



## **Tıbbi ve Aromatik Amaçlı Kullanılan Bitkilerde Tüketici Davranışlarının İncelenmesi (Kahramanmaraş İli Örneği)**

**Rüveyda KIZILOĞLU<sup>1\*</sup> Halil KIZILASLAN<sup>1</sup> Hümeysra Zeliha EREN<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Tokat, Türkiye  
\* e-posta: ruveyda.kiziloglu@gop.edu.tr

Alındığı tarih (Received): 13.04.2016

Kabul tarihi (Accepted): 13.03.2016

Online Baskı tarihi (Printed Online): 18.10.2017

Yazılı baskı tarihi (Printed): 29.12.2017

**Öz:** Tıbbi ve aromatik bitkiler; hastalıkları önlemek, sağlığı sürdürmek veya hastalıkları iyileştirmek için ilaç olarak kullanılan bitkilerdir. Dünya pazarlarında tıbbi ve aromatik bitkilere olan talep her geçen gün giderek artmaktadır. Özellikle sentetik ve kimyasal içerikli ilaçların, yan etkilerinin ortaya çıkışı tıbbi bitki kullanımını artırmıştır. Bu çalışmada, Kahramanmaraş ili merkez ve kırsal alanda yaşayan tüketicilerde tıbbi ve aromatik amaçlı kullanılan bitkilerde tüketici davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, oransal örnekleme yöntemi kullanılarak % 95 güven aralığı ve % 5 hata payı ile çalışılmıştır. Buradan hareketle, 762 hane halkıyla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde, tüketicilerin sıklıkla kullandıkları tıbbi ve aromatik bitkiler arasında, kırmızı pul biber, nane, sarımsak, kekik, reyhanın yer aldığı belirlenmiştir. Tüketicilerin çoğunun tıbbi ve aromatik bitkileri herhangi bir ücret ödmeden kendi imkanlarıyla temin ettikleri (% 96,06), belirlenmiştir. Tüketicilerin % 47,38'inin tıbbi ve aromatik amaçlı kullandığı bitkileri bitince aldıkları tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda tüketicilerin tıbbi ve aromatik amaçlı tükettiği bitkilerin kullanılmasında aile ve yakın çevrenin etkili olduğu görülmüştür. Araştırmanın sonucunda kırsal ve kentsel alanda tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkileri gerektiğinde kullandığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Kahramanmaraş, tıbbi ve aromatik bitki, tüketici, tüketim, tercih

## **Investigating Consumer Behaviors Towards Plants Used For Medicinal And Aromatic Purposes (The Case Of Kahramanmaraş City)**

**Abstract:** Medicinal and aromatic plants have been used as drugs for preventing diseases, maintaining health, and healing diseases. The demand for these plants in the world market is increasing every other day. The emergence of the side effects of drugs with synthetic and chemical content has particularly increased the use of medicinal plants. This study aimed to determine the behaviors of consumers living in Kahramanmaraş central county and rural areas towards plants used for medicinal and aromatic purposes. Proportional sampling method, 95 % confidence interval, and 5 % error margin were used in the study. Hence, a questionnaire was administered to 762 households. It was determined as a result of the analysis of the findings that among the most frequently used medicinal and aromatic plants were red pepper, mint, garlic, thyme, and basil. The Majority of the consumers (96.06 %) were found to obtain medicinal and aromatic plants without paying any fees using their own possibilities. 47.38 % of the consumers were determined to get the plants they used for medicinal and aromatic purposes when they run out of them. According to the findings obtained from the study, family members and immediate environment were observed to have an influence on the use of medicinal and aromatic plants by consumers. In addition, the study found at the end of the investigations that consumers in rural and urban areas used these plants when it was necessary.

**Keywords:** Kahramanmaraş, medicinal and aromatic plants, consumer, consumption, preference

## 1. Giriş

Tıbbi ve aromatik bitkiler, hastalıkları önlemek, sağlığı sürdürmek veya hastalıkları iyileştirmek için ilaç olarak kullanılan bitkilerdir. Tıbbi bitkiler, beslenme, kozmetik, vücut bakımı, tütsü veya dini törenler gibi alanlarda yer alırken, aromatik bitkiler ise, güzel koku ve tat vermeleri için kullanılmaktadır (Lewin, 2000; Heinrich and et al, 2004; Bayram ve ark., 2010; Faydaoğlu ve Sürücüoğlu, 2011).

Türkiye’de tıbbi aromatik bitkiler tam anlamıyla bilinmemekle birlikte, Botanik ve Eczacılık eğitimi görmemiş yazarlar tarafından çeviri veya derleme şeklinde hazırlanan ya da pek çok geleneksel hekimlik uygulaması mevcuttur. Buna karşılık tıp bitkiler, hasta tedavisinde kullanıldığı gibi, sağlıklı yaşam için de tamamlayıcı ya da destekleyici ürün olarak tercih edilebilmektedir. Ayrıca artan nüfus ve sanayileşme ile birlikte doğal kaynaklara duyulan ihtiyaç her geçen gün daha da artmaktadır. Bu durum insanları, bu kaynaklardan yararlanma olanaklarını araştırmaya sevk etmektedir (Dicle, 2010).

Son zamanlarda tüketilmesi yaygınlaşan tıbbi aromatik bitkilerin pek çok kültürü yapılan Kahramanmaraş ilindeki merkez ilçede ki kırsal ve kentsel alanda yaşayan bireylerin karşılaştırmalı olarak tutum ve davranışları incelenmek istenmiştir. Böylelikle kırsal ve kentsel alanda yaşayan bireylerin tıbbi aromatik bitkilere tercih etme durumu ve bilinç düzeyleri karşılaştırmalı olarak ortaya konularak, daha bilinçli ve daha yaygın tıbbi bitki tüketme eğiliminin oluşmasına yardımcı olacağı ışığıyla bu araştırma yapılmıştır.

## 2. Materyal ve Metod

### 2.1. Materyal

Bu araştırmanın materyalini, Kahramanmaraş ili Elbistan ilçesinde kentsel ve kırsal alandaki bireylerden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur.

## 2.2. Verilerin toplanması aşamasında izlenen yöntem

Ana kitlenin en iyi düzeyde temsil edilecek örnek sayısının belirlenmesinde oransal yaklaşımdan yararlanmıştır (Miran, 2003).

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

n= örnek büyüklüğü (383 kentsel alanda),

n= örnek büyüklüğü (379 kırsal alanda),

N= populasyon büyüklüğü (TUİK, 2016), (Popülasyon büyüklüğü 2015 yılına ait adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre, büyükşehir belediyesi merkezine bağlı 2 alt belediye 229 mahallede 18 yaş ve üzeri bireyler dikkate alındığında 380 958 birey olduğu belirlenmiştir.)

p= tahmin oranı (0.5 maksimum örnek büyüklüğü için),

$\sigma_p^2$  = oran varyansı (maksimum örnek hacmine ulaşmak için % 95 güven aralığında çizelge değeri 1.96 ve % 5 hata payı ile).

Ana kitleyi oluşturan bireylerin özellikleri başlangıçta bilinmediği için, örnek hacmini maksimum kılacak şekilde p=0.5 olarak alınmış ve örnek hacmi kentsel alanda 383 ve kırsal alanda 379 toplamda 762 birey olarak bulunmuştur. Görüşülecek bireylerin sayısının belirlenmesinde, yerleşim birimlerinin toplam popülasyon içindeki payları esas alınmış (Kızıloğlu ve Kızılaslan, 2013) ve örneğe alınan bireyler tesadüfi olarak belirlenmiştir.

## 3. Bulgular ve Tartışma

Çizelge 1.’de araştırma kapsamında görüşülen tüketicilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerine ait bulgular verilmiştir.

Çizelge 1. incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin % 53.15’i bayan olup ortalama yaşın 37.22 olduğu gözlenmiştir. Araştırma kapsamında tüketicilerin % 77.56’sının evli olduğu görülmektedir. Hem kırsal alanda (% 37.20) hem de kentsel alanda (% 38.12) tüketicilerin eğitim durumlarında en fazla lise mezunu il geneli göz önüne alındığında % 37.66’sının lise mezunu

olduğu tespit edilmiştir. Kentsel alanda tüketicilerin % 33.16'sı memurluk yaparken kırsal alanda görüşülenlerin % 34.57'si ev hanımı olduğu ve il geneline bakıldığında ise % 29.53'nün ev hanımı olduğu gözlenmiştir. İl genelinde bayanlarla fazla görüşülmesinin neticesinde ev hanımı olması pekte yanlış olmadığını göstergesidir. Zira aylık ortalama geliri de bakılırsa bu sonucu doğrulayıcı bir sonuç olacaktır. Kentsel alanda tüketicilerin aylık geliri

2 526.84 TL iken kırsal alanda 1 545.03 TL olduğu gözlenmiştir. Tüketicilerin bölgedeki ikametgah süresine bakıldığında ise kentsel alanda % 44.91 oranla en fazla 1-5 yıldır ikame ederken kırsal alanda % 47.76 oranla yirmi yıldan daha fazla ikame ettiği belirlenmiş bu da yaş ile karşılaştırıldığında kırsal alanda mecburi ya da istekli kalınma olduğu ancak kentsel alanda bir sirkülasyon yaşandığı aşikardır.

**Çizelge 1.** Tüketicilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerine göre dağılımları  
*Table 1. Consumers of some socio-economic and demographic characteristics*

	Kentsel	%	Kırsal	%	Toplam	%
<b>Cinsiyet</b>						
Bayan	209	54.57	196	51.72	405	53.15
Erkek	174	45.43	183	48.28	357	46.85
<b>Yaş</b>	38.70		35.76		37.22	
<b>Medeni Durum</b>						
Evli	286	74.67	305	80.47	591	77.56
Bekar	97	25.33	74	19.53	171	22.44
<b>Eğitim Durumu</b>						
İlkokul	58	15.14	87	22.96	145	19.03
Ortaokul	50	13.05	91	24.01	141	18.5
Lise	146	38.12	141	37.20	287	37.66
Yüksekokul	31	8.09	25	6.60	56	7.35
Üniversite	87	22.72	32	8.44	129	16.93
Lisansüstü	11	2.87	3	0.79	14	1.84
<b>Meslek Grupları</b>						
İşçi	72	18.8	65	17.15	137	17.98
Memur	127	33.16	31	8.18	158	20.73
Emekli	26	6.79	27	7.12	53	6.96
Ev Hanımı	94	24.54	131	34.57	225	29.53
Esnaf	38	9.92	18	4.75	56	7.35
Çiftçi	3	0.78	66	17.41	69	9.06
Serbest Meslek	23	6.01	41	10.82	64	8.4
<b>Gelir (ay/TL)</b>	2 526.84		1 545.03		2 038.51	
<b>Bölgede İkamet Süresi (Yıl)</b>						
1-5	272	44.91	57	15.04	329	43.18
6-10	69	18.02	47	12.40	116	15.22
11-20	81	21.15	94	24.80	175	22.97
21 ve üzeri	61	15.92	181	47.76	242	31.76

Çizelge 2'de araştırma kapsamında görüşülen tüketicilerin hem kendileri için hem de hanede ki bireyler için sağlık durumları incelenmiştir. İnceleme sonucunda gerek kentsel gerek kırsal alanda olsun büyük oranla sağlık sıkıntısı yaşanmamakla beraber il genelinde % 16.93 oranında sağlık sıkıntısı yaşayan bireylerin olduğu belirlenmiştir. Yaşanan sağlık sıkıntıları

incelendiğinde ise kentsel alanda % 5.74 oranla diyabet-obezite sağlık sıkıntısı yaşanırken kırsal alanda % 11.87 oranla kalp-damar hastalıkları en fazla yaşanan sağlık sıkıntısı olarak tespit edilmiştir. Çizelge 3'de tüketicilerin önce kendilerince tıbbi aromatik bitkiler hakkında bilgileri olup olmadığı direk sorulmuş alınan cevaplar doğrultusunda il genelinde ki

tüketicilerin % 78.22'si evet diyerek kendinin bilgili olarak görmüştür. Ancak Çizelge 4'de görüleceği üzere tüketicilere tıbbi aromatik bitki hakkında bilgi sahibi olduğunu dile getirmelerine karşın bilgisinin olduğunu söyleyenlerin kentsel alanda % 10.79'u, kırsal alanda % 14.23' il

genelinde ise % 12.42'si doğru tanımlanamamıştır. Buda tüketicilerin kulaktan duymaya da bir yerlerde ismini duyması o konu hakkında bilgi sahibi olduğunu sanmasından kaynaklandığını söyleyebilir.

**Çizelge 2.** Tüketicilerin hanesindeki sağlık sorunu olması durumu ve görülen sağlık sorunları

**Table 2.** Consumers of households in the health problems of being showing status and health problems

Sağlık Sorunu	Kentsel		Kırsal		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Evet	42	10.97	87	22.96	129	16.93
Hayır	341	89.03	292	77.04	633	83.07
<b>Hastalık</b>						
Kalp-damar hastalıkları	21	5.48	45	11.87	66	8.66
Diyabet-Obezite	22	5.74	40	10.55	62	8.14
Romatizma-Bel fıtığı	11	2.87	13	3.43	24	3.15
Karaciğer hastalıkları	5	1.31	17	4.49	22	2.89
Nörolojik hastalıklar	4	1.04	4	1.06	8	1.05

\*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Kırsal ve kentsel alanda tüketicilerin en çok tükettikleri bitkiler incelendiğinde, sırasıyla; kırmızı pul biber, nane, sarımsak, kekik, reyhan, adaçayı, kimyon ve ebegümeci olduğu Çizelge 5'de oranları ile birlikte verilmiştir. Dicle, 2010 yılında İzmir ilinde yaptığı çalışmasında tüketicilerin % 85.42 gibi yüksek oranla en fazla

tarçın tükettiği belirlenmiştir. Bu da güneydoğu Anadolu bölgesindeki tüketicilerin gerek damak tadı gerek alışkanlıktan olsun kırmızı pul biberi fazla tükettiği bitki türü iken, Türkiye'nin batı bölgesinde bulunan İzmir İli'nde Tarçın bitkisi en fazla tüketildiği belirlenmiştir. Yani bölgeler arası farklılığın bir örneği olabilir.

**Çizelge 3.** Tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki hakkında bilgi sahibi olma durumu

**Table 3.** Consumers of information on medicinal and aromatic plants ownership status

	Kentsel		Kırsal		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Evet	315	82.25	281	74.14	596	78.22
Hayır	68	17.75	98	25.86	166	21.78

Demircioğlu ve ark., 2007 yılında Ankara merkez ilçede kadınların baharat kullanımı üzerine yaptıkları araştırmalarında kadınların % 83.5'i kırmızı pul biber kullandıkları

belirlenmiştir. Anket çalışmasına katılan katılanların iç Anadolu ve güneydoğulu oldukları da çalışmada gözlenmiştir.

**Çizelge 4.** Tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki doğru tanım verme durumu

**Table 4.** Consumers of medicinal and aromatic plants making accurate description status

TAB tanımı	Kentsel		Kırsal		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
-Koku, renk ve tat bakımından tercih edilen bitkilerdir.	281	73.37	241	63.59	522	68.50
-Bütün bitkiler tıbbi bitkidir.	34	8.88	40	10.55	74	9.71

Tıbbi ve aromatik bitkiler temin yerleri açısından ele alındığında; tüketicilerin %

96.06'sının kendi imkanları doğrultusunda (doğadan toplama, eş-dost, akrabadan vs.)

herhangi bir ücret ödmeden temin ettikleri, % 47.38'inin bittikçe satın alma yoluna gittikleri, satın alırken ise; % 29.79'unun ambalajlı olması konusunda dikkat ettikleri görülmüştür. Çizelge 5'e göre hem kırsal alan hemde kentsel alanda en fazla kırmızı pul biber tüketildiği gözlenmiştir. Dicle, 2010 yılında İzmir ilinde yaptığı çalışmada tüketicilerin %85.42 gibi yüksek oranla en fazla tarçın tükettiği belirlenmiştir. Aynı çalışmada tüketicilerin kış aylarında bitkisel çayları çok tüketmeyi tercih ettiği sonucu da ortaya konulmuştur. Demircioğlu ve ark., 2007 yılında Ankara merkez ilçede kadınların baharat kullanımı üzerine yaptıkları araştırmalarında kadınların % 83.5'i kırmızı pul biber kullandıkları belirlenmiştir. Akbulut ve Özkan, 2016 yılında Kahramanmaraş ilinde yaptıkları araştırmalarında aktarları en fazla sattığı, tüketicilerin en fazla tükettiği tıbbi aromatik baharat türü olarak, nane, kekik ve ihlamur olarak belirlemişlerdir.

Tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde tüketicileri yönlendiren faktörler incelendiğinde, % 84.65'lik kesimin aile ve daha sonrasında ise yakın çevresinden (% 83.46) etkilendikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin yarısına yakını (% 47.38) bitkiler bittikçe satın almayı tercih ettiği gözlenmiştir (Çizelge 6). Dicle 2010 yılında İzmir ili kentsel alanda yaptığı araştırmasında tıbbi aromatik bitkiler hakkında tüketicilerin bilgi kaynağının % 68.6 gibi büyük bir oranının TV programlarından olduğunu ortaya koymuştur. Kullanılan tıbbi ve aromatik bitkilerde temin

tercihlerine bakıldığında kırsaldaki tüketicilerin % 97.36'sı ilk sırada "kendim" seçeneğine yer verirken kentsel alandaki tüketicilerde de % 65.01 oranında aynı kritere yer verildiği görülmüştür. Dolayısıyla insanların tıbbi ve aromatik amaçlı kullandıkları bitkilerin temininde öncelikle kendi imkanlarıyla temin yoluna gittikleri, bu şekilde temin edilemeyen bitkiler için satın alınan merkezlerden birisini tercih ettikleri söylenebilir (Çizelge 7). Tıbbi aromatik bitkileri il genelinde birinci sırada kendi imkanlarıyla edinmeyi tercih ettikleri gözlenmiş ancak bunun yanında ikinci sırada marketten alma (% 32.81) üçüncü sıra da ise pazardan satın almayı (% 37.40) tercih edilmektedir.

Burada ilginç olan gerek kentsel alan olsun gerek kırsal alan olsun aktarlardan temin etmeyi ilk üç sıra da satın almayı tercih etmedikleri gözlenmiştir.

Kırsaldaki tüketicilerin % 83.38'i daha güvenli buldukları için; kentsel alandaki tüketicilerin % 74.15'i besin değerini daha yüksek buldukları için tıbbi aromatik ürünleri kendileri toplamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 8).

#### Çizelge 5. Tüketicilerin en çok tükettiği on bitki

Table 5. Consumers of ten most plants that consume

Kullanılan Bitkiler	Kentsel		Kırsal		Toplam	
	F	%	F	%	F	%
Kırmızı Pul Biber	310	80.94	327	86.28	637	83.60
Nane	289	75.46	296	78.10	585	76.77
Sarımsak	256	66.84	222	58.58	478	62.73
Kekik	218	56.92	163	43.01	381	50.00
Reyhan	130	33.94	107	28.23	237	31.10
Adaçayı	102	26.63	86	22.69	188	24.67
Dağ Çayı	84	21.93	86	22.69	170	22.31
Sumak	84	21.93	67	17.68	151	19.82
Kimyon	81	21.15	67	17.68	148	19.42
Ebegümece	79	20.63	66	17.41	145	19.03

**Çizelge 6.** Tıbbi ve aromatik bitki kullanımına ilişkin bazı sonuçlar**Table 6.** Some issues concerning the use of medicinal and aromatic plants

	Kentsel	%	Kırsal	%	Toplam	%
<b>TAB Temin Yerleri*</b>						
Aktar	259	67.62	243	64.12	502	65.88
Pazar	253	66.06	247	65.17	500	65.62
Market	269	70.23	251	66.23	520	68.24
Kendisi	363	94.78	369	97.36	732	96.06
<b>TAB Alışveriş Sıklığı</b>						
Bitince	170	44.39	191	50.40	361	47.38
Ayda 1 kez	59	15.40	36	9.50	95	12.47
Yılda 1 kez	8	2.09	5	1.32	13	1.71
Yılda 2 -3 kez	35	9.14	13	3.43	48	6.30
<b>TAB Alımında Ambalaj</b>						
Açık	42	10.97	40	10.55	82	10.76
Ambalajlı	133	34.73	94	24.80	227	29.79
Fark etmez	97	25.33	111	29.29	208	27.30
<b>TAB Tüketiminde Yönlendiren Faktörler*</b>						
Aile	337	87.99	308	81.27	645	84.65
Çevredeki İnsanlar	334	87.21	302	79.68	636	83.46
Görsel-İşitsel Medya	185	48.30	180	47.49	365	47.90
Reklamlar	59	15.40	51	13.46	110	14.44
Doktor Tavsiyesi	69	18.02	73	19.26	142	18.64
Yazılı Medya	38	9.92	42	11.08	80	10.50
Baharatçılar	56	14.62	64	16.89	120	15.75

\*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

**Çizelge 7.** Tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkilerin temin tercihleri**Table 7.** Consumer of supply of preferences medicinal and aromatic plants

TAB temin sıralaması	Aktar		Pazar		Market		Kendi	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Kırsal Alan için								
1.Tercih	24	6.33	10	2.64	26	6.86	313	82.59
2. Tercih	36	9.50	84	22.16	117	30.87	12	3.17
3. Tercih	61	16.09	121	31.93	57	15.04	5	1.32
Kent Alan için								
1.Tercih	47	12.27	17	4.44	65	16.97	249	65.01
2. Tercih	46	12.01	49	12.79	133	34.73	37	9.66
3. Tercih	43	11.23	164	42.82	35	9.14	8	2.09
İl Geneli								
1.Tercih	71	9.32	27	3.54	91	11.94	562	73.75
2. Tercih	82	10.76	133	17.45	250	32.81	49	6.43
3. Tercih	104	13.65	285	37.40	92	12.07	13	1.71

Kırsal alanda besin değeri ve daha sağlıklı buldukları (% 20.05) için; kentsel alanda ise bol çeşit bulunduğu için (% 27.68) temin etmeyi tercih ettiği için tüketicilerin marketten satın almayı tercih etme nedenlerinin en önemli kriteri olarak saptanmıştır (Çizelge 8).

Tüketicilerin satın almayı üçüncü sırada tercih ettiği pazarlardan temin etme nedeni incelendiğinde hem kırsal hem de kentsel alanda

ucuz olmasını etkisinin fazla olduğu Çizelge 8’de görülmektedir.

Çizelge 9’a göre kırsaldaki tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki için kalite kriterleri sınıflandırılmasında sırasıyla; % 26.12’si ilk sırada kullanılacak kısımların kullanıma uygunluğunu tercih etmiş, ikinci sırada % 24.01’i bitkinin nem miktarı önemli bulurken, üçüncü sırada % 22.96’sı kurutulmuş şekli önemli olduğu

belirtmiştir. Kentsel alandaki tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki için kalite kriterleri sınıflandırılmasında kırsal alanla paralel olarak sırasıyla; %26.89'u ilk sırada kullanılacak kısımların kullanıma uygunluğunu tercih etmiş, ikinci sırada %21.93'ü bitkinin nem miktarı önemli ve üçüncü sırada % 21.41'i kurutuluş şeklinin temin edilen tıbbi ve aromatik bitki için kalite kriterleri olduğunu belirtmiştir.

Alınan bitkilerin tüketim zamanlarına bakıldığında; kırsaldaki tüketicilerin % 33.77'si gerektiği ve hastalandıkça tüketmeyi birinci sırada seçerken, kentsel alandaki tüketicilerin % 25.59'u ihtiyaç durumunda tüketmeyi birinci sırada tercih ederken, % 33.68'i de hastalandıkça tüketmeyi ikinci sırada tercih ettiği Çizelge 10'dan anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerde çok az bir oranda (% 2.89) hastalandıkça tıbbi ve aromatik amaçlı bitkilere başvurduğu görülmüştür. Ancak bitkilerin kullanım amaçları incelendiğinde ise belirtilen amaçla tüketim zamanı arasında bir çelişki olduğu söylenebilir. Dolayısıyla tıbbi ve aromatik amaçlı kullanılan bitkilerin tıbbi amaçtan ziyade daha çok aroma amaçlı kullanıldığı sonucuna varılabilir.

Kocabaş ve Gedik (2016) araştırma ile aynı yörede yaptıkları çalışmalarında etnobotanik bitkilerin tüketim nedenlerini incelemiş ve sent pazarında satılan etnobotanik bitkilerini; gıda, tedavi ve süs amacıyla kullanıldığı sonucuna varmışlardır.

Hindistan'da Arya ve ark., 2012 yılında yaptıkları çalışmalarında tüketicilerin % 78.4'ü tıbbi aromatik ürünleri sağlık için tükettiği sağlıklı bulduğu sonucuna varmışlardır.

#### 4. Sonuç

Kahramanmaraş ili merkez kırsal ve kentsel alanda tüketicilerin tıbbi ve aromatik amaçlı kullandığı bitkilerdeki tüketici davranışları incelenmiştir. Tüketicilerin kullandığı tıbbi ve aromatik amaçlı bitkilerin tüketiminde bölgede uzun zamandan beri ikamet edenlerde yöreye özgü ürünlerin daha çok tüketildiği görülmüştür. Tüketicilerin önemli bir kısmının tıbbi ve aromatik bitkiler hakkında bilgiye sahip olduğu ve

bilinçli bir şekilde tüketim gerçekleştirdikleri görülmüştür. Tüketicilerin kullandığı tıbbi ve aromatik amaçlı bitkilerin temininde ilk sırada kendi seçeneğini, daha sonra ise aktar seçeneğini tercih ettikleri görülmüştür. Tüketicilerin alışveriş sıklığı incelendiğinde %47.38'inin tükendikçe aldığı ve dolayısıyla tüketimde tazeliğe önem vermedikleri görülmüştür. Kırsaldaki tüketicilerin yarıya yakını ürünün ambalajlı olup olmaması konusunda fark etmez cevabını verir iken; genel olarak bakıldığında % 29.79'unun ambalajlı ürünleri tercih ettiği görülmüştür.

Tıbbi ve aromatik amaçlı tüketilen ürünlerde aile yapısının ve çevrenin etkisinin ilk sıralarda yer aldığı görülmüştür. Bitkilerin temin tercihinde kırsaldakilerin ve merkezdekilerin %97'lik bir oranla kendim seçeneğini belirttiği görülmektedir. Dolayısıyla bu konuda kent ve kır arasında pek bir farklılığın olmadığı görülecektir. Tüketicilere göre bitki kalite kriterlerine bakıldığında; kullanılacak kısımların kullanıma uygunluğu önemli bir yer almaktadır. Kırsal ve kentsel alanda tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkileri gerektiği kullandığı görülmüştür. Tıbbi ve aromatik bitkilerin sağlıklı açıdan tüketimlerinin ortaya konulabilmesi için bilimsel çalışmalara ihtiyaç duyulmakta olup, bu konuda tüketicilerin bilinçlendirilmesi üzerine daha fazla çalışmalar yapılmalıdır.

**Çizelge 8.** Tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkileri temin yerlerindeki tercih faktörleri**Table 8.** Preference factors of medicinal and aromatic plants of the consumer supply location

Temin Yerleri	Besin Değeri		Daha Sağlıklı		Daha Ucuz		Bol Çeşit		Daha Doğal		Daha Lezzetli		Daha Güvenli		Alışkanlık		Asıl Uygun	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kırsal Alan için																		
Aktar	59	15.57	69	18.21	58	15.30	78	20.58	67	17.68	53	13.98	57	15.04	62	16.36	51	13.46
Pazar	69	18.21	81	21.37	74	19.53	64	16.89	67	17.68	72	19.00	70	18.47	61	16.09	47	12.40
Market	76	20.05	76	20.05	65	17.15	64	16.89	60	15.83	53	13.98	55	14.51	47	12.40	32	8.44
Kendi Toplaması	300	79.16	311	82.06	279	73.61	276	72.82	310	81.79	314	82.85	316	83.38	314	82.85	299	78.89
Kent Alan için																		
Aktar	58	15.14	61	15.93	42	10.97	81	21.15	59	15.40	36	9.40	49	12.79	51	13.32	39	10.18
Pazar	28	7.31	29	7.57	43	11.23	30	7.83	31	8.09	19	4.96	15	3.92	25	6.53	20	5.22
Market	92	24.02	87	22.72	76	19.84	106	27.68	58	15.14	54	14.10	90	23.50	54	14.10	45	11.75
Kendi Toplaması	284	74.15	269	70.23	225	58.75	204	53.26	235	61.36	222	57.96	224	58.49	222	57.96	228	59.53

**Çizelge 9.** Tüketicilere göre bitkisel ürünün kalite kriterleri önem düzeyi**Table 9.** Herbal products by consumer quality criteria severity

Bitkisel Ürün kalite kriterleri Sıralaması	Hasat Vakti		Renk		Koku		Tazelik		Kurutulduğu Ortam		Kurutuluş Şekli		Nem Miktarı		Kullanılacak Kısımların Kullanıma Uygunluğu	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kırsal Alan için																
1.	60	15.83	30	7.92	14	3.69	33	8.71	3	0.79	3	0.79	3	0.79	99	26.12
2.	23	6.07	34	8.97	39	10.29	29	7.65	9	2.37	4	1.06	91	24.01	16	4.22
3.	14	3.69	28	7.39	50	13.19	29	7.65	18	4.75	87	22.96	11	2.90	8	2.11
Kent Alan için																
1.	62	16.19	45	11.75	8	2.09	38	9.92	6	1.57	2	0.52	10	2.61	103	26.89
2.	13	3.39	53	13.84	67	17.49	20	5.22	10	2.61	12	3.13	84	21.93	13	3.39
3.	13	3.39	34	8.88	52	13.58	50	13.05	24	6.27	82	21.41	9	2.35	10	2.61

**Çizelge 10.** Tüketicilerin aldıkları tıbbi ve aromatik bitkileri tüketim zamanları önem düzeyi  
**Table 10.** Medicinal and aromatic plants for the consumer packaged they take time for severity

Alınan Bitkilerin Tüketim Zamanı Sıralaması	Hemen Tüketir		İhtiyaç Olduğunda		Hastalandıkça Tüketir		Gerektikçe Tüketir	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Kırsal Alan için								
1.	39	10.29	68	17.94	10	2.64	128	33.77
2.	45	11.87	53	13.98	128	33.77	19	5.01
3.	42	11.08	116	30.61	72	19.00	15	3.96
Kent Alan için								
1.	75	19.58	98	25.59	12	3.13	93	24.28
2.	38	9.92	78	20.37	129	33.68	25	6.53
3.	52	13.58	85	22.19	108	28.20	27	7.05

### Kaynaklar

- Akbulut S, Özkan ZC (2016). Herbalist-Customer Profile in Medicinal and Aromatic Herbs Trade: A Case Study of Kahramanmaraş, Turkey. Kastamonu University Journal of Forestry Faculty, 16 (1), 246-252.
- Arya V, Thakur R, Kumar S, Kumar S (2012). Consumer buying behaviour towards Ayurvedic medicines/products in Joginder nagar-A survey. Ayurpharm-International Journal of Ayurveda and Allied Sciences, 1(3), 60-64.
- Bayram E, Kırıcı S, Tansı S, Yılmaz G, Arabacı O, Kızıl S, Telci İ (2010). Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üretimini Artırılması Olanakları. Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı-I, 437-456, 11-15 Ocak, Ankara.
- Demircioğlu Y, Yaman M, Şimşek I (2007). Kadınların baharat kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma. TSKY Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6(3).
- Dicle M, (2010). İzmir İli Bornova İlçesinde Tıbbi Bitkilere İlişkin Tüketici Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi)
- Faydaoğlu E, Sürücüoğlu MS (2011). Geçmişten günümüze tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılması ve ekonomik önemi. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 11(1), 52-67.
- Heinrich M, Barnes J, Gibbons S, Williamson EM (2004). Fundamentals of Pharmacognosy and Phytotherapy, Churchill Livingstone, Edinburgh.
- Kızıloğlu R, Kızılaslan H (2013). Consumer behaviors on food purchasing places: A case study of red meat consumption in Turkey, Research&Reviews in Biosciences (RRBS), ISSN : 0974 – 7532, 7 (11), 453-459.
- Kocabaş YZ, Gedik O (2016). Kahramanmaraş İl Merkezi Semt Pazarlarında Satılan Bitkiler Hakkında Etnobotanik Araştırmalar. Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 6(4): 41-50.
- Lewin R (2000). Modern insanın Kökeni, TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları, Çeviri: N. Özüaydın, 7. basım, TÜBİTAK, Ankara.
- Miran B (2003). Temel İstatistik. Ege Üniversitesi Basımevi. ISBN 975-9308800 Bornova İzmir.