

ÇANAKKALE İLİ ÖZELİNDE HELAL GIDA KAVRAMLARINA KARŞI DUYARLILIK VE ANKET ÇALIŞMASI

Şeyma BACAK¹, Muhammed YÜCEER², Cengiz CANER¹

¹Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Çanakkale.

²Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü, Çanakkale.

seymabacak2205@gmail.com

Özet

Helal gıda kavramı ve helal gıda sertifikasyon sistemleri ülkemizde son yıllarda daha fazla önem verilen ve ticari boyutu açısından dikkat çeken bir konu olmuştur. Günümüzde Müslüman tüketiciler giderek artan bir şekilde helal gıda sertifikasını aramaktadır. Türkiye’de ve tüm dünyada olduğu gibi helal gıda konusunda gelişim gösterirken dünya helal gıda pazarındaki büyüme devam etmektedir. Tüketicilerin İslami kurallara uygun olarak hazırlanan ürünlere ve sertifikalara konudaki talepler, helal gıda sertifikalı ürünlerin önemini artırmaktadır. Ayrıca basın yayında konu hakkında çıkan yayınlar tüketicilerin tükettiği gıda açısından helal olma noktasında düşünmeye, araştırmaya ve sorgulamaya yönelmiştir. İslam dini tarafından yasaklanan gıdaları tüketmek istemeyen tüketicilerin birçok gıda ürününde güvendiği bir kuruluştan alınmış helal sertifikası araması evrensel tüketici hakkı olup, aynı şartlarda helal sertifikasını kısmen önemseyen veya ülkemizde böyle bir belgelendirmenin gereksiz olduğunu düşünerek helal sertifikasını önemsemeyen bir toplum kitlesinin varlığı da söz konusudur. Helal sertifikası almak gönüllük esasına göre olup, genellikle tüketicilerin talebi doğrultusunda üretici firmalar helal sertifikasyon konusunda harekete geçmektedir.

Çalışma kapsamında Çanakkale merkez, ilçe, belde ve köylerinde yaşayan 571 kişinin (300 bayan ve 271 bay) katılımıyla yapılan anket çalışmasında katılımcılara sosyo-ekonomik ve demografik özellikleriyle birlikte toplamda 27 soru sorulmuş ve sonuçlar SPSS 21.0 programı ile değerlendirilmiştir. Anketin amacı; tüketicilerin helal gıda kavramında ve helal gıda sertifikasına karşı bilgisi, tutumları ölçüp buna göre analiz edilerek değerlendirmektir.

Katılanların %22,4 helal gıda hakkında yeterli bilgiye sahip iken,%49,7 biraz bilgisi olduğu ve %12,1 bilgisi olmadığı görülmüştür. Yerli ürünlerin helalliklerinden hiçbir zaman şüphe duymayan %11,9 iken bazı ürünlerde şüphe edenler % 62,3 olduğu görülmüştür. Yabancı marka ürünlerin helalliklerinden % 38,0 her zaman şüphe ederken, % 30,6 çoğu zaman şüphe etikleri gözlemlenmiştir. Alışverişte helal gıda logosuna dikkat etme durumu dağılımı % 47,5 dikkat etmeyenler, % 36,3 bazı ürünlerde dikkat edenler, % 10,9 sıklıkla dikkat edenler % 5,4 kesinlikle dikkat edenler şeklinde olduğu gözlemlenmiştir.

Yapılan bu çalışma sonucunda ankete katılan bireylerin büyük kısmının helal gıdalar hakkında bilgisi bulunurken, helal gıda sertifikasyonu hakkında büyük çoğunluğun bilginin yetersiz ve sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, helal gıda sertifikasının çoğu insana güven ifade ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Çanakkale, helal gıda, farkındalık, anket çalışması, helal gıda sertifikasyonu



CONSUMER PERCEPTION AND BEHAVIOURS TOWARDS HALAL FOOD CONSUMPTION IN CANAKKALE**Seyma BACAK¹**, Muhammed YUCEER², Cengiz CANER¹¹Canakkale Onsekiz Mart University, Engineering Faculty, Department of Food Engineering, Canakkale.²Canakkale Onsekiz Mart University, Canakkale Vocational School of Technical Sciences, Department of Food Processing, Canakkale.
seymabacak2205@gmail.com**Abstract**

Halal food and halal food certification system in our country has been a topic given more importance in terms of size and commercial importance in recent years. Today, Muslim consumers are increasingly looking halal food certification. As in Turkey and all over the world, growth in the halal food market is continuing. The issue demands for products and certificates prepared according to Islamic rules, consumers are increasing the importance of halal certified products. Press also publishes the publication on the subject of consumers at the point of thinking in terms of halal food to be consumed, has led to research and questioning. Consumers unwilling to eat foods that are forbidden in Islam no longer trust received from an organization seeking consumed in many halal food certification. Again, who cares partially or Muslim halal certification under the same conditions and the presence of a cutting unnecessary to see such a situation in a country with no care about the halal certification is concerned. Halal certification is a voluntary basis, usually at the request of the manufacturer and consumer companies are taking action on halal certification.

In the study, participation of 571 people (300 women ve 271 men) from Canakkale center, town were carried out in a survey and asked 27 questions along with socio-economic and demographic characteristics and the results were analyzed with SPSS 21.0 software. The main aims of our survey were evaluate knowledge and attitudes towards halal food and halal food certification. While 22.4% of respondents have enough information about halal food, which is a little information was found that 49.7% and 12.1% of any information. While never doubting that 11.8% of domestic products from to be halal, who suspected some products were found to be 62.3%. While 38.0% of foreign brand products always suspected halal, 30.6% have been observed often ethical doubts. People pay attention to when shopping halal logo status who do not care 47.5%, and 36.3% who pay attention to certain products, often those who care 10.8% and 5.4% was observed as certainly those who care. All survey data and results have been examined and the necessary relationships and interpreted. The majority of people made this work results in as little information about halal foods and certification, the majority of the results is limited by inadequate information about the halal certification. It was also concluded that most people expressed confidence in the halal certificate.

Keywords: Canakkale, halal food awareness, survey, halal food certification,