

JOSITR

Journal of Sivas Interdisciplinary Tourism Research



**SIVAS CUMHURİYET UNIVERSITY
TOURISM FACULTY**



Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

(SİTA)

Vol. 8, Issue 1, 2025



Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

(SİTA) ISSN: 2651-2742

Yıl : 2025 Sayı:8 Cilt: 1

About Us

Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi 2017 yılında yayın hayatına başlamıştır. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi yılda iki kez (Bahar-Güz) yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi turizm literatürünün geliştirilmesine katkı sağlayacak konularda (Sosyal-Beşeri Bilimler, Turizm, İşletme, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Yiyecek-İçecek, Turizm Ekonomisi, Yönetim, Pazarlama, Turizm Sosyolojisi, Rekreasyon, Turizm Coğrafyası, Sağlık Turizmi, İletişim, Spor, Kültür, Muhasebe, Sanat Tarihi vb.) yapılmış araştırma veya inceleme yazılarını kabul etmektedir.

Editor

Prof. Dr. Erkan SAĞLIK

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Mustafa IŞKIN

Editorial Board

Prof. Dr. Erkan SAĞLIK (esaglik@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. İbrahim Tuğkan ŞEKER (tseker@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. Mustafa IŞKIN (mustafaiskin@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. Emre HASTAOĞLU (ehastaoglu@cumhuriyet.edu.tr)

Yayın Kurulu Sekreteri

Arş. Gör. Furkan Atasoy KARACABEY

İndeksler



Yayın Kurulu

Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY-Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Akın AKSU-Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Azize HASSAN-Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU-MuĐla Sıtkı KoĐman Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT-Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Derman KĐKALTAN- İstanbul Arel Üniversitesi

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNĐER- İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Kemal BİRDİR-Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. KurtuluĐ KARAMUSTAFA-Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Mithat NER-Atılım Üniversitesi

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNĐER-İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Muammer MESĐ -Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Nuzhet KAHRAMAN-İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Orhan İĐZ- YaĐar Üniversitesi

Prof. Dr. Osman AvĐar KURGUN-Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Đenol ĐAVUĐ-Adnan Menderes Üniversitesi

Prof. Dr. Umut AVCI- MuĐla Sıtkı KoĐman Üniversitesi

DoÇ. Dr. Burhan KILIÇ- MuĐla Sıtkı KoĐman Üniversitesi

DoĐ. Dr. Duran CANKL-EskiĐehir Osmangazi Üniversitesi

DoĐ. Dr. GkĐe YÜKSEK-Anadolu Üniversitesi

DoĐ. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM- Đanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

İÇİNDEKİLER Contents	
ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM SİNİZMİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ Organizational Change Cynicism: A Bibliometric Analysis	1-10
DONDURULMUŞ YÖRESEL GIDALARIN TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA A Research on Consumer Preferences of Frozen Local Foods	11-29
POZANTI TAHİNLİ PİDESİNİN ÜRETİM SÜRECİNİN İNCELENMESİ Investigation of Pozantı Tahini Pita Production Process	30-46
AMBALAJLI ATIŞTIRMALIK GIDALARDA KULLANILAN GIDA KATKI MADDELERİNİN BİLİNİRLİK DÜZEYİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ Awareness Level Of Food Additives Used In Packaged Snack Foods: Example Of Giresun Province	47-57
MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ MUHASEBE HATA VE HİLE İLE MESLEK ETİĞİNE YÖNELİK ALGI VE TUTUMLARININ İNCELENMESİ: SİVAS İLİ ÖRNEĞİ Analysis Of The Perceptions And Attitudes Of Accounting Professionals Towards Accounting Errors, Fraud, And Professional Ethics: The Case Of Sivas Province	58-74
FENİLKETONÜRİLİ BİREYLERİN VE AİLELERİNİN BESİN ETİKETİ OKUMA FARKINDALIĞININ DEĞERLENDİRİLMESİ Evaluation Of Food Label Reading Awareness Of Individuals With Phenylketonuria And Their Families	75-108
HEMŞİRELERİN SAĞLIK TURİZMİ FARKINDALIK DÜZEYİ; KAMU VE ÖZEL HASTANE KARŞILAŞTIRMASI Health Tourism Awareness Level of Nurses: Comparison of Public and Private Hospitals	109-124



ISSN: 2651-2742
2025 - Cilt: 8 Sayı: 1
Sayfa: 1-10

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 09.04.2025

Kabul Tarihi: 17.05.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

ÖRGÜTSEL DEĞİŞİM SİNİZMİ: BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Organizational Change Cynicism: A Bibliometric Analysis

1. Erdenur DAŞ* 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Enstitüsü

2. Ümit NALDÖKEN 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi

Özet

Bu çalışmanın amacı, örgütsel değişim sinizmi alanında 1996-2025 yılları arasında Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan 187 makaleyi bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektir. Çalışmada, Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilen, "change cynicism" "cynicism about change" "organizational change cynicism" anahtar sözcüklerini içeren makaleler incelenmiştir. Bibliyometrik analiz için, R tabanlı açık kaynaklı bir yazılım olan Bibliometrix'in web arayüzü Biblioshiny kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, örgütsel değişim sinizmi alanında akademik ilginin özellikle 2017 yılından itibaren arttığı tespit edilmiştir. En çok yayın yapan yazarlar, Aslam Usman ve Imran Muhammad Kashif iken, en fazla yayın yapan dergi, Journal of Organizational Change Management olmuştur. Örgütsel değişim sinizmi alanındaki çalışmalar arasında en çok referans verilen makale, Wanous, Reichers ve Austin'in 2000'de yayınladığı makaledir Ülke bazında değerlendirildiğinde, ABD, en fazla makale yayınlayan ülke olarak öne çıkarken, Kanada ve Birleşik Krallık onu takip etmektedir. Kelime analizinde "örgütsel değişim", "sinizm", ve "öncüller" gibi kavramların sıkça kullanıldığı görülmüştür. Elde edilen bulgular, örgütsel değişim sinizmi alanındaki akademik yönelimi ve araştırma eğilimlerini ortaya koymakta olup, bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılar için yol haritası sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel değişim sinizmi, örgütsel değişim, değişime direnç, bibliyometrik analiz

* Sorumlu Yazar: daserdenur@gmail.com

Önerilen Atıf: Daş, E. ve Naldöken, Ü. (2025). Örgütsel Değişim Sinizmi: Bibliyometrik Analiz Sivas, İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, , 8(1), 1-10.

Abstract

The aim of this study is to examine 187 articles in the Web of Science (WoS) database between 1996 and 2025 in the field of organizational change cynicism using the bibliometric analysis method. In the study, articles containing the keywords “change cynicism”, “cynicism about change”, “organizational change cynicism” obtained from the Web of Science (WoS) database were examined. Biblioshiny, the web interface of Bibliometrix, an open source software based on R, was used for bibliometric analysis. As a result of the analysis, it was determined that academic interest in inquiry-based learning has increased significantly especially since 2017. While the authors with the most publications are Aslam Usman and Imran Muhammad Kashif, the journal with the most publications is the Journal of Organizational Change Management. The most referenced article among the studies in the field of organizational change cynicism is the article published by John P. Wanous in 2000. When evaluated on a country basis, the USA stands out as the country with the most articles published, followed by Canada and the United Kingdom. It was seen that concepts such as “organizational change”, “cynicism”, and “antecedents” were frequently used in the word analysis. The findings reveal the academic orientation and research trends in the field of organizational change cynicism and provide a roadmap for researchers who want to work in this field.

Key words: Organizational cynicism about change, organizational change, resistance of change, bibliometric analysis

1. GİRİŞ

Değişim bu zamana kadar var olan ve bundan sonra da devam edecek bir olgudur. Herakleitos’un dediği gibi “Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir.” Rekabet, teknoloji, tüketici beklentilerinin çeşitliliği ve değişkenliği işletmeleri değişime itmektedir. Değişim bazen sorunları çözerken bazen de kendisi sorun oluşturabilmektedir. İşletmelerde değişime engelin çeşitli nedenleri vardır. Bu engeller işletme içinden de dışından da kaynaklanabilmektedir. İşletme içi nedenlerinden biri çalışanlardır. Çalışanların desteği olmadan değişim mümkün değildir. Değişime karşı olumsuz tutumu olan çalışanlar, sürecin başarısız olmasına veya beklenen sonucun elde edilememesine sebep olmaktadır. Bu olumsuz tutum örgütsel değişim sinizmine sebep olmaktadır. Örgütsel değişim sinizmi; değişim sürecini yöneten kişilerin yetersiz veya motivasyonsuz olmaları sebebiyle değişimin başarısız olacağına dair karamsar bir görüştür. (Wanous, Reichers ve Austin, 2000). Çalışanlar, yapılan değişimlerin işe yaramayacağını, yöneticilerin tecrübesiz, yetersiz olduğunu düşünmektedir.

Örgütsel değişim, örgütsel değişim sinizmi alanında yapılan, yaşanan değişimler bu alandaki çalışmalara da yansımaktadır. Bu konulardaki yapılmış çalışmaların artması, araştırma sonuçlarının nicel ve nitel yönlerinin incelenmesi, kategorize edilmesi ihtiyacını oraya koymuştur. Yapılan analizlerin bulguları ise bu alanda çalışan akademisyenlere, araştırmacılara kaynak sağlamaktadır. Bu çalışmanın katkısı, örgütsel değişim sinizmi konusunda bibliyometrik analiz çalışmasının literatürde olmamasıdır. Bu eksiklikten hareketle çalışmanın amacı, örgütsel değişim sinizmi alanındaki akademik yayınları inceleyerek, bu alanda yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımını, konunun literatürdeki gelişimini ortaya koymaktır. Çalışmanın sonuçlarının örgütsel değişim sinizmi konusunda gelecekteki araştırmalara yol göstermesi beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Değişim Sinizmi

Örgütsel değişim sinizmi, çalışanların örgütteki değişim girişimlerine karşı olumsuz tutum ve inançları ifade etmektedir. Değişimin başarısız olacağını ve değişimi yönetecek kişilerin yetersiz olduklarını kapsayan bir inançtır (Abraham, 2000). Değişim başarısızlıkla sonuçlandığında çalışanlar hayal kırıklığı ve güvensizlik duyarlar. Bu nedenle, çalışanların gelecekteki değişim çabalarına karşı hissettiği karamsarlık, bir savunma mekanizması haline gelir ve onları olası hayal kırıklıklarına karşı koruyan bir kalkan olur.

Örgütsel değişim sinizmi, çalışanların değişime direnç göstermesine ve örgüte olan bağlılıklarının zayıflamasına, motivasyonlarının düşmesine neden olabilir. Değişime direnç gösteren çalışanlar değişimin başarıya ulaşmasını engellemekte veya yavaşlatmaktadır. Destek eksikliği, başarısızlığa veya sınırlı başarıya sebep olmaktadır (Wanous, Reichers ve Austin, 2000).

Değişim sinizminin oluşumunda, başarısızlıkla sonuçlanmış değişimler, yöneticinin değişim sürecine yönelik bilgi vermemesi, çalışanların aktif katılımının olmaması, değişimlerin çok sık yapılması, çalışanların adalet algısı gibi faktörler önemli rol oynar. (Stanley, Meyer & Topolnytsky, 2005)

Örgütsel değişim sinizmini azaltmak ve çalışanların değişime daha olumlu yaklaşmasını sağlamak için yöneticiler, değişimin neden gerekli olduğunu, çalışanları nasıl etkileyeceğini ve değişimin her aşamasını çalışanlara bildirmeli, çalışanların adalet ve güven algılarını artırmalı ve çalışanları her türlü konuda desteklemelidir (Kotter ve Schlesinger, 2008).

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, örgütsel değişim sinizmi alanındaki akademik yayınları inceleyerek, bu alanda yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımını, konunun literatürdeki gelişimini ortaya koymaktır. Araştırma verilerini Web of Science veri tabanındaki “organizational change about cynism” “change cynism” “organizational change cynism” anahtar kelimeleriyle ilişkili makaleler oluşturmaktadır. Bu çalışmada, 1996-2025 yılları arasında yayımlanan makaleler bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın veri tabanında kaydı olan ilk makalenin 1996 yılında basılmış olması nedeniyle başlangıç tarihi bu tarih seçilmiştir. Araştırmanın evrenini Web of Science veri tabanına ilgili anahtar kelimeler yazılarak aratılan ve bu alanda ulaşılan 187 yayın oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, ilgili veri tabanında bulunan makalelere ait verilerin toplanması ve analiz edilmesi sürecinde R-Studio programı kullanılmıştır. Web of Science veri tabanından, “organizational change about cynism” “change cynism” “organizational change cynism” anahtar kelimeleri taratılmış ve çıkan veri dosyaları, "export" seçeneği aracılığıyla bibtex formatında indirilmiştir. Daha sonra, R-Studio ortamında "bibliometrix" paketi indirilip etkinleştirilmiş ve çalıştırılmıştır. Son olarak, bibtex formatındaki veri dosyası, R-Studio'daki data bölümüne yüklenerek analiz süreci tamamlanmıştır.

4. BULGULAR

Bulgular bölümünde, çalışmada kullanılan bibliyometrik analiz yöntemi doğrultusunda elde edilen veriler analiz edilmiştir. Çalışmanın temel konularına dair ulaşılan sonuçlar, grafikler, tablolar ve şekiller ile sunulmuştur. Veriler ile ilgili temel bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Verilerle İlgili Temel Bilgiler

Açıklama	Sonuç
Zaman aralığı	1996:2025
Belgeler	187
Yıllık Büyüme Oranı %	4,9
Alıntılar	9805
Belge Türleri	
Makale	173
Kitap	8
Erken Erişim	4
Bildiri	2

Tablo 1’de sunulan veriler, örgütsel değişim sinizmi konusundaki akademik çalışmaların genel dağılımını ve gelişimini ortaya koymaktadır. Toplam 187 belge içerisinde en büyük payın 173 makale ile akademik dergilerde yayımlanan çalışmalara ait olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili 8 kitap, 2 bildiri, 4 erken erişim bulunmaktadır. Yıllık büyüme oranının %4,9 dur. Bu oran, örgütsel değişim sinizmi alanındaki akademik ilginin istikrarlı bir şekilde arttığını göstermektedir. Alıntı sayısı ise 9805’tir. Bu, örgütsel değişim sinizmi konusunda yayımlanan çalışmaların referans olarak sıkça kullanıldığını göstermektedir.

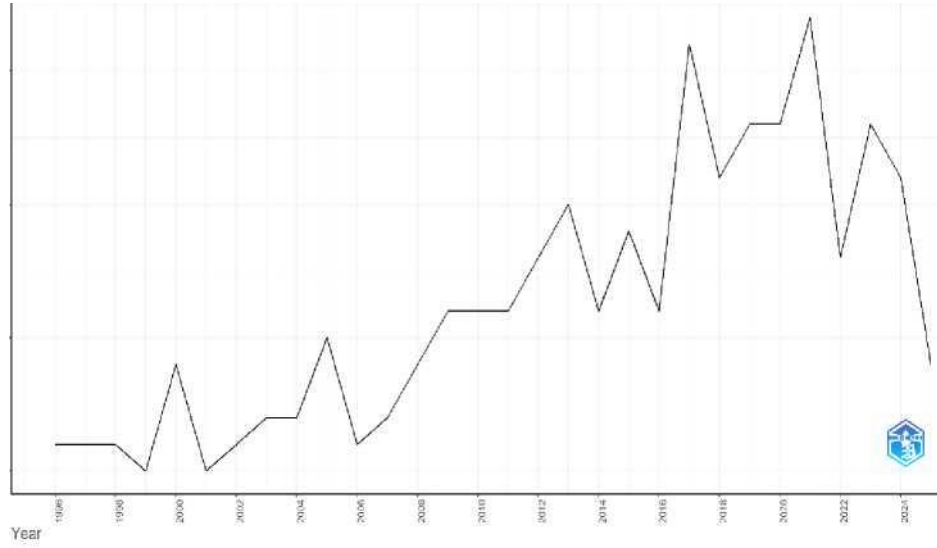
Örgütsel değişim sinizmi konusu ile ilgili toplam 187 makaleye ilişkin verilerin yıllara göre dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Yıllara İlişkin Makale Sayısı

Yıl	Makale Sayısı	Yüzde (%)
1996-2001	7	8,36
2002-2006	11	17,55
2007-2011	24	21,64
2012-2016	39	19,48
2017-2021	70	20,01
2022-2025	36	6,88

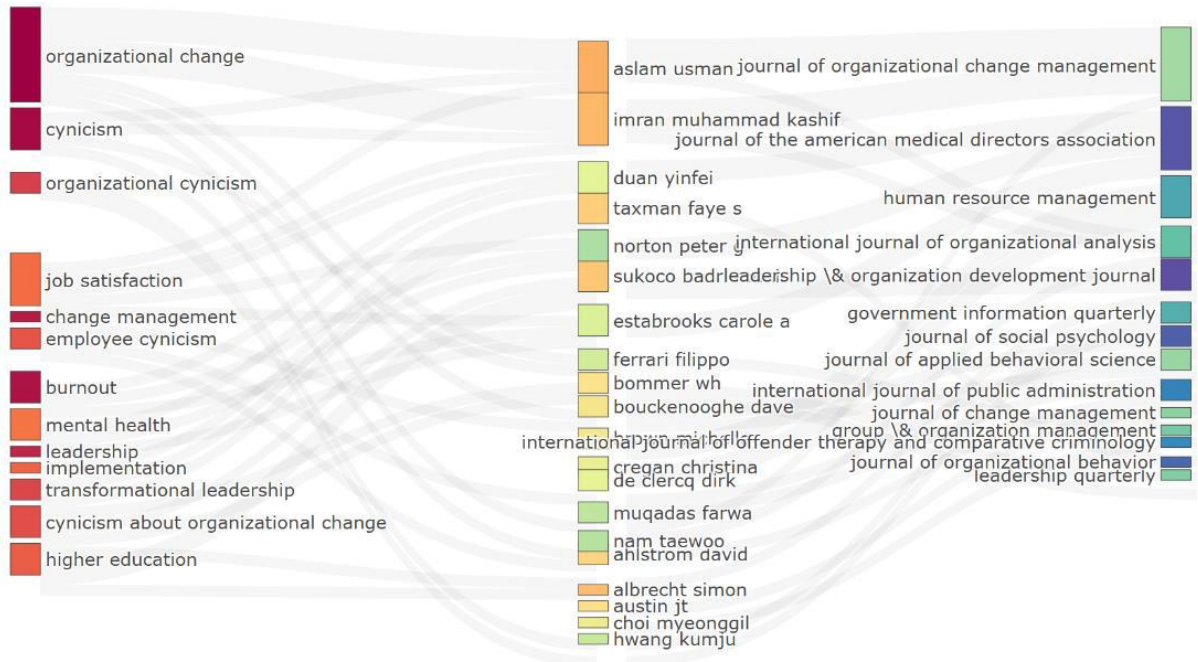
Tablo 1 incelendiğinde örgütsel değişim sinizmi konusu ile ilgili makalelerin 1996 yılında yayınlanmaya başladığı, ilgili konu alanında en fazla makalenin 2017-2021 yılları arasında (f = 70) yapıldığı görülmektedir.

Grafik 1. Yıllık Bilimsel Yayın Sayısı



Grafik 1, yıllık bilimsel yayın sayısındaki değişimi göstermektedir. Konu ile ilgili makalelerin 1996 yılında yayınlanmaya başladığı ilgili konu alanında en fazla makalenin 2021 yılında yapıldığı görülmektedir. Grafiğin başlangıç yıllarında bilimsel yayın sayısının oldukça düşük olduğu, ancak zamanla dalgalanmalar göstererek artış eğiliminde olduğunu göstermektedir. Özellikle belirli dönemlerde keskin yükselişler yaşanmış, ardından bazı yıllarda düşüşler meydana gelmiştir. 2017'den itibaren bilimsel yayın sayısında kademeli bir artış gözlemlenmiş ve 2021 yılında en yüksek seviyeye ulaşmıştır ancak son yıllarda yayın sayısında belirgin bir azalma olmuştur. Bu durum, araştırma faaliyetlerinde bir düşüş yaşandığını veya konuya olan akademik ilginin azaldığını gösterebilir.

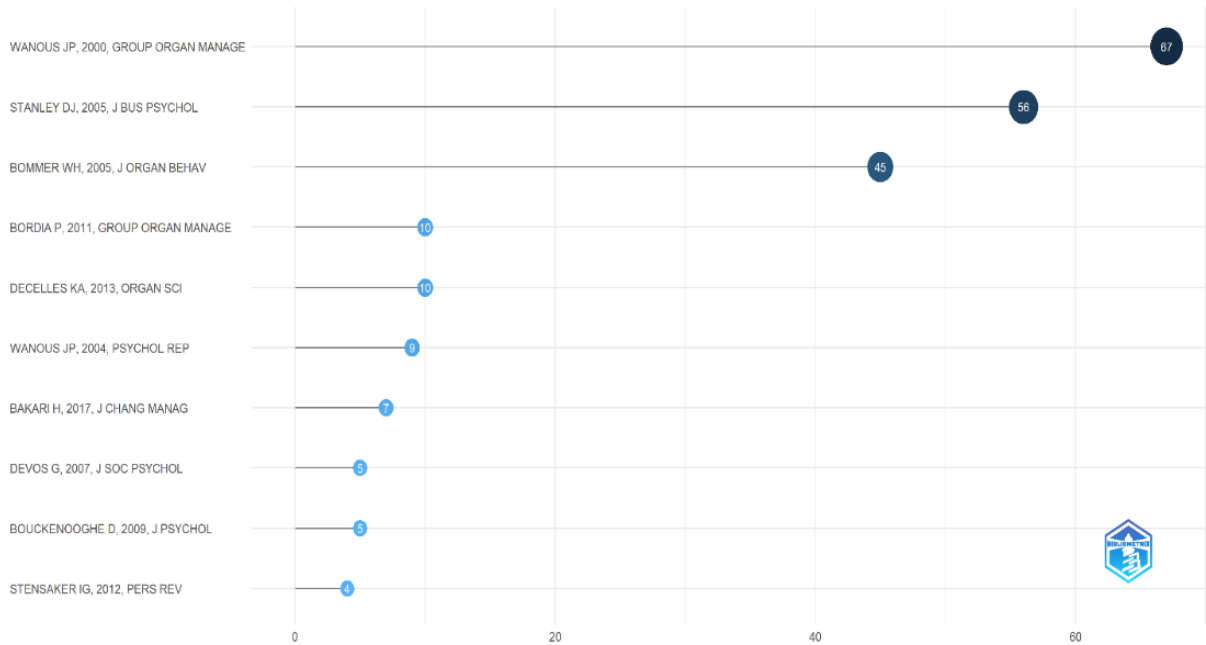
Grafik 2. Üç Alan Grafiği (Three Fields Plot)



Üç alan grafiği, seçilen alanlar arasındaki ilişkileri gösterir. Grafiğe göre, makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimeler, örgütsel değişim, sinizm ve iş tatminidir. İlgili konuda en fazla yayın yapan yazarlar, Aslam Usman, Imran Muhammad Kashif'tir ve konuyla ilgili en fazla yayın yapan dergi Journal of Organizational Change Management olduğu görülmektedir.

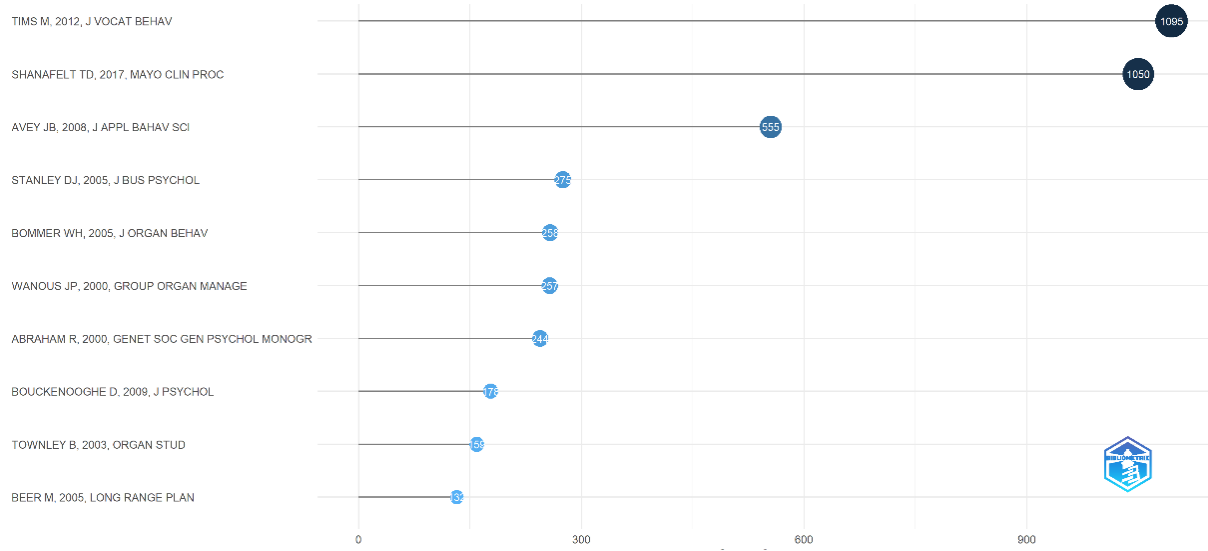
Bibliyometrik analizde, en çok atıf alan çalışmalar; En Fazla Küresel Atıf Alan Dokümanlar ve En Fazla Yerel Atıf Alan Dokümanlar olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu iki kategori arasındaki temel fark, çalışmaların aldığı atıfların kapsamı ve kaynağıdır. Yerel dokümanlar, belirli bir araştırma alanı içinde, yani sadece analiz edilen konu üzerinde çalışan araştırmacılar tarafından en çok atıf alan çalışmalardır. Küresel dokümanlar ise; incelenen konuya ek olarak farklı araştırma alanlardaki araştırmacılar tarafından atıf alan çalışmalardır. Buna yönelik Grafik 3'te en fazla yerel atıf alan çalışmalar, Grafik 4'te küresel alanda en çok atıf alan çalışmalar gösterilmiştir.

Grafik 3. Konuyla Alakalı En Fazla Yerel Atıf Alan Dokümanlar



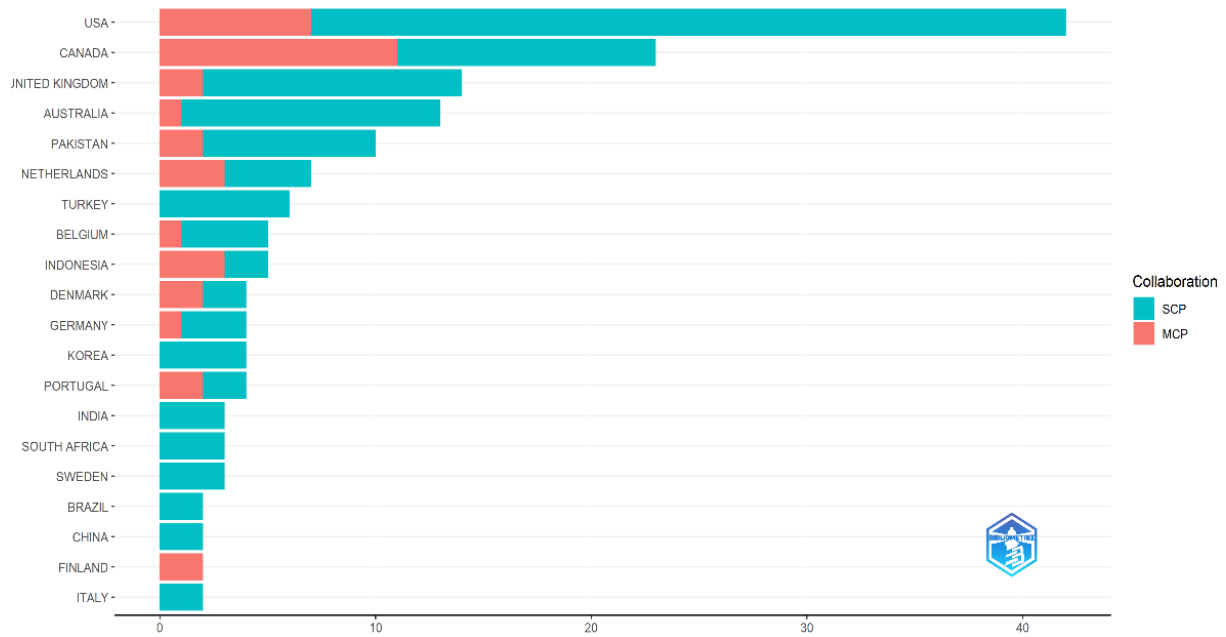
Örgütsel değişim sinizmi alanındaki çalışmalar arasında en çok referans verilen makale Wanous, Reichers ve Austin'in 2000'de yayınladığı makaledir. Bunu sırasıyla Stanley, Meyer & Topolnytsky, ve Bommer, Rich, & Rubin'nin makaleleri takip etmektedir.

Grafik 4. Konuyla Alakalı En Fazla Küresel Atıf Alan Dokümanlar



Küresel atıf alan dokümanlar, akademik literatürde yani farklı disiplinler ve konular arasında en çok atıf alan çalışmalardır. Konuyla ilgili küresel alanda en çok atıf alan çalışma Tims, Bakker & Derks (2015) in çalışmasıdır.

Grafik 5. Sorumlu yazar ülkeleri ve makale sayısı

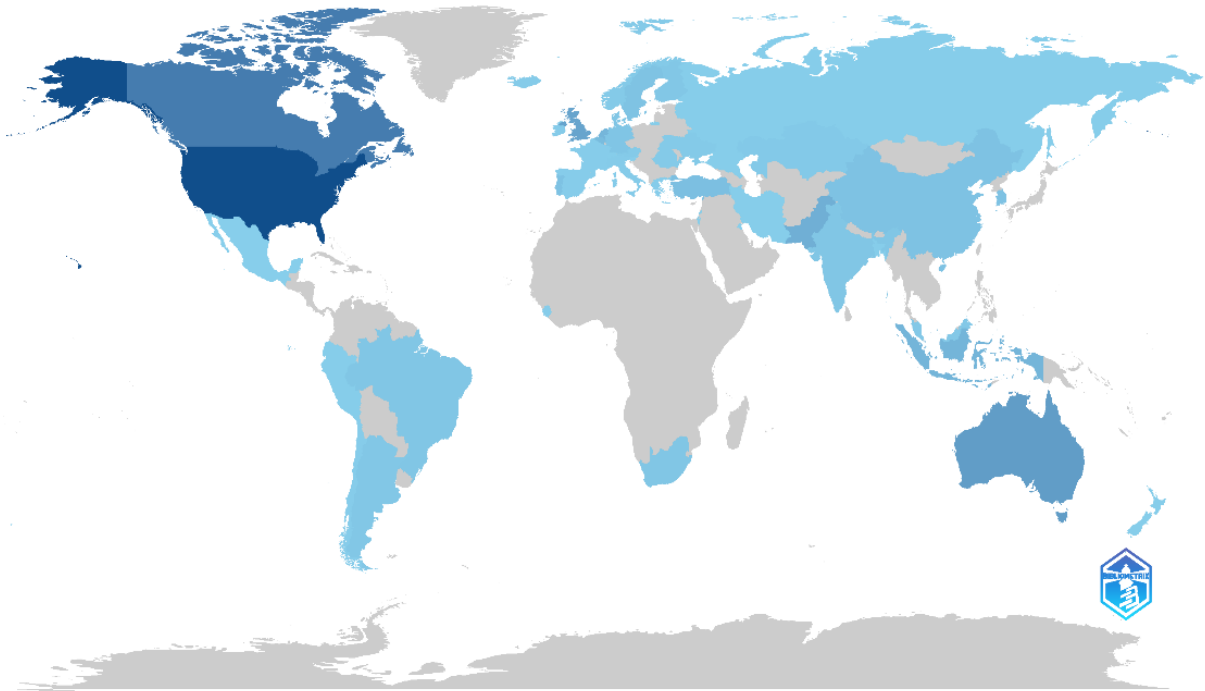


Grafiğe göre, SCP (Single Country Publications) aynı ülkedeki yazarların sayısını, MCP (Multiple Country Publications) ise farklı ülkelerdeki yazarların birlikte yaptıkları yayın sayılarını göstermektedir. 42 araştırmayla ABD (SCP: 35, MCP: 7), 23 araştırmayla Kanada (SCP: 12, MCP: 11) ve 14 araştırmayla Birleşik Krallık (SCP: 12, MCP: 2) ilk 3 sırada yer almaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Ülkelerin Makale Sayısı, SCP ve MCP Değerleri

Ülke	Makale	Frekans %	SCP	MCP	MCP %
ABD	42	22,5	35	7	16,7
Kanada	23	12,3	12	11	47,8
Birleşik Krallık	14	7,5	12	2	14,3
Avustralya	13	7	12	1	7,7
Pakistan	10	5,3	8	2	20
Hollanda	7	3,7	4	3	42,9
Türkiye	6	3,2	6	0	0
Belçika	5	2,7	4	1	20
Endonezya	5	2,7	2	3	60
Danimarka	4	2,1	2	2	50

Tablo 2’de sorumlu yazarların ülkelerinin, makale sayısına, SCP ve MCP değerlerine göre sıralamasında ilk 10 ülke gösterilmektedir. Tabloya göre makale sayısında ABD, Kanada ve Birleşik Krallık ilk sıralarda yer almaktadır. SCP değerleri incelendiğinde ilk sırada ABD yer almaktadır. Yani bu ülkedeki araştırmacılar çoğunlukla kendi ülkelerindeki meslektaşlarıyla yayın yapmışlardır. MCP değerleri incelendiğinde ise ilk sırada Kanada yer almaktadır. Bunun anlamı, bilimsel çalışmalarda farklı ülkelere araştırmacılarla ortak projeler yürütmektedirler.

Şekil 1. Ülkelerin Bilimsel Üretkenliği

Şekil 1'deki harita incelendiğinde, ülkelerin koyudan açığa mavi tonları ve gri renk ile gösterildiği görülmektedir. Bu renkler, ilgili konu alanında üretilen makale sayılarını ifade etmektedir. Gri renk, konuyla alakalı herhangi bir akademik çalışmanın bulunmadığını göstermektedir. Mavi renk ise koyu tondan açık tona doğru ilerledikçe ülkelerde üretilen makale sayısının azaldığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, koyu mavi ile gösterilen ülkeler, bu konu üzerine daha fazla bilimsel çalışma üretmektedir.

Haritaya bakıldığında, ABD'nin en koyu mavi tonla gösterildiği ve en fazla bilimsel üretime sahip olduğu görülmektedir. Kanada, Avustralya, Birleşik Krallık gibi ülkeler de koyu tonlarla gösterildiğinden, bu ülkelerin de önemli bir bilimsel katkı sunduğu söylenebilir. Öte yandan, Afrika ve bazı Asya ülkeleri gibi bölgelerde gri tonun hâkim olması, bu alanlarda belirli bir konuda makale üretilmediğini göstermektedir.

Genel olarak, harita bilimsel üretkenlik açısından ülkeler arasındaki farkları net bir şekilde ortaya koymakta ve araştırma faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgeleri vurgulamaktadır.

Şekil 2. Kelime Bulutu (Word Clouds)



5. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, örgütsel değişim sinizmi konusundaki bilimsel yayınların yıllara göre dağılımını, öne çıkan yazarları, dergileri, anahtar kelimeleri ve ülkelerin bilimsel üretkenliği analiz ederek konunun genel durumunu ortaya koymaktır. Araştırma bulguları, örgütsel değişim sinizmi üzerine yapılan ilk çalışmaların 1996'da başladığını, yayın sayısının 2017-2021 yılları arasında belirgin bir artış gösterdiğini ve zirveye 2021 yılında ulaştığını ortaya koymaktadır. Bu yükseliş, pandemi dönemiyle açıklanabilir. Pandeminin sebep olduğu değişim, belirsizlik, güvensizlik bu konuya olan akademik ilginin yükselmesine katkıda bulunmuş olabilir.

Ülke bazında değerlendirildiğinde, ABD, en fazla makale yayınlayan ülke olarak öne çıkarken, Kanada ve Birleşik Krallık onu takip etmektedir. Buna karşılık, bazı Afrika ve Asya ülkelerinde bu alanda yayın yapılmadığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin SCP oranı MCP oranına göre daha fazladır. Büyük oranda kendi içinde çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'nin akademik etkinliğini daha da artırması için küresel iş birliklerini güçlendirmesi faydalı olabilir.

Kelime analizinde "örgütsel değişim", "sinizm", ve "öncüller" gibi kavramların sıkça kullanıldığı görülmüştür. En çok yayın yapan yazarlar Aslam Usman ve Imran Muhammad Kashif iken, en fazla yayın yapan dergi, Journal of Organizational Change Management

olmuştur. Belirli yazarlar ve dergiler bu alanda daha fazla yayın yapmaktadır. Dolayısıyla bu dergiler, ilgili konu alanındaki araştırmalar için önemli kaynaklar olabilir.

Bu araştırmada Web of Science veri tabanı kullanılmıştır. Benzer çalışma, Scopus, Proquest, PubMed, YÖK Tez gibi veri tabanları üzerinden de gerçekleştirilebilir. Örgütsel değişim sinizmi dışında konuyla ilişkili farklı kavramlarla da bibliyometrik analiz yapılabilir.

6. KAYNAKÇA

Abraham, R. (2000). Organizational cynicism: Bases and consequences. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(3), 269–292

Aria, Massimo & Cuccurullo, Corrado, 2017. "bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis," *Journal of Informetrics*, Elsevier, vol. 11(4), pages 959-975.

Bommer, W. H., Rich, G. A., & Rubin, R. S. (2005). Changing attitudes about change: Longitudinal effects of transformational leader behavior on employee cynicism about organizational change, *Journal of Organizational Behavior*, 26 (97), 733-753.

Bozkurt, E. (2020). Sağlık Yöneticilerinde Örgütsel Değişim Sinizmi: Nitel Bir Araştırma. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi* (1), 9-22.

Choi, M. (2011). Employees' attitudes toward organizational change: A literature review. *Human Resource Management*, 50(4), 479-500.

Deniz, S., Yüksel, O., Erkoç, B., Çimen, M. (2017). Hastane Çalışanlarında Örgütsel Değişim Sinizmi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(12), 219-231.

Erdoğan, N., & Sayın, Z. (2022). Türkiye’de Örgütsel Değişim ve Örgüt Geliştirme Alanındaki Bilimsel Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (Kongre Özel Sayısı), 327-350.

Helvacı, M. A. ve Kılıçoğlu, A. (2018). The relationship between the organizational change cynicism and organizational commitment of teachers. *Journal of Education and Training Studies*, 6(11), 105-110.

Kotter, J. P. & Schlesinger, L. A. (2008). Choosing Strategies for Change, *Harvard Business Review*, 86 (7–8)

Qian, Y. ve Daniels, T. D. (2008). A communication model of employee cynicism toward organizational change. *Corporate Communications: An International Journal*, 13(3), 319–332.

Reichers, A. E., Wanous, J. P., & Austin, J. T. (1997). Understanding and managing cynicism about organizational change, *The Academy of Management Executive*, 11 (1), 48-59.

Sezgin, O. B., Tolay, E., & Sürgevil Dalkılıç, O. (2017). Örgütsel Değişim Sinizmi: Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik Ve Geçerlilik Çalışması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(1).

Stanley, D. J., Meyer, J. P., & Topolnytsky, L. (2005). Employee Cynicism and Resistance to Organizational Change. *Journal of Business and Psychology*, 19(4), 429–459.

Wanous, J. P., Reichers, A. E., & Austin, J. T. (1994). Organizational Cynicism: An Initial Study, in *Academy of Management Proceedings*, 1994 (1), 269-273.

Wanous, J. P., Reichers, A. E., & Austin, J. T. (2000). Cynicism about organizational change, *Group and Organization Management*, 25 (2) 132–153.



ISSN: 2651-2742

2025 - Cilt: 8 Sayı: 1

Sayfa: 11-29

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 05.11.2024

Kabul Tarihi: 12.06.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

DONDURULMUŞ YÖRESEL GIDALARIN TÜKETİCİ TERCİHLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A Research on Consumer Preferences of Frozen Local Foods

1. Ünalcan KUTAL*

Malatya Turgut Özal Üniversitesi,
Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek
Yüksekokulu

2. Yılmaz SEÇİM

Necmettin Erbakan Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

Özet

Geleneksel yöntemlerle üretilen yöresel gıdaların dondurularak uzun süre muhafaza edilmesi hem üretici hem de tüketici açısından çeşitli avantajlar sunmaktadır. Ancak, tüketicilerin bu ürünlere yönelik algıları ve tercihleri, dondurulmuş ürünlerin benimsenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu noktadan hareketle yapılan bu araştırmanın amacı, yöresel dondurulmuş ürünlerin tüketiciler üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Ayrıca, dondurulmuş yöresel gıdaların, taze ürünlere kıyasla tercih edilme oranlarının ve nedenlerinin belirlenmesidir. Araştırmada veri elde etme yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat yönteminden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, tüketicilerin dondurulmuş yöresel gıdalara karşı olumlu bir yaklaşım sergilediklerini, ancak bazı endişelerin ve bilgi eksikliklerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Öte yandan ürünlerin tazelik ve lezzet bakımından taze gıdalara eşdeğer olması, tüketici tercihlerini önemli ölçüde etkilediği sonucu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel, Dondurulmuş, Gastronomi

Abstract

The long-term preservation of local foods produced by traditional methods by freezing offers various advantages for both the producer and the consumer. However, consumers' perceptions and preferences towards these products play a critical role in the adoption of frozen products. Based on this point, the purpose of this research is to determine the effect of local frozen products on consumers. In addition, it is the determination of the rates and reasons why frozen regional foods are preferred compared to fresh products. The semi-structured interview method was used as the data acquisition method in the research. As a result of the

* Sorumlu Yazar: unalcan.kutal@ozal.edu.tr

Önerilen Atıf: Kutal, Ü. ve Seçim, Y., (2025) Dondurulmuş Yöresel Gıdaların Tüketici Tercihleri Üzerine Bir Araştırma., Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 8(1), 11-29.

findings obtained, it was found that consumers showed a positive approach towards frozen local foods, but there were some concerns and information deficiencies. On the other hand, it has been determined as a result that the products are equivalent to fresh foods in terms of freshness and flavor, significantly affecting consumer preferences.

Key words: Local, Frozen, Gastronomy

1. GİRİŞ

Gıda tüketim alışkanlıkları, tarih boyunca toplumların kültürel, sosyal ve ekonomik yapılarıyla şekillenmiştir. Özellikle yöresel gıdalar, bir bölgenin tarihini, kültürünü ve yaşam biçimini yansıtan önemli unsurlardır. Türkiye, zengin coğrafi ve kültürel çeşitliliği sayesinde çok sayıda yöresel ürüne ev sahipliği yapmaktadır. Bu ürünler, belirli bir bölgenin doğal koşullarında yetişen veya üretilen, o bölgeye özgü ham madde ve geleneksel yöntemlerle hazırlanan gıdalardır. Yöresel ürünler, üretildikleri bölgenin kültürel ve coğrafi özelliklerini yansıtarak, o bölgenin kimliğini ve mirasını taşırlar. Ancak modern yaşamın getirdiği zaman kısıtlamaları ve hızlı tüketim alışkanlıkları, geleneksel yöntemlerle hazırlanan yöresel gıdaların tüketiminde değişikliklere neden olmuştur.

Dondurulmuş gıdalar, taze ürünlerin besin değerlerini, lezzetlerini ve tazeliklerini koruyacak şekilde dondurulması yoluyla elde edilen gıda ürünleridir. Bu işlem, gıdaların uzun süre saklanabilmesini ve mevsimsel sınırlamalardan bağımsız olarak her dönemde tüketilebilmesini sağlar. Dondurulmuş gıdalar, geniş bir ürün yelpazesine sahiptir; sebzelerden meyvelere, et ürünlerinden deniz ürünlerine, hamur işlerinden hazır yemeklere kadar pek çok farklı gıda türü dondurularak saklanabilmektedir. Özellikle yöresel lezzetlerin dondurulmuş versiyonları, geleneksel tatlardan ödün vermeden pratik çözümler sunmaktadır.

Tüketicilerin dondurulmuş gıda satın alma kararlarında etkili olan çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler arasında ürünün kalitesi, fiyatı, markası, ambalajı ve saklama koşulları gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Ayrıca, tüketicilerin sağlık bilinci, zaman kısıtlamaları ve pratik çözümler arayışı da dondurulmuş gıda tercihlerini etkilemektedir. Yöresel gıdaların dondurulmuş versiyonları hem geleneksel tatları muhafaza etmek hem de modern yaşamın gereksinimlerine uygun çözümler sunmak açısından tüketicilerin ilgisini çekmektedir.

Çalışmada dondurulmuş yöresel gıdaların tüketici tercihleri üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, tüketicilerin dondurulmuş yöresel gıdalara olan bakış açılarını, bu ürünleri tercih etme nedenlerini ve bu tercihlerde etkili olan faktörleri belirlemektir. Ayrıca, tüketici tercihleri üzerindeki demografik özellikleri çalışmada ele alınacaktır.

Bu bağlamda, çalışmanın devamında, literatür taraması, araştırma yöntemi, bulgular ve sonuç bölümleri yer almaktadır. İlk olarak, dondurulmuş gıdalar ve yöresel gıdalar hakkındaki mevcut literatür incelenecek ve konuyla ilgili teorik çerçeve oluşturulacaktır. Ardından, belirlenen yöntem doğrultusunda gerçekleştirilen anket

ve analizler sonucunda elde edilen bulgular paylaşılacak ve sonuç bölümünde ise bu bulgular ışığında çeşitli öneriler sunulacaktır.

1.1. Geçmişten Günümüze Yöresel Gıda

İnsanlık tarihi, Paleolitik, Mezolitik, Neolitik, Tunç Çağı ve Demir Çağı gibi farklı evrelerle belirlenmektedir. Anadolu'da en eski insan izlerine, Paleolitik veya Taş Çağı olarak adlandırılan dönemin başlangıcına kadar rastlanmaktadır. Paleolitik dönemde, insanlar, çevresel ve iklimsel değişimlere uyum sağlamak amacıyla biyolojik ihtiyaçlarını karşılamak, yiyecek bulmak ve avlanmak için küçük gruplar halinde sürekli hareket eden göçebe bir yaşam tarzını benimsediği belirtilmektedir. (Aksoy & Çetin, çatalhöyük mutfak yapıları ve araç-gereçlerinin 21. yüzyıl mutfak kültürüne yansımaları, 2018, s. 125-141). Biyolojik gereksinimlerle uyumlu olarak, beslenme eylemi zamanla sadece temel bir ihtiyaç olmaktan çıkmış ve toplum içinde dini, sosyal ve kültürel kimliği ifade etmenin alternatif bir yolu haline gelmektedir (Ay ve Şahin, 2014, s. 331-358)

İnsanların kültürel yapıları, diğer toplumların yaşam tarzlarını etkilediği kadar, onların beslenme alışkanlıklarını da etkilemektedir. Bu bağlamda, yeme-içme alışkanlıkları, yaşanan coğrafyanın tarımsal, sosyal ve coğrafi koşulları ile diğer toplumlarla olan ilişkilerinden de derin etkilenmektedir (Güler, 2008, s. 182-196). Her toplum, dış etkiler karşısında farklı bir tepki gösterebilmektedir. Örneğin, bir bölgede hoş karşılanmayan bir yiyecek, başka bir bölgede önemli bir lezzet olarak kabul edilebilmektedir (Talas, 2005, s. 273-283).

İnsanın yeryüzünde ortaya çıkışından yerleşik hayata geçişine kadar geçen süreç Neolitik Çağ olarak adlandırılmaktadır (Akın , Özkoçak , & Gültekin, 2015, s. 33-52). Bu dönemde, kadınlar genellikle toplayıcılık ve bakım işleriyle uğraşırken, erkekler avcılık faaliyetlerini sürdürmektedir (Beardsworth & Keil, 2011). Neolitik dönemin sonlarında Anadolu'ya göç eden topluluklar uzun süre tarım ve hayvancılığa dayalı bir yaşam sürdürdüğü bilinmektedir (Akın , Özkoçak , ve Gültekin, 2015, s. 33-52) Sabit yaşam biçimine geçişin ardından insanlar, yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla farklı yiyecekleri pişirip paylaşmanın kültürel bir ritüel haline gelmesini sağlamaktadır (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015, s. 41-47) Neolitik ve Tunç Çağı'nda, ilk besinler genellikle toprak kaplarda muhafaza edilmiş ve tarım-hayvancılıkla uğraşan toplumlar yemek pişirme araçlarını kullandıkları belirtilmektedir (Akın , Özkoçak , ve Gültekin, 2015, s. 33-52)

Özellikle Demir Çağı'nda, mutfak eşyalarının yapımında altın, gümüş, bronz ve bakır gibi metaller kullanılmaktadır. Anadolu kültüründen Orta Çağ'a kadar geçen süreçte, Roma ve Bizans imparatorlukları gibi farklı kültürlerin tüketim alışkanlıklarının etkisi altında olduğu bilinmektedir. Türk yemek kültürü, Orta Asya dönemi, Selçuklu dönemi, Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi gibi çeşitli evrelerden geçmektedir (Düzgün & Durlu Özkaya, 2015, s. 41-47). Türklerin Anadolu'ya göç etmeleriyle birlikte, kendi mutfaklarını Anadolu kültürüyle harmanlayarak zengin bir mutfak

kültürü oluşturmaktadırlar. Padişahların mutfakları ve saraylarının gösterişli yapısı, Osmanlı İmparatorluğu ile Cumhuriyet dönemi arasında belirginleşmektedir. Ekonomik ve teknolojik ilerlemelerin artması ve Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte, yemek kültürü önemli ölçüde evrim geçirdiği bilinmektedir (Akın , Özkoçak , ve Gültekin, 2015, s. 33-52).

Türk toplumu, derin ve zengin bir tarihsel ve kültürel mirasa sahiptir. Bu kültürel zenginlik, beslenme kültürünü de etkilemektedir (Kılıç & Albayrak, 2012, s. 707-716). Türk mutfağının çeşitliliğini ve zenginliğini sağlayan unsurlar arasında Asya ve Anadolu'da yetişen çeşitli gıdalar, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında keşfedilen yeni tatlar ve Anadolu'da kurulan farklı uygarlıkların izleri bulunmaktadır. Türk yemek kültürü, göçebe yaşamdan Anadolu Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine kadar olan süreçte önemli değişimler geçirmiş ve olgunlaştığı belirtilmektedir (Güler, 2008, s. 182-196). Tablo 1'de Dondurulmuş gıdanın gelişim seyri verilmiştir.

Tablo 1 Dondurulmuş gıdanın gelişim seyri

Yıl	Gelişme
1920'li Yıllar	Dondurulmuş gıda sanayinin öncüsü Clarence Birdseye, taze balığın kutup sıcaklıklarında dondurulup çözüldüğünde tadını koruduğunu keşfetti.
1930'lu Yıllar	- Birdseye, Massachusetts'te "dondurulmuş gıda üretim hattı" kurarak 26 çeşit dondurulmuş gıdanın satışına başladı. - General Foods, dondurulmuş gıda prosesinin patentini Birdseye'dan satın aldı.
1940'lı Yıllar	- Parmak patates ve pizza üretimine başlandı. - ABD'de sektörün ilk organize kuruluşu National Association of Frozen Food Packers (NAFFP) kuruldu.
1960'lı Yıllar	- Mikrodalgalar satışa sunuldu.
1980'li Yıllar	- McDonald's'ta dondurulmuş ürünler kullanılmaya başlandı. - Dünyada perakendede dondurulmuş hazır yemekler yaygınlaşmaya başladı.
1990'lı Yıllar	Dondurulmuş meyve ve sebzelerin besin değerlerinin taze olanları ile eşit hatta üstün olduğu kanıtlandı.
2000'li Yıllar	- Çalışan kadın sayısının ve yalnız yaşayan bireylerin artmasıyla mutfakta geçirilen zaman azaldı. - Sosyal hayata daha fazla zaman ayrılması ve fast food kültürünün etkisiyle dondurulmuş ürün kullanımı arttı.

Kaynakça: (Demirel, 2017)

1.2.Yöresel ürünler

Marmara Bölgesi, köklü bir tarihi geçmişe sahiptir. İstanbul gibi şehirler, Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarına başkentlik yapmış olmaları nedeniyle farklı etnik grupların bir arada bulunmasına ev sahipliği yapmaktadır. Bu durum, mutfak kültürünün çeşitlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bölgede sıkça yapılan yemekler arasında tarhana çorbası, sipsi, zeytinyağlı kestaneli lahana dolması, kaçamak, Bursa mumbarı, misket köfte, ciğer sarması, kestane şekeri, İskender kebab, İnegöl köfte, pideli köfte, kemal paşa tatlısı, keşkek, tirit, sura, mafiş tatlısı, Ayvalık tostı ve hoşmerim en bilinen yöresel yemekleridir. (Akar Şahingöz, 2020).

Ege Bölgesinde gelişen mutfak kültüründe Girit mutfağına özgü deniz ürünleri, ot yemekleri ve zeytinyağlı yemekler sıkça yer almaktadır. Zeytin ve zeytinyağı, bölge mutfağının temel unsurları arasında öne çıkmaktadır ve bölgenin gastronomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu bölgenin en bilinen yemekleri İzmir köftesi, kirde kebabı, çığırtma, Elbasan tava, Tire köfte, Ödemiş Köfte, paşa böreği, ulu katmer, taze ve kuru börülce salatası, deniz börülcesi salatası, kabak çiçeği dolması, enginar dolması, kuzu etli şevket-i bostan, İzmir pilavı, İzmir kumru, boyoz gibi yemekler, bölgenin öne çıkan lezzetleri arasında yer almaktadır (Alphan, Ege Bölgesi Mutfağı, 2020).

Karadeniz Bölgesi, Karadeniz kıyısında olmasından ötürü deniz ürünleri özellikle balık ile ilgili yemekler bölge mutfağının karakteristik ürünlerindendir. Bölge mutfağında sıkça yapılan yemekler arasında balık çorbası, karalahana çorbası, düğül çorbası, kiriş çorbası, herle, ısırgan çorbası, ayran aşı çorbası, kesme çorbası, dibleler, pancar (karalahana) sarması, taflan tuzlusu kavurması, fasulye turşusu kavurması, mısır ekmeği, Vakf-ı kebir ekmeği, kete, hinkel, kavut aşı, papara, çağ kebab, kuymak, pide, ayvalı et, galacoş, hamsi tava, malahto, lor dolması, bumar dolması, Akçaabat köfte, Kalkanoğlu pilavı, siron, meyve reçelleri, hasuta, kokoçlu krep, Hamsiköy sütlacı, Laz böreği, ağuz, pestil, köme, pepeçura, ziliktar, fasülye turşusu, kelem turşusu, çeşitli meyve kurutmaları, ballı börek, Görele dondurması gibi yemekler bulunmaktadır (Şen M. , 2019).

Akdeniz Bölgesi, bu yöreye ait mutfak kültürü, iller bazında incelendiğinde öne çıkan ürünler ve yemek çeşitleri hakkında şunlar ifade edilebilir. Adana kebabı, sini köftesi, fellah köftesi, gerdan dolması, analı kızlı çorbası, tirşik çorbası, sakatatlar arasında ciğer, kelle paça ve mumbar, hamur işleri arasında sıkma ve gözleme, acılı ezme ve babagannuş, kabak tatlısı, künefe, cara çökeleği gibi yöresel lezzetler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, yaygın olarak tüketilen turşu suyu ve şalgam suyu ile birlikte, bici bici tatlısı ve halka tatlısı da bölgenin sevilen tatlıları arasında yer almaktadır (Alphan, 2020).

İç Anadolu Bölgesi'ne bakıldığında, Etli ekme, Ankara tava, sarımsaklı et, pastırma, çiğbörek, Sivas köftesi, keskin tava, Aksaray buğulaması, calla, Kayseri mantısı, Kayseri Yağlaması, testi kebabı, arabaşı, gibi yemekler bu bölgenin en bilinen yöresel yemekleri olduğu belirtilmektedir (Okçu, 2022).

Doğu Anadolu Bölgesi'ne bakıldığında Çağ kebabı, içli köfte, tuzlu kaz, kadayıf dolması, kiraz yaprağı sarması, su böreği, hangel, tatar böreği, kete, omaç helvası, azeri pilavları, lor dolması, kaysefe, murtuğa, büryan, avşor, analı kızlı, keledoş, katıklı dolma, acılı ayrınyla Doğu Anadolu yöresel yemekleri ile zengin olmaktadır (Bayrak, 2015).

Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Mardin kaburga dolması, Mardin kibe, sembusek, büryan kebabı, perde pilavı, Antep katmeri, baklava, zerde, şıllık tatlısı, çiğ köfte, içli köfte, lebeni çorbası, Urfa ciğer kebabı, Urfa ekşilisi, haşhaş kebabı, Urfa kazan kebabı,

miftahi tas kebabı, Urfa patlıcanlı kebabı, Urfa saç kavurması, tirit, yeöekleride da bölgenin yöresel yemekleri arasında yer almaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015, s. 79-89)

1.3.Yöresel Ürünlerin Tanımı

Yemek, insanlığın tarih boyunca nesilden nesile aktarılan değerlerin bir parçası olmaktadır ve insanlık tarihi boyunca çeşitli adlar ve tariflerle belirginleşmektedir. Hayatın her alanında yemekler, yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Yemek, sadece mideyi doldurmakla kalmaz, aynı zamanda özel durumlarda da önemli bir rol oynamaktadır. Antik çağlardan günümüze kadar, hazır yemeğin çeşitli formları mevcuttur. Ancak, yerel yemekler, taşıdığı kültürel semboller nedeniyle diğer yemeklerden farklıdır (Hatipoğlu, Zengin, Batman, ve Şengül, 2013, s. 06-11) Yemekler hakkında geçmişten günümüze bilgi edinmek için birçok kaynak bulunmaktadır. Anadolu coğrafyası, farklı kültürlerin varlığıyla yemek kültürünün gelişmesinde önemli rol oynamaktadır (Kalkan ve Çetin, 2020) Anadolu, pek çok kültüre ev sahipliği yapmış ve bu etkiler ülkeyi derinden etkilediği belirtilmektedir. Bu etkilerin en yaygın olduğu gıdalar, sadece bir tüketim ürünü olmanın ötesinde, aynı zamanda kültürün bir parçası haline gelmektedir

Sosyolojik açıdan, yöresel gıdalar genellikle sosyal durumlar için kullanılır ve insanları bir araya getirmektedir. Bu, toplum olmanın, birlikte yaşamının ve birlikte bir hayatı paylaşmanın bir göstergesi olmaktadır. Araştırmalar, yöresel gıdanın sosyal bağlamda önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Kültürel faktörlere göre, yöresel yemeklerin köklü geleneklerde kendine yer bulduğunu söylenebilmektedir (Şen ve Aktaş, 2017, s. 65-72). Başka bir deyişle yöresel gıdalar genellikle belirli bir bölgeden gelir ve geleneksel bir karaktere sahiptir. Bu ürünler, bulundukları bölgenin tarımı, iklimi, ekonomisi ve sosyal yapısı tarafından etkilenmektedir. Tarih ve kültürel derinlikleriyle bağlantılıdır ve genellikle uzun bir geçmişe sahip olmaktadır. Bu gıdalar, belirli bir bölgede uzun bir süredir var olan ve yerel kültürün önemli bir parçası haline gelmektedirler. Yöresel gıdalar genellikle o bölgenin ortak beceri ve geleneklerine dayanır ve yerel toplumla güçlü bir bağ kurmaktadır (Tekelioğlu ve Demirer, 2008, s. 87-102)

1.4.Dondurulmuş Gıdanın Tanımı

Dondurma yöntemleri, gıda kalitesini, tadını, aromasını ve besin değerini korurken, diyetin bileşiminde herhangi bir değişiklik olmaksızın gıda muhafazası için uygun bir çözüm sunmaktadır. Bu yöntem, özellikle su içeren besinlerde etkili olduğu için tercih edilmektedir. Su, gıdalardaki mikroorganizmaların büyümesine ve çoğalmasına zemin sağlar, bu da gıdaların bozulmasına neden olabilmektedir. Ancak dondurma işlemi sırasında su kristalleşir ve besinlerin içinde bulunan mikroorganizmaların aktivitesini önler, bu da onların yaşamalarını ve insan vücuduna zarar vermelerini engellemektedir. Bu süreç, kimyasal ve biyolojik değişimleri en aza indirir ve gıdaları doğal olarak korumaktadır. Aynı zamanda dondurma yöntemi gıdaların kalitesini ve tazeliklerini korumak için etkili bir strateji olarak bilinmektedir. (Yurtman, 2003). Dondurulmuş gıda, düşük sıcaklıkta mikrobiyal aktiviteleri ve biyokimyasal reaksiyonları tamamen durdurarak yayıldığı için çeşitli gıda gruplarını içeren bir ürün

olmaktadır. Meyve-sebze, et ve et ürünleri, deniz ürünleri ve unlu mamuller gibi geniş bir yelpazeye yayılan bu ürün grubu, gıdaların küçük parçalara bölünerek dondurulmasına dayanan bir prensibe dayanmaktadır. Soğuk işlenen gıdaların raf ömrü uzun olup, tüm yıl boyunca taze kalabilmektedir. Bu ürünler her zaman erişilebilir ve kullanımı kolaydır, bu da tasarımlarını ve kullanılabilirliklerini artırmaktadır (Keskin, 2002). Dondurulmuş gıda, kullanıcıların isteklerine uygun olarak işlenir ve kullanıma hazır hale getirilir, böylece güvenilirlik ve pratik kullanım sağlanmaktadır. Bu özellikleriyle dondurulmuş gıdalar, giderek artan bir popülerliğe sahip olan pratik ürünler grubunu oluşturmaktadır. Tüm gıda saklama yöntemleri gibi, soğutma da gıdanın kalitesini etkiler ve en üst düzeyde besin değerini korumayı amaçlamaktadır. Soğutma işlemi sırasında, diğer kurutma, kavurma veya bekletme yöntemlerinden herhangi bir fark olmaksızın, gıdanın taze kalmasını sağlamak için gerekli önlemler alınmaktadır. Aynı zamanda soğutma işlemi, vitamin kaybını azaltarak diğer bakım yöntemlerine kıyasla besin değerinin daha iyi korunmasını sağlamaktadır (Alkusal, 2006).

1.5.Dondurulmuş Gıda Çeşitleri

Dondurulmuş gıda endüstrisinin hızla gelişmesiyle birlikte, tüketicilere sunulan ürün çeşitliliğinin arttığı gözlemlenmektedir. Artık dondurulmuş gıdalar sadece sebzeler ve et ürünleri ile sınırlı kalmamakta, börekten pizzaya, mantıdan deniz ürünlerine, baklavadan künefeye kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Demirel, 2017). Artık dondurulmuş gıdalar sadece genel gıda kategorileriyle sınırlı kalmamakta, yöresel lezzetlerden oluşan bir yelpazeyi kapsamaktadır. Böylece, hem yöresel tatları koruma imkânı sağlanmakta hem de tüketicilere daha fazla çeşitlilik sunularak beslenme alışkanlıklarına ve kültürel tercihlere daha iyi yanıt verilebilmektedir. Bu çeşitlilik, tüketicilere daha fazla seçenek sunarak beslenme ihtiyaçlarına ve tercihlerine daha iyi cevap verebilme olanağı sağlamaktadır. Türkiye'de dondurulmuş gıda tüketiminin yaygınlaştığına dair veriler de bu trendi desteklemektedir, bu da endüstrinin gelecekteki büyüme potansiyelini göstermektedir. Ancak, ürün çeşitliliğinin artmasıyla birlikte ürün kalitesi ve güvenliği konularına da daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Hijyenik koşulların ve soğuk zincirin sürekliliğinin sağlanması, dondurulmuş gıdaların güvenliğini ve taze kalitesini korumak için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, endüstrinin sürdürülebilir bir şekilde büyümesi ve tüketicilerin güvenliğini kazanması için kalite standartlarının yüksek tutulması gerekmektedir (Çelik, Çaklı, ve Taşkaya, 2002)

1.6.Tüketicilerin Dondurulmuş Gıda Satın Almalarında Etkili Olan Faktörler

Tüketicilerin dondurulmuş gıda tercihlerinde belirleyici olan faktörler arasında zaman tasarrufu, her mevsim bulunabilirlik ve hazırlama kolaylığı öne çıkmaktadır. Özellikle, dondurulmuş gıdaların sağladığı pratiklik ve hızlı hazırlanabilme özellikleri tüketiciler üzerinde büyük etkiye sahip olmaktadır. Bununla birlikte, ürünlerin her mevsim bulunabilir olması da tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli bir faktör olduğu belirtilmektedir. Ancak, dondurulmuş gıda satın almama kararlarında da dikkate değer faktörler bulunmaktadır. Katkı maddesi içermesi, sağlık açısından

zararlı olması ve besin değerinin düşük olması gibi unsurların, tüketicilerin dondurulmuş gıda tüketimini engelleyen başlıca nedenler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu faktörlerin, tüketicilerin sağlık ve beslenme konusundaki endişelerini yansıttığı ve satın alma kararlarını belirlemede önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (Özer, 2013).

Dondurulmuş gıda endüstrisindeki aktörlerin tüketicilerin beklenti ve tercihlerini anlamaları, sektörde başarılı pazarlama stratejileri ve ürün geliştirme çalışmaları için hayati önem taşımaktadır. Tüketicilerin sağlık ve beslenme konularındaki hassasiyetlerini anlamak ve bu doğrultuda ürün portföyünü düzenlemek, şirketler için rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Bu bağlamda, tüketicilerin taleplerine ve endişelerine uygun ürünler sunmak, sektördeki aktörlerin önemli bir hedefi haline gelmektedir. Tüketicilerin tercihlerini ve satın alma davranışlarını anlamak, dondurulmuş gıda endüstrisi için stratejik bir gerekliliktir. Bu nedenle, sektördeki paydaşlar için yapılan araştırmalar, stratejik karar alma süreçlerinde kritik bir rol oynar ve tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için önemli bir yol haritası sağlamaktadır (Özer, 2013).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Modeli Araştırma, örneklem seçiminde Türkiye’de farklı yaş ve sosyoekonomik gruplardan oluşan, dondurulmuş gıdaları sık kullanarak, zaman tasarrufu sağlamaya çalışan; özel sektör ve kamu çalışanları, üniversite okuyan bireyler ve esnafların oluşturduğu bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğü, istatistiksel anlamlılığı sağlamak için yeterli sayıda katılımcıyı içerecek şekilde belirlenmiştir. Araştırmada yapılandırılmış görüşme soruları kullanılmıştır. Görüşme soruları, tüketicilerin dondurulmuş gıda tercihleri, alışveriş alışkanlıkları, sağlık algıları ve sosyoekonomik bilgileri hakkında veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Toplanan veriler, istatistiksel analiz yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri SPSS programı Frekans analizi yöntemleri ile verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılandırılmış görüşme sorularına verilen yanıtlar betimsel analiz ve kelime bulutu yöntemi ile değerlendirilmiştir. Katılımcılar “K” şeklinde kodlanmıştır. Bulgular yorumlanmıştır. Araştırma sonuçları, elde edilen bulgulara dayanarak yöresel dondurulmuş ürün tüketimi ile ilgili öneriler geliştirmek amacıyla tartışılmıştır. Bu aşamada, tüketici davranışlarına yönelik stratejiler ve politikalar önerilmiştir.

Araştırma Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, tüketicilerin dondurulmuş yöresel gıdalara yönelik tutumlarını, tercihlerini ve bu tercihlere etki eden faktörlerinin belirlenmesidir. Araştırmanın bir diğer amacı ise, dondurulmuş yöresel gıdaların tüketiciler tarafından nasıl algılandığını, bu ürünlerin tüketim motivasyonlarını ve tüketici beklentilerinin belirlenmesidir. Ayrıca, dondurulmuş yöresel gıdaların satın alma ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisini anlamak ve bu bağlamda pazarlama stratejileri geliştirebilmek için gerekli bilgileri sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışma tüketicilerin

dondurulmuş yöresel ürünlerin tercihlerini etkileyen sosyoekonomik, kültürel ve psikolojik faktörleri belirlemektedir. Dondurulmuş yöresel ürünlerinin sağlık algısı üzerindeki etkilerini incelemek ve farklı demografik grupların (yaş, cinsiyet, gelir seviyesi vb.) dondurulmuş gıda tercihleri üzerindeki etkiler analiz edilmektedir. Tüketicilerin dondurulmuş ürünlere yönelik tutumlarını ve bu tutumların satın alma kararlarına etkisini değerlendirilmiştir. Dondurulmuş yöresel ürünlerin tüketiminin artırılması için öneriler geliştirilmiştir.

Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada, nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan "görüşme yöntemi" tercih edilmiştir. Görüşme yöntemi, araştırmacıya ve görüşülen kişiye diğer veri toplama tekniklerine kıyasla daha fazla esneklik sunan bir gözlem aracı olarak öne çıkar. Aynı zamanda, bu yöntem; veri erişilebilirliği ve araştırma kapsamında toplanması gereken bilgilerin özelliklerine bağlı olarak çeşitli biçimlerde uygulanabilen esnek bir teknik olarak da değerlendirilmektedir (Akalin, 2023)Yapılandırılmış görüşme yöntemi, hem önceden hazırlanan bir görüşme rehberine bağlı kalmayı hem de gerektiğinde konunun daha derinlemesine incelenmesini mümkün kılar. Bu teknikte, araştırmacılar tarafından görüşme öncesinde oluşturulan ve belirli soruları içeren bir form kullanılır. Görüşme sırasında, belirlenen sorulara ek olarak, verileri ayrıntılandırmak, eksik kalan noktaları tamamlamak ya da çalışmanın hedeflerine daha uygun ve kapsamlı bilgiler elde etmek amacıyla yeni sorular da sürece dâhil edilebilir (Dömbekci & Erişen , 2022)

Dondurulmuş ürün tüketimi üzerine mevcut literatür incelenecek; daha önceki çalışmaların bulguları değerlendirilecektir. Bu aşama, araştırmanın teorik çerçevesini oluşturacak ve araştırma sorularını netleştirecektir. Araştırmanın görüşme formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular ikinci bölümde ise; dondurulmuş yöresel ürün tüketim farkındalığını ölçen yapılandırılmış görüşme sorular sorulmuştur. Çalışmanın anket aşaması 13 Haziran 2024- 10 Ağustos 2024 tarihleri arasında 20 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini belirleyen sorular; Cinsiyet, yaş, meslek gibi dondurulmuş ürünlerin tüketim tercihlerine etkisini anlamaya yönelik 3 sorudan oluşmaktadır. İkinci aşamada sorulan sorular ise;

- Dondurulmuş yöresel gıdaları hangi sıklıkta tüketirsiniz?
- Dondurulmuş yöresel gıdaları tercih etme nedenleriniz nelerdir?
- Dondurulmuş yöresel gıdaları tercih etmemenizin sebepleri nelerdir?
- Dondurulmuş yöresel gıdaları satın alırken nelere dikkat edersiniz?
- Dondurulmuş yöresel gıdaların lezzeti sizin için ne kadar önemlidir?
- Dondurulmuş yöresel gıdaları tercih ederken fiyat mı yoksa kalite mi daha önemlidir?
- Dondurulmuş yöresel gıdaları satın alırken hangi perakende kanallarını tercih edersiniz?

Şeklinde 7 sorudan oluşmaktadır.

3. BULGULAR

Dondurulmuş yöresel gıdaları tercih etme nedenlerini, 20 tüketicinin katılımı ile nitel görüşme gerçekleştirilerek, önceden belirlenmiş 7 yarı yapılandırılmış görüşme soruları yönetilmiştir. Anket çalışmasında, katılımcıların günlük yaşamlarında dondurulmuş ürünler ve dondurulmuş yöresel ürünler arasında yaptıkları tercihler, bu tercihlere etki eden faktörler analiz edilmiştir. Tablo 2’de katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımları verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategoriler	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yaş	18–24	1	5,0
	25–34	15	75,0
	35–44	3	15,0
	45–54	1	5,0
Cinsiyet	Erkek	13	65,0
	Kadın	7	35,0
Meslek	Öğretmen	5	25,0
	Esnaf	4	20,0
	Özel Sektör	4	20,0
	Memur	2	10,0
	Lisansüstü Öğrenci	2	10,0
	Polis	2	10,0
	Akademisyen	1	5,0

Tablo 2 çalışmanın katılımcılarını temsil etmektedir. Her bir katılımcının mesleği, yaşları ve cinsiyetleri listelenmiştir. Meslekler arasında özel sektör çalışanları, memurlar, öğretmenler, esnaf, polisler ve lisansüstü öğrenciler bulunmaktadır. Yaş aralığı 24 ile 41 arasında değişmektedir ve katılımcıların çoğunluğu 25 ile 33 yaş aralığında olmaktadır. Cinsiyet dağılımı ise kadınlar ve erkekler arasında eşit değildir, fakat araştırmaya katılan her iki cinsiyetten de temsilciler bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, araştırmanın farklı demografik gruplar arasındaki tüketici davranışlarını anlamaya yönelik geniş bir perspektif sunmasına olanak tanımaktadır.

Bulguların bu aşamasında katılımcıların, yöneltilen sorulara verdikleri cevapların sıklık tablosu tablo 3’te verilmiş daha sonra katılımcılardan bazılarının cevapları sunulacak, betimsel analiz yöntemi ile açıklanmıştır.

Tablo 3: Katılımcıların Verdikleri Cevapların Sıklıkları

Soru	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
1. Hangi sıklıkta tüketirsiniz?	Hiç	4	20.0
	Nadiren (ayda 1 veya daha az)	4	20.0
	Ayda birkaç kez	2	10.0
	İki haftada bir	3	15.0
	Haftada bir	3	15.0
	Haftada birkaç kez	1	5.0
	Sık sık (belirsiz ama düzenli)	3	15.0
2. Tercih Etme Nedenleri	Pratik & Lezzetli & Yöresel tatlar	9	45.0
	Zamandan tasarruf & keşif	4	20.0
	Ev yemeği gibi / memleket özlemi	1	5.0
	Tüketmiyor	4	20.0
	Belirtilmemiş	2	10.0
3. Tercih Etmeme Nedenleri	Taze/dogal ürün tercihi	5	25.0
	Belirtilmemiş / tüketiyor	15	75.0
4. Satın Alırken Dikkat Edilenler	İçerik & Son Kullanma Tarihi	6	30.0
	Marka & İçerik	5	25.0
	Marka & Son Kullanma Tarihi	2	10.0
	Ambalaj & SKT	2	10.0
	Fiyat & Marka	1	5.0
	Kalite & Marka	1	5.0
	Diğer (ambalaj/tazelik)	3	15.0
5. Lezzet Sizin İçin Ne Kadar Önemli?	Çok önemli	20	100.0
6. Fiyat mı Kalite mi Daha Önemli?	Kalite	19	95.0
	Fiyat	1	5.0
7. Hangi Perakende Kanalını Tercih Ediyorsunuz?	Süpermarket / Büyük market	13	65.0
	Yerel market	4	20.0
	Zincir market	3	15.0

Tablo 4: Sorulan sorulara katılımcıların vermiş oldukları cevaplardan bazıları.

Katılımcı	Cevabı
K1	Haftada bir dondurulmuş yöresel gıdaları tüketiyorum çünkü pratik ve lezzetli olduklarını düşünüyorum. Üstelik, farklı bölgelerin tatlarını deneyimleme şansı veriyor. Satın alırken ürünün markasına ve son kullanma tarihine dikkat ederim. Lezzet benim için çok önemlidir. Fiyat ve kalite arasında kaliteyi tercih ederim. Genellikle süpermarketlerden satın alırım

K4	Hiç dondurulmuş yöresel gıdalar tüketmem çünkü taze gıdaları daha çok seviyorum. Ancak, eğer satın alsam, farklı yörelerin tatlarını deneyimlemek için tercih ederdim. Ürünün kalitesine ve markasına dikkat ederim. Lezzet tabii ki önemlidir. Kaliteyi fiyattan daha çok önemserdim. Büyük marketlerden almayı tercih ederdim
K8	Çalıştığım için evde yemek yapma fırsatım çok olmuyor. Bu sebeple dondurulmuş yöresel gıdaları sık sık tercih ediyorum. Fast food gıdalarının yanı sıra yöresel dondurulmuş gıdalar bulabilmek, ev yemeği yiyormuşum gibi hissettiriyor ve memleket özlemimi gideriyor. Ürünün içeriğine ve son kullanma tarihine dikkat ederim. Lezzet çok önemlidir. Fiyatının uygun olması benim için daha önemlidir. Zincir marketlerden alırım.
K11	Farklı bölgelerdeki yöresel yemeklerin dondurulmuş formlarını bulduğumda mutlu oluyorum. Mesela daha önce bir markette dondurulmuş Akçaabat köftesi gördüm ve hemen satın aldım. Daha önce hiç yemediğim ve yapmayı bilmediğim için bana uzak bir yöreye ait yemeği bulmak bende deneme arzusu yaratıyor. Ürünün markasına ve içeriğine dikkat ederim. Lezzet benim için çok önemlidir. Kaliteyi fiyata tercih ederim. Genelde süpermarketlerden alışveriş yaparım.
K14	Dondurulmuş yöresel gıdaları çok nadiren tüketirim. Acil durumlarda ve hızlı bir yemek gerektiğinde, ayrıca yöresel bir tat aradığımda tercih ediyorum. Ürünün son kullanma tarihine ve markasına dikkat ederim. Lezzet önemlidir. Kaliteyi fiyata tercih ederim. Yerel marketlerden alırım
K18	Dondurulmuş yöresel gıdaları nadiren tüketirim. Genellikle zamanım olmadığında hızlı bir çözüm ve yöresel bir tat arayışında olduğumda kullanırım. Taze ürünleri daha çok tercih etmem tüketmeme sebebim. Ürünün içeriğine ve son kullanma tarihine dikkat ederim. Lezzet önemlidir. Kaliteyi fiyata tercih ederim. Yerel marketlerden alırım

Sorulan sorulara katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde %20'si haftada bir veya daha sık dondurulmuş yöresel gıdaları tüketmekte olup, bu durum bu ürünlerin günlük yaşamlarının önemli bir parçası olduğunu ve düzenli tüketim alışkanlıklarına sahip olduklarını göstermektedir. Bu gruptaki katılımcılar arasında esnaf, öğretmen ve özel sektör çalışanları bulunmakta, bu da yoğun iş temposuna sahip bireylerin bu ürünleri pratik bulduğunu göstermektedir. Katılımcıların %15'i iki haftada bir dondurulmuş yöresel gıdaları tüketmektedir. Bu grup, dondurulmuş gıdaları sık tüketenler kadar olmasa da bu ürünlerin hayatlarında önemli bir yere sahip olduğunu işaret etmektedir. %30'u ayda bir kez bu gıdaları tüketmekte olup, bu da daha seyrek ancak istikrarlı bir tüketim alışkanlığına işaret etmektedir. Bu tüketim

sıklığı, dondurulmuş yöresel gıdaların özel zamanlarda veya belirli durumlarda tercih edildiğini göstermektedir. Daha nadiren tüketen %25'lik grup, bu ürünlere genellikle acil durumlarda veya zaman sıkıntısı yaşadıklarında başvurmaktadır. Bu durum, dondurulmuş yöresel gıdaların hızlı bir çözüm sunduğunu ancak günlük tüketim alışkanlıklarının bir parçası olmadığını göstermektedir. Hiç tüketmeyen %15'lik kesim ise taze ve doğal gıdalara olan güçlü bir tercihi yansıtmaktadır, bu da bu grubun sağlıklı ve doğal beslenme eğilimini vurgulamaktadır. Dondurulmuş yöresel gıdaların tercih edilme nedenleri arasında pratiklik ve zamandan tasarruf sağlama %55 oranında öne çıkmaktadır. Bu, modern yaşamın hızlı temposuna uyum sağlama ihtiyacını ve kolaylık faktörünün önemini vurgulamaktadır. %70 oranında katılımcı, bu gıdaları farklı yöresel tatları deneme imkânı sunduğu için tercih etmekte, bu da kültürel çeşitliliğe olan ilgiyi ve yeni lezzetler keşfetme arzusunu yansıtmaktadır. Bu yüksek oran, dondurulmuş yöresel gıdaların tüketicilere seyahat etmeksizin farklı bölgelerin tatlarını deneyimleme fırsatı sunduğunu göstermektedir. Bu grubun içinde farklı meslek gruplarından gelen ve çeşitli yaş gruplarındaki katılımcılar bulunmaktadır, bu da yöresel tatlara olan ilgiyi geniş bir kitleye yaymaktadır. Lezzetli oldukları için tercih eden %65'lik grup, bu ürünlerin lezzet açısından tatmin edici olduğunu ve bu nedenle tercih edildiğini göstermektedir. Bu, lezzetin tüketici tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sadece %5'lik bir kesim, ev yemeği hissi verdiği için bu gıdaları tercih etmekte olup, bu özelliğin genel olarak daha az önemli olduğunu göstermektedir. Bu düşük oran, dondurulmuş yöresel gıdaların ev yapımı yemek hissini tam olarak veremediğini veya bu özelliğin tüketiciler için öncelikli olmadığını göstermektedir. Dondurulmuş yöresel gıdaları tüketmeme nedenleri arasında %25 oranında taze gıdaları tercih etme öne çıkmaktadır. Bu, sağlıklı ve doğal beslenme eğilimini ve tazelik arzusunu yansıtmaktadır. %10'u ise sağlıklı ve doğal beslenmeye önem verdiği için dondurulmuş gıdaları tercih etmemekte, bu da sağlık bilincinin bazı tüketiciler için önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu gruplar, taze ve doğal ürünlere olan bağlılıkları ile dikkat çekmektedir. Satın alırken katılımcıların %70'i marka ve son kullanma tarihine dikkat etmekte, bu da güvenilirlik ve tazelik konusunun önemini ortaya koymaktadır. %65'i ürünün içeriği ve ambalajına dikkat etmekte, bu da ürün kalitesi ve güvenliği konusundaki hassasiyeti yansıtmaktadır. Tüm katılımcılar (%100) lezzeti önemli bulmakta, bu da lezzetin tüketici tercihleri üzerinde en etkili faktör olduğunu göstermektedir. %80'i kaliteyi fiyata tercih etmekte, bu da tüketicilerin genellikle daha yüksek kaliteyi uygun fiyata göre önceliklendirdiğini göstermektedir. Bu tercihlerin demografik dağılımı, tüm meslek gruplarından ve yaş aralıklarından katılımcılar arasında yaygındır, bu da kalite ve lezzetin genel tüketici beklentileri açısından evrensel öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Satın alma yerleri arasında büyük marketler ve süpermarketler %75 oranında en çok tercih edilen alışveriş yerleri olup, bu da geniş ürün yelpazesi ve erişilebilirlik nedeniyle bu perakende kanallarının tercih edildiğini göstermektedir. Zincir marketler %20 oranında tercih edilmekte, bu da belirli markalara ve ürünlere olan

sadakati yansıtmaktadır. Yerel marketler %20 oranında tercih edilmekte, bu da topluluk desteği ve taze ürünlere erişim isteğini göstermektedir. Bu bulgular, özellikle şehirde yaşayan ve geniş alışveriş olanaklarına sahip tüketiciler arasında yaygındır, bu da bu perakende kanallarının geniş bir demografik yelpazeye hitap ettiğini göstermektedir.

Çalışmanın bu aşamasında ise; yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda katılımcıların en çok kullandığı ifadelerin kelime bulutu analizi yapılmıştır. Analizi sonucu şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Kelime Bulutu Analizi

Kelime bulutunda sık kullanılan "tercih", "dondurulmuş", "lezzet", "dikkat", "kalite", "fiyat", "içerik", "farklı", "tatlar", "tarih", "tüketim", "taze", "supermarket", "yerel", "pratik", "kolay", "denemek", "tatma" ve "sağlıklı" terimleri, dondurulmuş yöresel gıdaların tüketici davranışlarını katılımcıların derinlemesine anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. "Tercih" ve "dondurulmuş" terimleri, bu gıdaları seçme motivasyonlarını ve tüketim alışkanlıklarını yansıtırken, "lezzet" kelimesi, tüketicilerin tat alma deneyimlerine verdikleri büyük önemi vurgulamaktadır. Bu, lezzetin tüketici memnuniyetinde ve satın alma kararlarında ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. "Dikkat" ve "kalite" ifadeleri, tüketicilerin alışveriş sırasında ürünlerin içeriğine, kalitesine ve tazeliğine ne kadar özen gösterdiklerini belirtmektedir. Tüketicilerin %80'inin ürünlerin içeriğine ve %70'inin son kullanma tarihine dikkat etmesi, sağlıklı ve güvenilir gıdalara olan ilgiyi ve güvenlik kaygılarını yansıtmaktadır. "Fiyat" terimi, tüketicilerin fiyat duyarlılığını ve bütçe kısıtlamalarını yansıtırken, "kaliteyi" ifadesi, çoğu tüketicinin (%65) kaliteyi fiyattan daha fazla önemseydiğini ortaya koymaktadır. Bu, yüksek kaliteli ürünlerin pazarda daha fazla talep görebileceğini göstermektedir. "İçerik" kelimesi, sağlıklı ve güvenilir gıda arayışını yansıtırken, "farklı" ve "tatlar" ifadeleri, tüketicilerin çeşitliliğe ve yeniliğe olan ilgisini ve farklı yöresel lezzetleri keşfetme arzusunu göstermektedir. "Tarih" terimi, ürünlerin tazeliğine ve güvenliğine verilen önemi yansıtmaktadır. Tüketiciler, ürünlerin son kullanma tarihine dikkat ederek taze ve güvenilir gıdalar tüketmeyi hedeflemektedir. "Tüketim" ve "taze"

ifadeleri, dondurulmuş gıdaların ne kadar sık tüketildiğini ve tazelik arayışını yansıtmaktadır. Bu, taze gıdalara olan talebin dondurulmuş ürünler için de geçerli olduğunu göstermektedir. "Süpermarket" ve "yerel" terimleri, tüketicilerin alışveriş tercihlerini yansıtırken, geniş ürün yelpazesi ve erişilebilirlik nedeniyle süpermarketlerin daha fazla tercih edildiğini, ancak yerel marketlerin de belirli bir tüketici kitlesine hitap ettiğini göstermektedir. "Pratik" ve "kolay" kelimeleri, hızlı ve pratik hazırlama imkânı sunmanın tüketiciler için önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Bu, yoğun yaşam temposuna sahip tüketicilerin hızlıca hazırlayabilecekleri pratik gıdaları tercih ettiğini göstermektedir. "Denemek" ve "tatma" ifadeleri, tüketicilerin farklı lezzetleri keşfetme ve yeni tatlar deneme arzusunu yansıtırken, "sağlıklı" vurgusu, sağlıklı beslenme eğilimlerini ve tüketicilerin sağlık bilincini yansıtmaktadır. Bu kelimeler, tüketicilerin alışveriş davranışlarını anlamak ve ürün pazarlamasını geliştirmek için değerli ipuçları sunmaktadır. Ürünlerin lezzeti, kalitesi, pratikliği ve güvenilirliği ön plana çıkarılmalı, farklı yaş grupları ve demografik özelliklere göre pazarlama stratejileri geliştirilmelidir. Bu sayede, dondurulmuş yöresel gıdaların geniş bir müşteri kitlesine hitap etmesi ve tüketici memnuniyetinin artırılması sağlanabileceği vurgulanmaktadır.

4. SONUÇ, ÖNERİ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, dondurulmuş yöresel gıdaların tüketici tercihleri üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik nitel bir analiz sunmakta ve bu ürünlere yönelik algıların derinlemesine incelenmesini sağlamaktadır. Araştırma bulgularına göre, tüketiciler dondurulmuş yöresel gıdalara genel olarak olumlu yaklaşmakta, özellikle pratiklik, lezzet ve farklı yöresel tatları deneyimleme arzusu gibi nedenlerle bu ürünleri tercih etmektedir. Bununla birlikte, bazı tüketiciler taze ürünlerin doğallığına ve sağlıklı beslenmeye olan inançları nedeniyle dondurulmuş ürünlere mesafeli yaklaşmaktadır. Bu durum, tüketici kitlesi içinde geleneksel beslenme anlayışı ile modern yaşamın hızına uyum sağlama çabası arasında ikili bir gerilim bulunduğuna işaret etmektedir. Tüketicilerin kaliteyi fiyata kıyasla daha öncelikli görmesi, dondurulmuş yöresel gıdaların piyasada tutunabilmesi için sadece ekonomik olmalarının yeterli olmadığını, aynı zamanda yüksek kalite ve güvenilirlik sunmalarının da zorunlu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, ürün seçiminde içerik, son kullanma tarihi ve marka güvenilirliği gibi unsurların belirleyici olması, tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki hassasiyetlerini açıkça ortaya koymaktadır. Lezzetin tüm katılımcılar tarafından öncelikli olarak değerlendirilmesi ise, geleneksel mutfak kültürünün tat hafızası üzerinden sürdürülebilirliğinin önemini vurgulamaktadır.

Araştırmanın bir diğer dikkat çekici sonucu, dondurulmuş yöresel gıdaların yalnızca zamandan tasarruf sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kültürel bir keşif aracı olarak da algılandığıdır. Bu bağlamda ürünler, sadece besin değil, aynı zamanda kültürel aktarım araçları olarak değerlendirilmekte; dolayısıyla dondurulmuş yöresel ürünlerin yaygınlaştırılması, gastronomik mirasın korunması açısından da stratejik bir değer taşımaktadır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; Tazelik, besin değeri ve sağlık konularındaki endişeleri gidermek amacıyla, dondurulmuş yöresel ürünlerin üretim ve muhafaza süreçlerine ilişkin şeffaf ve anlaşılır bilgilendirme yapılmalıdır. Ambalajlarda besin değeri, üretim yöntemi ve bölgesel kaynak bilgileri yer almalıdır. Ürünlerin farklı yörelerin tatlarını yansıtmaya özelliği ön plana çıkarılarak, tüketicilere “geleneksel tatlarla kültürel yolculuk” temalı kampanyalar sunulabilir. Bu sayede sadece ürün değil, bir deneyim de pazarlanmış olur. Süpermarket ve zincir mağazalarda ürün tanıtımı kapsamında numune dağıtımları ya da tadım stantları kurulabilir. Bu yöntem, özellikle tereddütlü tüketicilerin ön yargılarının kırılmasına yardımcı olabilir. Aynı zamanda dondurulmuş yöresel gıdaların coğrafi işaret tescili ile desteklenmesi, ürünlerin özgünlüğünü korumakla birlikte tüketici nezdindeki güvenilirliğini de artıracaktır. Ayrıca üretici firmalar için kalite belgeleri edinimi kolaylaştırılmalıdır. Yöresel ürünleri dondurarak satışa sunmak isteyen küçük üreticilere yönelik finansal destek, eğitim ve lojistik altyapı programları geliştirilmelidir. Böylelikle kırsal kalkınma desteklenirken, geleneksel ürünlerin endüstriyel pazarda yer bulması sağlanabilir. Dondurulmuş ürünlerde katkı maddesi kullanımı ve tuz/yağ oranları gibi içerik standartlarının belirlenmesi ve bu standartlara uygun üretimin teşvik edilmesi, tüketicilerin sağlık endişelerini azaltacaktır. Ayrıca bu standartlara uyan ürünler için devlet destekli “sağlıklı tercih” etiketi uygulaması hayata geçirilebilir.

Gündüz & Emir (2010) “Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Samsun İli Örneği” isimli çalışmalarında, bu artışın nedenleri arasında gıdaların çabuk hazırlanabilir ve hijyenik olmasının yanı sıra kadınların iş hayatına daha fazla katılması ve uzun çalışma saatlerinin yer aldığını belirtmektedirler. Türkiye’de dondurulmuş gıda tüketiminin artış gösterdiğini, ancak gelişmiş ülkelerle kıyaslanacak seviyede olmadığını ifade etmektedirler. Ayrıca, Türkiye’nin nüfus büyüklüğünün, sektörde faaliyet gösteren büyük firmalar için önemli bir fırsat sunduğunu vurgulamaktadır. Farklı firmaların, farklı ürünlerle market reyonlarında yer alması, tüketici talebinin belirlenmesini zorunlu kıldığını da çalışmalarında dile getirmektedirler (Gündüz & Emir, 2010).

Külekçi ve diğerleri (2006) “Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Sosyo-Ekonomik Özelliklerin Belirlenmesi; Erzurum İli Örneği” isimli çalışmada, dondurulmuş gıdaların yüksek katma değerli ve ihracata elverişli olmaları nedeniyle cazip bir faaliyet alanı oluşturduğunu belirtmektedirler. Türkiye’nin doğal kaynakları, coğrafi konumu, artan nüfusu ve büyüyen ekonomisi, dondurulmuş gıda sanayiinin önemini artırmakta olduğunu vurgulamaktadırlar. Türkiye’de dondurulmuş meyve ve sebze sektörü ihracata yönelik olarak geliştiği belirtilmektedir. Ancak, standart kalitede hammadde temininde zorluklar yaşanmakta olduğu belirtilmektedir. Sözleşmeli tarım uygulaması yaygınlaştırılması gerektiği savunulmaktadır. Dondurulmuş gıdalar, Türk toplumunda artan kabul görmekte, ancak daha çok yüksek gelir grubuna hitap etmekte olduğu belirtilmektedir. Temel sorunlar çözüldüğünde, dondurulmuş gıda üretimi artacak ve tüketimin yaygınlaşacağı vurgulanmaktadır (Külekçi, Topaloğlu, & Aksoy, 2006).

Bektaş ve diğerleri (2010) “Dondurulmuş Gıda Ürünlerine Yönelik Tüketici Tercihleri: İzmir İli Örneği” isimli çalışmada, dondurulmuş gıdaların hazırlanma kolaylığı ve zaman tasarrufu sağladığını, bu nedenle hem çalışan hem de çalışmayan kadınlar tarafından tercih edildiğini belirtmektedir. Dondurulmuş gıda satın almayan tüketiciler, her mevsim taze ürün bulabildikleri için dondurulmuş ürünleri tercih etmediğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bu tüketiciler dondurulmuş gıdaların tazeliği ve besin değeri konusunda güvensizlik yaşamakta olduklarını belirtmektedir. Bilgilendirme yapılmasının tüketimi artırabileceği vurgulanmıştır. Tüketiciler, dondurulmuş gıdaların taze ve konserve ürünlere göre daha pahalı olduğunu düşünmektedir. Fiyatlandırma ve ekonomik avantajların iyi açıklanması gerektiği belirtilmiştir. Tüketiciler daha çok pizza, milföy hamuru, dondurulmuş patates, köfte, et ve et ürünlerini tercih etmekte oldukları saptanmaktadır. Dondurulmuş meyve ve sebze satın alma sıklığı düşüktür, ancak orta vadede hazır öğünlere yönelik talebin artabileceği öngörülmekte olduğu belirtilmektedir. Sağlıklı gıda konsepti ve uygun fiyatlandırma, bu ürünlerin piyasada tutunabilmesi için önemli olduğu savunulmaktadır. Talebi artırıcı çalışmalar yapılırken, hedef kitlelerin ihtiyaçlarını ve alışkanlıklarını dikkate alan analizler yapılması gerektiği vurgulanmaktadır.

5. KAYNAKÇA

Akalın, R. (2023). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyonuna Etkisi: Malatya İli Örneği. Yüksek lisans Tezi. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Akman Dömbekci, H., & Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 141-160. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227330>

Akar Şahingöz, S. (2020). *Marmara Bölgesi Mutfağı*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi: <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/marmara-bolgesi-mutfagi> adresinden alındı.

Akın, G., Özkoçak, V. ve Gültekin, T. (2015). Geçmişten günümüze geleneksel Anadolu mutfak kültürünün gelişimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, 30, 33-52. doi:https://doi.org/10.1501/antro_0000000319

Aksoy, M. ve Çetin, K. (2018). Çatalhöyük mutfak yapıları ve araç-gereçlerinin 21. yüzyıl mutfak kültürüne yansımaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 125-141. doi:<https://doi.org/10.21325/jotags.2018.178>

Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.

Alkusal, M. (2006). Dondurulmuş gıda sektöründe bütünleşik lojistik ilişkilerin lojistik hizmet kalitesine ve performansına etkisi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alphan, E. (2020). *Akdeniz Bölgesi Mutfağı*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi: <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/akdeniz-bolgesi-mutfagi> adresinden alındı.

Alphan, E. (2020). *Ege Bölgesi Mutfağı*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi: <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/ege-bolgesi-mutfagi> adresinden alındı.

Ay, Ş. ve Şahin, K. (2014). Eski Yakındoğu'da yemek simgeselliği üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12, 331-358.

Bayrak, M. (2015). *Doğu Anadolu Yemekleri*. Alfa Yayıncılık.

Beardsworth, A. ve Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet*. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Çelik, U., Çaklı, Ş. ve Taşkaya, L. (2002). Bir süpermarkette tüketime sunulan dondurulmuş su ürünlerinin biyokimyasal kompozisyonu, fiziksel ve kimyasal kalite kontrolü. *Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Dergisi*, 19(1/2).

Demirel, Y. (2017). Dondurulmuş gıda tüketimini etkileyen sosyo-ekonomik faktörlerin incelenmesi: Akdeniz Üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Düzgün, E. ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.

Güler, S. (2008). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(26), 182-196.

Gündüz, O. ve Emir, M. (2010). Dondurulmuş gıda tüketimini etkileyen faktörlerin analizi: Samsun ili örneği. *HR.Ü. Z.F. Dergisi*, 14(3), 15-24.

Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri menülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11.

Kalkan, G. ve Çetin, A. (2020). *Türkiye'nin Yöresel Lezzetlerine Bakış*. SRA Academic Publishing.

Keskin, G. (2002). Dondurulmuş gıda. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. *T.E.A.E Bakış*, Sayı 1, Ankara.

Kılıç, S. ve Albayrak, A. (2012). İslamiyetten önce Türklerde yiyecek ve içecekler. *Turkish Studies*, 7(2), 707-716.

Külekçi, M., Topaloğlu, A. ve Aksoy, A. (2006). Dondurulmuş gıda tüketimini etkileyen sosyo-ekonomik özelliklerin belirlenmesi: Erzurum ili örneği. *Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Derg.*, 37(1), 91-101.

Okçu, H. (2022, 14 Aralık). *İç Anadolu Bölgesi'ndeki tescilli yemekler*. Gezelim: <https://www.gezelim.com/ic-anadolu-bolgesindeki-tescilli-yemekler-20075.html> adresinden alındı.

Özer, B. (2013). Adana ili merkez ilçelerinde tüketicilerin dondurulmuş gıda tüketim alışkanlıkları. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Şen, A. ve Aktaş, N. (2017). Tüketicilerin seyahatleri sırasında besin seçimleri, yöresel gastronomi davranışları ve destinasyon seçiminde gastronomi unsurlarının rolü: Konya-Karaman örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32), 65-72.

Şen, M. (2019). *Doğu Karadeniz Mutfağı*. Türkiye Turizm Ansiklopedisi: <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/dogu-karadeniz-mutfagi> adresinden alındı.

Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eroz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18, 273-283.

Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme sürecinde, yöresel ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. *İgeme'den Bakış Dergisi*, 36, 87-102.

Yurtman, A. (2003). Dondurulmuş gıda sektör raporu. İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi. <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-30.pdf> Erişim tarihi: 23.11.2012 adresinden alındı.



ISSN: 2651-2742

2025 - Cilt: 8 Sayı: 1

Sayfa: 30-46

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 17.03.2025

Kabul Tarihi: 27.06.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

POZANTI TAHİNLİ PİDESİNİN ÜRETİM SÜRECİNİN İNCELENMESİ

Investigation of Pozantı Tahini Pita Production Process

1. Bıçkın TEMEL

Kastamonu Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

2. Aykut ŞİMŞEK

Kastamonu Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

3. Göksu DEMİRCAN*

Amasya
Üniversitesi

Özet

Türkiye kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına gerek yemek çeşitliliği gerekse yöresel tatları bakımından zengin bir mutfak birikime sahiptir. Ayrıca Türk mutfağı, yemek çeşitliliğinin yanı sıra yöresel yiyecekleri ile yeni lezzetler tatmak ve kültürler tanımak isteyen ziyaretçiler için çekim merkezi haline gelmiştir. Dolayısıyla yerel ürünlerin korunup geliştirilmesi hem bölgenin tanıtılması hem de gastronomi turizmi açısından önemli bir değer taşımaktadır. Bu sebeple araştırma, Pozantı ilçesine ait yöresel ürünlerinden biri olan tahinli pidenin geleneksel üretim süreçlerinin ortaya çıkarılarak incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın Pozantı ilçesinde yaşayan ve görüşme yapmayı kabul eden tahinli pide ustaları, ev hanımları ve yerel halktan toplam 11 katılımcı ile 2025 yılı Şubat ayında görüşme sağlanmıştır. Veriler, MAXQDA programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların tahinli pidenin coğrafi işaret alması hususunda ürünün kalitesinin korunması, tanıtılması, ekonomik ve kültürel yönden olumlu yansımaları olacağı konusunda görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada tahinli pide üreten ustaların sayısının az olduğu görülmektedir. Araştırmanın yöresel yiyeceklerin farklılıklarının ortaya çıkarılması ve geleneklerin sürdürülebilirliği açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tahinli Pide, Yöresel Ürün, Pozantı

Abstract

From the north to the south, from the east to the west, Turkey has a rich accumulation in terms of food variety and local tastes. In addition to the variety of dishes, Turkish cuisine has become a center of attraction for visitors who want to taste new tastes and get to know cultures with local foods. Therefore, the preservation and development of local products has an important

* Sorumlu Yazar: goksu.demirel@amasya.edu.tr

Önerilen Atıf: Temel, B., Şimşek A. ve Demircan G. (2025), Pozantı Tahinli Pidesinin Üretim Sürecinin İncelenmesi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 8(1), 30-46.

value both for the promotion of the region and for gastronomy tourism. For this reason, the research was carried out with the aim of revealing and examining the traditional production processes of tahini pita, which is one of the local products of Pozantı district. In this context, a total of 11 participants from the tahini pita masters, housewives and local people living in the Pozantı district of the research and who agreed to be interviewed were interviewed in February 2025. The data were analyzed with the MAXQDA program. It was determined that the results of the research stated that the geographical indication of the tahini pita would have positive reflections on the protection of the quality of the product, its promotion, and economic and cultural aspects. In addition, it is seen in the research that the number of masters producing tahini pita is low. It is thought that revealing the differences of the local foods of the research will contribute to the sustainability of the traditions.

Key words: Tahini Pita, Local Product, Pozantı

1. GİRİŞ

Tüm dünyada toplumsal bir simge olarak görülen yemek, tarihsel gelişim ve kültürel ilişkileri yansıtmaları açısından önemli bir yere sahiptir. Günümüzde yemek insanların sadece fizyolojik ihtiyacı değil aynı zamanda sosyal bir gereksinimi haline gelmiştir (Çekal ve Aslan, 2017). Özellikle tek yönlü sağlıksız agro-endüstriyel beslenme kalıbına karşın tüketiciler, yeni tatlar yeni yerler ve yeni kültürler keşfetme adına yöresel ürünlere yönelmeye başlamışlardır (Üzümcü, Alyakut ve Akpulat, 2017). Ayrıca hazır gıdalarda bulunan katkı maddelerinden dolayı tüketiciler tükettikleri ürünlerin köken ve kaliteleri konusunda daha şüpheci olmaktadır. Bu bağlamda geleneksel yöntemlerle üretilen yöresel ürün piyasaları, fonksiyonel piyasalardan sonra en çok gelişme gösteren piyasaların başında yer almaktadır (Orhan, 2010). Albayrak ve Güneş (2010) belirgin bir niteliği, ünü ve diğer birçok kendine has özellikleri itibarıyla yöresel ürünlerin sürdürülebilirliği açısından coğrafi işaretin önemli bir rol oynadığını ifade etmişlerdir.

Coğrafi işaret, coğrafi kökeninden dolayı önemi anlaşılan ürünleri ayırt etmek ve bölgeye has karakteristik özelliklerini tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır (Duman, 2018: 3). Dünya’da bu kavram 1883 yılında Paris Sözleşmesi ile başlamış olmasına karşın ülkemizde ancak 1995 yılında uygulamaya başlanmıştır (Karaca, 2016: 21). Ülkemizde patenti alınmış coğrafi işaretli ürünler tüketiciler açısından kalite güvencesi olarak algılanmakta, benzerlerine kıyasla daha çok talep edilmektedir. Bu sebeple coğrafi işaretin, yerel ölçekte kentler, ilçeler hatta beldelerde yöresel ürünlerin katma değerini arttırdığı söylenebilir (Ateş, Kaya ve Esin, 2014: 405). Türkiye, coğrafi konumu ve köklü kültürüyle coğrafi işaretli ürünler açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Her bölgeye özgü değişen yeme içme alışkanlıkları ve coğrafi konuma göre farklılaşan bir mutfak kültürü bu potansiyelin önemini öne çıkarmaktadır (Mercan ve Üzülmüş, 2014: 68).

Pozantı ilçesi de gerek konumu gerekse yeme-içme, alışveriş, konaklama ve dinlenme tesisleri ile bu potansiyeli bünyesinde barındıran ilçelerden birisidir. Fakat literatür incelendiğinde Pozantı ilçesinin coğrafi işaretli ürünleri ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Alan yazında daha çok Pozantı ile ilgili; Pozantı ilçesi ile çevresindeki dinlenme tesislerinin kapasiteleri ve ekonomik etkileri (Ballı, 2012; Oğuz, 2020), 3 A (Adana-Antep-Antakya) Lezzet

Bölgesi Projesi kapsamında yer alan gastronomik etkinliklerde Pozantı'nın rolü (Üzülmez ve Akdağ, 2020: 57) gibi konular üzerinde durulduğu görülmüştür.

Ancak, Pozantı'nın sahip olduğu gastronomik değerlerin detaylı biçimde ele alındığı çalışmaların sayıca azlığı dikkat çekmektedir. Bu durum, ilçenin özgün mutfak kültürünün yeterince tanıtılmadığına işaret etmektedir. Bu bağlamda, Pozantı'nın sahip olduğu yöresel ürünlerin tanıtılması ve belgelenmesi, hem bilimsel literatüre katkı sunmakta hem de kültürel mirasın korunmasına hizmet etmektedir. Bu çerçevede çalışmada, Pozantı mutfağına ait yöresel ürünlerden olan tahinli pidenin geleneksel niteliklerinin ortaya çıkarılarak üretim sürecinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca çalışma, coğrafi işaretli ürünlerin bölgeye olan ekonomik etkilerini ortaya koyduğundan, yerel halkın ve yerel yönetimlerin yöresel ürünlere daha çok önem vermesini sağlayacağı düşünülmektedir.

2. POZANTI MUTFAĞI

Akdeniz Bölgesi'nin Orta Toroslar üzerinde Bolkar dağları ve Aladağları arasındaki Çakıt ile Körkün Çayı'nın açtıkları vadileri üzerinde bulunan Pozantı, geçmişten bugüne birçok medeniyete ev sahipliği yapmış önemli bir geçit bölgesidir (Pozantı Kaymakamlığı, 2022). Tarihsel süreç içerisinde askeri ve ticari bakımdan bir konaklama yeri olan ilçe, Haçlı Seferleri sırasında askerlerin Bothentrot vadisinden geçtikleri muhtemeldir. Hitit devrine ait Paduvanda ile isim benzerliği olan Pozantı bazı Arap kaynaklarında Bazandun şeklinde de geçmektedir (Tıraş, 2002). Ayrıca Kâtip Çelebi bu bölgeye "Çakıt Kenarındaki Han" olarak belirtmiştir (İslam Ansiklopedisi. Cilt-9, s: 578).

İnsanların yaşam tarzlarının, kültürlerinin ve beslenme alışkanlıklarının oluşmasında coğrafya önemli rol oynamaktadır. (Emekli, 2006). Bu bağlamda birçok kültürün güzergahı haline gelen Pozantı'nın ekonomisinde ormancılık, tarım, hayvansal ürünler ön planda iken ulaşım ve iletişim imkânlarının gelişmesi ile konaklama ve dinlenme tesislerinin de önemi artmıştır. Özellikle son yıllarda "Geleneksel Karakışlakçı Çilek ve Bal Festivali" ve "Pozantı Belediyek Doğa ve Fotoğraf Festivali" turizm açısından bölgeyi bir cazibe noktası haline getirmiştir (Adana Gastronomi Şehri, 2022). 1400 rakımda yetişen çilek, bal, ceviz, pekmez sucuğu, üzüm pekmezi gibi organik ürünleri bulunan ilçe gastronomi turizmi açısından da kayda değer bir potansiyele sahiptir. Ayrıca Pozantı'nın mutfağında bulunan yiyecekler incelendiğinde çoğunlukla hayvansal ürünler (et, tereyağı, bal) ile tarımsal ürünlerden (tarhana, yabancı bitkiler, meyve kuruları) oluştuğu görülmektedir. İlçe mutfağında en çok tercih edilen, özellikle Ramazan aylarında sıkça tüketilen, yöreye özgü hamur işi olan tahinli pide oldukça önemlidir. Tahinli pidenin en önemli özelliği hamurunun pide hamuru olması ve el yordamı ile incecik açılmasıdır. Ayrıca tahinli pidenin Pozantı'ya özgü tepsi dışında yağlı kâğıt üzerinde de pişirimi yapılmaktadır. Tahinli pide hamuru üzerine tahin, toz şeker, ceviz, yer fıstığı veya Antep fıstığı eklenerek hazırlanmaktadır. (Arslantaş, 2020).

3. YÖNTEM

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Adana ilinin Pozantı ilçesine ait yöresel ürünlerinden biri olan tahinli pidenin geleneksel üretim sürecinin belirlenmesidir. Üretildikleri yöre ile aralarında güçlü bir bağ bulunan yöresel ürünleri taklitlerine karşı korumak ve tahinli pidenin gerek üretim şekli gerekse kullanılan ham madde açısından benzerlerinden ayırt edilmesi çalışmanın önemini

ortaya koymaktadır. Yöre kimliğiyle özdeşleşen bu ürünler yöre açısından tanıtım ve reklam aracı olmasının yanında o yörenin simgesi ve zenginlik kaynağıdır (Gümbür, 2009).

3.1.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bunun sebebi nitel araştırmalarda ele alınan konu hakkında derin bir kavrayışa ulaşmak amaçlanmaktadır. Ayrıca nitel araştırmalar yiyecek ve beslenme ile ilgili konuların açık olarak anlaşılması için tercih edilen yöntemlerin başında gelmektedir (Harris, Gleason, Sheean, Boushey, Beto ve Bruemmer, 2009: 80). Bu doğrultuda araştırma bulgularının detaylandırılması açısından tek bir veri kaynağının yetersiz olduğu durumlarda iki veya daha fazla analiz ya da veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı çeşitleme stratejisine başvurulmuştur. (Patton, 2002). Çeşitleme yönteminde birincil yöntemi geliştirmek adına ikincil bir yöntemin kullanılması, araştırmacıya çalışmanın sonuçlarından daha fazla emin olmasını sağlamaktadır (Şakar, 2012). Araştırma kapsamında doküman incelemesi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu tekniklerin tercih edilme sebebi, araştırılan konuyu katılımcıların bakış açısıyla görebilme ve konu ile ilgili her türlü bilgi sağlayan yazılı materyale ulaşma imkânı tanınmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 45). Araştırmanın ilk aşamasında veriler, nitel araştırma tekniklerinden biri olan doküman taraması yoluyla ikincil verilerden faydalanılarak elde edilmiştir.

Doküman taraması bir araştırmacının müdahalesi olmadan önceden mevcut olan belgelerin içeriğini titizlikle ve sistematik olarak analiz etmek adına kullanılan bir tekniktir (Wach, 2013). Bu araştırmada hedeflenen olgu veya olgularla ilgili bilgi içeren yazılı materyallere ulaşmak adına ikincil verilerden faydalanılmıştır. İkincil veriler araştırmacı kişi ve kurumlardan farklı olarak başka kişi ve kuruluşlarca kendi amaçlarını ifade eden verilerdir (Altan, 2018:65). Ayrıca literatürde, mutfak kültürünün ortaya çıkarılması adına doküman taraması yönteminin kullanıldığı Nelson (2015) tarafından Houston mutfak kültürünü araştırmak adına dergilerdeki makaleleri incelemesi ve Yılmaz ve Özdemir (2015) ise Kapadokya'daki gastronomi tanıtım materyallerini analiz ettikleri çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu doğrultuda Türkiye'de yöresel bir ürün olan tahinli pide hususunda coğrafi işaret tescil belgesine sahip yerlere ait verilere Türk Patent Kurumu web sitesinde yer alan coğrafi işaretlerle ilgili alanın taranması sonucu ulaşılmıştır (TPE, 2025). Tablo 1'de coğrafi işaret ile tescillenmiş tahinli pidelere yer verilmiştir.

Tablo 1. Coğrafi İşaret Tescilli Tahinli Pideler

Coğrafi İşaret	Geleneksel Ürün Adı	Tescil Tarihi
Mahreç	Kadınhanı Tahinli Pidesi	2013
Mahreç	Niğde Tahinlisi	2020
Mahreç	Aksaray Tahinlisi	2021
Mahreç	Şereflikoçhisar Tahinli pidesi	2021
Mahreç	Bursa Tahinli Pide	2021
Mahreç	Niğde Tahinlisi	2020
Mahreç	Alaşehir Tahinli Pidesi	2023

Mahreç	Karaman Tahinli Pide	2024
Mahreç	Sandıklı Haşhaşlı Tahinli Pidesi	2024
Mahreç	Söke Tahinli Pidesi	2024

Kaynak: www.ci.turkpatent.gov.tr

Araştırmanın ikinci kısmında ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Bu yöntem katılımcıların algılarını, değerlerini ifade etmede ve derinlemesine bilgiler sağlaması açısından tercih edilen bir nitel araştırma yöntemidir (Arpacı, Zengin ve Batman, 2012). Araştırma kapsamında geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorular, literatür taraması sonucu (Kaya ve Şahin, 2018; Şimşek, 2020, Seçim, 2018; Kök ve Güngör, 2021) yöresel ürünlerin ayırt edici özellikleri ve üretim metodu ve tarihsel geçmişini ortaya çıkarmak adına oluşturulan sorulardan tasarlanmıştır. Görüşme formundaki sorularda yalın, anlaşılır olma ve katılımcıları yönlendirmeden kaçınma gibi ilkelere önem verilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2012). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kapsamında katılımcıların sorulara doğru cevap verdikleri varsayımı, araştırma süresi ve uygulandığı dönem ve görüşme yapılan kişiler araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca formda yer alan sorular uzman görüşüne sunulmuş, gelen görüş ve öneriler doğrultusunda katılımcılara aşağıda yer aldığı şekliyle yöneltilmiştir:

- Tahinli pidenin tarihsel geçmişi hakkında bilginiz var mı?
- Tahinli pidenin yapılışında hangi malzemeleri kullanıyorsunuz?
- Tahinli pidenin üretimi hangi aşamalardan oluşmaktadır?
- Tahinli pidenin muhafazası nasıl olmalıdır?
- Tahinli pide üretimini kaç yıldan bu yana yapmaktasınız?
- Tahinli pidenin yapısal özelliği nasıl olmalıdır?
- Tahinli pidenin tanıtımı yapıyor mu?
- Tahinli pidenin sunumunu nasıl yapıyorsunuz?
- Pozantı merkez dışında merkezi dışında tahinli pide talep edilmekte midir?
- Tahinli pidenin coğrafi işaret tescili almasının ne gibi olumlu etkilerinin olacağını düşünüyorsunuz?
- Tahinli pide hangi yöntemle pişiriyorsunuz?
- Tahinli pide tatlısını Pozantı dışında satılması hakkında neler düşünüyorsunuz?
- Pozantı'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tahinli pide tatlısını tercih etme sıklıkları nedir?
- Tahinli pide tatlısı için bölgeyi ziyaret eden turist var mı?

Araştırmanın geçerliliğini adına Lincoln ve Guba'nın (1985), güvenilirliğini için ise LeCompe ve Goetz'in (1982) önerdiği stratejilerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda iç geçerliliği sağlamak için çeşitleme yöntemi uygulanmıştır (Jick, 1979). Ayrıca bu yöntem nitel atıştırmalardaki yanlılık olasılığını kontrol etmede önemli bir avantaj sunmaktadır (Mathison, 1988). Bu bağlamda çalışmada Patton'un (2002) belirtmiş olduğu yöntemsel çeşitlemelerden görüşme formu oluşturmada ve analiz sürecinde farklı özelliklere sahip katılımcılar araştırmaya dahil edilerek araştırmacı çeşitlemesi, veri toplamada görüşme formuna ek olarak tahinli pide hususunda web sitelerinin incelenmesi ile yöntemsel çeşitlemesi kullanılmıştır. Aktarılabirliği arttırmak adına hem genel hem de özele ait bilgilere ulaşılmaya çalışılmış olup, örneklem bu farklılığı yansıtacak şekilde belirlenerek araştırmanın dış geçerliliği

sağlanmıştır. İç güvenilirliği sağlama noktasında kavramsal çerçeve, verilerin elde edilmesinde ve veri toplama araçlarının tasarlanmasında araştırmaya temel oluşturacak ve araştırmacıya yol gösterecek bir rehber olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler yorum yapılmaksızın betimsel bir yaklaşımla doğrudan doğruya alıntılara yer verilerek sunulmuştur. Bulgular birden fazla araştırmacı tarafından incelenmiş, açık ve anlaşılır olmayan ifadeler tespit edilerek araştırma dışında bırakılmıştır. Dış güvenilirliğini sağlamak amacıyla katılımcıların ve görüşmelerin yapıldığı ortam açık bir şekilde tanımlanarak, görüşmelerin yapılış ve verilerin kaydedilme aşamaları ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir.

3.1.3. Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini oluşturan katılımcılar belirlenirken amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem sisteminde örneklem belirlenirken temsil niteliğinden ziyade örneklemin araştırma konusu ile ilişkisi üzerinde durulmaktadır (İsmailoğlu, 2009:183). Ölçüt örneklemede ise asıl amaç seçilecek olan vakaların bilgi edinme açısından zengin olmasıdır (Marshall, 1966). Araştırmada katılımcıların Pozantı ilçesinde tecrübeli ustalarla çalışmış olma ve yöre kültüründe yetişmiş olan bireylerden seçilmesine özen gösterilmiştir. Araştırmanın evrenini tahinli pide yapmayı bilen ustalar oluştururken, örneklemini Pozantı ilçesinde yaşayan ve görüşme yapmayı kabul eden tahinli pide ustaları ve yerel halk oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın doyum noktasına ulaştığı düşünülerek 11 katılımcı ile sınırlandırılmıştır. Görüşmeler yaklaşık 20-25 dakika arası sürmüştür. Katılımcıların gerekli izinleri alınarak yüz yüze olarak, görüşmenin tarihi, yeri ve saati not edilmiş, ses kayıtları alınmıştır. Görüşmeler 20-25 Şubat 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3.1.4. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamınca toplanan verilerin analiz ve yorumlanmasında gerçeği yansıtması adına nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan “içerik ve betimleyici analiz” yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda betimsel analiz sürecinde katılımcıların verdikleri yanıtların doğrudan alıntıları yapılmış, verilerin tamamını temsil edecek frekans ve yüzde değerleri belirlenmiş olup, elde edilen bulgular neden sonuç ilişkisi çerçevesinde yorumlanmıştır. Katılımcıların gizliliğini korumak adına üretici ustalar (4) K1, K2...K4, şeklinde yerel halk (7) ise T1, T2....T7 şeklinde kodlanmış ve veriler de kodlanarak analizler yapılmıştır. İçerik analizi kapsamında ise ulaşılan verilerin içerisinde saklı olabilecek gerçekler ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Ayrıca literatürden yararlanılarak bir kod şeması belirlenmiş ve kodlar bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuştur. Sonrasında benzer veriler bir araya getirilerek belirli temalar çerçevesinde incelenmiştir. Verilerin analizi bilgisayar destekli sosyal araştırma analizlerinde kullanılan MAXQDA veri analiz programı kullanılmıştır. Bu program aracılığıyla verilerin kodlanması ve görselleştirilmesinin yanında çalışmanın güvenilirliğinin de artırılması sağlanmıştır. Tablo 2’de katılımcılar uygulanan araştırma soruları MAXQDA programında gruplandırılarak verilmiştir. Görüşme soruları demografik bilgilerin tespitine ilişkin sorular, tahinli pidenin tarihsel geçmişine ilişkin sorular, tahinli pidenin elde edilişine ilişkin sorular ve tahinli pidenin coğrafi işaret almasına ilişkin sorular şeklinde gruplara ayrılmıştır.

Tablo 2. Araştırma Soruları

Demografik Bilgilere İlişkin Sorular	Medeni Haliniz Nedir? Kaç Yaşındasınız?
--------------------------------------	---

	Nerelisiniz? Mesleğiniz Nedir?
Tahinli Pidenin Geçmişine İlişkin Sorular	Tahinli pidenin tarihsel geçmişi hakkında bilginiz var mı? Tahinli pide üretimini kaç yıldan bu yana yapmaktasınız?
Tahinli Pidenin Elde Edilişine İlişkin Sorular	Tahinli pidenin yapılışında hangi malzemeleri kullanıyorsunuz? Tahinli pidenin üretimi hangi aşamalardan oluşmaktadır? Tahinli pidenin muhafazası nasıl olmalıdır? Tahinli pidenin yapısal özelliği nasıl olmalıdır? Tahinli pide hangi yöntemle pişiriyorsunuz? Tahinli pidenin sunumunu nasıl yapıyorsunuz?
Tahinli Pidenin Coğrafi İşaret Almasına İlişkin Sorular	Tahinli pidenin coğrafi işaretleme sistemi ile koruma altına alınması hakkında bilginiz var mı? Tahinli pidenin coğrafi işaret tescili almasının ne gibi olumlu etkilerinin olacağını düşünüyorsunuz?
Tahinli Pidenin Talebine İlişkin Sorular	Pozantı merkez dışında merkezi dışında tahinli pide talep edilmekte midir? Pozantı'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tahinli pide tatlısını tercih etme sıklıkları nedir? Tahinli pide tatlısı için bölgeyi ziyaret eden turist var mı?
Tahinli Pidenin Tanıtımına İlişkin Sorular	Tahinli pidenin tanıtımı yapılıyor mu?

4. BULGULAR

Bu bölüm altında katılımcılara ait demografik bilgiler ve katılımcıların tahinli pide hakkındaki bilgi ve görüşlerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo3'de yer almaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı Kodu	Yaş	Medeni Hal	Memleket	Meslek
K1	50	Evli	Pozantı	Pide Ustası
K2	61	Evli	Pozantı	Pide Ustası
K3	55	Evli	Pozantı	Pide Ustası

Pozantı Tahinli Pidesinin Üretim Sürecinin İncelenmesi

K4	45	Evli	Pozantı	Pide Ustası
T1	35	Bekar	Pozantı	Ev Hanımı
T2	40	Bekar	Pozantı	Öğretmen
T3	33	Evli	Pozantı	Ev Hanımı
T4	60	Evli	Pozantı	Ev Hanımı
T5	42	Evli	Pozantı	Ev Hanımı
T6	46	Evli	Pozantı	Öğretmen
T7	50	Evli	Pozantı	Ev Hanımı

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların yaşlarının 33 ile 61 arasında dağılım gösterdiği ve büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir. Ayrıca yerel halk durumundaki 7 katılımcının ikisini öğretmenler oluşturmaktadır.

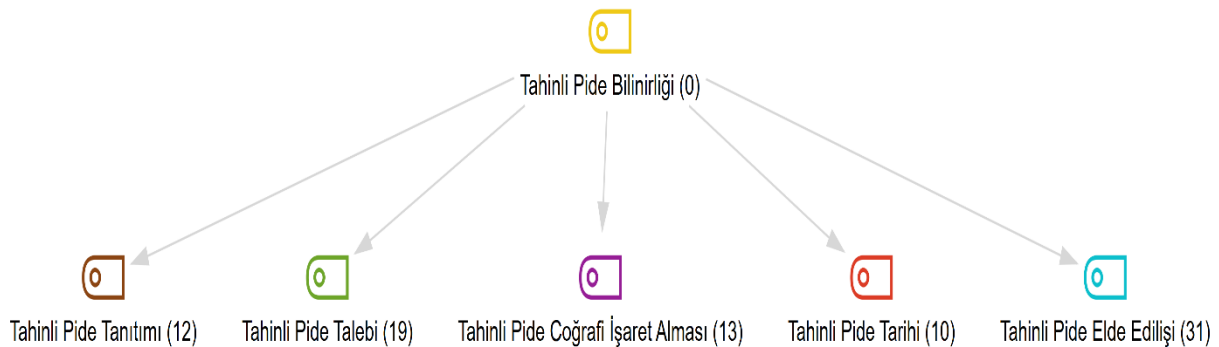
Tahinli Pidenin Bilirliğine Yönelik Bulgular

Veri analizinin ilk sürecini oluşturan katılımcıların görüşlerinin yer aldığı mülakatlara ilişkin kelimeler “MAXQDA Analytics Pro 2022” yazılımında yer alan “MAXDicto” sekmesinden faydalanılarak tespit edilmiştir. Tahinli pidenin bilinirliğine yönelik kelimelerin verilerde geçme sıklığına göre kelime frekans analizi yapılmıştır. Katılımcı ifadelerinin analiz sonucunda ortaya çıkan kelime frekansı Şekil 1’deki kelime bulutunu oluşturmuştur.



Şekil 1. Tahinli Pide Bilinirliğine İlişkin Kelime Bulutu

Şekil 1’deki kelime bulutunda “lif” (30), “tahinli” (28), “pide” (23), “hamur” (18) kelimeleri ön plana çıkmıştır. Ayrıca bazı kelimelerin görseldeki büyüklükleri söz konusu kelimelerin çok sık tekrarlandığını göstermektedir. Kelime bulutunda öne çıkan kelimelerin tahinli pidenin elde edilmesine ilişkin ifadelerden oluştuğu görülmektedir. Şekil 2’de ise katılımcıların görüşlerine ilişkin geliştirilen ana kod ve alt kodlardan oluşan bölümler modeli görülmektedir.



Şekil 2. Ana ve Alt Temalara Yönelik Kod Sistemi

Tahinli pidenin bilinirliğine yönelik yapılan araştırmada bir ana kod ve beş alt kod oluşturulmuştur. Ayrıca tahinli pidenin elde edilmesine ilişkin on iki kod, talebine yönelik on dokuz kod, coğrafi işaret almasına ilişkin on üç kod, tarihine yönelik on kod ve elde edilmesine yönelik 31 kod belirlenmiştir. Bu durum tahinli pidenin bilinirliğine yönelik alt kodlarla ilişkili görüş bildirdiklerini ifade etmektedir. Ana ve alt temalara yönelik bulguların yer aldığı Tablo 4'te ayrıca ana tema ve alt temaların belirlenmesi amacıyla betimsel analiz uygulanmıştır.

Tablo 4. Ana ve Alt Temaya İlişkin Bulgular

Ana Kod	Altı Kodlar	Açıklamalar
---------	-------------	-------------

Tahinli Pide Bilinirliği	Tahinli Pide Elde Edilişi	Tahinli pide için gerekli olan malzemelere, yapım aşamasına, muhafazasına dair bilgiler ürünün bilinirliğinin bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.
	Tahinli Pidenin Tarihi	Tahinli pidenin geçmişinin 18. Yüzyılın sonlarına kadar uzanması, Osmanlı mutfağında yer alması ve Ramazan aylarında gelenek haline gelmiş olması tarihi ve kültürel geçmişine ait bilinirliğinin bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.
	Tahinli Pidenin Coğrafi İşaret Alması	Tahinli pidenin yöresel bir ürün olarak aktif olarak üretilip tüketilmesi, yöre halkının bu lezzeti duyurmaya yönelik duyarlılıkları, coğrafi işaret almasına ilişkin bilinirliğinin bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.
	Tahinli Pide Talebi	Tahinli pidenin gerek yerli gerekse yabancı turistler tarafından yoğun olarak tüketilmesi ürüne ilişkin talebin bilinirliğinin bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.
	Tahinli Pide Tanıtımı	Tahinli pidenin çilek ve bal festivali, fotoğraf festivali gibi organizasyonlarda yöresel bir ürün olarak yer alması, ürünün bilinirliğinde önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir.

Tahinli Pidenin Elde Edilişi ile İlgili Alt Temasına İlişkin Bulgular

Katılımcılara tahinli pidenin elde edilmesine ilişkin yapısal özelliği, yapım aşaması, muhafazası ve kullanılan malzemelere yönelik sorular sorulmuştur. K1, K2, K3, kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

K1 kodlu katılımcının ifadesi ile tahinli pide için 160-170 gr un, 3-5 gr tuz, 3 gr yaş hamur mayası, 100 ml su, 20-25 gr sıvı yağ, 150 gr tahin, 250 gr pancar şekeri gerekmektedir. Pide tarifini K1 kodlu katılımcı: *“Öncelikle pide hamuru için maya, un, su ve tuz elastik bir yapı haline gelecek şekilde el ile yoğrulur. İstenen kıvama gelen hamur mayalanması için 20-40 dakika bekletilir. Dinlenmiş hamur önceden yağ ve un serpilmiş mermer tezgâha alınarak, el yordamı ile böreklik yufka şeklinde incecik açılır. Her tarafına gelecek şekilde tahin sürülür ve şeker ilavesi yapılarak dışarıdan içeri doğru kıvrılarak sarılır. Sonrasında ince zar halindeki hamur tekrar el ile tezgâh üzerinde inceltir. Bu püf nokta pidenin lif lif olması için önemlidir. İncecik hale gelen hamur yuvarlak şekilde sarılarak 15 dakika dinlenmeye bırakılır. Fırına girmeye hazır hale gelen pidelerin üzerine son olarak tahinli karışım sürülerek 200 °C'deki fırınlarda harlı olmayan köz haline gelen odun ateşinde yuvarlak tepsilerde (Resim 1) 5-7 dakika pişirilerek hazır hale gelir. Kurumaması için rüzgârsız bir ortamda kalması gerekiyor.”* şeklinde ifade etmiştir.



Resim 1. Tepside Tahinli Pide

K2 kodlu katılımcı: “Tahinli pide Pozantı’da tüm fırınlarda pide hamurundan üretilir. Hazır bir pide yaklaşık 250 gr gelmektedir. Tahinli pide için bu durum 300-350 gr civarındadır. Bu bakımdan bir adet pide hamuruna yaklaşık 160-170 gr arası un, 4 gr tuz, 2-3 gr yaş hamur mayası, 100-120 ml su, 15-20 ml sıvı yağ kullanılır. Tabi ustasına göre bu ölçüler yaklaşık olarak verilir. Üzeri içinde hemen hemen konulan 100-150 gr tahin miktarına yakın şeker ilave edilir yani 300 gr tahin için 150- 200 gr pancar şekeri ilave edilir. Şekerin kalitesi çok önemlidir. Biz özellikle Bor şeker kullanırız. Aslında bazı yörelerde şekersiz ve pekmez ilave edilerek de yapılır fakat yöre halkı olarak bu şekilde benimsenmiştir. Tahinli pide için un, su, tuz ve maya kulak memesi kıvamına gelinceye kadar yoğrulur. Sonrasında hamur dinlenmeye alınır. Kıvama gelince mermer tezgâh üzerine yağ sürülüp unlandıktan sonra el ile ince olacak şekilde tezgâha serilir. Günlük olarak Tarsus’ta üretilen tahini hamurun her tarafına gelecek şekilde süreriz. Ve üzerine şekerini ilave ederiz. Şekerin kalitesi çok önemli bu sebeple Bor şekeri kullanıyoruz. Aksi halde helva ile etkileşime girdiğinde pidenin kalitesini etkiliyor. Bu işlemten sonra pide hamuru dışarıdan içeri doğru kıvrılarak tekrar el ile inceltir. Sonra yuvarlak şekilde sarılarak dinlenmeye alınır. Köz haline gelen harlı ateş içermeyen fırına girmeden önce üzerine tekrar tahin ve şeker ilavesi yapılır. 200-250 °C’deki fırında ortalama yuvarlak tepsilerde 6-7 dakika pişirilir. Ayrıca Pozantı’ya özgü duble diye adlandırdığımız tahinli pideyi tepsiden yağlı kâğıt üzerinde pişirdiğimiz bir yöntem bulunmaktadır (Resim2). Bu sayede tahinli pidenin yağının çekilerek daha ktır ve az yağlı bir şekilde pişirilmesini sağlıyoruz. Ayrıca sertleşmemesi için rüzgâr almaması gerekiyor.”



Resim 2. Kağıt Üzerinde Tahinli Pide

K3 kodlu katılımcı: “Biz 1 çuval undan 250 gr pidelerden yaklaşık 270 civarı pide çıkar. Fakat tahinli pide hamuru 300 gr civarındadır. Genelde kullanılan malzemeler göz kararı olsa da yaklaşık olarak 145-150 gr un, 80-100 gr su, 3-4 gr tuz, 4-5 gr yaş hamur mayası, 10ml sıvı yağ kullanılır. Üst malzemesinde yaklaşık 200 gr şeker ve 250gr tahin kullanılır. Öncelikle su, un, tuz, maya iyice yoğrularak elastik bir hale getirilir. Akabinde biraz dinlenir hamur sonra tezgâha alınır. Tezgâha hafif yağ sürülür ince açılın diye. Bu işlemler el ile yapılır. Tüm tezgâha serilen hamur incecik böreklik yufka gibi açılır, sonra her tarafına gelecek şekilde tahin sürülür. Sonra Bor şeker dediğimiz pancar şekerini serpilerek dıştan içe doğru kıvrılarak hamur sarılır. Burada püf nokta hamur sarıldıktan sonra el ile tekrar tezgâhta inceltir. Sonra bir süre dinlenmeye bırakılır ve fırına girmeden tekrar üzerinde bir miktar tahin sürülerek şeker serpilir. Har ateş olmayan fırında 5-6 dakika yuvarlak tepsilere konularak pişirilir. Birde yerli halkın ve turistlerin beğendiği özel olarak sipariş ettikleri ilçemize özgü bir pişirme yöntemi olan yağlı kâğıt üzerinde pişiririz. Tepsiden farklı olarak burada tahinli pide yağın kâğıt üzerinde biraz daha fazla bırakır ve çıtır bir kıvama gelir. Bu sayede tahinli pide daha kızarmış bir hal alır. Bu şekilde pişirim daha çok tercih edilmektedir. Rüzgâr almayacak. Çünkü kuruyor. Bu yüzden kapalı raflarda saklıyoruz.”

Yukarıdaki tahinli pide tarifine ilişkin katılımcı yanıtları incelendiğinde, pide yapmak için hazırlanan hamurun kullanıldığı, hamurun böreklik yufka özelliğinde (ince bir şekilde) açıldığı görülmektedir. Ayrıca özellikle Bor şeker şeklinde ifade ettikleri pancar şekerinin çok önemli olduğu ve ürünün yapım aşamasının maharet gerektiren bir ustalık gerektirdiği, tüm işlemlerin el işçiliği ile yapıldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların bilgi düzeylerinin tahinli pidenin elde ediliş sürecini açıklar nitelikte olduğu görülmektedir.

Tahinli Pidenin Tarihi ile İlgili Alt Temasına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcılara tahinli pidenin tarihi ile ilgili sorular yöneltilmiş ve verdikleri yanıtlar aşağıda belirtilmiştir.

K1 kodlu katılımcı: “Biz 4. Kuşak 100 yıllık bir işletme olarak tahinli pide üretmekteyiz. Fakat 18. Yüzyılın sonlarında Osmanlı mutfağında yer alan bir ürün olarak biliniyor. Genelde Ramazan aylarında bir gelenek haline gelmiş bir üründür.”

K4 kodlu katılımcı: “4.kuşak bir işletme olarak 200 yılın üzerinde tahinli pide üretiyoruz. Fakat tarihi olarak bu ürünün çok daha eskilere dayandığını biliyoruz.”

T4 kodlu katılımcı: “Kesin bilgim yok ama eskilere dayadığını bilirim.”

T6 kodlu katılımcı: “100 yılı aşkın bir süredir var. Dedelerimiz ve anneannelerimiz de yapardı. Osmanlı mutfağından geldiği duymuştuk. Fakat kesin bilgiye sahip değiliz.”

Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde tahinli pidenin Pozantı’da 150-200 yıldan daha fazla bir geçmişe sahip olduğunu belirttikleri görülmektedir. Ancak katılımcıların tahinli pide tarihine yönelik bilgilerinin sınırlı olduğunu söylemek mümkündür.

Tahinli Pidenin Coğrafi İşaret Alması ile İlgili Alt Temasına İlişkin Bulgular

Katılımcılara tahinli pidenin coğrafi işaret alması hususunda sorular yöneltilmiş ve K1, T5, T6, T7 kodlu katılımcılara ait ifadeler aşağıda yer almaktadır.

K1 kodlu katılımcı: “Özellikle ürünün bilinirliğinin artmasında önemli rol oynar. Ayrıca gelecek nesillere ürünün yapısının değişmeden aktarılmasını sağlar. Özellikle konum olarak önemli bir yere sahip ilçemize olan yerli yabancı turist sayısını arttırır.”

T5 kodlu katılımcı: *“Gerek yerel halk gerekse esnaflarımız bu hususta coğrafi işaret alınması için çok gayret içeresindeler. Ürününümüzün gelecek nesillere aktarılmasını ve korunmasını istiyoruz. Özellikle turizm açısından ilçemizin tanınırlığı arttıracakını düşünüyorum.”*

T6 kodlu katılımcı: *“Tahinli pide açısından olumlu olur. Çünkü Pozantı’nın tanıtımı ve ürünün sürdürülebilir olmasına katkı sağlar. Ayrıca ilçemize daha fazla yerli yabancı turist gelmesi sayesinde ekonomimize katkı sağlar.”*

T7 kodlu katılımcı: *“Pozantı’nın tanıtımına katkı sağlar. Diğer tahinli pidelerden farklı bir lezzet olarak yeni bir tat eklenmiş olur.”*

Katılımcıların yorumlarından yola çıkarak tahinli pidenin coğrafi işaret belgesini almasının ürünün muhafaza edilmesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve ilçe ekonomisine katkı sağlaması adına olumlu etkilerinin olacağını düşünülmektedir.

Tahinli Pidenin Talebi ile İlgili Alt Temasına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcılara tahinli pide talebine ilişkin sorular yönetilmiş ve K1, K2, K4, T2 kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

K1 kodlu katılımcı: *“Pozantı konum itibarıyla yerli, yabancı turların geçiş güzergahında olması ve kaplıca turizmi ve yayla turizmi açısından önem arz etmesi sebebiyle yöreye birçok turist gelmektedir. Bu gezileri sırasında fırınlarda görüp dikkatlerini çekiyor ve çok beğeniyorlar ve sonrasında özellikle yerli turistler bu lezzeti tatmak için geliyorlar.”*

K2 kodlu katılımcı: *“Genellikle hafta sonları yerli ve yabancı turistlerin sayısı artıyor. Hafta içi günde iki kez üretilirken hafta sonları bu sayı 4-5 arası oluyor. Özellikle yaz aylarında genelde her gün 4-5 kere üretiliyor.”*

K4 kodlu katılımcı: *“Ürüne talep çok fazla oluyor. Özellikle Ramazan ayında ve hafta sonları yerli turistler tercih eder. Ve tur firmaları ile gelen yabancı ve yerli turistler buraya uğrayıp bu lezzeti tatmadan gitmezler. Genelde Adana ve Mersin ağırlıklı yerli turistler gelir.”*

T2 kodlu katılımcı: *“Evet en çok yerli turistler. Hafta sonları Adana ve Mersin’den bu lezzeti yerinde tatmaya gelirler. Birde ilçemiz konum itibarıyla birçok güzergâhın kesişim noktası olduğu için tur şirketleri ile gelen yabancı turistlerde bu lezzeti tattıklarında mutlaka geldikleri memleketlerine de götürürler.”*

Katılımcı ifadelerinden hareketle yerli ve yabancı turistlerin Pozantı ziyaretlerinde tahinli pideyi severek tükettikleri söylenebilir. Ayrıca, Pozantı’nın geçiş güzergâhında olmasının önemli bir avantaj olduğunu söylemek mümkündür; çünkü bu konumu, ulaşım, ticaret ve turizm açısından değerlendirilebilmektedir.

Tahinli Pidenin Tanıtımı ile İlgili Alt Temasına İlişkin Bulgular

Katılımcılara tahinli pidenin tanıtımı hususunda sorular yöneltilmiştir ve K2, K4, T3, T5 kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıda yer almaktadır.

K2 kodlu katılımcı: *“Özellikle sağ olsun belediye başkanımız festivaller kapsamında çilek ve bal festivali gibi fotoğraf festivali gibi organizasyonlar da tahinli pidemizin tanıtımına destek oluyor. Bizde gerek üretim şekli gerekse tat olarak farklılık arz eden Pozantı’mızın bu lezzetini duyurmak istiyoruz.”*

K4 kodlu katılımcı: *“Başkanımız ilçede düzenlenen festivallerde bizleri davet ederek turistlere ikram ediyor.”*

T3 kodlu katılımcı: *“Her yıl geleneksel festivallerimizde belediye başkanımız tahinli pide stantları kurarak ürünümüzün tanıtımına öncülük ediyor.”*

T5 kodlu katılımcı, *“Buradaki festivallerde başkanımız öncülük ediyor. Ayrıca Pozantı’ya gelen yerli-yabancı turist kabilelerine başkanımız her fırsatta çeşitli organizasyonlarla tahinli pideyi tanıtıyor.”*

Tahinli pidenin tanıtımı konusunda özellikle ilçe belediyesinin her yıl düzenlenen festivallerde reklam ve tanıtım hususunda önemli çalışmalarının olduğu görülmektedir. Bu durumun söz konusu pidenin tanıtım faaliyetleri açısından etkili olduğunu söylemek mümkündür.

5. SONUÇ

Tarihin en eski devirlerinden beri geçiş güzergahı üzerinde bulunan Pozantı gerek coğrafi konumu gerekse kültürel zenginlikleri ile önemli bir ekonomik potansiyele sahiptir. Günümüzde halen birçok aracın dinlenme, konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılama noktasında önemli bir hizmet sunmaktadır. Günlük olarak 4000-4500 civarı aracı ve 15.000 üzerinde yerli ve yabancı turist ağırlayan ilçede birçok sektör bu hareketlilikten faydalanmaktadır (Ballı, 2012). 3A (Adana-Antep-Antakya) Lezzet Bölgesi Projesi kapsamında Adana Valiliği ve Adana Büyükşehir Belediyesinin de destekleri ile Pozantı Belediyek yaylasında haftada iki sefer olmak kaydıyla “gastronomi treni” ismiyle bir tur programı başlatılmıştır (Üzülmez ve Akdağ, 2020). Gastronomi turizmi açısından yörenin marka değeri arttırmak adına “Doğu Akdeniz Lezzet Bölgesi” destinasyonu oluşturma kapsamında düzenlenen turun Pozantı mutfağının sahip olduğu yöresel zenginliklerinin tanıtılmasına önemli katkıları olacağı düşünülmektedir (Pozantı Belediyesi, 2020). Bu araştırmada da Pozantı’nın yöresel ürünlerinden biri olan tahinli pidenin geleneksel niteliklerinin ortaya çıkartılarak üretim sürecinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler sonucunda ustalar ve yöre halkının tariflerinde genel olarak tahin, pide hamuru ve Bor şekerinin kullanıldığı, çeşitlilik anlamında cevizli, yer fıstıklı olarak talep gördüğü belirlenmiştir. Tüketildiği şehirlerin ise ağırlıklı olarak Adana, Mersin olduğu görülmüştür. Tahinli pidenin tarihsel geçmişinin Osmanlı mutfağına kadar uzandığı tespit edilmiştir. Ancak bu bilginin resmi olmaması Seçim’in (2018) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Seçim (2018) de çalışmasındaki yöresel ürünün tarihçesi hakkında katılımcıların kısmı görüş ve duyumlarına dayanarak bilgi verdiklerini ifade etmiştir.

Katılımcıların tahinli pidenin coğrafi işaret alması durumunda ürünün kalitesinin korunması, tanıtılması, ekonomik ve kültürel yönden olumlu yansımaları olacağı konusunda görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Doğan (2015) da çalışmasında coğrafi işaretli ürünlerin bölgelerin tanıtılmasında önemli katkılar sunduğu belirtmiştir. Ayrıca araştırmada tahinli pide üreten ustaların sayısının az olduğu görülmüştür. Dolayısıyla tahinli pidenin üretiminin artırılması ve sürdürülebilirliği açısından üretimin teşvik edilmesi önem taşımaktadır. Tahinli pidenin tanıtım faaliyetlerinin ise ilçe belediyesinin çabaları doğrultusunda gerçekleştiği görülmüştür. Bu kapsamda Adana şehir merkezindeki yerel yönetimlerin tanıtım çalışmalarına ağırlık vermesi gerekmektedir. Ayrıca tur şirketlerinin Pozantı’nın yer aldığı tur güzergahlarına tahinli pideye ilişkin afiş, broşür gibi tanıtım faaliyetlerine yer vermesi önemlidir. Tahinli pide ile ilgili yapılan literatür araştırması sonucu, Pozantı mutfak kültürü ve tahinli pide ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması bu çalışmanın önemini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca Pozantı mutfağı ve yöresel ürünlere yönelik yapılacak diğer çalışmalara katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Gelecek çalışmalarda da tahinli pidenin

tanıtımına yönelik gerçekleştirilen çalışmalar incelenebilir. Ayrıca tahinli pidenin Pozantı dışındaki yerlerde bilinirliğinin ölçülmesi amacıyla çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Adana Gastronomi Şehri (2022). Erişim adresi: <https://www.adanagastronomi.com/tr/festivaller.html>, Erişim Tarihi: (23.11.2022)
- Altan, M. (2018). Uluslararası Pazarlamada İkincil Veriler Kullanılarak Hedef Pazar Seçimi ve Bir Model Önerisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karaman'ın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(23), 59-64.
- Arslantaş, F. (2020). Adana yemek kültürü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi. Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Ateş, E., Kaya, C., & Esin, Y. (2014). Coğrafi İşaretli "Turhal Yoğurtmacı"nın Yöre Ekonomisi Ve Tanıtımına Katkısı, 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan, 405.
- Aydın, Ş., Keskin, E., & Aydemir, D. A. (2021). Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller ve Aşçıların Konu Hakkındaki. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9(1), 470-487.
- Ballı, E. (2012). Şehirlerarası Karayollarındaki Dinlenme Tesislerinin Bölge Ekonomisine Etkileri: Pozantı Örneği. Ekonomi Bilimleri Dergisi, 4(2), 25-33.
- Çekal, N., & Aslan, B. (2017). Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemede tarhananın yeri ve önemi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(2), 124-135.
- Darkot, B., İslam Ansiklopedisi Cilt-6, S: 1075-1078, İstanbul
- Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret Korunmasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. NWSA-Social Science, 10 (2), 58-75.
- Duman, S. (2018). Kastamonu'ya Gelen Kayak Turistlerinin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kastamonu.
- Emekli G., (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm Ege Coğrafya Dergisi, 15, 51-59, İzmir.
- Gungor, A., Ve Alperen, K. Ö. K. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüceği Tatlısı Örneği. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Gümbür, S. (2019). Yöresel ürün üretimi yapan kadınların sosyo-ekonomik analizi: Kahramanmaraş ili örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- İslamoğlu, H. (2009). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. İzmit: Beta Yayınları.
- Jick, T. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24 (4), 602-611.

- Karaca, O. B. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 17-39.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling For Qualitative Research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Mathison, S. (1988). Why Triangulate? *Educational Researcher*, 17, 2, 13-17.
- Mercan, Ş. O., ve Üzülmmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Nelson V. (2015). "Place Reputation: Representing Houston, Texas As A Creative Destination Through Culinary Culture". *Tourism Geographies*, Vol. 17, No. 2, (2015), 192-207.
- Oguz, S. (2020). Sokak Yemeklerinden Yiyecek Bölgelerine-Kentsel Mekânda Gastronomi Hizmetleri Ve Mutfak Turizmi: Adana Örneği. *Artıbilim Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2).
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Patton, M. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Pozantı Belediyesi (2022). Erişim adresi: <https://www.pozanti.bel.tr/haberler/gastronomi-treni-pozanti-da>, Erişim Tarihi: 25.11.2022
- Seçim, Y. (2018). Yöresel Bir Ürün Olan Konya Etlikmeği ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 197-209. DOI: 10.21325/jotags.2018.304.
- Şakar, G.D. (2012). Pazarlama Araştırmalarında Çeşitleme Triangulation Yaklaşımı Kullanımına Yönelik Bir Analiz. *Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 65-82.
- T.C Pozantı Kaymakamlığı (2022). Pozantı, <http://html.pozanti.gov.tr/ilcemizin-tarihcesi-ve-genel-durum>, Erişim Tarihi: 24.11.2022.
- Tıraş, M. (2002). Ulaşımın yerleşmeye etkisine bir örnek" Pozantı". *Türk Coğrafya Dergisi*, (38), 121-131.
- Türk Patent Kurumu (2022). Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 06.10.2022)
- Üzülmmez, M., & Akdağ, G. (2020). Gastronomi turizminde yeni tur rotaları: 3 A (Adana-Antep-Antakya) lezzet bölgesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 51-63.
- Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö., & Akpulat, N. A. (2017). Coğrafi işaretleme kapsamında Kocaeli gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32), 132.
- Wach, E. (2013). Learning about qualitative document analysis.
- Yayla, Ö., & Ergün, G. S. (2020). Sosyal Bilimlerde Paradigma İkilemi: Turizm Alanında Yazılmış Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1624-1639.

Yıldırım, A., Şimşek H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yılmaz G. Özdemir B. "Yerel Gastronominin Tanıtım Materyallerindeki Yeri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Bir Araştırma", 1. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators, 28-30 May 2015, Turkey. 760-780.



ISSN: 2651-2742

2025 - Cilt: 8 Sayı: 1

Sayfa: 47-57.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 10.02.2025

Kabul Tarihi: 30.06.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

**AMBALAJLI ATIŞTIRMALIK GIDALARDA KULLANILAN GIDA KATKI
MADDELERİNİN BİLİNİRLİK DÜZEYİ: GİRESUN İLİ ÖRNEĞİ**

Awareness Level Of Food Additives Used In Packaged Snack Foods: Example Of Giresun Province

1. İbrahim Tuğkan ŞEKER*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

2. Hilal KAYA

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Milli Eğitim Bakanlığı

Özet

Günümüzde hızla değişen ve gelişen gıda sanayisi, bireylerin zamanlarının büyük bir bölümünü dışarıda geçirmesi ve teknolojik gelişmelerle birlikte hazır gıda tüketiminin artmasına neden olmuştur. Bu durum, gıda katkı maddelerinin kullanımında da artışa yol açmıştır. Özellikle atıştırma gıda ürünlerinin kolay erişilebilir olması ve tüketicilerin bu ürünlerdeki katkı maddelerinin dozlarına dikkat etmemesi, çeşitli sağlık sorunlarına zemin hazırlamaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, Giresun ilindeki bireylerin atıştırma gıda ürünleri tüketme sıklıkları ve bu ürünlerde bulunan gıda katkı maddeleri hakkındaki bilgi düzeylerini belirlemektir. Tüketicilerin katkı maddeleri ile ilgili bilinirlik düzeylerini ölçmeyi hedefleyen bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan anket formları iki bölümden oluşmaktadır. Anket formlarının ilk bölümünde katılımcıların tanıtıcı özelliklerine yönelik, sorulara yer verilmiştir. Veri toplama aracının ikinci bölümünde yer alan ölçekte 39 ifade yer almaktadır ve bu ölçek 5'li likert tipinde hazırlanmıştır. Araştırmada, 201 katılımcıdan oluşan gönüllü bir örneklem kullanılmıştır. Bulgular, katılımcıların gıda katkı maddelerinin bilinirliği konusunda genel olarak iyi bir bilgi düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların eğitim düzeyinin gıda katkı maddeleri bilgisi üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların, gıda katkı maddelerinin kullanım amaçlarını değerlendirmeleri istendiğinde, katkı maddelerinin raf ömrünü uzatmak, tat ve renk kalitesini artırmak gibi işlevlere hizmet ettiğini belirttikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Atıştırma, Ambalajlı Gıda Ürünleri, Gıda Katkı Maddeleri

* Sorumlu Yazar: tseker@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Şeker, İ. T. ve Kaya H. (2025). Ambalajlı Atıştırma Gıdalarda Kullanılan Gıda Katkı Maddelerinin Bilinirlik Düzeyi: Giresun İli Örneği, Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, , 8(1), 47-57.

Abstract

Today, the rapidly changing and developing food industry has caused individuals to spend a large part of their time outside and technological developments to increase the consumption of ready-made food. This has also led to an increase in the use of food additives. Especially the easy accessibility of snack food products and the fact that consumers do not pay attention to the doses of additives in these products pave the way for various health problems. The main purpose of this research is to determine the frequency of consumption of snack products by individuals in Giresun province and their level of knowledge about the food additives contained in these products. A survey was used as a data collection tool in this research, which aims to measure consumers' awareness levels about additives. The survey forms used consist of two parts. The first part of the survey forms included questions regarding the descriptive characteristics of the participants. The scale in the second part of the data collection tool contains 39 statements and this scale was prepared in a 5-point Likert type. A voluntary sample of 201 participants was used in the study. The findings show that the participants generally have a good level of knowledge about the awareness of food additives. Additionally, it was determined that the education level of the participants had a positive effect on their knowledge of food additives. When participants were asked to evaluate the purposes of use of food additives, it was observed that they stated that the additives served functions such as extending the shelf life and improving the quality of taste and color.

Key words: Snack foods, Packaged foods, Food additives

1. GİRİŞ

Beslenme, en temel ihtiyaçlardan biri olup, bu ihtiyacı karşılama biçimimiz zamanla değişmiştir ve günümüzde hazır gıda tüketimi oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Yiyecek ve içecek sektöründeki değişim ve gelişmeler, gıda ürünlerinde katkı maddelerinin kullanılmasına neden olmaktadır. Katkı maddelerinin kullanımı, gıda endüstrisinde önemli avantajlar sağlasa da, belirlenen miktarlarda kullanılmadığı takdirde sağlık üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Yapılan araştırmalar, fazla tüketilen gıda katkı maddelerinin sağlığa zarar verebileceğini göstermektedir (Akbulut, 2011). Gıda katkı maddelerinin denetimsiz kullanımı, üretim veya tüketim aşamasındaki bireylerin bilinçsizliği gibi nedenler, sağlık açısından tehlike arz etmektedir. Atman (2004) çalışmasında, gıda katkı maddelerinin kullanım sınırlarına uyulmadığı takdirde, bu maddelerin tüketiciler için sağlık riski oluşturabileceğine dikkat çekmiştir. Paketli gıdaların tüketiminin insan sağlığını geliştirme veya koruma amacı güttüğü vurgulansa da, içeriğindeki katkı maddelerinin zararları sıklıkla göz ardı edilmektedir. Özellikle son dönemlerde yapılan reklamlarda ve ürün tanıtımlarında 'katkı maddesi içermez' veya 'hiçbir koruyucu madde içermemektedir' gibi ifadelerle tüketiciler yanıltılmakta, etiket okuma alışkanlığı olmayan kişiler, ürünün içeriğinin sağlıklı olduğuna inanabilmektedir. Etiket okuma alışkanlığı olan tüketicilerde ise, kullanılan katkı maddelerinin yalnızca E kodlarıyla yazılması ve bu kodların küçük puntolarla yazılması nedeniyle, gıda katkı maddeleri genellikle anlaşılmamaktadır. Bu bağlamda, gıda katkı maddelerinin denetimi ve sınırlandırılmasının yanı sıra, etiket okuma alışkanlığının kazandırılması da büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Giresun ilinde atıştırılmalık gıda ürünlerini tercih eden tüketicilerin, bu ürünlerdeki katkı maddeleri hakkında bilgi

düzeylerini, tutum ve davranışlarını belirlemektir. Bu doğrultuda, tüketicilerin ambalaj okuma alışkanlıkları ve okuduklarını anlayabilme durumları tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günümüzde bireylerin yaşam koşulları ve iş yoğunluğu gibi faktörler nedeniyle yemek hazırlamaya yeterli zaman ayıramamaktadır. Özellikle son yıllarda yaşanan pandemi süreci, tüketim alışkanlıklarını değiştirmiş ve fast food ile paketli gıda ürünlerinin tüketimi artmıştır. Bu artış, vücudumuza alınan gıda katkı maddelerinin miktarını da artırmış, dolayısıyla etiket okuma alışkanlıklarının önemi ön plana çıkmıştır. . Etiket okuma alışkanlığı, tüm besin türleri için önemli olmakla birlikte, özellikle sık tüketilen atıştırılmalık gıda ürünlerinde daha büyük bir önem taşımaktadır.

Atıştırılmalıklar, çabuk tüketime uygun, doyurucu özellikler taşıyan ve genellikle özel günlerde ya da çeşitli aktivitelerde tüketilen, bazen de psikolojik ihtiyaçları karşılayan gıda ürünleri olarak tanımlanabilir (Garipağaoğlu ve Yoldaş, 2016). Türkiye'de atıştırılmalık gıda ürünlerinin tüketim sıklığı, Türkiye Beslenme Sağlık Araştırması verilerine göre, sırasıyla çikolata, gofret, cips, içecekler ve hazır tatlılar olarak belirlenmiştir. Bu ürünlerin tamamı ambalajlanmaktadır. Ambalaj, bir ürünün korunmasını sağlayan, taşıma ve satış aşamalarında çeşitli malzemelerle sarmalanan ya da kaplanan bir materyaldir (Kocamanlar, 2009). Gıda ambalajı, ürünün dış etkenlere karşı korunmasını sağlayan, aynı zamanda gıda ile temasta herhangi bir sorun yaratmayan materyallerden üretilmiş kılıf, sargı ve kaplar olarak tanımlanır (Çelik veTümer, 2016). Ambalajda yer alan besin etiketleri, beslenme bilgilerini, alerjen durumları, kalori miktarları gibi bilgileri içererek tüketiciyi bilgilendiren önemli bir materyaldir (Sezgin vd., 2020). Etiket "içindekiler" kısmında, kullanılan katkı maddelerinin de belirtilmesi gerekmektedir.

Gıda katkı maddelerinin doğal kullanımı, çok eski tarihlere kadar gitmektedir. Gıda ürünlerinin sanayileşmesiyle birlikte, 19. yüzyılda benzoik asit, sakarin ve sodyum karbonat gibi maddeler gıda üretiminde kullanılmaya başlanmıştır (Akbulut, 2011). Gıda üretiminin sanayileşmesi ve eklenen katkı maddelerinin artması sonucu, bu maddelerin kullanımıyla ilgili yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Gıda katkı maddeleri, 1962-1965 yılları arasında alınan kararlar doğrultusunda, her bir katkı maddesinin önüne 'E' harfi eklenerek etiketlere yerleştirilmiştir. 'E' harfi, Avrupa Birliği'ni (European Union) temsil eder ve Avrupa Birliği ülkelerinde kullanılan katkı maddelerinin standartlara uygun olarak, belirli oranlarda kullanılması gerektiğini gösterir. Etiketlerde, gıda katkı maddelerinin 'E' kodlarıyla belirtilmesi zorunludur. Örneğin, E621 (monosodyumglutamat), E102 (tartrazin) gibi katkı maddeleri, bu şekilde etiketlerde yer almalıdır (Atman, 2004). Ancak, bazı gıda katkı maddeleri, E kodu ile belirtilmemektedir. Örneğin, aroma vericiler gibi geniş bir yelpazeye sahip olan maddeler için E kodu verilmemektedir (Türker, 2011). Ayrıca sebze, meyve, doğal renklendirici maddeler ve baharatlar da E kodu almazlar (Şimşek, 2011). E kodlarının yanında yer alan numaralar ise, katkı maddesinin hangi sınıfa ait olduğunu belirtir (Gürler ve ark. 2023). Gıda katkı maddelerinin sınıflandırılması şu şekilde yapılmaktadır:

- Koruyucular : E200-E285-E330-E1105
- Antioksidanlar: E300-E321
- Emülgatörler, Stabilizatörler, Kalınlaştırıcılar, Jelleştiriciler: E400-E495-E322-E1103
- Tatlandırıcılar: E950-E959-E420-E421-E965-E966-E967

- Renklendiriciler: E100-E180

Türkiye'deki gıda katkı maddelerinin kullanım esasları, Türk Gıda Kodeksi Kanunu Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliğine göre düzenlenmekte ve Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından denetlenmektedir. Bu yönetmelik kapsamında, monosakkaritler, disakkaritler, oligosakkaritler, çeşniler, aroma vericiler, pektin içeren maddeler, sakız mayaları, beyaz ve sarı dekstrin, amonyum klorür, yenilebilir jelatin, süt proteini, gluten, glutamik asit, sistein, sistin, glisin, kazeinatlar, kazein ve inülin gibi maddeler, gıda katkı maddesi olarak kabul edilmemektedir (Çalışır ve Çalışkan, 2003).

Gıda katkı maddelerinin tanımı Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'nde, "tek başına gıda olarak tüketilmeyen, gıda ham veya yardımcı maddesi olarak kullanılmayan, besleyici değeri olmayan ya da olan, seçilen teknoloji gereği kullanılan, işlem veya üretim sırasında gıda maddesinin tat, koku, görünüş, yapı ve diğer niteliklerini korumak, istenmeyen değişikliklere engel olmak ve düzeltmek amacıyla kullanılan maddeler" olarak yapılmıştır (Çalışır ve Çalışkan, 2003).

Bu araştırmanın temel amacı, Giresun ilindeki bireylerin atıştırmalık ürünleri tüketme sıklıkları ve bu ürünlerde bulunan gıda katkı maddeleri hakkındaki bilgi düzeylerini belirlemektir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, bireylerin atıştırmalık gıda ürünlerinin ambalajlarında yer alan etiket içeriklerine ilişkin gıda katkı maddeleri okuryazarlık düzeylerini incelemek ve bu doğrultuda bireylerin farkındalıklarını değerlendirmektir. Elde edilen veriler ışığında çeşitli tanımlamalar ve açıklamalar yapılmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket formunda, 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek kapsamında, "Kesinlikle Katılıyorum" seçeneğine 5, "Katılıyorum" seçeneğine 4, "Kararsızım" seçeneğine 3, "Katılmıyorum" seçeneğine 2 ve "Kesinlikle Katılmıyorum" seçeneğine 1 puan verilerek veri toplama ölçeği oluşturulmuştur.

Araştırmanın evreni, Giresun ili merkezinde atıştırmalık paketli ürünlerin satıldığı alışveriş merkezlerinden alışveriş yapan bireylerdir. Anket çalışmasına gönüllü olarak katılmayı kabul eden 201 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket soruları, ölçek ve alt boyutlarının tespitinde Nuran ERDEM'in yüksek lisans tezinden yararlanılmıştır (Erdem, 2014).

Toplanan veriler, SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Veri setinin normal dağılıma uygunluğunu test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve bu değerlerin referans aralıkları içinde olduğu görülmüştür. Buna dayanarak, bağımsız iki grup ortalamasının karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t-testi, bağımsız üç veya daha fazla grup ortalamalarının karşılaştırılmasında ise ANOVA testi uygulanmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 1. Verilerle İlgili Temel Bilgiler

Cinsiyet	Sayı (n)	Oran (%)
Kadın	110	54,7
Erkek	91	45,3
Toplam	201	100,0
Yaş grup		
24 yaş altı	71	35,3
25-35 arası	62	30,8
36 ve üzeri yaş	68	33,8
Toplam	201	100,0
Meslek		
Çalışmıyor	30	14,9
Memur	21	10,4
İşçi	62	30,8
Serbest meslek	53	26,4
Öğrenci	35	17,4
Toplam	201	100,0
Eğitim		
Okuryazar değil	11	5,5
Okuryazar	5	2,5
İlkokul mezunu	19	9,5
Ortaokul mezunu	29	14,4
Lise mezunu	76	37,8
Üniversite mezunu	51	25,4
Yüksek lisans mezunu	10	5,0
Toplam	201	100,0

Çalışmaya gönüllü katılım sağlayan katılımcıların gıda katkı maddelerine yönelik çoktan seçmeli sorulara vermiş oldukları cevapların dağılımına Tablo 2’ de yer verilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar sırası ile; Hangisi gıda katkı maddesidir sorusuna %24,9’unun renk, koku, tat veren maddeler olarak düşündüğü beyan edilmiştir. Kullanılan katkı maddeleri nelerdir sorusuna verilen cevapların %40,8’inin aroma, renk ve tatlandırıcı olarak düşündüğü görülmüştür. Katkı miktarını ayarlayan kurum ve kuruluşlar sorusuna verilen cevapların %96,5’inin Tarım ve Ormanlık Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı olduğu belirlenmiştir. Son olarak ise katkı maddesinin kullanım amacı sorusuna ise büyük bir çoğunluğun raf ömrünü uzatmak, tadını güzelleştirmek ve rengini güzelleştirmek için kullanıldığı şeklinde cevap verdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Gıda Katkı Maddesine Yönelik Sorulara Verdikleri Cevapların Dağılımı

GKM nedir	Sayı (n)	Oran (%)
Renk tat koku, veren maddeler	50	24,9
Koruyucu, raf ömrünü uzatan	47	23,4
Görüntüsünü güzelleştiren	22	10,9
Tat kıvam vererek çekici hale getiren	40	19,9
Sağlığa zararlı maddeler	42	20,9
Toplam	201	100
Kullanılan katkı maddeleri nelerdir		
Aroma, renk ve tatlandırıcılar	82	40,8

Kıvam verici, güzel görüntü yapıcı	19	9,5
Şeker fosfat vb gruplar	47	23,4
Diğer	53	26,4
Toplam	201	100,0
Katkı miktarını ayarlayan kurum ve kuruluşlar*		
Gıda, Tarım ve Hayvancılık bakanlığı	194	96,5
Sağlık Bakanlığı	134	66,7
Belediyeler	27	13,4
Valilik	17	8,5
Çevre bakanlığı	14	7,0
Katkı maddesi kullanım amacı*		
Raf ömrünü uzatmak için	162	80,6
Tadını güzelleştirmek için	168	83,6
Rengini güzelleştirmek için	149	74,1
Kıvamını sağlamak için	123	61,2
Mikrop üremesini önlemek için	82	40,8
Topaklanma (tuzlarda)önlemek için	62	30,8

* Çoktan seçmeli olduğu, için toplamı 100 üzerinden değerlendirilmedi

Gıdalarda kullanılan katkı maddelerine yönelik görüşler ölçeğinde (GKKMYGÖ) veri setinin faktör analizine uygunluğunu test edebilmek için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi uygulanmıştır. Görüş ölçeğinin geçerliğinin KMO değeri 0.50'nin üzerinde olduğundan ve Bartlett testi de 0.05 önem derecesinde anlamlı olduğundan, veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur (KMO= 0.586; χ^2 Bartlett test (435) = 960.731; p= 0.0001). Analizler sonucunda 3 faktör elde edilmiştir (Erdem, 2014). Alt faktörler;

- Katkı maddelerine yönelik bilinçli tüketici görüşleri (KMYBTG)
- Katkı maddelerine yönelik önlem almayı savunan tüketici görüşleri (KMYÖASTG)
- Katkı maddelerini yönelik olumsuz tüketici görüşleri (KYYOTG)

Şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 3. Meslek Gruplarının GKKMYGÖ'ne Göre Farklılığını Belirlemeye Yönelik Analiz Sonuçları

		N ?	Ortalama	Standart sapma	Min.	Mak.	Test/p
KYYOTG	Çalışmıyor	30	3,81	0,41	2,91	4,64	1,317 ,265
	Memur	21	3,90	0,49	2,82	5,00	
	İşçi	62	3,73	0,45	2,73	4,73	
	Serbest meslek	53	3,69	0,46	2,64	5,00	
	Öğrenci	35	3,64	0,48	2,64	5,00	
	Toplam	201	3,73	0,46	2,64	5,00	
KMYBTG	Çalışmıyor	30	3,52	0,39	2,91	4,27	1,903 ,112
	Memur	21	3,74	0,52	2,86	5,00	
	İşçi	62	3,47	0,45	2,73	5,00	

Ambalajlı Atıştırılabilir Gıdalarda Kullanılan Gıda Katkı Maddelerinin Bilinirlik Düzeyi: Giresun İli
Örneği

	Serbest meslek	53	3,49	0,43	2,95	4,64	
	Öğrenci	35	3,44	0,31	2,95	4,32	
	Toplam	201	3,51	0,43	2,73	5,00	
KMYÖASTG	Çalışmıyor	30	3,87	0,43	2,83	4,50	2,605 ,037
	Memur	21	4,26	0,56	3,00	5,00	
	İşçi	62	3,78	0,68	2,17	5,00	
	Serbest meslek	53	3,78	0,69	1,83	5,00	
	Öğrenci	35	3,90	0,62	2,67	5,00	
	Toplam	201	3,86	0,64	1,83	5,00	
ÖLÇEK	Çalışmıyor	30	3,66	0,31	3,26	4,38	2,351 ,046
	Memur	21	3,96	0,47	2,90	5,00	
	İşçi	62	3,59	0,40	2,90	4,92	
	Serbest meslek	53	3,59	0,42	2,95	4,79	
	Öğrenci	35	3,57	0,35	3,03	4,62	
	Toplam	201	3,63	0,40	2,90	5,00	

Tabloda katılımcı meslek gruplarının GKMYGÖ ve alt boyutlarına göre farklılaşmasını belirlemeye yönelik yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre katılımcı yaş gruplarının KYYOTG alt boyutuna göre farklılığı (p:0.265) ve KMYBTG alt boyutuyla olan farklılığı (p:0.112) önemsiz bulunurken; KMYOASTG alt boyutuyla (p:0.037) ve ölçek tamamıyla (p:0.046) olan farklılığı önemli bulunmuştur.

Tablo 4. Eğitim Durumlarının GKMYGÖ'ne Göre Farklılığını Belirlemeye Yönelik Analiz Sonuçları

		N	Ortalama	Standart sapma	Min.	Mak.	Test /p
	Okuryazar değil	11	3,63	0,47	2,73	4,27	1,025
KYYOTG	Okuryazar	5	3,73	0,25	3,45	4,09	,410
	İlkokul mezunu	19	3,81	0,52	2,91	5,00	
	Ortaokul mezunu	29	3,57	0,50	2,64	5,00	
	Lise mezunu	76	3,74	0,45	2,64	5,00	
	Üniversite mezunu	51	3,81	0,46	2,82	4,64	
	Yüksek lisans mezunu	10	3,76	0,27	3,45	4,09	
	Toplam	201	3,73	0,46	2,64	5,00	
KMYBTG	Okuryazar değil	11	3,25	0,39	2,82	4,27	2,052
	Okuryazar	5	3,60	0,42	3,00	4,05	,041
	İlkokul mezunu	19	3,64	0,49	2,77	4,64	
	Ortaokul mezunu	29	3,42	0,41	2,91	5,00	
	Lise mezunu	76	3,46	0,41	2,82	5,00	
	Üniversite mezunu	51	3,68	0,42	2,73	4,41	
	Yüksek lisans mezunu	10	3,70	0,36	3,09	4,32	
	Toplam	201	3,51	0,43	2,73	5,00	

Ambalajlı Atıştırılabilir Gıdalarda Kullanılan Gıda Katkı Maddelerinin Bilinirlik Düzeyi: Giresun İli
Örneği

KMYÖASTG	Okuryazar değil	11	3,53	0,52	2,83	4,67	2,023
	Okuryazar	5	3,33	0,87	1,83	3,83	,044
	İlkokul mezunu	19	3,99	0,57	2,83	5,00	
	Ortaokul mezunu	29	3,71	0,59	2,67	5,00	
	Lise mezunu	76	3,91	0,58	2,83	5,00	
	Üniversite mezunu	51	4,11	0,76	2,17	5,00	
	Yüksek lisans mezunu	10	4,18	0,51	3,17	4,67	
	Toplam	201	3,86	0,64	1,83	5,00	
ÖLÇEK	Okuryazar değil	11	3,25	0,36	2,92	4,33	1,948
	Okuryazar	5	3,59	0,40	2,95	3,95	,043
	İlkokul mezunu	19	3,74	0,42	3,15	4,79	
	Ortaokul mezunu	29	3,50	0,40	3,00	5,00	
	Lise mezunu	76	3,61	0,39	2,90	4,92	
	Üniversite mezunu	51	3,70	0,41	2,90	4,44	
	Yüksek lisans mezunu	10	3,79	0,27	3,31	4,23	
	Toplam	201	3,63	0,40	2,90	5,00	

Tabloda katılımcıların eğitim durumlarının GKKMYGÖ ölçeği ve alt boyutlarına göre farklılığını belirlemeye yönelik yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde eğitim durumunun KYYOTG alt boyutuyla (p:0.410) farklılığı önemsiz bulunurken; KMYBTG alt boyutuyla (p:0.041); KMYÖASTG alt boyutuyla (p:0.044) ve ölçek tamamıyla (p:0.043) farklılığı istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur.

5. TARTIŞMA ve SONUÇ

Giresun ili kapsamında yapılan anket çalışmasından elde edilen verilere göre lise ve üniversite düzeyinde eğitimi olan bireylerin etiket okuma alışkanlığı kazandığı bilgisine ulaşılabilmektedir. Yapılan bir çalışmada sağlıklı besin tercih etmenin eğitim seviyesi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir (Mukudi 2003). Bu bağlam da yapılan benzer bir çalışmada (Güneş vd. 2014) ise paketlenmiş gıda ürünlerini tüketen kişilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe içerik bilgileri de arttığından dolayı besin etiketlerini okuma alışkanlığının da arttığı tespit edilmiştir.

Kırcı (2021) tarafından yürütülen çalışmada; ‘gıda katkı maddesi nedir’ sorusuna verilen cevaplar raf ömrünü uzatmak, koku veya tadını düzenlemek için kullanılan maddeler olarak tanımlanmaktadır. Bizim çalışmamızda ise verilen yanıtlar aroma, renk ve tatlandırıcı şeklinde tanımlanmakta, ürünlerin de fosfat, şeker gibi ürünler olduğu belirtilmektedir.

Shim ve arkadaşları (2011)’nın yapmış olduğu çalışmasında yer alan gönüllü katılımcıların vermiş olduğu cevaplara göre gıda katkı maddelerinin raf ömrünü uzattığına dair soruya %34 bizim çalışmamızda ise bu soruya %23,4 oranında katılım sağlanmıştır. Harsha ve arkadaşları (2013)’nın yapmış olduğu çalışma kapsamında elde edilen verilerin %49,6 oranında tatlandırıcıların kullanılmasına dair yeterli bilgiye sahip olduğu belirtilmiştir. Bizim çalışmamızda da kullanılan gıda katkı maddelerinin aroma, renk verici, tatlandırıcı şeklinde olduğunu düşünen %40,8 katılımcı görüşü elde edilmiştir.

Kayıoğlu ve Coşkun (2016)’un elde ettiği verilere göre katılımcıların %69’u tadını güzelleştirmek için kullanıldığını düşünürken bizim çalışmamızda bu oran %83,6 şeklindedir.

Aynı çalışmada rengini güzelleştirmek için kullanıldığına dair verilen cevap %63.7 şeklinde iken bizim çalışmamızda %74,1 olarak tespit edilmiştir. Jackey ve arkadaşlarının 2017 yılında yapmış oldukları çalışmanın sonucunda cinsiyet faktörünün etiket okumada etkili olduğunu belirtse de bizim çalışmamızda cinsiyet faktörünün önemsiz olduğu sonucuna varılmıştır.

Yentür ve Bayhan (1990) çalışmalarında almış oldukları numuneler sonucunda meyve suyunda sorbik asit ve benzoik asit kullanım sınırlarının aşıldığını tespit etmiştir. Başka bir çalışma da ise Çakır (2011) tarafından meyve suyu, hazır çorba, salça gibi yaklaşık 109 gıda ürünüde sorbik asit ve benzoik asit varlığı tespit edilmiştir. Soyutemiz ve Özenir (1996) de almış oldukları numuneler sonucunda sucuk, salam, sosis gibi ürünlerde belirli oranlarda limitlerin üzerinde nitrit ve nitrat içerdiğini tespit etmiştir. Yine benzer bir çalışmada da Sezer ve arkadaşları (2013) tarafından salam ve sosis örnekleri alınmış kullanımına izin verilen limitlerin üzerinde nitrit ve nitrat kullanıldığı tespit edilmiştir. Tüm bu çalışmalar bizim çalışmamızda yer alan 'Piyasada satılan ürünlerde yasaklanmış bazı katkı maddelerinin kullanıldığını, bazı katkı maddelerinin de gereğinden fazla kullanıldığını' beyan eden (%67,6); Besinlerin işlenmesi sırasında kimyasal maddelerin (nitrit, nitrat, renklendiriciler, tatlandırıcılar vb.) kullanılması zararlı olduğu kanaatinde olan(%83,6) katılımcı görüşlerini destekler niteliktedir.

Katılımcıların çalışmamızda yer alan 'katkı maddelerini ayarlayan kurumlar veya kuruluşlar nelerdir' sorusuna verdikleri cevap Tarım ve Orman Bakanlığı şeklinde iken benzer çalışmalarda bu soruya verilen cevaplar şu şekildedir; Bilgin ve arkadaşları (2022) yapmış olduğu çalışmada Tarım ve Orman bakanlığı şeklinde yanıt alındığı görülmüş olup , Erdem (2014)'in çalışmasında ise katılımcılar Tarım ve Orman Bakanlığı şeklinde yanıtlar vermiş ve bizim çalışmamızla benzer bir sonuca varıldığı tespit edilmiştir.

Anket çalışmasında yer alan 'Gıda katkı maddeleri kanser yapıcıdır' ifadesine ve 'Hazır ve yarı hazır gıdalarda kullanılan katkı maddelerinden bazıları alerji, migren, gut ve hiperaktivite gibi hastalıkları tetikleyebilir' ifadesine verilen cevaplar kararsızım yönünde iken yapılan bazı çalışmalar kapsamında gıda katkı maddelerinin farelerde gerçekleştirilen deneyler sonucunda kanserli hücre oluşturabileceği kanısına varılmıştır. Aynı zamanda yapılan başka bir çalışma kapsamında ise alerjik reaksiyonlara, kansorejen etkiye ve hiperaktiviteye neden olabileceği ön görülmüştür.

Çalışmamızda yer alan 'Glutamat baş ağrısı, ensede yanma, göğüste baskı hissi, terleme ve ürtiker gibi belirti ve yakınmalara yol açabilir' ifadesine verilen cevap 'kararsızım' şeklindedir. Yapılan bazı çalışmalarda gıdalarda kullanılan koruyucu nitelikli katkı maddelerinin önerilen kullanım miktarlarının dışına çıkılması ile ödem, atopik dermatit, bazı kızarıklıklar, hipertansiyon, astım, karın ağrısı, hiperaktivite gibi alerjik reaksiyonlara neden olabileceği sonucuna varılmıştır (Ünlü ve Bayır 2022).

Sezek ve arkadaşları (2008) tarafından yapılan çalışmada, doğal üretilen ürünlerin daha sağlıklı olduğuna katılan görüşler %83.2 oranında iken bizim çalışmamızda yer alan ' doğal olarak üretilen yiyecek ve içecekler, suni destekle üretilenlere göre daha sağlıklıdır' şeklindeki anket sorusuna %69.2 oranında katılım sağladığı ve bu çalışmayı destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir. Sezek ve arkadaşlarının (2008) çalışmasında katılımcılar içeriğini bilmediği besinleri tüketmekten kaçındığını (%44,8) ifade ederken bizim çalışmamızda yer alan katılımcıların görüşleri de(%67,6) bu çalışmayı destekler niteliktedir.

Çınar ve Sağlık (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların %53 oranında besin etiketlerinin yazım şekli ve boyutunun yetersiz olduğunu düşündükleri görüşüne varılmıştır.

Bu görüş anket çalışmamızda yer alan “etiketlerin üzerindeki açıklama bölümleri anlaşılır olmalı, yazı karakterleri okunaklı olmalıdır” sorusuna verilen %58,8 katılımcı görüşleri ile çalışmaların birbirini destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmamıza katılım sağlayan bireylerin ‘gıdalarda kullanılan gıda katkı maddeleri nelerdir’ sorusuna vermiş oldukları cevap genellikle aroma, renk ve tatlandırıcı olduğu şeklindedir.

6. KAYNAKÇA

- Akbulut, M. (2011). Gıda katkı maddeleri: fonksiyonları ve kaynakları. 1. Ulusal Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi Gıda Katkı Maddeleri: Sorunlar ve Çözüm Önerileri Kongre Kitabı. 19-20 Kasım. Ankara: Pozitif Tanıtım Hizmetleri, 59-68.
- Altuğ, T. (2009). Gıda Katkı Maddeleri, İzmir: Sidas yayınları.
- Atman, Ü. C. (2004). Gıda Katkı Maddeleri ve Gıda Kontrolü. Sted, 13 (3), 86-88.
- Bilgin, M. G., Güneş Bayır, A., Türk, S. N., Uçaş, İ. (2022). Bireylerin Gıda Katkı Maddeleri Ve Etkileri Konusunda Bilgi Ve Farkındalık Durumlarının Değerlendirilmesi. İstanbul Rumeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 1(1), 1-12.
- Çakır, R. (2011). Bazı Gıda Ürünlerinde Sorbik Asit ve Benzoik Asit Varlığının Tespiti, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çelik, İ. ve Tümer G. (2016). Gıda Ambalajlamada Son Gelişmeler, Akademik Gıda, 14(2):180-188
- Çınar, R. ve Sağlık, E. (2006). Perakende Gıda Ürünlerinde Etiketin Önemi Tüketiciler Üzerindeki Etkileri ve Bir Alan Araştırması. Pazarlama Dünyası, vol.20, no.4, 32-41.
- Erdem, N. (2014). Tüketicilerin Hazır ve Yarı Hazır Gıdalarda Kullanılan Gıda Katkı Maddelerine Yönelik Görülerinin İncelenmesi (Konya İli Örneği)’ Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erden Ç. Z. (2003). Gıda Katkı Maddeleri ve İnsan Sağlığı Üzerine Etkileri, Ankara Ecz. Fak. Derg. J. Fac. Pharm, 32 (3) 207-206,
- Garipağaoğlu, M. ve Yoldaş, H. (2019). Çocuk Beslenmesi ve Sağlıklı Atıştırılmalıklar. Klinik Tıp Pediatri Dergisi, 11(5), 255-261.
- Gül, F. ve Dikmen, D. (2018). Kadın Tüketicilerde Besin Etiket Okuma Alışkanlıkları ve Alerjen Bilgi Düzeyinin Saptanması. Beslenme ve Diyet Dergisi, vol.46, no.2, 157-165.
- Güneş, F. E., Aktaç, Ş., Korkmaz, B. İ. O. (2014). Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları. Akademik Gıda, 12(3), 30-37.
- Gürler Z., Kara, R., Salim, M. N., Soylu, A. ve Uğurlu, D. (2023). Et Ürünlerinde Kullanılan Gıda Katkı Maddeleri. Ankara: Hiperlink Eğitim İletişim Yayın Gıda Sanayi ve Pazarlama
- Harsha, H. N., Jha, A. K., Taneja, K. K., Kabra, K., & Sadig, H. M. (2013). A Study on Consumer Awareness, Safety Perceptions and Practices About Food Preservatives and Flavoring Agents Used in Packed/Canned Foods From South India, National Journal of Community Medicine, 4 (3): 402-406.
- Jackey, B. A., Cotugna, N., Orsega-Smith, E. (2017). Food label knowledge, usage and attitudes of older adults. Journal of nutrition in gerontology and geriatrics, 36(1), 31-47.
- Kayısoğlu, S. ve Coşkun, F. (2016). Tüketicilerin Gıda Katkı Maddeleri Konusundaki Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi, IOSR Çevre Bilimi, Toksikoloji ve Gıda Teknolojisi Dergisi (IOSR-JESTFT), 10 (8): 53-56.

- Kırcı, T. E. (2021). Ambalajlı Gıda Ürünlerine Yapılan Paket Küçültmelerine İlişkin Farkındalık ve Tüketici Bilincinin Satın Alma Niyetine Etkisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Mukudi, E. (2003). Education and nutrition linkages in Africa: evidence from national level analysis. *International Journal of Educational Development*, 23(3), 245-256.
- Özgen, I. ve Hazarhun, E. (2019). Gıda Etiketlerindeki E-Kodlu Katkı Maddelerinin Helal Gıda Kapsamında İncelenmesi, *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 22(41). 481-502
- Shim, S. M., Seo, S. H., Lee, Y., Moon, G. I., Kim, M. S., ve Park, J. H. (2011). Consumers Knowledge and Safety Perceptions of Food Additives: Evaluation on The Effectiveness of Transmitting Information on Preservatives, *Food Control*, 22 (7): 1054-1060.
- Sezek, F., Kaya, E. ve Doğan, S. (2008). Üniversite öğrencilerinin genel beslenme alışkanlıkları, katkılı besinler hakkındaki bilgi, görüş ve tutumları, *Journal of Arts and Sciences*, (10), 117-134.
- Sezer, Ç., Öğün, M. ve Güven, A. (2013). Salam ve sosislerin bazı kimyasal özelliklerinin incelenmesi. *Kafkas Üniversitesi Vet. Fak. Derg.*,19 (1), 69-72.
- Sezgin, A. C., Ayyıldız, S., ve Durmaz, N. E. (2020). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Gıda Etiketlerini Okuma Düzeyleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29 Ekim Özel Sayısı), 3321-3343. <https://doi.org/10.26466/opus.750064>
- Soyutemiz, G. E. Ve Özenir, A. (1996). Bursa'da Tüketilen Sucuk, Salam, Sosis ve Pastırmalardaki Kalıntı Nitrat ve Nitrit Miktarlarının Saptanması, *Gıda*, 21(6).
- Şimşek, H. (2011). Gıda Katkı Maddeleri Rehberi, İstanbul: Fazilet Neşriyat Yayınevi.
- TGK Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği. (2013). T.C. Resmî Gazete, 28693, 30.06.2013.
- TGK Renklendiriciler ve Tatlandırıcılar Dışındaki Gıda Katkı Maddeleri Teblięi. (2008). T.C. Resmî Gazete, 26883, 22.05.2008.
- Türker, S. (2011). Gıda Katkı Maddelerinin Gıdalarda Kullanım Miktarları. 1. Ulusal Helâl ve Sağlıklı Gıda Kongresi, Ankara: Bildiriler (75-83).
- Ünlü, D. ve Güneş, B.A. (2022). Koruyucu Gıda Katkı Maddeleri ve Sağlığa Etkisi. *Akademik Et ve Süt Kurumu Dergisi*(4), 55-68.
- Yentür, G. ve Bayhan, A. (1990). Bazı Gıda Maddelerinde Sorbik Asit ve Benzoik Asit Miktarlarının Araştırılması, *Gıda*, 15(2).
- Yörük, N. G. ve Danyer, E. (2016). Gıda Katkı Maddeleri, Genel Bilgiler ve Tanımlar. *Türkiye Klinikleri Food Sciences - Special Topics 2016* , vol.2, no.2, 1-10.



ISSN: 2651-2742
2025 - Cilt: 8 Sayı:
1 Sayfa: 58-74.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi:19.02.2025

Kabul Tarihi: 02.07.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

**MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ MUHASEBE HATA VE HİLE İLE
MESLEK ETİĞİNE YÖNELİK ALGI VE TUTUMLARININ İNCELENMESİ:
SİVAS İLİ ÖRNEĞİ**

ANALYSIS OF THE PERCEPTIONS AND ATTITUDES OF ACCOUNTING PROFESSIONALS
TOWARDS ACCOUNTING ERRORS, FRAUD, AND PROFESSIONAL ETHICS: THE CASE OF
SİVAS PROVINCE

1. Seval ELDEN ÜRGÜP* 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
İ.İ.B.F.

2. Hilal GENÇER 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Özet

Muhasebe, iktisadi faaliyette bulunan kuruluşların günlük finansal işlemlerini kaydeden, sınıflandıran özetleyen, raporlayan, analizler yapan, yorumlayan bir sistemler bütünüdür. Bu sistem içerisinde işletmenin düzenlediği mali tabloların doğruluğunu etkileyecek iki temel unsur bulunmaktadır. Bunlar; hata ve hilelerdir. Muhasebe hata, hileleri ve buna bağlı olarak gelişen meslek etiği kavramı muhasebe bilgi sistemi içerisinde önemli bir faktördür. Bu çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hile ile meslek etiğine yönelik algı ve tutumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ilk önce hata ve hile kavramları ile hata ve hile arasındaki farklara değinilmiş, daha sonra meslek etiğinde bahsedilmiştir. Daha sonrasında ise bir anket formu düzenlenmiştir. Sivas Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odasına kayıtlı 384 muhasebe meslek mensubu bulunmaktadır. Meslek mensuplarından sadece 190'ı aktif olarak çalışmaktadır. Meslek mensuplarının hata ve hile ile meslek etiğine yönelik algı ve tutumları çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Anket formu aktif çalışan tüm meslek mensuplarına ulaştırılmıştır. Anket yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yapılan anketlerden yaklaşık %88.95 oranında geri dönüş sağlanmıştır. Ankete katılmayı kabul eden 169 meslek mensubu örneğinde bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde betimsel ve ilişkisel tarama

* Sorumlu Yazar: sevalelden@hotmail.com

Önerilen Atıf: Ürgüp Elden, S. ve Gencer, H. (2025). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata ve Hile İle Meslek Etiğine Yönelik Algı Ve Tutumlarının İncelenmesi: Sivas İli Örneği, Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, , 8(1), 58-74.

modellerinden yararlanılmıştır. Analizde t-testi, ANOVA, Post Hoc ve Tukey testi kullanılmıştır. Son olarak değişkenler arasında ki ilişki ve şiddetini ölçmek için korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışma sonunda elde edilen sonuçlara göre meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumların etik konusunda karşılaştıkları durumlar üzerinde pozitif yönde korelasyon tespit edilmiştir. Yani hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumlar arttıkça, etik konusunda karşılaşılan durumların da etkilendiği ve artış gösterdiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Meslek Mensubu, Hata, Hile, Meslek Etiği

Abstract

Accounting is a comprehensive system that records, classifies, summarizes, reports, analyzes, and interprets the daily financial transactions of economic entities. Within this system, two key factors affect the accuracy of financial statements prepared by organizations: errors and fraud. Accounting errors, fraud, and the concept of professional ethics that develops in relation to these factors are crucial elements of the accounting information system. This study aims to examine the perceptions and attitudes of accounting professionals toward accounting errors, fraud, and professional ethics. Within the scope of the study, the concepts of errors and fraud, as well as the differences between them, are first addressed. Subsequently, the concept of professional ethics is discussed, followed by the development of a survey form. In Sivas, there are 384 accounting professionals registered with the Chamber of Certified Public Accountants and Financial Advisors, of which only 190 are actively working. The perceptions and attitudes of these professionals toward errors, fraud, and professional ethics were examined based on various variables. The survey was distributed to all actively working professionals and conducted face-to-face. Approximately 88.95% of the surveys were completed and returned. A total of 169 professionals who agreed to participate formed the sample for analysis. Descriptive and relational statistical methods were used in the analysis of the collected data. T-tests, ANOVA, Post Hoc, and Tukey tests were employed. Additionally, correlation and regression analyses were conducted to measure the relationships and their intensity among variables. According to the results obtained, a positive correlation was identified between the situations encountered by professionals regarding errors and fraud and the ethical issues they face. In other words, as the frequency of encountering errors and fraud increases, the frequency of encountering ethical challenges also rises.

Keywords: Accounting Professionals, Errors, Fraud, Professional Ethics

1. GİRİŞ

Muhasebenin amacı para ile ölçülebilen mali nitelikteki olay ve prosedürleri belirli bir kayıt düzeni içerisinde izleyip, sınıflandırmak, özetlemek, analiz etmek ve elde edilen sonuçları belirli dönemler itibarıyla ortaya koymaktır (Küçüksavaş, 2000:2). Muhasebe sistemi, belirtilen bu fonksiyonları yerine getirirken zaman zaman hatalı ve hileli işlemler ile karşılaşmaktadır. (Hatunoğlu, vd. 2012:170) Muhasebe bilgi sistemi karmaşık bir yapıya sahip olduğu için hata ve hilelerin yapılması kaçınılmaz bir hal almaktadır. Bu durum muhasebe mesleğini vazife edinmiş meslek mensuplarının dikkatsizlik, bilgisizlik, tecrübesizlik ya da iş yoğunluğu gibi etkenlerden dolayı kayıt ve raporlama aşamalarında hatalar yapmasına neden olmaktadır. Burada önemli olan unsur yapılan hataların kasti yapıp yapılmamasıdır. Hata kasti olarak

gerçekleşmişse bu durumda yapılan şey hile olarak adlandırılmaktadır Gül ve Demir, 2022:664).

Muhasebe mesleği ilişkili olduğu kişiler, kurumlar ve devlet için önem teşkil eden sosyal sorumluluk kavramının ön planda olduğu, nesnel ölçütlerle yürütülmesi gereken bir meslek dalıdır(Şaban ve Atalay,2005:52). Dolayısıyla sorumluluk meslek etiği açısından da önemli bir kavramdır.Muhasebe meslek mensubu kendi çıkarlarını arka plana iterek,ilişkili olduğu müşterilerinin,toplumsal,devletin ve kendi meslek camiasının çıkarları gözetmelidir. Üstüne düşen görev ve sorumluluklarını özenle yerine getirmelidir. Mesleğini önceden belirlenmiş kanunlar ve standartlar çerçevesinde gerçekleştiren meslek mensupları zamanı ve kaynakları etkin ve verimli kullanarak toplumun güvenini kazanırlar. Bu açıdan toplum meslek mensuplarının adil ve saygı gösterilen bir tutum içerisinde olmalarını beklemektedir. Bu durum toplumun refah düzeyinin yükselmesine ve ekonomik istikrarın sağlanmasına katkıda bulunur(İşgüden ve Çabuk,2006:61). Ayrıca meslek mensuplarının etik kuralları özümseyerek bu kurallara uygun hareket etmeleri muhasebe bilgisinin kalitesini ve güvenilirliğini artıracaktır(Özçelik ve Keskin, 2017:139).

Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavirleri (YMM) kapsayan etik kurallar muhasebe mesleğini temsil eden kurullar tarafından tanımlanmıştır. Küresel alanda IFAC (Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu) tarafından belirlenmiş olup yerel alanda ise, TÜRMOB (Türkiye Serbest Muhasebeciler Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği) ve TMS (Türkiye Muhasebe Standartları) tarafından yayınlanmıştır. (Özçelik, Keskin,2017:139, Kirik, 2007:1).

2. MUHASEBEDE HATA ve HİLE

Muhasebe, işletmelerin finansal nitelikli kaynak ihtiyaçlarını karşılar ve var olan kaynakları etkin bir şekilde yöneterek, nakit akışı sağladığı finansal verileri bilgi kullanıcılarına sunar. Muhasebe alanında çalışanlar işletmenin sürekliliğini devam ettirmesi için yapılan tüm işlemleri kaydedip, sınıflandırır, raporlar ve sunar. Kayıt, raporlama ve sunuş işlemleri sırasında uyulması zorunlu standartlar bulunmasına rağmen muhasebe çalışanları hata ve hilelere başvurabilmektedir(Kısacık, 2013: 22).

Hata kavramı sözlükte; istemeyerek yapılan yanlış, kusur, yanılma, yanılğı olarak ifade edilmektedir(TDK,1988:167). Borçlar Kanunu'nda ise dar anlamda hata; gerçek hakkında bilmeden farkında olmadan yapılan yanlış veya eksiklik durumudur. Geniş anlamda ise hata, bilgisizliktir, yani bilgisizlik hatanın oluşmasına zemin hazırlamaktır(Eren,1999:457).

8 No'lu Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar standardında ise hata; finansal tabloların, hazırlanması, ölçülmesi, sunulması ve açıklanmasında oluşan v bilinçsiz yapılan yanlışlıklar olarak ifade edilmektedir(TMS 8, md.4,(Ömürbek ve Durgunböcü, 2018: 252).

Muhasebe hataları daha çok çalışanların dalgın, dikkatsiz olması ve yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olmamalarından kaynaklanmaktadır. Yapılan hatalı işlemler dönem sonu işlemleri kesin mizan da ortaya çıkmaktadır. Muhasebede yapılan hatalar stres ve yoğun tempodan kaynaklanmakta olup görev tanımlarının doğru planlaması ile hataları en aza indirmek mümkün olabilir. Yapılan hatalar büyük oranda matematiksel dört işlem hatalarından gerçekleşmektedir. Muhasebe hesapları arası aktarım işlemleri sırasında bilinçsiz yapılan yanlışlıklar da hata olarak kabul edilmektedir(Işıldak, 2018:8,Kirik,2007:39,Oktar, 2009: 2).

Muhasebe sürecinde yapılan yanlışlıkların hata ya da hile olduğunun anlaşılmasında kasıtlı bir eylemin olup olmadığına dikkat edilir. Muhasebe çalışanlarının bu yanlışlıkları bilinçsiz şekilde yaptıklarında hata, kasıtlı şekilde yaptıklarında ise hileli davranışta bulundukları sonucuna ulaşılır.(Aslan ve diğerleri, 2017: 1127) Kasıtlı yapılan hatalar, kayıtların gizlenmesi, zamanında yapılmaması, defter veya belgelerin gizlenmesi ve bilanço makyajlaması muhasebe alanında karşılaşılan en tipik hile çeşitlerindendir(Yardımcıoğlu vd. 2015:178-179).

Hile kavramı sözlük anlamı olarak; aldatmak, düzen, dümen, dolap, oyun ayak oyunu, entrika, komplo şeklinde ifade edilmektedir.(TDK,1988:645) Borçlar hukukuna göre hile, taraflardan birinin diğerini kasıtlı aldatma fiiliyle iradi beyanında bulunmaya ve bir sözleşme yapmaya sevk etmişse aldatılan taraf yanılma esaslı olmasa bile sözleşmeyle bağlı değildir'' denilmiştir(Eren,1999:479).

Muhasebe hileleri, kişi veya grupların muhasebe sistemini yasalara ve politikalara uygun olmayacak şekilde kendi çıkarları doğrultusunda değiştirmeye yönelik, bilinçli olarak yaptıkları eylemler olarak tanımlanmaktadır(Sharma ve Panigrahi, 2012:37). Hile kavramı, bir durumdan kar elde etmek fayda sağlamak amacıyla, bilinçli olarak kişi ve grupların zararına neden olacak aldatma eylemleridir(Bozkurt, 2009: 60). Bir başka tanıma göre hile; yöneticiler, üst düzey çalışanlar, üçüncü kişiler veya diğer ilgili kişiler tarafından haksız çıkar elde etmek amacıyla belge ve kayıtların değiştirilmesi, yetersiz varlık yönetimi ve muhasebe politikalarının yanlış, eksik uygulanmasına neden olan işlemlerdir(Bunget ve Dumitrescu, 2009:118).

Muhasebe işlemlerinde başvuru hilelerin temelinde; zimmetlerin ve yolsuzlukların gizlenmesi, ortakların birbirini yanıltma eğilimi, kar dağıtımını minimize etme isteği, devlet teşviklerinden haksız yararlanma ve vergi kaçakçılığı düşüncesi vardır(Altındağ, 2001:548). Hile yapmaya iten sebepler hileyi yapan kişiler ve yapılaş amaçlarına göre sınıflandırılabilir. Bunun sebebi hilenin her durumda herkes tarafından aynı şekilde yapılabilir olmasıdır. Hilenin her durumda yapılabileceği düşüncesi örgüt içerisinde ki kişileri ve görev dağılımlarını ayırt ederek tek tek analiz etmek daha kolay bir sonuca ulaşmamızı sağlayabilir. Hileyi yapan kişiye göre hilenin konusu ve yapılaş amacı değişiklik gösterebilir. Burada oluşacak ortam, koşullar ve fırsatlar her yönetici ve çalışan için aynı düzeyde olmayabilir(Doğan vd. 2018:67).

1940'ların sonlarında sosyolog, kriminolog Donald R.Cressey'in geliştirdiği ve hile üçgeni olarak isimlendirdiği teoriye göre; Baskılar(teşvik), haklı gösterme (tutum) ve fırsat hilenin temel faktörleridir. Bu faktörler hile üçgenini oluşturmaktadır. Hile üçgeninin önemi ise hilelerin yapılma nedenlerini anlamakta yardımcı olmasıdır(Pehlivanlı, 2011: 3, Terzi, 2012: 35).

Hile üçgeni faktörlerinden biri olan baskı, kişileri etik dışı davranışa motive eden psikolojik durumlar olarak kabul edilmektedir. Baskı faktörünün temel sebebi ekonomik ihtiyaçlar olabileceği gibi ekonomik olmayan ihtiyaçlar da olabilir(Özcan ve Bilen , 2021:180). Ekonomik nedenler arasında satışlarda gerçekleşen ani düşüşler, şirket hedeflerine ulaşamama, rakip işletmelere göre başarısız bir mali dönem geçirmiş olmaları sayılabilir(Albrecht vd.2008:3).

Hile üçgeninin bir diğer faktörü haklı gösterme ise, hile kavramını psikoloji boyutuyla ele almaktadır. Örneğin; çalışanın aldığı parayı daha sonra yerine koyacağını, bunun kötü bir durum olmadığı ve bununla suçlanacağını düşünmediğini öne sürmesi, hileli eylemi faaliyete geçirmeden önce etik ilkeler çerçevesinde değerlendirmesidir (Dellaportas, 2013:32).

Fırsat faktörü ise işletmelerin hile eylemini gerçekleştirmeye fırsat sağlayacak bir durum içerisinde bulunmasıdır. Çalışanın işletme içerisinde ki iç kontrol sisteminin eksikliğinden kaynaklı parayı rahatlıkla zimmetine geçirmesi örnek verilebilir(Bozkurt, 2002:64).

ACFE (Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği) tarafından iki yılda bir yayınlanan 'Mesleki Dolandırıcılık 2024' raporuna göre Ocak 2022 ile Eylül 2023 arasında suistimalleri yapıları türlerine göre varlıkların kötüye kullanımı, yolsuzluk ve finansal tablo suistimali olarak 3 kategoriye ayırmıştır. ACFE 2024 yılı küresel suistimal raporuna göre kurumlar genel itibarıyla yıllık gelirlerinin %5'ini, suistimal türlerinden birinden kaybetmiş ve bildirilen olaylar sonucu toplam kayıp 3,1 milyar dolar ve olay başına ortalama kayıp ise 1,7 milyon dolar olarak raporlanmış ve bu durum küresel ölçekte yıllık 4,7 trilyon dolarlık bir kayıp anlamına gelmektedir. Rapora göre tüm dünyadaki hile ve suistimallerin yüzde 43, yani yarısına yakını ihbarlar üzerine ortaya çıkıyor. Bu ihbarların ise yüzde 52'si ise yine o işletmede çalışanlar tarafından yapılıyor. En fazla görülen suistimal türü %80 oranla "varlıkların suistimali" olurken "faturalandırma hileleri" yine en çok yapılan yöntemlerden birisi olmuştur.

Suistimallerin çalışan kademelerine göre bakıldığında şirket sahibi üst yönetici ve müdür statüsünde olanlara göre sıradan çalışan statüsünde olanlardan daha fazla olduğu görülmektedir. Cinsiyet, yaş ve eğitim düzeylerine göre bakıldığında ise erkeklerin ve 60 yaş üzeri lisans derecesine sahip üst kademe yöneticilerin suistimallere açık oldukları raporlanmıştır. Suistimalleri engellemek adına, dış denetim hizmeti ve etik ilkeler kontrol yöntemi kullanılmaktadır. Fakat dış denetimin suistimal önlemede ki etkisi sadece %4 düzeyindedir. (ACFE, 2022)

1.1. Hata ve Hileyi Birbirinden Ayıran Temel Özellikler

Hata ile hileyi birbirinden ayıran esas unsur, finansal tabloların gerçek dışı hazırlanmasının altında yatan sebeplerin bilinçli bir şekilde yapıp yapılmadığıdır(Erdoğan, 2002:21). Muhasebede yapılan yanlışlıkların hata mı hile mi olduğu farkı kasıtlı olup olmamasına göre belirlenmektedir. Çalışanların yanlışlıkları bilinçsiz olarak yaptıklarında hatalı, bilinçli bir şekilde yaptıklarında ise hileli davranışta bulundukları anlaşılar(Aslan vd., 2017: 1127). Bütün bu ayırıcı özelliklerden yola çıkarak hile ile ilgili detaylı özellikleri ele alabiliriz. Bu özellikler (Karyağdı, 2021:41);

- Hilelerde kasıt vardır.
- Hile ortaya çıktığı zaman işletmeler her hâlükârda zarara uğrar.
- Gizli olarak yapılır.
- Hile, çıkar amacı ile yapılır.

Bu konuda yapılan araştırmalar sonucunda hataların birçoğunun işletme çalışanlarınca yapıldığını anlaşılmaktadır. Hileler ise, daha çok işletme yöneticileri ve ortaklarınca birtakım çıkarlar gözetilerek bilinçli yapılmaktadır. Başvurulan hilelerin temel sebebi vergi miktarını düşürmeye çalışmak olabilir. Diğer önemli bir sebep ise şirketlerin, kredi veren kuruluşlardan kredi alabilmek için işletme varlık ve kaynaklarını olduğundan iyi gösterme çabasıdır(Erol, 2008:231).

Muhasebe hataları çoğunlukla muhasebe kayıtları sırasında yapılırken; muhasebe hileleri kayıtların gizlenmesinde ve finansal tablolarda yapılan makyajlamalarda kendini göstermektedir. Hataları ortaya çıkarmak hileleri ortaya çıkarmaktan daha kolay olmaktadır.

Bunu nedeni hileli işlemi yapan kişi veya grupların hileyi gizleyebilmek için yoğun çaba göstermeleridir (Demir ve Yıldız, 2022:116).

2. ETİK KAVRAMI VE MUHASEBE MESLEĞİNDE ETİK

Etik kavramının literatürde birçok tanımı yapılmıştır. Genel itibariyle etik; birey, toplum ve kurumlar açısından iyi ve kötünün ayrımının yapılmasında ahlaki değer ve prensipleri belirleyen bir disiplindir. (Çukacı, 2006:91) Her meslek grubu, çeşitli nedenlerden dolayı etik ikilemlerle karşılaşır.(Bilen ve Yılmaz, 2014:58) Etik dışı davranarak toplumunda tehdit oluşturan meslek mensupları etik dışı davranışlarını haklı gösterebilmek için çeşitli yollara başvurabilirler. Bu kişiler “Herkes tarafından yapılıyor”, “ortaya çıkarılması güç”, “yaptırım olasılığı düşük ” gibi çeşitli bahanelerin arkasına sığınmaktadırlar. (Güredin, 1997: 663-673)

Muhasebenin önemli fonksiyonlarından bir tanesi ilgililere tam, doğru ve güvenilir bilgiler sunmaktır. Sunulan finansal bilgilerin sağlıklı olması bilgi kullanıcılarının doğru kararlar almasına engel olmaktadır. Bunun sonucunda da muhasebe sisteminden beklenen fayda sağlanamamış olur. (Uyar, 2005: 1)

Meslek etiği, muhasebenin ürettiği finansal bilgilerden bilgi kullanıcılarının ne kadar faydalandığı göz önünde bulundurularak belirlenmelidir. Muhasebe sisteminin bilgi üretme ve standartlara uyumunu en üst düzeyde tutabilmek için etik davranışlarda bulunmak en önemli amaçtır Şirketlerin finansal faaliyetlerinin küresel baz da dikkate alındığında finansal bilgilerin tam, doğru, eksiksiz, zamanlı ve güvenilir olması daha önemli hale gelmektedir. (Özkaya, 2008: 32).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Yıl	Yazarlar	Çalışma Hakkında
2017	Aslan vd.	Yalova’da faaliyet gösteren meslek mensuplarını muhasebe hata ve hilelere yönlendiren sebepleri tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında ayrıca meslek mensuplarının mesleki etik ve değerlere yaklaşımlarını ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Meslek mensubu katılımcıların büyük bir kısmının mesleki ahlak kurallarına uygun hareket ettiğine, genel anlamda ise etik ilke ve kurallara bağlı olduklarına ve yakından takip ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.
2017	Özçelik vd.	Batı Akdeniz Bölgesinde ki muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hilelerine karşı tutumlarını cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, mesleki unvan, mesleki deneyimlerine göre incelemişler ve çalışma sonucunda,meslek mensuplarının muhasebe hata ve hilelerine ilişkin belirtilen durumlara katılım düzeyleri arasında bir farkın olmadığını tespit etmişlerdir.
2018	Doğan vd.	Muhasebe meslek mensuplarının hileye yönelme eğilimlerinin belirlenmesinde demografik ve karakteristik özelliklerinin anlamlı bir farklılığa yol açıp açmadığını analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda eğitim düzeylerine bağlı olarak lisans ve lisansüstü belgesi olanlar arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit etmişlerdir.
2018	Köse ve Aldemir	Muhasebe meslek mensuplarını etik dışı davranmaya iten durumları ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda. meslek etiği değerler açısından incelendiğinde en yüksek değer eğitim en düşük değerin ise dini inançlar olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
2020	Rodoplu ve Teker	Muhasebe alanında yapılan hata, hile ve meslek etiği çerçevesinde inceledikleri çalışmalarında meslek mensuplarının işletmede bulunan boşluklar, müşteri baskıları, kanun boşlukları gibi birçok etkenin hata ve hile yapmaya ortam sağlayabileceği durumlarla karşılaşabildikleri sonucuna ulaşmışlardır.
2020	Pehlivan ve Koç	Muhasebe meslek mensuplarının mesleki etik değerlere bakış açıları ile hileye eğilimlerini çeşitli değişkenler açısından incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında ayrıca meslek mensuplarını hile yapmaya yönlendiren içsel ve dışsal motivasyonların belirlenmesi ve demografik faktörlerin bu değişkenler üzerinde ki etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda meslek etiği ile hile eğilim düzeyinin sadece yaş faktörü açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
2021	Kıllı ve Kutlu	Osmaniye ilinde faaliyet gösteren meslek mensuplarının hata ve hileye karşı algı ve tutumlarını araştırmışlardır. Demografik bilgilere göre algı ve tutumlarının istatistiksel olarak farklılık gösterip göstermediğini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda

Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata Ve Hile İle Meslek Etiğine Yönelik Algı Ve Tutumlarının İncelenmesi: Sivas İli Örneği

		hataya karşı olan algı ve tutumlar demografik özelliklere açısından anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.
2021	Gökoğlan vd.	Muhasebe sisteminde yapılan hataları muhasebe meslek mensupları perspektifinde belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonuçlarına göre Diyarbakır da muhasebe meslek mensuplarının demografik özellikleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır.
2021	Kurnaz ve Karadoğan	Erzincan ilinde ki meslek mensuplarına uygulanan çalışmalarında muhasebede yapılan hata ve hilelerin meslek etiği açısından değerlendirilmesini amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda meslek mensuplarının mesleki tecrübe değişkenlerine göre hata, hile ve meslek etiğine bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.
2021	Özcan ve Bilen	Serbest muhasebeci mali müşavir, smmm stajyerleri ile muhasebe alanında çalışanların muhasebe hileleri konusundaki algıları, hilelerin büyüklüğü, yapılma amaçları ve hilelerin etkileri bakımından farklılık olup olmadığının ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda muhasebe meslek mensuplarının hile algılarının anlamlı bir şekilde farklılaştığını tespit etmişlerdir.
2022	Temelli ve Yurt	Ağrı ilinde ki muhasebe meslek mensuplarının hata ve hile algı düzeyleri ile demografik özellikleri arasında ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda; meslek mensuplarının hata ve hile algılarının orta seviyede olduğu ve hile algılarının cinsiyet ve medeni durumları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
2023	Gül ve Demir	Elazığ bulunan muhasebe meslek mensuplarının, meslek etiği ile ilgili görüşlerinin alınması ve etik kurallara olan bağlılık seviyelerinin tespit edilmesi amaçlamışlardır. Meslek etiğine yönelik yapılan yasal düzenlemelerin, verilen eğitimlerin yetersiz kaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Muhasebe meslek mensuplarının yaş düzeyleri ile mükellef baskısı gibi etmenlerin etik dışı davranışa yönelme eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Mesleki tecrübe ile mesleğin etiğini korumaya yönelik gelişen sorumluluk duygusu arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.
2024	Akpınar ve Koyuncu	Konya ilindeki muhasebe meslek mensuplarının karşılaştıkları hata ve hileler ile bunlara karşı algılarının tespit edilmesine yönelik çeşitli öneriler geliştirdikleri çalışmalarında meslek mensuplarının zaman zaman kendi menfaatleri uğruna bilerek ve isteyerek hileye başvurdukları, zaman zaman ise dikkatsizlik, ihmal, bilgi eksikliği ve belge akışındaki düzensizlik gibi nedenlerle hata yaptıkları sonucuna ulaşmışlardır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI ve YÖNTEM

Bu araştırmada, Sivas'ta mesleğini icra eden muhasebe meslek mensuplarının muhasebe hata ve hile ile meslek etiğine yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu Sivas Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı olan 384 meslek mensubu oluşturmaktadır. Bunlardan sadece 190'ı aktif olarak çalışmaktadır. Anket yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yapılan anketlerden yaklaşık %88.95 oranında geri dönüş sağlanmıştır. Çalışmanın verileri yüz yüze anket formuyla toplanmış, tüm meslek mensuplarına ulaşılmış ancak ankete katılmayı kabul eden 169 meslek mensubu örneğinde bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Meslek mensuplarının hata ve hile ile meslek etiğine yönelik algı ve tutumları çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir. Çalışmada anket formu oluşturulurken, literatürdeki benzer çalışmalardan, meslek mensupları ile yapılan yüz yüze ziyaretlerden ve Kirik (2007)'in çalışmasından esinlenilmiştir. Üç bölümden oluşan anket formunun birinci bölümde katılımcılara demografik özellikli sorular; ikinci bölümde, muhasebe meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durumlar ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Üçüncü bölümde ise meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin konularda karşılaştığı durumlar ile ilgili düşüncelerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket sorularından ilk 10 tanesi demografik özelliklerin tespit edilmesine yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde 3'lü Likert tipinde ve 13 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Üçüncü bölümde ise 21 sorudan oluşan 5'li likert ölçek kullanılmıştır. Toplamda katılımcılara 44 soru yöneltilmiştir.

Sayısal veriler, SPSS veri analiz programı ile %95 güven aralığında yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizin de betimsel ve ilişkiisel istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Analizde t-testi ve ANOVA kullanılmıştır. Post Hoc testi ve bütün ortalamaların güven aralığı

oluşturulmasında ise Tukey testi kullanılmıştır. Son olarak değişkenler arasında ki ilişki ve ilişki şiddetini ölçmek için korelasyon analizi ve ilişkinin matematiksel bağıntısını ölçmek için regresyon analizi kullanılmıştır.

Konu ile ilgili birçok çalışma yapılmış olmakla birlikte Sivas ili özelinde muhasebe mesleğinde hata ve hile ile meslek etiğine yönelik herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması nedeniyle, çalışmanın diğer çalışmalardan farklı düşünülmekte ve bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir. Çalışmanın amacı elde edilen puanların demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemektir.

5. BULGULAR

Verilerin analizi yapılırken, 1.ölçek için “1:Evet, 2:Hayır, 3:Fikrim Yok” ---- 2.Ölçek için; “1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kararsızım, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

Demografik Özellikler		N	Yüzde (%)
Cinsiyetiniz?	Kadın	51	30,2%
	Erkek	118	69,8%
Medeni Durumunuz?	Bekar	31	18,3%
	Evli	138	81,7%
Yaş Grubunuz?	25-34 yaş	46	27,2%
	35-44 yaş	67	39,6%
	45-54 yaş	32	18,9%
	55 ve üzeri	24	14,2%
Eğitim Durumunuz?	Lisans	122	72,2%
	Lisansüstü	47	27,8%
Mesleki Unvanınız?	SMMM	169	100,0%
Mesleki Tecrübeniz?	0-5 yıl	18	10,7%
	6-10 yıl	37	21,9%
	11-15 yıl	23	13,6%
	16-20 yıl	28	16,6%
	21-25 yıl	40	23,7%
	25 yıldan fazla	23	13,6%
Çalıştırdığınız Eleman Sayısı ?	Yalnızım	41	24,3%
	1-5 kişi	114	67,5%
	6-10 kişi	14	8,3%
Müşteri Sayınız Kaçtır?	25 ve daha az	14	8,3%
	26-35	12	7,1%
	36-45	28	16,6%
	46-55	21	12,4%
	55 ve üzeri	94	55,6%
Çalışanlarınızın Eğitim Durumu Nedir?	İlköğretim	1	0,6%
	Lise	37	20,7%
	Önlisans	22	12,3%
	Lisans	97	54,2%
	Lisansüstü	22	12,3%
Müşteri Kitlenizin Şirket Türü Nedir?	Tek Şahıs İşletmeleri	135	33,4%

Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata Ve Hile İle Meslek Etiğine Yönelik Algı Ve Tutumlarının İncelenmesi: Sivas İli Örneği

	Kolektif Şirketler	6	1,5%
	Limited Şirketler	139	34,4%
	Kooperatifler	29	7,2%
	Anonim Şirketler	95	23,5%

Tablo 1'e bakıldığında, katılımcıların %30,2'sinin kadın ve %69,8'inin erkek olduğu; %18,3'ünün bekâr ve %81,7'sinin evli olduğu; %27,2'sinin 25-34 yaş arasında, %39,6'sının 35-44 yaş arasında, %18,9'unun 45-54 yaş arasında ve %14,2'sinin 55 ve üzeri yaş olduğu; %72,2'sinin eğitim durumunun lisans ve %27,8'inin lisansüstü mezun olduğu; katılımcıların tamamının SMMM olduğu; %10,7'sinin mesleki tecrübesinin 0-5 yıl arasında, %21,9'unun 6-10 yıl, %13,6'sının 11-15 yıl, %16,6'sının 16-20 yıl, %23,7'sinin 21-25 yıl ve %13,6'sının 25 yıldan fazla mesleki tecrübesinin olduğu; %24,3'ünün yalnız çalıştığı, %67,5'inin 1-5 kişi ile, %8,3'ünün 6-10 kişi ile çalıştığı; %8,3'ünün 25 ve daha az müşterisinin, %7,1'inin 26-35 arası, %16,6'sının 36-45, %12,4'ünün 46-55 ve %55,6'sının 55 ve üzeri müşteri sayısına sahip olduğu; çalışanların eğitimi açısından %0,6'sının ilköğretim, %20,7'sinin lise, %12,3'ünün önlisans, %54,2'sinin lisans ve %12,3'ünün lisansüstü mezun olduğu; %33,4'ünün tek şahıs işletme, %1,5'inin kolektif şirket, %34,4'ünün limited şirket, %7,2'sinin kooperatif ve %23,5'inin anonim şirket şeklinde müşteri kitlesi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Cinsiyet Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan t testi Sonuçları

Cinsiyetiniz?		N	Ort.	SS	p değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Kadın	51	1,436	0,214	0,016**
	Erkek	118	1,525	0,222	
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Kadın	51	3,176	0,550	0,118
	Erkek	118	3,306	0,472	

Tablo 2'ye bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p < 0,05$). Grup ortalamaları dikkate alındığında, erkek meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durum ortalamalarının kadın meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Yine Tablo 2'deki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında ise cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p > 0,05$).

Tablo 3. Medeni Durum Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan t testi Sonuçları

Medeni Durumunuz?		N	Ort.	SS	p değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Bekâr	31	1,489	0,181	0,798
	Evli	138	1,501	0,231	
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Bekâr	31	3,393	0,642	0,211
	Evli	138	3,238	0,459	

Tablo 3'e bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının medeni durum değişkenine göre anlamlı farklılık tespit

edilmemiştir ($p>0,05$). Grup ortalamaları dikkate alındığında evli meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durum ortalamalarının bekâr olan meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Yine Tablo 3’deki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında ise, medeni durum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 4. Yaş Grubu Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan ANOVA testi Sonuçları

Yaş Grubu		Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	p değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	0,040	3	0,013	0,267	0,849
	Gruplar içi	8,286	165	0,050		
	Total	8,326	168			
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	1,319	3	0,440	1,791	0,151
	Gruplar içi	40,492	165	0,245		
	Total	41,811	168			

Tablo 4’e bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının yaş grubu değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Yine Tablo 4’deki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında yaş grubu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 5. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan t testi Sonuçları

Eğitim Durumunuz?		N	Ort.	SS	p değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Lisans	122	1,491	0,211	0,488
	Lisansüstü	47	1,518	0,251	
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Lisans	122	3,240	0,502	0,262
	Lisansüstü	47	3,336	0,489	

Tablo 5’e bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının eğitim durumu değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Grup ortalamaları dikkate alındığında lisansüstü mezunu meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durum ortalamalarının lisans mezunu meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Yine Tablo 3’deki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında ise eğitim durumu değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 6. Mesleki Tecrübe Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan ANOVA testi Sonuçları

Mesleki Tecrübe		Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	p değeri
	Gruplar arası	0,549	5	0,110	2,299	0,047**

Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata Ve Hile İle Meslek Etiğine Yönelik Algı Ve Tutumlarının İncelenmesi: Sivas İli Örneği

Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Gruplar içi	7,778	163	0,048		
	Toplam	8,326	168			
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	2,717	5	0,543	2,266	0,050*
	Gruplar içi	39,093	163	0,240		
	Toplam	41,811	168			

Tablo 6'ya bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının mesleki tecrübe değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. (**p<0,05 ve *p<0,10). Yine Tablo 6'daki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında mesleki tecrübe değişkenine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. (**p<0,05 ve *p<0,10). Ayrıca elde edilen bulgulara göre, hangi gruplar arasında farklılığın olduğunu tespit etmek amacıyla Post Hoc (çoklu karşılaştırma) testleri uygulanmıştır.

Tablo 7. Tukey Testi Sonuçları

Değişkenler	Mesleki Tecrübe (I)	Mesleki Tecrübe (J)	Ort. Fark (I-J)	p değeri	95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	0-5 yıl	6-10 yıl	0,168	0,086*	-0,013	0,349
		11-15 yıl	0,184	0,086*	-0,014	0,382
		16-20 yıl	0,177	0,084*	-0,013	0,368
		21-25 yıl	0,123	0,353	-0,055	0,302
		25 yıldan fazla	0,079	0,860	-0,119	0,277
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	0-5 yıl	6-10 yıl	0,215	0,646	-0,191	0,621
		11-15 yıl	0,234	0,652	-0,210	0,679
		16-20 yıl	0,283	0,399	-0,144	0,709
		21-25 yıl	0,447	0,019**	0,047	0,848
		25 yıldan fazla	0,263	0,529	-0,181	0,708

Tablo 7'ye bakıldığında, etik konusunda karşılaşılan durumlara göre, mesleki tecrübesi 11-15 yıl arası olan meslek mensuplarının 0-5 yıl arası mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları ile farklılaştığı söylenebilir. Yine 0-5 yıl mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları ile 6-10 yıl ve 16-20 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları arasında farklılaştığı yorumu yapılabilir (p<0,10) Hata ve Hilelere ilişkin karşılaşılan durumlara göre ise mesleki tecrübesi 0-5 yıl olanlar ile 21-25 yıl olanlar arasında farklılık tespit edilmiştir (p<0,05).

Tablo 8. Çalıştırdığı Eleman Sayısı Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan ANOVA testi Sonuçları

Çalıştırdığı Eleman Sayısı		Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	P değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	0,281	2	,141	2,903	0,058*
	Gruplar içi	8,045	166	,048		
	Toplam	8,326	168			
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	0,676	2	,338	1,364	0,258

Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata Ve Hile İle Meslek Etiğine Yönelik Algı Ve Tutumlarının İncelenmesi: Sivas İli Örneği

	Gruplar içi	41,135	166	,248		
	Toplam	41,811	168			

Tablo 8'e bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının eleman sayısı değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmiş olup ($p<0,10$). Yine Tablo 10'daki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında eleman sayısı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Bu sonuçlara göre, hangi gruplar arasında farklılığın olduğunu tespit etmek için Post Hoc (çoklu karşılaştırma) testleri uygulanmıştır.

Tablo 9. Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlara Göre Tukey Testi Sonuçları

Değişkenler	Çalıştırdığınız eleman sayısı (I)	Çalıştırdığınız eleman sayısı (J)	Ort. Fark (I-J)	p değeri	95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Yalnızım	1-5 kişi	-0,093	0,056*	-0,188	0,002
		6-10 kişi	-0,109	0,249	-0,270	0,052
	1-5 kişi	Yalnızım	0,093	0,056*	-0,002	0,188
		6-10 kişi	-0,016	0,964	-0,163	0,131
	6-10 kişi	Yalnızım	0,109	0,249	-0,052	0,270
		1-5 kişi	0,016	0,964	-0,131	0,163

Tablo 9'a bakıldığında meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının, yalnız çalışan meslek mensupları ile 1-5 kişi eleman çalıştıran meslek mensupları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,10$). Eleman sayısı 1-5 kişi olan meslek mensubu ortalamalarının yalnız çalışanlara göre daha yüksek olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 10. Müşteri Sayısı Değişkenine Göre Meslek Mensuplarının Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ve Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Farklılığın Tespit Edilmesi için Yapılan ANOVA testi Sonuçları

Müşteri Sayısı		Kareler Toplamı	Sd	Ortalama Kare	F	p değeri
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	0,257	4	0,064	1,305	0,270
	Gruplar içi	8,069	164	0,049		
	Toplam	8,326	168			
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	Gruplar arası	1,302	4	0,326	1,318	0,265
	Gruplar içi	40,508	164	0,247		
	Toplam	41,811	168			

Tablo 10'a bakıldığında, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının müşteri sayısı değişkenine göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Yine Tablo 10'daki bulgulara göre, meslek mensuplarının hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında müşteri sayısı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 11. Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ile Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler		Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar
Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar	R	0,388
	p değeri	0,000
	N	169

Tablo 11'e bakıldığında, Etik Konusunda Karşılaşılan Durumlar ile Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Arasında istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$), pozitif yönde korelasyon tespit edilmiştir. Yani etik konusunda karşılaşılan durumların puan ortalaması arttığında hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumların puan ortalaması da artmaktadır denilebilir.

-Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 12. Etik Konusunda Karşılaşılan Durumların Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	,932	,105		8,867	0,000	,725	1,140
Hata ve Hilelere İlişkin Karşılaşılan Durumlar	,173	,032	0,388	5,446	0,000**	,110	,236

Tablo 12'ye göre, hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumların etik konusunda karşılaşılan durumlar üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır ($p < 0,05$). Bir diğer ifadeyle hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumlar arttıkça, etik konusunda karşılaşılan durumların da etkilendiği ve artış gösterdiği söylenebilir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Muhasebe, hayatın kaçınılmaz bir parçasıdır. Muhasebe, para ile ölçülebilen iktisadi işlem ve olayların gerçekleştirilerek sonuçlarının üçüncü taraflara sunulmasını sağlayan bir sistemdir. Burada en önemli faktör başta devlet olmakla birlikte, devlet kurumları, işletmeler, yöneticiler, bankalar, finansal kuruluşlar ve yatırımcılar gibi pek çok kişi, kurum veya kuruluşlar muhasebe bilgi sisteminden yararlanmaktadır. Muhasebenin ürettiği bilgiler ekonomi adına verilecek bütün kararlarda etkin bir rol oynadığı için, bu bilgilerin nitelikli doğru, güvenilir, tutarlı ve tarafsız olması gerekmektedir. Aynı zamanda bu durum muhasebenin temel ilkelerinden sosyal sorumluluk ilkesinin de bir gereğidir. Dünyada yaşanan muhasebe kaynaklı skandallar nedeniyle toplum tarafından muhasebe mesleğine olan ilgi daha da artmaktadır. Bugünkü noktada muhasebede yapılan hata ve hilelerin hangi amaç yöntem ve tekniklerle gerçekleştiğini en iyi analiz eden kişilerin muhasebe alanında çalışanların olduğu bir gerçektir. Bu nedenle, yapılan hata ve hilelerin meslek etiği açısından incelenmesi ve muhasebe meslek mensuplarının bahsi geçen durumlara yönelik algı ve tutumlarının tespit edilmesi bu çalışma ile amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Sivas'ta bulunan Serbest Muhasebeci

Mali Müşavirler Odası'na kayıtlı ve aktif olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarına konuyla ilgili anket formu uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen verilerden elde edilen sonuçlardan aşağıda bahsedilmiştir;

Elde edilen sonuçlara göre, meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir ($p<0,05$). Grup ortalamaları dikkate alındığında ise erkek meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durumların kadın meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Medeni durum değişkenine göre evli meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durum ortalamalarının evli olmayan meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Eğitim düzeyi lisansüstü mezunu meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştığı durum ortalamalarının lisans mezunu meslek mensuplarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının mesleki tecrübelerine göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. ($**p<0,05$ ve $*p<0,10$). Hata ve hilelere ilişkin karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında mesleki tecrübelerine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($**p<0,05$ ve $*p<0,10$). Ayrıca elde edilen bulgulara göre, Post Hoc (çoklu karşılaştırma) testleri uygulanmıştır. etik konusunda karşılaşılan durumlara göre, mesleki tecrübesi 11-15 yıl arası olan meslek mensuplarının 0-5 yıl arası mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları ile farklılaştığı söylenebilir., Yine 0-5 yıl mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları ile 6-10 yıl ve 16-20 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip olan meslek mensupları arasında farklılaştığı yorumu yapılabilir ($p<0,10$) Hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumlara göre ise mesleki tecrübesi 0-5 yıl olanlar ile 21-25 yıl olanlar arasında farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$) Eleman sayısına göre meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. ($p<0,10$) . Bu sonuçlara göre, hangi gruplar arasında farklılığın olduğunu tespit etmek için Post Hoc (çoklu karşılaştırma) testleri uygulanmıştır. Meslek mensuplarının etik konusunda karşılaştıkları durumlara yönelik ortalama puanlarının müşteri sayısına göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Etik konusunda karşılaşılan durumlar ile hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumlar arasında anlamlı ($p<0,05$), pozitif yönde korelasyon tespit edilmiştir. Yani etik konusunda karşılaşılan durumların puan ortalaması arttığında hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumların puan ortalaması da artmaktadır denilebilir. Hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumların etik konusunda karşılaşılan durumlar üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır($p<0,05$). Bir başka ifadeyle hata ve hilelere ilişkin karşılaşılan durumlar arttıkça, etik konusunda karşılaşılan durumların da etkilendiği ve artış gösterdiği söylenebilir.

Bunlara ek olarak muhasebede yapılan hataların asıl sebebinin iş yoğunluğundan kaynaklandığı görülmüştür. Sürekli değişen mevzuatın iş takibini zorlaştırdığı ve buna paralel olarak hataların yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Muhasebe meslek mensupları meslek etiğine uyduğuna fakat meslek etiğine uygun olamayan işlem yapan meslektaşlarına verilen cezaların yetersiz ve caydırıcı olmadığı düşüncesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada bir diğer sonuç ise, mesleki ahlak çerçevesinde yasal düzenlemelerin yeterli olmadığı, var olan denetim ve mevcut vergi düzenlemelerinin muhasebede hata ve hilelerin engellenmesinde yetersiz kaldığı ifade edilmiştir. Merkezi bir etik kurulunun kurulmasının gerekliliği ifade edilmiştir. Toplumda iyi muhasebeci en az vergi ödeten kişidir algısı hâkimdir. Bu algının yıkılması gerekmektedir. Bu düşünce muhasebe mesleğinin etik açısından iyi bir konumda olmadığını göstermektedir. Kanunlar ve TÜRMOB tarafından konulan kurallar genel olarak uygulamaya konulamamaktadır. Mesleki ahlak kurallarını

içeren kurallar, uygulamaya konulduğu zaman meslek etiğinden bahsedilebilir. Bunun sağlanabilmesi ise kuralların herkes tarafından benimsenmesine, uygulamaya konulmasına ve kontrol gücüne bağlıdır. Meslek etiğinden söz edebilmek her ne kadar kanun ile yapılan düzenlemelere bağlı olsa da ahlaki değerler ve normlar da önemli bir rol oynamaktadır.

6. KAYNAKÇA

- ACFE. (2024). Aralık , 2024 tarihinde <https://www.accafin.com/muhasebe/muhasebe-skandallari/acfe-fraud-raporu-2022> adresinden alındı
- Akpınar, A. ve Koyuncu, C. (2024). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebede Hata ve Hile Algısı: Konya İli Örneği. Tarsus Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5 (1) , 1-18. Doi: 10.56400/tarsusiibfdergisi.1396513
- Albrecht, W. S., Albrecht, C., ve Albrecht, C. C. (2008). Current Trends in Fraud and its Detection. Information Security Journal: A Global Perspective. 17(1), 2-12.
- Altındağ, M. (2001). Vergi ve Revizyon Rehberi. Yaklaşım Yayınları, İstanbul. İkinci Baskı.
- Aslan, T., Kızıl, C., ve Din, A. (2017). Muhasebe Hata ve Hileleri Üzerinde Etkili Faktörlerin Muhasebe Meslek Etiği Kapsamında Analizi: Yalova Örneği. International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR). 4(12), 1125–1138.
- Bilen, A., ve Yılmaz, Y. (2014). MuhASEBE Mesleğinde Etik ve Etik İlgili Çalışmalar. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2(6), 57-72
- Bozkurt, N. (2002). İşletme Çalışanları Tarafından Yapılan Hileleri Doğuran Nedenler.. Yaklaşım Dergisi. 8(92), 65-65
- Bozkurt, N. (2009). İşletmelerin Kara Deliği Hile- Çalışan Hileler. Alfa Yayınları. İstanbul . Basım. .
- Bunget, O., ve Dumitrescu, A. C. (2009). Detecting and Reporting The Frauds and Errors By The Auditor.. Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 11(1), 117-125
- Çabuk, A., ve İşgüden, B. (2006). Meslek Etiği ve Meslek Etiğinin Meslek Yaşamı Üzerindeki Etkileri. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 9(16), 59-86.
- Çukacı, Y. C. (2006). Kamuyu Aydınlatmada Muhasebe Meslek Elemanının Etik Anlayışı ve İzmir İlinde Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 8(1), 89-111.
- Dellaportas, S. (2013). Conversations with Inmate Accountants: Motivation, Opportunity and the Fraud Triangle. Accounting Forum, 37(1), 29-39
- Demir, C., ve Yıldız, A. (2022). Muhasebe Hata ve Hileleri ve Hilelerin Ortaya Çıkarılmasında Adli Muhasebecilik Mesleği. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi,. 12(1), 91-141.
- Doğan, Z., Gülçin , K., ve Nazlı, E. (2018). Muhasebe Meslek Mensuplarının Hile Yapmaya Eğilim Düzeylerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 11(4), 64-83
- Erdoğan, N. (2002). Hileler Karşısında Denetçinin Sorumluluğu ve SAS No.82. Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi. 2(6), 229-237.
- Eren, F. (1999). Borçlar Hukuku Genel Hükümler. 2(5). İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Erol, M. (2008). İşletmelerde Yaşanan Yolsuzluklara (Hata ve Hileler) Karşı Denetimden Beklentiler. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 13(1), 229-237.

- Gökoğlu, K., Kök, M., ve Altundağ, S. (2021). Muhasebede Hatalar: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *Dicle Akademi Dergisi*, 1(1), 16-33.
- Gül, M., ve Demir, Ö. (2022). Muhasebe Hata ve Hilelerinde Farkındalık Araştırması: Elazığ İli Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 663-673
- Güredin, E. (1997,). Denetçinin Meslek Ahlakı, Standartlar ve Uygulamadan Örnekler. III. Türkiye Muhasebe Denetim Sempozyumu Bildiri Kitabı (İSMMMO) Yayın No:20.
- Hatunoğlu, Z., Koca, N., ve Kılı, M. (2012). İç Kontrolün Muhasebe Sistemindeki Hata Ve Hilelerin Önlenmesindeki Rolü Üzerine Bir Alan Çalışması / A Survey On The Role Of Internal Control Prevention Of Mistakes And Frauds In Accounting System.. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9(20), 169-189
- Işıldak, T. (2018). Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Muhasebe Hata ve Hilelerinin Ortaya Çıkarılmasında Adli Muhasebecilik Mesleğinin Önemine Yönelik Bir Araştırma. *Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Karyağdı, Güngör, N. (2021). Bankalarda Hile Denetimi Uygulamasının Verimlilik İle İlişkilendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 6(2), 37-57.
- Kılı, M., ve Kutlu, H. (2021). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata ve Hileleri Hakkında Algı ve Tutumlarının İncelenmesi: Osmaniye İlinde Bir Araştırma. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Kısacık, Harun (2013); "Denetimde Hata ve Hileler: Çorum Sahasında Bir Araştırma," (Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi, Çorum
- Kirik, Z. (2007). Muhasebe Hata Hileleri ile Muhasebe Mesleğinde Etik: Afyonkarahisar'da Muhasebeciler Üzerine Bir Araştırma, . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurnaz, E., ve Karadoğan, S. N. (2021). Muhasebede Hata ve Hilelerin Meslek Etiği Açısından İncelenmesi: Erzincan İli Örneği. *İşletme Akademisi Dergisi*, 1(2), 125-142. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.436>
- Küçüksavaş, N. (2000). Genel Muhasebe İlkeler Ve Uygulaması. İstanbul: Beta Basım ve Dağıtım.
- Köse,E.Aldemir,E.(2011). Muhasebe Etiği ve Etik Dışı Davranmaya Yönelten Sebepler: Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *Uluslararası İşletme,Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*. 3(2),
- Oktar, S. A. (2009). Muhasebe Hilesi Üzerine Bazı Düşünceler. *Mali Çözüm*. 30(162), 13-31.
- Ömürbek, V., ve Durgunböcü, Ö. (2018). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hata ve Hileleri İle İlgili Algılarının İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 23(4), 1251-1265.
- Özcan, M., ve Bilen , H. (2021). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebe Hilelerine Yönelik Algı Farklılıkları . *ASBi Abant Sosyal Bilimler Dergisi*. 21(1), 177-201.
- Özçelik, H., ve Keskin, S. (2017). Muhasebe Meslek Etiği ve Uygulamaları : Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 4(2), 138-150.
- Özçelik, H., ve Keskin, S. (2017). Muhasebe Meslek Etiği ve Uygulamaları:Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 4(2), 138-150.

- Özkaya, İ. N. (2008). Muhasebe Etiği ve Bir Uygulama. Kocaeli : Kocaeli Üniversitesi.
- Pehlivanlı, D. (2011). Hile Denetimi ve Metodoloji ve Raporlama,. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pehlivan, A. ve Koç, T. (2020). Muhasebe meslek mensuplarının etik yaklaşımları ile hileye yönelme eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma: Ankara örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(4), 1067-1088.
- Rodoplu, B., VE Teker, D. (2020). Muhasebede Yapılan Hata ve Hilelerin Meslek Etiği Açısından İncelenmesi. Press Academia Procedia, 11(1), 38-42. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2020.1236>
- Sharma, A., ve Panigrahi, P. K. (2012). A Review of Financial Accounting Fraud Detection based on Data Mining Techniques.. International Journal of Computer Applications. 39(1), 37-47
- Şaban, M., ve Atalay, B. (2005, Eylül). Yönetim Muhasebecileri Açısından Etik ve Etik Davranışın Önemi. Muhasebe Ve Denetime Bakış Dergisi. 49-60.
- Temelli, F., ve Yurt, R. (2022). Muhasebe Meslek Mensuplarının Muhasebede Hata ve Hile Algısı: Ağrı İli Örneği. Denetim Ve Güvence Hizmetleri Dergisi, 2(2), 135-150.
- Terzi, S. (2012). Hile ve Usulsüzlüklerin Tespitinde Veri Madenciliğinin Kullanımı. Muhasebe Ve Finansman Dergisi. (54), 51-64.
- Uyar, S. (2005). Muhasebe Mesleğinde Etikle İlgili Düzenlemeler, Makale. <http://www.muhasibetr.com/yazarlarimiz/suleyman/001/> adresinden alındı
- Yardımcıoğlu, M., Koca, N., Günay, Y., ve Kocamaz, H. (2015). Yolsuzluk, Muhasebe Hileleri ve Örnekleri. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 4(2), 171-188



ISSN: 2651-2742

2025 - Cilt: 8 Sayı: 1

Sayfa: 75-108.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 27.06.2025

Kabul Tarihi: 07.07.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

FENİLKETONÜRİLİ BİREYLERİN VE AİLELERİNİN BESİN ETİKETİ OKUMA FARKINDALIĞININ DEĞERLENDİRİLMESİ*

EVALUATION OF FOOD LABEL READING AWARENESS OF INDIVIDUALS WITH PHENYLKETONURIA AND THEIR FAMILIES

1. Meral YILMAZ**



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,
Turizm Fakültesi

2. Hilal DER



Milli Eğitim Bakanlığı

Özet

Amaç: Fenilketonüri, nadir görülen kalıtsal metabolik hastalıklardan biri dir. FKÜ hastalarında proteinlerin yapısında bulunan fenilalanin amino asidini tirozin amino asidine dönüştüren enzimin eksikliğine bağlı fenilalaninin vücutta birikmesi sonucu oluşmaktadır. Miktarı artan fenilalanin beyin omurilik sıvısına geçmekte ve zekâ geriliğine kadar ilerleyen nörolojik bulguların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Fenilalanin amino asiti tüm proteinli gıdalarda hatta baharatların içeriğinde bile bulunabilmektedir ve bu hastaların zekâ gelişimleri için büyük bir risk oluşturmaktadır. Bu nedenle Fenilketonüri hastaları ve aileleri tüketilen her besinin içeriğine çok dikkat etmek zorundadır. Çalışma kapsamında beslenme kısıtlılığı ve ürün seçme düzeyi üst seviyede olan fenilketonürlü bireyler ile ailelerinin beslenme kavramı ile ilişkili olarak etiket okuma alışkanlığının ve bilincinin olup olmadığının değerlendirilmesi ve bu bağlamda literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Çalışma Grubu ve Yöntem: Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veriler “ anket yöntemi” aracılığı ile Aralık 2021-Aralık 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışmanın

* Bu çalışma “Fenilketonüri Tanısı Konulmuş Hastaların ve Ailelerinin Beslenmeyle İlişkili Etiket Okuma Farkındalığı” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

**Sorumlu Yazar: sevalelden@hotmail.com

Önerilen Atıf: Yılmaz M. ve Der H. (2025). Fenilketonürlü Bireylerin ve Ailelerinin Besin Etiket Okuma Farkındalığının Değerlendirilmesi, Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, , 8(1), 75-108.

örneklemini Türkiye’de yaşayan gönüllü, FKÜ’lü ya da FKÜ’lü bireylerin ailelerinden oluşan 225 kişi oluşturmuştur.

Bulgular: Çalışmada grubunda sürekli besin etiketi okuyan bireylerin grubun büyük bir bölümünü kapsadığı, bu grubun içerisinde genç yaş grubunda, kadın ve eğitim düzeyi yüksek bireylerin daha fazla olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Ayrıca orta düzeyde ve hafif FKÜ hastalarda besin etiketi okuma alışkanlığının diğer gruplara göre daha fazla olmasına karşın besin etiketi okuma alışkanlığı olmayan bir grupta olduğu görülmüştür. Bu sonucun ortaya çıkmasında; FKÜ’lü bireylerin hastalık ilişkili zorunlu diyet tedavisine bağlı olarak belirli ürünlerin internet aracılığıyla bilinen firmadan ya da markalardan temin edilmesi, ürün ve üretici firmaların az sayıda alternatiflerinin olması, kısıtlı ürün yelpazesinin olması, ihraç ürünlerinin ağırlıkta olması, ürünlerin kolay bulunamaması gibi nedenlerin etkili olduğu düşünülmüştür.

Sonuç: FKÜ; geri dönüşü mümkün olmayan sonuçlar doğurduğu için bu bireylerin yeterli ve dengeli beslenmeye yönelik doğru tercihler yapabilmeleri adına besin etiketlerine dikkat etmeleri gerekmektedir. FKÜ’lü bireyler ve ailelerinin beslenmeye ilişkili olarak besin etiketi okuma farkındalıklarına bakıldığında çalışma bulgularıyla uyumlu olarak; gruptaki bireylerin hastalık bilinci ile etiket okuma alışkanlıkları arasında doğru bir orantı olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte bu konuda ihtiyaç duyulan bilincin oluşturulabilmesi için gerekli eğitimin verilmesi önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Fenilketonüri, FKÜ, etiket okuma, gıda etiketi, besin etiketi

Abstract

Aim: Phenylketonuria is one of the rare hereditary metabolic diseases. It occurs as a result of the accumulation of phenylalanine in the body due to the deficiency of the enzyme that converts the amino acid phenylalanine found in the structure of proteins into the amino acid tyrosine in PKU patients. Increased amounts of phenylalanine pass into the cerebrospinal fluid and cause neurological findings that may progress to mental retardation. Phenylalanine amino acid can be found in all protein foods, even in spices, and poses a great risk to the mental development of these patients. Therefore, Phenylketonuria patients and their families must pay close attention to the content of every food consumed. The aim of the study is to evaluate whether individuals with phenylketonuria, who have a high level of nutritional restriction and product selection, and their families have the habit of reading labels and awareness regarding the concept of nutrition, and to contribute to the literature in this context.

Material and Method: Quantitative research method was used in the study and data were collected between December 2021 and December 2022 through the "survey method". The sample of the study consisted of 225 volunteers living in Turkey, PKU patients or families of PKU patients.

Findings: It was observed that individuals who constantly read food labels in the study group comprised a large portion of the group, and that there were more young age groups, women, and individuals with higher education levels in this group ($p<0,05$). In addition, although the habit of reading food labels was higher in moderate and mild PKU patients compared to other groups, it was observed that there was a group that did not have the habit of reading food labels. It was thought that the reasons such as the procurement of certain products from well-known companies or brands via the internet due to the mandatory diet treatment related to

the disease, the few alternatives of products and manufacturers, the limited product range, the predominance of export products, and the fact that products are not easily found were effective in the emergence of this result.

Conclusion: Since PKU causes irreversible consequences, these individuals need to pay attention to food labels in order to make the right choices for adequate and balanced nutrition. When the awareness of PKU individuals and their families regarding reading food labels regarding nutrition is examined, it is understood that there is a direct proportion between the disease awareness and label reading habits of the individuals in the group, in accordance with the study findings. However, it is important to provide the necessary training to create the necessary awareness on this issue.

Keywords: Phenylketonuria, PKU, label reading, food label, nutrition label.

1. GİRİŞ

Vücudun hayati faaliyetlerini yerine getirebilmesi için elzem olan bir enzimin bulunmaması ya da görevini yerine getirememesi sonucu meydana gelen, teşhis ve tedavi olanakları kısıtlı olan, mali açıdan yük getiren, bir kısmı kalıtsal bir kısmı ise doğum sonrası gelişen hastalıklar “nadir görülen metabolik hastalıklar” olarak adlandırılmaktadır. Toplumsal bir sorun olarak karşımıza çıkan bu hastalıklarla mücadele eden çocukların %30’unun 5 yaşına gelmeden hayatını kaybettiği bilinmektedir (Pak Güre ve Pak, 2021; Ayyıldız, 2019). Bu hastalıklardan biri de fenilketonüridir (FKÜ). Ülkemiz, hastalığın en sık izlendiği ülkelerin başında gelmektedir. Doğan her 4500 bebekten biri fenilketonüri ile doğmaktadır. Doğması beklenen bebek sayısı ile değerlendirildiğinde her yıl 300 yeni fenilketonüri vakasının topluma katılacağı hesaplanmaktadır. Çekinik genle[†] taşınan bu hastalığın taşıyıcı sıklığı ülkemizde yüksektir. Her 100 kişiden dördünün bu hastalığı taşıyor olmasının yanı sıra %22 ‘ye varan akraba evliliği sıklığı, hastalığın ülkemizde sıklıkla izlenmesinin nedenidir. Ağır zihinsel geriliği olan fenilketonürlü bireylerde konvülsiyonlar, agresif ya da otistik davranış bozuklukları, dermatit şeklindeki cilt lezyonları yanı sıra vakaların sadece % 60’ında anne babaya göre açık saç, gözten rengi ile karakterize bir fenotip[‡] vardır (Ashraf, et al., 2018). Fenilketonüri tanısı konmuş çocuklar hayatları boyunca tek tip beslenmek zorundadırlar ve diyetleri bozulduğu takdirde ya zihinsel ve bedensel yeti kaybıyla ya da yaşamlarını kaybetme riski ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Hayatları boyunca, et, yoğurt, süt, peynir gibi hayvansal gıdalar ve baklagil tüketmeden, çikolatanın tadını bilmeden zorlu bir yaşamla karşı karşıya kalan bu çocuklar, proteinli gıdalarda bulunan fenilalanin isimli bir amino asiti metabolize edemezler. Buna bağlı olarak kanda ve diğer vücut sıvılarında bu aminoasit miktarının artması ile bu çocukların beyinde hasar gelişir ve çocukların ileri derecede zihinsel özürlü olmasına neden olur (Yılmaz ve Erkan, 2019). Tüketilen besinlerin etiketlerinin okunması, menü içeriklerinin bilinmesi bu anlamda çok büyük önem taşımaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Fenilketonüri (PKÜ) Hastalığı ve Beslenme

[†] Çekinik gen: Gen düzeyinde mevcut olan ancak gizli olan ve organizmada kendini göstermeyen özelliktir. Özelliğin (ya da ifade ettiği hastalığın) kendini gösterebilmesi için iki çekinik genin bir araya gelmesi gerekmektedir

[‡] Fenotip: Genetik ve çevresel etkenlerin yarattığı özelliklerin canlının dış görünüşündeki yansıması

Fenilketonüri (FKÜ), 1934 yılında Fölling tarafından ortaya konmuştur. FKÜ; karaciğerden salgılanan fenilalanin hidroksilaz (FAH) enziminin veya kofaktörünün (tetrahidrobiopterinin (BH4)) ya hiç salgılanmaması ya da yetersiz salgılanmasından dolayı omurilik, kan gibi vücut sıvılarında biriken FA'nın ve esansiyel bir amino asit olan TYR'ye çevrilememesi sonucu biriken FA'nın toksik etki göstererek beyinde geri dönüşümü olmayan hasarlara neden olan, otozomal resesif genetik geçişli metabolik bir hastalıktır (Ayyıldız, 2019). Hastalığın görülme sıklığı ülkeden ülkeye, etnik gruplara ve coğrafi bölgelere göre farklılaşmakla birlikte dünyadaki her 55 kişiden 1'inde, Türkiye'de ise Sağlık Bakanlığı Neonatal Tarama Programı Genelgesi (2006/130) verilerine göre her 25 kişiden 1'inde bu hastalık görülmektedir (Akoğlu ve Oruç, 2018; Kılıç Büyükkurt, 2017). Ulusal Çocuk Sağlığı ve Gelişim Birliği raporlarında belirtildiği gibi; dünyadaki FKÜ vakaları en çok Türkiye'de görülmektedir (Parlak, 2018). Bu durumun nedenleri arasında; Türkiye'de yüksek oranda (%29) görülen akraba evlilikleri (Çelik vd., 2018; Kağnıcı, 2014; Ayyıldız, 2019) ve FKÜ taramalarının son zamanlarda (1986 ve sonrası) yaygınlaşması ile çok fazla miktarda geç tanı konulmuş hastanın tespit edilmesi sayılabilir (Bayram ve Kanbur, 2021). Her yıl doğan çocukların 300-400'ünün FKÜ'lü olduğu, her 25 kişiden birisinin de taşıyıcı olduğu tespit edilmiştir (Çevik ve Ertaş, 2020; Akış, 2012; Kömerik vd., 2012). 1993'te T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından uygulanan tarama programı kapsamında yeni doğan bebeğin topuğundan alınan bir damla kan ile mümkün olan en kısa sürede tanı konulması (Yıldız, 2019) ve doğumun 4. haftasından itibaren hayat boyu sürecek olan bir diyetle başlanması vurgulanmaktadır. FKÜ'de vaka oranını azaltmanın tek yolu ve hastalığın henüz bilinen tek tedavisi; FA içeriği düşük, kontrollü bir diyetin uygulanmasıdır (Ayyıldız, 2019; Kılıç Büyükkurt, 2017; Kazancı, 2018). Her bireyde fenilalanin hidroksilaz (FAH) enzim aktivitesi farklı olduğundan FA toleransı§ farklılık gösterebilmektedir (Donat, 2016; Kahraman, 2019; Çevik ve Ertaş, 2020). Donat ve Arusoğlu (2021)'e göre tanı konulurkenki kan FA düzeyi ile ilişkili olarak hastalık; klasik FKÜ, hafif FKÜ, orta FKÜ, hafif HFA, FKÜ dışı HFA olarak gruplandırmaktadır (Donat ve Arusoğlu 2021). *Klasik FKÜ*; FAH'ın neredeyse tamamının eksik olmasından kaynaklı ve tedavi edilmediği zaman şiddetli mental geriliğin ortaya çıktığı, otozomal resesif geçişli bir hastalık olup en sık karşılaşılan, doğuştan gelen metabolizma bozukluğudur. *Orta derece (moderate) FKÜ*; FAH aktivitesi %1'den fazla, kan FA seviyesi 15-20 mg/dl aralığında ve hastaların tolere edebilecekleri günlük FA miktarı 20-25 mg/kg olan FKÜ çeşitidir. *Hafif FKÜ veya HFA*; kan FA düzeyi 10-20 mg/dl (600-1200 µmol/L); FAH aktivitesi %1-5 arasında olan FKÜ çeşitidir (Dervişoğlu 2015: 9; Çam 2020: 6). *Hafif derece (mild) FKÜ*'de; enzim aktivitesi normalden %5 daha fazla kan FA seviyesi 10-15 mg/dl arasında olup tolere edebilen günlük FA miktarı 25-50 mg/kg'dır. *Non FKÜ-HFA veya Hafif HFA*; kan FA seviyesi 2-10 mg/dl (120-600 µmol/L), FAH aktivitesi %5'ten fazla olan FKÜ çeşitidir. Tedaviye gerek olmayan (not requiring treatment) HFA'da kan/sıvı FA seviyesi 2-6 mg/dl (120-360 µmol/L) olup FA kısıtlaması olmadan takip yapılmaktadır (Erdem 2013; Donat ve Arusoğlu 2021).

FKÜ'de tıbbi olarak kesin bir tedavi yöntemi bulunmayıp şu anda uygulanan tek tedavi yöntemi; FA yönünden fakir, sentetik amino asit preparatları ve FA içeriği düşük bazı doğal gıdalarla beslenme tedavisidir (Kılıç Büyükkurt, 2017). Tüm bu gruplarda; her 1 gram doğal proteinin 50 mg FA içerdiği unutulmamalıdır (Kağnıcı, 2014). Bundan dolayı diyetler yaşa,

§ FA Toleransı: Fenilketonüri (PKU) hastalığında doğal protein toleransı, kan fenilalanin (Phe) konsantrasyonunu hedef minimum etki gösteren doz (terapötik) aralıkta tutan maksimum doğal protein alımı olarak tanımlanmaktadır.

cinsiyete, günlük enerji ihtiyacına göre birey baz alınarak düzenlenmelidir (Donat, 2016). FKÜ'lü bireyler için beslenme büyük önem taşımakta ve birçok besin maddesinin bu bireyler için yasaklı olması (Yıldız, 2019), diyet tedavisi uygulanan çocukların bir kısmında; ailenin bilgi eksikliğinden veya dikkatsizliğinden kaynaklanan ciddi problemler görülmesine sebep olabilmektedir. Beslenme alışkanlıklarındaki değişiklikler, vücut kitle indeksindeki artış, vücutun yağ oranındaki artış gibi etkenlerin; obezite, kardiyovasküler hastalıklar, hipertansiyon, diyabet, çölyak, alerji, kanser vb. kronik hastalıkların prevalansını** artırdığı görülmektedir (Ünal, 2018; Kozan, 2019). Beslenme okuryazarlığının oldukça önemli hale gelmesinde ise, prevalansta, ölüm oranlarında, tedavi maliyetlerinde, dışarıda beslenmede, besin çeşitlerinde ve işlenmiş gıdalardaki artışlar etkili olmuştur (Ünal, 2018). Aile fertlerinin hastalık ve diyet konusunda yeterli bilgi sahibi olmamaları ve çocuğun takibini yapan sağlık görevlileri ile iletişimin tam olmayışı, protein kısıtlamasına gidilirken karbonhidrata ağırlık verilen bir beslenme şekline yönelmesi beraberinde kilo problemlerini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca çocuğun ilerleyen yaşlarda yaşlılarından utanarak ve çevre baskısına maruz kalarak diyetten uzaklaşmaya başlaması, diyet ürünlerine her yerde rahatça ulaşamaması, ulaşılsa bile zaman kayıplarının olması, bu ürünlerin yurt dışından temin edilmesine bağlı olarak maliyetlerinin fazla olması, diyet ürünlerinin tatlarından hoşlanılmaması, diyetle bulunmayan yiyeceklere aşırı istek duyulması gibi problemlerle karşılaşmaktadır (Aktaş vd., 2021). Tüm bu problemler de diyetle uymayı zorlaştırmakta hatta bireylerin diyeti bırakmalarına neden olmaktadır. Yapılmış olan bir çalışmaya göre genç yaş grubundaki bireylerin diyetlerine %54, ileri yaş grubundaki bireylerin ise %9 oranında uyum sağlayabildikleri görülmüştür (Küçükkasap, 2013). Hasta bireylerin diyetlerinin lezzetli olması, diyetdeki yiyeceklerin çeşitliliğinin artırılması ve onlar için doyurucu olması sağlanırsa bu bireylerin diyeti daha kolay uygulayabilecekleri ve diyeti bir sorun olarak görmeyecekleri söylenmektedir (Yıldız, 2019). Fizyolojik ihtiyaçlar, alışkanlıklar, demografik özellikler, psikolojik faktörler, kültürel faktörler, ekonomik koşullar, hastalıklar, beslenme bilgisi gibi unsurlar bireylerin gıda seçimlerini etkilemekle birlikte (Kılınç, 2021) ürünlerin lezzetli, taze, sağlıklı, güvenli, hijyenik, doğal, besleyici, doyurucu, kaliteli olması gibi unsurlar ile fiyat, marka, reklamlar da bireylerin tüketim tercihlerini etkilemektedir. Ayrıca ürün çeşidinin ve işlenmiş, paketlenmiş, formüle edilmiş, kompleks ve yeni gıdaların sayısı arttıkça bireylerin tüketim tercihlerinde etkilendikleri unsurların sayısının da arttığı bilinmektedir (Mercan, 2019; Kılıç, 2021).

2.2. Gıda Etiketleri ve Etiket Okur Yazarlığının Önemi

Bireyler; sosyal çevreleri, kitle iletişim araçları ve ilerleyen teknoloji gibi toplumsal ve teknolojik etkiler sayesinde beslenme ve etiket okumaya dayalı bilgileri edinebiliyorken sadece besin değeri ve içeriğini bilmeleri yeterli değildir. Aynı zamanda pakette yazılan bilgilerin kontrol edilmesi ve gözden geçirilerek incelenmesi gerekliliği ve bu bilgilerin her zaman için yeterli ve doğru olmadığı da unutulmamalıdır (Pak, 2020). Bu nedenle özellikle kalıtsal/kronik hastalığa sahip bireylerin ve ailelerinin uygun besinleri seçebilmeleri, bilhassa sağlıklı bireylere göre daha fazla besin etiketi okuma alışkanlığına sahip olmalarının yanında besinlerin tercih edilmesinden hazırlanmasına ve pişirilmesine kadar olan temel beslenme bilgi ve tekniklerini kullanabilmek anlamına gelen iyi bir beslenme okuryazarı olmaları da

** Prevalans: Belirli bir süre içinde bir hastalığın toplumda görülme sıklığını gösteren ölçüttür

gerekmektedir. Bundan dolayı beslenme okuryazarlığı bu bireyler için ön plana çıkmakta, bu bağlamda da “gıda/besin etiketleri” karşımıza çıkmaktadır (Mercan, 2019; Kılınç, 2021).

Gıdaların üzerinde bulunan etiketler bireylerin; ürünleri sağlıklı, sağlıklı olarak gruplandırmalarını kolaylaştırıp tüketicilerin günlük besin planlarını akıllıca yapmalarına, üretici ile tüketici arasındaki sağlık bilgisi farkını kapatarak özel diyeti bulunan tüketicilerin besin tercihlerini ve porsiyon hesaplarını doğru bir şekilde yapmalarına yardım etmektedir (Ceyhun Sezgin vd., 2020; Kaleli, 2014). Tüketicilerin en üst seviyede bilgilendirilmesine ve korunmasına yardımcı olan Türk Gıda Kodeksi (TGK) Etiketleme Yönetmeliği’ne göre yönetmeliğin 3. bölümünde; “gıdanın adı, net miktarı, bileşenleri veya bileşen gruplarının miktarı, alerjiye veya intoleransa neden olan belirli madde veya ürünler, tavsiye edilen tüketim tarihi veya mikrobiyolojik açıdan kolay bozulabilen gıdalarda son tüketim tarihi, özel saklama koşulları, menşei ülke, kullanım bilgisi, gıdanın uygun şekilde tüketimi mümkün değilse gıdanın kullanım talimatı, gıda işletmecisinin adı veya ticari unvanı ve adresi, işletme kayıt numarası veya tanımlama işareti, hacim olarak %1,2’den fazla alkol içeren içeceklerde gerçek alkol miktarına ait ifadeler gıda etiketinde mutlaka yer alması gereken zorunlu bilgilerdir (Kasan Özdemir, 2013; Kaleli, 2014; Kızgın ve Tuncer, 2020; Ceyhun Sezgin vd., 2020; Gökçen ve Seylam Küşümler, 2021). Etiketlerdeki yazı karakteri, yazı boyutu, kullanılan dil, verilen bilginin okunmasının çok zaman alması, ürün hakkındaki düşünceleri, gıdalara karşı tutum/davranışları, ailede gıdaya bağlı hastalığın olması, çocuklar için gıda alımı, formda kalma, yeni çıkan ürünler gibi pek çok etken, bireylerin gıda etiketlerini okumalarını etkilemektedir (Mercan, 2019). Etiketlerde ürün hakkında bilgi verilirken aşırıya kaçılması tüketicilerde kafa karışıklığına sebep olacağından özellikle hasta, hamile, yaşlı veya besin alerjisine sahip bireyler için mümkün olduğunca açık, yalın, standart ve anlaşılır bilgiler verilmelidir (Mercan, 2019). Çölyaklı bireylerle yapılmış bir çalışmaya göre; bireylerin ambalajsız ürünlerde hijyen riski, bulaş olabileceği, diyetlerini bozabileceği gibi düşüncelere sahip oldukları ve içerik hakkındaki bilgi eksikliğinden dolayı ise sağlıklı olup olmadığına karar veremedikleri için ambalajsız ürünleri satın almadıkları görülmüştür (Kılınç, 2021). Başka bir çalışmada kronik hastalığı olan bireylerin besin etiketlerini sağlıklı bireylere göre daha sık, daha detaylı ve daha dikkatli okudukları; diyabet hastalarının ve obez kişilerin ise etiket okuma alışkanlıklarının sağlıklı bireylerinkine göre daha az olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Sekiyama vd., 2019). Ayrıca etiketteki bilgilerin, etiket okumayan kronik hastaların satın alma tutum ve davranışlarını etkilemediği belirtilmektedir (Çalık vd., 2020). Birçok ülkede özel diyet besinleri haricinde gıda etiketi uygulaması bir zorunluluk olmayıp (Kaleli, 2014) etiketlerdeki bilgilerin yetersiz olması, karmaşık olduğu için tam olarak anlaşılabilmesi, bireylerin etiket okuma alışkanlıklarının hiç bulunmaması ya da düşük seviyede olması gibi durumlardan kaynaklı etiketlerden beklenen fayda sağlanamamakta; bu nedenle de tüketicilerde etiket okuma alışkanlığı ve becerilerinin geliştirilmesi gerekliliği açıkça görülmektedir (Er Döngel, 2020; Kızgın ve Tuncer, 2020). TGK yönetmeliğinin 3. bölümündeki bilgilere ek olarak “fiyat, sağlık bilgisi, katkı maddelerinin adı ve miktarı, besin değerleri, kalite standartları, marka deneyimi vb.” bilgilerin, bireylerin etiket bilgisi olarak yazılmasını istedikleri belirtilmektedir (Mercan, 2019; İstanbullugil ve Gürbüz, 2019; Çalık vd., 2020; Ongan vd., 2021).

Bireylerin besin tercihlerini, besin etiketlerini anlayarak okuyup yorumlama yeteneklerini ve güvenli gıdaya ulaşarak diyetlerine uygun şekilde beslenmelerini belirleyen etken; onların okuryazarlık düzeyleridir. Beslenme okuryazarlığına sahip olan bireylerin üst düzeyde eğitim seviyesine sahip oldukları (Monteiro vd., 2021), yaş ilerledikçe etiket okuma oranının doğru

orantılı olarak arttığı, bilinçaltında biriken bilgilerin de etiket okuma ile karar verme sürecini etkilediği (Kızgın ve Tuncer, 2020), sağlık sorunları bulunan ve özel diyet uygulayan bireylerin okuryazarlık oranlarının yüksek olduğu (Uğur, 2019; Ceyhun Sezgin vd., 2020), kadınların erkeklere göre daha çok etiket okuma oranına sahip olduğu (Cowburn ve Stockley, 2004; Kızgın ve Tuncer, 2020) ve ayrıca etiket okuma alışkanlığının ülkelere göre farklılık gösterdiği (Mercan, 2019) belirtilmektedir. Tüm bu bilgilere bakıldığında bireylerin okuryazarlık seviyelerinin; temel eğitim özellikleri, kültürel özellikler, ekonomik seviye, yaş, cinsiyet, etnik köken, hayat şartları ve çalışma şartları ile ilişkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Monteiro, 2021). Türkiye ve Avrupa’da yapılan araştırmalara bakıldığında pek çok araştırmada; kronik hastalık prevalansının ve sağlıksız gıda alımının azaltılmasında, kilonun ve hastalıkların kontrol altında tutulmasında, yeterli ve dengeli beslenmeye dayalı diyetlerle yapılan tedavilerde rol alan beslenme okuryazarlığına dair ve kişilerin besin etiketi okumayı alışkanlık haline getirmesine dair konuların ele alındığı görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Sağlık ve Beslenme Anketi (NHANES) sonuçları da bu verileri destekler niteliktedir (Çalık vd., 2020; Zhang vd., 2020). Bu çalışmalardan da anlaşıldığı üzere besin etiketlemenin doğru yapılması, verilen eğitimlerle etiket bilgilerinin doğru bir şekilde okunması, besin etiketlerinde değişiklikler yapılması ile birlikte oluşan etiket okuma alışkanlığının kazanılması sonucunda bireylerde sağlıklı besinleri tanıma ve seçme yetisi gelişirken beslenme bilgisi artmakta, Gıda ve İlaç Yönetimi’nin (FDA) yaptığı düzenlemede de belirtildiği gibi kalp damar hastalıkları, kanser, hipertansiyon, besin alerjileri, kemik erimesi ve obezite gibi yanlış beslenmeden kaynaklanan pek çok hastalığın, oluşumunun engellenebileceği sonucuna ulaşılmaktadır (Gültekin, 2019; Çalık vd., 2020; Ongan vd., 2021). Toplumsal bir sorun olan kronik hastalıkları azaltmak amacıyla etiket okuma alışkanlığının kazandırılması ve geliştirilmesine çocukluktan başlanması gerekmekte olup böylece bilinçli ve sağlıklı bir toplum oluşturulabileceği görülmektedir. Beslenme okuryazarlığının artması sonucunda sağlıklı beslenme bir yaşam biçimine dönüştürülebilirse yaşam kalitesi artacak ve dolayısıyla toplum sağlığı da korunmuş olacaktır (Kılıç, 2021). FKÜ’lü bireyler ve aileleri, FKÜ’lü diyetle uymayan beslenme şekillerinden kaynaklanabilecek nörolojik etkilere engel olabilmek amacıyla sağlıklarını tehlikeye atmayacak gıdalar seçmeye özen göstermeleri gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda tıbbi ürün olmayan ve dışarıdan (marketlerden, internetten) alınan tüm ürünlerin içeriklerini dikkatlice incelemeleri adına gıda etiketi okuma bilinci ve alışkanlığını geliştirmiş olmaları gerekmektedir.

2.3. Alanyazın Taraması

Alanyazın taramasında; FKÜ, etiket okuma ve beslenme/sağlık okuryazarlığı anahtar kelimeleri kullanılarak çevrimiçi web sayfalarında yapılan tarama sonucu ulaşılan çalışmaların bir kısmında; FKÜ’lü bireylerin tanı ve tedavilerinin, beslenme alışkanlıklarının değerlendirildiği, bir kısmında ise; etiketin satın almadaki etkisinin, farklı gruplarda (adölesanlar, yetişkinler ve kronik hastalığa (örneğin; Tip 2 diyabet) sahip bireyler...) etiket okuma alışkanlıklarının değerlendirildiği görülmektedir. Yapılan çalışmalar arasında; FKÜ’nün tanısı, tedavisi ve nedenlerini, FKÜ’lü çocuğa sahip ailelerin yaşam kalitelerini ve hastalık hakkındaki bilgi seviyelerini, fenilalanin toleransını, fruktoz tüketimleri ile obezite ilişkisini araştıran, ayrıca FKÜ’lü bireyler için durum geliştirme ve FKÜ’de beslenme gibi konular hakkında bilgiler veren (Özer vd., 2008; Küçükkasap, 2013; Çakır, 2012; Pehlivan ve Kalkan, 2016; Yılmaz, 2017; Üneşi Öztürk, 2018; Yıldız, 2019; Çakar ve Yılmazbaş, 2022) örneklerin yanı sıra, FKÜ’lü bireylerin ve ailelerinin günlük hayatlarını, onların sosyal hayatta karşılaştıkları zorlukları (Alptekin ve Çakıroğlu, 2019; Akçay, 2022) ve FKÜ’lü adölesan

bireylerde diyetle uyum ve bu süreçte yaşanan depresyon durumlarını değerlendiren çalışmalar da bulunmaktadır (Bayram ve Kanbur, 2021).

Etiket okuma ile ilgili çalışmalara bakıldığında ise; yetişkin sağlıklı bireyler, öğrenciler, öğretmenler ve sağlık çalışanları arasında etiket okuma bilinci ve alışkanlığının incelendiği çeşitli çalışmalar olduğu görülmüştür (Bayındır Gümüş vd., 2019; Mercan, 2019; Arslan vd., 2022). Grunert ve arkadaşları (2007) tarafından yapılan bir çalışmada da, etiket okuma prevalansının ülkelere göre değiştiği bildirilmiştir. Ürün etiketlerini her zaman okuyan birey sayısına göre; %65 oranında İrlanda, %63 oranında Fransa, %52 oranında İngiltere, %50 oranında İsveç, %44 oranında Portekiz ve %31 oranında İtalya olarak ülkelerin sıralandığı belirtilmiştir. Besler ve arkadaşlarının (2012) Türkiye’de yapmış olduğu çalışmaya göre ise bu oranın %72,3 olduğu görülmüştür (Gül ve Dikmen, 2018; Mercan, 2019).

Kronik hastalığı ya da gıda intoleransı olan bireylerin etiket okuma alışkanlığına yönelik yapılan çalışmalar arasında ise; Yavuz’un (2020) Isparta Şehir Hastanesi’nde kronik hastalığı bulunan ve buna bağlı olarak beslenme tedavisi almak isteyen hastalarla yapmış olduğu çalışmada; hastaların beslenme okuryazarlığını ve diyet öz etkinlik inançlarını incelemiştir. Bu incelemeler sonucunda bu kişilerin diyet öz etkinlikleri ile beslenme okuryazarlığı arasında olumlu yönde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Durak ve Yılmaz’ın (2022) çalışmada da; 18-64 yaş arasındaki Tip 2 Diabetes mellitus (T2DM) hastalığına sahip bireylerde beslenme okuryazarlığı ile öz etkililik ve diyabet öz bakım becerileri arasındaki ilişkileri incelenmiş, bireylerin %74,5’inin yeterli düzeyde beslenme okuryazarlığına, %24,9’unun sınırlı düzeyde beslenme okuryazarlığına ve %2’sinin ise yetersiz beslenme okuryazarlığına sahip olduğu, bireylerin öz bakım puan ortalamalarının 88,03, öz etkinlik puan ortalamalarının ise 69,87 olduğu görülmüştür. Çalışmada beslenme okuryazarlığı ile öz etkililik ve öz bakım davranışları arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalık ve arkadaşlarının (2020) tip 2 diyabetli bireylerin satın alma davranışları ve besin etiketi okuma alışkanlıklarını inceledikleri çalışmada; bireylerin paketli ürünlerde %44,5 oranında fiyatından, %28,4 oranında ürün ya da marka deneyiminden, %11,7 oranında firmadan ya da markadan etkilenmiş oldukları belirtilmiş; araştırmaya katılanların %72,2’sinin ise etiketler üzerindeki “enerji ve besin öğeleri” tablolarına hiç bakmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca diyabetli bireylere paketli ürün bilgilerini okumamalarının sebepleri sorulduğunda %33,3’ünün etiket bilgilerinden bir şey anlamadığı, nasıl kullanacağını bilmediği, %27,4’ünün ürüne karşı fikrini değiştirmede, %21,5’inin satın alma kararında fiyattan etkilendiği cevapları alınmıştır. Kısaca araştırmaya katılan bireylerin %80,8’i etiketteki bilgilerin satın alma tutum ve davranışlarını etkilemediğini belirtmiştir. Zhang ve arkadaşlarının (2020) ikili lojistik regresyon modeli kullanarak Çin’de yaptıkları çalışmaya göre ise; Nanjing kentindeki bireylerin %27,16’sı besin etiketi kullanmakta iken %42’si etiket bilgilerine güvenmemekte, %64,87’sinin bilgileri net olarak anlayamadığı için güveni sarsılmakta, %22,01’inin ise etiket bilgilerini hiç anlamadıkları görülmektedir. Ongan ve arkadaşlarının (2021) yapmış oldukları çalışmada; kronik hastaların besin tercihlerinde %43,6 oranında besinin sağlığa uygunluğu/besleyici özelliği ile %23,8 oranında taze olmasına önem verdikleri belirlenmiştir. Bu çalışmaya göre kronik hastalardan %26,2’si besin etiketlerini her zaman okurken %38,1’inin de bazen okuduğu bildirilmiştir. Ayrıca bu hastaların %63,5’i üretim ve tüketim tarihine, %34,1’i raf ömrüne, %16,6’sı şeker içeriği ile içindekiler kısmına, %15,8’i de enerjiye ve besin değerlerine dikkat etmektedir. Sekiyama ve arkadaşlarının (2019) Brezilya’da %15’i hipertansiyon hastası olan 978 öğretmenle yapmış oldukları çalışmada; öğretmenlerin %62,5’inin anket çalışması yapmadan önce, bir sene boyunca, besin etiketi bilgilerini %41 oranında sıklıkla okuduğu ve

öğretmenlerin hasta olup olmamalarının etiket okuma sıklığı bakımından bir farklılık oluşturmadığı belirtilmiştir. Sonuçta ise tıbbi tavsiye alan hasta bireylerde besin etiketindeki sodyum değerini okuma oranları oldukça yüksek bulunmuştur. Shine ve ark. (1997) ile Gracia ve arkadaşlarının (2007) yapmış oldukları çalışmaya göre; hastalığı olduğu için veya sadece sağlıklı olmak istediği için etiket okuyan bireylerin daha fazla etiket okuma alışkanlıklarının bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak Wahab (2018) tarafından diyabet tanısı konmamış 7150 yetişkinle Amerika’da yapılan çalışmada; etiket okuyan bireylerin uzun süreç içerisinde diyabet hastası olma riskinin azaldığı belirtilmiştir. Post ve arkadaşları (2010) obezite, diyabet ve hipertansiyon hastası olan orta yaş üstündeki bireyler ile yapmış oldukları çalışmada; etiket okuma alışkanlığı kazanılmasının sağlıksız beslenmeden kaynaklı kronik hastalık gelişimini önleyebileceğini bildirmişler ve etiket okuyan bireylerin okumayan bireylere kıyasla enerji, doymuş yağ, karbonhidrat tüketiminde azalma; lifli gıda tüketiminde ise artış olduğunu saptamışlardır. Gıda intoleransı ile ilişkili olarak; Kılınç’ın (2021) çeşitli yaş gruplarında olan çölyak hastası bireyler ile yapmış olduğu çalışmaya göre; 30 yaş altı ile 31-45 yaş gruplarındaki bireylerin uyguladıkları diyeti bozabilecek herşeyden uzak durdukları, glütensiz ürünleri sağlıklı ve lezzetli buldukları; 31-45 yaş gruplarındaki bireylerin glüten bulaşmış olabileceğini düşünerek ambalajsız ürünleri tercih etmedikleri, ambalajlı ürünleri hijyenik buldukları ancak 30 yaş altındaki bireylerin ürünlerin ambalajlı olup olmadığına pek dikkat etmedikleri bildirilmiştir. Ayrıca glütensiz olanların fiyatlarının glütenli ürünlere kıyasla daha fazla olduğu, her yerde satılmadığı, ürün çeşidinin az olduğu, etiket üzerinde “glüten içermez” ifadesinin her zaman yazılmış olmadığı; evli olanların ise bu konuda daha dikkatli olduğu bildirilmiştir. Diğer bir çalışmada Bialkova ve Trijp (2010) tarafından beslenme etiketinde tüketiciler açısından dikkat çeken unsurların belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada; tüketicilerin; besin etiketinin paketin ön yüzünde konumlanmasını, etiketin alışılmış yerinin ve şeklinin değişmemesini, etiket boyutunun iki katına çıkmasını, etiketin tek renkli olmasını ve renginin değişmemesini tercih ettikleri ifade edilmiştir.

Yapılan literatür taramasında; nadir metabolik kalıtsal ve kronik bir hastalık olan FKÜ’de beslenme ve yeni ürün geliştirme araştırmalarının yapıldığına dair pek çok çalışma olduğu belirlenmiş fakat yaşam kalitelerini ve hayatlarını idame ettirebilmeleri için besin içeriklerinin bilinmesi zorunluluğu olan FKÜ hastaları veya ailelerinin besin etiketi okuma alışkanlığının irdelendiği herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüştür.

3. ÇALIŞMANIN AMACI ve YÖNTEMİ

3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

FKÜ sonucu ortaya çıkan nörolojik bozukluklar ve zekâ geriliği; kişinin kendi ihtiyaçlarını karşılayamayacak duruma gelmesine, bireyin ihtiyaçları için aileye ve çevresindeki kişilere bağımlı olmasına, yaşamları süresince özel bir beslenmeye (Bu ürünlerin birçoğu ihraç edilmektedir) gereksinim duymalarına neden olmaktadır. Bu durum gerek aileye gerekse ülke ekonomisine maddi, manevi büyük yük getirmektedir. Bazı vakalarda Fenilalanini tirozine dönüştüren enzim hiç yapılamazken, bazı vakalarda ise kısmen yapılabilmektedir. Bundan dolayı yetersiz enzim salınımından kaynaklı olarak vakadan vakaya risk oranları değişebilmektedir. Bu nedenle bu aminoasidin vücuda alınmaması ya da günlük belirlenen oranın üstüne çıkılmaması ve beyinde toksik etki yaratacak düzeye ulaştırılmaması gerekmektedir. Çocuk doğduğu andan itibaren emeceği anne sütünün yapısında bulunan fenilalaninin miktarı, çocuğun kan fenilalanin seviyesinin yükselmesine ve nörolojik sorunların ortaya çıkmasına neden olabileceğinden, yeni doğan çocuğa hemen tanılama yapılması ve teşhis konulduğu andan itibaren çocuğun durumuna göre bazen sadece tıbbi

mama bazen de anne sütüyle birlikte tıbbi mama verilerek FA'dan kısıtlı bir beslenme yoluna gidilmesi gerekmektedir. Bu beslenme tarzının ise, bireylerin hayatlarının sonuna kadar devam ettirilmesi zorunludur. Çünkü bu enzimin yerine konması ya da eksikliğinin giderilmesi günümüz teknolojisi bağlamında tıbben mümkün görünmemektedir. Bundan dolayı fenilalaninden yoksun ya da çok az miktarda FA aminoasidi içeren gıdalardan oluşan bir diyetin ömür boyu sürdürülmesi tek çözümdür. Sıfır toleransı olan kişilerde bu durum ciddi bir kısıtlama oluştururken; hafif ve orta şiddetli FKÜ tanılı bireylerde kısıtlama alanı biraz esnetilmesine karşın, hayat boyu besin tercihinde kontrol zorunluluğu devam etmektedir. Bu bireyler için kan FA miktarının en ufak hareketliliği bile onların geleceği açısından çok büyük bir önem arz etmektedir. FA'nın başta protein kaynaklı besinler olmak üzere birçok gıda maddesinde hatta gıda katkı maddelerinde farklı oranlarda bulunduğu bilinmektedir (Yaylı ve Özenoğlu, 2014). Bu durum FKÜ'lü hastaların sınırlı sayıda besin içeren bir diyet yapmak zorunda kalmalarına ve tercih edilmek zorunda bırakılan sınırlı sayıdaki besinlere yönelmelerine neden olmaktadır. Bu kısıtlama besin içerik irdeleme zorunluluğunu hayatlarına katmakta ve etiket okuma alışkanlığını gündeme getirmektedir. Bireylerin ve besin alışverişi yapan aile fertlerinin hastalığın yaşamlarına ve beslenme alışkanlıklarına yansıttığı zorunlulukla bağlantılı olarak besin tercihlerinde ve satın alma davranışlarında gıda ve besin etiket okuma alışkanlığının etkisinin olup olmadığı, varsa nasıl bir rol oynadığı ya da ne kadar önem verildiği irdelenmesi gereken konulardır.

Çalışmada; FKÜ'lü hastalar ve aileleri üzerinde hastalığa bağlı besin tercihinde etki eden ve besin içeriğini gösteren etiketleri okuma alışkanlıklarının olup olmadığının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. FKÜ'lü hastalarda besin içeriğinin bilinmesi; birçok alerjik reaksiyon, gıda intoleransı (glüten ve laktoz) ve bazı kronik hastalıklarda (hipertansiyon, diyabet, vb.) olduğu gibi zorunluluk arz etmektedir. Ayrıca yapılan literatür araştırması sonucu Türkiye'de metabolik, kronik ve kalıtsal birçok hastalıkla ilgili etiket okuma alışkanlığının henüz istenen seviyeye ulaşmadığı öngörülmektedir. Hafif ve orta şiddette FKÜ problemi olan bireylerin ağır şiddetli FKÜ'lü (sıfır FA toleranslı beslenme zorunluluğu olan) bireylerden farklı olarak pahalı ve ihraç edilen kısıtlı sayıdaki tıbbi ürünlerin yanı sıra kontrollü olarak düşük protein ağırlıklı ürünler satın alarak tüketebilecekleri düşünüldüğünde; sağlıklı, kaliteli ve güvenli bir yaşamın devamlılığı açısından diğer hastalıklarda olduğu gibi FKÜ'lü bireylerin beslenmeleriyle ilgili olarak etiket okuma bilincinin olması ve bunun davranışa dönüşmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu kazanım gerçekleştirildiği takdirde maddi ve manevi birçok kazanımı da beraberinde getirecektir. Bu bağlamda FKÜ multidisipliner açıdan değerlendirildiğinde hasta bireyler ve aileleri için farklı çözüm yolları ve seçenekler geliştirilebileceği göz ardı edilmemelidir. Bununla birlikte ulusal ve uluslararası literatürde FKÜ ve hastalarla ilişkili çalışmaların "Sağlık Bilimleri" ile sınırlı olduğu ve FKÜ'lü bireylerin etiket okuma davranışının irdelendiği bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu çalışma kapsamında ikincil olarak, sağlıklı beslenme, güvenli gıda ve ürün geliştirme kavram ve uygulamaları ile iç içe olan "Gastronomi ve Mutfak Sanatları" (Sosyal Bilimler) alanını da konuya dâhil ederek "etiket okuma alışkanlığı ve FKÜ'lü bireyler ve aileleri açısından önemi" vurgulanarak literatürde ki eksikliği giderilmesi ve literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

3.2. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma nicel bir araştırma olup, çalışma kapsamında tarama tipi araştırma deseni kullanılarak katılımcıların tutum, görüş, beklenti ve davranış özelliklerini anket soruları yardımı ile tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde çalışma verileri bir nicel

araştırma yöntemi olan anket yöntemi kullanılarak, Aralık 2021 ile Aralık 2022 yılları arasında toplanmıştır. Araştırma izini için; Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 29/12/2021 tarih ve E-60263016-050.06.04-112592 numaralı kararı ile izin alınmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak; *Aylin BAYINDIR GÜMÜŞ ve arkadaşlarının "Yetişkin Bireylerin Etiket Okuma Alışkanlıklarının ve Beslenme Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi (2021)"* başlıklı ölçekleri; *Gamze ÇALIK ve arkadaşlarının "Tip2 Diyabetli Bireylerin Besin Etiket Okuma Alışkanlıkları ve Etiket Okuma Alışkanlıklarının Besin Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisinin İncelenmesi (2020)"* başlıklı anket soruları çalışmanın amacına göre düzenlenerek oluşturulan anket formu oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında kullanılan anket formu; katılımcılara ait demografik bilgileri, yiyeceklerin temin yerlerini, katılımcıların kalıtsal/kronik hastalık ve beslenme durumlarına yönelik bulguları, besin etiketi okuma alışkanlıklarını ve besin etiketi okuma alışkanlıklarına ilişkin bilgileri, katılımcıların ambalajlı besinlerin üzerindeki bilgiler ile besin değerine ilişkin bilgileri okuma sıklıklarını içeren bölümlerden oluşmaktadır. Bu bölümlerden bazılarında çoktan seçmeli sorular kullanılırken bazılarında da "her zaman", "bazen" ve "hiçbir zaman" şeklinde 3'lü Likert tipi sorular kullanılmıştır.

3.3. Çalışmanın Hipotezleri

FKÜ'lü birey ve ailelerinin demografik özelliklerinin ve sağlık problemi ile ilişkili diyet şekillerinin, besin tercihleri ile gıda etiketi okuma alışkanlığı veya farkındalık düzeylerinde farklılıklar oluşturacağı öngörüsü doğrultusunda; aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: FKÜ tanısı konmuş bireylerin beslenmesiyle ilişkili olarak kendileri ve aile bireylerinin demografik özellikleri ile gıda etiketi okuma alışkanlığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: FKÜ tanısı konmuş bireylerin beslenmesiyle ilişkili olarak tıbbi beslenme tedavisi alma durumları (diyet) ile gıda etiketi okuma alışkanlığı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Çalışma Evreni ve Örneklemi

Türkiye'de kayda geçen ve geçmeyen 10.000 üzerinde FKÜ'lü birey bulunduğu düşünülmekle birlikte hasta bireyler ile ailelerinin kimliklerini ya da hastalıklarını gizlemeleri sebebiyle evren sayısı tam olarak bilinmemektedir (Donat, 2016). Buna bağlı olarak çalışma kapsamında "kartopu örnekleme yöntemi" kullanılarak ulaşılabilen ve çalışmaya katılmayı kabul eden tüm FKÜ'lü birey ve aile fertleri çalışmaya dâhil edilerek örneklem grubu oluşturulmuştur. Çalışmada İstanbul merkez olmak üzere FKÜ Aile Derneği başkanı ve üyeleri ile iletişime geçerek derneğe üye olan hasta ve yakınlarının dahil olduğu "WhatsApp iletişim grubu" aracılığıyla Covid-19 pandemisi sürecinde bağlantıya geçilip çalışma hakkında bilgi verilerek çalışmaya gönüllü katılım talebinde bulunulmuş, çalışmaya dahil olmayı kabul eden katılımcılar aracılığıyla çevrelerinde bulunan ve bu iletişim ağında yer almayan diğer FKÜ'lü hasta ve ailelerine çalışma hakkında bilgi verilmesi ve açikerişim (online) anket formunun ulaştırılması sağlanmıştır. Bu noktada FKÜ Aile Derneği ve çeşitli dijital platformlar aracılığı ile iletişime geçilen derneğe kayıtlı 40 birey ile derneğe kayıtlı olmayan fakat sosyal platformlarda (özellikle İstanbul ve İzmir illerinden) iletişim kurulan 185 birey çalışmaya dâhil olmayı kabul etmiş ve toplam 225 gönüllü birey çalışmanın örneklemi oluşturmuştur. Örneklemenin büyüklüğünü, çalışmanın pandemi süreci içerisinde olması yüzyüze yapılamaması, FKÜ'lü birey ve ailelerinin hastalıklarını gizlemek istemeleri, çalışmaya isteksiz olmaları, anket sorularını eksik doldurmaları sınırlandırmıştır.

3.4. Verilerin İstatistiksel Değerlendirilmesi

Anketlerden elde edilen veriler IBM SPSS STATISTICS 23.0 programına yüklenmiştir. Çalışmada yer alan değişkenlerin sıklıkları “frekans analizi” kullanılarak değerlendirilmiştir ve bu veriler standart sapma ($\pm SS$) ve yüzde (%) değerleri ile sunulmuştur. Çalışmada kullanılan ölçme aracının (anketin) güvenilirlik düzeyinin incelenmesi amacıyla Cronbach alfa testi kullanılmıştır. FKÜ’lü birey ve ailelerinin besin etiketi okuma davranışlarını belirleme çerçevesinde kullanılan anket sorularının yapı geçerliliğinin sağlanması amacı ile faktör analizi (açımlayıcı-keşfedici faktör analizi) yapılması öngörülmüştür. Çalışmada kullanılan veri setinin normal dağılım gösterip göstermediği ise çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları ile değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucu FKÜ’lü bireyler ve ailelerinin besin etiketi okuma düzeyleri, besin etiketi okuma alışkanlıkları ve davranışlarına ilişkin veri setinde, bazı verilerin çarpıklık ve basıklık katsayısının $\pm 3,29$ eşik değerinin dışında olduğu belirlenmiştir (Mayers, 2013). Buna bağlı olarak çalışmada normal dağılıma uymayan nicel verilerin analizi için parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Bu bağlamda bağımsız değişkenin iki gruptan oluşan verilerin karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi ile ikiden fazla gruptan oluşan sayısal verilerin analizinde Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada belirlenen hipotezlerin değerlendirilmesi için kullanılacak analizlerin seçiminde ise; elde edilen verilerin normal dağılımına uygunluğu baz alınarak, etiket okuma alışkanlıkları ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Sonuçlar $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde %95 güven aralığında değerlendirilmiştir.

3.5. Bulgular

3.5.1. Besin Etiket Okuma Anketinin Geçerlik-Güvenirlik Çalışmasına İlişkin Bulgular

Çalışma anketinin güvenilirlik değerlendirmesi kapsamında Cronbach alfa testi uygulanmış ve veri setinin Cronbach alfa değeri 0,80 olarak belirlenmiştir. Cronbach alfa katsayısının +1 değerine yaklaşmasının veri setinin uyum ve tutarlılığının yüksek olduğu bilgisine dayanarak (İslamoğlu ve Alınacak 2016) çalışmada kullanılan veri setinin güvenilirliğinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Veri setini oluşturan veri gruplarının güvenilirlik değerlendirmesi yapıldığında ise, “Bireylerin Besin Etiket Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bilgilere” ait setin Cronbach alfa değeri 0,73; “Katılımcıların Ambalajlı Besinlerin Üzerindeki Bilgileri Okuma Sıklıklarına” ait setin Cronbach alfa değeri 0,77; “Katılımcıların Ambalajlı Besin Etiketinde Besin Değerine İlişkin Bilgileri Okuma Sıklıklarına” ait setin Cronbach alfa değeri ise 0,94 olarak belirlenmiştir.

Besin etiketi okuma alışkanlığının belirlenmesi amacıyla çalışmada kullanılan anketin yapı geçerliliğini tespit etmek ve faktör yapısını ortaya koymak amacı ile Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılması düşünülmüştür. Bu konuda öncelikli olarak verilerin faktör analizine uygunluğunun değerlendirilmesi için; değişkenler arasında belirli bir oranda kısmi korelasyon ilişkisi olması gerekmektedir. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı ve veri yapısının faktör çıkarma için uygun olup olmadığı Kaiser-Meğer-Olkin (KMO) katsayısı ve değişkenler arasında yeterli oranda ilişki olup olmadığı Barlett küresellik (sphericity) testiyle incelenebilmektedir. KMO katsayısının yüksek olması, veri setinde her bir değişkenin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği anlamına gelmektedir ve değerin 0.50’den yüksek olması beklenmektedir (Kaya 2013: 180). Çalışmada kapsamında kullanılan veri setlerinin KMO değeri 0,87 olarak bulunmuştur. Bartlett küresellik testine göre ise, elde edilen sonuçların istatistikî olarak anlamlı olduğu ve çalışmanın veri setinin faktör analizi için uyumlu olmadığı belirlenmiştir ($X^2=4643,93$; $df=1035$; $p= 0,001$). Çalışmanın veri gruplarının KMO katsayıları ayrı ayrı değerlendirildiğinde ise; “Bireylerin

Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bilgilere” ait setin KMO katsayı değeri 0,72 (4 faktör); “Katılımcıların Ambalajlı Besinlerin Üzerindeki Bilgileri Okuma Sıklıklarına” ait setin KMO katsayı değeri 0,77 (5 faktör); “Katılımcıların Ambalajlı Besin Etiketinde Besin Değerine İlişkin Bilgileri Okuma Sıklıklarına” ait setin KMO katsayı değeri ise 0,94 (2 faktör) olarak belirlenmiştir.

3.5.2. Katılımcıların Sosyo-Demografik, Hastalık ve Beslenme Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmada yer alan katılımcıların (225 kişi) sosyo-demografik, özellikleri, hastalık ve beslenme bilgileri, besin etiketleri okuma alışkanlıkları analiz edilerek elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve Tablo 3.1’de sunulmaktadır. Bu bulgulara göre; katılımcıların %77,8’i kadınlardan, %57,8’inin 20-34 yaş aralığında, % 74,2’nin evli olduğu belirlenmiştir.

FKÜ hastalığının resesif geçişli genetik bir hastalık olması ile ilişkili olarak, çalışma grubunda yer alan katılımcıların akraba evliliği yapıp yapmama durumları değerlendirildiğinde; 82 bireyin akraba evliliği yaptığı, 143 bireyin ise bilindik bir yakın akrabalık ya da akraba evliliği öyküsünün bulunmadığı belirlenmiştir. Bunun yanı sıra katılımcıların birlikte yaşadığı kişi sayısı araştırıldığında; yalnız yaşayan ve iki kişilik aile yapısı olan grup sayısının %4,4’lük bir dilimi oluşturduğu, çekirdek aile yapısında dört kişilik grubun en büyük orana (%31,6) sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 3.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Toplam (N/%)
Cinsiyet	Kadın	175 (77,8)
	Erkek	50 (22,2)
Yaş Grupları (yıl)	20-34	130 (57,8)
	35-50	86 (38,2)
	51-69	8 (3,6)
	70-94	1 (0,4)
Medeni Durum	Evli	167 (74,2)
	Bekâr	58 (25,8)
Akraba Evliliği Yapıp Yapmama Durumu	Evet	82 (36,4)
	Hayır	143 (63,6)
Evdeki Kişi Sayısı	Bir	1 (0,4)
	İki	9 (4,0)
	Üç	65 (28,9)

	Dört	71 (31,6)
	Beş	53 (23,6)
	Beşten Fazla	26 (11,6)
Gelir Düzeyi ⁺⁺	1500 TL ve altı	15 (6,7)
	1501-2500 TL	30 (13,3)
	2501-3500 TL	38 (16,9)
	3501-4500 TL	59 (26,2)
	4501 TL ve üzeri	83 (36,9)
Eğitim Durumu	Okuryazar Değil	3 (1,3)
	Okuryazar	7 (3,1)
	İlköğretim	65 (18,9)
	Lise	82 (36,4)
	Üniversite	68 (30,2)
Meslek	Ev Hanımı	128 (56,9)
	İşçi	25 (11,1)
	Memur	18 (8,0)
	Serbest Meslek	13 (5,8)
	Diğer	41 (18,2)

Ayrıca katılımcıların %53'ünün aylık gelir düzeylerinin orta ve üst gelir düzeyinde olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra katılımcıların %66,6'lık önemli bir bölümünün lise ve üniversite mezunu olduğu; %56,9'unun ev hanımı, %11,1'inin işçi, %8'inin memur, %16'lık bir grubun ise doktor, hâkim, avukat, eczacı, öğretmen, emekli vb. mesleklere sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcıların sahip oldukları kalıtsal/kronik hastalıklar ve beslenme durumlarına yönelik elde edilen bulgular Tablo 3.2'de sunulmaktadır.

Tablo 3.2. Katılımcıların Kalıtsal/Kronik Hastalık ve Beslenme Durumlarına Yönelik Bulgular

Hastalıkla İlgili Bilgiler	(N/%)
----------------------------	-------

⁺⁺2021-2022 eğitim öğretim döneminde başlatılarak 2022-2023 eğitim öğretim döneminde yapılan çalışmada öngörülen tablodaki (Bkz.Tablo 1) 2021 yılı asgari ücret düzeyi brüt 3.577,50 TL, net 2.825,90 TL; 2025 yılı asgari ücret düzeyi ile güncel brüt 26.005,50 TL olmuştur.

FKÜ Dışında Doktor Tarafından Tanısı Konulmuş Herhangi Bir Hastalık	Evet	49 (21,8)
	Hayır	176 (78,2)
Cevabınız Evet ise Sağlık Sorunlarınız	Anemi	13 (5,8)
	Obezite	12 (5,3)
	Böbrek Hastalıkları	10 (4,4)
	Kalp Damar	9 (4,0)
	Çölyak	7 (3,1)
	Hipertansiyon	6 (2,7)
	Diğer	168 (74,5)
FKÜ Tanı Süresi (Yıl)	1 yıldan az	53 (23,6)
	1-3 yıl	39 (17,3)
	4-6 yıl	33 (14,7)
	7-9 yıl	24 (10,7)
	10 yıldan fazla	62 (27,6)
	Hatırlamıyorum	14 (6,2)
Tıbbi Beslenme Tedavisi Alma Durumu	Düşük miktarda fenilalanin içeren besinler ve tıbbi ürün kullanıyorum	142 (63,1)
	Sadece düşük miktarda fenilalanin içeren besinler yiyorum	37 (16,4)
	Tamamen tıbbi ürün kullanıyorum	28 (12,4)
	Diyet yapmıyorum	18 (8,0)

Katılımcılar FKÜ'den başka doktor tarafından tanısı konulmuş herhangi bir hastalığa sahip olup olmaması bakımından değerlendirildiğinde; 176 katılımcının herhangi bir farklı hastalığı bulunmadığı; 49 kişi arasında obezite (%5,3), kalp damar ve böbrek hastalıkları (%4) ile çölyak (%3,1) hastalıklarının ilk sıralarda yer aldığı görülmüştür. Çalışma kapsamında FKÜ tanısı konmuş bireylerin hastalık tanılama süreleri incelenmiş; tanılama süresi 1 yıl olan birey sayısının diğer gruplara göre (10 yıl ve üzeri grup hariç) daha yüksek oranda (%23,6) olduğu, tanı süresi 10 yıl ve üzerinde olan bireylerin oranının ise %27,6 olduğu görülmektedir. Katılımcıların tıbbi beslenme tedavisi alma veya diyet durumları incelendiğinde ise; FKÜ'ye özgü herhangi bir diyet uygulaması yapmayan kişi sayısının 18 (%8) olduğu, buna karşın düşük miktarda FA içeren besinler ve tıbbi ürün kullanan bireylerin oranının %63,1, sadece düşük miktarda FA içeren besinler tüketen bireylerin oranının %16,4, tamamen tıbbi ürün

kullanan bireylerin oranının ise %12,4 olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların yiyeceklerini satın aldıkları yerler ve temin şekilleri değerlendirildiğinde; %48,4'ünün internet üzerinden yapılan alışverişlerden, %28,9'unun belirli firmalardan ve %11,1'inin büyük marketlerden olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra dernek aracılı yiyecek temin oranının %9,8 ve yurt dışı kaynaklı yiyecek temin oranının ise %1,8 olduğu belirlenmiştir.

3.5.3. Katılımcıların Ürün Satın Alma Davranışı ve Besinin Etiket Okuma Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular

Çalışma kapsamında katılımcılara “besin satın alırken en çok etkilenilen kriterlere ve besin etiketi okuma alışkanlığının olup olmamasına” ilişkin sorular yöneltilmiş ve elde edilen veriler Tablo 3.3’de sunulmuştur.

Tablo 3.3. Katılımcıların Besin Satın Alırken Dikkat Ettikleri Kriterler ve Besin Etiket Okuma Alışkanlığı Durumu

Besin Satın Alırken En Çok Etkilenilen Kriter	(N/%)
Besin ambalajları üzerindeki etiket bilgisinden etkilenirim.	31 (13,8)
Doktor/diyetisyen tavsiyelerinden etkilenirim.	31 (13,8)
Önceki deneyimlerden etkilenirim.	29 (12,9)
Ürünün fiyatı beni etkiler.	29 (12,9)
Aile ve arkadaşlardan alınan bilgiler beni etkiler.	25 (11,1)
Ürünün hazırlanmasının/kullanımının kolay olması beni etkiler.	24 (10,6)
Üretici firma ve ürünün markasından etkilenirim.	23 (10,2)
Reklamlar ve tanıtımlardan etkilenirim.	18 (8)
Ambalajın görünüşü ilgimi çeker.	15 (6,7)
	Her zaman 162 (72,0)
Ambalajlı Besinlerin Etiketlerinde Yazılan Bilgileri Okuma Durumu	Bazen 56 (24,9)
	Hiçbir zaman 7 (3,1)
Ürün Satın Alma Davranışı ve Besinin Etiket Bilgileri	
Bilinçli ve sağlıklı beslenmeme yardım ediyor.	67 (29,8)
Satın almak üzere olduğum ürünün güvenilir olup olmadığı hakkında bilgi veriyor.	66 (29,3)
Ürünü, diğer piyasa eşdeğerleri ile karşılaştırmama yardım ediyor.	62 (27,6)
Satın alma tutumumu etkilemiyor.	30 (13,3)

Ambalajlı Besinlerin Etiketlerini Okuma Alışkanlığı Olmamasının Nedeni

Açıklamalar yeterli değil.	14 (19,4)
Paketin okunması zor kısmında yer alıyor.	11 (15,2)
Etiket üzerindeki bilgilerin doğru olduğunu düşünmüyorum.	11 (15,2)
Satın alma kararımı etkileyen tek şey ürünün fiyatıdır.	8 (11,1)
Yazılar küçük olduğu için okumuyorum.	7 (9,8)
Ürün ile ilgili fikrimi değiştirmiyor.	7 (9,8)
Zaman alıyor.	6 (8,3)
Etiket bilgilerini anlamıyorum, nasıl kullanacağımı bilmiyorum.	4 (5,6)
Yaptığım seçimin sağlıklı olduğunu düşünüyorum, o yüzden okumama gerek yok.	3 (4,1)
Herhangi bir sağlık problemim yok, okumasam da olur.	1 (1,3)

Anketin bu bölümünde yer alan parametrelere bakıldığında; eğitilmiş, genç grubun daha çok doktor/diyetisyen tavsiyelerinin yanı sıra besin ambalajları üzerindeki etiket bilgisinden (%13,8) etkilendikleri, alınan ürünlerde en çok etkilenilen kriterler arasında dikkat çekici oranda ürün fiyatının ve bireylerin daha önceki deneyimlerinin (%12,9) de etkili olduğu, diğer kriterlere göre ürün satın almada reklam ve tanıtımların (%8) yanı sıra ambalajın görünüşünün (%6,7) daha az oranda etkili olduğu görülmüştür.

Ambalajlı besinlerin etiketlerinde yer alan bilgileri okuma durumları değerlendirildiğinde; katılımcıların %72'sinin besin ambalajları üzerindeki etiketleri "her zaman" okudukları, %24,9'luk bölümünün ise "bazen okurum" ifadesini kullandıkları görülmüştür. Her zaman besin etiketi okuma alışkanlığı olmayan bireylere "etiket okumama nedenleri" sorulduğunda yanıtlar arasında en yüksek oranların; etiketlerdeki açıklamaların yeterli olmamasının (%19,4), aynı zamanda bu bilgilerin doğru olmadığına inanılmasının (%15,2), bunun yanı sıra etiket bilgilerinin ambalajlar üzerindeki konumuna bağlı olarak okunmada zorlanıldığının ifade edildiği de görülmüştür. Ayrıca etiket bilgilerinin bilinçli beslenmelerine yardımcı olmasının (%29,8) ve ürünün güvenilirliği (%29,3) ile ilişkili bilgiler vermesinin, katılımcıların büyük bir oranda gıda satın alırken etiket bilgilerini okumalarında etkili olduğu, katılımcıların %13,3'lük bir bölümünde ise gıda etiketlerinin ürün satın alma tutumlarında hiçbir etkisinin olmadığı görülmüştür. Katılımcıların ambalajlı besinlerin etiketlerini okuma alışkanlığının olmamasında; etiketlerdeki açıklamaların yeterli olmaması konusunun ön planda olduğu, görülmüştür.

Bireylerin bilinçli besin etiketi okuma alışkanlıkları ile ilişkili olarak, besin etiketi içeriğini anlamaya yönelik bulguları Tablo 3.4'de sunulmuştur.

Tablo 3. 4. Bireylerin Besin Etiket Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bilgiler

Bireylerin Besin Etiket Okuma Alışkanlıklarına İlişkin Bilgiler
(N/%)

Besin etiketlerinde besin değerlerinin trafik işareti gibi (kırmızı, sarı, yeşil) renk kodlaması ile belirtilmesi daha anlaşılır olacağını düşünüyorum.	Her zaman	180 (80,0)
	Bazen	2 (0,9)
	Hiçbir zaman	43 (19,1)
Besin etiketi üzerinde yer alan enerji ve besin ögesi tablosunda yer alan bilgileri nasıl kullanacağını biliyorum.	Her zaman	176 (78,2)
	Bazen	2 (1,0)
	Hiçbir zaman	47 (20,8)
Tüketici olarak etikette hangi bilgilerin yer alması gerektiğini biliyorum.	Her zaman	174 (77,3)
	Bazen	6 (2,7)
	Hiçbir zaman	45 (20,0)
Besin etiketlerinde trans yağ içeriği ile ilgili beyanların ne anlama geldiğini biliyorum.	Her zaman	138 (61,3)
	Bazen	6 (2,7)
	Hiçbir zaman	81 (36,0)
Besin etiketlerinde şeker içeriği ile ilgili beyanların ne anlama geldiğini biliyorum.	Her zaman	133 (59,1)
	Bazen	1 (0,5)
	Hiçbir zaman	91 (40,4)
Besin etiketinde içindekiler listesini okunabilir ve anlaşılabilir buluyorum.	Her zaman	123 (54,6)
	Bazen	2 (1,0)
	Hiçbir zaman	100 (44,4)
Besin etiketlerinde şeker içeriği ile ilgili beyanları güvenilir ve inandırıcı buluyorum.	Her zaman	112 (49,7)
	Bazen	3 (1,5)
	Hiçbir zaman	110 (48,8)

	Her zaman	101 (44,8)
İçindekiler listesinde gıda katkılarının (E kodları) ne anlama geldiğini biliyorum.	Bazen	3 (1,5)
	Hiçbir zaman	121 (53,7)
	Her zaman	95 (42,2)
Besin etiketlerinde trans yağ ile ilgili beyanları güvenilir ve inandırıcı buluyorum.	Bazen	4 (1,8)
	Hiçbir zaman	126 (56,0)

Yapılan değerlendirme sonucu; katılımcıların besin değerlerinin renklendirilmesi (%80), enerji ve besin ögesi tablosunu değerlendirebilmesi (%78,2), etikette yer alması gereken bilgilerin bilinmesi (%77,3), etiketlerde trans yağ (%61,3) ve şeker içeriklerinde (%59,1) beyan edilen ifadelerin anlamlarını bilme düzeyi parametrelerini diğer parametrelere göre yüksek oranlarda tercih ettikleri görülmüştür. Ayrıca diğer bir parametre olan şeker içerik beyanlarını güvenilir ve inandırıcı bulanlar (%49,7) ile bulmayanlar (%48,8) arasında benzer oranlar olduğu belirlenmiştir. Yine içerik listesinde gıda katkılarının ne anlama geldiğini bilen (%44,8) ve bilmeyen (%53,7) katılımcıların oranının da birbirine yakın olduğu; buna karşın trans yağ beyanlarını güvenilir bulmayanların (%56) ise çoğunlukta olduğu görülmüştür.

Çalışma kapsamında katılımcıların etiket okuma alışkanlıkları ile ilişkili olarak ambalajlı besinler üzerindeki bilgileri (fiyat, marka, üretim ve son kullanma tarihi vb.) okuma sıklıkları da değerlendirilmiş ve Tablo 3. 5'de sunulmuştur. Katılımcıların etiket bilgilerini okuma sıklıklarının değerlendirildiği parametrelere bakıldığında; ürünün fiyatı (%98,2), son kullanma tarihi (%96,0) ilk sıralarda iken; sıralamayı gıdaların saklama koşullarına (%88), ürünlerin miktarına (%87,5), alerji riskine (%87,5) ve yan etkilere yönelik ifadelerine (%84,4), ürünün porsiyon sayısı ve miktarına (%83,1), gıdanın üretim yeri (%68,8) ve menşesine (%63,1), kalite derecelendirme ibarelerine (%62,2) bakma oranlarının takip ettiği görülmüştür. Bunlara ek olarak etiket bilgileri içerisinde; ürünlerin alerji riski ile gıdanın net miktarını gösteren ifadelerin katılımcılar tarafından benzer oranlarda (%87,5) okundukları belirlenmiştir.

Tablo 3. 5. Katılımcıların Ambalajlı Besinlerin Üzerindeki Bilgileri Okuma Sıklıkları

Katılımcıların Ambalajlı Besinlerin Üzerindeki Bilgileri Okuma Sıklıkları		(N/%)
	Her zaman	221 (98,2)
Ürünün fiyatını okurum.	Bazen	2 (1,0)
	Hiçbir zaman	2 (0,8)
	Her zaman	216 (96,0)
Son kullanma tarihine bakarım.	Bazen	3 (1,4)
	Hiçbir zaman	6 (2,6)

İçindekiler bilgisini okurum.	Her zaman	215 (95,5)
	Bazen	4 (1,9)
	Hiçbir zaman	6 (2,6)
Sağlık problemleri ile ürünün ilişkisi olup olmadığını belirten ifadelerle bakarım.	Her zaman	212 (94,2)
	Bazen	0 (0,0)
	Hiçbir zaman	13 (5,8)
Üretim tarihine bakarım.	Her zaman	208 (92,4)
	Bazen	6 (2,8)
	Hiçbir zaman	11 (4,8)
Ürünün hazırlanmasında kullanılan katkı maddelerinin adına bakarım.	Her zaman	203 (90,2)
	Bazen	3 (1,4)
	Hiçbir zaman	19 (8,4)
Ürünün markasına bakarım.	Her zaman	202 (89,7)
	Bazen	1 (0,5)
	Hiçbir zaman	22 (9,8)
Saklama koşullarını okurum.	Her zaman	198 (88,0)
	Bazen	4 (1,8)
	Hiçbir zaman	23 (10,2)
Net miktarı/ağırlığını okurum.	Her zaman	197 (87,5)
	Bazen	2 (1,0)
	Hiçbir zaman	26 (11,5)
Olası alerjen içirme/içermeme konusundaki ifadeleri okurum.	Her zaman	197 (87,5)
	Bazen	4 (1,9)
	Hiçbir zaman	24 (10,6)
Olası yan etkiye yönelik ifadeleri okurum.	Her zaman	190 (84,4)
	Bazen	3 (1,4)
	Hiçbir zaman	32 (14,2)

Etikette enerji ve besin değerlerine bakıyorum.	Her zaman	189 (84,0)
	Bazen	5 (2,3)
	Hiçbir zaman	31 (13,7)
Porsiyon sayısı/porsiyon ağırlığına bakarım.	Her zaman	187 (83,1)
	Bazen	8 (3,6)
	Hiçbir zaman	30 (13,3)
Üretildiği yere bakarım.	Her zaman	155 (68,8)
	Bazen	2 (1,0)
	Hiçbir zaman	68 (30,2)
Düşük yağlı, light, iyi lif kaynağı gibi ibarelere bakarım.	Her zaman	146 (64,8)
	Bazen	5 (2,4)
	Hiçbir zaman	74 (32,8)
Menşei/köken ülkesine bakarım.	Her zaman	142 (63,1)
	Bazen	3 (1,4)
	Hiçbir zaman	80 (35,5)
Kalite derecelendirmesine (TSE, ISO 9000) bakarım.	Her zaman	140 (62,2)
	Bazen	1 (0,5)
	Hiçbir zaman	84 (37,3)
Besin satın alırken etiketindeki T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın izin ve kayıt numarasını kontrol ediyorum.	Her zaman	124 (55,1)
	Bazen	4 (1,8)
	Hiçbir zaman	97 (43,1)

Katılımcıların ambalajlı ürünlerin besin etiketlerinde yer alan, ürünün besin değerine ilişkin bilgileri okuma sıklıkları değerlendirilmiş ve elde edilen veriler Tablo 3. 6 'da sunulmuştur.

Tablo 3. 6. Katılımcıların Ambalajlı Besin Etiketinde Besin Değerine İlişkin Bilgileri Okuma Sıklıkları

Katılımcıların Ambalajlı Besin Etiketinde Besin Değerine İlişkin Bilgileri Okuma Sıklıkları	(N/%)
Protein değerine bakarım.	Her zaman 216 (96,0)

	Bazen	7 (3,1)
	Hiçbir zaman	2 (0,9)
Fenilalanin miktarına bakarım.	Her zaman	207 (92,0)
	Bazen	15 (6,7)
	Hiçbir zaman	3 (1,3)
Tirozin miktarına bakarım.	Her zaman	101 (44,9)
	Bazen	70 (31,1)
	Hiçbir zaman	54 (24,0)
Kolesterol değerine bakarım.	Her zaman	61 (27,1)
	Bazen	89 (39,6)
	Hiçbir zaman	75 (33,3)
Tuz ve sodyum oranına bakarım.	Her zaman	55 (24,4)
	Bazen	97 (43,1)
	Hiçbir zaman	73 (32,4)
Kalsiyum içeriğine bakarım.	Her zaman	48 (21,3)
	Bazen	87 (38,7)
	Hiçbir zaman	90 (40,0)
Demir içeriğine bakarım.	Her zaman	48 (21,3)
	Bazen	93 (41,3)
	Hiçbir zaman	84 (37,3)
Doymuş yağ değerine bakarım.	Her zaman	46 (20,4)
	Bazen	89 (39,6)
	Hiçbir zaman	90 (40,0)
Trans yağ değerine bakarım.	Her zaman	46 (20,4)
	Bazen	82 (36,4)
	Hiçbir zaman	97 (43,1)
Diyet lifi (posa) değerine bakarım.	Her zaman	44 (19,6)

	Bazen	89 (39,6)
	Hiçbir zaman	92 (40,9)
Yağ değerine bakarım.	Her zaman	39 (17,3)
	Bazen	98 (43,6)
	Hiçbir zaman	88 (39,1)
Karbonhidrat değerine bakarım.	Her zaman	37 (16,4)
	Bazen	92 (40,9)
	Hiçbir zaman	96 (42,7)
Şeker değerine bakarım.	Her zaman	30 (13,3)
	Bazen	92 (40,9)
	Hiçbir zaman	103 (45,8)
Günlük enerji ve besin öğeleri ihtiyacını karşılama yüzdesine bakarım.	Her zaman	29 (12,9)
	Bazen	82 (36,4)
	Hiçbir zaman	114 (50,7)
Enerji (Kalori) değerine bakarım.	Her zaman	22 (9,8)
	Bazen	80 (35,6)
	Hiçbir zaman	123 (54,6)
İçerdiği vitaminlere ve oranlarına bakarım.	Her zaman	21 (9,3)
	Bazen	61 (27,1)
	Hiçbir zaman	143 (63,6)

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde; katılımcıların besin etiketi üzerinde yer alan besin değeri ile ilişkili bilgiler içerisinde ürünün enerji, yağ (doymuş yağ, trans yağ), karbonhidrat, diyet lifi, şeker, tuz, vitamin ve mineral (kalsiyum ve demir) miktarlarını okuma oranlarının benzer olduğu, bu bilgileri “bazen” ifadesini kullanarak okuyan katılımcı sayısının “her zaman” okuyan katılımcı sayısına göre daha fazla olduğu, besinlerin içeriklerinde bulunan yağ ve minerallerin çeşitlerine ilişkin okunma oranlarının katılımcılar arasında benzerlik gösterdiği belirlenmiştir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Çalışma kapsamında; katılımcıların besin etiketi okuma alışkanlıklarının olup olmadığı, etiket okuma alışkanlıkları var ise besin etiketi üzerindeki hangi bilgileri okudukları ve ne sıklıkla okuduklarına yönelik veriler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Çalışmada öncelikle katılımcıların demografik özellikleri değerlendirilmiş; cinsiyet dağılımı açısından kadınların oluşturduğu grubun yoğunlukta olduğu, yaş grupları açısından çoğunlukla genç bireylerin (20-34 yaş aralığı) yer aldığı, bireylerin eğitim ve gelir düzeyi değerlendirildiğinde eğitim ve gelir düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmayı destekler nitelikteki çalışmalarda etiket okuma durumlarına bakıldığında; kadın grubun erkeklere oranla etiket bilgilerini anlamlı derecede daha fazla okudukları saptanmıştır (Alpuğuz vd., 2009; Falola, 2014; Christoph vd., 2015; Ceyhun Sezgin vd., 2020). Bu çalışmada kadın katılımcı sayısının (%77,8) erkek bireylerden (%22,2) fazla olmasının nedeninin; anketi cevaplandıran grubun ebeveynler arasındaki annelerin ya da hasta grubundaki kadınların anketsel çalışmayı cevaplandırma veya geri bildirimde bulunma eğiliminin erkek grubuna göre daha fazla olduğu yönündedir. Ayrıca kontrollü beslenmenin doğumla birlikte başlaması, çocukların sorumluluklarının büyük oranda annelerin üzerinde olması, evlerde yemekleri genellikle kadınların yapmasının da bu sonucu etkileyen unsurlar arasındaki etken nedenler olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında; çalışma grubunun %36,4 oranında lise düzeyinde genel bir eğitim düzeyine sahip olduğu görülmekte ve bu veriden yola çıkılarak çalışma grubunun anlama ve algılama yetisinin yüksek olduğu öngörülmektedir. Katılımcıların anketteki sorulara verdikleri yanıtlar çerçevesinde objektif davrandıkları düşünülmüştür. Katılımcıların eğitim seviyeleri ve etiket okuma arasındaki ilişki incelendiğinde ise eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin etiket okumaya daha fazla önem vermeleri gerektiği düşünülmektedir. Yapılan diğer çalışmalardan bazılarında eğitim seviyesi düşük olan bireylerin daha az etiket okudukları görülürken (Hawley vd., 2013; Mejean, Macouillard, Peneau, Hercberg ve Castetbon, 2013); eğitim seviyesi arttıkça etiket okuma oranının arttığını bildiren çalışmaların da bulunduğu görülmektedir (Ceyhun Sezgin vd., 2020). Bunlara ek olarak katılımcıların büyük şehirlerde (İzmir ve İstanbul) yaşamalarının da kırsal kesime göre eğitim alma imkânlarının daha fazla olması durumuna etki ettiği düşünülmüştür. Eğitim düzeyi açısından; çalışma grubunda üniversite düzeyinde eğitim almış birey sayısının da oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Çalışma grubunda eğitilmiş, genç ve kadın bireylerin sayısının yüksek olması ise; kadının aile içerisinde ve FKÜ'lü gruplar arasında aktif rol oynadığını düşündürmektedir. Meslek grupları açısından değerlendirilme yapıldığında ise katılımcıların büyük bir oranını ev hanımlarının (%56,9) oluşturduğu görülmektedir. Tüm veriler ışığında grupta kadın birey sayısının yüksek olmasının yanı sıra kadınların aile içerisinde sağlıklı çocuklarla birlikte FKÜ'lü çocuklarının da bakım ve eğitimleriyle ilgili daha fazla sorumluluk aldıkları ve bakmakla yükümlü olunan özel çocuklara daha yakın bakım ve ilgi gösterebilmek adına eğitim düzeyi yüksek olmasına karşın çalışma hayatında yer almayıp ev hanımı olarak hayatlarına devam ettikleri düşünülmektedir.

Katılımcıların demografik özelliklerinin ambalajlı besinlerin üzerindeki bilgileri okuma alışkanlıkları üzerinde bir etkisinin olup olmadığı değerlendirilmiş ve katılımcıların ambalajlı besinlerin üzerindeki bilgileri okuma sıklıkları ile katılımcıların cinsiyetleri ve eğitim

durumları arasında, katılımcıların besin etiketinde besin değerine ilişkin bilgileri okuma sıklıkları ile yaş grupları arasında, bireylerin besin etiketi okuma alışkanlıklarına ilişkin bilgiler ile evdeki kişi sayısı arasında anlamlı bir farklılık olduğu ($p \leq 0,05$) görülmüştür. Buna karşın katılımcıların medeni halleri, meslek grupları ve gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ($p > 0,05$) belirlenmiştir. Bu bağlamda H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların sahip oldukları meslek gruplarıyla ilişkili olarak gelir düzeylerinin orta düzeyde olduğu, aileyi oluşturan birey sayısının ve çalışan kişi sayısının aile içi gelir dağılımını etkilediği ifade edildiğinde eve giren gelir miktarı ve evdeki tüketim miktarının değişkenlik gösterdiği düşünülmektedir. Hatta ailedeki FKÜ'lü birey sayısının, ailenin gelir dağılımının oranını sağlıklı birey sayısına göre daha fazla etkilediği de düşünülmektedir. Gelir düzeyi kısıtlı olmasına rağmen günümüzde aile yapısı değerlendirildiğinde; aile yapısının çekirdek aileden geniş aileye doğru evrildiği görülmekte ve geleneksel Anadolu aile yapısının bu unsuru etkilediği düşünülmektedir. Özellikle akraba evliliğinin görülme sıklığının fazla olduğu ülkelerde (Türkiye de dâhil) birtakım aile politikalarıyla fazla çocuk sayısı desteklenirken buna karşın kontrollü gebelik ile nüfus artış oranının planlı şekilde teşvik edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca katılımcı grupta dört ve beş kişilik aile yapısının görülmesinin son yıllarda desteklenen aile politikalarının bir yansıması olduğu öngörülmektedir. Bu parametrelerin yanı sıra ailedeki hasta birey sayısı ile ilişkili olarak bireylerin 10 yıldan fazla süredir FKÜ tanısıyla birlikte olmaları, bilinç düzeyinin de bu grupta daha yüksek olabileceği kanısını düşündürmektedir. Tüm parametreler incelendiğinde gruplardaki bireylerin neredeyse '2/3'ünün 3 yılı aşkın bu hastalıkla birlikte oldukları, buna istinaden de 1 yıldan az tanı süresine sahip bireylere göre bu 3 yıldan fazla tanı süresine sahip bireylerin hastalıkta neler yapılması gerektiği, nasıl bir beslenme tarzı oluşturdukları ya da hangi tür gıdalar üzerinde hassasiyet göstermeleri gerektiğinin bilincinde oldukları şeklinde değerlendirme yapılmıştır.

Katılımcıların yiyecek temin şekillerine bakıldığında internet ve belirli firmaların tercih edildiği görülmekte; bu durumun ortaya çıkmasında ise katılımcıların FKÜ ve beslenme ilişkili yüksek bilinç düzeyine sahip olmaları ve buna bağlı olarak risk almamak adına bu yönde bir tercih yaptıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca çalışma grubu içerisinde FKÜ açısından sıfır toleranslı bireylerin olduğu bilindiğine göre; bu bireylerin ciddi bir sağlık problemi yaşamaması ve yaşam kalitelerinin bozulmaması adına farklı ürünlere eğilim göstermeyi azalttıkları ve tıbbi ürün kullandıkları veya sürekli aynı firmadan alışveriş yaptıkları düşünülmektedir. Çalışma grubunda tamamen tıbbi ürün kullanan birey sayısının, toplam birey sayısının %12,4'lük önemli bir bölümünü kapsamaması bu düşüncüyü destekler niteliktedir. FKÜ'lü bireyler için özel ürünlerin Türkiye menşeli olmaması, internet aracılığıyla ilgili firmalardan getirtilmesinin eldeki bulgularla uyumlu olduğu düşünülmekte; ayrıca belirli firmaların ön plana çıkması da tamamen güven ilişkisine dayalı olduğu kanısını desteklemektedir. Yine bu durum; ailelerin birbirleriyle kurdukları whatsapp gibi iletişim gruplarında fikir alma bazında önerilen firmalar ya da internet sitelerindeki firmalar üzerine yoğunlaşılması düşüncesini desteklemektedir. Ayrıca FKÜ'lü bireylerin ve ailelerinin yiyecek temininde internet ve belirli firmaların yanı sıra önemli oranda büyük marketlerin de tercih edildiği belirlenmiş; bu oranın ortaya çıkmasında çalışma grubu içerisinde düşük ya da orta seviye FKÜ toleransına sahip bireylerin bulunmasının ve buna bağlı kontrollü fakat kısmen serbest alışveriş imkânı sunan marketlerin de yiyecek temininde kullanılmasının etkili olduğu düşünülmüştür. Çalışma grubunda "sadece düşük miktarda fenilalanin içeren besinleri kullanan" bireyler ile "düşük miktarda fenilalanin içeren besinler ve tıbbi ürünleri kullanan"

bireylerin sayısının dikkate değer bir oranda (%80) olması, ürünlerin içeriklerini bildikleri sürece farklı ürünleri tercih edebileceklerini ifade etmeleri bu öngörünün nedenini açıklar niteliktedir. Katılımcılar içerisinde herhangi bir diyet yapmadığını ifade eden küçük bir grubun olduğu da görülmüş ve bu grubun sağlıklı ebeveynlere sahip olmalarının yanı sıra hasta bireylerin çevresel tepkilerden etkilenmeleri ve durumlarının düzeldiğini düşüncelerinin diyet yapmama ya da diyet düzenine uymamalarına neden olduğu düşünülmüştür.

Katılımcıların etiket okuma alışkanlıklarını belirlemek amacıyla oluşturulan ankette FKÜ'lü bireyler veya ebeveynlerinin besin satın alırken en çok etkilendikleri kriterlerde; ambalaj etiket bilgilerinin, doktor/diyetisyen tavsiyelerinin, bireysel deneyimlerinin, ürün fiyatlarının ilk sıralarda; reklam, tanıtım ve ambalaj görünüşünün ise son sıralarda yer aldığı görülmüş çalışmamızın aksine Alpuğuz vd.'nin yapmış oldukları çalışmada ise; reklamlardan etkilenen bireylerin (öğrencilerin) oranının %4 olduğu görülmüştür (Alpuğuz vd., 2009). Ömür boyu diyet temelli tedavi süreci olan FKÜ'lü bireylerin ve onlara destek olan aile üyelerinin sağlıklı ilgili oluşabilecek herhangi bir riski göz ardı etmemek adına, doktor/diyetisyen tavsiyelerine uymak ve ürün içeriğinin belirtildiği etiketleri incelemek yerine çeşitli reklam unsurları ve ambalajların görsel özelliklerinden etkilenmeyecek olmaları FKÜ'nün ortaya koyduğu tartışmaya açık olmayan bir kural olarak düşünülmektedir.

Çalışmada genellikle orta ve düşük dereceli FKÜ'lü bireylere yönelik olarak, ambalajlı besinler satın alınırken etiket okuma alışkanlıklarının olup olmadığı incelendiğinde; katılımcıların büyük bir bölümünün (%72) sürekli, bir bölümünün aralıklı (%25) etiket okuma alışkanlığının olduğu görülmektedir. Etiket okumanın bireylerin bilinçli ve sağlıklı beslenmelerine yardımcı olduğu, güvenilir ürün satın alma ve diğer ürünlerle karşılaştırma yapılması üzerinde etkili olduğu düşünüldüğünde FKÜ'lü bireylerin sağlıklarıyla ilişkili olarak ambalajlı besinlerde etiket okuma bilincine sahip oldukları öngörülmektedir. Bu bağlamda H2 hipotezi kabul edilmiştir. Çalışma bulgusuyla uyumlu olarak Lewis'in (2009) yaptığı çalışmada da beslenme kaynaklı hastalığa sahip olan bireylerin etiketleri daha dikkatli ve daha sık okudukları belirtilmiştir (Coşkun ve Kayışoğlu, 2016). Bunun yanı sıra Aygen'in (2012) yaptığı çalışmada; aileleri ya da kendileri hasta olan bireylerin %35,4'ünün her zaman, %25,4'ünün sık sık, %30,4'ünün bazen, %6,8'inin nadiren etiket bilgilerini okudukları; %2'sinin ise hiçbir zaman etiket bilgisi okumadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Coşkun ve Kayışoğlu, 2016). Bu verilere bakıldığında, verilerin bu yöndeki çalışma bulgularımızı destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Bunlara ek olarak çalışmamızda; FKÜ dışında herhangi bir kronik hastalığa sahip olan bireylerin, hastalıkla etiket okuma alışkanlıklarına ilişkin bilgileri arasında anlamlı bir fark bulunamamış ($p>0,05$), katılımcıların etiket okuma alışkanlığı noktasında, kronik hastalıklara göre diyet zorunlu bir hastalık olan FKÜ'ye daha fazla odaklanmalarının bu sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülmüştür. Yine çalışma grubunun küçük bir bölümünün (%3) hiçbir zaman etiket okumadığı belirlenmiş olup besin etiketinin satın alma üzerinde etkisi olmadığını düşünen grubun ise sıfır toleranslı, tıbbi ürünler ile sadece belirli firmaların ürünlerini tercih eden bireylerden oluştuğu kanısına ulaşılmıştır. Ayrıca etiketler üzerinde yer alan açıklamaların yetersizliğinin, etiketin konumunun, yazı sitilinin ve verilen bilgilere yönelik güvensizliğin de etiket okuma alışkanlığı üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir. Bu düşünceleri destekler nitelikte Köksal ve Gökmen Özel'in (2008) çalışmasında; etiketlerde "şekersiz, light, diyet" gibi ifadelerin kullanıldığı ürün paketlerinde tatlandırıcı vb. katkı maddelerinin bulunmasına dair açıklamanın yapılmamış olması durumunda FA miktarının

tam olarak hesaplanamadığı ifade edilmekte ve bu durumun da katılımcıların etiket üzerindeki bilgilerin doğru olmadığını düşünmelerine neden olduğu öngörülmektedir.

Katılımcıların demografik özellikleri ile ambalajlı besinlerin etiket bilgilerini okuma oranları birlikte değerlendirildiğinde; parametreler arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüş ($p>0,05$), bununla birlikte; “Ambalajlı besinlerin etiketlerinde yazılan bilgileri okuma durumu ile bireylerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş grupları, medeni durum, evdeki kişi sayısı, aylık gelir düzeyi, eğitim durumu, meslek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. FKÜ’lü bireyler ve aile fertleri arasında var olan sağlık durumu ile ilişkili risk faktörlerinin önlenmesi ve aynı yaşam kalitesinin sürdürülebilme isteği sonucu etiket okuma zorunluluğunun ortaya çıktığı bilinmektedir. Bu bireylerin besin tercihlerinin kısıtlı olması ve bir kısmının tıbbi ürünlere dayalı olması nedeniyle etiket okuma davranışı zorunlu hale gelmektedir. Bundan dolayı bireysel özelliklerin bu zorunlu davranış üzerinde etkisinin daha kısıtlı olacağı düşünülmektedir. Mercan’ın sağlık çalışanlarıyla yaptığı çalışmada; kadınların erkeklere göre daha fazla gıda etiketi okuduğu sonucuna ulaşılsa da istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığının görülmesi çalışma bulgularını destekler niteliktedir (Mercan, 2019).

Çalışmanın amacına paralel olarak besin etiketi okuma alışkanlığı olan katılımcıların “besin etiketi okuma alışkanlıkları” başlığı altında yer alan parametrelere yönelik eğilimleri değerlendirilmiş ve ulaşılan bulgular ışığında katılımcıların besin etiketi üzerinde hangi bilgilerin yer alması gerektiğini bildikleri, etiket tablosundaki bilgileri, trans yağ ve şeker içeriği ile ilişkili beyanları anlayabildikleri, E kodlu katkı maddelerinin anlamlarını bildikleri ve tüm bu bilgileri güvenilir buldukları görülmüştür. Yapılan değerlendirmeler sonucunda; katılımcıların yüksek etiket okuryazarlık bilinç düzeyine sahip oldukları, etiketler üzerindeki bilgi ve kodları çözümleyebildikleri ve bu bilgilerin doğruluğu konusunda büyük bir problem yaşamadıkları düşünülmektedir. Sahip oldukları hastalık ve diyet tedavisi kriterlerinin ayrıntılı olarak bilinmesinin, beslenmeye dayalı oluşabilecek risklerin farkında olunmasının, gerekli hassasiyet ve dikkatle oluşabilecek sağlık problemlerinin engellenebileceğinin bilinmesinin bu bilincin oluşmasında etkili olduğu öngörülmektedir. Bu parametre katılımcıların demografik özellikleri açısından değerlendirildiğinde; besin etiketi üzerinde yer alan enerji ve besin ögesi tablosundaki bilgileri nasıl kullanacağını bilmesi ifadesi ($p=0,03$) ve besin etiketlerinde trans yağ ile ilgili beyanları güvenilir ve inandırıcı bulunmasına yönelik ifade ($p=0,01$) ile bireylerin eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Bu bölümde “Besin etiketlerinde trans yağ ile ilgili beyanları güvenilir ve inandırıcı buluyorum.” ifadesine verilen cevaplar arasında ifadeye olumsuz yanıt verenlerin sayısının daha fazla olduğu görülürken bu durumun ticari firmaların pazar kaygılarından kaynaklandığı öngörülmektedir. Ayrıca demografik bilgilere bakıldığında; katılımcıların eğitim seviyesi yüksek olan bir gruptan oluşmasına bağlı olarak, trans yağın kanserojen etkisinin yanı sıra damar tıkanıklığı, kalp krizi gibi hastalıklara neden olabileceği bilgisine yönelik yüksek bilinç düzeyine sahip olabilecekleri de öngörülmektedir. Bu bağlamda; “Besin etiketlerinde trans yağ içeriği ile ilgili beyanların ne anlama geldiğini biliyorum” ifadesi ile bireylerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş grupları, medeni durum, evdeki kişi sayısı, aylık gelir düzeyi, eğitim durumu, meslek) arasında anlamlı bir farklılık vardır. Ayrıca “besin etiketlerinde trans yağ ile ilgili beyanları güvenilir ve inandırıcı buluyorum” ifadesi ile bireylerin demografik özellikleri (eğitim durumu) arasında anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezleri kabul edilmiştir. Katılımcı grubun önemli bir bölümünün eğitim seviyesinin lise-

üniversite düzeyinde olmasının ve bireylerin yüksek sağlık bilincine sahip olmasının bu sonucun ortaya çıkmasında önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir.

Çalışmada katılımcıların ambalajlı besinlerin üzerinde yer alan bilgileri okuma sıklıklarına bakıldığında; bireylerin bu grup içerisinde değerlendirilen diğer parametrelere (ürünün markası, ağırlığı, menşei vb.) göre FKÜ'den bağımsız olarak ürünün fiyatına, ürünün içerik bilgisine, üretim ve son kullanma tarihlerine, ürünün sağlık problemi ile ilişkili olup olmadığını gösterir ifadeler ve ürün hazırlamada kullanılan katkı maddelerine daha sık baktıkları görülmüştür. Yaman ve Özgen'nin yaptıkları çalışmada ise bireylerin; son kullanma tarihine (%78,4), üretim tarihine (%76,9), fiyata (%57,5), ve raf ömrüne (%49,4) her zaman baktıkları görülmüştür (Alpuğuz, 2009). FKÜ ile ilgili belirli tıbbi ürünlerin alınmasından dolayı önemli görülen "ürünlerin marka bilgilerinin okunması" standart ürünlerde ikinci plana atılabilmektedir. Ayrıca ürünlerin menşei hastalıkla ilişkilendirildiğinde; benzer ürünler arasında daha ucuz, daha kolay ulaşılabilir olan ve helal gıda kriterini taşıması bağlamında önem arz ederken standart ürünlerde yerli ürün tercihinin ön planda olabileceği ve etiket okuma parametreleri arasında bu kriter daha az önem verildiği düşünülmüştür. Demografik özellikler açısından bu parametrelere bakıldığında ise; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir seviyesi ve evdeki kişi sayısı ile ürünün markası, üretim yeri, son kullanma tarihi, ürünün içerisindeki katkı maddesi, ürünün sağlık problemiyle ilişkisi ve ürünün net miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ($p \leq 0,05$) görülmektedir.

FKÜ'lü bireylerde besin etiket okuma alışkanlığıyla ilişkili olarak ambalajlı besinlerin etiketlerinde besin değerine ilişkin bilgilerin okunma sıklıklarına bakıldığında; FKÜ ile ilişkili olarak çalışma grubu tarafından besin etiketlerinde protein ve FA içeriğine genellikle, TYR miktarına ise bazen bakıldığı belirlenmiştir. Hasta bireyler ve ailelerinin zorunlu diyet bilgileri doğrultusunda beslenme şekilleriyle uyumlu bir davranış sergiledikleri düşünülmektedir. Gruptaki bireylerin, ürünlerin içerisinde kolesterol, sodyum/tuz, demir ile doymuş ve trans yağ değerlerine diğer parametrelerin aksine aralıklı olarak baktıkları belirlenmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında, katılımcıların FKÜ dışında sahip oldukları kronik hastalıkların etkili olduğu düşünülmektedir. Bu duruma bağlı olarak da bireylerin ürün tercihlerinde ve etiket bilgisi okuma önceliklerinde farklılıklar oluştuğu öngörülmektedir.

FKÜ'lü bireyler ve ailelerinin beslenmeyle ilişkili olarak etiket okuma farkındalıkları değerlendirildiğinde çalışma bulgularıyla uyumlu olarak; gruptaki bireylerin hastalık bilinci ile etiket okuma alışkanlıkları arasında doğru bir orantı olduğu anlaşılmıştır. Etiket bilgilerini okumaya yönelik davranışlar ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamadığından, demografik özelliklerin etiket okuma davranışları üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu durumda hastalık ilişkili bir zorunlu diyet tedavisine bağlı olarak; belirli ürünlerin (tıbbi ürün ve düşük protein ağırlıklı ürün) internet aracılığıyla bilinen firmadan ya da markalardan temin edilmesi, ürün ve üretici firmaların az sayıda alternatiflerinin olması, kısıtlı ürün yelpazesinin olması, ihraç ürünlerinin ağırlıkta olması, ürünlerin kolay bulunamaması gibi nedenlerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Satın almada yiyecek maddelerinin içerikleri FKÜ'lü bireyler için oldukça önemli olduğundan FKÜ'lü bireylerin ve onların bakım ve beslenmeleriyle birebir ilgilenmek durumunda olan aile fertlerinin ürün içeriklerini gösteren etiketlerle ilişkili olarak bilgilendirilmesinin tek başına yeterli olmadığı düşünülmektedir. Yiyecek maddelerinin hatta bu yiyeceklerde kullanılan bazı katkı maddelerinin (baharatlar, tatlandırıcılar gibi) içerisinde de FA olduğu anlaşılmıştır. Örneğin; ürün bileşimindeki baharatların toplandığı yer ve iklim şartları gibi

nedenler, ürünün içerik oranlarını değiştirebilmekte, paketli ürün etiketlerinde bu yöndeki bilgilerin eksik olabildiği görülmektedir. Akbaş ve Coşkun'a (2006) göre tarhana, Ekin'e (2020: 4) göre erişte yapımında kullanılan baharatların bu besinlerdeki protein değerlerini arttırdığı belirtilirken Yaylı ve Özenoğlu'nun (2014: 132) çalışmasında ise; Türkiye'deki bazı baharatların içerdikleri fenilalanin miktarlarının yetiştikleri bölgelere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda ürün firmalarının, ürün içeriğini net bir şekilde gösterir etiketler dizayn etmesi ve ürün hazırlanırken FA kontaminasyonunu engellemek adına tam bir izolasyon anlayış ve bilincinin ortaya konulması gerekmektedir. Ayrıca kafe, restoran ve oteller gibi alanların menülerinde kullanılan tüm malzemelerin (özellikle baharatlar ve tatlandırıcılar) tam olarak belirtilmemesi FKÜ'lü hastalar için FA içerik ve kontaminasyon olasılığından dolayı büyük risk oluşturmaktadır. Benzer şekilde otel, kafe ve restoran mutfaklarında ithal ürünler kullanılarak menü hazırlanmasına rağmen ekipmanların kontaminasyonları ile de riskli durumlar oluşabileceğinden böyle yerlerde çalışan kişilerin konu hakkında yeterli bilgiye ve profesyonelliğe sahip kişiler olması gerekmektedir.

ÖNERİLER

Beslenme ile sağlığın ilişkisi göz önüne alındığında bireylerin tükettikleri gıdalara dikkat etmeleri gerekmekte; hastalıkların önlenmesi ve kontrol edilmesine yönelik olarak gıda etiketi okumayı alışkanlık haline getirmek ön plana çıkmaktadır. Ülke çapında etiket okuma anlayışının yetersiz kaldığı hatta çölyak hastalarının bile etiket okuma bilincinin son yıllarda yeni yeni oluşturulduğu, ayrıca etiket okumanın son 2 yılda menülere yansıtılmaya ve bu unsurun yasallaştırılmaya başlandığı görülmektedir. Etiketlerdeki bilgi içeriklerinin açık, anlaşılır bir şekilde verilmesi; etiketlerin beslenme ve bilgi aracı olarak kullanılmasını sağlayacaktır.

Etiket okuma bir zaman kayıymış gibi düşünülse de etiket okunmadığı zaman çeşitli sağlık sorunları ile karşılaşılabilirdiği akıldan çıkarılmamalıdır. Yapılan çalışmalardan da anlaşılacağı üzere beslenme bilgisi eksik olan, etiket okuma alışkanlığına sahip olamayan bireylerde sağlıksız besin seçimi sonucu sağlık problemleriyle ilgili çeşitli rahatsızlıklar ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle bu çalışmalarda hasta bireylerin sağlıklı bireylere göre etiket okumaya daha fazla dikkat ettikleri görülmektedir.

Türkiye'de yüksek insidanslı kalıtsal bir hastalığa sahip olan FKÜ'lü bireylerin doğdukları andan itibaren hastalıklarıyla ilişkili olarak mental bozukluk gibi ciddi komplikasyonlar yaşamamaları için satın aldıkları besinlerdeki FA miktarına dikkat edilmesi ve beslenmelerine özen gösterilmesi gerekmektedir. FKÜ; geri dönüşümü mümkün olmayan sonuçlar doğurduğu için bu bireylerin yeterli ve dengeli beslenmeye yönelik doğru tercihler yapabilmeleri adına etiketlere dikkat etmeleri, etiket okuma alışkanlığının bu bireylerce hastalık gelişmeden önce kazanılması ve bu konuda bilincin oluşturulabilmesi için gereken eğitimin verilmesi önemlidir. Bireyler doğru bilgiye ulaşmada kaynak olarak tıbbi destek dışında akademik ve endüstriyel yayınları, sosyal medyayı, aile ve arkadaş çevresini kullanmaktadır. Bu nedenle de FKÜ'lü bireylerin veya ailelerinin deneyimlerini paylaşması önemlidir. Akraba evlilikleri ile büyük ölçüde ilişkili olan FKÜ konusunda toplumlarda yeterli bilinç düzeyinin ise henüz oluşmadığı görülmekte ve bu konuda ailelere, sağlık çalışanlarına olduğu kadar devlete de büyük görevler düşmektedir. Çünkü bireysel olarak erken yaşta bilincin oluşmasında ailelerin sorumluluğunun büyük oranda olmasına karşın toplumsal bilincin oluşması ailelerin haricinde yeni nesillere çocukluktan itibaren öğretmenlerin vereceği eğitim ile mümkün olabilmekte ve uzun bir süreci kapsamaktadır.

Beslenme ile sağlık arasındaki ilişki göz önünde bulundurulduğunda; FKÜ'lü bireylerin yeterli ve dengeli beslenmeye yönelik doğru tercihler yapabilmeleri için satın aldıkları yiyecek maddelerinin içeriklerini bilmelerinin önemi büyüktür. Bunun için FKÜ'lü bireylerin satın alacakları ürünlerin etiketlerini okumaları, anlamaları ve içerik hesabı yapabiliyor olmaları gerekmektedir. FKÜ'lü bireylerin ve ailelerinin etiket okuma alışkanlığı bağlamında bireysel bilinçlerinin yüksek olmasına karşın, çeşitli firmaların besin etiketlerinde glüten ve laktoz intoleransına gösterilen yüksek hassasiyetin yansımaları olarak büyük punto ve farklı renklerde, besin içerik tablosundan bağımsız olarak belirtilen miktarların FA hassasiyeti olan bireyler için gösterilmediği görülmektedir. Hatta bazı besin etiketlerinde protein içeriğine dair hiçbir ibarenin bulunmadığı ifade edilmektedir. Devletin ilgili birimleri ve çeşitli firmaların bu konuya daha yoğun ilgi göstererek yeni düzenlemelerle dikkat çekici belirteçler kullanarak ambalajlı ürünler üzerindeki besin ve besin içerik etiketlerini açık, anlaşılır ve ayrıntılı bir forma dönüştürmeleri konusunda gerekli çalışmalara hız kazandırmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ashraf El-Metwally, Lujane Yousef Al-Ahaidib, Alaa Ayman Sunqurah, et al., (2018). The Prevalence of Phenylketonuria in Arab Countries, Turkey, and Iran: A Systematic Review. *BioMed Research International*, Article ID 7697210.
- Akbaş, Ş. & Coşkun, H. (2006, Mayıs). Tarhana Üretimi ve Özellikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Türkiye 9. Gıda Kongresi*, Bolu.
- Akçay, G.A. (2022). Dezavantajlı Bireyler ve Ailelerinin Gündelik Hayatları: Fenilketonürlü Aileler Üzerine Bir İnceleme. (Yüksek lisans tezi). T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Konya.
- Akış, M. (2012). *Sağlıklı ve Fenilketonürlü Çocuklarda Fonksiyonel B12 Vitamin Eksikliğinin Plazma Metilmalonik Asit ve Homosistein Düzeyleri ile Araştırılması*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Akoğlu, A. & Oruç, M. (2018). "Metabolik Gıda İntoleransları". *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 22(2): 284-295.
- Aktaş, Ş., Akduman, G., Kundakçı, S., Karğın, D. & İçen, H. (2021). "Fenilketonürlü Çocukların Beslenme Durum ve Davranışları Üzerine Annelerin Besleme Davranışlarının Etkisi". *Türkiye Çocuk Hast. Derg.* 15: 174-180.
- Alptekin, İ.M., Çakıroğlu, F.P. (2019). "Fenilketonüri Hastalarının Sosyal Yaşamda Karşılaştıkları Zorluklar: Niteliksel Bir Araştırma". *ACU Sağlık Bil Derg.* 10(4):763-769.
- Alpuğuz, G., Erkoç, F. Selvi, M. & Mutluer, B. (2009). "Gençlerin (14-24 Yaş) Gıda Hijyeni ve Ambalajlı Gıdaların Tüketimi Konusundaki Bilgi ve Davranışlarının İncelenmesi". *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*. 66 (3): 107-115.
- Arslan, E., Özlü, T. ve Garipoğlu, G. (2022). "Üniversite Öğrencilerinde Besin Etiket Okuma Davranışının İncelenmesi". *Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 31(1), 71 – 78. <https://doi.org/10.34108/eujhs.915320>.
- Ay, G.M. & Aslan, R. (2017). "Farkındalığın Artması Gereken Bir Alan: Genetik Metabolik Hastalıklar". *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*. 56: 51-55.
- Ayyıldız, H. (2019). "Yeni Doğan Taramaları ve Hastalıkları". *Research Gate*: 89-103.
- Bayındır Gümüş, A., Tunçer, E., Kevser, A. (2019). "Yetişkin Bireylerin Etiket Okuma Alışkanlıklarının ve Beslenme Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi". Gülsemin Hazer (Ed.), Mehmet Özdemir (Ed.), Gökşen Aras (Ed.), 3. Uluslararası Akademik Öğrenci Çalışmaları Kongresi (14-15 Kasım 2019) Bildiriler Kitabı içinde (30-40). Ankara: Güven Plus Grup A.Ş. Yayınları.

- Bayram, S. & Kanbur E. (2021). "Fenilketonürlü Adolesanların Diyetle Uyum ve Depresif Duygu Durumu Sıklığının Saptanması". *Turkish J Pediatr Dis*. 15: 518-525.
- Besler, H.T., Büyüktuncer, Z. ve Uyar, M.F. (2012). "Consumer Understanding and Use of Food and Nutrition Labeling In Turkey". *Journal of Nutr Educ Behav*. 44(6): 584-591.
- Bialkova, S. and van Trijp, H. (2010). "What determines consumer attention to nutrition labels?" *Food Quality and Preference*, 21(8), 1042-1051.
- Ceyhun Sezgin, A. Ayyıldız, S. & Durmaz N.E. (2020). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Gıda Etiketlerini Okuma Düzeyleri". *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. (10)16: 2528-9535.
- Christoph, M.J., An, R., Ellison, B. (2015). Correlates of nutrition label use among college students and young adults: A review. *Public Health Nutrition*, 19(12), 2135-2148.
- Coşkun, F. & Kayışoğlu, S. (2016). "Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıklarına Tüketici Yaşının Etkisinin Araştırılması". *Journal of Human Sciences*. 13(3): 4876-4890.
- Cowburn, G. & Stockley, L., (2004). "Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review". *Public Health Nutrition*. 8(1): 21-28.
- Çakar, N. E., Yılmazbaş, P. (2022). "Klasik Fenilketonüri Olgularımız ve Geç Tanı Nedenleri". *KSÜ Tıp Fak Der*. 17(2) : 149-154. <https://doi.org/10.17517/ksutfd.890252>.
- Çakır, N. (2012). Fenilketonürlü Bireyler ve Sağlıklı Kardeşlerinde Fruktöz Tüketimi ve Obezite İlişkisi. (Yüksek lisans tezi). T.C. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Beslenme Programı, İstanbul.
- Çalık, G., Kaner Tohtak G. & Yalçın T. (2020). "Tip 2 Diyabetli Bireylerin Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıkları ve Etiket Okuma Alışkanlıklarının Besin Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisinin İncelenmesi" *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*. 5(3): 255-262.
- Çelik, E., Baysal Yıldırım, Z., Çelik, F., Güzel, A. & İpek, Y. (2018). "Fenilketonürlü Hastada Anestezi Yönetimi". *Dicle Med J*. 45(3): 357-360.
- Çevik, A. & Ertas, N. (2020). "Fenilketonüri Hastalığı ve Hastalığa Uygun Gıda Üretimi". *Bozok Tıp Dergisi*. 10(1): 256-63.
- Çumralı, A. (2021). Paket Önünde Yer Alan Besin Etiketlerinin Ürünün Algılanan Tadı ve Satın Alma Niyetine Etkisine Yönelik Bir Araştırma. (Yüksek lisans tezi). T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Karaman.
- Donat, B. (2016). *Fenilketonüri (FKÜ) Hastalığında Diyetle Uyum ve Diyetle Uyumda Karşılaşılan Sorunlar*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Yeditepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü. İstanbul.
- Donat, H. & Arusoğlu, G. (2021). *Fenilketonüri, Tanı ve Tıbbi Beslenme Tedavisi*. N. Duran (Ed.) ve M.O. Donbaloğlu (Ed.), Fenilketonüri, Tanı ve Tıbbi Beslenme Tedavisi içinde. Lyon.
- Durak, E., Yılmaz, M. (2022). "Tip 2 Diyabetes Mellitus Tanılı Bireylerin Beslenme Okuryazarlığı ile Öz-Etkililik ve Diyabet Öz Bakım Aktiviteleri İlişkisi". *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi HUHEMFAD*. 9(1), 57 – 63. <https://doi.org/10.31125/hunhemsire.1102077>.
- Ekin, İ. (2020). *Bazı Baharatların Erişte Üretiminde Kullanımı*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Aksaray Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Aksaray.
- Er Döngel, H. (2020). *Yetişkin Bireylerin Beslenme Okuryazarlığı Durumu ve Yaşam Kalitesi İlişkisinin Belirlenmesi: Kütahya Örneği*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Programı. Ankara.

- Erdem, Ş. (2013). *Fenilalanin Hidroksilaz Geninde Görülen Yaygın Mutasyonların Taranması*. Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Tıbbi Genetik Anabilim Dalı, Yüksek lisans tezi, Kayseri.
- Falola, A. (2014). Towards nutrition security: food label use among Nigerians. *International Journal of Food and Agricultural Economics*, 2(2), 127-134.
- Gökçen, M. & Seylam Küşümler, A. (2021). "Yetişkinlerde Gıda Etiketleri Okuma Bilgi Düzeyi ile Davranışa Geçirme Arasındaki İlişki". *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*.6(1): 82-91.
- Gracia, A., Loureiro, M., Rodolfo, M., Nayga, Jr. (2007), "Do consumers perceive benefits from the implementation of a EU mandatory nutritional labelling program?" *Food Policy*, 160-174.
- Grunert, K.G. ve Wills, J.M. (2007). "A Review of European Research On Consumer Response to Nutrition Information On Food Labels". *Journal of Public Health*. 15(5): 385-399.
- Gül, F. ve Dikmen, D. (2018). "Kadın Tüketicilerde Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıkları ve Alerjen Bilgi Düzeyinin Saptanması". *Beslenme ve Diyet Dergisi*. 46(2): 157-165.
- Gültekin, B. (2019). *Adölesanlarda Sağlık Algısının Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı. Konya.
- Hawley, K. L., Roberto, C. A., Bragg, M. A., Liu, P. J., Schwartz, M. B., & Brownell, K. D. (2013). The science on front-of-package food labels. *Public Health Nutrition*, 16(3), 430-439.
- İslamoğlu Ahmet Hami ve Alınacak Ünsal (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (SPSS Uygulamalı) (5. baskı), ss:3-511, İstanbul: Beta Yayıncılık
- İstanbulgil, F. R. & Gürbüz, Ü. (2019). "Üniversite Öğrencilerinin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyinin Belirlenmesi; Bişkek Örneği". *Manas Journal of Agriculture Veterinary and Life Sciences*. 9(2): 85-90.
- Kağnıcı, M. (2014). *Fenilketonüri ve Hiperfenilalaninemili Çocuklarda Fenilalanin Kısıtlı Diyet ile Tetrahidrobiopterin'in Oksidatif Stres Parametreleri Üzerine Etkisinin Karşılaştırılması*. (Metabolizma ve beslenme yandal uzmanlık tezi). T.C. Ege Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, İzmir.
- Kahraman, S. (2019). *Fenilketonüride Genotip / Fenotip İlişkisi: A300s ve E390g Mutasyonları Olan Hastaların Fenilalanin Toleransı*. (Yüksek lisans tezi). T.C. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Beslenme Tezli Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- Kaleli, S. (2014). *Sağlıklı Beslenme ve Besin Etiketleri Okuma Eğitimlerinin Ortaokul Öğrencilerinin Besin Tercihlerine Etkisinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme Bilimleri Programı. Ankara.
- Karaboncuk, A.Y. (2019). *Fenilketonürlü Çocuk ve Ergenlerde Psikolojik Belirtiler ve Fenilketonürlü Çocuğa Sahip Ebeveynlere İlişkin Değişkenlerin İncelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Ana Bilim Dalı, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı, Ankara.
- Kasan Özdemir, D. (2013). *İstanbul İlinde Tüketicilerin Gıda Etiketleri Konusunda Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kaya, Mehmet Fatih (2013). "Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması". *Marmara Coğrafya Dergisi* 28, 175-193.
- Kazancı, P. (2018). *Fenilketonüri Tanısı İçin Kağıt-Tabanlı Mikroakışkan Analitik Cihaz Geliştirilmesi*. (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Biyomühendislik Anabilim Dalı.
- Kılıç Büyükkurt, Ö. (2017). *Fenilketonüri Hastalarına Yönelik Fenilalanin İçeriği Azaltılmış Bir Un Geliştirilmesi*. (Yüksek lisans tezi). Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı.

- Kılıç, G. (2021). *Yetişkin Kadınların Beslenme Okuryazarlığı Durumlarının İncelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi (Beslenme Bilimleri) Anabilim Dalı. Ankara.
- Kılınç, K. (2021). "Kronik Hasta Bireyli Ailelerin Gıda Tüketim Davranışlarının İncelenmesi: Çölyak Hastalığı Örneği". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 31(2): 823-838.
- Kızgın, Y. & Tuncer, B. (2020). "Türk Gıda Kodeksine Göre Gıda Etiket Okuryazarlığının Belirlenmesi: Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma". *Business & Management Studies: An International Journal*. 8(2): 1849-1865.
- Kozan, E.H. (2019). *Fazla Kilolu ve Obez Olan ve Olmayan Erişkin Kadınların Beslenme Okuryazarlığı ve Etkileyen Faktörler*. (Yüksek lisans tezi). T.C. İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halk Sağlığı Hemşireliği Anabilim Dalı, Halk Sağlığı Hemşireliği Programı. İstanbul.
- Köksal, G., & Gökmen Özel, H. (2008). *"Metabolik Hastalıklarda Beslenme"*. (Birinci Baskı). Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayını.
- Kömerik, N., Kırzioğlu, Z. & Efeoğlu, D. (2012). "Zihinsel Engele Sahip Bireylerde Ağız Sağlığı". *Dergipark*. 22(1): 96-104.
- Küçükkasap, T. (2013). *Türkiye’de Fenilketonüri Hastalığında Tanı, Tedavi, İzlem ve Uygulamaların Saptanması*. (Doktora Tezi). T.C Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Mayers, A. (2013). *Introduction to statistics and SPSS in psychology*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Mejean, C., Macouillard, P., Peneau, S., Hercberg, S., & Castetbon, K. (2013). Perception of front of pack labels according to social characteristics, nutritional knowledge and food purchasing habits. *Public Health Nutrition*, 16(3), 392-402.
- Mercan, H. (2019). *Sağlık Çalışanlarının Etiket Okuma Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıklarının Beslenme Durumları ile İlişkisi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Programı, Edirne.
- Monteiro, M., Fontes, T. & Ferreira-Pêgo, C. (2021). "Nutrition Literacy of Portuguese Adults- A Pilot Study". *Public Health*. 18: 3177. DOI: [10.3390/ijerph18063177](https://doi.org/10.3390/ijerph18063177).
- Ongan, D., Ağıl, B., Yurtdaş, G., Yılmaz, H., Ongan, E. & Dölek, D. (2021). "Medyada Yer Alan Beslenme ile İlgili Yayınların Diyabetli Bireylerin Beslenme Bilgi Düzeyleri ile İlişkisi". *CBU-SBED*. 8(2): 218-226.
- Pak Güre, M.D., & Pak, C. (2021). "Nadir Hastalığı Olan Çocukların Ailelerinde Bakım Yükünün İncelenmesi". *TJFMPC*. 15(2): 269-277.
- Pak, E.N. (2020). *Öğretmenlerin Beslenme Okuryazarlığı Durumunun ve Üç Faktörlü Beslenme Anketine (Tfeq) Göre Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Programı. Ankara.
- Parlak, Ö. (2018). *Fenilketonüri Hastaları (FKÜ) ve Çölyak Hastaları İçin Bisküvi Üretimi*. (Yüksek lisans tezi). Bursa Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Bursa.
- Pehlivan, M. ve Kalkan, İ. (2016). "Fenilketonüri: Olgu Sunumu". *Aydın Sağlık Dergisi*. 2(2): 57-62.
- Post, R. E., Mainous, A. G. 3rd, Diaz, V. A., Matheson, E.M., & Everett, C. J. (2010). "Use of the nutrition facts label in chronic disease management: results from the National Health and Nutrition Examination Survey". *J Am Diet Assoc*, 110(4), 628-632.
- Sekiya, F.M., Rodrigues, R., Mesas, A.E., González, A.D. & Maffei de Andrade, S. (2019). "Reading the Nutritional Information on Food Labels Among Teachers with and without

- Hypertension in Brazil". *International Journal of Preventive Medicine*. 10(1). DOI: 10.4103/ijpvm.IJPVM_40_18
- Shine, A., O'Reilly, S., O'Sullivan, K. (1997), "Consumer Attitudes To Nutrition Labelling", *British Food Journal*, 99 (8), 283-289.
- Swiss PKU. (2018). "İsviçre Hasta Birliği Fenilketonürlü ve Protein Kısıtlamasıyla Tedavi Edilen Diğer Metabolizma Bozuklukları", Erişim Adresi: <https://www.migesplus.ch/publikationen/informationen/flyer-zu-pku-und-eiweissstoffwechselstoerungen>, Erişim Tarihi: 10.05.2023
- Uğur, G. (2019). *Bir Üniversitenin Aşçılık ve İşletme Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Besin Seçimlerinin Beden Algısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi ve Karşılaştırılması*. (Yüksek lisans tezi) T.C. Biruni Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Beslenme ve Diyetetik Programı. İstanbul.
- Ünal, E. (2018). *Bursa İli Merkez İlçelerindeki Sağlıklı Yaşam Merkezlerinin Obezite Danışma Birimlerini Tercih Eden Bireylerin Beden Kitle İndeksleri ile Beslenme Okuryazarlıkları Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Uludağ Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Hemşirelik Anabilim Dalı. Bursa.
- Üneşi Öztürk, F. (2019). *Fenilketonürlü Çocukları Olan Ebeveynlerin Yaşam Kalitelerinin Ve Hastalığa İlişkin Bilgi Düzeylerinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.
- Üstüner Top, F. & Küçük Alemdar, D. (2015). "Fenilketonürlü Çocuğu Olan Ailelerinin Yaşadıkları Güçlükler: Niteliksel Bir Çalışma". *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*. 12(1): 62-68.
- Wahab, R. A. (2018). "Food label use and awareness of nutritional information among consumers in bahrain: an exploratory study". *KnE Life Sciences*, 26-36.
- Yaman M., & Özgen L. Üniversite Öğrencilerinin Yurtlarındaki Besin Hijyeni Yaklaşımları ve Besin Hazırlama Uygulamaları. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2007; 20: 28-38.
- Yavuz, C.İ. (2020). *Tıbbi Beslenme Tedavisi Alan Yetişkin Bireylerde Beslenme Okuryazarlığı ve Diyet Özetkinlik İnançlarının Değerlendirilmesi: Isparta Örneği*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Edirne.
- Yaylı, E. & Özenoğlu, A. (2014). "Türkiye'nin Farklı Bölgelerinden Alınan Baharat Örneklerinde Fenilalanin Miktarlarının Belirlenmesi". *Beslenme ve Diyet Dergisi*. 42(2): 132-139.
- Yıldız, G. (2018-2019). *Fenilketonürlü (FKÜ) Hastaları İçin Üretilen Düşük Proteinli Yoğurt İkamelerinin Fizikokimyasal, Mikrobiyolojik ve Duyusal Özelliklerinin Belirlenmesi*. (Yüksek lisans tezi). T.C. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Yılmaz, M. ve Sağlık, E. (2019). *Fenilketonürlü Çocuklar İçin Çocuk Dostu Turizmin Anlamı* (ss.181-192). II. Uluslararası Çocuk dostu Turizm Kongresi 24-27 Nisan 2019-Sivas.
- Yılmaz, Ö. (2017). *Fenilketonürlü bireylerde diyet fenilalanin toleransının değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Zhang, J., Zhai, L., Osewe, M. & Liu, A. (2020). "Analysis of Factors Influencing Food Nutritional Labels Use in Nanjing, China". *Foods*. 9: 1796. DOI: 10.3390/foods9121796.



ISSN: 2651-2742
2025 - Cilt: 8 Sayı: 1
Sayfa: 109-124

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 27.06.2025

Kabul Tarihi: 07.07.2025

Araştırma Makalesi (Research Paper)

HEMŞİRELERİN SAĞLIK TURİZMİ FARKINDALIK DÜZEYİ; KAMU VE ÖZEL HASTANE KARŞILAŞTIRMASI

Health Tourism Awareness Level of Nurses: Comparison of Public and Private Hospitals

1. Seda AKPINAR* 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

2. Enis Baha BİÇER 
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Fakültesi

Özet

Gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik değeri yüksek olan turizm sektörünün etkinliğini arttırmak için, farklı birçok alternatif turizm çeşidini gündeme getirmektedir. Bu alternatifler arasında en önemlisi olarak ifade edilebilecek olan sağlık turizmine yönelik, hemşirelerin farkındalıklarının araştırılması Araştırmanın en temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla hazırlanan araştırmanın örneklemini Sivas ilinde görevli 400 hemşire oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formları kullanılmıştır. Kullanılan formlar iki bölümden oluşmaktadır, ilk bölümlerinde katılımcıların tanıtıcı özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer alırken, ikinci bölümünde ise sağlık turizmi farkındalıklarını belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Elde edilen veriler SPSS paket programıyla değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Betimsel istatistik bulgularının verilmesinin ardından, ölçekte yer alan ifadelerin katılımcıların tanıtıcı özellikleri ile ilişkisini belirlemeye yönelik analiz yapılmıştır. Çalışma sonucunda, öne çıkan çarpıcı sonuçlar şu şekildedir. Özel ve kamu hastaneleri arasında hizmet kalitesi açısından farklılığın olduğu düşüncesi eğitim durumu açısından farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sağlık turizminin kurumlara gelir kaynağı sağladığı düşüncesinin hizmet süresi açısından farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sağlık Turizmi, Sağlık Hizmetleri, Medikal Turizm

*Sorumlu Yazar: nrseda5894@gmail.com

Önerilen Atıf: Akpınar, S. ve Biçer E. B. (2025). Hemşirelerin Sağlık Turizmi Farkındalık Düzeyi: Kamu ve Özel Hastane Karşılaştırması, Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, , 8(1), 109-124.

Abstract

In order to increase the effectiveness of the tourism sector, which has a high economic value for developing countries, many different types of alternative tourism are brought to the agenda. The main purpose of the research is to investigate the awareness of healthcare professionals towards health tourism, which can be expressed as the most important among these alternatives. The sample of the research prepared for this purpose consists of 400 nurses working in Sivas province. Questionnaire forms were used as data collection tools in the research. The forms used consist of two parts, the first part includes statements to determine the introductory characteristics of the participants, while the second part includes statements to determine their awareness of health tourism. The data obtained were subjected to evaluation with SPSS package program. Following the descriptive statistics findings, an analysis was conducted to determine the relationship between the statements in the scale and the participants' descriptive characteristics. As a result of the study, the striking results are as follows. The idea that there is a difference between private and public hospitals in terms of service quality has been determined to differ in terms of educational status. It has been determined that the idea that health tourism provides a source of income to organizations differs in terms of length of service.

Keywords: Tourism, Health Tourism, Health Services, Medical Tourism

1. Giriş

Sağlık, tarihin hemen her döneminde insanlar için önemli olduğu gibi günümüzde de oldukça büyük bir öneme sahiptir. İnsan hayatının iyi şekilde sürdürülmesinde etkili olan ve göz önünde bulundurulması gereken önemli bir öge olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda, insanların kaybolan sağlığını kazanmak veya sağlığını geliştirmek amacıyla bir takım arayışlar içinde olması, sağlık turizminin oluşumuna zemin hazırlamıştır.

Bir seyahat acentesi tarafından düzenlenen tarihi olarak belgelenmiş ilk sağlık tur'u 1841'de Thomas Cook tarafından Leicester'dan Loughborough'un kaplıcalarına seyahat etmek üzere düzenlenen 570 kişilik gerçekleştirilen turdu (1). Ancak, eski zamanlarda da, Antik Yunanistan'daki insanlar tıbbi tedavi yöntemlerinin geliştirilmesi adına önemli katkılar sunmuşlardır (2). Bu nedenle, sağlık ve tıbbi bakım arayışı yüzyıllardır seyahat için temel bir neden olmuştur. Günümüzde de insanlar farklı sağlık nedenleri, fiziksel ve ruhsal rahatlama, zindelik ve refaha ulaşma arayışıyla seyahat etmeye devam ediyor (3). Bu gün geçtikçe katlanarak artan talebe yanıt olarak ülkeler, tıbbi hizmet sağlayan paydaşları ve turizm organizasyon firmaları aracılığı ile daha geniş bir tıbbi, sağlık ve gezi turizmi sunmak için farklı organizasyonlar sağlıyor.

Tıbbi-sağlık-iyilik turizmi kavramı, turizmde son zamanlarda bilimsel bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmıştır (4-6). Sağlık turizminin 25 yıldır varlığını sürdürdüğü belirtilmiş olsa da (7), bununla alakalı araştırmaların birçoğu genel olarak tıbbi yönlere odaklanmış ancak seyahat veya turizme yeterince önem verilmemiştir. Tıbbi-sağlık-iyilik turizmini, turistlerin tercihine göre iki temel kategoriye ayırabiliriz, zorunlu veya seçmeli. Zorunlu seyahat, gerekli tedavilerin gezginin geldiği yerde mevcut olmaması veya yasadışı olması ve bunun sonucunda bu hizmetlere erişmek için başka bir yere seyahat etmenin gerekli hale gelmesi durumunda gerçekleşir. Seçmeli seyahat genellikle zaman ve maliyetin en uygun olduğu zamanda planlanır ve tedaviler gezginlerin kendi bölgelerinde bile mevcut olabilir (8). Diğer çalışmalar bu seyahat ve turizm biçimlerini tedavi amacına göre belirli tiplere ayırmıştır;

örneğin diş turizmi (9), kök hücre turizmi (10), spa turizmi (11), kaplıca turizmi (12), tüp bebek tedavisi (13), kalça ve diz protezleri, oftalmolojik prosedürler, kozmetik cerrahi (5), kalp bakımı ve organ nakilleri (14).

Tıbbi-sağlık-iyilik turizminin tanımları, içerikleri ve bunların nasıl etkileşime girdiği, olası örtüşmeleri ile ilgili henüz bir fikir birliği oluşturulmamıştır. Tıbbi seyahat ve turizm, sağlık turizmi ve diğer benzer terimler (örneğin doğum turizmi, estetik cerrahi turizmi, diş turizmi) özellikle sağlık turizmi araştırmalarında detaylı biçimde incelenmektedir (15-20). Bu alanda yayınlanmış araştırmalara bakıldığında birbirinden bağlantısız yapıları olmasına rağmen, tıbbi-sağlık-iyilik turizmi çeşitli kültürel, ekonomik, yaşam tarzı ve eğlence kısımları nedenleriyle günümüzde çok daha popüler hale gelmiştir (11, 21, 22).

Sağlık-iyilik turizmi faaliyetlerinin hayata geçirilmesinde kuşkusuz sağlık çalışanlarının can alıcı rolü vardır. Bu önemli role yönelik, sağlık çalışanlarının sağlık turizmine yönelik farkındalık düzeylerinin ölçülmesi, işleyişe yönelik yeniden düzenlenmelerin ve iyileştirmelerin belirlenmesinde önemli bir veri oluşturmaktadır. Literatürde sağlık turizmi konusunun sağlık çalışanlarındaki farkındalığını ölçen, değerlendiren ve karşılaştırmalar yapan çok az araştırma yer almaktadır (23-29) rastlanmıştır. Gerekli bilgi ve donanımına sahip sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalığı verilecek sağlık hizmetinin kalitesi açısından büyük önem taşımaktadır. Sağlık turistlerinin ülkeyi tercih etmesinde önemli bir rol üstlenen hemşireler dışındaki halk ve turizm paydaşlarının sağlık turizmi konusundaki farkındalığının tam anlamıyla yeterli düzeyde olduğunu söylemek oldukça zordur. Bu noktada sağlık emekçilerinin, görev yaptıkları kurumlar açısından turistlere bakış açılarına etkisinin belirlenmesi ayrıca bir önem arz etmektedir. Turistle yüzyüze iletişim halinde olan sağlık çalışanlarının, sağlık turizmine yönelik algıları ve davranışlarının belirlenmesi araştırmanın en temel amaçlarından biridir. Bu amaç çerçevesinde sağlık çalışanlarından, hastayla yakın ilişkileri bulunan hemşirelerin konuya dair farkındalık düzeylerinin belirlenmesi mevcut durumun belirlenmesinde, görülen eksiklerin telafisinde kılavuzluk edecektir. Ayrıca kamu hastanelerinde ve özel hastanede görev yapan hemşirelerin sağlık turistlerine bakış açılarının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı; sağlık turizmi hizmeti sunan noktalarda can alıcı role sahip sağlık çalışanlarında sağlık turizmi farkındalık düzeyini araştırmak, karşılaştırmalı olarak değerlendirmek ve sağlık turizmi farkındalığının demografik farklılıklara göre değişip değişmediğini saptamaktır.

Bu araştırmanın sağlık çalışanlarının farkındalık düzeyinin belirlenmesini sağlayarak, sağlık yöneticileri ve sağlık turizmi sektörü paydaşlarına yönelik çalışmanın yapıldığı destinasyonda sağlık turizminin geliştirilmesi amacıyla yapılacak iyileştirme planlamalarında yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

2. Yöntem

Sivas ilinde hemşirelerin sağlık turizmi farkındalık düzeylerini belirlenmeye yönelik yapılan bu araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte veya halen varolan bir durumu doğal haliyle olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan bir süreç olarak ifade edilmektedir. Çok sayıda bileşenin olduğu bir evrenden seçilecek örnekleme inceleme yapmak suretiyle evren hakkında bilgi sahibi olmayı sağlamaktadır (30).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sağlık turizmi bağlamında odak noktada yer alan sağlık hizmeti sunumunda görevli personellerin yeterlilikleri ve konuya dair duruşları ayrıca bir öneme sahiptir. Bu noktada, dünyanın en iyi kaliteli ve başarılı operasyonunu sunan bir kurumda görevli personelin hastayı bilgilendirici veya tatmin edici bir tavrının olmaması, operasyonun başarısını gölgeleyebilir. Dolayısıyla sağlık hizmeti sunan kurumlarda görevlilerin sağlık turizmi algılarını belirleyerek değerlendirilmesi araştırmanın en temel amacını oluşturmaktadır. Sağlık turizmi ve sağlık hizmetinde görevlilerin çalışmanın konusunu kapsamaması araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırmayı önemli kılan bir diğer husus ise; sağlık turizmi gibi önemi günden güne artan sektörün işleniyor olması ve bundan sonra yapılacak araştırmalara yol gösterici niteliğinin olmasıdır.

Evren ve Örneklem

Sivas ilinde hemşirelerin sağlık turizmi farkındalık düzeyinin belirlenmesini amaçlayan bu araştırmanın evrenini Sivas ilinde, sağlık hizmeti sunan kurumlarda görev yapan hemşireler oluştururken, örneklemini ise araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 400 hemşire oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde homojenliğin sağlanması için, Sivas merkezde bulunan Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Uygulama ve Araştırma Hastanesi, Sivas Devlet Hastanesi, Sivas Numune Hastanesi ve Özel Sivas Medicana hastanesinde görev yapan hemşireler araştırmaya dahil edilmiştir.

Veri Toplam Araçları

Tezde kullanılan ölçek soruları ve veri toplama aracı hakkında bilgiler şu şekildedir:

Kullanılan Anket Hakkında Bilgiler; Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır:

1. Birinci bölüm: Katılımcıların demografik bilgilerini (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, hizmet yılı, sağlık turizmi eğitimi alıp almadıkları) belirlemeye yönelik sorular.
2. İkinci bölüm: Katılımcıların sağlık turizmi farkındalığını ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler beşli Likert tipi ölçekle (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) derecelendirilmiştir.

Anketin Sahibi / Kaynağı

Anket formu, tez sahibi Seda Akpınar yani kendim tarafından araştırmanın amaçlarına uygun olarak özgün biçimde hazırlanmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Elde edilen veriler SPSS (22.0) paket programıyla değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Katılımcıların demografik özellikleri olan, Cinsiyet, yaş, eğitim, görevdeki hizmet süresi ve daha önce sağlık turizmi hakkında eğitim alma durumlarının sayı ve yüzdelik dağılımları verilmiştir. Anket formlarının ikinci bölümünde araştırma bulgularına göre elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği ve yeterli güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Parametrik testlerin sağlıklı şekilde uygulanabilmesi amacıyla yapılan analiz sonucu elde edilen verilerin normal dağılım göstermesi, evrenin standart sapmasının örnekten öngörülebilir olması ve ortalamasının hesaplanması gibi bazı ön şartların sağlanmış olması gerekmektedir (31). Bu bağlamda çalışmanın verileri bu şartları sağladığından parametrik testlerden çoklu grupların karşılaştırılması için varyans analizi, ikili grupların farklılığını test

etmek için t testi yapılmıştır. Farklılık çıkan grupların karşılaştırılmasında ise post hoc testlerden Tukey testi uygulanmıştır.

Cinsiyet	n	%
Kadın	247	61,6
Erkek	154	38,4
Yaş	n	%
20-29	321	80,0
30-39	52	13,0
40 ve üzeri	28	7,0
Eğitim Durumu	n	%
Lise	25	6,2
Ön lisans	36	9,0
Lisans	340	84,8
Hizmet Yılı	n	%
0-5 yıl	304	75,8
6-10 yıl	45	11,2
11-15 yıl	21	5,2
16-20 yıl	14	3,5
21 yıl ve üzeri	17	4,2
Daha önce Sağlık Turizmi hakkında eğitim aldınız mı?	n	%
Evet	32	8,0
Hayır	369	92,0

Araştırmanın Etik Yönü

Araştırmaya başlanmadan önce Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Hukuk Müşavirliği Etik Kurulundan 30/12/2021 tarih ve 47 nolu karar ile etik kurul izni alınmıştır. Buna ilave olarak, araştırmanın gerçekleştirildiği kamu hastanesinden de 07/12/2021 tarih ve 2021-12-53 no'lu karar ile araştırma izni alınmıştır.

3. Bulgular

Sağlık turizmi farkındalık düzeyini ölçmek üzere yapılan istatistiki analiz kapsamında 350 kişi ile anket uygulaması gerçekleştirilmiş olup elde edilen bulgular bu bölümde ele alınmıştır.

Yapılan frekans analizi (31) sonucunda hemşirelerin sosyo demografik özelliklerine dair bulgular Tablo 1'de gösterilmiş olup katılımcıların tanıtıcı özelliklerine dair bulgulara yer verilmiştir. Cinsiyet değişkenine göre yapılan analiz sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre tüm alt boyutlarda ve toplamda cinsiyet değişkenine göre sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalıklarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<0,01$). Buna göre katılımcıların %61,6'sının kadınlardan 38,4'ünün erkeklerden oluştuğu, katılımcılardaki bu dağılımın kadınlar çoğunluğunda olması, sağlık hizmetleri sunumunda özellikle hemşire, ebe gibi meslek gruplarının çoğunluğunun kadınlardan oluşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Meslek yılı ve yaş değişkenine bakıldığında ise katılımcıların %80'inin 20 ila 29 yaş aralığında olduğu, %75,8 oranında 0-5 yıl çalışanlardan oluştuğu görülmüş olup bu durum da sağlık çalışanlarının genç ve dinamik bir nüfus yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Bu alınan sonuçlara göre sağlık çalışanlarının cinsiyetlerine ve yaşlarına göre sağlık turizmi farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır.

Tablo 1. Hemşirelerin Sosyo Demografik Özelliklerine Dair Bulgular

Sağlık turizmi farkındalığının, sağlık çalışanlarında eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını, incelemek üzere yapılan varyans analizi sonucunda ölçeğin alt boyutlarından Sivas'ın sağlık turizmi potansiyeli boyutunun anlamlı olarak farklılaştığı görülmüş olup bu konuda en yüksek oranın %84,8 ile lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olanlar olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuca göre sağlık çalışanlarının öğrenim durumuna göre sağlık turizmi farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır.

Tablo 2'de katılımcıların eğitim durumları ve kurumsal yeterlilik alt boyutunda yer alan ifadelerle ilişkisini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre "Çalıştığınız kurum bilimsel yayın ve uygulamaları takip eder" ifadesinin eğitimle ilişkisinin olmadığı görülmüştür ($p=0.169$; $p>0.05$). Kurumsal yeterlilik alt boyutunda yer alan "Teknolojik donanım bakımından sağlık turizmine elverişlidir." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin önemsiz olduğu görülmüştür ($p=0.363$; $p>0.05$). Bir başka ifade olan "Tıbbi etik kurallara bağlıdır" ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin olmadığı belirlenmiştir ($p=0.488$; $p>0.05$). "Sağlık hizmetleri maliyeti uygundur." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin olmadığı görülmüştür ($p=0.734$; $p>0.05$). "Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur." ifadesinin eğitim düzeyi ile ilişkisinin önemsiz olduğu belirlenmiştir ($p=0.577$; $p>0.05$). "Muayene, tetkik sonuçlar ve tedavi bekleme süreleri uzun değildir." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür ($p=0.053$; $p>0.05$). Kurumsal yeterlilik alt boyutunda yer alan "Sağlık hizmetlerine ulaşım kolaydır." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin anlamlı olduğu görülmüştür ($p=0.038$; $p<0.05$). "Kalifiye sağlık iş gücü potansiyeli sağlık turizmi için yeterli düzeydedir" ifadesinin eğitim düzeyi ile ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür ($p=0.296$; $p>0.05$). "Hizmet veren sağlık personelin yabancı dil bilgisi yeterli düzeydedir." ifadesiyle eğitim durumunun ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür ($p=0.152$; $p>0.05$). "Bölgesindeki diğer sağlık kuruluşlarıyla sağlık turizmi konusunda rekabet gücü yeterli düzeydedir" ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin önemsiz olduğu görülmüştür ($p=0.304$; $p>0.05$). "Sağlık turizmi konusunda bilgi ve veri miktarı yeterli düzeydedir" ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür ($p=0.430$; $p>0.05$). "Sağlık turizmi ile ilgili tanıtımları yeterli düzeydedir." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür ($p=0.414$; $p>0.05$). "Sağlık turizm ile ilgili pazarlama stratejileri ve araştırmaları yeterli düzeydedir." ifadesinin eğitim düzeyi ile ilişkisinin anlamsız olduğu görülmüştür. ($p=0.595$; $p>0.05$) "Sağlık turizmi bilinci yeterli düzeydedir." ifadesinin eğitim düzeyiyle ilişkisinin önemsiz olduğu belirlenmiştir ($p=0.423$; $p>0.05$). "Sahip olunan kalite belgeleri sağlık turizmi için yeterli düzeyde olup gereklerini yerine getirmektedir." ifadesinin eğitim durumuyla ilişkisinin olmadığı belirlenmiştir ($p=0.790$; $p>0.05$). "Çalışan uzman hekimler alanlarında son derece iyidirler" ifadesinin eğitimle ilişkisinin olmadığı ($p=0.302$; $p>0.05$) belirlenmiştir. Bu boyutta yer alan son ifade olan "Akreditasyon çalışmaları yeterli düzeydedir." ifadesinin de benzer şekilde eğitimle ilişkisinin önemsiz olduğu ($p=0.296$; $p>0.05$) belirlenmiştir. Sağlık çalışanlarında eğitim durumları ve kurumsal yeterlilik durumunu incelemek üzere yapılan varyans analizi sonucunda tüm alt boyut ve toplamda anlamlı olarak ($p>0,01$) farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Kurumsal Yeterlilik Bölüm Soruları ile Eğitim Durumu Arasında İlişki Analizi

			Eğitim Durumu			Test
			Lise	Ön lisans	Lisans	
Çalıştığınız kurum bilimsel yayın ve uygulamaları takip eder	Kesinlikle Katılmıyorum	n	1	2	17	LR=11.626; p=,169
		%	4,0	5,6	5,0	
	Katılmıyorum	n	10	6	55	
		%	40,0	16,7	16,2	
	Fikrim Yok	n	8	16	127	
		%	32,0	44,4	37,4	
Teknolojik donanım bakımından sağlık turizmine elverişlidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	1	2	31	LR=8.759; p=,363
		%	4,0	5,6	9,1	
	Katılmıyorum	n	8	10	81	
		%	32,0	27,8	23,8	
	Fikrim Yok	n	6	10	116	
		%	24,0	27,8	34,1	
Tıbbi etik kurallara bağlıdır	Katılıyorum	n	10	10	90	LR=7.455; p=,488
		%	40,0	27,8	26,5	
	Kesinlikle Katılıyorum	n	0	4	22	
		%	0,0	11,1	6,5	
	Kesinlikle Katılmıyorum	n	0	1	13	
		%	0,0	2,8	3,8	
Sağlık hizmetleri maliyeti uygundur.	Katılmıyorum	n	3	3	31	LR=5,215; p=,734
		%	12,0	8,3	9,1	
	Fikrim Yok	n	2	10	83	
		%	8,0	27,8	24,4	
	Katılıyorum	n	17	17	175	
		%	68,0	47,2	51,5	
Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	2	2	23	LR=6.635; p=,577
		%	8,0	5,6	6,8	
	Katılmıyorum	n	3	8	75	
		%	12,0	22,2	22,1	
	Fikrim Yok	n	5	12	93	
		%	20,0	33,3	27,4	
Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur.	Katılıyorum	n	13	10	112	LR=6.635; p=,577
		%	52,0	27,8	32,9	
	Kesinlikle Katılıyorum	n	2	4	37	
		%	8,0	11,1	10,9	
	Kesinlikle Katılmıyorum	n	1	2	10	
		%	4,0	5,6	2,9	
Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur.	Katılmıyorum	n	1	7	34	LR=6.635; p=,577
		%	4,0	19,4	10,0	
	Fikrim Yok	n	5	8	74	
		%	20,0	22,2	21,8	
	Katılıyorum	n	15	18	196	
		%	60,0	50,0	57,6	
Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur.	Kesinlikle Katılıyorum	n	3	1	26	LR=6.635; p=,577
		%	12,0	2,8	7,6	

Tablo 3'te katılımcıların çalıştıkları kurumlar açısından sağlık turizmi etkilerinin farklılığını belirlemek için yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre "Sağlık turizmi kurumlar için gelir kaynağıdır" ifadesinin ($p=0.024$; $p<0.05$); "Sağlık turizmi ülkemize önemli ekonomik katkı sağlayacaktır" ifadesinin ($p=0.000$; $p<0.05$); "Sağlık turizminde yabancı hastalar, sağlık hizmetleri sektörüne canlılık getirir" ifadesinin ($p=0.001$; $p<0.05$); ifadesinin çalışılan kurum açısından değişikliği anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). "Yabancı hastalara gösterilen ilgi ve özen yerli hastalarımızı incitebilir" ifadesinin ($p=0.070$; $p>0.05$) ve "Sağlık turizmi kalite standartların yükseltilmesinde itici bir güçtür" ($p=0.081$; $p>0.05$) ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılık göstermediği gözlemlenmiştir ($p>0.05$). Sağlık çalışanlarında çalıştıkları kurumlar açısından sağlık turizmi etkilerinin farklılığını incelemek üzere yapılan analizler sonucunda bazı alt boyutların anlamlı olarak ($p>0,01$) farklılaşmadığı ancak bazı alt boyutlarda sağlık turizmi etkilerinin çalışılan kurum açısından değişikliği anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$).

Tablo 3. Sağlık Turizmi Etkileri Bölüm Soruları ile Çalıştığı Kurum Arasında İlişki Analizi

			Çalıştığı Kurum			Test
			SCÜH	SNH	MSH	
Sağlık turizmi kurumlar için gelir kaynağıdır.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	0	5	1	LR=17,650; p=,024*
		%	0,0	2,4	2,6	
	Katılmıyorum	n	4	6	0	
		%	2,5	2,9	0,0	
	Fikrim Yok	n	33	73	11	
		%	21,0	35,4	28,9	
	Katılıyorum	n	83	80	14	
		%	52,9	38,8	36,8	
Sağlık turizmi ülkemize önemli ekonomik katkı sağlayacaktır	Kesinlikle Katılmıyorum	n	0	1	0	LR=35,125; p=,000*
		%	0,0	0,5	0,0	
	Katılmıyorum	n	4	5	1	
		%	2,5	2,4	2,6	
	Fikrim Yok	n	12	54	4	
		%	7,6	26,2	10,5	
	Katılıyorum	n	101	94	14	
		%	64,3	45,6	36,8	
Sağlık turizminde yabancı hastalar, sağlık hizmetleri sektörüne canlılık getirir.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	3	4	1	LR=27,127; p=,001*
		%	1,9	1,9	2,6	
	Katılmıyorum	n	5	6	3	
		%	3,2	2,9	7,9	
	Fikrim Yok	n	12	40	3	
		%	7,6	19,4	7,9	
	Katılıyorum	n	104	98	14	
		%	66,2	47,6	36,8	
Yabancı hastalara gösterilen ilgi ve özen yerli hastalarımızı incitebilir	Kesinlikle Katılmıyorum	n	5	7	3	$\chi^2=14,478$; p=,070
		%	3,2	3,4	7,9	
	Katılmıyorum	n	32	43	11	
		%	20,4	20,9	28,9	
	Fikrim Yok	n	26	57	7	
		%	16,6	27,7	18,4	
	Katılıyorum	n	73	66	11	
		%	46,5	32,0	28,9	
Sağlık turizmi kalite standartların yükseltilmesinde itici bir güçtür	Kesinlikle Katılmıyorum	n	2	10	3	$\chi^2=14,046$; p=,081
		%	1,3	4,9	7,9	
	Katılmıyorum	n	25	29	3	
		%	15,9	14,1	7,9	
	Fikrim Yok	n	33	54	9	
		%	21,0	26,2	23,7	
	Katılıyorum	n	77	79	13	
		%	49,0	38,3	34,2	
Sağlık turizmi kalite standartların yükseltilmesinde itici bir güçtür	Kesinlikle Katılmıyorum	n	20	34	10	$\chi^2=14,046$; p=,081
		%	12,7	16,5	26,3	
	Katılmıyorum	n	25	29	3	
		%	15,9	14,1	7,9	
	Fikrim Yok	n	33	54	9	
		%	21,0	26,2	23,7	
	Katılıyorum	n	77	79	13	
		%	49,0	38,3	34,2	

Tablo 4'te katılımcıların çalıştıkları kurumla kurumsal yeterlilik bölümündeki ifadelerle ilişkisini belirlemeye yönelik yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre "Çalıştığınız kurum bilimsel yayın ve uygulamaları takip eder" ifadesinde çalışılan kurum açısından bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). "Teknolojik donanım bakımından sağlık turizmine elverişlidir." ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$). "Tıbbi etik kurallara bağlıdır" ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı anlamlı olarak görülmüştür ($p=0.001$; $p<0.05$). "Sağlık hizmetleri maliyeti uygundur." ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı önemli olarak bulunmuştur ($p=0.002$; $p<0.05$). "Hizmet sunum sürecinde hasta ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurur." ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılaşması önlemleri görülmüştür ($p=0.016$; $p<0.05$). "Muayene, tetkik sonuçlar ve tedavi bekleme süreleri uzun değildir." ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı anlamsız olarak görülmüştür ($p>0.05$). "Sağlık hizmetlerine ulaşım kolaydır." ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı anlamlı olarak görülmüştür ($p=0.000$; $p<0.05$). "Kalifiye sağlık iş gücü potansiyeli sağlık turizmi için yeterli düzeydedir" ifadesinin çalışılan kurum açısından farklılığı anlamlı bulunmuştur ($p=0.003$; $p>0.05$). Sağlık çalışanlarında kurumsal yeterlilik ile çalıştığı kurum arasında ilişkiyi incelemek üzere yapılan analizler sonucunda birçok noktada çalışılan kurum açısından farklılığı anlamsız olarak görülürken ($p>0,01$) bazı alt boyutlarda kurum açısından farklılığı anlamlı bulunmuştur ($p<0.05$).

Tablo 4. Kurumsal Yeterlilik Bölüm Soruları ile Çalıştığı Kurum Arasında İlişki Analizi

			Çalıştığı Kurum			Test
			SCÜH	SNH	MSH	
Çalıştığınız kurum bilimsel yayın ve uygulamaları takip eder	Kesinlikle Katılmıyorum	n	5	14	1	X ² =22,728; p=,004*
		%	3,2	6,8	2,6	
	Katılmıyorum	n	38	30	3	
		%	24,2	14,6	7,9	
	Fikrim Yok	n	45	92	14	
		%	28,7	44,7	36,8	
	Katılıyorum	n	61	60	15	
		%	38,9	29,1	39,5	
Kesinlikle Katılıyorum	n	8	10	5		
	%	5,1	4,9	13,2		
Teknolojik donanım bakımından sağlık turizmine elverişlidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	8	21	5	X ² =22,627; p=,004*
		%	5,1	10,2	13,2	
	Katılmıyorum	n	50	43	6	
		%	31,8	20,9	15,8	
	Fikrim Yok	n	41	83	8	
		%	26,1	40,3	21,1	
	Katılıyorum	n	49	46	15	
		%	31,2	22,3	39,5	
Kesinlikle Katılıyorum	n	9	13	4		
	%	5,7	6,3	10,5		
Tıbbi etik kurallara bağlıdır	Kesinlikle Katılmıyorum	n	5	9	0	X ² =25,967; p=,001*
		%	3,2	4,4	0,0	
	Katılmıyorum	n	18	18	1	
		%	11,5	8,7	2,6	
	Fikrim Yok	n	26	65	4	
		%	16,6	31,6	10,5	
	Katılıyorum	n	94	90	25	
		%	59,9	43,7	65,8	
Kesinlikle Katılıyorum	n	14	24	8		
	%	8,9	11,7	21,1		
Sağlık hizmetleri maliyeti uygundur.	Kesinlikle Katılmıyorum	n	9	16	2	X ² =24,813; p=,002*
		%	5,7	7,8	5,3	
	Katılmıyorum	n	40	35	11	
		%	25,5	17,0	28,9	
	Fikrim Yok	n	32	66	12	
		%	20,4	32,0	31,6	
	Katılıyorum	n	68	59	8	
		%	43,3	28,6	21,1	
Kesinlikle Katılıyorum	n	8	30	5		
	%	5,1	14,6	13,2		

4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Yukarıda da ifade edildiği üzere, bu çalışmanın temel amacı sağlık çalışanlarının sağlık turizmi konusundaki farkındalık düzeylerini ortaya çıkartmak ve çalışanların demografik değişkenlerine göre sağlık turizmi farkındalıklarının farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemektir. Sağlık turizminde hizmet sunumunda görev alan sağlık çalışanlarının farkındalıklarının yüksek olması, sağlık turistlerine hizmet sunumlarında fark yaratarak daha fazla sağlık turistinin ülkeye çekilmesi açısından önemlidir. Sağlık turizminin ülke ve bölge ekonomisine katkılarının farkında olan, sorunlarını bilen ve ilgili destinasyonunun potansiyeli hakkında bilgi sahibi olan sağlık çalışanları, önerilerde ve iyileştirmelerde bulunarak bölgede sağlık turizminin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, nitelikli insan kaynağının istihdamı sağlık turizmi alanında hizmet veren tüm sağlık kurumları için önemli hale gelmektedir. Çalışma kapsamında sağlık çalışanlarının sağlık turizmi farkındalığının genel anlamda orta düzeyde olduğunu tespit edilmesi, nitelikli insan kaynağına daha fazla ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Sağlık çalışanlarında cinsiyet değişkeni ve farkındalık düzeyi arasında, tüm alt boyutlarda ve toplamda anlamlı bir farklılık tespit edilmiş olup, kadın çalışanların puan ortalamaları kadınlara göre anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur. Literatürdeki çalışmalarda bu konuda farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Sağlık turizmi farkındalığı konusunda yapılan çalışmaların bir kısmında cinsiyet değişkeniyle ilgili ilişki tespit edilememişken (29, 32, 33) kadın çalışanların ortalamalarının daha yüksek bulunduğu (23), erkek çalışanların ortalamalarının, diğer bir ifadeyle farkındalık düzeylerinin yüksek bulunduğu çalışmalar (28) mevcuttur. Literatürdeki bu farklı sonuçlar; cinsiyet ve sağlık turizmi algısı arasındaki ilişkinin daha net bir şekilde anlaşılabilmesi ve genel geçer sonuçlar elde edilebilmesi için farklı evren ve örneklemelerde daha çok araştırmanın yapılmasına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Görev süresi ve sağlık turizmi farkındalığı arasında Acar ve Turan (2016) (23), Çelik Kızıldağ (2018) (29) ve Dökme (2016) (34) tarafından yapılan çalışmalarda da bu çalışmanın sonuçlarına benzer şekilde anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu durumun son yıllarda çalışma hayatına yeni katılan sağlıkçıların teknoloji ve iletişim araçlarını daha sık kullanması nedeniyle sağlık turizmine yönelik bilgilere daha kolay erişmelerinden ve yeniliklere daha açık olabilmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Benzer şekilde, Çelik Kızıldağ (2018) (29) tarafından yapılan çalışmada çalışma süresi 1-5 yıl olan katılımcıların puan ortalamaları, çalışma süresi 11-15 yıl, 16-20 yıl ve 21 yıl ve üzeri olan katılımcıların puan ortalamalarından yüksek olduğu gösterilmiştir.

Sivas ilindeki hemşirelerin sağlık turizmi farkındalık düzeyinin belirlenmesini amaçlayan bu araştırma sonucunda katılımcıların %61,6'sının kadınlardan oluştuğu, %80'inin 20 ila 29 yaş aralığında olduğu, %84,8'inin lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olduğu, %75,8'inin 5 yıl altında hizmet süresinin olduğu ve %92'sinin daha önce sağlık turizmi hakkında eğitim almadığı görülmüştür.

Katılımcılar tarafından sağlık turizmi ülkemize önemli ekonomik katkı sağlayacaktır ifadesine büyük oranda katılım sağladığı görülmüştür. Sağlık turizmi sorunları boyutunun, yabancı hastalar bölgemize bulaşıcı hastalıklar getirebilir ifadesinin en çok katılım aldığı belirlenmiştir. Bu sonuçların nedenlerinin pandemi döneminde yurtdışından gelen hastaların Sivas ilinde Covid-19 virüs yayılımında etkili bir faktör olduğunun ve sivas iline özellikle yaz ayında yurtdışından gelen vatandaşların bulaşıcı hastalık artışına yol açığının düşünülmektedir. Kurumsal yeterlilik boyutunda yer alan tıbbi etik kurallara bağlıdır

ifadesinin fazla katılım aldığı görülmüştür. Sivas'ın sağlık turizmi potansiyeli alt boyutunda yer alan Sivas'ta yabancı hastaları çekebilecek kültürel ve tarihi yerlere sahiptir ifadesinin en fazla katılımı alan ifade olduğu belirlenmiştir. Bu sonucun, Sivas ili ve çevre ilçelerde yer alan çok sayıda tarihi mekanların varlığı ve son zamanlarda sivas'ta yapılan kazı çalışmaları sonucunda elde edilen eski çağ buluntularının artması ile sağlık turizmi için kültürel ve tarihi bir alt yapısı olduğunun düşünülmesinden kaynaklandığını düşünmekteyiz. Bu konunun geliştirilmesi adına hastanın hizmet alacağı şehrin kültürel yönlerini yansıtan hazırlanmış broşürler, afişler ve videolar farkındalık oluşturabilir. Bu çalışmanın sonucunda medikal turist hizmet alımı için destinasyona geldiğinde karşılaşacağı kültürel ve tarihi yerler ile ilgili bilgi sahibi olması gerektiği düşünülmektedir.

Katılımcıların sağlık turizmi kurumlar için gelir kaynağıdır", "Sağlık turizmi ülkemize önemli ekonomik katkı sağlayacaktır", "Sağlık turizminde yabancı hastalar, sağlık hizmetleri sektörüne canlılık getirir", "Yabancı hastalara gösterilen ilgi ve özen yerli hastalarımızı incitebilir" ve "Sağlık turizmi kalite standartların yükseltilmesinde itici bir güçtür" ifadesinin eğitim durumu açısından bir farklılığının olmadığı belirlenmiştir. Farklı bir ifadeyle sözü geçen bu ifadelerin eğitim durumuyla anlamlı bir ilişkisinin olmadığı belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçların eğitim düzeyinden bağımsız olarak sağlık turizminin ekonomik katkısının izlenen sağlık politikaları sonucu ülke gelirine katkı sunduğu anlaşılmış ve ilgili kurumlarca vatandaşlara görsel ve yazılı olarak kanıtlanabilmiş olmasından kaynaklandığını düşünmekteyiz.

Katılımcıların çalıştıkları kurum açısından, sağlık turizmi potansiyeline yönelik ifadelerden oluşan bölümde farklılaşma durumlarının incelenmesi neticesinde; Sağlık turizmi etkileri alt boyutunda yer alan bir diğer ifade ise sağlık turizmi ülkemize ekonomik katkı sağlayacaktır ifadesidir. Bu ifade de Sivas Cumhuriyet Üniversitesi hastanesi çalışanlarının özel Medikana hastanesine oranla daha fazla ülke ekonomisine katkı sağlayacağını düşünmektedir. Bu farklılık istatistiksel olarak önemli görülmüştür. Her iki ifadeye ek olarak, sağlık turizminde yabancı hastaların sağlık hizmeti sektöründe canlanma getirmeyi ön görme durumları da Sivas Cumhuriyet Üniversitesi hastanesi hemşirelerinde, Medicana hastanesine oranla daha yüksek olarak görülmüştür. Bu sonucun üniversite hastanesinde düzenli aralıklarla bu ve benzeri konularda bilgilendirme ve bilinci arttırmaya yönelik düzenlenen seminerlere bağlı olabileceği kanaatindeyiz. Sağlık turizminin bilinç ve hizmet kalitesi açısından dünyaca kabul edilmiş JCI (Joint Commission International) ve ISO (International Organization for Standardization - Uluslararası Standartlar Örgütü) tarafından belirlenen sağlık kuruluşlarına yönelik standartlara uyulmasının Sivas ilindeki sağlık kurumları arasındaki farkları pozitif yönde kapatacağı ve diğer şehirlerdeki sağlık kurumlarına kıyasla daha üst bir seviyeye çıkaracağı düşünülmektedir.

Hemşirelerin çalıştıkları kurumun teknolojik donanım açısından sağlık turizmine yeterliliği düşüncesinde, kamu ve özel hastane arasında bir farklılığın olduğu; kamuda çalışanların kurumlarını tam anlamıyla yeterli düzeyde görmediği, özelde çalışanların daha yeterli düzeyde gördükleri belirlenmiştir. Sivas ilimizde bu hastaneler tecrübeli insan kaynağı, donanım, ve teknoloji ile ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda bu noktadaki fark sağlık turizminde akreditasyon ve kalitenin önemini ortaya koymuştur; medikal turistlerin daha çok akreditasyon ve kalite belgesi almış olan hastaneleri seçtiği bilinmektedir ve tüm değerlendirmeler ilgili hastanenin uluslararası platformlarda tanınırlığına dikkat çekilmiştir. Bu nedenle medikal turizmde öncü olmak isteyen Türkiye gibi destinasyonlarda JCI belgesi

almış sağlık kuruluşlarının sayısının artırılması beklenmektedir. Bunun yanısıra sağlık turizmden hedeflediği payı kazanma hedefi olan destinasyonların reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem göstermeleri bu konuda çok daha fazla kazanç sağlamalarının önünü sağlayacaktır. Tanıtım ve reklam faaliyetlerine yeterli önemin verilmediği ve sınırlı olabileceği düşüncesiyle sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirilen, Türkiye'nin tanınırlığını arttırmaya yönelik gerçekleştirilenleri ortaya koyan tanıtım faaliyetlerinin yapılması oldukça can alıcı bir husustur. Sonuç itibariyle, turizm çeşitleri arasında önemli yeri bulunan sağlık turizmi ve bileşenlerinin günden güne öneminin arttığı, bu önemin ülkelerin gündemindeki yerini aldığı söylenebilir. Bu sürecin önemli bileşenleri arasında yer alan hemşirelerin, konuya dair bilgilerinin tutum ve davranışlarının yeterli düzeyde olduğu görülmektedir.

Kaynakça

1. Enzenberger Hm.(1996), *A Theory Of Tourism. New German Critique*, (68),117-135.
2. Jimsa.(2012),*Tabish Sa. Healthcare: From Good To Exceptional Governance*,25(3),147-150.
3. Koncul N.(2012),*Wellness: A New Mode Of Tourism. Economic Research-Ekonomska Istraživanja*,25(2),503-534.
4. Mueller H Ve Kaufmann El.(2001),*Wellness Tourism: Market Analysis Of A Special Health Tourism Segment And Implications For The Hotel Industry. Journal Of Vacation Marketing*,7(1),5-17.
5. Pereira Rt, Malone Cm, Flaherty Gt.(2018),*Corrigendum To: Aesthetic Journeys: A Review Of Cosmetic Surgery Tourism. Journal Of Travel Medicine* ,25(1),Tay051.
6. Yaman H.(2003),*Travel Medicine In Turkey: Current State And Implications For The Future. Journal Of Travel Medicine*,10(1),68-69.
7. Bauer Il. (2015),*Looking Over The Fence—How Travel Medicine Can Benefit From Tourism Research. Journal Of Travel Medicine*,22(3):206-207.
8. Jones Ca Ve Keith Lg (2006),*Medical Tourism And Reproductive Outsourcing: The Dawning Of A New Paradigm For Healthcare. International Journal Of Fertility And Women's Medicine*,51(6),251-255.
9. Leggat P Ve Kedjarune U. (2009),*Dental Health, 'Dental Tourism'and Travellers. Travel Medicine And Infectious Disease*,7(3),123-124.
10. Crozier G Ve Thomsen K.(2010),*Stem Cell Tourism And The Role Of Health Professional Organizations. The American Journal Of Bioethics*,10(5),36-38.
11. Nikezic S, Djordjevic M, Batavelji D. (2012),*Improvement Of Spa Tourism In The Republic Of Serbia As A Pattern Of Positive Impact On Ecology And Regional Development. Technics Technologies Education Management-Ttem*, 7(2),920-925 .
12. Sayili M, Akca H, Duman T, Esengun K.(2007),*Psoriasis Treatment Via Doctor Fishes As Part Of Health Tourism: A Case Study Of Kangal Fish Spring, Turkey. Tourism Management*, 28(2),625-629.
13. Lunt N Ve Carrea P. (2010),*Medical Tourism: Assessing The Evidence On Treatment Abroad. Maturitas*,66(1),27-32.

14. Turner L.(2010),*“Medical Tourism” And The Global Marketplace In Health Services: Us Patients, International Hospitals, And The Search For Affordable Health Care. International Journal Of Health Services*, 40(3),443-467.
15. Chaulagain S, Pizam A, Wang Y.(2021),*An Integrated Behavioral Model For Medical Tourism: An American Perspective. Journal Of Travel Research*, 60(4),761-778.
16. Jaramillo J, Goyal D, Lung C.(2019), *Birth Tourism Among Chinese Women. Mcn: The American Journal Of Maternal/Child Nursing*, 44(2):94-99.
17. Li Eph, Min Hj, Lee S.(2021),*Soft Power And Nation Rebranding: The Transformation Of Korean National Identity Through Cosmetic Surgery Tourism. International Marketing Review*, 38(1),141-162.
18. Lwin Hnn, Punnakitakashem P, Thananusak T.(2021),*The Level And Determinants Of International Patient Satisfaction With Dental Tourism In Bangkok, Thailand. Cogent Business & Management*, 8(1),1898316.
19. Xie L, Guan X, He Y, Huan T-C.(2022),*Wellness Tourism: Customer-Perceived Value On Customer Engagement. Tourism Review*, 77(3),859-876.
20. Zhang Q, Zhang H, Xu H.(2021),*Health Tourism Destinations As Therapeutic Landscapes: Understanding The Health Perceptions Of Senior Seasonal Migrants. Social Science & Medicine*, 279,113951.
21. Lee Hweekhei Lh Ve Fernando Y.(2014),*The Antecedents And Outcomes Of The Medical Tourism Supply Chain*.
22. Wang K, Xu H, Huang L.(2020),*Wellness Tourism And Spatial Stigma: A Case Study Of Bama, China. Tourism Management*,78,104039.
23. Acar N Ve Turan A.(2016),*Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*,17(1),17-36.
24. Bayrak Ö Ve Güler Eg.(2022), *Bütüncül Tamamlayıcı Ve Alternatif Tıbbın (Btat) Sağlık Turizmi Ile Bütünleştirilmesinde Sağlık Hizmeti Yöneticilerinin Btat Bilgi Düzeyleri Ve Tutumları: Trakya Bölgesi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2),522-532.
25. Erdoğan M.(2018), *Kamu Sağlık Politikalarında Yeni Bir Açılım Sağlık Turizmi: SdÜ Hastanelerinde Çalışan Hekimlerin Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi,Isparta*.
26. Eriş H Ve Kemer E.(2020),*Medical Tourism Awareness Of Health Workers. Indian Journal Of Forensic Medicine & Toxicology*, 14(4),7884-7889.
27. Gökhan A, Gümüş R, Çakır Yn. *Sağlık Çalışanlarının Medikal Turizme Yönelik Algılarının İncelenmesi: Özel Hastane Örneği. Journal Of Management And Economics Research*, (3),93-105.
28. Canver Şs.(2015),*Kamu Ve Özel Hastane Çalışanlarının Sağlık Turizmine İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü*.
29. Kızıldağ Gç.(2018),*Hekim Dışı Sağlık Personeli Ve Sağlık Yöneticilerinin Medikal Sağlık Turizmi Konusunda Farkındalıklarının Değerlendirilmesi. Ufuk Üniversitesi*.

30. Karasar N.(2005),*Bilimsel Araştırma Yöntemleri. In.: Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.*
31. Gürbüz S Ve Şahin F.(2014),*Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri S.271, Ankara: Seçkin Yayıncılık.*
32. Bulut B.(2021),*Türkiye’de Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Kapsamında Hasta İletişim Algıları Ile Sağlık Hizmeti Kalite Algılarının İncelenmesi. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.*
33. Çiftçi G.(2021),*Hastanelerde Bulunan Sağlık Turizmi Birim Çalışanlarının Profillerini Ve Mesleki Zorluk Algılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Sağlık.*
34. Dökme S.(2016),*Sağlık Turizmi Açısından Adana İlinin İncelenmesi Ve Sağlık Çalışanlarının Medikal Turizm Faaliyetlerine Bakış Açısı: Bir Hastane Örneği. Sosyal Bilimler Enstitüsü.*