir. Örneğin, tüketicinin çevresel bilgisinin olması yeşil ürünlere yönelik satın alma ihtimalini artırırken (Heo ve Muralidharan, 2019) organik gıdaya ilişkin tüketici bilgisi, tüketicinin tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünü etkileyerek ürünün fiilen satın alınmasında etkin bir güce sahiptir (Pacho ve Batra, 2021). Ayrıca bireylerin gıdalar hakkındaki bilgilerini hayvansal ve bitkisel gıdaları tüketme sıklıklarının da etkilemektedir (Migliavada vd., 2022). Gıdaların sağlık üzerindeki etkilerine yönelik bilgiye sahip olunması tüketimine yön veren faktörler arasındadır (Kraus, 2015). Mutfak otları ve baharatlar, mutfaklarda yemeklerin lezzetini artırmaya yardımcı olurken insan sağlığına faydaları ile bağlantılı olarak zengin polifenol kaynaklarından bazılarını sahiptir (Nixon, Sinnakandu ve Chohan, 2023). Bu etkin maddeler, depolama ve pişirme esaslarına uyulmadığı takdirde ise olumsuz etkilenmektedir (Sridhar, 2021). Ürünün kullanımına yönelik bu tip bilgilere sahip olunması tüketimi de etkilemektedir (Topolska vd., 2021).

Piha ve arkadaşları (2018), tüketici bilgisinin böceklerin yer aldığı gıda ürünlerini satın alma istekliliğini nasıl etkilediğini araştırmış ve çalışma sonucunda farklı bilgi türlerinin ve gıda neofobisinin satın alma istekliliğini dolaylı olarak etkilediğini ve bu etkilerin Kuzey ve Orta Avrupa arasında kayda değer ölçüde farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bolek (2020) riskleri ortadan kaldırmak adına önleyici tedbirlerin planlanması için tüketicilerin gıda güvenliği bilgi ve uygulamalarını araştırmak ve tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki endişelerini tespit etmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonunda, etkili ve düzenli bir gıda güvenliği eğitiminin tüketicilerin gıda güvenliği hakkındaki bilgilerini geliştirmek için önem arz ettiğini tespit etmiş ve medya araçlarının kullanımının, gıda temelli hastalık risklerini indirgeyecek davranış değişikliklerini sağlayabileceği sonucuna ulaşmıştır. Roh, Seok ve Kim (2022), tüketim değeri teorisi ve gerekçeli eylem teorisini birleştirerek genişletilmiş bir araştırma modeli bakış açısına dayanarak organik gıda tüketimini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarından bir olarak, algılanan bilginin tutum ve güveni pozitif olarak etkilediğini saptamışlardır.

Baharat Tüketimi

Baharatlar, yiyeceklerin duyu kalite düzeyini artırmak ve sağlık açısından fayda sağlamak için kullanılan ezoterik gıda yardımcıları olarak sınıflandırılmaktadır. Baharatlar tomurcuk (yasemen), kök (kurutulmuş zerdeçal), meyveler (biber mısırsı), aromatik tohumlar (kişniş tohumu), çiçek stigması (safran), kabuk (tarçın) vb. olarak ayrılabilir (Bhathal vd., 2020). Baharatlar ayrıca toz veya macun formundaki karışımlar halinde bulunabilir. Codex Alimentarius'a göre baharatlar, tuzlar, soslar, çorbalar, salatalar ve protein ürünleri kategorisi, aroması ve tadı için gıdalara eklenen maddeler olarak yer almaktadır (García-Casal, Peña-Rosas ve Malavé, 2016).

Baharatların kökeni, baharatların nadir ve değerli bir madde olarak görüldüğü Uzak Doğu'ya kadar uzanmaktadır. Binlerce yıl boyunca farklı özelliklere sahip renkli tozlar ilaç, gıda bileşeni, muhafaza yöntemi veya kozmetik maddesi olarak kullanılmıştır (Ganie vd., 2022). Aromatik bitkiler (fesleğin, biberiye) ise baharatların aksine doğuya özgü değil Akdeniz havzasına özgüdür (Stefanaki ve van Andel, 2021). Teknolojik ve ticari uygulamaların gelişmesi sayesinde, baharata karşı olan talep ve arz artarak ithalatçı ve ihracatçı ülkelerin faaliyetlerini hızla artmasını sağlamaktadır (Szűcs, 2018). Otlar ve baharatlar yemeklerin çeşitlendirilmesine ve etnik mutfakların ulusal özelliklerinin vurgulanmasına yardımcı olmaktadır. Bu baharatlar arasında zerdeçal Hint mutfağında ön plana çıkarken fesleğin ve kekiğin İtalyan mutfağında önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Baharat kullanımı genel olarak Asya ülkelerindeki geleneksel mutfakların önemli bir parçası olmasına rağmen, son yıllarda yemek kültürlerinde yiyecek hazırlama süreçlerinde baharat kullanımının yaygın olmadığı Avrupa ülkelerinde de tüketim düzeyinin arttığı görülmektedir. AB üyesi olmayan ülkelere özgü baharatların Avrupa'ya yavaş ama düzenli entegrasyonu tüketicilerin gıda tercihlerinde değişime gittikleri fikri öne sürülebilir (Chironi, 2021). Aynı zamanda baharatların antioksidan, antibiyotik, antiviral, antikoagülan, antikarsinogenik ve anti inflamatuvar etkilere sahip olmasıyla sağlığa yararlı oldukları belirtilmektedir (Moosavi-Movahedi, 2021). Günümüzde baharatların bireysel düzeyde günlük alımını tahmin etmek ise bir gıdanın entegre bir parçası olarak kullanılması ve diğer besin bileşenlerinden çok daha az miktarlarda tüketilmesi nedeniyle zorluk yaratmaktadır (Siruguri ve Bhat, 2015).

Bhathal ve arkadaşları (2020) Hindistan'ın Pencap bölgesinde kentsel ve kırsal bölgelerde yaşayan haneler arasındaki baharat alımını ve baharat tüketim düzeyini değerlendirmişlerdir. Baharat tüketim sıklığı kentsel hanelerde daha fazla olduğu sonucuna ulaşılırken kentsel ve kırsal haneler arasında en yüksek tüketim sıklığı puanı verilen baharatlar kırmızı toz biber ve toz zerdeçal olmuştur. Chironi ve arkadaşları (2021) Sicilyalı

tüketicilerin baharatlarla ilgili kullanımlarının, tüketim tercihlerinin ve satın alma davranışlarının değişip değişmediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmanın sonucunda geleneksel tariflerin hazırlanmasında yeni baharatların kullanımının arttığını ve bu durumun tüketiciler tarafından da olumlu bir şekilde değerlendirildiği tespit edilmiştir. Das ve arkadaşları (2019) tarafından Bangladeş'te yürütülen araştırmada, tüketicilerin baharatların (örn. zerdeçal, kimyon, acı biber) kalitesi konusunda ciddi kaygılar taşıdıklarını saptamışlardır. Çalışmaya katılanların yaklaşık %90'ı baharat tozlarının kalitesinin düşük olduğunu düşünmekte ve kalite düşüklüğünün sağlık üzerinde olası zararlı etkileri olabileceğine dair risk algısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Ağagündüz ve Acar Tek (2019) tarafından baharat tüketimi ve sağlık bilinci arasındaki ilişkiye dair bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Türk yetişkinlerin %88,1'inin baharatların sağlık üzerinde olumlu etkileri olduğuna inandığı ve katılımcıların yaklaşık %12'sinin baharatları “sağlıklı olduğu için” tercih ettiği tespit edilmiştir. Salma ve Ramakrishnan (2017) ise Hindistan'da gerçekleştirdiği çalışmalarında evlerde en sık tüketilen baharatları ve tüketicilerin organik baharatlara yönelik bilgisinin tüketici tercihlerine etkisini incelemişlerdir. Tüketicilerin organik baharatlara yönelik bilgisinin sınırlı olduğu ve bu baharatlarla ilgili farkındalığın düşük olmasından dolayı tüketim tercihlerine yansıdığı tespit edilmiştir.

H₁: Risk algısı baharat tüketimini etkiler.

H₂: Tüketici bilgisi baharat tüketimini etkiler.

H₃: Sağlık öz bilinci baharat tüketimini etkiler.

Yöntem

Bu araştırma, nicel araştırma deseni çerçevesinde yürütülmüştür. Veriler, araştırmanın evrenini temsil edecek şekilde rastgele örneklem yöntemi kullanılarak seçilen katılımcılardan anket aracılığıyla toplanmıştır. Anket yöntemiyle katılımcıların demografik bilgileri, baharat tüketim sıklıkları, tercih edilen baharatlar, sağlıkla ilgili öz bilinçleri, tüketimle ilgili bilgileri ve baharatlara yönelik risk algıları hakkında veriler toplanmıştır. Anket tasarımı, katılımcıların baharat tüketim alışkanlıklarının, sağlık bilincinin ve gastronomik ilgilerinin tüketim üzerindeki etkisini kapsayacak şekilde dikkatle hazırlanmıştır. Anketler, katılımcıların kolayca erişebileceği bir ortamda uygulanmıştır. Araştırma, Ankara'nın çeşitli bölgelerinden, farklı yaş, cinsiyet ve eğitim düzeylerine sahip bireyleri kapsayacak şekilde yapılmıştır. Araştırmanın Ankara'da gerçekleştirilmesinin temel nedeni, veri toplama süresi boyunca araştırmacıların Ankara'da bulunması ve katılımcılara erişimin bu sayede kolay olmasıdır. Elde edilen veriler, istatistiksel yöntemlerle analiz edilerek baharat tüketim alışkanlıklarının yanı sıra sağlıkla ilgili bilginin tüketim üzerindeki etkileri gibi çeşitli değişkenler baz alınarak değerlendirilmiştir. Bu analizler, Ankara'daki baharat tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkları etkileyebilecek faktörleri anlamak için kritik öneme sahiptir. *Çalışma ile ilgili etik kurul izni Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurul Komisyonu'ndan 12.06.2024 tarih ve 06 sayılı toplantı kararı ile alınmıştır.*

Evren ve Örneklem

Araştırma, Ankara ilinde yaşayan kişilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreninin 100.000'i geçtiği çalışmalarda %95,0 güven aralığında veri sağlayabilmek için en az 384 kişiden veri toplamak gerekmektedir (Gill, Johnson ve Clark, 2010). Araştırmacılar bu kriter doğrultusunda veri toplamada kolayda örneklem yöntemini kullanarak 407 kişiye ulaşmıştır. Bu yöntem, verilerin daha hızlı ve ekonomik şekilde toplanmasına imkân sağlamaktadır (Etikan, Musa ve Alkassim, 2016). Anketin güvenilirliğini sağlamak amacıyla 40 örneklem üzerinde bir pilot çalışma yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler açık kaynak kod yazılımlı “Jamovi” paket programı ile yapılmıştır.

Veri Analizi

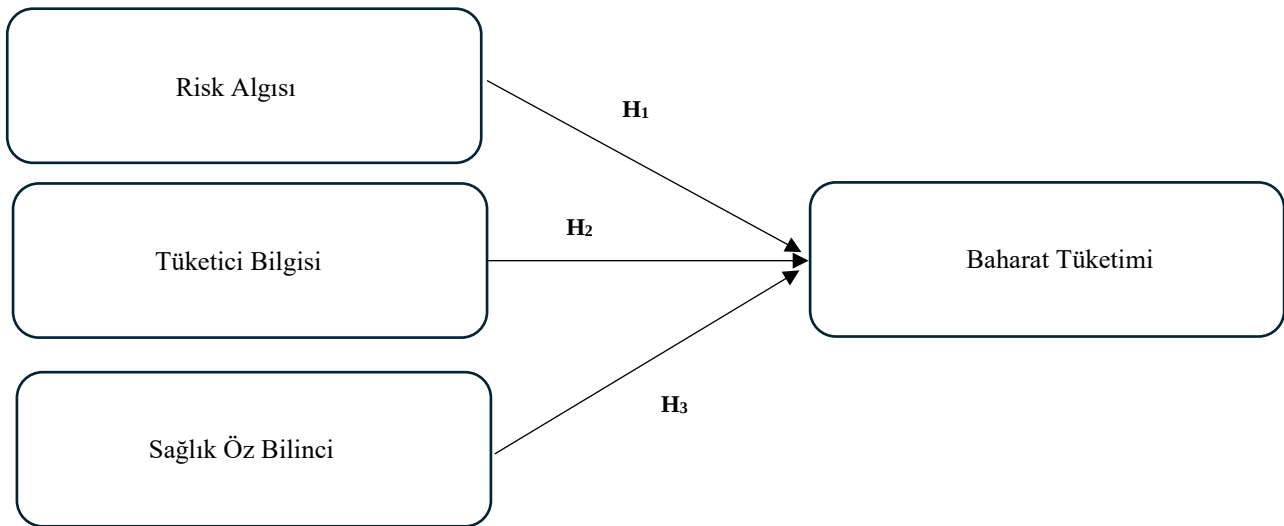
Araştırmanın amacı doğrultusunda modelde yer alan değişkenlerin geçerlilik, güvenilirlik ve normallik sonuçları incelenmiştir. Ölçeklerin yapı geçerliliği (DFA) doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiştir. Araştırmada yer alan değişkenlerin uyum geçerliliğini belirlemek için bütünleşik güvenilirlik (CR) ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerleri incelenmiştir. Değişkenler arası ilişkilerini ortaya koyabilmek ve ayırım geçerliliğini sağlayabilmek adına korelasyon analizi yapılmıştır (Voorhees vd., 2016). Araştırma modelinde yer alan değişkenlere ait ifadelerin normalliğini belirlemek amacıyla skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri tespit edilmiştir. Ölçeğe ait ifadelerin normal dağılım gösterdiğinin söylenebilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ve +2 sınırları içerisinde olması gerekmektedir (George ve Mallery, 2010). Sonuçlar doğrultusunda araştırmadaki hipotezlerin test edilmesi için parametrik testler kullanılabilir. Ölçeklerin iç tutarlığına dair güvenilirliğini test edebilmek için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Veri

analizinin son aşamasında katılımcıların sosyo-demografik özellikleri frekans değerleri ile analiz edilmiş daha sonra araştırma kapsamında, katılımcıların mutfakta baharat tüketimini etkileyecek olan değişkenleri belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Veri Toplama ve Anket

Veri toplamaya başlamadan önce, çalışmada yer alan ölçeklerin Türkçeye çevirisi İngilizce dilinde uzman kişiler tarafından gerçekleştirilmiş ve ifadelerin çevirisi yapılırken anlamlarında farklılaşma ve kayma olup olmadığını belirlemek amacıyla tekrardan İngilizceye çevrilmiştir. Dilbilgisi hatası veya farklı anlam kazanan ifadelerin tespiti için Türkçe çeviri ile İngilizce çeviri arasında karşılaştırma yapılmış ve sonucunda hata tespit edilen ifadeler düzeltilerek dil geçerliliği sağlanmıştır. Araştırmanın anketi iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara ait demografik bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde sağlık öz bilinci, risk algısı ve baharat tüketimini ölçmek için Szucs ve arkadaşları (2018) “National seasoning practices and factors affecting the herb and spice consumption habits in Europe” adlı çalışmasından 3 ifadeden oluşan sağlık öz bilinci ölçeği, 3 ifadeden oluşan risk algısı ölçeği ve 5 ifadeden oluşan baharat tüketimi ölçeği yer almaktadır. Katılımcıların tüketici bilgisini ölçmek için yine aynı çalışmadaki 4 ifadeden oluşan sağlık konuları ölçeğinden yararlanılmıştır. Anketin son bölümünde katılımcıların tükettikleri baharatların sıklığını ölçmeye yönelik sorular yer alırken anketin son ifadesinde tüketicilerin en çok tükettikleri baharatı öğrenmeye yönelik bir soru bulunmaktadır. Ölçeklerdeki ifadeler araştırmanın konusuna göre uyarlanarak kullanılmıştır. Aynı zamanda kullanılan ifadeler beşli likert ölçeğine uyarlanarak “kesinlikle katılmıyorum, kesinlikle katılıyorum” (1-5) aralığında katılımcılara yöneltilmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Bu çalışmada baharat tüketimi üzerinde risk algısı, tüketici bilgisi ve sağlık öz bilinci değişkenlerinin incelenmesi, kuramsal çerçevede tartışılmıştır. Literatür, bu değişkenlerin tüketici davranışlarını etkilediğini göstermektedir (Han ve Liu, 2018; Nagaraj, 2021; Roh vd., 2022). Model, bu bulgular doğrultusunda kurgulanmış olup, çalışmanın kapsamı nedeniyle diğer olası değişkenler (örn. fiyat algısı, kültürel faktörler) bu modelde ele alınmamıştır.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde analizler sonucu elde edilen bulgular tablolar ile ifade edilerek açıklanmıştır. İlk olarak ölçeklere ilişkin betimsel verilere yer verilerken daha sonra ölçekte yer alan değişkenlerin güvenilirliği ve faktörler arası ilişki düzeylerinin tespit edilmesine yönelik korelasyon analizi sonuçlarına değinilmiştir. Ardından çalışmanın regresyon analizi sonuçları açıklanmış ve son olarak katılımcıların baharat tüketim sıklığına dair frekans analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=407)

Değişken		n	%
Yaş	18-30	226	55,5

	31-43	118	29
	44-56	54	13,3
	56 ve üstü	9	2,2
Cinsiyet	Kadın	245	60,2
	Erkek	162	39,8
Medeni Durum	Bekar	255	62,7
	Evli	152	37,3
Eğitim Durumu	İlkokul	12	2,9
	Ortaokul	7	1,7
	Lise	57	14
	Üniversite	219	53,8
	Lisansüstü	112	27,5
Gelir Düzeyi	Asgari ücret altı	127	31,2
	17.000- 25.000	72	17,7
	25.001-37.500	62	15,2
	37.501-55.001	108	26,5
	55.000 ve Üstü	38	9,3

Çalışmada yer alan katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında %60,2'sini kadın, %39,8'inin erkek olduğu tespit edilmiştir. Medeni durumları incelendiğinde ise %62,7'sinin bekar, 37,3'ünün evli olduğu belirlenmiştir. Bir diğer demografik özellik olan yaş incelendiğinde ise, %55,5'inin 18-30 yaş, %29,0'unun 31-43 yaş, %13,3'ünün 44-56 yaşlar arasında olduğu görülmektedir.

Tüketim Durumu Analizi

Veri analizinin bu bölümünde katılımcıların baharat tüketim sıklığını ölçmeye yönelik frekans analizi değerlerine yer verilmiştir. Analize yönelik sonuçlar tablo 2.'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Baharat Tüketim Sıklıkları (N=407)

Baharatlar/Tüketim Sıklığı	Her gün		Gün Aşırı		Haftada 1		15 Günde 1		Ayda 1		Hiç Tüketmem	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Karabiber	150	36,9	109	26,8	87	21,4	39	9,6	13	3,2	9	2,2
Kekik	84	20,6	81	19,9	126	31	66	16,2	36	8,8	14	3,4
Kimyon	57	14	47	11,5	103	25,3	89	21,9	70	17,2	41	10,1
İsot	18	4,4	20	4,9	71	17,4	55	13,5	123	30,2	120	29,5
Nane	86	21,1	70	17,2	92	22,6	91	22,4	57	14	11	2,7
Karanfil	17	4,2	25	6,1	60	14,7	54	13,3	144	35,4	107	26,3
Limon Otu	0	0	4	1	12	2,9	43	10,6	43	10,6	305	74,9
Sumak	33	8,1	37	9,1	69	17	76	18,7	120	29,5	72	17,7
Kuş Üzümlü	4	1	9	2,2	44	10,8	86	21,1	112	27,5	152	37,3
Zerdeçal	29	7,1	19	4,7	61	15	74	18,2	107	26,3	117	28,7
Reyhan	9	2,2	23	5,7	50	12,3	72	17,7	94	23,1	159	39,1
Zencefil	24	5,9	33	8,1	44	10,8	61	15	122	30	123	30,2

Tarçın	31	7,6	24	5,9	63	15,5	110	27	109	26,8	70	17,2
Yenibahar	12	2,9	29	7,1	45	11,1	57	14	75	18,4	189	46,4
Sarımsak Tozu	41	10,1	26	6,4	39	9,6	54	13,3	69	17	178	43,7
Safran	2	0,5	12	2,9	17	4,2	39	9,6	78	19,2	259	63,6
Fesleğen	30	7,4	29	7,1	77	18,9	63	15,5	102	25,1	102	25,1
Kırmızı Pul Biber	178	43,7	81	19,9	75	18,4	44	10,8	21	5,2	8	2
Kırmızı Toz Biber	174	42,8	65	16	87	21,4	50	12,3	21	5,2	10	2,5
Vanilya	14	3,4	29	7,1	74	18,2	68	16,7	110	27	112	27,5
Mahlep	2	0,5	4	1	41	10,1	36	8,8	72	17,7	252	61,9
Defne Yaprağı	8	2	32	7,9	44	10,8	57	14	156	38,3	156	38,3
Biberiye	14	3,4	25	6,1	45	11,1	61	15	108	26,5	154	37,8
Anason	0	0	5	1,2	38	9,3	11	2,7	74	18,2	279	68,6
Rezene	5	1,2	7	1,7	18	4,4	30	7,4	100	24,6	247	60,7
Hardal Tohumu	6	1,5	6	1,5	26	6,4	26	6,4	73	17,9	283	69,5
Çemen Otu	0	0	8	2	26	6,4	20	4,9	79	19,4	274	67,3
Susam	17	4,2	49	12	87	21,4	103	25,3	105	25,8	46	11,3
Kişiş	2	0,5	20	4,9	31	7,6	47	11,5	75	18,4	232	57
Damla Sakızı	0	0	21	5,2	36	8,8	37	9,1	96	23,6	217	53,3
Hindistan Cevizi	20	4,9	38	9,3	53	13	99	24,3	122	30	75	18,4

Her gün tüketilen baharatlara bakıldığında kırmızı pul biber %43,7 kişi ile en çok tercih edilen baharat çeşidi olurken onu %42,8 kişi ile kırmızı toz biber ve %36,9 kişi ile karabiber takip etmektedir. Her gün ve gün aşırı kategorilerinde hiç tüketilmeyen baharatlar olarak damla sakızı, çemen otu, anason ve limon otu yer almaktadır. Gün aşırı tüketimde ise karabiber 109 %26,8 ilk sıraya çıkarken onu %19,9 ile kekik ve kırmızı pul biber izlemektedir. Ayda 1 en çok tüketilen ürünler arasında ilk sırada %38,3 ile defne yaprağı ve ardından %35,4 ile karanfil olduğu görülmektedir. 15 günde 1 en çok tüketilen baharat önemli bir farkla %25,3 susam olurken haftada 1 en sık tercih edilen baharat %31,0 ile kekiktir.

Model Analizleri

Araştırmada yer alan modelin analiz edilebilmesinin ön şartlarından olan normal dağılımın test edilmesi adına veriler için normallik testi yapılmış ve Skewness (çarpıklık) ile Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir. Ölçeklerde yer alan ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerlerine Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Normallik Testi Sonuçları

Ölçek	İfade	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Risk Algısı	RiskAlg1	3,21	1,28	0,032	-1,07
	RiskAlg2	3,14	1,23	0,144	-0,986
	RiskAlg3	3,06	1,06	0,162	-0,453
Tüketim Bilgisi	TükBil1	2,91	1,25	0,245	-0,938
	TükBil2	2,84	1,46	0,242	-1,29
	TükBil3	2,97	1,27	0,567	-1,09
Sağlık Öz Bilinci	SagÖz1	3,00	1,03	0,238	-0,332
	SagÖz2	2,86	1,04	0,302	-0,418
	SagÖz3	2,97	1,12	0,105	-0,630
Baharat Tüketimi	BahTük1	2,72	1,21	0,369	-0,690
	BahTük2	3,01	1,02	0,216	-0,444
	BahTük3	2,97	1,27	0,213	-0,945
	BahTük4	3,07	1,22	0,186	-0,881
	BahTük5	2,93	1,17	0,334	-0,692

Ölçek maddelerinin çarpıklık değerleri 0,032 ile 0,567 arasında ve basıklık değerleri -0,332 ile -1,29 arasında tespit edilmiştir. Değerler incelendiğinde verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri +1,5 ile -1,5 aralığında bulunduğundan normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 4. DFA Modellerine İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

	CFI	TLI	SRMR	RMSEA	RMSEA 90% CI		AIC	χ^2	sd	p
					Lower	Upper				
Değerler	0.950	0.935	0.0411	0.0720	0.0614	0.0829	15297	221	71	< .001
Uyum Ölçütleri	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$	$\leq 0,80$	$\leq 0,08$						

Kaynak: (Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

Araştırmada yer alan modeldeki dört faktörlü yapıya ilişkin uyum iyiliği değerlerine tablo 4’te yer verilmiştir. Uyum iyiliği değerleri tabloda verilen sınırlar dahilinde yer alarak kabul edilebilir uyum göstermektedir (Kline, 2011). Bir diğer dikkat edilmesi gereken değer ise χ^2/sd ’nin, ($\chi^2/sd \leq 5$) değerleri arasında kalması gerekmektedir. Veriler incelendiğinde ($\chi^2=221/sd=71$) = 3,11 yaptığı ve ($\chi^2/sd \leq 5$) değerleri arasında kaldığı görülmektedir (Erdem, 2021). Bu sonuçlara göre araştırmada kullanılan ölçekler veri ile uyum göstermektedir. Hatalara ilişkin uyum iyiliği değerleri kabul edilebilir düzeydeyken (SRMR: $0.0411 \leq 0,80$; RMSEA: $0.0720 \leq 0,08$) Modelin açıklayıcılığına yönelik uyum indeksleri de iyi uyum değerlerine sahiptir (CFI: $0.950 \geq 0,95$; TLI: $0.935 \geq 0,90$).

Tablo 5. Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizleri

Değişkenler	λ	α	p	CR	AVE
Risk Algısı		0.757		0.84	0.74
1 Uygun olmayan şekilde saklanan baharatlar mikrobiyolojik riske neden olabilir.	0.853		< .001		
2 Evde uygun olmayan şekilde işlenmiş baharatlar mikrobiyolojik riske neden olabilir.	0.801		< .001		
3 Bilinmeyen baharatlar (örneğin oryantal, Asya) güvenli değildir.	0.518		< .001		
Tüketici Bilgisi		0.855		0.89	0.81
1 Baharatlar iştah açıcı ve sindirimi kolaylaştırıcı etkiye sahiptir.	0.764		< .001		
2 Bazı baharatların tıbbi etkileri vardır.	0.817		< .001		
3 Baharatlar serin ve kuru bir yerde saklanmalıdır aksi takdirde aromalarını kaybederler.	0.859		< .001		
Sağlık Öz Bilinci		0.839		0,9	0.82
1 Sağlığım hakkında çok düşünürüm.	0.681		< .001		
2 Sağlığım konusunda çok bilinçliyim.	0.874		< .001		
3 Sağlığım ile ilgili içsel hislerime genellikle dikkat ederim.	0.846		< .001		
Baharat Tüketimi		0.811		0.87	0.72
1 Sık sık baharatlı yemekler tüketirim.	0.679		< .001		
2 Baharat karışımlarını evde giderek daha sık kullanıyorum.	0.535		< .001		
3 Sofrada yemeklerimi baharatlandırmayı severim (örn. kırmızı pul biber, karabiber).	0.748		< .001		
4 Yemeklerimi taze baharatlarla (örn. fesleğen, kekik) çeşnilendirmeyi severim.	0.742		< .001		

5 Yeni/özel baharatları denemeyi severim.	0.658	< .001
---	-------	--------

Not: λ =Faktör yükleri, CR=Birleşik güvenirlik, AVE= ortalama açıklanan varyans, α =Cronbach Alpha.

Araştırma modelinin ölçek geçerliliğini sağladığını tespit edilmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Aynı zamanda ölçeklerin yakınsak geçerliliğinin test edilebilmesine yönelik AVE ve CR değerleri tespit edilmiştir (Cheung vd., 2023). Bununla birlikte ölçeklerin güvenirliğini ölçülebilmesi adına Cronbach Alfa katsayısı incelenmiştir. Son olarak ifadelerin yüklerine tabloda yer verilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenirliğine dair tüm sonuçlar Tablo 5’te gösterilmiştir.

Güvenirlik analizinde ölçeklerin güvenilir sayılabilmesi için Cronbach’s alpha katsayısının 0,50 ve üzerinde olması gerekmektedir (Wang vd., 2022). Çalışmada yer alan ölçeklerden “tüketim bilgisi”, “sağlık öz bilinci” ve “baharat tüketimi” $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ arasında olduğu için boyutların yüksek derecede güvenilir olduğu görülürken risk algısı ölçeğinin $0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ değerleri olması nedeniyle güvenilir olduğu söylenebilmektedir (Hair vd., 2017). CR (Composite Reliability) katsayılarının eşik değer olan 0,7’nin üzerindeyken Average Variance Extracted (AVE) değerleri 0,5’in üzerinde olması modelde güvenirliği sağlandığı göstermektedir (Sürücü ve Maslakci, 2020). Bir diğer dikkat edilmesi gereken husus ise CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olması yakınsak geçerliliğin sağlandığını işaret etmektedir (Fornell ve Larcker, 1981; Chin, 1998). Faktör yüklerinin 0.50’nin üzerinde kalarak istenen eşik değerini sağladığı da tespit edilmiştir (Nunnally, 1978).

Tablo 6. Korelasyon Analiz Sonuçları

		Risk Algısı	Tüketici Bilgisi	Sağlık Öz Bilinci	Baharat Tüketimi
Risk Algısı	Pearson Korelasyon	—			
	Sig. (1-tailed)	—			
Tüketici Bilgisi	Pearson Korelasyon	0.711 ***	—		
	Sig. (1-tailed)	< .001	—		
Sağlık Öz Bilinci	Pearson Korelasyon	0.526 ***	0.596 ***	—	
	Sig. (1-tailed)	< .001	< .001	—	
Baharat Tüketimi	Pearson Korelasyon	0.600 ***	0.712 ***	0.489 ***	—
	Sig. (1-tailed)	< .001	< .001	< .001	—

Not: Korelasyon *** p < .001 önem seviyesinde

Boyutlar arasındaki Pearson korelasyon katsayılarına bakıldığında değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Tüketim bilgisi ve risk algısı ($R=0.711$; $p<0.001$) ile tüketim bilgisi ve baharat tüketimi ($R=0.712$; $p<0.001$) arasında iyi düzeyde pozitif bir ilişki varken ($0,70 < r < 0,99$), diğer boyutlar arasında ($0,30 < r < 0,70$) orta düzeyde pozitif korelasyon bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezleri test edebilmek adına çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizinin sonucuna dair veriler Tablo 7.’de yer almaktadır.

Tablo 7. Baharat Tüketimine Yönelik Çoklu Regresyon Analiz Sonucu

Değişkenler	95% Güven Aralığı				β	t	p
	B	Std. Hata	Alt Limit	Üst Limit			
Sabit	1.0328	0.1160	0.8047	1.261		8.90	< .001
Risk Algısı	0.1585	0.0451	0.0698	0.247	0.1740	3.51	< .001
Tüketici Bilgisi	0.4143	0.0399	0.3359	0.493	0.5446	10.39	< .001
Sağlık Öz Bilinci	0.0703	0.0416	-0.0115	0.152	0.0732	1.69	0.092
R²=0.528	Adjusted R=0.524	F=150					

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, risk algısı ($B = ,1585$, $p < 0,001$) ve tüketici bilgisinin ($B = ,4143$, $p < 0,001$) baharat tüketimini anlamlı düzeyde açıkladığı belirlenirken, sağlık öz bilincinin ise baharat tüketimini anlamlı düzeyde açıklamadığı görülmüştür. Ayrıca, anlamlı açıklayıcı değişkenlerden ‘tüketici bilgisi’ (Std. Edilmiş Beta: 0,5446), ‘risk algısı’na (Std. Edilmiş Beta: 0,1740) kıyasla baharat tüketimini açıklamada daha yüksek bir öneme sahiptir (Tablo 7). Bu doğrultuda, H_1 ve H_2 hipotezleri desteklenirken, H_3 hipotezi desteklenmemiştir.

Tabloda 7.’de yer alan yer alan R^2 değeri bağımsız değişkenlerin (risk algısı, tüketim bilgisi ve sağlık öz bilinci) bağımlı değişkenin (baharat tüketimi) varyansının ne kadarını açıkladığını göstermektedir. 0,528 değeri, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenin varyansının $R^2 = \%52,8$ ’ini açıkladığını göstermektedir. Bu sonuç, modelin bağımlı değişkeni açıklama gücünün orta-yüksek seviyede olduğunu gösterir niteliktedir.

Tartışma

Çalışmanın bulguları, risk algısının baharat tüketimini anlamlı biçimde artırdığını göstermektedir. Bu durum, kullanılan ölçeğin caydırıcı bir risk kaygısından çok gıda güvenliği farkındalığı ve doğru kullanım bilgisiyle ilişkili bir yapıyı ölçmesiyle uyumludur. Nardi ve arkadaşlarının (2020) meta-analizinde risk algısının pek çok bağlamda satın alma istekliliğini azalttığı raporlanmakla birlikte, bu çalışmada yüksek risk farkındalığı tüketimi azaltmayan; aksine saklama ve işleme konusunda bilinçli bireylerde tüketimi destekleyen bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla sonuçlar, bilinmez baharatlara yönelik temkinin korunduğu ancak güvenli kullanım bilgisi yüksek bireylerde bilinçli tüketim davranışının belirginleştiği bir yapıyı işaret etmektedir.

Risk algısını etkileyen kültürel farklılıklar literatürde sıkça vurgulanan bir faktördür (Mascarello vd., 2017). Ancak bu çalışma, modelini bireysel bilişsel ve psikolojik belirleyicilerle sınırlandırdığı için kültürel farklılıklar bağımsız bir değişken olarak dahil edilmemiştir. Buna rağmen araştırmanın Ankara’da yürütülmüş olması, bazı baharat türlerinin bölgesel tüketim alışkanlıkları nedeniyle daha az tanınması gibi bağlamsal bir arka plan sunmaktadır. Örneğin kişnişin Karadeniz’de yaygın, İç Anadolu’da sınırlı kullanılması; yabancılık hissinin oluşturduğu hafif temkinli tutumları açıklayabilir. Bu nokta, sonuçlara doğrudan etki eden bir değişken olmaktan ziyade, bulguların bağlamsal olarak anlaşılmasına katkı sunan bir unsur olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu, tüketici bilgisinin baharat tüketimini anlamlı biçimde artırmasıdır. Tüketici bilgisi, bireylerin hem ürün nitelikleri hem de olası sağlık etkileri hakkında bilinç sahibi olmalarıyla ilişkilidir. Leyvraz ve arkadaşlarının (2018) farklı Sahra altı ülkelerinde yürüttüğü çalışmada, bireylerin yüksek tuz alımının zararlarını bilmesinin tuz tüketimini sınırlama eğilimini artırdığı saptanmıştır. Benzer biçimde bu çalışmada da bilgi düzeyi yüksek bireylerin baharat tüketiminde daha kararlı ve bilinçli davranış sergilediği görülmüştür. Bu bulgu, özellikle gıda güvenliği farkındalığının tüketim davranışı üzerindeki düzenleyici gücünü göstermesi bakımından literatüre katkı sunmaktadır.

Sağlık öz bilincinin baharat tüketimini anlamlı biçimde etkilememesi ise literatürdeki bazı çalışmalarla (Kakuma vd., 2020; Wang, Xue ve Liu, 2023) çelişmektedir. Bu durum, katılımcıların baharatları sağlığı doğrudan etkileyen bir iyileştirici unsur olarak görmemeleriyle açıklanabilir. Dolayısıyla sağlık farkındalığı yüksek bireylerin, doğrudan sağlık etkisi olduğu düşünülmeyen baharatlar söz konusu olduğunda daha nötr bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Bu bulgu, baharat tüketimine yönelik çalışmaların büyük bölümünde ihmal edilen bir noktayı işaret ederek literatürdeki boşluğa katkı sunmaktadır.

Araştırmada elde edilen tüketim sıklığı sonuçları ise bölgesel yemek kültürünün etkisini göstermektedir. Acı baharatların daha sık tüketildiği, limon otu ve anason gibi yabancı veya bölgesel olmayan baharatların ise daha

düşük oranda tercih edildiği tespit edilmiştir. Defne yaprağının Türkiye’de önemli üretim alanlarına sahip olmasına rağmen Ankara’da sınırlı tüketilmesi de bölgesel mutfak alışkanlıklarının güçlü etkisini doğrulamaktadır. Bu sonuç, kültürel damak alışkanlıklarının baharat tercihini yönlendiren önemli bir dolaylı faktör olduğunu göstermekte ve gelecekte kültürel değişkenlerin modele dahil edilmesi yönünde bir araştırma alanı önermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde bu çalışma, baharat tüketimini açıklamak için risk algısı, tüketici bilgisi ve sağlık öz bilinci gibi bireysel psikolojik belirleyicileri aynı modelde ele alması bakımından literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Özellikle risk algısının pozitif yönde etki göstermesi, literatürdeki tipik negatif ilişki bulgularından ayrılması nedeniyle dikkat çekici bir yenilik ortaya koymaktadır. Bu sonuç, baharat özelinde risk algısının “korku” değil “farkındalık” yapısını temsil edebileceğini göstermekte; gelecekte baharat türlerine göre ayrıntılı risk algısı ölçümleri yapılması gerektiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla çalışma, hem bireysel faktörlerin tüketim davranışına etkisini göstermesi hem de ileride kültürel ve bölgesel değişkenlerin de modele dahil edilebileceğine dair yönlendirici bir çerçeve sunması açısından alan yazına önemli bir katkı sağlamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Ankara ilindeki katılımcılar üzerinden baharat tüketimini etkileyen bireysel faktörleri incelemiştir. Bulgular, risk algısı ile tüketici bilgisinin baharat tüketimini anlamlı biçimde artırdığını; buna karşın sağlık öz bilincinin tüketim üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymuştur. Risk algısının tüketimi azaltmaktan ziyade, saklama–işleme koşullarına ilişkin farkındalığı temsil ederek tüketimi destekleyici bir rolle ortaya çıkması, bu çalışmayı literatürdeki olumsuz risk–tüketim ilişkilerinden ayıran önemli bir sonuçtur. Ayrıca tüketici bilgisinin pozitif etkisi, bireylerin ürün güvenliği ve kullanım koşullarına dair bilgi sahibi olduklarında daha bilinçli tüketim davranışı sergilediklerini göstermektedir. Sağlık öz bilincinin etkisiz kalması ise baharatların katılımcılar tarafından doğrudan sağlıklı ilişkilendirilen bir gıda unsuru olarak görülmediğine işaret etmektedir. Bu sonuçlar, baharat tüketiminde bilişsel ve bilgi temelli faktörlerin belirleyici olduğunu göstermesi bakımından literatüre önemli katkı sunmaktadır.

Çalışma Ankara’da yürütüldüğü için bulgular Türkiye geneline doğrudan genellenemez. Bu nedenle gelecekte yapılacak araştırmalarda bölgesel karşılaştırmaların yapılması, kültürel ve sosyo-ekonomik farklılıkların baharat tüketimine etkisini ortaya koyarak daha bütüncül sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, model kapsamında yer almayan kültürel alışkanlıklar, lezzet tercihleri, ev içi yemek hazırlama sıklığı gibi değişkenlerin ileride yapılacak çalışmalara dahil edilmesi, baharat tüketimi davranışının çok boyutlu bir çerçevede değerlendirilmesini mümkün kılacaktır. Ayrıca sağlık öz bilincinin neden etkisiz kaldığını belirlemek için nitel çalışmaların yapılması; bireylerin baharatları hangi anlamlarla ilişkilendirdiklerini, sağlığa katkısı konusundaki algılarını ve günlük tüketim pratiklerini daha derinlemesine anlamaya yardımcı olacaktır. Son olarak, üretici ve perakende düzeyinde bilgilendirici etiketleme ve tüketiciyi bilinçlendirme çalışmalarının, özellikle güvenli ve sağlıklı kullanım farkındalığını artırarak tüketim davranışlarını olumlu yönde etkileyebileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Bansal, P., Maithani, M., Gupta, V., Kaur, G., and Bansal, R. (2023). Future prospective of nutraceutical and functional food with herbs and spices. In *Herbs, spices and their roles in nutraceuticals and functional foods* (ss. 361–381). New York: Academic Press.
- Bhathal, S. K., Kaur, H., Bains, K., and Mahal, A. K. (2020). Assessing intake and consumption level of spices among urban and rural households of Ludhiana district of Punjab, India. *Nutrition Journal*, 19, 1–12. <https://doi.org/10.1186/s40795-020-00279-4>
- Bolek, S. (2020). Consumer knowledge, attitudes, and judgments about food safety: A consumer analysis. *Trends in Food Science & Technology*, 102, 242–248. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.06.029>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., and Wang, L. C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 1–39. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09832-3>
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7–16. <https://doi.org/10.2307/249674>

- Chironi, S., Bacarella, S., Altamore, L., Columba, P., and Ingrassia, M. (2021). Consumption of spices and ethnic contamination in the daily diet of Italians—Consumers' preferences and modification of eating habits. *Journal of Ethnic Foods*, 8(1), 6. <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00038-4>
- de Freitas, R. S. G., da Cunha, D. T., and Stedefeldt, E. (2019). Food safety knowledge as gateway to cognitive illusions of food handlers and the different degrees of risk perception. *Food Research International*, 116, 126–134. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.09.037>
- Efendioğlu, İ. H., Akel, G., Elmasoğlu, K., Aydoğdu, D., ve Koç, O. (2023). İnternet alışverişlerinde organik gıda satın alma niyetinin planlı davranış teorisi açısından incelenmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(3), 1241–1266.
- Erdem, A. T. (2021). Güçlendirici liderliğin yenilikçi iş davranışına etkisinde bilgi paylaşımının aracılık rolü: Bilişim sektöründe bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(1), 119–131.
- Espinosa, A., and Kadić-Maglajlić, S. (2018). The mediating role of health consciousness in the relation between emotional intelligence and health behaviors. *Frontiers in Psychology*, 9, 412691. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.412691>
- Etikan, I., Musa, S. A., and Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.
- European Commission. (2022). *Special Eurobarometer Wave EB91.3: Food safety in the EU*. Brussels: TNS Opinion & Social. Erişim adresi: https://europa.eu/publications/EB97.2-food-safety-in-the-EU_report.pdf (Erişim tarihi: 02.08.2024).
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Ganie, N. A., Wani, S. A., Wagay, J. A., Farooq, U., Mir, W. Y., and Rather, A. M. (2022). Spices and their uses in foods. In *Spice bioactive compounds* (ss. 23–30). Boca Raton, FL: CRC Press.
- García-Casal, M. N., Peña-Rosas, J. P., and Malavé, H. G. (2016). Sauces, spices, and condiments: Definitions, potential benefits, consumption patterns, and global markets. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1379(1), 3–16. <https://doi.org/10.1111/nyas.13169>
- George, D., and Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update* (10th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Gill, J., Johnson, P., and Clark, M. (2010). *Research methods for managers*. London: SAGE Publications.
- Gürbüz, S., ve Zeybek, R. (2024). Gastronomi ve İnovasyon. F. Özkaya (Ed.), *Gastronomide Ürün Geliştirme ve Duyusal Analiz* (ss. 1-17). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Han, G., and Liu, Y. (2018). Does information pattern affect risk perception of food safety? A national survey in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9), 1935.
- Hansen, T., Sørensen, M. I., and Eriksen, M. L. R. (2018). How the interplay between consumer motivations and values influences organic food identity and behavior. *Food Policy*, 74, 39–52. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.11.003>
- Heo, J., and Muralidharan, S. (2019). What triggers young Millennials to purchase eco-friendly products?: The interrelationships among knowledge, perceived consumer effectiveness, and environmental concern. *Journal of Marketing Communications*, 25(4), 421–437. <https://doi.org/10.1080/13527266.2017.1303623>
- Hoefkens, C., Verbeke, W., and Van Camp, J. (2011). European consumers' perceived importance of qualifying and disqualifying nutrients in food choices. *Food Quality and Preference*, 22(6), 550–558.
- Hoque, M. Z., Alam, M. N., and Nahid, K. A. (2018). Health consciousness and its effect on perceived knowledge, and belief in the purchase intent of liquid milk: Consumer insights from an emerging market. *Foods*, 7(9), 150. <https://doi.org/10.3390/foods7090150>

- Iqbal, J., Yu, D., Zubair, M., Rasheed, M. I., Khizar, H. M. U., and Imran, M. (2021). Health consciousness, food safety concern, and consumer purchase intentions toward organic food: The role of consumer involvement and ecological motives. *SAGE Open*, 11(2), 21582440211015727. <https://doi.org/10.1177/21582440211015727>
- Jiang, T. A. (2019). Health benefits of culinary herbs and spices. *Journal of AOAC International*, 102(2), 395–411. <https://doi.org/10.5740/jaoacint.18-0352>
- Jung, S. E., Shin, Y. H., Severt, K., and Crowe-White, K. M. (2020). Determinants of a consumer's intention to consume antioxidant-infused sugar-free chewing gum: Measuring taste, attitude, and health consciousness. *Journal of Food Products Marketing*, 26(1), 38–54. <https://doi.org/10.1080/10454446.2019.1601677>
- Kadioğlu, B., and Kadioğlu, S. (2021). Medicinal and aromatic plants consumption habits of consumers in the coronavirus pandemic. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 52(3), 325–334.
- Kakuma, T., Yoshida, Y., Okamoto, M., Shibata, H., Tsutsumi, T., and Kudo, Y. (2020). Effects of self-awareness of eating behaviors and differences in daily habits among Japanese university students on changes in weight and metabolism. *Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(5), 131–139. <https://doi.org/10.14740/jem677>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York, NY: Guilford Press.
- Kraus, A. (2015). Factors influencing the decisions to buy and consume functional food. *British Food Journal*, 117(6), 1622–1636. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2014-0275>
- Leyvraz, M., Mizéhouen-Adissoda, C., Houinato, D., Moussa Baldé, N., Damasceno, A., Viswanathan, B., Amyunzu-M., Owuor, J., Chiolo, A., and Bovet, P. (2018). Food consumption, knowledge, attitudes, and practices related to salt in urban areas in five sub-Saharan African countries. *Nutrients*, 10(8), 1028. <https://doi.org/10.3390/nu10081028>
- Mascarello, G., Pinto, A., Marcolin, S., Crovato, S., and Ravarotto, L. (2017). Ethnic food consumption: Habits and risk perception in Italy. *Journal of Food Safety*, 37(4), e12361. <https://doi.org/10.1111/jfs.12361>
- Migliavada, R., Coricelli, C., Bolat, E. E., Uçuk, C., and Torri, L. (2022). The modulation of sustainability knowledge and impulsivity traits on the consumption of foods of animal and plant origin in Italy and Turkey. *Scientific Reports*, 12(1), 20036. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-24487-9>
- Moosavi-Movahedi, A. A., Miran, M., Salami, M., and Emam-Djomeh, Z. (2021). Spices as traditional remedies: Scientifically proven benefits. In *Rationality and scientific lifestyle for health* (ss. 91–114). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-64686-7_6
- Nagaraj, S. (2021). Role of consumer health consciousness, food safety, and attitude on organic food purchase in emerging market: A serial mediation model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102423. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102423>
- Nardi, V. A. M., Teixeira, R., Ladeira, W. J., and de Oliveira Santini, F. (2020). A meta-analytic review of food safety risk perception. *Food Control*, 112, 107089. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107089>
- Nixon, J., Sinnakandu, P., and Chohan, M. (2023). Study of the impact of domestic cooking on the total phenolic content of fresh and dried culinary herbs and spices. *Proceedings of the Nutrition Society*, 82(OCE1), E37.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pacho, F. T., and Batra, M. M. (2021). Factors influencing consumers' behaviour towards organic food purchase in Denmark and Tanzania. *Studies in Agricultural Economics*, 123, 62–75.
- Parra, P. A., Kim, H., Shapiro, M. A., Gravani, R. B., and Bradley, S. D. (2014). Home food safety knowledge, risk perception, and practices among Mexican-Americans. *Food Control*, 37, 115–125. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.09.014>
- Piha, S., Pohjanheimo, T., Lähteenmäki-Uutela, A., Křečková, Z., and Otterbring, T. (2018). The effects of consumer knowledge on the willingness to buy insect food: An exploratory cross-regional study in

- Northern and Central Europe. *Food Quality and Preference*, 70, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.04.006>
- Ravindran, P. N. (2023). Spices: Definition, classification, history, and role in Indian life. In *Handbook of spices in India: 75 years of research and development* (ss. 1–102). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Rembischevski, P., and Caldas, E. D. (2020). Risk perception related to food. *Food Science and Technology*, 40, 779–785. <https://doi.org/10.1590/fst.01320>
- Roh, T., Seok, J., and Kim, Y. (2022). Unveiling ways to reach organic purchase: Green perceived value, perceived knowledge, attitude, subjective norm, and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102988. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102988>
- Rossi, M. D. S. C., Stedefeldt, E., da Cunha, D. T., and De Rosso, V. V. (2017). Food safety knowledge, optimistic bias and risk perception among food handlers in institutional food services. *Food Control*, 73, 681–688. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2016.08.004>
- Salma, S., and Ramakrishnan, L. (2017). Study on most frequently consumed spices in households and the consumer's knowledge and preferences to organic spices in Coimbatore district, Tamil Nadu, India. *International Journal of Herbal Medicine*, 5(3), 49–52.
- Sattar, S., Das, P.C., Hossain, M.S., Sarower, K. and Uddin, M.B. (2019) Study on consumer perception to wards quality of spices powder available in Bangladesh. *Open Journal of Safety Science and Technology*, 9, 137-144.
- Shim, M., and You, M. (2015). Cognitive and affective risk perceptions toward food safety outbreaks: Mediating the relation between news use and food consumption intention. *Asian Journal of Communication*, 25(1), 48–64.
- Shin, J., and Mattila, A. S. (2019). When organic food choices shape subsequent food choices: The interplay of gender and health consciousness. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 94–101.
- Siegrist, M., and Árvai, J. (2020). Risk perception: Reflections on 40 years of research. *Risk Analysis*, 40(S1), 2191–2206. <https://doi.org/10.1111/risa.13507>
- Siruguri, V., and Bhat, R. V. (2015). Assessing intake of spices by pattern of spice use, frequency of consumption and portion size of spices consumed from routinely prepared dishes in southern India. *Nutrition Journal*, 14, 1–9. <https://doi.org/10.1186/s12937-015-0064-2>
- Sridhar, A., Ponnuchamy, M., Kumar, P. S., and Kapoor, A. (2021). Food preservation techniques and nanotechnology for increased shelf life of fruits, vegetables, beverages and spices: A review. *Environmental Chemistry Letters*, 19, 1715–1735. <https://doi.org/10.1007/s10311-020-01056-x>
- Stefanaki, A., and van Andel, T. (2021). Mediterranean aromatic herbs and their culinary use. In *Aromatic herbs in food* (ss. 93–121). Academic Press.
- Sürücü, L., and Maslakci, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694–2726. <https://doi.org/10.15295/bmsij.v8i3.1614>
- Szücs, V., Szabó, E., Lakner, Z., and Székács, A. (2018). National seasoning practices and factors affecting the herb and spice consumption habits in Europe. *Food Control*, 83, 147–156.
- Tabachnick, B. G., and Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Tong, Q., Anders, S., Zhang, J., and Zhang, L. (2020). The roles of pollution concerns and environmental knowledge in making green food choices: Evidence from Chinese consumers. *Food Research International*, 130, 108881. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.108881>
- Topolska, K., Florkiewicz, A., and Filipiak-Florkiewicz, A. (2021). Functional food—Consumer motivations and expectations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(10), 5327. <https://doi.org/10.3390/ijerph18105327>
- Ustaahmetoğlu, E., ve Toklu, İ. T. (2015). Organik gıda satın alma niyetinde tutum, sağlık bilinci ve gıda güvenliğinin etkisi üzerine bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 197–211.

- Voorhees, C. M., Brady, M. K., Calantone, R., and Ramirez, E. (2016). Discriminant validity testing in marketing: An analysis, causes for concern, and proposed remedies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44, 119–134. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0469-1>
- Wang, F., Wu, Y., Sun, X., Wang, D., Ming, W. K., Sun, X., and Wu, Y. (2022). Reliability and validity of the Chinese version of a short form of the family health scale. *BMC Primary Care*, 23(1), 108. <https://doi.org/10.1186/s12875-022-01883-5>
- Wang, J., Xue, Y., and Liu, T. (2023). Consumer motivation for organic food consumption: Health consciousness or herd mentality. *Frontiers in Public Health*, 10, 1042535. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1042535>
- Wang, M., Huang, L., Liang, X., and Bai, L. (2021). Consumer knowledge, risk perception and food-handling behaviors – A national survey in China. *Food Control*, 122, 107789. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107789>
- Zanin, L. M., da Cunha, D. T., Stedefeldt, E., and Capriles, V. D. (2015). Seafood safety: Knowledge, attitudes, self-reported practices and risk perceptions of seafood workers. *Food Research International*, 67, 19–24.
- Zareshahrabadi, Z., Bahmyari, R., Nouraei, H., Khodadadi, H., Mehryar, P., Asadian, F., and Zomorodian, K. (2020). Detection of aflatoxin and ochratoxin A in spices by high-performance liquid chromatography. *Journal of Food Quality*, 2020, 1–8. <https://doi.org/10.1155/2020/7126147>