



Tüketicinin GDO Algısı: Ankara İli Örneği

Consumers' GMO Perception: Ankara Case Study

Gül Seçil TAHMAZ

Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Beypazarı tahmaz@ankara.edu.tr

Fügen DURLU ÖZKAYA

Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara fugen@gazi.edu.tr

Öz

Dünya'da giderek artan gıda ihtiyacını karşılamak ve açlık sorununa çare bulmak gibi sebeplerle yaşamımızın içine dâhil edilen "Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO)" kavramı ile bu kavramın yararları ve zararları, hakkında en çok tartışılan konular arasında önemli bir yer oluşturmaktadır. Tüketiminin yaratacağı etkilerin henüz tam olarak ortaya çıkarılmamış olması tüketicilerin bu kavram ile ilgili ne düşüneceği ve nasıl bir tavır sergileyeceği konularında kararsız kalmasına neden olmaktadır. Bu çalışma ile tüketiciler tarafından GDO kavramını nasıl algıladıklarının ve GDO ile hormon, tarım ilacı gibi diğer kavramlar arasındaki farklılığın ne kadar algılandığının ve bu algının tüketime yansımalarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaç ile hazırlanan anket soruları 450 kişiye uygulanmış ve sonuçlar SPSS 18 ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda özellikle GDO ve hormon kavramlarının birbirlerine karıştırıldığı gözlenmektedir. GDO araştırmalarının gıdaların içeriklerinin zenginleştirilmesi için yapılması onaylanmakla birlikte tüketim sürecinde korku yarattığı ve tüketilmek istenmediği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar kelimeler: GDO, genetiği değiştirilmiş gıdalar, tüketici algısı.

Abstract

To overcome the increasing food demand and resolving the starving problems in the World, "Genetically Modified Organism" (GMO) is now in our life and a big discussion is ongoing about benefits and harms on the matter. Since the effects of consumption of GMO products are still not clear, consumers can not manage how to behave and react. This study is based on to assess the consumers' GMO perception and perception of consumers' about the difference of GMO with hormones, agricultural medicines and other concepts in which this study aims reflection of this perception the consumption. For this purpose, 450 people are questioned and results are analysed and summarized with SPSS 18. As a result of this study, it is observed that GMO and hormones are mixed by consumers. It is obviously affirmative approach that GMO searches can be made for food quality upgrade but, at the consumption, stage fear and unconsumption tendency are observed.

Key Words: GMO, Genetically Modified Organisms, Consumers' Perception