



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, yaşanılan 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 tostu 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 ekmek, 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 zanda 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 sunulurken, 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 önemseyişini 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.