

# Besin Fiyatında Değişme ve Satın Alma Davranışı

## *Food Price Changes and Food Purchasing Behavior*

**Prof. Dr. Ayşe Baysal**

*Editör*

### GİRİŞ

Dünyada obezite sıklığının hızla artması toplumların sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Obezitenin önlenmesi için değişik stratejiler öne sürülmüştür. Bunlardan biri de enerji yoğunluğu yüksek obezite riskini artıran besinlerin vergisinin artırılması, sağlıklı besinlerin destekleme yoluyla fiyatlarının indirilmesidir. Besin fiyatlarındaki değişimin besin satınalma davranışına etkisi konusunda birçok araştırma yapılmıştır. Bu yazı bu araştırmalara ilişkin yayınları derlemeyi amaçlamaktadır.

### Deneysel Çalışmalar

Çalışmalarda besinler enerji yoğunluklarına ya da besin ögesi başına enerji içeriğine veya kalori miktarına göre sağlıklı ve daha az sağlıklı olarak gruplandırılmıştır. Sağlıklı besinlerin fiyatlarının desteklemeyle indirilmesi durumunda bunların satışlarının yükseldiği görülmüştür (1). Fiyat değişimiyle birlikte besinin üzerinde sağlıklı ibaresinin bulunması satınalmayı olumlu etkilemiştir. Sağlıksız içeceklerin (şeker katılmış) fiyatları arttırıldığında bunların satışı azalmıştır (2). Okul kantinlerinde yapılan bir çalışmada daha az sağlıklı besinlerin fiyatları arttırıldığında, çocuklar sağlıklı besinleri satın almaya yönelmişlerdir (3). Araştırma sonuçlarına göre sağlıksız besinlerin fiyatlarının vergilendirilmesinde bilgili kişiler yarar sağlarken, bilinçsiz ve az gelirli besin fiyat desteğiyle diyet kalitelerini iyileştirme olanağı bulmaktadırlar (4). Bu tür deneysel çalışmalar az sayıda tüketiciler üzerinde yapılmıştır.

### Kafeterya ve Restoran Çalışmaları

Deneysel çalışmaların aksine kafeterya ve restoran çalışmaları daha kapsamlıdır. Üniversite kafeteryalarında yapılan çalışmalarda, sağlıklı yiyeceklerin fiyatları indirildiğinde öğrencilerin bunları daha çok tercih ettikleri görülmüştür. Bu

yiyecekler genellikle salatalar, sebze yemekleri, az yağlı süt, çorba ve tavuk gibi yemeklerdir. Sağlıksız yiyecekler ise tatlılardır. Yemeklerin enerji değerleri konusunda bilgi verildiğinde kırmızı et ve karbonhidrat içeriği yüksek yemeklerin satın alınması azalmıştır (5). Başka bir çalışmada üniversite kafeteryalarında meyve ve salata fiyatlarında %50 indirim yapıldığında bunların satışı üç kat artmış, fiyat desteği kaldırıldığında satışlar eski düzeyine inmiştir (6). Lise kafeteryasında yapılan çalışmada sağlıklı yiyecekler olarak salata, havuç ve meyve fiyatları %50 destekle indirildiğinde satışları artmış, destek kaldırıldığında eski düzeyine düşmüştür (7).

Hastane kafeteryalarında yapılan çalışmada şeker katılmış meşrubatın fiyatı %35 arttırılmış, buna paralel olarak beden ağırlığı denetimi kampanyası açılarak şekerli içeceklerin ağırlık denetimindeki önemi vurgulanmıştır. Böylece eğitim ve fiyat ayarlanması birlikte yürütüldüğünde şeker katılmış meşrubatın satışı %36 düşmüştür. Sadece fiyat ayarlamasında ise düşüş %20 olmuştur (3).

Bir çalışmada yemekler sağlık yönünden değerlendirilip sağlıklı olana %20-30 fiyat desteği sağlanmış ve kontrol olarak sağlıklı olan yemeklere fiyat desteği sağlanmadan sağlıklı ilgili bilgi mesajları konmuştur. Bilgi mesajları olanlara göre fiyat desteği sağlanan yemeklerin satışı daha çok artmıştır (8). Bir başka çalışmada ise üniversite kafeteryasında yemekler sağlıklı ve sağlıksız olarak gruplandırılmıştır. Sağlıklı olarak belirlenen salata, tam tahıllı pizza, yoğurt, meyve yağda kızartılmamış yemeklere %20 fiyat desteği sağlanmış, sağlıksız olarak belirlenen beyaz undan pizza, hamburger, patates kızartması, sucuk gibi yemeklerin satış durumu saptanmıştır. Aynı zamanda masalara yemeklere ilişkin sağlıklı ilgili bilgi notları konmuştur. Sonuçta sağlıklı yemekle-

rin satışının %6 arttığı, sağlıksız olanların ise %2 azaldığı görülmüştür. Fiyat desteği kaldırıldığında sağlıklı yemeklerin satışındaki artış devam etmiş, sağlıksız olanların satışı ise değişmemiştir. Bu sonuç beslenme yönünden bilinçlendirmenin doğru besin seçiminde yararlı olduğunu gösterir niteliktedir (9).

Makina satışlarında da çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Üniversite, lise ve iş yerlerindeki yiyecek ve içecek makinalarında düşük yağlı atıştırmaların fiyatları %50 düşürüldüğünde, satışları %27 artmış, sağlıksız olanların satışı ise %35 azalmıştır. Liselerde ve iş yerlerinde düşük yağlı atıştırmaların fiyatları %10, %20 ve %50 düşürülmüş, bunların üzerlerine sağlıklı olduklarına ilişkin bilgi notları konmuş ve satışlar 12 ay süreyle izlenmiştir. Bunların satışı fiyat düşüşüne paralel olarak arttırılmıştır (9).

### Market Satışlarında Yapılan Çalışmalar

Marketlerde satılan besinlerin %35'i sağlıklı kriterlere uygun kullanılmış, bunlarda %12.5 indirim yapılmıştır. Bunların satışlarında %11 artış olmuştur (4).

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Genelde tüketiciler gazete ilanlarından hangi besinlerin fiyatının ucuzlatıldığını ona göre satın alma yoluna gitmektedirler. Araştırma sonuçları besin fiyatlarının değişmesinin satın alma davranışına yansımalarını göstermektedir. Ancak besin fiyatlarının sağlık üzerine etkileri konusunda araştırma yapılmasına gerek vardır. Genellikle bilgili tüketiciler sağlıklı besinlerin fiyatlarının destekleme yoluyla indirilmesini fırsat olarak değerlendirmektedir. Bu kesin fiyat indirimi olmasa bile sağlıklı besinleri tercih etmektedirler. Esas hedef kitle gelir düzeyi düşük olan tüketiciler ve belirli sağlık sorunları olanlar olmalıdır. Sağlıklı besinle-

re fiyat desteği sağlanarak bu kesimlere yardımcı olunabilir. Sağlıksız besinlerin vergilendirerek fiyatının arttırılması da bu kesimlere yarar sağlar. Yeme davranışını değiştirerek obeziteyi önlemek için besin politikalarının geliştirilmesine yol gösterecek kapsamlı ekonomik, sosyal ve sağlıkla bütünleşmiş araştırmaların yapılması gerekmektedir.

*Çıkar çatışması/Conflict of interest: Yazarlar ya da yazı ile ilgili bildirilen herhangi bir çıkar çatışması yoktur.*

### KAYNAKLAR

1. Epstein LH, Dearing KK, Paluch RA, Roemmich JN, Cho D. Price and maternal obesity influence purchasing of low- and high-energy-dense foods. *Am J Clin Nutr* 2007;86(4):914-922.
2. Yana CC, Chiou WB. Substitution of healthy for unhealthy concerns among college students: a health concerns and behavioral economics perspective. *Appetite* 2010;54:512-516.
3. Block JP, Chandra A, McManus KD, Willett WC. Point of purchase price and education intervention to reduce consumption of sugary soft drinks. *Am J Public Health* 2010;100:1427-1433.
4. Ni Mhurchu C, Blakely T, Jiang Y, Eyles HC, Rodgers A. Effects of price discounts and tailored nutrition education on supermarket purchases: a randomized controlled trial. *Am J Clin Nutr* 2010;91:736-747.
5. Cinciripini PM. Food choice and eating behavior among obese, lean, and normal individuals. *Behav Modif* 1984;8(3):425-443.
6. French SA, Story M, Jeffery RW, Snyder P, Eisenberg M, Sidebottom A, et al. Pricing strategy to promote fruit and vegetable purchase in high school cafeterias. *J Am Diet Assoc* 1997;97:1008-1010.
7. Horgen KB, Brownell KD. Comparison of price change and health message interventions in promoting healthy food choices. *Health Psychol* 2002;21:505-512.
8. Michels KB, Bloom BR, Riccardi P, Rosner BA, Willett WC. A study of the importance of education cost incentives on individual food choices at the Harvard School Public Health Cafeteria. *J Am Coll Nutr* 2008;27:6-11.
9. French SA, Jeffery RW, Story M, Hannan P, Snyder MP. A pricing strategy to promote low fat snack choices through vending machines. *Am J Pub Health* 1997;87:849-851.