JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

ISSN: 2147 – 8775

Journal homepage: www.jotags.org



Hızlı Yemek Ürünlerinin Sağlık Üzerine Etkileri ve Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma** (A Research On The Effect Of Fast Food Products On Health And The Reasons For Preference)

*** Kürşad SAYIN** [a]

[a] Selçuk University Silifke-Taşucu Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 02.02.2022

Kabul Tarihi: 14.03.2022

Anahtar Kelimeler

Fast food

Beslenme

Yiyecek işletmeleri

Öz

Hızlı yemek (fast food) türü beslenme günümüzde kısa sürede, hızlı ve kolay bir şekilde yemeye hazır hale gelen, seri üretim yoluyla üretilip, ticari amaçlı satılan, gıdanın özeliliğinden ziyade hizmet hızına odaklanılan bir beslenme pratiği ve besin biçimidir. Tüketiminin aşırı derecede yapılması insan sağlığına zarar vermektedir. Son yıllarda zararları bilinmesine rağmen beslenme açısından fast food tarzı beslenme oldukça yaygın bir hal almaktadır. Mersin'de bulunan büyük bir alışveriş merkezinde yabancı kaynaklı fast food (hızlı yemek) ürünleri tüketen tüketicilerin, ürünlerin sağlıklı olup olmadığı, üretim ortamının hijyenik (sağlıklı) olup olmadığına dair algıları ile ürünleri tercih nedenlerinin araştırılması amaçlanmıştır. Fast food ürünlerin sağlık açısından zararlı olmasına rağmen son yıllarda tüketiminin artması ve tüketicilerin sağlık ve hijyen algısına yönelik çok fazla çalışmaya rastlanmamış olması araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırmada, öncelikle ilgili literatür taranmış, konuyla ilgili ön görüşmeler yapılmış daha sonra on iki sorudan oluşan soru formu oluşturulmuştur. Mersin'de büyük bir alışveriş merkezinin içerisinde bulunan farklı yiyecek – içecek ürünleri üreten işletmelerin bulunduğu yerdeki sadece uluslararası fast food hizmeti veren (McDonald, Burger Hot vb.) işletmelerden faydalanan kırk bir kişiyle gönüllük esasına göre görüşme yapılmış, sorular sorulmuş, cevaplar not edilmiş ve değerlendirilmiştir. Yapılan literatür araştırması sonucunda fast food tarzı yiyeceklerin birçok hastalığa yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır. Görüşme sorularına verilen cevaplara göre ise uluslararası fast food işletmelerinden hizmet alan tüketicilerin genel olarak hamburger ve pizzayı tercih etmelerine rağmen, Türk tarzı fast food (döner vb.) yiyecekleri de tercih ettikleri, Mersin'e özel tantuniyi ise çok fazla tercih etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların fast food tarzı yiyecek ve içeceklerin sağlığa zararlı olduğu, bu işletmelerde hijyen kurallarına uyulmadığı algısına sahip oldukları, fakat lezzetli ve pratik olduğunu düşündüklerinden dolayı fast food ürünlerini tercih ettikleri sonucuna da ulaşılmıştır.

Keywords

Fast food

Nutrition

Food businesses

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Today, fast food type nutrition is a nutrition practice and food form that becomes ready to be eaten quickly and easily in a short time, is produced through mass production and sold for commercial purposes, focuses on the speed of service rather than the specificity of food, and excessive consumption harms human health. Although its harms have been known in recent years, fast food-style nutrition in terms of nutrition has become quite common. It is aimed to investigate the perceptions of consumers consuming foreign-sourced fast food products in a large shopping center in Mersin, whether the products are healthy or not, and the reasons for their preference. Despite the fact that fast food products are harmful to health, the increase in consumption in recent years and the fact that there are not many studies on the health perception of consumers makes the research important. First of all, the relevant literature was reviewed, preliminary interviews were conducted on the topic, and then a question form consisting of twelve questions was created. forty–one people who benefit from only international fast food service enterprises (McDonald's, Burger Hot, etc.) located in a large shopping center in Mersin, where there are enterprises producing different food and beverage products, were interviewed on a voluntary basis, questions were asked, answers were noted and evaluated. As a result of the research, it was concluded that fast food-style foods lead to many diseases. According to the answers given to the interview questions, it was concluded that although consumers receiving services from international fast food enterprises generally prefer hamburgers and pizza, they prefer Turkish-style fast food foods (döner, etc) and do not prefer tantuni which is a kind of fast food specific to Mersin. In addition, it was concluded that the participants have the perception that fast food-style food and drinks are harmful to health, hygiene rules are not followed in these businesses, but they prefer fast food products because they think it is tasty and practical.

** Sorumlu Yazar*
E-posta: kursadsyn@hotmail.com (K. Sayın)

DOI:10.21325/jotags.2022.991
*** Özet metni; 15-17 Aralık 2021 tarihlerinde Kapadokya - Nevşehirde düzenlenen "International Cappadocia Scientific Research Congress" adlı kongrede sunulmuştur.*

GİRİŞ

Yemek insan yaşamının devamlılığı için gerekli olan en önemli ihtiyaçlardan birisidir. İnsanlar vücutlarını beslemek (kalori veya enerji sağlamak) ve beslenmek (besin sağlamak) için yemek yemektedirler (Turley, 2009, s. 355). Yemek yeme alışkanlığı toplumdan topluma değişmektedir. Küreselleşme ve hızlı kentleşme yeme alışkanlıklarını büyük ölçüde etkilemekte, toplumların değişen kültürel normları, sosyo-ekonomik koşulları, mevcut ürünlerin özellikleri, iş temposundaki hızlı artış, zaman baskısı, yükselen gelir ve üretilen yeni ürünlerin farklı özellikleri nedeniyle yemek yeme alışkanlıkları tarihsel dönemler boyunca değişmektedir. Bu değişimin sonucu son yıllarda dünya genelinde, insanların yerinde veya dışarıda hızlı bir şekilde tüketmeyi amaçladıkları hızlı yemek (fast food) olarak adlandırılan yiyecekler oldukça popüler hale gelmekte ve bu yiyecekler birçok insanı yüksek kalorili fast food tarzı beslenmeye ve fast food yemekleri tüketmeye zorlamaktadır (Jahan vd., 2020, s. 28).

Hızlı (fast food) yiyecekler üretim kolaylığı, lezzeti vb. nedenlerle ünlü olmasına rağmen, bu ürünlerin uzun vadeli birçok zararlı etkilerinin bulunmakta ve düzenli olarak tüketildiğinde bağımlılık yapmakta ve insan sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Jeffery vd., 2006). Fast food işletmelerinde yemekler genellikle yağda kızartılmakta, lezzet vermesi açısından farklı soslar eklenmektedir. İşletmelerde insan sağlığını etkileyen diğer bir unsur ise ortam ve özellikle de yiyecek hijyenidir. Fast food işletmelerinin yöneticileri ve çalışanları hijyen konusunda bilgiye sahip değillerse yenilen yemeklerin yapısından kaynaklanan hastalıklara hijyen eksikliğinden kaynaklanan hastalıklarda eklenebilmektedir (Çelen & Avcıkurt, 2017, s. 304-306).

Fast food tarzı yemekler sağlığa zararlı olmasına rağmen dünya genelinde ilgi gün geçtikçe artmaktadır (Doğrul, vd., 2020, s. 88). Bu nedenle fast food tarzı yemeklere sağlık açısından tüketici algılarının ve tercih nedenlerinin tespit edilmesi önem arz etmektedir. Yapılan araştırma, Mersin ilinde büyük bir alışveriş merkezinde bulunan yabancı kökenli (Mc Donalts, Burger King, vb.) fast food tarzı ürünler satan işletmelerden yeme-içme hizmeti alan tüketiciler ile görüşme yöntemi ile yapılmıştır. Görüşme sorularının üç tanesi demografik özellikleri belirlemeye yönelik, üç tanesi sağlık algılarına yönelik, altı tanesi ise tercihlerine yönelik hazırlanmıştır. Tüketicilerin genel anlamda yabancı fast food yemekleri tercih etmelerine rağmen (hamburger, pizza) yöresel fast food tarzı (döner vb.) yemekleri de tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların food tarzı yiyeceklerin sağlığa zararlı olduğu ve üretim yapılan yerlerin hijyenik olmadığı algılarına sahip olmalarına rağmen, çoğunlukla ürünleri lezzetli hızlı ve pratik olarak algıladıkları için yemekten vazgeçmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür Taraması

Fast food türü beslenme kısa sürede, kolay ve hızlı bir şekilde yenmeye hazır hale gelen ve seri üretim yoluyla üretilerek, ticari amaçla satılan, gıdanın özeliliğinden ziyade hizmet hızına odaklanılan bir beslenme pratiği ve besin biçimidir (Dudu, 2020). İlk olarak 1970'lerde, bugün en büyük fast food endüstrisine sahip olan Amerika Birleşik Devletleri'nde popüler hale gelmiştir (Mandoura vd., 2017, s. 2). Türkiye'de ise 1986 yılında ilk fast food restoranı "İstanbul Taksim Meydanı"nda faaliyete geçmiştir. Fast food tüketimi zamanla dünya genelinde hızlı bir şekilde büyümüş, günümüzde fast food tüketimindeki artış yaygınlığı tüm restoranların yaklaşık %74'ünü oluşturmuş ve küresel bir boyuta ulaşmıştır (Sormaz, Sürücüoğlu & Akan, 2007, s. 1212-1213; İslam, 2020, s. 18).

Tat, zaman, kolaylık ve maliyet insanların yemek seçimlerine katkıda bulunan önemli ana faktörler arasındadır. Günümüzde zaman sorunu olan tüketicilere en kısa sürede hizmet vermek amacıyla okullara yakın yerler, yol

kenarları, hastane yakınları, benzin istasyonları gibi birçok yerde ve çeşitli şekillerde (dürümcü, dönerci, pizzacı, hamburgerci vb.) bulunabilmektedir (Unur & Gök, 2012). Ayrıca işletmeler tarafından kısa sürede hızlı hazırlanmaları, lezzet faktörü, düşük maliyetli olmaları, yaygın olarak bulunabilmeleri, adrese teslim imkânları ile kolay ulaşılabilmesi, başka ülkelere hayranlık ve onları taklit etme arzusu promosyonlar, rengârenk menüler ve el ilanları ile reklamlarının yapılması, hem lezzeti hem de rahatlığı fast food alımındaki artış eğilimine katkıda bulunmaktadır. Bu durum ise fast food severleri obezite gibi olumsuz sağlık durumlarına yol açan fast food tarzı yemekler yapan yiyecek-içecek işletmelerine ve bu işletmelerde daha fazla harcama yapmaya sevk etmekte (Folkvord, Pabian & Zanden, 2020, s. 3-5) ve hatta bu durum moda haline gelmektedir (Janssen vd., 2018, s.16). Bu nedenle fast food restoranları, ev dışında yenilen yemeklerin en popüleri olarak hizmet vermektedir (Paeratakul vd., 2003, s. 1338).

Fast food tarzı yiyecekler, ticari amaçlar için tasarlanmış bir tür seri üretimi içerir. Genellikle zincir restoranlarda hızlı bir şekilde hazırlanıp servis edilen ve geleneksel yemeklere göre daha ucuz ve daha az besleyici özelliklere sahip yiyeceklerdir. İlk etapta yapımı ve tüketimi kolay olduğu için bu yemekler fast food (hızlı yemek) olarak adlandırılmıştır. Ayrıca çok fazla katı yağ, şeker, sıvı yağ, tuz ve aşırı kalori içeren, ancak besin değeri ve kalitesi düşük olan yemekler olarak tanımlanmaktadır. Fast food yiyeceklerin çoğunluğu, doymuş ve trans yağlarda derin kızartma ile hazırlanır ve kalori açısından yüksek değerlere sahiptir (Das, 2015, s. 2). Genellikle tavuk kanadı, hamburger, kızarmış patates, konserve, cips, turta, pizza, ketçap, mayonez, soslar gibi yiyecekler (yemeklerin yanında asitli içecekler dâhil) fast food yemeklerin bünyesinde yer alır. Hamburger ve patates kızartması satış açısından her zaman lider konumdadır. Bu ürünlerle yemeklerin hazırlanması oldukça kolay ve hızlıdır. Fast food yemekler yeterince tokluk hissi vermez. Yemekler insanların tat alma duygularını harekete geçirmek için özel olarak oluşturulur, eklenen yağ, şeker ve tuz, insanların bu yiyecekleri istemesine neden olan bir tat yaratır bu özellikleri ile yemekler insanları cezp eder ve insanlar tarafından oldukça lezzetli bulunur. Bu, duygu ise birçok kişinin bağımlılık olarak tanımladığı bir duygudur (Mohuiddin, 2020, s. 1; Al-Saad, 2016, s. 279-280).

Tüketiciler tarafından lezzet, hazırlanma süresindeki hız, pratiklik gibi farklı nedenlerle tercih edilen fast food yemeklerde kullanılan yağın (doymuş yağ ve trans yağ) içeriği genellikle aşırı kolesterol seviyesine sahiptir. Yemeklerde aşırı yağlı, kalorili ve şekerli malzeme kullanılması zamanla kilo problemlerine yol açar. Kolesterol ve tuz, kan basıncı, obezite, (Wani & Sarode, 2018) böbrek hastalıkları hafıza ve öğrenme problemleri, kanserler (Davis, 2009, s. 505-506) oto-bağışıklık bozuklukları, şeker hastalığı, felç (inme), nörodejenerasyon ve psikolojik değişiklikler, enerji eksikliği, aşırı kolesterol yüksek kolesterol ve kalp hastalığı, bağırsak, kemik sağlığı ve erken yaşlanma, üreme sağlığı, baş ağrısı / migren, fiziksel performans düşüklüğü, düşük besin değeri, fiziksel performans, zayıf konsantrasyon, yüksek bağımlılık şeklinde sınıflandırılabilir (Mohuiddin, 2020, s. 2-6; İslam, 2020, s. 18; Dudu, 2021; 19; Bamahas.com.tr, 2021).

Fast food yiyeceklerin sebep olduğu obezite ise kalp hastalıkları, hipertansiyon, diyabet, depresyon, felç, safra kesesi hastalıkları, karaciğer yağlanması, artrit ve eklem bozuklukları ve bazı kanserler dâhil olmak üzere birçok kronik hastalıklar ile bağlantılıdır ve erken ölüm riskini de artırmaktadır (Pierce vd., 2007, s. 375). 2030 yılına kadar ABD vatandaşlarının %85'inin obeziteden etkilenmesi beklenmektedir. Obeziteye atfedilebilen yıllık sağlık bakımı maliyeti tahminleri, ABD'de yılda 190 milyar ABD dolar civarındadır. Bu durum ABD sağlık harcamalarının yaklaşık %21'idir. Ayrıca fast food ürünlerin fiziksel, zihinsel ve cinsel performans üzerinde olumsuz etkileri de

vardır. Gazlı içecekler de büyük miktarda fosfat içermekte ve böbrek sağlığı ile kemik sağlığını da olumsuz etkilemektedir (Hruby & Hu, 2015, s. 673; Al-Ghamdi, 2018, s. 2).

İlgili literatür incelendiğinde dünyanın farklı ülke ve bölgelerinde çalışmalar yapıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları ve bulguları aşağıdaki gibidir;

Jeffery vd., (2006) tarafından Minnesota eyaleti sakinleri ile yapılan bir telefon anketinde "fast food" restoranlarının yakınında yaşamanın veya çalışmanın vücut ağırlığı ve obezite ile ilişkili olup olmadığını incelemişler ve fast food restoranlarında yemek yemenin obezite ile bağlantılı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Sa, Wabbi & Sserunkuuma, (2012) tarafından Uganda'da fast-food tüketicilerinin tüketim ve harcama davranışlarını incelemek için bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırmanın temel amacı, Kampala ilçesinde fast-food tüketimini etkileyen özellikleri değerlendirmektir. Fast-food ürünlerin en çok lezzetli olması ve kolay ulaşılabilir olmasının tüketicileri satın almaya motive ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

Jaworowska vd., (2013) paket servisi olan yiyecekler ile fast food yiyeceklerin beslenme zorlukları ve sağlık üzerindeki etkileri üzerine bir araştırma (literatür taraması) yapmışlar ve tüketilen gıdalardan bazılarının kardiyovasküler hastalık, insülin dahil olmak üzere çeşitli olumsuz sağlık sonuçlarına katkıda bulunabileceği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Jiao vd. (2015), ABD'nin King Country şehrinde telefon görüşmesi yöntemi ile bir fast food veya hızlı servis restoranında sık yemek yemenin sağlık üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve fast food ürünleri haftada 2 kez veya daha fazla tüketmenin kötü sağlık durumu ile ilişkili olduğu (fazla kilo ve obezite ile ilişkili olduğu) sonucuna ulaşmışlardır.

Al-Otaibi & Basuny (2015) Suudi Arabistanın King Faisal Üniversitesi'nde eğitim öğretim gören kız öğrencilerinde obezite riski ile fast food tüketim ilişkisini araştırmışlar, öğrencilerinin çoğunluğunun yemek pişirme becerileri olmadığı için fast food tükettikleri, çoğunluğunun sağlıklı ürünler hakkında bilgisinin olmadığı, katılımcıların sadece %5'inin sağlıklı ürünleri tercih ettiği ve obezite ile fast food tüketimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Wani & Sarode (2018), Hindistan'da tüketicilerin fast food ürünler hakkında algılarını araştırmışlar tüketicilerin fast food ürünlerin sağlığa olumsuz etkilerinin olduğu algısında oldukları, çoğunluğunun ürünlerin etiketlerinde bulunan besin etiketlerini kontrol etmedikleri, ayda bir defa fast food yedikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Jahan vd. (2019, s. 22-27) de Bangladeş'te "Fast food tüketimi ve sağlığa etkisi konulu bir araştırma yapmış ve fast food'un sağlık üzerinde obezite dâhil birçok olumsuz etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hatta fast food yemek alışkanlığının bir halk sağlığı sorunu olduğu sonucuna da ulaşmışlardır.

Fast food konusu ile ilgili literatüre bakıldığı zaman konuyla ilgili Türkiye'de yapılan araştırmaların bazıları ise aşağıdaki gibidir:

Akbay, Gül & Tiryaki (2006, s. 904) Türkiye'de fast food tüketim sıklığı ve bu sıklığı etkileyen tüketici özellikleri'ni araştırmışlar, yaş, gelir, eğitim, hane büyüklüğü, çocukların varlığı ve tüketicinin fast food fiyatına karşı tutumu, sağlık endişeleri gibi diğer faktörlerin fast food tüketim sıklığını önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Tayfun & Tokmak (2007:169) Ankara'da faaliyette bulunan Türk usulü fast food isletmelerinden hizmet alan müsterilerin tercih nedenleri araştırmışlar, Türk usulü fast food isletmelerini tercih etme sebeplerinde "menülerin doyurucu olması", "hizmetlerin zamanında sunulması" ve "damak tadına uygunluk" unsurlarının etkilerinin yüksek olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Dalgın & Kızgın, (2012, s. 42-45) tarafından Muğla'da yapılan bir araştırmada katılımcıların büyük bir kısmının yerli fast food ürün grubu olarak adlandırabileceğimiz ürünleri tükettikleri belirlenmiştir. Fastfood ürünlerinin tüketiciler tarafından en çok tüketildiği öğün ile ilgili verilere bakıldığında, tüketicilerin özellikle "öğle yemeklerinde" fast food tarzı yiyecekleri tercih ettikleri, fast food ürünlerin tercih edilmesinde ise en önemli etkenlerin ürünlerin hızlı hazırlanması ve sunulması olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca sonuçlara göre, "ürünlerin beslenme alışkanlıklarına uygun olması", "ürünlerin hijyen şartlarına uygun olması", "ürünlerin gıda güvenliği standartlarına uygun olması", unsurlarının fast food ürünlerinin tercih edilmesinde etkisi çok az olmaktadır.

Unur & Gök (2012) Mersin kent merkezinde faaliyette bulunan yöresel, ulusal ve uluslararası zincir fast food işletmelerinde tüketicilerin fast food tüketim nedenlerini araştırmışlar, tüketicilerin fast food yemekleri; "dışarıdayken acıktıkları için", "tadını sevdikleri için", "kolaylıkla erişebildikleri için" ve "alışveriş yaparken acıktıkları için" en çok öğle yemeklerinde tükettikleri sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca en çok tüketilen ilk 3 yemek arasında; Mersin'le özdeşleşmiş bir yiyecek olan "tantuni" birinci sırada yer alırken, burger çeşitleri ikinci sırada kebap dürüm ise üçüncü sırada yer almaktadır.

Sayılı & Gözener (2013) "Gaziosmanpaşa Üniversitesi Öğrencilerinin Fast-Food Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi" konulu bir araştırma yapmışlar ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun fast food tükettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmada öğrencilerin fast food ürünleri genellikle öğle yemeklerinde tercih ettikleri, pratik olması, damak zevkine uygun olması ve ucuz olması nedeniyle de çoğunlukla (sırasıyla) dönerci, kebapçı, pizzacı ve hamburgercileri tercih ettikleri sonuçlarına da ulaşmışlardır. Ayrıca araştırmada öğrencilerin sadece %30'unun fast food tüketmediği, fast food tüketmeyenlerin ise %43'ünün (toplam öğrenci sayısına göre küçük bir oran) bu ürünlerin sağlıklı olmadığını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Canpolat & Çakıroğlu (2016) üniversite öğrencilerinin fast food tüketim alışkanlıklarını belirlemek üzere bir araştırma yapmışlar, öğrencilerin büyük çoğunluğunun haftada 2-3 kez öğle yemeğinde çoğunlukla tost, tavuk döner ve lahmacun tükettikleri sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca öğrencilerin sevdikleri için ve zamanları kısıtlı olduğu için fast food ürünleri tercih ettikleri sonucuna da ulaşmışlardır.

Çakmak & Çöp (2021) fast food işletmesi tercihini etkileyen unsurlar ve fast food yeme nedenlerinin araştırmışlardır. Fast food işletmesi tercihini etkileyen unsurların arkadaşlar, diğer (hızlı olması, ucuz olması gibi diğer nedenler) ve sosyal medya, fast food yeme nedenlerinin ise çoğunlukla hazır yemek, değişiklik, arkadaşlarla birlikte olmak olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Konuyla ile ilgili yapılan literatür araştırmalarında, Türkiye'de ve dünyanın farklı ülkelerinde fast food ürünlere yönelik yapılan çalışmalara göre tüketici tercihlerinin; fast food yiyecekler ile sağlık (obezite, kardiyovasküler rahatsızlıklar vb.) ilişkisi, fast food ürünlerin vücut kitle indeksi üzerine etkileri, fast food işletmelerinin sıklığı ve uzaklıkları ile tüketim ilişkisi konuları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, fast food

tüketicilerinin tercih nedenlerinde de farklılar olduğu, genellikle gençlerin daha fazla fast food tükettikleri, ürünlerin zararlı etkilerinin olduğu ve insan sağlığını olumsuz etkilediği de görülmektedir.

Yapılan araştırmalarda tüketicilerin fast food ürünlere yönelik sağlık algıları (zararları, ortamın hijyenikliği, bağımlılık etkisi) ve tercihleri üzerine çok fazla çalışma yapılmadığı gözlenmiştir. Mersin'de dış kaynaklı fast food üreten işletmelerden hizmet alan tüketicilerin fast food ürünlere yönelik sağlık algısı ve tercihlerine yönelik yapılan araştırmada literatürde yapılan araştırmalara istinaden aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır.

1- Fast food ürünlerin sağlığa zararlı olduğunu düşünüyor musunuz?

2- Fast food yemek üretimi yapılan yerlerde genel olarak hijyen kurallarına uyulduğunu düşünüyor musunuz?

3- Fast food ürünlerin bağımlılık yaptığını düşünüyor musunuz?

4- Genellikle tercih ettiğiniz fast food yiyecekler nelerdir?

5- Fast food yemekleri genellikle hangi öğünlerde yemeyi tercih edersiniz?

6- Fast food yemeklerin yanında genellikle hangi içecekleri tercih ediyorsunuz?

7- Fast food yemekleri genellikle ne sıklıkla tercih ediyorsunuz

8- Fast food yiyecekleri genellikle tercih etme sebepleriniz nelerdir?

9- Fast food ürünler hayatı kolaylaştırır mı?

Yöntem

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmış, hazırlanan soru formları yüz yüze görüşme yöntemi ile katılımcılara yaptırılmıştır. Verilerin toplanabilmesi için gerekli olan "etik kurul izin belgesi" Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Etik Kurulu 01.02.2022 tarih ve 224038 sayı numarası ile alınmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, Mersin şehir merkezinde bulunan bir alışveriş merkezini ziyaret eden ve dış kaynaklı fast food işletmelerinden hizmet alan tüketicilerin fast food yiyeceklere ait sağlık ve hijyen algıları ile tercihlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesidir. Fast food tarzı yiyecekler sağlığa zararlı olmasına rağmen son yıllarda tüketiminde artış olması tercih nedenlerinin araştırılmasını zorunlu kılmaktadır. Araştırma bu nedenle yapılmıştır. Ayrıca konuyla ilgili çok fazla çalışma yapılmamış olması da araştırmayı önemli bir hale getirmektedir. Araştırmanın evrenini uluslararası (dış kaynaklı) fast food ürünleri tüketicileri oluşturmaktadır. Örneklemi ise Mersin'de bulunan büyük bir alışveriş merkezinde uluslararası kaynaklı fast food yemek tüketicileridir.

Veri Toplama Aracı ve Yöntem

Görüşme yöntemi pratik olarak kalabalık ortamlarda herkese ulaşılabilir olması nedeniyle genel nüfusun mükemmel bir örneğini vermek için yapılabilir. Görüşme yönteminde araştırmanın yalnızca okuryazar kişileri kapsamadığı gerçeği göz önüne alınmaktadır (Triangleinnovationhub.com, 2021). Patton'a göre "görüşme yönteminin amacı, bir bireyin iç dünyasına girmek ve onun perspektifini anlamaktır. Görüşme yöntemi yoluyla, tutumlar, deneyimler, niyetler, düşünceler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkiler gibi" gözlenemeyen durumlar anlaşılmaya çalışılır (Donusumkonagi.com, 2021). Bu nedenle araştırmada bireylerin farklı konularda sahip

oldukları tutumları ile davranışları hakkında bilgi toplamak için kullanılan, iletişim yoluyla veri toplamayı kapsayan nitel araştırma türlerinden biri olan "yarı yapılandırılmış görüşme tekniği" uygulanmıştır (Ergün, 2020). Konuyla ilgili öncelikle ilgili literatür taranmış, Öyekçin & Deveci (2012), Hamşıoğlu (2013), Unur & Gök (2012) ve Canpolat & Çakıroğlu (2016) tarafından yapılan çalışmalardan elde edilen bilgilere istinaden, "fast food tüketicilerinin fast food ürünlerin sağlığa etkilerine yönelik algıları ile tercihlerini etkileyen faktörler"in araştırılmasını içeren 3'ü demoğrafik özelliklere ait olmak üzere 12 sorudan oluşan bir görüşme formu oluşturulmuştur.

Görüşme formlarının uzman görüşlerine başvurularak teyit edilmesi güvenirlik açısından önemli bir ölçüttür. Mülakatların güvenirliliğini sağlayan diğer bir ölçüt ise yanlış anlaşılmaların giderilmesi ve katılımcıların eklemek veya çıkarmak istedikleri noktaların kontrol edilmesi için soruların katılımcılara da yaptırılmasıdır (Ayvacı vd., 2014: 362). Bu nedenle görüşme formundaki sorular, katılımcılara sunulmadan önce soruların açık ve anlaşılır olup olmadığı, konuyu yeterince kapsayıp kapsamadığı gibi hususlar ilgili uzmanlar tarafından kontrol edilmiş ve bunlara ilişkin katılımcılarla pilot görüşmeler de yapılarak önerilere istinaden formun son hali verilmiştir.

Araştırma 2021 Mart – Nisan tarihlerinde yapılmıştır. Görüşme formlarının doldurulma aşamasında, yüz yüze görüşmeler ile tüketicilerden açık uçlu sorulara cevap vermeleri istenmiştir. Araştırmanın yapıldığı alanın fiziki özelliği birçok fast food işletmesinin ortak kullandığı küçük ve sık masalardan oluşan fiziki olarak sıkışık bir ortamdan oluşmaktadır. Bu durum insanlarla iletişime girmek açısından kısıtlılık yaratmaktadır. Araştırma esnasında insanların pandemi dönemi olmasından dolayı bir an önce ortamdan uzaklaşmak istemeleri, zamanlarının kısıtlı olması, araştırmaya dâhil olmak istememeleri gibi nedenlerle soruları cevaplandırmak istememişlerdir. Her bir görüşme ortalama 10-15 dakika arası sürmüş ve 41 kişi ile görüşme yapılmıştır.

Görüşmeler sonrası elde edilen veriler "içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi "belirli kurallara bağlı kodlamalarda metin veya metinlerin içindeki bazı sözcüklerin kategoriler şeklinde özetlendiği sistematik bir tekniktir" (Apaydın & Kandemir, 2018: 113). Yıldırım & Şimşek, (2006)" içerik analizini, toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması, sonra ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temanın saptanması, tanımlanması ve kategorileştirilmesi sürecidir" şeklinde tanımlamaktadır (Bakioğlu & Demiral, 2013: 14). Yapılan araştırmada veri kaybını önlemek ve veri güvenliğini sağlamak için verilen cevaplar yazılarak notlar alınmış, daha sonra alınan notlar düz yazı haline dönüştürülmüştür. Düz yazı haline dönüştürülen metinler defalarca okunarak kodlanmış, temalar oluşturulmuş ve tema başlıkları altında bulgular yorumlanmıştır (Uzun & Bütün, 2016: 75; Özyürek & Çavuş, 2016: 2161).

Betimsel analiz tekniği, verilerin önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi, yorumlanması ve katılımcı görüşlerine ait alıntılara imkân tanıması sebebiyle tercih edilmektedir. Çalışmada elde edilen veriler, betimsel analiz tekniğine uygun olarak analiz edilmiştir. Bulguların daha iyi anlaşılabilmesi için ortak kodların frekans ve yüzdeleri hesaplanarak bulgulara dönüştürülmüş ve tablolar oluşturulmuştur (Ayvacı vd., 2014: 363). Bulguların yorumlanması aşamasında ise tabloların altında bazı katılımcı görüşlerine alıntılar şeklinde yer verilmiştir (Özyürek & Çavuş, 2016: 2161; Arslantaş & Cinoğlu, 2010: 87). Verilerin analizi kısmında görüşme yapılan katılımcılar "K1, K2, … K41" şeklinde kodlanmıştır

Bulgular ve Değerlendirme

Araştırmanın bulguları tablolar yardımıyla (tablo 1, 2 ve 3'te) değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demoğrafik özelliklerine yönelik bulgular

Cinsiyet	**f**	**%**	**Yaş aralıkları**	**f**	**%**
Kadın	20	49	15-24	20	49
Erkek	21	51	25-34	9	22
Toplam	41	100	35-44	3	7
Yaşadığınız yer	**f**	**%**	45-54	6	**15**
Mersin	41	100	55 ve üstü	3	**7**
Toplam	41	100	Toplam	41	100

Tablo 1'e göre katılımcıların tamamı (%100) Mersin'de ikamet etmektedir. Ayrıca katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığı zamn erkekler (%49) ve kadınların (%51) oranları yaklaşık olarak birbirlerine yakındır. Tablo 1'e göre katılımcıların büyük çoğunluğu 15-24 yaş aralığında (%49), %22'si 25-34 yaş aralığındadır. Ayrıca katılımcıların %15'i, 45-54 yaş aralığında, sadece 3 kişi (%7) ise 55 yaş ve üzerindedir.

Tablo 2. Katılımcıların fast food ürünler ve sağlık ilişkisine yönelik algılarına ait bulgular

Fast food ürünlerin sağlığa zararlı olduğunu düşünüyor musunuz?	**f**	**%**
Evet	36	87,8
Hayır	5	12,2
Toplam	41	100
Fast food yemek üretimi yapılan yerlerde genel olarak hijyen kurallarına uyulduğunu düşünüyor musunuz?	**f**	**%**
Hayır	26	63,4
Fikrim yok	8	19,5
Evet	7	17,1
Toplam	41	100
Fast food ürünlerin bağımlılık yaptığını düşünüyor musunuz?	**f**	**%**
Evet	34	82,9
Hayır	7	17,1
Toplam	41	100

Tablo 2'ye göre katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,8), fast food ürünlerin sağlığa zararlı olduğunu düşündüklerini belirtmiştir. Katılımcıların bazıları bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "evet, bende kolesterol yapıyor" (K14), "evet, sağlığa zararlı olduğunu düşünüyorum" (K10), "evet, sağlığa zararlı ama seviyorum" (K13), "evet, çok" (K23), "evet zararlı, düşünmüyor biliyoruz" (K39), "hayır, düşünmüyorum" (K33), "evet, katkı maddesi kullanıldığını düşünüyorum" (K22), "hayır, sağlığa zararlı olmadığını biliyorum" (K11).

Tablo 2'ye göre katılımcıların büyük çoğunluğu, genel olarak fast food yemek üretimi yapılan yerlerde hijyen kurallarına uyulmadığını (%63,4) düşündüklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bazıları bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "hayır, bence uyulmuyor" (K8), "hayır, bence hijyen kurallarına uyulmuyor" (K32), "hayır, her zaman hijyenik değiller" (K17), "fikrim yok, kurallara uyanı da var uymayanı da" (K2), "bir fikrim yok, bilmiyorum" (K7), "evet, genellikle ismi olan yerlere gidiyorum ve hijyen kurallarına uyulduğunu düşünüyorum" (K33).

Tablo 2'ye göre katılımcıların büyük çoğunluğu fast food ürünlerin bağımlılık yaptığını (%82,9) düşündüklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "evet, bağımlılık yaptığını düşünüyorum" (K17), "evet, bağımlılık yaptı ve devam ediyor" (K28), "evet yapar ama yemek daha güzel" (K29), "hayır, istediğim an bırakırım" (K29), "fikrim yok, bende olmuyor, başkalarını da bilemiyorum" (K25).

Tablo 3. Katılımcıların fast food ürün tercihlerine yönelik bulgular

Genellikle tercih ettiğiniz fast food yiyecekler nelerdir?	**f**	**%**	**Fast food yemeklerin yanında genellikle hangi içecekleri tercih ediyorsunuz?**	**f**	**%**
Hamburger	10	**24,4**	Kola	26	63,4
Döner	7	**17,1**	Ayran	11	26,8
Hamburger, pizza	6	**14,6**	Meyve suyu	3	7,3
Pizza	4	**9,8**	Soğuk çay	1	2,4
Tost	4	9,7	Toplam	41	100
Döner-pizza	2	**4,9**	**Fast food yemekleri genellikle ne sıklıkla tercih ediyorsunuz**	**f**	**%**
Tantuni	2	4,9	Haftada bir defa	10	**24,4**
Adana kebap	2	4,9	Her gün	8	**19,5**
Hamburger-döner	1	**2,4**	Çok nadir	8	19,5
Döner-lahmacun	1	2,4	Ayda bir defa	7	17,1
Döner-çiğ köfte	1	2,4	Haftada bir veya iki defa	5	**12,2**
Simit	1	2,4	Ayda iki veya üç defa	3	7,3
Her şey olabilir	1	2,4	Toplam	41	100
Toplam	41	**100**	**Fast food yiyecekleri genellikle tercih etme sebepleriniz nelerdir?**	**f**	**%**
Fast food yemekleri genellikle hangi öğünlerde yemeyi tercih edersiniz?	**f**	**%**	Lezzetli olması	17	**41,5**
Öğlen	17	41,5	Hızlı olması	7	**17,1**
Akşam	11	26,8	Pratik olması	6	**14,6**
Öğlen-akşam	9	21,9	Ailem istediği için	4	9,8
Her öğün	3	7,3	Lezzetli-pratik olması	3	**7,3**
Sabah	1	2,4	Değişiklik olsun diye	3	7,3
Toplam	41	100	Doyurucu olması	1	2,4
			Toplam	41	100

Tablo 3'e göre fast food tarzı yiyeceklerden katılımcılar tarafından en çok "hamburger" (%24,4), "döner" (%17,1) ve"pizza" (%9,8) tercih edilmektedir. "Hamburger-pizza" (%4,6), "döner-pizza" (%4,9) tercihleri ile "hamburger-döner" (%2,4) tercihleri de eklendiğinde her üç ürünü de tercih edenlerin sayısı katılımcıların %73,7'sini oluşturmaktadır. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "hamburger-pizza tercih ederim" (K22), "hamburger" (K25), "genellikle döner ve lahmacun" (K29), "her şey olabilir" (K11), "hamburger ve döner" (K33), "döner-pizza" (K12).

Tablo 3'e göre katılımcılardan 14 kişi büyük çoğunluğu fast food yemekleri "öğle yemeği"nde (%41,5) yemeyi tercih ederken, katılımcıların %26,8'i "akşam yemeği"nde, %21,9'u ise "öğle-akşam" öğünlerinde tercih etmektedir. Katılımcılardan sadece 1 kişi (%2,4) "sabah kahvaltısı"nda fast food yemekleri tercih etmektedir. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "öğlen vakti tercih ederim" (K14), "öğlen yemeği (K33), "genellikle akşam öğününde" (K28), "öğlen ve akşam yemeklerinde" (K20), "her zaman öğlen öğününde tercih ediyorum" (K32), "genellikle akşam çocuklarımla" (K8), "akşamları, işten çıktığımız için" (K26), "akşam öğününde" (K39), "sabah tüketiyorum" (K3).

Tablo 3'e göre katılımcıların büyük çoğunluğu fast food yemeklerin yanında genellikle "kola" (63,4) içmeyi tercih etmektedir. "Ayran tercih edenlerin oranı ise % 26,8'dir. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "kola tercih ederim" (K26), "kola" (K10), "meyve suyu" (K13), "ayran" (K22), "soğuk çay" (K17).

Tablo 3'e göre katılımcıların büyük çoğunluğu "haftada bir defa" (%24,4) fast food yemekleri tercih ederken, katılımcıların %19,5'i "her gün", %12,2'si ise "haftada bir veya iki defa" tercih etmektedir. Kısaca, haftada bir veya daha fazla fast food yemek yemeyi tercih edenlerin oranı %56,1'dir. Katılımcıların %19,5'i fast food tarzı yemekleri

"çok nadir" tüketmektedir. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "haftada en az bir veya iki kez" (K28), "nadiren tercih ediyorum" (K14), "her gün tercih ediyorum" (K32), "ayda iki kere" (K31), "her gün" (K11), "ayda bir tüketiyorum" (K22).

Tablo 3'e göre katılımcıların büyük çoğunluğu fast food yiyecekleri "lezzetli" olduğu için (%41,5) tercih ederken, katılımcıların %17,1'i "hızlı" olduğu, %14,6'sı "pratik" olduğu, %7,3 'ü ise "lezzetli ve pratik" olduğu için tercih etmektedirler. "Doyurucu olduğu için" fast food yemekleri tercih edenlerin oranı ise sadece (%2,4)'tür. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir; çünkü yemesi daha pratik oluyor" (K29), "lezzetli olduğu için" (K15), "lezzetli olması" (K36), "lezzetli" (K5), "pratik olmasından dolayı" (K24), "pratik ve lezzetli olduğu için " (K17), "hızlı olduğu için" (K37), "ailemi yemeğe götürdüğüm için" (K25), "değişiklik olsun diye" (K12), "doyurucu olması" (K2).

Tablo 4. Katılımcıların fast food ürünlerin hayatı kolaylaştırmasına yönelik algılarına ait bulgular

Fast food ürünler hayatı kolaylaştırır mı?	**f**	**%**
Evet	32	78
Hayır	7	17,1
Biraz	2	4,9
Toplam	41	100

Tablo 4'e göre katılımcıladan 32 kişi (%78) fast food ürünlerin hayatı kolaylaştırdığını belirtirken, 7 kişi (%17,1) hayatı kolaylaştırdığını düşünmemektedir. 2 kişi hayatı biraz kolaylaştırdığını düşünmektedir. Katılımcıların bazıları konuyla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir; "evet, evde olduğum zaman yemek yapamayacağım zamanlarda kolaylaştırır" (K28), "evet, %100 kolaylaştırır, her an her yerde bulunabilir" (K29), "evet, hayatı kolaylaştırıyor" (K10), "evet, pratik oluyor" (K31), "evet, tabiî ki kolaylaştıryor" (K30), "evet, çalışanlar için kolaylaştırdığını düşünüyorum" (K9), "evet, öğlen acıktığımda yiyebiliyorum" (K33), "evet, evden uzakta olduğumuz için kolay oluyor" (K20), "evet, kesinlikle" (K8), "evet, bana göre" (K26), "hayır kolaylaştırmıyor" (K39), "biraz" (K6), "hayır, kolaylaştırmıyor, aksine çok para gidiyor" (K1), "hayır, fazla kolaylaştırmaz gibi" (K4), "biraz kolaylaştıryor" (K17).

Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışmada katılımcıların büyük çoğunluğunun gençlerden oluştuğu (15-24 yaş aralığında, %49 oranında) ve ürünlerin çoğunlukla öğle yemeklerinde (%41,5) tercih edildiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Daha önce yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılması veya çalışmaların gençler üzerine yapılması (Driskell, Meckna & Scales, 2006, s. 524; Davis & Carpenter, 2009, s. 505; Akçadağ & Bozkurt, 2019, s. 455-456) nedeniyle fast food ürünler genellikle gençler tarafından öğle yemeklerinde tüketilmektedir denilebilir.

Fast food ürünler sağlık üzerinde birçok olumsuz etkilere sahiptir (Jahan vd., 2019, s. 22-27). Yapılan çalışmada da katılımcıların büyük çoğunluğunun fast food ürünlerinin sağlığa zararlı olduğu (%87,8), fast food üretim yapılan yerlerde hijyen (sağılığa uygunluk) kurallarına uyulmadığı (%63,4) ve fast food ürünlerin bağımlılık yaptığı (%82,9) yani fast food ürünlerin sağlık üzerinde olumsuz etkileri olduğu algılarına sahip oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Sayılı & Gözener (2013, s. 1)'in çalışmalarında fast food tüketmeyenlerin bu ürünlerin sağlıklı olmadıklarını düşündükleri için bu ürünleri tüketmedikleri, Ariffin, Mohsin & Ng, (2021, s. 39) tarafından yapılan çalışmada sağlık kaygılarının fast food ürünleri satın alma niyeti üzerinde olumsuz etkileri olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Yapılan çalışmada ise tüketicilerin fast food ürünlerin sağlık üzerinde olumsuz etkileri olduğunu bildikleri halde bu ürünleri

tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum Dalgın & Kızgın, (2012, s. 42-45)'ın fast food ürünlerin, "hijyen şartlarına ve gıda güvenliği standartlarına uygun olması, ürünlerin tercih edilmesinde çok az etkilidir" sonucu ile paralellik göstermektedir. Yapılan çalışmada bu durumun, katılımcılarda fast food ürünlerin lezzetli, hızlı ve patrik olmasının yanında fast food ürünlerinin hayatı kolaylaştırdığı algısının da yüksek olmasından (%78) kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yapılan araştırmada Mersin'de ikamet eden (%100) ve alışveriş merkezinde bulunan yabancı fast food tarzı işletmelerden hizmet alan tüketicilerin en çok hamburger (%24,4), döner (%17,1) ve pizza'yı (%9,8) tercih ettikleri ve yemeklerin yanında da çoğunlukla kola (%63,4) ve ayran tercih ettikleri sonuclarına da ulaşılmıştır. Katılımcıların, yabancı kaynaklı yiyecek-içecek ürünlerini tercih etmelerine rağmen yerli yiyecek-içecek ürünlerini de (döner, ayran) tercih ettikleri sonucuna da ulaşılmıştır. Unur & Gök (2012) Mersin merkezde faaliyet gösteren yöresel, ulusal ve uluslararası farklı zincir fast food işletmelerinde yaptıkları araştırmalarında en çok "tantuni" tüketildiği sonuçlarına ulaşmışlardır. Yapılan çalışmada Mersin'de meşhur olan ve Mersin'e özgü bir yiyecek olan tantuni yine Türk usulü olan "döner"den daha az tercih edilmektedir.

Yapılan çalışmada literatüre bakıldığında fast food yiyecek içecek ürünlerine yönelik tüketici algılarında farklılıklar yer aldığı, fast food ürünlerin tercih edilmesinde; hızlı, lezzetli, ucuz, taze, pratik, kolay erişilebilir, doyurucu, damak tadına uygunluk, zaman unsuru, fiyat, hizmet kalitesi, sosyalleşme, ambiyans ve marka unsurları vb. unsurların etkili olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmada ise katılımcıların büyük çoğunluğu; "fast food yiyecekleri genellikle tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna; lezzetli olması (%41,5), hızlı olması (%17,1), pratik olması (%14,6), lezzetli ve pratik olması (%7,3) cevaplarını vermişlerdir. Tüketici tercihlerinin neler olduğunun kesin bir biçimde tespit edilememesinin nedeninin, tercihlerin değişken bir yapıya sahip olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Günümüzde insanların çoğu, kentleşme ve iş hayatının yoğunluğu nedeniyle yemek pişirmek için gerekli zamana sahip olmamalarından dolayı fast food ürünlerin hayatlarını kolaylaştırdığını düşünmekte ve ürünleri tüketmektedirler. İnsanlar, fast food ürünlerin zararlı ürünler olduklarını bilmelerine rağmen dünya genelinde bu restoranların popülaritesi gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle de genç nüfusun fast food ürünleri tüketmesi sağlıksız nesillerin olmasına neden olacağı için üzerinde durulması gereken en önemli konulardan birisi halini almaktadır. Bu nedenle aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Fast food ürünlerin topluma verdiği zararların en aza indirilmesi için öncelikle çocuklardan başlayarak toplumun tüm kesimlerinin sağlıklı beslenme konusunda bilgilendirilmesi sağlanmalıdır.
- Üniversite öğrencileri arasında sağlıklı beslenme alışkanlıkları ve yaşam tarzlarını teşvik etmek için farkındalığın artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Sağlıkla ilgili yetkililer tarafından fast food ürünlerde kullanılan ürünlerdeki zararlı ürün miktarları sıklıkla denetlenmelidir.
- Yapay tatlandırıcılar gibi birçok zararlı maddenin fast food ürünlerde kullanımı kısıtlandırılmalıdır.
- Fast food reklamlarına yasa koyucular tarafından kısıtlamalar getirilmelidir.

• Politika yapıcılar tarafından insanların daha sağlıklı ürünler tüketmeleri için günümüzde çok fazla kullanılmaya başlanılan sosyal medya araçları yardımıyla bilgilendirilmelidir.

• Fast food üreticileri daha sağlıklı ürünler üretip satmaları konusunda yönlendirilmelidir.

• Besin değerleri yüksek ve çabuk hazırlanabilen geleneksel yöresel yemeklerin de menülerde yer alması sağlanmalıdır.

• Restoranlar ve marketlerde çocuklara yönelik sağlıklı menü çeşitleri oluşturulmalı, mevcut menüler bu doğrultuda değiştirilmelidir.

• Mevcut fast food ürünlerin içerikleri hakkında tüketicilere menü panolarında bilgi verilmelidir.

• Fast food'a karşı slow food özendirilmelidir.

• Pandemi döneminde sağlık unsurları, özellikle de hijyen ve servis hızı daha çok ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle işletmeler daha sağlıklı fast food ürünlerine menülerinde yer vermeli, ürünlerinin besin öğeleri ve içeriklerini daha ayrıntılı bir biçimde belirten menüler oluşturmalıdır.

Araştırmanın ileride yapılacak bilimsel çalışmalara, işletmecilere ve yöneticilere yol gösterici olacağı düşünülmektedir. İlerleyen dönemlerde konuyla ilgili çalışmaların farklı yerlerde, farklı yemekler üzerine yapılması önerilebilir. Fast food yiyeceklerin tercih nedenleri, farklı değişkenlerle de karşılaştırılabilir. Son olarak Mersin şehir merkezinde farklı fast food işletmelerinde yapılan araştırmalarda Mersin'e özdeşleşmiş "tantuni" en çok tüketilen ürün olmasına rağmen bir alışveriş merkezinde bulunan yabancı fast food ürünleri tüketen tüketicilerin niçin tercih etmedikleri de araştırılabilir.

Beyan

Verilerin toplanabilmesi için gerekli olan "etik kurul izin belgesi" Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Etik Kurulu 01.02.2022 tarih ve 224038 sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

Akbay, C., Tiryaki, G. Y., & Gül, A. (2006). Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control* 18 (2007) 904–913.

Akçadağ, M. & Ahıskalı, Bozkurt, T. (2019). Fast-food ürünlerinin tercih edilme nedenlerinin tespiti: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Journal of Life Economics,* cilt:6, sayı:4, 449-462.

Al-Ghamdi, S., Shubair, M. M., Aldiab, A., Al-Zahrani, M. J., Aldossari, K. K., Househ, M., Nooruddin, S., AbdulRazzak, H., & El-Metwally, A. (2018). Prevalence of overweight and obesity based on the body mass index; a crosssectional study in Alkharj, Saudi Arabia. *Lipids in Health and Disease 17:*134. 1-8. https://lipidworld.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12944-018-0778-5 [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Al-Otaibi, H. H., & Basuny, A. M. (2015). Fast food consumption associated with obesity/overweight risk among university female student in Saudi Arabia. *Pakistan Journal of Nutrition 14 (8), 511-516.*

Al-Saad, E. (2016). Causes and Effects of Fast Food. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 5(4), 279-280. https://www.ijstr.org/final-print/apr2016/Causes-And-Effects-Of-Fast-Food.pdf [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Apaydın, Z., & Kandemir, M. A. (2018). Opinions of classroom teachers about the use of argumentation method in science classroom in primary school. *Journal of Computer and Education Research, 6 (11), 106-122.*

Ariffin, S. K., Ng, F. & Mohsin, A., M., A. (2021). Examining the influencing factors of consumer purchase intention towards fast food with health concerns as a moderator. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, ISSN, 2345-4695, 9(2), 39-71. http://scientificia.com/index.php/JEBE/article/view/154/143 [Erişim Tarihi: 01.02.2021].

Aslantaş, H. İ., & Cinoğlu, M. (2010). Comparing Sound-based Sentence Method and Analysis Method in Literacy Education. *Inonu Unıversıty Journal of the Faculty of Educatıon,* 11 (1), 81-92.

Ayvacı, H. Ş., Bakırcı, H., & Yıldız, M. (2014). Fen bilimleri öğretmenlerinin hizmet içi eğitim uygulamalarına ilişkin görüşleri ve beklentileri. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 3*(2), 357-383. https://dergipark.org.tr/tr/pub/amauefd/issue/1731/21228. [Erişim Tarihi: 11.03.2022].

Bakioğlu, A., & Demirel, S. (2013). Okul yöneticilerinin belirsizlik durumlrını algılama ve karar verme tarzları. *Eğitim Bilimleri Dergisi*, sayı: 38, 9-35.

Bamahas.com.tr, (2021). Fast Food'un Avantajları ve Dezavantajları. https://bamahas.com/tr/19-advantages-and-disadvantages-of-fast-food/ [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Canpolat, E., & Çakıroğlu F., P. (2016). Üniversite öğrencilerinin fast-food tüketim alışkanlıkları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* Yıl: 4, Sayı: 26, 473-481.

Çakmak, M., & Çöp, S. (2021). Fast food restoranlarını tercih eden tüketiciler üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1474-1486.

Çelen, O., & Avcıkurt, C. (2017). Döner ve kebapçıların yiyecek-içecek hijyenine yönelik bilgi düzeyi: Ankara ilinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 303-323. https://www.jotags.org/2017/vol5_issue3_article17.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Dalgın, T., & Kızgın, Y. (2012). Factors that effect on choosıng global or local fastfood product: Sample of Mugla. *Mesleki Bilimler Dergisi,* 1(1), 38-49.

Das, C. J. (2015). Fast food consumption in children: A Review. *Medical & Clinical Reviews* ISSN 2471-299X. 1-3. https://medical-clinical-reviews.imedpub.com/fast-food-consumption-in-children-a-review.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Davis, B., & Carpenter, C. (2009). Proximity of Fast-Food Restaurants to Schools and Adolescent Obesity. *American Journal of Public Health*. 99 (3), 505-510. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2661452/ [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Doğrul, Ü., Özeltürkay, A. H., & Yaşa, E. (2020). Fast food restoranlarını ziyaret eden tüketicilerin tekrar ziyaretlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine pilot bir çalışma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4), 70-91.

Donusumkonagi.com (2021). Görüşme yönteminin temel özellikleri/Psikolojik sorunlar. http://www.donusumkonagi.com/PsikolojikSorunlar/32/arastirma-yontemleri/5807/ gorusme- yonteminin-temel-ozellikleri.html [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Driskell, J. A., Meckna, B. R., & Scales, N. E. (2006). Differences exist in the eating habits of university men and women at fast-food restaurants. *Nutrition Research 26, 524–*530 https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0271531706001928?via%3Dihub [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Dudu, E. (2020). Bizi yavaş yavaş öldüren "fast food" hakkında görmezden gelinen gerçekler: Fast food ne demek? Neden bu kadar fazla fast food tüketiyoruz? https://evrimagaci.org/bizi-yavas-yavas-olduren-fast-food-hakkinda-gormezden-gelinen-gercekler-fast-food-ne-demek-neden-bu-kadar-fazla-fast-food-tuketiyoruz-8940 [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Ergün, O. (2020). Sosyal Bilimlerde Görüşme Teknikleri. https://medium.com/@oktayergun/g%C3%B6r%C3%BC%C5%9Fme-teknikleri-881f03b1cb66 [Erişim Tarihi: 30.01.2022].

Folkvord, F., Zanden, M., & Pabian, S., (2020). Taste and health ınformation on fast food menus to encourage young adults to choose healthy food products: An experimental study. *International Journal of Environmental Research and Public Health.* 17, 7139, 1-13. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7579633/pdf/ijerph-17-07139.pdf [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Hamşıoğlu, A. B. (2013). Fast food ürünleri satın alan tüketicilerin yaşam tarzlarını belirlemeye yönelik bir uygulama. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (11), 17-34.

Hruby, A., & Hu, F. B. (2015). The epidemiology of obesity: a big picture. *Pharmaco Economics, 33(*7), 673-689. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s40273-014-0243-x.pdf [Erişim Tarihi: 01.02.2022]

İslam, S. (2020). The ımpact of fast food on our life: a study on food habits of Bangladeshi people. *Global Journal of Medical Research*: K. Interdisciplinary 20(8), https://globaljournals.org/GJMR_Volume20/5-The-Impact-of-Fast-Food-on-Our-Life.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Jahan, I., Karmakar, P., Hossain, M. M., Jahan, N., & Islam, M. Z. (2020). Fast food consumption and its ımpact on health. *Eastern Medical College Journal*, 5 (1), 28-35. https://www.researchgate.net/publication/346220090_Fast_Food_Consumption_and_its_Impact_on_Health [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Jaworowska A, Blackham T, Davies I. G., & Stevenson L. (2013). Nutritional challenges and health implications of takeaway and fast food. *Nutrition Reviews,*71(5), 310-318. doi: 10.1111/nure.12031. Epub 2013 Apr 11. PMID: 23590707. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23590707/ [Erişim Tarihi: 30.01.2022].

Jeffery, R. F., Baxter, J., McGuire, M., & Linde, J. (2006). Are fast food restaurants an environmental risk factor for obesity? *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity,* 3(2). https://ijbnpa.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/1479-5868-3-2.pdf [Erişim Tarihi: 30.01.2022]

Jiao, J., Moudan, A. V., Kim, S. Y., Hurvitz, P. M., & Drewnowski, A (2015). Health implications of adults eating at and living near fast food or quick service restaurants. *Nutrition & Diabetes,* 1-(6). https://www.nature.com/articles/nutd201518.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Mandoura, N., Al-Raddadi, R., Abdulrashid, O., Shah, H. B. U., Kassar, S. M., Hawari, A. E. A., & Jahhaf, J. M. (2017). Factors associated with consuming junk food among Saudi adults in Jeddah City. *Cureus* 9(12): *e2008*. DOI 10.7759/cureus.2008. 1-11. https://pdfs.semanticscholar.org/45bb/df03be423ac6b3c5cfa482cf27b6a382d772.pdf?_ga=2.113560199.1648948684.1638036850-964435170.1569196919. [Erişim Tarihi: 30.01.2022]

Mohuiddin, K. A. (2020). Fast food addiction: A major public health ıssue. *A Review. Arch Biomed Engineering & Biotechnol.* 3(4), DOI: 10.33552/ABEB.2020.03.000569. 1-8. https://irispublishers.com/abeb/pdf/ABEB.MS.ID.000569.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Öyekçin, D. G., & Deveci, A. (2012). Yeme bağımlılığının etyolojisi, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar,4* (2), 138-173.

Özyürek, A. & Çavuş, S. Z. (2016). İlkokul öğretmenlerinin oyunu öğretim yöntemi olarak kullanma durumlarının incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 24 (5),* 2157- 2166.

Paeratakul, S., Ferdinant, D. P., Champagne, C. M., Ryan, D. H., & Bray, G., A. (2003). Fast-food consumption among US adults and children: Dietary and nutrient intake profile. *Journal of The Amerıcan Dıetetıc Assocıatıon*, 103 (10), 1332-1338.

Pierce, J., Blakely, T., Witten, K., & Bartie, P. (2007). Neighborhood deprivation and access to fastfood retailing a national study. *American Journal of Preventive Medicine*, 32(5), 375-382. https://www.otago.ac.nz/wellington/otago020172.pdf [Erişim Tarihi: 01.02.2022]

Sa, A., Wabbi, J. B., & Sserunkuuma, D. (2012). Determinants of fast food consumption in Kampala, Uganda. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development*, 12(5), 6568-6581. https://www.ajol.info/index.php/ajfand/article/view/80486.

Sayılı, M., & Gözener, B. (2013). Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencilerinin fast-food tüketim alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 4(2), 1-18. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/253954. [Erişim Tarihi: 02.02.2022].

Sormaz, Ü., Sürücüoğlu, M. S., & Akan, L. S. (2007). Beslenme kültüründeki eğilim: Fast food yemek tercihleri. *38th International Congress of Asian and North African Studies*, Ankara, Türkiye, 10-15 Eylül 2007, cilt.3, 1211-1231.

Tayfun, A., & Tokmak, C. (2007). Tüketicilerin Türk usulü fast food işletmelerini tercih etme sebepleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* www.esosder.org ISSN:1304-0278 C.6, 169-183.

Triangleinnovationhub.com (2021). Görüşme Yöntemi: Avantajlar ve Sınırlamalar. https://tr.triangleinnovationhub.com/interview-method [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Turley, J. (2009). Using fast food nutrition facts to make healthier menu selections. *American Journal of Health Education*, 40(6), 355-363. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ871134.pdf [Erişim Tarihi: 02.02.2022]

Unur, K., & Gök, D. K. (2012). Tüketicilerin tez yemek tüketme nedenleri: Mersin şehir merkezinde faaliyet gösteren yerel, ulusal, uluslararası zincir tez yemek işletme müşterileri örneği, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 15(27),357-387.

Uzun, E. M., & Bütün, E. (2016). Okul öncesi eğitim kurumlarındaki Suriyeli sığınmacı çocukların karşılaştıkları sorunlar hakkında öğretmen görüşleri. *Uluslararası Erken Çocukluk Eğitimi Çalışmaları Dergisi,* 1(1), 72-83.

Wani, P. H., & Sarode, N. (2018). Impact of fast food consumptıon on health ınternational *Journal on Recent Trends in Business and Tourism*, 2(3), 79-83. https://ejournal.lucp.net/index.php/ijrtbt/article/view/203/165 [Erişim Tarihi: 01.02.2022]

A Research On The Effect Of Fast Food Products On Health And The Reasons For Preference

Kürşad SAYIN

Selçuk University, Silifke-Taşucu Vocational School, Mersin/Turkey

Extensive Summary

Food is one of the most important needs for the continuity of human life. People eat to feed their bodies (provide calories or energy) and nourish (provide nutrients) (Turley, 2009, p. 355). Eating habits vary from society to society. Globalization and rapid urbanization greatly affect eating habits, and eating habits have changed throughout historical periods due to the changing cultural norms of societies, socio-economic conditions, characteristics of existing products, rapid increase in work tempo, time pressure, rising income and different characteristics of new products produced. As a result of this change, foods called fast food, which people aim to consume quickly on-site or outside, have become very popular around the word in recent years, and these foods force many people to eat high-calorie fast food and consume fast food meals (Jahan et al., 2020, p. 28). Fast food (fast food) ease of production, taste, etc. Although it is famous for many reasons, these products have many long-term harmful effects and when consumed regularly, they are addictive and affect human health negatively (Jeffery et al., 2006). In fast food establishments, meals are usually fried in oil and different sauces are added for flavor. For this reason, another factor affecting human health in businesses is the environment and especially food hygiene. If the managers and employees of fast food businesses do not have knowledge about hygiene, diseases caused by the structure of the food eaten can be added to diseases caused by lack of hygiene (Çelen & Avcıkurt, 2017, p. 304-306).

Although fast food-style meals are harmful to health, worldwide interest is increasing day by day. For this reason, it is important to determine consumer perceptions and reasons for preference for fast food-style meals in terms of health. The research was conducted by interviewing consumers who receive food and beverage services from businesses selling fast food products of foreign origin (Mc Donalds, Burger King, etc.) located in a large shopping center in Mersin. Three of the interview questions were prepared for determining demographic characteristics, three for health perceptions, and six for preferences. Although consumers generally prefer foreign fast food dishes (hamburger, pizza), it has been concluded that they also prefer local fast food (doner kebab, etc.). In addition, although the participants have the perception that food-style foods are harmful to health and the production areas are not hygienic, it has been concluded that they do not give up on eating mostly because they perceive the products as delicious, fast and practical.

The main purpose of the research is to determine the health and hygiene perceptions of fast food and the factors affecting the preferences of consumers who visit a shopping center in Mersin city center and receive service from international (external) fast food businesses. Although fast food-style foods are harmful to health, the increase in consumption in recent years makes it necessary to investigate the reasons for preference. This is why the research was conducted, and the fact that not many studies have been done on the subject makes the research important. Interview questions include researching fast food consumers' perceptions of the health effects of fast products and the factors affecting their preferences.

The population of the research consists of international (externally sourced) fast food consumers. The sample is the consumers of internationally sourced fast food products in a very large shopping center in Mersin. The interview

method can be made to give an excellent sample of the general population, as it is practically accessible to everyone in crowded environments. In the interview method, the fact that the research does not only cover literate people is taken into account (Interview method, 2021). According to Patton, "the purpose of the interview method is to enter an individual's inner world and understand his perspective. Through the interview method, unobservable situations such as attitudes, experiences, intentions, thoughts, comments, mental perceptions and reactions are tried to be understood (donusumkonagi.com). For this reason, "semi-structured interview technique", which is one of the qualitative research types that includes data collection through communication, used to collect information about the attitudes and behaviors of individuals on different issues (Ergün, 2020).

In the study, the majority of the participants were young (49% in the 15-24 age range), 22% were in the 25-34 age range, 15% of the participants were in the 45-54 age range, 7% were 55 years old and over) and products are generally preferred at lunch. Obtaining similar results in previous studies or conducting studies on young people (Driskell et al., 2006, p. 524; Davis & Carpenter, 2009, p. 505; Akçadağ & Bozkurt ,2019, p. 455-456), it can be said that fast food products are generally consumed by young people at lunch.

Fast food products have many negative effects on health (Jahan et al., 2019, p. 22-27). In the study, it was stated that the majority of the participants stated that fast food products are harmful to health (87.8%), hygiene (health compliance) rules are not followed in places where fast food is produced (63.4%) and fast food products are addictive (82.9%). It has been concluded that fast food products have negative effects on health. In the studies of Sayılı & Gözener (2013, p. 1), those who do not consume fast food have a thought that these products are not healthy, Ariffin et al. (2021, p. 39). This situation is in parallel with the conclusion of Dalgın & Kızgın (2012, p. 42-45) that fast food products comply with hygiene conditions and food safety standards and have little effect on the choice of products. In the study, it is thought that this situation is due to the fact that fast food products are delicious, fast and patriarch, as well as the high perception of fast food products that make life easier (78%).

In the research, consumers residing in Mersin (100%) and receiving service from foreign fast food-style businesses in the shopping center mostly prefer hamburger (24.4%), doner kebab (17.1%) and pizza (9.8%). It is also concluded that they mostly prefer cola (63.4%) and ayran alongside meals. It was concluded that although the participants preferred foreign food and beverage products, they also preferred domestic food and beverage products (doner, ayran). Unur & Gök (2012) reached the conclusion that "tantuni" is consumed the most in the research they conducted in different local, international and national chain fast food businesses operating in the center of Mersin. In the study, tantuni, which is famous in Mersin and is a food specific to Mersin, is preferred only by 4.9% of the participants.

When we look at the literature in the study, there are differences in consumer perceptions towards fast food food and beverage products, in the preference of fast food products; It is seen that fast, delicious, cheap, fresh, practical, easily accessible, satisfying, palatable, time factor, price, service quality, socialization, ambiance and brand factors are effective. In the study, the majority of the participants; "What are the reasons why you usually prefer fast food?" to the question; They answered that it is delicious (41.5%), fast (17.1%), practical (14.6%), tasty and practical (7.3%). It is thought that the reason why the consumer preferences cannot be determined precisely is due to the fact that the preferences have a variable structure.

Today, most of the people consume fast food because they do not have the necessary time to cook due to urbanization and the intensity of business life, they have the perception that fast food restaurants make their lives easier, and although they know that they are harmful products, the popularity of these restaurants is increasing around the world. In particular, the consumption of fast food products by the young population becomes one of the most important issues to be emphasized, as it will cause unhealthy generations. Therefore, the following recommendations are offered:

• In order to minimize the harm caused by fast food products to the society, first of all, all segments of the society, starting with children, should be informed about healthy nutrition.

• Studies should be carried out to increase awareness among university students in order to encourage healthy eating habits and lifestyles.

• The amount of harmful products in the products used in fast food products should be inspected frequently by the health authorities.

• The use of many harmful substances such as artificial sweeteners in fast food products should be restricted.

• Restrictions should be placed on fast food advertisements by legislators.

• In order for people to consume healthier products by policy makers, they should be informed with the help of social media tools that are being used a lot today.

• Fast food manufacturers should be guided to produce and sell healthier products.

• It should be ensured that traditional local dishes with high nutritional values and which can be prepared quickly should be included in the menus.

• Healthy menu types for children should be created in restaurants and markets, and existing menus should be changed accordingly.

• Consumers should be informed about the contents of current fast food products on menu boards.

• Slow food should be encouraged against fast food.

• During the pandemic period, health factors, especially hygiene and service speed, come to the fore. For this reason, businesses should include healthier fast food products in their menus and create menus that specify the nutritional elements and ingredients of their products in more detail.

It is thought that the research will guide future scientific studies, operators and managers. A larger sample size may be recommended for researchers who will work on the subject in the future. The reasons for choosing fast food can be compared with different variables. Finally, it can be investigated why consumers who consume foreign products in a shopping center do not prefer it, despite the fact that "tantuni", which is identified with Mersin, is the most consumed product in the researches carried out in many different outsourced and domestic fast food businesses in Mersin city center.