

YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE YAĞ KULLANIMI: ARTVIN, ARHAVİ ÖRNEĞİ

*OIL USAGE FOOD and BEVERAGE ESTABLISHMENT:
ARTVIN, ARHAVI SAMPLE*



Öğr. Gör. YENER OĞAN

Artvin Çoruh Üniversitesi

oganyener@artvin.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1523-8498

Doç. Dr. SAİME KÜÇÜKKÖMÜRLER

Hacı Bayram Veli Üniversitesi

saimek@gazi.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7893-7472

ABSTRACT

In recent years, there are many functions and uses of oil an important part of our daily diet in the preparation of meals. There is not much research in the field about the uses of oils in food and beverage establishment. For this reason, it is aimed to examine the factors affecting the use of oil and the use of oil in food and beverage establishment. The sample of the research includes 60 food and beverage establishment, registered in Arhavi Chamber of Artisans in Arhavi county of Artvin province. The study data was obtained by Oil Usage Scale Survey. When the demographic information of food and beverage establishment is examined in the survey form; A large part of them is cafes and restaurants, their period of activity is between 0-10 years, they buy oils in the market and give weight to the quality of oil, the most commonly used oils are sunflower oil and butter, the most important feature that affects the choice of oil is the addition of flavor to the meal. Opinions about the oils in the food and beverage establishment were determined with the Likert type questions in the survey form. According to the results; the oils are kept in room temperature and the solid oils are kept in the refrigerator, the price of sunflower oil is economical compared to other oils, the main reason for preference of margarine is its price being economical according to the butter and margarine is frequently used in pastry products (pastry, pie, donut etc.). Staff employed in suchlike establishment may be trained about the raw materials and their properties.

Keywords: Oil Usage, Food and Beverage Establishment, Edible Oil.

ÖZ

Son yıllarda özellikle günlük diyetimizde önemli bir yer tutan yağların yemeklerin hazırlanmasında birçok işlevi ve kullanımı bulunmaktadır. Yağların yiyecek içecek işletmelerinde kullanımı konusunda alanyazında çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı ve yağ kullanımını etkileyen etmenlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, Artvin ilinin Arhavi ilçesinde bulunan Arhavi Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı toplam 60 yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır. Çalışmada veriler Yağ Kullanımı Ölçeği anket formu ile elde edilmiştir. Anket formunda yiyecek içecek işletmelerinin demografik bilgileri incelendiğinde; büyük bir bölümünü kafe ve lokantalar oluşturmakta, faaliyet sürelerinin 0-10 yıl arasında, yağları marketten satın aldıkları, yağların kalitesine önem verdikleri, en fazla kullandıkları yağlar ise Ayçiçek yağı ve Tereyağı, yağ tercihini etkileyen en önemli özellik yemeğe aroma katması bilgilerine ulaşılmıştır. Yiyecek içecek işletmelerinde yağlarla ilgili görüşler ise anket formunda Likert tipi sorularla saptanmaya çalışılmıştır. Sonuçlara göre; genellikle sıvı yağları oda ısısı, katı yağları ise buzdolabında muhafaza ettikleri, Ayçiçek yağının fiyatının diğer sıvı yağlara göre ekonomik, Margarin fiyatının tereyağına göre ekonomik olması başlıca tercih sebebidir ve hamur işi ürünlerinde (pasta, börek, çörek vb.) margarin sıklıkla kullanılmaktadır. Bu tip kurumlarda görev yapan personele kullandıkları ham maddeler ve özellikleri hakkında eğitimler verilebilir.

Anahtar Kelimeler: Yağ Kullanımı, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Yemeklik Yağ.

GİRİŞ

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Artvin ili doğal kaynakları ve kültürel çeşitlilikleri bakımından ülkemizin en önemli turizm destinasyonlarından birisidir. Dolayısıyla mevcut turizm kaynakları kadar turizm işletmelerinin de varlığı ve niteliği turizm hedeflerine ulaşmada katkı sağlayacaktır. Turizm işletmeleri içerisinde yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri; yapısı, teknik donatımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel, sosyal değeri ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel elemanları ile kişilerin ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik, sosyal ve disiplin altına alınmış işletmelerdir (Sökmen 2014: 2). Yiyecek ve içecek işletmeleri bir bölüm olarak konaklama işletmeleri bünyesinde faaliyet gösterebildikleri gibi ticari işletmeler olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu ticari işletmeler kendi içerisinde restoran, lokanta, kafeler, pastaneler, hazır yiyecek restoranları gibi birçok sınıfa ayrılmaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinin türü ne olursa olsun ana amaç bir yemeğin üretimi için ürünlerin satın alınması, depolanması, hazırlanması ve konuğa sunulması sürecidir. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan en temel malzemelerden biri de yağlardır. Yağlar, oda sıcaklığında yüksek viskoziteye sahip, yüksek miktarda karbon ve hidrojen içeren, suyla karışmayan ancak diğer yağlarla kolayca karışabilen maddelerdir. Yağların üretiminde hammadde olarak kullanılan yağ içeren materyaller bitkisel ya da hayvansal kaynaklı olabilmektedir. Soya, pamuk çekirdeği, ayçiçek çekirdeği, mısır tohumu, yerfıstığı, zeytin, pirinç kepeği, kolza tohumu, kanola, hindistan cevizi, palm meyvesi gibi bitkiler yenilebilir yağ üretmek için kullanılan bitkilerdendir. Hayvansal ürünler tereyağı, domuz yağı, iç yağı, balina yağı ve balık yağıdır. Farklı damak tatlarına göre rafine edilen yağlar, ham maddeden son ürün elde edilene kadar birçok prosese tabi tutulmaktadır (Durlu-Özkaya ve diğerleri, 2015). Yağlar, insan beslenmesinde karbonhidrat ve proteinlerle birlikte diyetle alınması zorunlu olan besin öğelerindendir (Demirci, 2005). Dolayısıyla temel besin maddelerinden olan ve insan beslenmesinde önemli bir yere sahip olan yağlar insan organizması için gerekli olan ve insanların yaşamsal faaliyetlerinin sürdürülebilmesinde beslenme zinciri içerisinde mutlaka yer alması gereken ana besin maddelerindendir. Ayrıca yağlar insan vücudundaki hücre, doku ve organların yapılarında yer aldıklarından, yaşamın sürdürülebilmesi ve vücudun değişik işlevlerini sağlıklı bir şekilde yerine getirebilmesi için, mutlaka alınması gereken besin öğeleridir.

Türk Gıda Kodeksi Tebliğler (Resmi Gazete, 2017) "**yağlar**" ile ilgili tanımlar incelendiğinde;

Ay ı ek yağı: Ay ı ek bitkisinin (*Helianthus annuus* L.) tohumlarından elde edilen yağı, (Resmi Gazete 1, 2017)

Zeytinyağı: Sadece zeytin ağacı, *Olea europaea* L. meyvelerinden elde edilen yağlardır. Üzücü kullanarak ekstrakte edilen veya reesterifikasyon işlemi ile doğal trigliserid yapısı değiştirilmiş yağlar ve diğer yağlarla karışımı bu tanımın dışındadır.

Natürel zeytinyağı: Zeytin ağacı meyvesinden doğal niteliklerinde değişikliğe neden olmayacak bir ısıl ortamda, sadece yıkama, dekantasyon, santrifüj ve filtrasyon işlemleri gibi mekanik veya fiziksel işlemler uygulanarak elde edilen; kendi kategorisindeki ürünlerin fiziksel, kimyasal ve duyuasal özelliklerini taşıyan yağları ifade eder.

Yiyecek içecek
işletmelerinde Yağ
Kullanımı: Artvin,
Arhavi  rneği

Rafine zeytinyağı: Ham zeytinyağının doğal trigliserid yapısında değişikliğe yol a mayan metotlarla rafine edilmeleri sonucu elde edilen ve serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden her 100 gramda 0,3 gramdan fazla olmayan yağdır.

• 604

Riviera zeytinyağı: Rafine zeytinyağı ile doğrudan tüketime uygun natürel zeytinyağları karışımından oluşan ve serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden her 100 gramda 1,0 gramdan fazla olmayan yağdır.

 eşnili zeytinyağı: Zeytinyağlarına değişik baharat, bitki, meyve ve sebzelerin ilave edilmesi ile elde edilen ve diğer özellikleri açısından bu Tebliğ kapsamında kendi kategorisindeki ürünlerin özelliklerini taşıyan yağdır (Resmi Gazete 2, 2017).

Tereyağı: Ağırlıkça en az %80, en fazla %90 oranında süt yağı, en fazla %2 oranında yağsız süt kuru maddesi ve en fazla %16 oranında su içeriğine sahip ürünü,

3/4 yağlı tereyağı: Ağırlıkça en az %60, en fazla %62 oranında süt yağı içeriğine sahip ürünü,

Yarım yağlı tereyağı: Ağırlıkça en az %39, en fazla % 41 oranında süt yağı içeriğine sahip ürünü,

Yayık tereyağı :  retiminde hammadde olarak yoğurt kullanılmasıyla elde edilen tereyağını,

Çeşnili tereyağı: Tereyağına çeşitli baharat, meyve ve sebzeler, bal ve/veya diğer gıda maddeleri katılarak çeşnilendirilmesi ile elde edilen, tat ve koku dışındaki diğer özellikleri tereyağı için verilen özellikleri taşıyan ve son üründe süt yağı oranı ağırlıkça en az %75 olan ürünü,

Margarin: İnsan tüketimine uygun bitkisel ve/veya hayvansal yağlar ve/veya süt yağından elde edilen temel olarak yağ içinde su emülsiyonu tipinde, süt ve/veya süt ürünleri içerebilen şekillendirilebilir ürün grubunu ifade etmektedir (Resmi Gazete 3, 2017).

Katı ve sıvı yağlar insan ve hayvan diyetlerinde temel bileşen olarak yer alan bileşiklerdir. Yağlar, gıda maddelerini oluşturan çeşitli grup bileşikler içerisinde enerji bakımından en yoğunlaştırılmış kaynağı teşkil ederler. Esansiyel niteliğe sahip çeşitli yağ asitlerini içerirler. Yağlar yemeklerden sonra tokluk hissine katkıda bulunurlar. Gıdaların daha lezzetli olmasına hizmet ederler. Ayrıca yağlar, yağda çözünen vitaminler için de taşıyıcı fonksiyona sahiptirler (Nas ve ark. 2001).

Çok sayıda bilimsel araştırma sonuçlarının değerlendirilmesiyle hazırlanan Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) ve Dünya Sağlık Teşkilatı (WHO) ortak uzman grubunun raporunda, insan beslenmesinde yağların kullanımına dair önemli tavsiye ve öneriler yer almaktadır. Diyetle alınan kalorilerin %15-30'unun yağlardan sağlanması belirtilen bu rapordan tüketilen yağ miktarının önemli bir bölümünü bitkisel sıvı yağların oluşturması gerekliliği anlaşılmaktadır (Taşan ve Geçgel 2007). Sağlıklı bir insanın yılda 20-25 kg yağ tüketmesi gerektiğini belirten uzmanlar, Türk halkının 14-17 kg tükettiğini ve bu miktarın, 1 kg'ının zeytinyağı, 1 kg'ının tereyağı, 6 kg'ının margarin, 8 kg'ının ise diğer bitkisel sıvı yağlardan oluştuğunu ifade etmektedirler. Dünyada bitkisel yağ ve mamulleri sektörünün son yirmi yıl içerisinde büyük bir ivme kazandığı görülmektedir. AB ülkeleri arasında en fazla bitkisel yağ olarak %18,2 ile ayçiçeği yağı tüketildiği görülmektedir (Çelikkale 2009).

Toplumlarda ortaya çıkabilen sağlık sorunları ile beslenme rejimleri arasındaki ilişki araştırıldığında, en fazla sorgulanan gıda bileşeni yağlardır. Bu durumda, yağ tüketiminde yağ çeşidi seçiminden tüketim sekline kadar uzanan her aşamada daha bilinçli ve duyarlı olmak gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Kayahan 2001).

Günlük diyetimizde önemli bir yer tutan yağların yemeklerin hazırlanmasında birçok işlevi bulunmaktadır. Yağlar yiyeceklerin lezzetini ve

besin değerini arttırması, görüntüsünü değiştirmek, emülsiye olma özelliğinden yararlanmak ve yiyeceklere gevreklik ve yumuşaklık kazandırmak amacıyla kullanılırlar (Erdoğan 2009: 74). Bu nedenle yağlar yemeklerin vazgeçilmez bir parçasıdır. Örneğin; kızartma yöntemi yiyeceklerin yüksek sıcaklığa getirilmiş yağların içinde pişirilme işlemidir, fırında pişirilen yiyeceklerin tepsiyeye yapışmamaları için tepsinin önce yağlanması önerilmektedir veya tencere içinde suyla pişirilen yiyeceklere dahi damak zevkini arttırmak için yağ eklenmektedir. Yağlar yemeklerde kullanılmakla birlikte tereyağı, zeytinyağı ve margarin gibi yağlar tek başına kahvaltılık olarak da tktilebilmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde ise en çok kullanılan yağların başında ayçiçek yağı, zeytinyağı, tereyağı, margarin bulunmaktadır.

Yiyecek içecek
işletmelerinde Yağ
Kullanımı: Artvin,
Arhavi rneği

Araştırmanın Amacı ve nemi

Bu araştırmanın amacı; yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı ve yemeklik yağ kullanımları ile ilgili görüşlerinin ortaya çıkartılması amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda temel problem, Artvin ili Arhavi ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı ve yağ kullanımını etkileyen etmenlerin incelenmesidir. Yağlar ile ilgili alanyazında pek çok çalışma olmasına rağmen yiyecek içecek işletmelerinde ve yemeklerde kullanımı konusunda alanyazında çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Dolayısıyla alanyazına katkı sağlaması bakımından ve araştırmalara kaynak oluşturması bakımından önemlidir.

• 606

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Bu araştırma ile yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı belirlenmiş ve yemeklik yağ kullanımları ile ilgili görüşleri ortaya çıkartılmıştır. Dolayısıyla araştırma modeli mevcut durumu ortaya koyması bakımından betimsel tarama ve çeşitli değişkenlere göre farklılıklar incelendiği için ilişkisel tarama deseninde bir çalışmadır. Olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların "ne" olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışan çalışmalar betimsel çalışmalardır. Betimsel ya da survey çalışmalarda mevcut olan durum belirlenmek istendiğinden, bu tür çalışmalar genellikle doğal ortamda yapılmaktadır (Karasar, 2006: 79).

Evren ve rneklem

Bu araştırmanın evrenini Arhavi Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı toplam 60 yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır. Kolay ulaşılabilir ve uygulama yapılabilir olduğundan dolayı bu grup seçilmiştir. Dolayısıyla seçkisiz olmayan bir örneklem yöntemi olan uygun örnekleme yöntemi

kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2009: 80). Bu araştırmanın amacı doğrultusunda *Yağ Kullanım Ölçeği* 2017 yılı Kasım-Aralık ayları içerisinde örneklem grubuna 1 kereye mahsus olmak üzere uygulanmış ve %100 katılım sağlanmıştır.

Verilerin Toplanması

Bu çalışmada, yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımını belirlemek ve yemeklik yağ kullanımları ile ilgili görüşlerinin ortaya çıkarılması amacıyla *Yağ Kullanım Ölçeği* uygulanmıştır. Anket soruları; ilgili literatür incelenerek, yiyecek-içecek işletmelerinin gıda standartları doğrultusunda yazarlar tarafından hazırlanmıştır. *Yağ Kullanım Ölçeği* üç bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci bölümünde yiyecek-içecek işletmeleri ile ilgili demografik bilgilere yer verilmiş olup ikinci bölümde yağ kullanım durumları ile ilgili sırası ile sıvı yağ ve katı yağ kullanımları, tercih nedenleri, nereden satın aldıkları, kullanırken nelere dikkat ettikleri ve karşılaştıkları sorunlar hakkında veriler elde edilmiştir. Ölçeğin üçüncü ve son bölümünde ise yiyecek içecek işletmeleri yetkililerinin yağ kullanımıyla ilgili görüşlerini değerlendirmeyi içeren 3'lü likert ölçeğinde hazırlanmış 23 soru bulunmaktadır. 3'lü likert ölçeği ile sorulan sorular Tam (3), orta (2), hiç (1), olarak ölçeklendirilmiştir. Anket, genel uygulamadan önce 20 kişilik küçük bir işletme grubuna uygulanmış olup, yapı ve içerik yönünden kontrol edilerek son şeklini almıştır. Hangi değişkenlerin hangi faktörü ölçtüğü biliniyorsa, bütün değişkenlerin eşit şekilde ağırlıklandırıldığı durum gibi, değişkenlerin nisbi önemi biliniyorsa uygulanması gerekmemektedir (Özdamar, 1996). Bu nedenle ölçekteki soruların ilgili olduğu değişkenler belirli olduğu için faktör analizine gerek duyulmamış ve ortalamaları alınmıştır. Araştırmada kullanılan değerlendirme ölçeği iç tutarlılık katsayısı ile de incelenmiş ve dolayısıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri .75 olarak ortaya çıkmıştır. Bu değer, ölçeğin güvenilir ve aynı zamanda kararlı bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada elde edilen verilerin analizi için SPSS programından (Statistical Package For Social Science-Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Analiz Programı) yararlanılarak istatistiksel sonuçlar elde edilmiştir. Öncelikle yiyecek içecek işletmelerinin frekans ve yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistik değerlerinden yararlanılmıştır. Likert tipi ölçeklerde aritmetik ortalamalarının karşılaştırılması için sıra aralıklarının eşit olması gerekir. Bu sebeple, *Yağ Kullanım Ölçeği*'nde 3'lü likert ölçeği kullanıldığı için Tekin (1996)'in *Aralık Genişliği = (Dizi Genişliği)/(Yapılacak Grup Sayısı)*

formülünden yararlanılarak,  cl  bir Likert ölçeğin aralık genişliği 0.75 (4-1=3 → 3/4= 0.80) bulunmuştur.

BULGULAR ve YORUM

Yiyecek  cecek  şletmelerinin Demografik  zellikleri

Araştırmaya katılan yiyecek  cecek  şletmelerine ilişkin sayısal veriler Tablo 1'de verilmiştir. Yiyecek  cecek  şletmeleri tür bakımından %45'inin Kafe, %25'inin Lokanta, %20'sinin Pastane ve %10'unun Restoran olduğu görülmektedir.  şletmelerin faaliyet süreleri incelendiğinde %30'u 0-4, %45'i 5-9, %10'u 10-14, %10'u 15-19 ve %5'i ise 20 yıl ve 20 yıl üstü olduğu görülmektedir.  şletmelerin en çok hangi yağı kullandıklarına bakıldığında %50'si Sıvı yağ, %25'i Tereyağı ve %25'inin de Margarin kullandığı tespit edilmiştir.

Yiyecek  cecek
 şletmelerinde Yağ
Kullanımı: Artvin,
Arhavi  rneği

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Yiyecek  cecek  şletmelerinin Türü, Faaliyet S resi ve En Fazla Kullandıkları Yağ Durumu

		f	%
Türü	Pastane	12	20
	Kafe	27	45
	Restoran	6	10
	Lokanta	15	25
Faaliyet S�resi	0-4 yıl	18	30
	5-9 yıl	27	45
	10-14 yıl	6	10
	15-19 yıl	6	10
	20 ve �zeri	3	5
En Fazla Kullandıkları Sıvı Yağ	Ayçiçek yağı	48	80
	Zeytinyağı	12	20
En Fazla Kullandıkları Katı Yağ	Tereyağı	45	75
	Margarin	15	25
Toplam (n)		60	100

Tablo 1'de yer alan yiyecek  cecek  şletmelerinin türü ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde; yiyecek  cecek  şletmelerinin büyük bir bölümünü kafe ve lokantalar oluşturmaktadır. Bu durum yiyecek  cecek  şletmelerinin hazır ve

sulu yemek gibi çabuk tüketilebilen yiyecekleri insanlara sunduğu söylenebilmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin faaliyet süreleri dikkate alındığında dörtte üçlük gibi yüksek oranda 10 yılını aşmadıkları görülmektedir. Özellikle son yıllarda ilçede turizmin gelişmesi, dokuz yıldır Artvin Çoruh Üniversitesi bünyesinde Arhavi Meslek Yüksekokulunun bulunması, geçtiğimiz yıllara göre göç oranının azalması ve göç alabilmesi gibi unsurların yiyecek içecek işletmelerinin faaliyet sürelerinde etkisi olduğu düşünülmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin sıvı ve katı yağlardan en fazla kullandıkları yağlar ise Ayçiçek yağı ve Tereyağıdır. Ayçiçek yağının maliyet bakımından ve damak tadı bakımından yemeklerde uygun olması en fazla kullandıkları sıvı yağ, Tereyağının ise bölgede yöresel olarak üretilen bir ürün olması ve orantılı kullanıldığı zaman yemeklerde gerek kokusu gerekse aroması bakımından en fazla kullanılan katı yağ olduğu düşünülmektedir.

Yiyecek İçecek İşletmelerinin Yağ Kullanımı

Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanım durumuna ilişkin sayısal veriler Tablo 2’de verilmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin yarısı sıvı yağları marketten satın alırken diğer yarısı da toptancıdan tedarik etmektedir. Katı yağları ise yarısının marketten, %30’u toptancıdan ve %20’lik kısmı ise üreticiden satın almaktadır. Yiyecek içecek işletmelerinin satın alırken sıvı yağların %55’i kalitesi, %30’u markası ve %15’i fiyatına, katı yağlarda ise %75’i kalite, %20’si marka ve %5’i fiyatına önem vermektedir. Yiyecek içecek işletmeleri büyük oranda satın aldıkları sıvı yağları çoğunlukla oda ısısında katı yağları ise buzdolabı ısısında muhafaza ettiklerini belirtmişlerdir. Yiyecek içecek işletmelerinin sıvı yağları ürünlerinde tercih etme sebebi %50’si aroması, %20’si ucuzluğu ve %15’i rengi ve diğer %15’i de kokusu için ifade ederken katı yağlarda ise %70’i aroması, %15’i kokusu, %10’u rengi ve %5’i de ucuzluğu için tercih ettikleri tespit edilmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri büyük oranda satın aldıkları yağlarda sorun yaşamadıklarını belirtirken karşılaşılan sorunların sıvı yağlar ile ilgili %10’ar işletme içi ve satıcı kaynaklı, katı yağlar için ise %20’si satıcı kaynaklı, %5’i de üretici kaynaklı sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 2’de yer alan yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanım durumu ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde; yiyecek içecek işletmelerinin önemli bir bölümü kullandıkları yağları marketten satın almaktadır. Bu durum yiyecek içecek işletmelerinin küçük ölçekli olması ve yağ alışverişlerini sık aralıklarla yaptıklarını göstermektedir. Yiyecek içecek işletmeleri kullandıkları yağların ise en fazla kalitesine önem vermektedir. Kalitenin ihtiyaçları karşılama düzeyi olduğu düşünüldüğünde yiyecek içecek işletmelerinin müşterileri

istem ve beklentilerini karşılama konusuna önem verdikleri söylenebilmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri yağları tercih ederken en çok aroması konusunda görüş bildirmişlerdir. Bu durum en çok yemeğin lezzetine önem verildiğini göstermektedir.

Tablo 2. Yiyecek içecek işletmelerinin Yağ Kullanımı

Yağ	Sıvı		Katı Yağ	
	f	%	f	%
Nereden Alıyorsunuz?	Market	30 50	30	50
	Toptancı	30 50	18	30
	�retici	- -	12	20
Satın Alırken En �ok Neyine Dikkat Ediyorsunuz?	Fiyat	9 15	3	5
	Marka	18 30	12	20
	Kalite	33 55	45	75
�r�nlerinizde Tercih Etmeniz Başlıca Nedeni?	Kokusu	9 15	9	15
	Rengi	9 15	6	10
	Ucuzluğu	12 20	3	5
	Aroması	30 50	42	70
Karşılaştığınız Sorunlar Nelerdir?	Satıcı kaynaklı	6 10	12	20
	üretici kaynaklı	- -	3	5
	işletme içi kaynaklı	6 10	-	-
	Sorum yok	48 80	45	75
Toplam (n)	60	100	60	100

Yiyecek içecek işletmelerinde Yağ Kullanımı: Artvin, Arhavi  rneği

• 610

Yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları yağlarla ilgili karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde genel olarak sorunlarının olmadığı söylenebilmekte karşılaşılan sorunların ise satıcı ve işletmelerde çalışan kaynaklı olduğu görülmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin Kullandıkları Yağlar İle İlgili Görüşleri

Araştırmaya katılan yiyecek içecek işletmelerinin yağlar ile ilgili görüşlerine ilişkin sayısal veriler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları yağlar ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde;

- Yağları satın alırken bilinen bir marka konusunda eğilim göstermektedir.
- Yağların ambalaj, hasarlı olup olmaması ve son kullanma tarihlerine dikkat ettikleri görülmektedir.
- Genellikle sıvı yağları oda, katı yağları ise buzdolabı ısısında muhafaza ettikleri tespit edilmiştir.

- Ayçiçek ve zeytinyağı dışında da sıvı yağ (mısır özü, fındık yağı vb.) tercihlerinde eğilim bulunmaktadır.

Tablo 3. Yiyecek İçecek İşletmelerinin Kullandıkları Yağlar İle İlgili Görüşleri

Yağların İle İlgili Genel İfadeler	%	n	\bar{x}	s.s.	
Yağları satın alırken bilinen bir marka olmasına dikkat ederim.	15	38	46	60	2,31 ,72
Yağları satın alırken ambalaj, hasarlı olmamasına dikkat ederim.	15	35	50	60	2,35 ,73
Yağların son kullanma tarihlerine yağları kullanırken ve satın alırken önem veririm.	18,3	31,7	50	60	2,31 ,77
Sıvı yağları genellikle oda ısısında muhafaza ederim.	13,3	25	61,7	60	2,48 ,72
Katı yağları genellikle buzdolabında muhafaza ederim.	10	26,7	63,3	60	2,53 ,67
Ayçiçek ve zeytinyağı dışında diğer sıvı yağları da tercih ederim	26,7	33,3	40	60	2,13 ,81
Ayçiçek Yağı İle İlgili İfadeler					
Ayçiçek yağının tercih edilme sebebi fiyatının uygunluğudur.	1,7	6,7	91,7	60	2,90 ,35
Ayçiçek yağının rengi açık sarı ise bu onun hafif bir yağ olduğu anlamına gelmektedir.	5	10	85	60	2,80 ,51
Ayçiçek yağının sağlık açısından birçok faydası bulunmaktadır.	8,3	25	66,7	60	2,58 ,64
Ayçiçek yağının gereğinden fazla kullanılması yemeğin kalitesini düşürmektedir.	3,3	13,3	83,3	60	2,80 ,48
Zeytinyağı İle İlgili İfadeler					
Yiyecek içecek işletmelerinde zeytinyağı en çok sos olarak tercih edilmektedir.	5	6,7	88,3	60	2,83 ,49
Zeytinyağları diğer sıvı yağlara oranla yüksek olduğu için daha az kullanılmaktadır.	6,7	6,7	86,7	60	2,80 ,54
Zeytinyağı yemeklere farklı bir lezzet ve tat kazandırmaktadır.	-	13,3	86,7	60	2,86 ,34
İnsan sağlığı açısından en sağlıklı yağ zeytinyağıdır.	-	6,7	93,3	60	2,93 ,25
Zeytinyağı kullanımı yemeğin kalitesini arttırmaktadır.	1,7	15	83,3	60	2,81 ,43
Tereyağı İle İlgili İfadeler					
Kırsal alanlarda üretilen tereyağı fabrikada üretilenlere göre daha kalitelidir.	-	6,7	93,3	60	2,93 ,25
Tereyağı yemeklere özel bir koku ve aroma kazandırmaktadır.	5	10	85	60	2,80 ,51
Tereyağının fazla tüketilmesi insan sağlığını tehdit etmektedir.	5	15	80	60	2,75 ,54
Tereyağı yemeklerde diğer yağlarla birlikte kullanımı yemeğin kalitesini arttırmaktadır.	5	8,3	86,7	60	2,81 ,50
Margarin İle İlgili İfadeler					
Margarinin tercih edilme sebebi fiyatının uygunluğudur.	13,3	10	76,7	60	2,63 ,71
Margarin renk, lezzet ve yapı olarak tereyağına benzemektedir.	5	16,7	78,3	60	2,73 ,54
Margarin kalp sağlığı açısından sağlığı tehdit eden bir yağdır.	3,3	6,7	90	60	2,86 ,43
Margarin genellikle hamur işi ürünlerin hazırlanmasında kullanılmaktadır.	10	13,3	76,7	60	2,66 ,65

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları ayçiçek yağı ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde;

- Ayçiçek yağının fiyatının diğer sıvı yağlara göre ekonomik olması başlıca tercih sebebidir.
- Ayçiçek yağın renginin açık renkte olması hafif olduğu anlamına gelmektedir.
- Sağlık açısından ayçiçek yağının kısmen faydaları bulunmaktadır.
- Ayçiçek yağı yemeklerde fazla kullanıldığı zaman yemeğin kalitesini olumsuz etkilemektedir.

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları zeytinyağı ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde;

- Diğer yemeklik sıvı yağlara göre soslarda en fazla tercih edilen yağ zeytinyağıdır.
- Zeytinyağının fiyatının diğer sıvı yağlara göre pahalı olduğu için daha az kullanılmaktadır.
- Zeytinyağı yemeklere farklı bir lezzet katmaktadır.
- Sağlık açısından en önemli yağ zeytinyağıdır.
- Zeytinyağı yemeğin kalitesini arttırmaktadır.

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları tereyağı ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde;

- Fabrikadaki üretilere göre yöresel olarak üretilen tereyağları daha kalitelidir.
- Tereyağının en önemli özelliği yemeklere koku ve aroma kazandırmasıdır.
- Tereyağı sağlık açısından kısmen zararlıdır.
- Tereyağının tek başına kullanılması gibi diğer yağlarla birlikte kullanımı yemeklerdeki kaliteyi arttırmaktadır.

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin kullandıkları margarin ile ilgili sayısal veriler incelendiğinde;

- Margarin tercih edilme sebebi fiyatının uygunluğudur.
- Margarin, tereyağına göre koku ve aroma gibi ikame özellikler taşımaktadır.
- Margarin insan sağlığını tehdit eden bir yağdır.
- Hamur işi ürünlerde margarin işletmeler tarafından tercih edilen bir yağdır.

SONUÇ ve TARTIşMA

Yağlar ile ilgili alanyazında pek çok çalışma olmasına rağmen yiyecek içecek işletmelerinde ve yemeklerde kullanımı konusunda alanyazında çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı ve yağ kullanımını etkileyen etmenlerin incelenmesi

amaçlanmıştır. Bu çalışmada yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanımı ve yemeklik yağlar ile ilgili yiyecek içecek işletmeleri yetkililerinin görüşleri incelenmiştir. Yemeklerin vazgeçilmez bir parçası olan yağlar ile ilgili yapılan bu araştırma ışığında aşağıda ifade edilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Yiyecek içecek işletmeleri tür bakımından yeterli düzeydedir ancak özellik ve nitelik bakımından istenilen düzeyde değildir. Yiyecek içecek işletmelerinin büyük bir çoğunluğu faaliyet süresi bakımından sektörde yeni durumdadır. Dolayısıyla turizm gibi diğer ekonomik unsurlarında bu durumda etkili olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinin en fazla kullandığı sıvı yağın ayçiçek yağı olması yemeklerde kullanımının yaygın olması ve maliyetinin uygun olmasıdır. En fazla kullandıkları katı yağın tereyağı olması ise yemeklerde aroma bakımından nitelik kazandırmasıdır. Yiyecek içecek işletmelerinin yağları genellikle marketten satın alma eğilimindedir. Bu durum işletmelerin yağlarla ilgili satın almalarını yapılan işin durumuna ve işletmenin türüne göre olduğunu göstermektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin yağlarla ilgili en çok kalitesine dikkat ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla yağ kullanımı yemeğin de kalitesini doğrudan etkilemektedir. Yiyecek içecek işletmeleri sıvı ve katı yağ kullanımının yemeklere farklı bir aroma kazandırdığını düşünmektedir. Özellikle bu durum yağların yemeğin vazgeçilmez bir parçası olması ile ilgilidir. Yiyecek içecek işletmeleri yağlarla ilgili sorunlarla fazla karşılaşmamaktadır ancak satıcı, üretici ve kullanıcı kaynaklı sorunlarla karşılaşmaktadır. Yağların bilinen bir ürün olması yiyecek içecek işletmelerinin yağları satın alırken bilinen bir markaya karşı tercih etme eğiliminde bulunmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri satın aldıkları ve kullandıkları ürünlerin ambalaj, hasarlı olup olmama, son kullanma tarihi gibi unsurlara dikkat etmeleri yağları satın alırken ve kullanırken bilinçli bir şekilde hareket ettiğini göstermektedir. Yiyecek içecek işletmeleri sıvı yağları oda ısısında katı yağları ise buzdolabında saklamaktadır. Dolayısıyla yağları muhafaza etme konusunda yiyecek içecek işletmeleri yağları standartlara uygun olarak hareket ettikleri görülmektedir. Ayçiçek ve zeytinyağı dışında da sıvı yağ (mısır özü, palm yağı vb.) tercihlerinde eğilim bulunulması ürünlerinde hem ikame bir yağ olarak kullanmak hem de çeşitlilik ve farklı aromalar oluşturmak amacıyla oldukları görülmektedir.

Ayrıca çalışmadaki genel ifadeler ile ilgili yiyecek içecek işletmelerin türü, faaliyet süresi, satın alma tercihleri ifadeleri ile ilişkisel karşılaştırmalar yapılması anlamlı ilişkilerin olup olması bakımından düşünülmektedir.

ÖNERİLER

Son yıllarda yağ kullanımı ile ilgili farklı anlayışlar ve çeşitli uygulamalar bulunması, yağların kullanımı ile ilgili alan yazında fazla çalışmanın olmayışı ve literatüre katkı sağlaması amacıyla bu araştırmada yiyecek içecek işletmelerinin yağ kullanım profili belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçları doğrultusunda yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin kullandıkları hammaddeler ve özellikleri insan sağlığını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin teknik bilgisini arttırmak amacıyla kullandıkları ham maddeler ve özellikleri konularında eğitimler verilebilir. Ayrıca bu çalışma sadece üreticiler açısından ele alınmıştır. Benzer çalışmalar bu tür restoran vb. yiyecek içecek hizmeti yapan kuruluşlarda yiyecek hizmeti alanlar açısından da yapılarak görüşler değerlendirilebilir.

Yiyecek İçecek
İşletmelerinde Yağ
Kullanımı: Artvin,
Arhavi Örneği

Yemeğin önemli bir parçası olan yağları satın alırken kaliteli ve uluslararası standartlara uygun ürünler temin edilmelidir. İnsan sağlığı açısından yenilebilen her şey çok önemlidir dolayısıyla yağların satın alınması, kullanılması, özelliği gibi birçok konuda dikkatli davranılması ve mutlaka bir uzman görüşü alınmalıdır. Araştırma Artvin ili Arhavi ilçesindeki yiyecek içecek işletmeleri ile sınırlıdır dolayısıyla farklı bölgelerde çalışmalar yapılabilir aynı zamanda bu çalışmayla karşılaştırma yapılabilir.

• 614

KAYNAKÇA

- Büyüköztürk, Ş. (2009). Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Çelikkale D (2009). Rafinasyon işleminin bazı yemeklik yağlarda bulunan skualen miktarına etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniv. Fen Bil. Ens., Manisa.
- Durlu-Özkaya, F., Çoşansu S. Ve Ayhan, K. (2015). Her Yönüyle Gıda, Sidas Medya Lmt. Şti., İzmir.
- Erdoğan, S. (2009). Beslenme ve Besin Teknolojisi, Detay Yayıncılık. Ankara.
- Karasar, N. (2006). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (16. Baskı), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kayahan M (2001). Yağ Tüketimi ve Sağlık 1. Gıda Mühendisliği Dergisi, 4 (9) 11-16.
- Özdamar, K. (2002). Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Sökmen, A. (2014). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği, Detay Yayıncılık. Ankara

- Taşan M (1999). Farklı rafinasyon yöntemlerinin (kimyasal ve fiziksel) ayçiçek yağı bileşimine ve oksidatif stabilitesi üzerine etkileri. Doktora Tezi. Trakya Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü., 1-51 s., Tekirdağ.
- Tekin, H. (1996). Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme, Yargı Yayınları, Ankara.
- Ayçiçek yağı, (2017). [www.yeniakit.com.tr/haber/ aycicek-yagi-mi-zeytin-yagi-mi-156317.html](http://www.yeniakit.com.tr/haber/aycicek-yagi-mi-zeytin-yagi-mi-156317.html) Erişim Tarihi: 11.12.2017,
- Bitkisel Yağlar, (2017). medium.com/bitkiselyaglar/ay%C3%A7i%C3%A7ek-ya%C4%9F%C4%B1n%C4%B1n- Erişim Tarihi: 11.12.2017,
- Bitkisel Yağlar, (2017). [www.bysd.org.tr/ uploads/dosyalar/bitkisel_yaglar .pdf](http://www.bysd.org.tr/uploads/dosyalar/bitkisel_yaglar.pdf) Erişim Tarihi: 11.12.2017,
- Resmi Gazete (2017). www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/05/20080517-5.htm Erişim Tarihi: 15.01.2018,
- Resmi Gazete 1, (2017).www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/2012_0412_7.htm Erişim Tarihi: 15.01.2018,
- Resmi Gazete 2, (2017). www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/08/20100807-9.htm Erişim Tarihi: 15.01.2018,
- Resmi Gazete 3, (2017). www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/04/2005_0412-11.htm Erişim Tarihi: 15.01.2018, sayfalarından erişilmiştir.

**Yener Oğan, Saime
Küçükkömürler
2 (Ek.1) 2018**