

TURİZM KONULARI

Editör: Doç.Dr. Oya ÖZKANLI

yaz
yayınları

Turizm Konuları

Editör

Doç.Dr. Oya ÖZKANLI

yaz
yayınları

2025

Turizm Konuları

Editör: Doç.Dr. Oya ÖZKANLI

© YAZ Yayınları

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Yaz Yayınları'na aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 sayılı Kanun'un hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın önceden izni alınmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

E_ISBN 978-625-5596-16-1

Mart 2025 – Afyonkarahisar

Dizgi/Mizanpaj: YAZ Yayınları

Kapak Tasarım: YAZ Yayınları

YAZ Yayınları. Yayıncı Sertifika No: 73086

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar/AFYONKARAHİSAR

www.yazyayinlari.com

yazyayinlari@gmail.com

info@yazyayinlari.com

İÇİNDEKİLER

Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Çalışan Mutfak Personelinin Kıskançlığa İlişkin Algıları: Muş İli Örneği.....	1
<i>Hüsnü KASAR, Yeliz PEKERŞEN</i>	
A Study on the Practice of Street Food in Northern Cyprus	27
<i>Filiz KANIÖZ, Mete Ünal GİRGEN</i>	
Antep Firiği ve Gaziantep Mutfağı'ndaki Yeri	49
<i>Ayşegül DORU, Oya ÖZKANLI</i>	
Sağlık Turizminin Endüstri 4.0 Bağlamında Değerlendirilmesi	79
<i>Dilek ÖZDOĞAN, Erdoğan KAYGIN</i>	

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir."

YİYECEK VE İÇECEK İŞLETMELERİNDE ÇALIŞAN MUTFAK PERSONELİNİN KISKANÇLIĞA İLİŞKİN ALGILARI: MUŞ İLİ ÖRNEĞİ

Hüsnü KASAR¹

Yeliz PEKERŞEN²

1. GİRİŞ

Duygular, bireyin hayatını ve işyeri ortamını etkileyen oldukça önemli bir farkındalıktır. İşletmelerdeki duygular, örgütsel davranışında temel konuları arasında yer almaktadır. İnsanların hayatını şekillendiren, karar verme sürecinde etkili olan bu hissiyatı anlamak bireyin tepkilerini kontrol etmek için önemlidir (Küçük & Taştan, 2019: 736). Duygular bireylerin motivasyon kaynağı olabilirken, olumsuz durumlar da meydana getirebilmektedir. Kıskançlık, hayranlık, aşağılama vb. duygular genellikle olumsuz durumlara neden olabilmektedir. Ayrıca yoğun duygular arasında olumlu olarak neşe, mutluluk, coşku; olumsuz olarak ise hoşnutsuzluk, hayal kırıklığı, huzursuzluk, öfke, rahatsızlık, hiddet, öfke gibi duygular yer almaktadır (Poggi & Germani, 2003: 463).

İşletmelerde işverenlerin ve işgörenlerin değişen koşullara ve işletmenin yapısına uyum sağlaması, gelişim ve değişimleri takip edebilmesi, işletme çalışma ortamı, maaş, mesai

¹ Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri, husnu_kasar@hotmail.com ORC-ID: 0000-0002-4343-5229.

² Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, yeliz.ulusan@gmail.com ORC-ID: 0000-0003-4769-7717.

kavramlarından memnun olması, kişinin mesleğini sevmesi, duygusal bir bağlılık kurması ve iş doyumunu hissedebilmeleri oldukça önemlidir. Bu sebeple işletmecilerin ve çalışanların hissettikleri duyguları anlamlandırması, davranışlarından neler hissettiğinin çıkarımının yapması, duygu yönetimi gibi faktörler oldukça önemlidir (Töremen & Çankaya, 2008: 34). Çünkü çalışanlar iş sırasında öfke, üzüntü, motivasyon, sevinç, hırs gibi birçok duyguyu yaşayabilmektedir. Bu duygular işletmeler ve çalışanlar için olumlu veya olumsuz sonuçlar meydana getirebilmektedir. Olumsuz duygulardan biriside kıskançlıktır. Kıskançlık, iş güvencesizliği gibi duygular çalışanları olumsuz etkileyen algılar arasında yer almaktadır (Günalan, 2016: 3).

Kıskançlık ve iş güvencesizliğinin yanı sıra güç ve statüye olan talebin gerçekleşmemesi kızgınlık, öfke, ihlal duygusunu ve çaresizlik hissini oluşturabilmektedir. Hem duygular hem de düşünceler hedefe ulaşınca kadarda devam edebilmektedir (Spector, Fox, & Domagalski, 2005: 31)

Yiyecek ve içecek işletmelerinde kıskançlık, gerek çalışanların gerekte müşterilerin olumsuz etkilenmemesi gereken hissiyatlar arasındadır. İşletmeler için müşteri memnuniyetini sağlamak, kar marjını yükseltmek, teknoloji ve yenilikleri takip etmek gibi hususlarda çalışanlar ile birlikte kıskançlığa sebep olmayacak adil, sistemli bir çalışma ortamı sağlaması oldukça önemli bir konudur. Kıskançlık duygusunu ön plana çıkaracak konuların fazlalığı (terfilerin ve işe alımların adil olmaması, mesai saatleri, adam kayırma vb.) yiyecek ve içecek işletmelerinde mutfak departmanı için oldukça önemlidir.

Kıskançlık, insani bir duygu olmakla birlikte, yıkıcı sonuçları olan bir histir. Kıskançlık kişisel yaşamlarda ve örgütlerde de meydana gelen bir duygudur. Yaklaşık çeyrek asır önce örgütsel davranış literatüre girmiş ancak günümüzde yeteri kadar çalışılmamış ve derinlemesine incelenmemiştir (Özdemir

& Erdem, 2020: 22). Bu çalışma literatürdeki boşluğu doldurmak için nitel yöntem aracılığıyla, yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan mutfak personelinin kıskançlık algılarını geniş perspektiften incelemektedir.

Kıskançlığa ilişkin ulusal literatürde genellikle romantik kıskançlık türünün incelendiği, ancak işletmelerde çalışan bireylerin kıskançlık algılarını inceleyen araştırma sayısının az olduğu tespit edilmiştir (Kıral & Keleş, 2019: 77). Ayrıca yiyecek ve içecek işletmelerinin önemli departmanı olan mutfak ve burada çalışan personellerin kıskançlığa ilişkin algılarının ele alındığı derinlemesine bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma ile birlikte literatürdeki bu açıklık giderilmiştir ve 28 mutfak personelinin kıskançlık duygusu hakkında algıları tespit edilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Kıskançlık Kavramı

Kıskançlık, bireysel eksiklikleri gibi olumsuz nitelikleri içeren farklı, karmaşık bir hissiyat olarak tanımlanmaktadır (Attridge, 2013: 1). Kıskançlık; bir kimseye, bir kişi üstünlük gösterdiğinde veya sevdiği kişinin, başkası ile ilgilendiğini düşündüğü zaman takındığı olumsuz bir tutumdur (Türk Dil Kurumu, 2024). Kıskançlık, İngilizce dilbilimsel kökeni “zealous” (gayretli) ile bağlantılı olan Latince “zelos” kelimesinden türemektedir (Gressel, 2014: 9)

Kıskançlık, sinir, öfke, hüznü kaynaklı bir duygudur. Kıskançlık duygusu küskünlük, hırs, rekabet ve şüphe gibi duygulardan kaynaklanan ve bireyin yaşamını genellikle olumsuz etkileyen bir ruh halidir (Kayrak, Çaplı, Aksakallı, & Karaaziz, 2023: 1080).

Kıskançlığın oluşması için gerçek ya da hayâli bir rakibin varlığı gereklidir. Bu rakip, kişinin duygusal yakınlık sağladığı, kişiyle ilişkisini bozacak ya da olumsuz etkileyecek gibi görmektedir. Böylelikle ilişkiyi sürdürme ve ilişkide kalıcı bir yer edinmek isteyen kişinin kıskanç davranışlar, tepkiler göstermesine neden olmaktadır (İrk, 2022: 19). Ayrıca kıskançlık duygusu bulunan birey, üçüncü kişilerden korumak istemektedir (Baki & Köse, 2022: 299)

Kıskançlık ve haset duygusu yakın kavramlar olsa da farklı anlamlara gelmektedir. Kıskançlık, bireyin sahip olduğu histir ve ilişki, çıkar doğrultusunda oluşurken; haset kişinin sahip olmadığı ve sahip olmayı beklenilmeyen bir şey olarak nitelendirilmektedir (Goukasian & Wan, 2010: 23).

2.2.İşyeri Kıskançlığı

İşyerinde kıskançlık, bireylerde kötü duyguların iyi duyguların önüne geçmesidir. Örneğin; işletmede bireyi kıskançlığa yönlendirecek olaylar (terfisinin verilmemesi, önemli görevlerde yer almaması vb.) karşıdaki bireyi kıskanmaya neden olabilmektedir (Veiga, Baldrige, & Markóczy, 2014: 2365). İşletmelerde oluşan negatif, olumsuz duygular iş performansını, motivasyonu olumsuz etkileyerek üretkenliği tehdit etmekte ve çalışanlar arasındaki işbirliğini azaltmaktadır (Erdil & Müceldili, 2014: 448)

İşverenler, en iyi performansı belirlerken, ayın elamanı gibi uygulamalarda bireyleri karşılaştırırken, veya çalışanlara bu hususları duyururken uygun şekilde yapılmazlarsa diğer çalışanların kıskançlığı tetiklemektedirler (Veiga, Baldrige, & Markóczy, 2014: 2364). Negatif duygunun oluşmaması için bütün çalışanlara adil davranılmalı, ödül-ceza sistemi net ve kişisel özelliklere göre değişmemesi oldukça önemlidir.

İşyerinde kıskançlık duygusu çalışanlarda örgütsel ve bireysel sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Örgütsel sonuçlarda

(saldırgan davranış, rekabet, iş sürecinde verimsizlik, nezaketsiz davranışlar) ve bireysel sonuçlar (olumsuz duygular, psikolojik rahatsızlık, dedikodu) oluşturmaktadır (Durmaz & Gümüştakin, 2021: 729)

İşyerinde kıskançlık duygusu olumsuz sonuçlarının yanı sıra olumlu sonuçları da (ilham alma, motivasyon & performans artışı vb.) bulunmaktadır (Üçok, 2019: 8). İşletmelerde bulunan stajyerin şefini rol model alması, onun bilgi ve tecrübesinden yararlanarak farklı reçeteler ortaya çıkarması örnek davranışlar arasındadır.

2.3.Kıskançlığın Nedenleri ve Türleri

Kıskançlık duygusu farklı birçok sebepten oluşabilen bir duygudur. Kişinin geçmişte yaşamış olduğu bir olayın kendi içerisinde çözümleyememesi kıskançlık duygusunu öne çıkarmaktadır. Bireysel kıskançlık nedenleri sosyal, ekonomik, psikolojik nedenler olarak gösterilmektedir. Sosyal nedenler arasında işsizlik, dışlanma, kıyaslama ve bireyin kendisi ve ailesinin toplumda değer kaybetme endişesi, töre, medya vb. yer almaktadır (İmamoğlu & Çelik, 2009: 8). Ayrıca ideolojik farklılıklar ve kültür kaynaklı sebeplerden kıskançlık meydana gelebilmektedir (Kayrak vd., 2023: 1082).

Kıskançlık türleri; romantik olmayan kıskançlık ve romantik kıskançlıktır. Romantik olmayan kıskançlık türleri arasında kardeş, çocuk-ebeveyn, anne-çocuk, baba-çocuk, arkadaş ve iş arkadaşlığı kıskançlıkları vb. yer almaktadır. İşletmede iş arkadaşlığı kıskançlıkları çok sık görülmektedir. İş ortamında işleri yapan, sevilen kişi profilinin oluşması, işveren ve arkadaşlarından onay ve takdir edilme beklentisi oluşturmaktadır (Kayrak vd., 2023: 1082-1083).

Personeller kıskançlık duygusunu hissettikleri zaman bu konuda bilgi toplama veya karşıdan hissedilen kıskançlık duygusunda da olumsuz etkilenmemek için iş dışında zaman ve

enerji harcayacaklardır. Bu gibi olaylar işletmelerde aksaklıklar oluşmasına ve işin kalitesini etkileyecektir. Çünkü negatif duygular personellerde stres, baskı, üzüntü vb. neden olacak sonucunda ise ekip halinde çalışmaları engelleyecektir (Özdemir, 2021: 666).

3. METODOLOJİ

Yiyecek ve içecek işletmelerin mutfak personeli başta olmak üzere işletmede sorumluluğu bulunan personellerin motivasyonu yüksek, eşit ve adil sistem içerisinde çalışması, işe alımlarda ve yükselmelerde, maaş sisteminin düzenli, yeterli olması çalışanlar arasında oluşabilecek kıskançlık, fesatlık gibi olumsuz duyguları en aza indirecektir. İşletmeler çalışanlar arasında ayrımcılık yapmaması, mutfak hiyerarşik basamaklarına göre ücret ödemesi, yeterli personel çalıştırması vb. hususlar işletme içinde personel verimliliği gibi olumlu sonuçlar meydana getirecektir.

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın evreni ve örneklemi, veri toplama aracı, veri toplama teknikleri ve değerlendirilmesi ile araştırmaya bulguları yer almaktadır.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yiyecek ve içecek işletmelerinin mutfak departmanında çalışan personellerin ekip ruhunu koruması, bireysel bilgi ve tecrübelerini birleştirmeleri, ekip arkadaşlarının işe alınmasında görüş sunması gibi hususlar mutfak içerisindeki olumlu ortamın sağlanarak korunması için oldukça önemlidir. Ayrıca ekip arkadaşlarını rakip görerek hırs, fesatlık, kıskançlık gibi olumsuz ve sınırsız duyguların oluşması öncelikle mutfak departmanına zarar verebilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, yiyecek ve içecek işletmelerinde mutfak departmanında çalışan mutfak personellerinin kıskançlık ile ilgili algı ve görüşlerinin

değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Kıskançlık ile ilgili genellikle romantik kıskançlık konusunda ulusal (İlhan, 2021; Girgin & Şık, 2018; Sarıkaya, Koyunoğlu, & Kaya, 2020) ve uluslararası (Martínez-León, Peña, Salazar, García, & Sierra, 2017; Aloyce, vd., 2024; Arnocky, MacKinnon, Clarke, McPherson, & Kapitanchuk, 2023) birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak yiyecek ve içecek işletmelerinde hatta mutfak departmanının da çalışan personellerin kıskançlık konusunda ilgili yazında oldukça sınırlı kalmıştır. Böylelikle çalışma, yiyecek ve içecek işletmelerinde aşçıbaşı, aşçıbaşı yardımcısı, kısım şefi gibi pozisyonlarda çalışan mutfak personellerinin kıskançlık algısı, görüşleri vb. ortaya koyması ve ilgili literatürde eksikliği azaltması sebebiyle önemli olduğu düşünülmektedir.

3.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yapılan bu araştırmanın evrenini, Muş ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin mutfak departmanında çalışan personeller oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak mutfak personelleri içerisinde araştırmaya katılmaya gönüllü olan ve yüz yüze görüşmeyi kabul eden 16 kadın ve 12 erkek olmak üzere toplam 28 katılımcı oluşturmaktadır. Nitel çalışmalar için örneklem büyüklüğünün en az 15 olması tavsiye edildiğinden (Mason, 2010: 8) araştırma için yapılan görüşme sayısı yeterli görülmüştür. Bu araştırmadaki maksimum çeşitlilik çalışma grubunun yedi ayrı unvandan dört kişi seçilerek oluşturulması ile sağlanmıştır. Çalışma grubundaki ölçüt ise mutfak hiyerarşik basamaklarının üst kademesinde yer alan bireylerin (aşçıbaşı, aşçıbaşı yardımcısı, kısım şefi, demi şef) işletmelerinde en az beş yıl süre ile görev yapmış olmalarıdır. Diğer (comi, stajyer ve steward) personellerin ise en az bir yıl süre çalışmış olması dikkate alınmıştır (Kıral & Keleş, 2019: 79).

3.3.Veritoplama Aracı, Veritoplama Teknikleri ve Değerlendirilmesi

Verilerin toplanması süreci; araştırmacılar tarafından, mutfak personellerinin yoğun olmadığı, mesai saatlerinin sonları gibi farklı zamanlarda yiyecek ve içecek işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara konu hakkında ön bilgi verilmiş, samimi ve objektif olabilmeleri için kimliklerinin gizli tutulacağı belirtilmiştir. Araştırmada katılımcıların bilgileri gizli tutularak K1, K2, K3, ... şeklinde kodlanmıştır.

Araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler; daha önceki benzer çalışmalarda (Kıral & Keleş, 2019) uygulanan görüşme soruları uyarlanarak kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu 21.10.2024-30.10.2024 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerden elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1.Mutfak Personeline İlişkin Bulgular

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların; mesleki kıdemlerinin, 1-20 yıl; yaşlarının, 19-40 yaş aralığında; kadın (n:16) ve erkek (n:12) cinsiyetlerinin; aşçıbaşı, aşçıbaşı yardımcısı, kısım şefi, demi şef, komi, stajyer, steward (bulaşıkçı) unvanlarının eşit sayıda olduğu görülmektedir. Araştırmada katılımcıların bilgileri gizli tutularak K1, K2, K3, ... şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

<i>Katılımcı</i>	<i>Yaş</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Mesleki Kıdem Yılı</i>	<i>Unvan</i>
K1	40	Erkek	20	Aşçıbaşı
K2	32	Erkek	16	Aşçıbaşı
K3	33	Kadın	8	Aşçıbaşı
K4	29	Kadın	6	Aşçıbaşı
K5	25	Erkek	9	Aşçıbaşı Yardımcısı
K6	32	Erkek	8	Aşçıbaşı Yardımcısı
K7	27	Erkek	7	Aşçıbaşı Yardımcısı
K8	28	Kadın	7	Aşçıbaşı Yardımcısı
K9	23	Erkek	6	Kısım şefi
K10	29	Erkek	5	Kısım şefi
K11	28	Kadın	5	Kısım şefi
K12	23	Kadın	5	Kısım şefi
K13	22	Kadın	6	Demi chef
K14	22	Kadın	6	Demi chef
K15	26	Kadın	5	Demi chef
K16	22	Erkek	5	Demi chef
K17	24	Kadın	4	Komi
K18	24	Kadın	4	Komi
K19	22	Kadın	2	Komi
K20	20	Kadın	2	Komi
K21	20	Kadın	2	Stajyer
K22	19	Kadın	2	Stajyer
K23	20	Kadın	1	Stajyer
K24	22	Erkek	1	Stajyer
K25	24	Erkek	5	Steward (Bulaşıkçı)
K26	25	Erkek	5	Steward (Bulaşıkçı)
K27	25	Erkek	3	Steward (Bulaşıkçı)
K28	23	Kadın	1	Steward (Bulaşıkçı)

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Size göre kıskançlık nedir? Kıskançlığı nasıl tanımlarsınız?” sorusu yöneltilerek aşçıların kıskançlık kavramı tanımlamaları, düşünceleri tespit edilmiştir. Aşçılar genel olarak kıskançlık kavramını karşı tarafa duyulan negatif bir his olarak tanımlamışlardır. Yalnızca iki kişi (K6, K22) olumlu yönleri de olabileceğini ifade etmişlerdir. Kıskançlığın kin, nefret, öfke, sinir, yalnızlık gibi negatif çağrışımlar yaptığına vurgu yapmışlardır.

(K1):“*Kıskançlık paylaşamama durumudur. Sevgiyi, başarıyı paylaşamama. Aslında hazmedeme durumu da denilebilir.*”

(K4):“Kıskançlık temel, içgüdüsel insan davranışlarıdır. Olumsuz karakter özellikleri ile birleştğinde kişiye zarar verebilir. Üstün olan veya başkası tarafından sevilen birinin gördüğü ilgiyi ve sevgiyi kendisi de istemesidir.”

(K7):“Kıskançlık insanların birbirini çekememesidir. Kişi kendinde bulunmayan yada eksik bulunan özelliği bir başkasından gördüğünde bunu kaldıramayabilir ve kin, nefret besleyebilir.”

(K8):“Kıskançlık kendisinde olmayan pozitif imkan ve özelliklere sahip olan kişilere karşı hissedilen negatif duygulardır. Sevilen kişinin başkasıyla daha yakın olmasını istememektir. Bunlar öfke, kin, sinir ve yalnızlığa neden olur”

(K19):“Bana göre kıskançlık birinin sevdiği yada değer verdiği bir şeyin bu bir kişide olabilir, bir durumda kaybetme korkusu yaşamasına bağlı olarak ortaya çıkan insanda bazen hüznün bazen de öfke, kaygı gibi duygulara sebep olan bir duygu durumudur. Aynı zamanda kişinin kendisine olan güveniyle de ilişkilidir. Mesela kişi kendini sürekli başkaları ile kıyaslarsa kıskançlık tetiklenebilir. Değer göstergesi gibi olumlu yönleri olsa da bana göre genel anlamda negatif bir duygudur.”

Kıskançlığın olumlu sonuçları olduğunu ifade eden katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

(K6):“Kıskançlık kişinin maddi, manevi, bilgi, görünüş, kariyer gibi bireysel konularda başkasına erişme isteği sırasında çıkan duygudur diyebilirim. Kıskançlık çoğunlukla rahatsız edici olsa da bazen de başarıya teşvik eden bir duygudur.”

(K22):“Kıskançlık bana göre, genellikle bir kişinin sahip olduğu bir şeyi yada bir ilişkiyi kaybetme korkusunu yaşamasıyla ortaya çıkan bir duygudur. Bu duygu sevgi, sahiplenme, kaybetme korkusu gibi hislerle birleşmesidir. Kıskançlık hem olumlu hemde olumsuz şekillerde ifade edilebilir. Olumlu olarak ilişkilerde

özellikle bağlılığı ve önem vermeyi ifade edebilir. Olumsuz ise güvensizlik, aşırı sahiplenme vb. davranışlara yol açabilir.”

4.2.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre Kıskanç İnsanların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Sizce kurumunuzda kıskançlık yapan kişiler var mı? Bu kişilerin sizce ne gibi özellikleri bulunmaktadır?” sorusu yöneltilerek aşçıların kıskanç insan özellikleri ile ilgili düşünceleri tespit edilmiştir. Aşçılar genel olarak kıskanç insanların işletmelerde bulunduklarını ifade etmişlerdir. Bu kişilerin özelliklerini ise başarısız, yeteneksiz, vasıfsız, kibirli, sürekli birinin gözüne girmeye çalışan, eğitim seviyesi düşük, kişisel gelişimde eksiklerin olduğu vb. özelliklere vurgu yapmışlardır.

(K1):“Evet, var. Tüm işletmelerde mutlaka vardır. Bu arkadaşların özellikleri çekememezlik, fesatlık kaynaklı olduğunu düşünüyorum. Ben daha iyi tabak sunumu yaparım, işi sorunsuz yaparım vb. düşünceleri bulunuyor.”

(K2):“İşletmemizde özellikle mutfaklarda maaşların ve çalışma şartları kıskanılıyor. İnsan kendisi ile yarış içinde olmalıdır. Daha güzel işler başarmak yerine başkasının başarısını kötülemek kötü bir durum. Bu insanların özellikleri başarısız, yeteneksiz, vasıfsız, kibirli insanlar..”

(K5):“Nadiren kıskançlık yapan personelimiz var. Duygusal, hayat ve iş tecrübesi eksik, hassas bir kişiliğe sahiptir. Sürekli birinin gözüne girme, beğenilme gibi özellikleri vardır.”

(K9):“Kurumda böyle olumsuz duyguları besleyen birisi yok. Kişide kıskançlık varsa ekip arkadaşlarının açığını kapatmak yerine onu aşkar eder. Bu da kurumun işleyişini zedeler, motivasyonu düşürür.”

(K10):“Evet var. Bu kişiler dedikodu yapar, iftira atar, iki yüzlüdür, haset ve aşağılık komplekslerine sahipleridir. Sürekli kıskandığı kişiyi şikayet ederler, malzeme çalabilir veya saklayabilirler.”

(K12):“Kıskançlık yapan insanların her ortamda bulunabileceğini düşünüyorum. Kıskanç insan kurumda oldukça fazla. Garsonlar aşçıların aldığı maaşı fazla görerek sürekli dile getiriyorlar. Yaptıkları iş az, aldıkları maaş fazla diye belirtiyorlar. Bu kişiler genel olarak ilkokul mezunu, kişisel gelişim açısından kendisini hiç geliştirmemiş insanlardır.”

(K18):“Evet var. Örneğin mutfakta yaptığımız yemeklerde bazı arkadaşlar yemeğin güzel olmasını istemez. Bencil davranışlar sergileyerek kendi yemeğinin güzel olmasını isterler. Tebrik etmeyi bilmezler. Aşırı eleştircilerdir. Huzursuzluk çıkarırlar ve başkasının başarısını tehdit olarak görürler”

(K21):“Elbette olduğunu düşünüyorum. Çünkü insanların toplu bir şekilde bulunduğu yerlerde bu duygu kaçınılmazdır. Bence bu kişiler başkalarının başarılarını küçümseyerek içindeki kıskançlık duygusunu bastırıyorlar. Agresif tavırlar sergileyebilirler. Bu kişilerin düşük özsaygıları olduğu için kendilerine güvenmezler ve insanların başarısını tehdit olarak görebilirler.”

4.3.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre Kıskançlığa İlişkin Duruma Ait Bulgular

Araştırmaya katılan Aşçılık programı öğrencileri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Siz birilerini kıskandığınızı düşünüyor musunuz?” , “Evetse, neler düşünüyor ya da hissediyorsunuz?” , “Hayırsa, bunu neye bağlıyorsunuz” sorusu yöneltilerek aşçıların gösterdikleri veya gözlemledikleri davranışlar tespit edilmiştir.

Kıskanılanların durumuna ilişkin katılımcı ifadelerden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

(K2):“Mutlaka insan fıtratı gereği bende iş hayatında birilerini kıskandığım oldu. Ama hiçbir zaman başkasının başarısını gölgelemedim. Alışkanlık gereği hep yardımcı oldum. Ben genelde el becerisini, hızlı ve düzenli çalışmasını kıskanırım”

(K13):“Evet kıskanırım. Örneğin; çalıştığım mutfakta şeflerim gibi neden daha önce sektöre girmedim diye ayrıca olmak istediğim yerde olan kişiyi kıskanırım, istediğim konuma gelmek için elimden geleni yapıyorum ”

(K15):“Bir şef arkadaş yemeği daha güzel, daha renkli, daha yaratıcı yapması bende kıskançlık duygusunu uyandırır. Mutfakta aynı imkanlara sahip aynı malzemeleri kullanıp benden güzel tabak sunması zoruma gidiyor ”

Kıskanmayanların durumuna ilişkin katılımcı ifadelerden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

(K7):“Kıskandığımı düşünmüyorum, yeterli donanımım ve profesyonelliğim var. Çalışma ortamında huzursuzluğa sebep olabileceğinden gerek duymuyorum”

(K19):“Bulunduğum işletmede kimseyi kıskanmıyorum. Kendimi geliştirme peşindeyim. Şefin çok şey bilmesi beni motive ediyor, kıskanmıyor örnek alıyorum.”

(K28):“Hayır düşünmüyorum. Çünkü kendime güveniyorum. Zorda olsa birini kıskanmak yerine onların başarı ve mutluluklarını paylaşmak daha iyi olduğunu düşünüyorum. Benim farklı önceliklerimden kaynaklıda olabilir. Mesela ben kariyerime odaklanmışsam birinin maddi gücü beni ilgilendirmiyor.”

4.4.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre Kıskançlık Nedenlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Kurumunuzda yaşanan kıskançlığın hangi nedenlerle yapıldığını düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilerek işyerindeki kıskançlık nedenleri tespit edilmiştir.

(K8):“*Kişinin kendinin iş bilmez ve kibirli olmasından kaynaklı olduğunu düşünüyorum. Dış güzellik, mesleki tecrübe, tembellik, ego vb. hususlarda nedenler arasındadır.*”

(K10):“*Kıskançlıklar adam kayırma, adaletsizlik, saygısızlık, maaş farkı, unvanın olumsuz kullanımı vb. nedenlerden meydana gelmektedir. .*”

(K11):“*Kurumsal yükseltmeler ve ön planda olmak olabilir. Ayrıca mutfakta adil bir görev dağılımı olmaması, fazla mesai yapmayanların olması.*”

(K26):“*Sağlıksız hırs ve empati duygusundan yoksunluk. Aynı zamanda farklı maaş alan insanlar, iş yükleri ve sorumlulukları eşit olmayan insanlarda kendilerini bu eşit olmayan imkânlardan dolayı geri planda hisseder Buda kıskançlığı doğurur.*”

4.5.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre İş Yerinde Yaşanan Kıskançlığın Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Şeflere iş yerinde yaşanan kıskançlığın sonuçlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu yöneltilerek işyerindeki kıskançlığın sonuçları tespit edilmiştir.

(K22):“*Kıskandığım kişi gibi vizyon sahibi, gerekli bilgi ve tecrübeleri sağlamak için ekstra zaman ve emek harcıyorum.*

Bu durum bana mesleki bazı şeyler sağlıyor. Öğrendiğim bilgileri işletmede uyguladığımda işletmede kazanıyor. Örneğin; tabak sunum için eğitim aldım bunu işletmede kullanıyorum.”

(K3):“Şefler olarak bizler yöneticiler ile istişare eder personelin işletmedeki geleceğine karar veriyoruz. Kişiler arasında kavga, hakaret vb. istenilmeyen durumlar ve hüsran ile sonuçlanabiliyor.”

(K11):“İşyerinde olumsuz davranışlara yol açabiliyor. İş aksatma, işi doğru şekilde yapmama. Düzen ve disiplini de bozuyor. Gruplaşmalar meydana gelebiliyor ve istifa ile işten çıkarılma oluyor”

(K27):“Çalışanlar arasında uyumsuzluk, iş temposunda düşme, tartışma, kavga ve dedikodu ile sonuçlanabiliyor”

4.6.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre İşyerindeki Kıskançlığı Önlemek İçin Yöneticilerin Uyguladıkları Stratejilere Ait Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Yöneticilerin iş yerindeki kıskançlıktan haberleri var mı? Varsa, yöneticiler bu konuda ne gibi stratejiler uyguluyorlar?” sorusu yöneltilerek işyerindeki yöneticilerin tutum ve davranışları tespit edilmiştir.

Yöneticilerin uyguladıkları olumlu stratejiye ilişkin katılımcı ifadesi aşağıda yer almaktadır.

(K3):“Haberleri var. Ilımlı yaklaşarak, iki tarafı kırmadan, çözüm odaklı, olumlu yönde iletişim kurarak sorunu hallederek krizi yönetmeye çalışıyorlar.”

(K6):“Bence haberleri var. Kıskançlık değil de hırs olarak gördükleri için müdahale etmediklerini düşünüyorum. Rekabet ortamında daha iyi ürünler çıkabiliyor. Ayrıca iyi yöneticiler ekip

dinamiğini gözlemleyerek olumsuz havayı hissederler ve önlem alırlar.”

(K24):“*Kıskançlık iş yerinde dedikodu oluşturduğu için haberleri oluyor. Adil bir öncü olarak olumsuz sonuçlara önlem alıyor. İki tarafı dinliyor, hatta üçüncü şahısları da dinleyerek kararlar alıyor.”*

(K27):“*Çalışanlar arasında samimiyet artırarak duygusal destek sağlamaya çalışıyorlar. Personelin düşüncelerini dikkate alıyorlar.”*

Yöneticilerin uyguladıkları olumsuz stratejilere ilişkin katılımcı ifadesi aşağıda yer almaktadır

(K22):“*Evet var. Yöneticiler duydukları ilk ithame bilgilere inanıyorlar. İki tarafı da tarafsız dinlemiyorlar. Toplu cezalar uyguluyorlar.”*

4.7.Mutfak Personellerinin Algılarına Göre İşyerindeki Kıskançlığın Önlenmesi İçin Önerilere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “İş yerindeki kıskançlığın önlenmesine ilişkin yöneticilere neler önerirsiniz?” sorusu yöneltilerek işyerindeki yöneticilerin kıskançlık gibi olumsuz duyguları önleme tavsiyeleri tespit edilmiştir.

(K14):“*Bütün çalışan personellere değer verildiği hissettirmek, maaşların gizli tutulması, huzurlu, samimi ve profesyonel bir çalışma ortamı oluşturulması gereklidir. Herkesin kendi işine odaklanması sağlanmalıdır.”*

(K16):“*Kapsamlı bir toplantı düzenlenip, kişinin görev ve sorumlulukları anlatılarak işyerinde belirlenen kurallara uyulması ifade edilebilir. Her zaman iki taraflı dinleme yapılmalıdır”*

(K17):“*Herkese eşit imkanlar sunulmalı ve iş yükü aynı olan kişilere karşı maaş konusunda adil olunmalı. Çalışanların takdir edilmesi, ödüllendirilmesi, kıyaslama yapılmaması, takım çalışmasına önem verilmesi, açık iletişim kurulması dikkat edilmelidir. Bir kişi terfi aldıysa diğer çalışanlara açıkça belirtilmeli herkese eşit imkan ve fırsat sunulmalıdır*”

(K20):“*Yöneticilere bir şey öneremem çünkü insan ne yaparsa yapsın kıskançlığın önüne geçilebileceğini düşünmüyorum. En sonunda bastırılan bu his tekrar ortaya çıkacaktır.*”

4.8.Mutfak Personellerinin Kıskançlığa İlişkin Metaforik Algılarına Ait Bulgular

Araştırmaya katılan mutfak personelleri ile gerçekleştirilen görüşme de katılımcılara “Sizden kıskançlığı bir nesne, varlık ya da başka bir şeye benzetmenizi istesem kıskançlığı neye benzetirdiniz? Neden?” sorusu yöneltilerek işyerindeki mutfak personellerinin metaforik algıları incelenmiştir. Kelepçe, ateş, bıçak, aslan, saati kurulmuş alarm, kırık ayna, sis, karbonat, ve kötü kokan tilki metaforları ortaya çıkmıştır. Mutfak personelleri en fazla kırık ayna metaforunu kullanmışlardır.

Rahatsız edici bir nesneye ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları aşağıdadır.

(K4):“*Kıskançlık kelepçeye benzetilebilir. Bir mahkumun kolunda yararlı bir malzeme iken, özgür bir insanı tutsak edebilir.*”

(K5):“*Kıskançlık ateşe benzetilebilir. Ateş odunu, çalıyı yakar, kıskançlıkta insanların olumlu davranışlarını yokeder. Yada bir meyve Meyvenin içindeki kurtlar gibi zamanla kişiyi içten tüketebilir.*”

(K9):“Kıskançlık duygusu bıçağa benzer. İnsan ilişkilerinde derin yaralar açabilir ve sağlıklı iletişimi kesebilir. Bıçak gibi dikkatli kullanılmadığında kontrol edilemediğinde istenilmeyen sonuçlara yol açabilir. Aslana da benzetebilirim. Aslan güç ve hükümdarlık sembolü iken kıskançlık sahiplenmesi kontrol etme isteğiyle ilişkilidir. Kıskançlık aslan gibi hem koruyucu hem de tehlikelidir.”

(K15):“Kıskançlık saati kurulmuş alarm gibidir. Ortada birini çekememe durumu varsa kişi zamanını bekliyordur. Zamanı gelince kışkırdığı kişiye zarar verecektir.”

(K17):“Kıskançlık kırık bir aynaya benziyor. Çünkü kırık ayna hem yansıttığı şeyi doğru göstermez hemde aynanın keskin kısımları kişinin kendisi ve çevresine zarar verecek kadar keskin bir duyguyu simgelemektedir.”

(K23):“Kıskançlık sise benzetirim. Sis görünüşü engelleyerek netliği kaybettirir, bu insanlar mantıklı düşünmesini zorlaştırır ve ilişkilerde belirsizlik yaratır.”

(K25):“Kıskançlık karbonata benzer. Karbonat özünde formülasyona sahip kimyasaldır. Mutfakta bir kaşık ile kabarma etkisi gösterirken fazla kullanılırsa ürünün kalitesini düşürebilir. Daha fazla tüketilirse mide problemleri gibi sorunlara yol açar. Kıskançlıkta dozunda güzeldir fazlası zarardır.

Rahatsız edici canlı bir varlığa ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları aşağıdadır.

(K6):“Kötü kokan bir tilkiye benzer. Sinsidir ve ne yapacağını önceden bilemezsin”

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yiyecek ve içecek işletmelerinde mutfak personelleri müşteri memnuniyetinin sağlanmasında oldukça önemli bir

sorumluluğa sahiptir. Lezzetli, sunumu güzel olan bir yemek müşterinin işletmeyi tercih etmesini etkileyebilmektedir. Bu kapsamda ürünlerin sorunsuz çıkması, görev dağılımları, mutfak düzeninin sağlanması vb. hususların korunması için iyi bir ekip çalışması gereklidir. Ekip içerisinde birbirinin eksikliğini kapatması, kıskançlık, haset gibi olumsuz duyguların olmaması oldukça önemlidir.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan mutfak personellerinin kıskançlık kavramını tanımlamada vurguladıkları unsurlar şunlardır: kin, nefret, öfke, sinir, yalnızlık gibi negatif çağrışımlar yaptığına vb. konulara vurgu yapmışlardır. Kıskançlık çoğunlukla rahatsız edici olsa da bazen de başarıya teşvik eden bir duygu olarak da olumlu açıdan değerlendirilmiştir. Alan yazın incelendiğinde kıskançlığın yapıcı ve yıkıcı bir duygu olarak iki yönlü ele alındığı, bu çalışmalar (Karataş, Tagay, & Uzun, 2022; Liu, Geng, & Yao, 2021) bulgularımızı desteklemektedir.

Araştırmada kıskanç kişilerin özelliklerin ise başarısız, yeteneksiz, vasıfsız, kibirli, sürekli birinin gözüne girmeye çalışan, eğitim seviyesi düşük, kişisel gelişimde eksiklerin olduğu vb. özelliklere vurgu yapmışlardır. Özen (2007) kıskanç kişilik özelliklerine sahip bireylerin psikolojik şiddetin en önemli uygulayıcıları olarak ifade etmektedir.

Araştırmada el becerisini, hızlı ve düzenli çalışma, meslek hayatına erken başlama, yaratıcılık gibi hususlar kıskanılırken, yeterli donanım ve profesyonelliği olduğu belirten, mesleki kariyerine odaklanan mutfak personellerinin kıskanılma durumu olmadığı gözlemlenmiştir.

Kıskançlıklar adam kayırma, adaletsizlik, saygısızlık, maaş farkı, unvanın olumsuz kullanımı, mesleki tecrübe, tembellik, ego vb. hususlar kıskançlık nedenleri arasında belirtilmiştir. Akdur & Aslan (2017) yetersizlik duygusu,

kaybetme korkusu vb. düşünceler kişileri kıskançlığa yöneltmektedir.

Kıskançlığın yararlı sonuçları (K22) kıskandığım kişi gibi vizyon sahibi, gerekli bilgi ve tecrübeleri sağlamak için ekstra zaman ve emek harcıyorum. Zararlı sonuçları ise kişiler arasında kavga, hakaret vb. istenilmeyen durumlar ve hüsrana ile sonuçlanabilmektedir. Çalışanlar arasında uyumsuzluk, iş temposunda düşme, tartışma, kavga ve dedikodu diğer olumsuz sonuçlar arasındadır. Alan yazın incelendiğinde kıskançlığın olumlu ve olumsuz sonuçlara sebep olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmalar (Güner & Karaaziz, 2022; Eren, 2023) bulgularımızı desteklemektedir.

İşyerinde kıskançlığı önlemek için olumlu stratejilerde ılımlı yaklaşarak, iki tarafı kırmadan, çözüm odaklı, olumlu yönde iletişim kurarak sorunu hallederek krizi yönetmeye çalıştıkları gözlenmiştir. Olumsuz stratejilerde yöneticiler duydukları ilk ithame bilgilere inandıkları, iki tarafı da tarafsız dinlemedikleri, toplu cezalar uyguladıkları tespit edilmiştir.

Kıskançlığın iş yerinde önlenmesi için öneriler ise; Bütün çalışan personellere değer verildiği hissettirmek, maaşların gizli tutulması, huzurlu, samimi ve profesyonel bir çalışma ortamı oluşturulmasının yanı sıra eşit imkan ve fırsatlar ifade edilmiştir. Ghadi'e (2018) göre işletmelerde çalışanlar sahip olmasını istedikleri teşvikler (terfi, zam veya tanınma) için rekabet ederler ve çalışan aşırı rekabet ise kıskançlık hissini oluşturmaktadır.

Mutfak personellerinin kıskançlığa ilişkin metaforik algıları; Kelepçe, ateş, bıçak, aslan, saati kurulmuş alarm, kırık ayna, sis, karbonat, ve kötü kokan tilki metaforları ortaya çıkmıştır. Mutfak personelleri en fazla kırık ayna metaforunu kullanmışlardır. Alan yazında kıskançlığın çeşitli varlık ve nesnelere benzetildiği görülmektedir. Aydın & Bozkurt (2022) iş

yerinde kıskançlık kavramında en çok benzettikleri ilk beş sözcük zehir, hastalık, virüs, kanser ve kurt ifadeleri yer almaktadır.

Sonuç olarak yiyecek ve içecek işletmelerinde çalışan mutfak personellerinin kıskançlık algılarını ölçmek, kıskançlık ile ilgili görüş ve önerilerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda kıskançlığın yoğun olduğu mutfaklarda bireylerin bilinç kazanarak kıskançlık gibi olumsuz duyguları minimize edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdur, S., & Aslan, B. (2017). Duygusal zeka ile ilişki doyumu arasında duygu düzenleme güçlüğü ve romantik kıskançlığın aracı rolü. *Nesne Psikoloji Dergisi (NPD)*, 5(9), 71-88.
- Aloyce, D., Mshana, G., Peter, E., Malibwa, D., Buller, A. M., Mchome, Z., . . . Stöckl, H. (2024). Pathways of romantic jealousy to intimate partner violence in Mwanza, northern Tanzania. *Family Relations*, 73(2), 843-857.
- Arnocky, S., MacKinnon, M., Clarke, S., McPherson, G., & Kapitanchuk, E. (2023). Women's romantic jealousy predicts risky appearance enhancement effort. *Evolutionary Psychology*, 21(3).
- Attridge, M. (2013). Jealousy and Relationship Closeness: Exploring the good (reactive) and bad (suspicious) sides of romantic jealousy. *SAGE Open*, 3(1).
- Aydın, G., & Bozkurt, S. (2022). Öğretim elemanlarının iş yerinde kıskançlık algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Ulakbilge*, 70, 201-213.
- Baki, Z., & Köse, H. (2022). Kıskanmak filminde haset duygusunun temsili üzerine bir alımlama çalışması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 37, 297-318.
- Durmaz, M. G., & Gümüştekin, G. (2021). Negatif duyguların bir yansıması olarak işyeri kıskançlığı. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 5(2), 716-731.
- Erdil, O., & Müceldili, B. (2014). The effects of envy on job engagement and turnover intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 447-454.

- Eren, B. (2023). Romantik ilişkilerde kıskançlığın klinik spektrumda kişilik eğilimleri, ruminasyon ve psikodinamik kişilik organizasyonları ile ilişkisi. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ghadi, M. Y. (2018). Empirical examination of theoretical model of workplace envy: evidences from Jordan. *Management Research Review*, 41(12), 1438-1459.
- Girgin, B., & Şık, B. A. (2018). Çatalca’da yaşayan evli bireylerin bağlanma stilleri, romantik kıskançlık düzeyleri ve evlilik doyumları arasındaki ilişki. *Aydın Sağlık Dergisi*, 4(2), 41-54.
- Goukasian, L., & Wan, X. (2010). Optimal incentive contracts under relative income concerns. *Mathematics and Financial Economics*, 4, 57-86.
- Gressel, J. (2014). *Embracing envy: Finding the spiritual treasure in our most shameful emotion*. University Press of America.
- Günelan, M. (2016). Kıskançlık, güvencesizlik ve algıların ayrılma niyeti ve performans üzerindeki etkileri: sağlık sektöründe bir araştırma. Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Güner, T., & Karaaziz, M. (2022). Romantik ilişkisi bulunan bireylerin facebook kıskançlığı ve güven algısı üzerine bir derleme. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 7(22), 132-139.
- İlhan, S. T. (2021). Üniversite öğrencilerinin romantik ilişki inançları ile romantik kıskançlıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 10(29), 447-463.

- İmamoğlu, A., & Çelik, Y. (2009). Evlilik hayatında kıskançlık-dindarlık ilişkisine psikolojik yaklaşım. *Dinî araştırmalar*, 12(35), 7-30.
- İrk, E. (2022). Değer yıkıcı bir duygu olarak haset psikolojisi üzerine bir araştırma. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Karataş, Z., Tagay, Ö., & Uzun, K. (2022). Kıskanç olmak mı olmamak mı? akademik pencereden bir bakış. *6th International Education and Innovative Sciences Congress*, 95-119.
- Kayrak, M. E., Çaplı, M., Aksakallı, G., & Karaaziz, M. (2023). Kıskançlık duygusu ile ilgili bir derleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), 1079-1090.
- Kıral, E., & Keleş, N. Ö. (2019). Öğretim elemanlarının kıskançlığa ilişkin algıları. E. Kıral, E. B. Çelik, & A. Çilek içinde, *Eğitim Araştırmaları-2019* (s. 69-101). Ankara: Eğitim Yöneticileri ve Uzmanları Derneği Yayınları.
- Küçük, B. A., & Taştan, S. (2019). The examination of the impact of workplace envy on individual outcomes of counterproductive work behavior and contextual performance: The role of self-control. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(3), 735-766.
- Liu, H., Geng, J., & Yao, P. (2021). Relationship of leadership and envy: how to resolve workplace envy with leadership—a bibliometricreview study. *Journal of Intelligence*, 9(44), 1-28.
- Martínez-León, N. C., Peña, J. J., Salazar, H., García, A., & Sierra, J. C. (2017). A systematic review of romantic

- jealousy in relationships. *Terapia psicológica*, 35(2), 195-204.
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews. *Forum: qualitative social research*, 11(3), 1-13.
- Özdemir, S. (2021). Kıskançlık olgusu ve akademik örgütlere yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 652-676.
- Özdemir, S., & Erdem, R. (2020). Akademinin yeşil gözlü canavarı: kıskançlığın nedenleri ve sonuçları üzerine fenomenolojik bir çalışma. *Nitel Sosyal Bilimler*, 2(1), 19-39.
- Özen, S. (2007). İşyerinde psikolojik şiddet ve nedenleri. *“İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 9(3), 1-24.
- Poggi, I., & Germani, M. (2003). Emotions at work. In *Proc. 8th Intl. Conf. on Human Aspects of Advanced Manufacturing: Agility and Hybrid Automation (HAAMAHA'03)*, 461-468.
- Sarıkaya, N. A., Koyunoğlu, Y., & Kaya, M. (2020). Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin romantik ilişkilerindeki duygusal kıskançlık düzeyleri ve baş etme yöntemleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 10(3), 488-493.
- Spector, P. E., Fox, S., & Domagalski, T. (2005). Emotions, violence and counterproductive work behavior. *Handbook of workplace violence*, 29-46.
- Töremen, F., & Çankaya, İ. (2008). Yönetimde etkili bir yaklaşım: Duygu yönetimi. *Kuramsal Eğitimbilim*, 1(1), 33-47.

- Türk Dil Kurumu. (2024, Ekim 29). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Üçok, D. I. (2019). Çalışanlardaki statü endişesi ve işbirliğine dayalı amaç yapılarının işyeri kıskançlığı üzerindeki etkilerine ilişkin kuramsal bir çalışma. *International Journal of Management and Administration*, 3(5), 1-12.
- Veiga, J. F., Baldrige, D. C., & Markóczy, L. (2014). Toward greater understanding of the pernicious effects of workplace envy. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(17), 2364-2381.

A STUDY ON THE PRACTICE OF STREET FOOD IN NORTHERN CYPRUS¹

Filiz KANIÖZ²

Mete Ünal GİRGEN³

1. INTRODUCTION

Street food is a gastronomic phenomenon that has increased and attracted attention due to industrialization, which forces many local and foreign visitors to eat their daily main meals outside the home. Street food has great economic and cultural importance. It is not only an important alternative for Northern Cyprus, but it has been a trending gastronomy element in the world for years. Their affordability allows them to appeal to a wide audience. For example, taco stands in Mexico offer affordable snacks with local ingredients, while pad thai vendors in Thailand offer fast and economical meal alternatives to both tourists and locals (Chavarria and Phakdee-Auksorn, 2017; Valeria et al., 2025). Bagel, sausages and doner stands in Turkey and Germany offer both local flavors and an economical meal opportunity. Street food is also a part of cultural identity (Güzeler and Çağla, 2018). Foods such as takoyaki in Japan and pani puri in India preserve traditional flavors and keep local culinary culture alive (Imai, 2008).

¹ This book chapter was previously presented as a paper by the same authors at the 3rd International Black Sea Scientific Research and Innovation Congress.

² Sen. Lect, Girne American University, School of Hospitality and Tourism Management, Gastronomy Program, filizkanioz@gau.edu.tr, ORCID: 0009-0002-7969-4545.

³ Assoc. Prof. Dr., Rauf Denktaş University – Tourism & Hospitality Program, mete.girgen@rdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2709-5639.

It has been discussed by many researchers that it is very important for the gastronomy field, both in terms of preserving gastronomic products and sustainability. Street food vending is a common feature of most cities and towns in developing countries such as Northern Cyprus (although it does not get the value it deserves in our country). In addition to providing ready meals at relatively cheap prices, the residents of crowded cities depend on street food for its taste qualities. These qualities are linked to the culinary skills of the vendors (Alimi, 2016). However, the sector is full of unhealthy activities that have been reported to raise serious concerns about the safety of practitioners, especially the health of consumers. These unhealthy activities span the entire street food business chain from agricultural raw materials to final retail street food and contribute to the emergence of diseases and illnesses (Akinbode, 2011). It has been reported that the prevention, care and treatment of diseases originating from street food cause a huge burden on the pockets of individuals and governments in developing countries (Ekanem, 1998). Inadequate resources that could be used for infrastructure development are diverted to the treatment of preventable disease outbreaks due to the above-mentioned unhealthy activities. This review aims to provide an explanation of the sources of significant health risks to consumers along the street food chain reported in the literature and the safety of practitioners and the recommended safety interventions. This can help provide a holistic intervention basis to protect the health and safety of everyone along the chain (Alimi, 2016). It has been observed that there are limited studies on street food in Northern Cyprus. It is especially related to the production of these street foods, the sales method and the vehicles used in sales. There is no study in Northern Cyprus on the risks of street food and how these risks can be prevented. This research was developed from a previous master's thesis and aimed to look at the subject from the perspective of managers by

changing the research participants. In the previous study, it was aimed to evaluate the perception of street food sales in the Kyrenia region, a popular tourism destination in Northern Cyprus, and the satisfaction levels and attitudes of local and foreign visitors towards local street cuisine were investigated and the feasibility of establishing a fixed street food sales area in Kyrenia was studied (Kaniöz, 2024).

In the study titled ‘Development of Local Street Food Culture Project: Controlled Street Food Area Application – Kyrenia Region’, the perspective of the controlled area application will be evaluated from the perspective of the managers. The aim and importance of the study is to collect data and ensure that local North Cyprus street food can be introduced, made more sustainable, and special fixed local street food areas can be put into practice in Kyrenia, the most important tourism region of Northern Cyprus, as in other countries around the world. In the study, semi-structured method was chosen from qualitative research methods. One-on-one interviews and record keeping methods will be used in the questions seeking answers to semi-structured open-ended questions to be conducted with 12-16 people. It is thought that the research will make a significant contribution to the literature. The reason for this is that there are not many similar titles that have been addressed in Northern Cyprus in particular.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Street Foods and Their Importance

Street food is minimally processed food and beverages prepared by street vendors, usually in crowded places, on the streets or in touristic areas. These foods have high cultural value and offer an authentic and nostalgic atmosphere (Evcil, 2017). Street food trade is one of the fastest growing sectors and

approximately 2.5 billion people eat street food every day, 35 million of which are Italians (Privitera and Nesci, 2015). Street food is pre-prepared food and beverages sold by vendors or street vendors on the streets, usually in temporary structures such as trucks, carts and small public stalls. They are affordable, portable and quickly served, making them ideal for frequent visitors or those with limited time. Street food is an expression of local cuisine and cultural practices and is consumed in a variety of ways in different geographical areas. Due to its accessibility and low prices, it is mostly consumed by people with low socioeconomic status in developing countries (Yıldırım and Albayrak, 2019). In developed countries, street food is seen as a popular and trendy way to feed consumers. Street food festivals around the world showcase cultural, religious, geographical and ethnic characteristics and are a basic gastronomic component accessible to everyone (Evcil, 2017). The roots of street food date back to ancient Greece, where vendors sold nuts and seeds on dusty streets. This practice continued for thousands of years and the first official definition was accepted in 1986 (Civitello, 2011). In ancient Rome, street food was primarily consumed by the poor, but wealthy residents sent servants to carry it to their homes. Over time, street food moved from being a food source primarily consumed by the poor to a culinary experience sought by those seeking novelty and different tastes (Bellia et al., 2016).

The emergence of restaurants in the 18th century led to a decline in street food consumption as wealthy individuals preferred restaurants with superior service quality and a stylish atmosphere. The rise of street food vendors in the 19th century has been attributed to the growth of the working class population and the public's preference for socializing and fast food alternatives (Kelly, 2014; Bellia et al., 2016). The spread of street food has been influenced by modernization, development

and industrialization, as well as the increasing participation of women in the workforce. Street food varies significantly across countries and societies, due to factors such as the influx of immigrants and the proliferation of vendors.

2.2.Street Foods in the World

Street food is an important part of global food culture, with approximately 50% of household food expenditure in urban areas in Thailand, Nigeria, the Philippines, and Indonesia being spent on street food purchases. Factors such as religious beliefs, customs, food composition, and traditional values contribute to the diversity of street food cultures in different countries. There are over 3,000 popular street food outlets in Africa, and over 150,000 street vendors in Johannesburg, South Africa (Alimi, 2016). Popular street food includes full meals, stews with sauces, boiled chicken, fried meat, salads, corn or porridge served with garnishes. Studies have identified a variety of street food offerings, including corn-based barley in Venezuela, kebabs in Turkey, meatballs in Russia, fried insects in Central Asia, China, Korea, and Southeast Asia, hot dogs in the United States, and tacos in Mexico. Organizations such as "Street Food Square Association", "National Association of Street Vendors of India", "British Association of Street Food Societies, Italian Street Food Association and Atlanta Street Food Commission" have been established to promote street food. The "World Street Food Congress" congress, which has been held annually since 2013, is the most prominent organization and event for street food (Cardoso, 2014; Patel et al., 2014).

Street food plays an important role in the dietary habits of the Asian population, with vendors operating in a structured manner in various countries. In 2017, the "Street Food Festival" in Istanbul attracted 25,000 participants who wanted to taste street food, which reflects the vibrant essence of the city and has

significant cultural value in Turkish cuisine and gastronomy, and was used as a tourism element to the region (Üstünsoy et al., 2024).

2.3.Street Foods and Northern Cyprus

Cyprus has a rich history that has absorbed various cultural features from various civilizations, including the Egyptians, Hittites, Phoenicians, Assyrians, Roman and Byzantine Empires, Lusignans, Venetians and British. The Turkish influence in Cyprus dates back to the Ottoman conquest in 1571. It was leading to a series of cultural heritages that have shaped the island's cultural identity, including gastronomy (İslamoğlu, 1981). The street food culture of Cyprus has not shown significant development and some street foods have not been successfully passed on to subsequent generations. This is attributed to the influence of Greek cultural practices on the local population. The restaurant culture in Northern Cyprus has developed further due to long periods of sitting and long conversations (Altun and Elidemir, 2023). Turkish Cypriot cuisine is not particularly distinguished by very spicy dishes or climatic factors. The region prefers liquid oils instead of high-fat foods, with dishes usually flavored with lemon and onion (İslamoğlu, 2013). Street food plays an important role in preserving cultural and social heritage and is an integral part of various social practices such as ceremonies, religious ceremonies, weddings, funerals, festivals and other social behaviors. Street food exhibited here, such as lokma, shamisi, kebab products (peach, hellim etc.), katmer, oven kebab etc., has an important value as a cultural heritage within the culinary traditions of a particular society and contributes to the attractiveness of a country as a destination for food tourism. It also showcases traditional cooking methods and local ingredients, reflects ethnic diversity and strengthens the character of the street (Kanıöz, 2024). The economic impact of

street food on countries is significant and approximately 2.5 billion people prefer it daily due to its cost-effectiveness. The sale of street food is often within the informal economy, which lacks regulation and tax legislation. However, this can also provide opportunities for entrepreneurial initiatives and originality. In summary, street food plays an important role in terms of employment opportunities, income generation and cultural tourism in Northern Cyprus (Privitera and Nesci, 2015).

2.4.Characteristic features of Street Foods

Street food is a vital aspect of urban and street culture, providing public spaces for locals to interact and understand their culture. The socio-economic benefits include providing affordable food options and contributing to female employment. Street food is also important in tourism, allowing tourists to interact with local culture. It is a cost-effective and convenient alternative to restaurant dining, making it a popular choice for those with limited financial resources. Street food vendors often use traditional recipes and culinary techniques, increasing culinary creativity and diversity. The popularity of street food has led to advances in the tourism sector, making it a vital part of gastronomic tourism. To succeed in gastronomic tourism, countries should focus on showcasing their unique culinary cultures and promoting local cuisine. Street food is accessible, simple, affordable, and offers a variety of options, making it a popular choice for those short on time or for a quick snack (Yiğit and Yiğit, 2019). Street food is a unique regional cuisine influenced by local ingredients and culinary methods, often preserving their rich history and cultural heritage. They are affordable, accessible to people from different socioeconomic backgrounds, and often come in disposable containers. Street food evokes nostalgia and childhood memories, making it a popular destination for connoisseurs and travelers. It offers a variety of regional and international cuisines, and vendors often

specialize in certain categories. Seasonal street food can help reduce food waste by preparing limited amounts of food when needed (Özer et al., 2024). Overall, street food provides a sustainable and authentic culinary experience.

2.4.1. Increased Hygiene Measures

The increasing popularity of street food has led to increased research on food safety. The World Health Organization (WHO) and the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) define food safety as the quality of a food item that retains its nutritional value and is suitable for consumption according to its physical, chemical, and microbiological characteristics. Foodborne diseases are a major health problem affecting human well-being and economic losses (Kılıç and Girgin, 2021).

The WHO has established "golden rules" to address this problem, such as choosing processed foods, cooking foods thoroughly, consuming cooked foods immediately, being careful when storing cooked foods, maintaining cleanliness on kitchen surfaces, protecting food items from infestations, and using safe water (Kılıç and Girgin, 2021). The increase in street food consumption has highlighted the individual and social financial impacts of foodborne diseases and has made food safety protocols important for both the general public and governing bodies. Factors contributing to foodborne diseases include the quality of raw materials, inadequate storage and processing conditions, and vendors' knowledge and attitudes. In developing countries, foodborne illnesses and outbreaks are common due to poor hygiene practices during the processing, storage and sale of food products (Monney et al., 2014; Okojie and Isah, 2014).

Street food preferences are influenced by factors such as health, emotional appeal, cultural experience and excitement. Cultural perspective is an important factor determining food

safety as visitors often focus on what they can see, which leads to health problems. Environmental, chemical and microbiological factors are risk factors that pose a threat to public health. Studies show that 90% of visitors prefer unhygienic street food and 70% do not trust its quality. In Thailand, food safety scores are the lowest, but do not significantly affect consumer behavior. Local governments have implemented measures to prevent vendor activities due to concerns about public health risks. The FAO (2009) report recommends improving preparation and purchasing conditions, increasing local government control over raw materials, conducting research on socioeconomic impact, food safety and nutrition, raising awareness among vendors and encouraging the use of street food (Sezgin and Şanlıer, 2016). Studies have shown that producers in Colombia, despite being aware of hygiene and sanitation conditions, do not consistently practice hand hygiene after using the toilet. In Brazil, food storage protocols and personal hygiene practices are poorly implemented, suggesting that banning street food sales is not a viable solution. Street food has been authorized in countries such as Thailand, Singapore, the United States and Japan, but requires specific regulations. Collaboration between local governments can improve hygiene and safety standards, improve food quality and provide a competitive advantage (Paksa et al., 2021).

2.4.2. Training of Street Food Vendors

Street food vendors face numerous challenges, including lack of formal education, inadequate awareness of food safety, and lack of legal regulations. Despite concerns about handling and storage practices, street food vendors play an important role in the local economy and tourism. To address these issues, it is essential to implement measures to regulate, provide assistance, promote growth, and raise public awareness. There is a lack of

awareness of food safety among street vendors and consumers in Africa. To reduce the problems, educational initiatives should be implemented for both vendors and consumers. Regulatory measures should be implemented by governing bodies to reduce environmental problems caused by street food (Mukhola, 2014).

It is very important to provide street vendors with appropriate training and certification to ensure that they adhere to hygiene rules and comply with environmental and food safety regulations. This will benefit not only the local community but also tourists when sampling and choosing street delicacies. Food safety is crucial to the safety of food and the production process. Knowledge of hygiene regulations among those involved in food production and sales is essential to control cross-contamination and foodborne illness. Ensuring hygiene includes personal hygiene among production personnel and vendors, as well as the implementation of measures such as cleaning and disinfecting sales areas, utensils, and surfaces. The workforce plays an important role in ensuring hygienic conditions in food production areas. Employees should avoid contaminating microorganisms and other tools that can cause foodborne illnesses. The safety of a food item depends on the person responsible for its preparation and execution of the sales process. Respiratory illnesses such as the common cold can lead to the presence of pathogenic microorganisms that can cause foodborne illnesses (Choudhury et al., 2011).

Consumers' decision-making process is affected by the personal hygiene and sanitation of vendors, which can negatively affect their perception of food quality. People who neglect personal hygiene and are involved in food production and preparation can serve as direct carriers of microorganisms, leading to contamination and cross-contamination. Street vendors should make a clear distinction between their professional attire and personal attire, wear appropriate head

coverings, and engage in hand hygiene practices (Choudhury et al., 2011).

3. RESEARCH METHODS

Qualitative research method was preferred in the research. Eight academicians who are experts in their fields were selected as research participants and enriched the research method section of the study. The researchers were selected from among people who have experience in the field of gastronomy and from universities operating in Northern Cyprus and located in the Kyrenia region. The main problem of this study is to investigate the importance of street food in terms of gastronomy and its effects in terms of sustainability. In the study, the participants of the study gave open-ended answers to semi-structured questions in a qualitative manner and the findings section was created. The previously discussed study on a similar subject and belonging to Yıldırım and Albayrak was used as a draft while preparing the questions. The questions were generalized under the following headings with the thematic coding method and the findings section was created. The study is the research method and findings section of the study that was previously prepared as a report and addressed the same subject (Kanıöz and Girgen, 2024).

4. RESULTS

4.1.The Role of Street Food in the Formation of Social Identity

Researchers have conducted studies on street food in different destinations and mentioned its effects in their studies on social identity (Agyeman et al., 2017; Bowe et al., 2019; Battino et al., 2024). Street food plays an important role in

preserving local culture and identity. While shaping the food culture of societies, it ensures the transfer of traditions from the past to the future. Direct communication between consumers and vendors strengthens the sense of belonging and creates a regular culture. While certain foods carry the common past and cultural stories of societies, they also provide information about economic and social conditions. Street food provides a platform that strengthens social ties by bringing different social groups together. A food shared on a crowded street supports a sense of common identity and helps individuals express their commitment to their own culture. Thus, street food is not only a means of nutrition, but also an important element that reflects the identities of societies as a part of social memory and a cultural symbol. Street flavors, as a fundamental part of gastronomic tourism, offer visitors the opportunity to experience local flavors and get to know that culture more closely. Street food not only offers delicious options, it is also a cultural heritage. They represent the identity of a city or region.

Street food can appeal to different price ranges, thus offering options suitable for every budget. Their fast service approach also makes them attractive in the busy city life. In addition, street vendors offer both old and new tastes by blending traditional recipes with modern touches. Street food is not just a meal, but also an experience. It reflects the taste of a society. Street food is a culture carrier beyond a fast and economical meal. Street food is the most direct meeting point of gastronomy with the people. These foods represent the roots of local cuisines and the practicality of daily life. Recipes and cooking techniques that have been passed down for centuries are carried to the next generations through street vendors. While these foods provide economic support to local producers, they also increase the value of original tastes in the global gastronomy world.

4.2.The Contribution of Street Food to The Economy and Its Effects on Cultural Tourism

The cultural and economical attributes of street food industry investigated by many researchers (Cabasag et al., 2021). In their study Privitera (2015) and Cifci et al. (2021) explained the street food as form of expression, economical experiences and socio-cultural differentiation as a related subject of this research. Street food supports small businesses, boosts the local economy and provides direct employment. It is an important economic advantage for local entrepreneurs as it offers a low-cost business opportunity. Street vendors have the chance to grow while promoting their traditional cuisine and can progress towards opening a restaurant. They reach a wide customer base by offering affordable food thanks to their low operating costs compared to large restaurants. In addition, these businesses contribute to the agriculture and food sector by working with local food suppliers. It is also of great importance in terms of tourism; tourists who want to taste local flavors spend time in these areas and increase the income of surrounding businesses. Thus, street food emerges as a sustainable trade model that provides movement to the economy through both local people and tourists.

Street food is an important part of cultural tourism. Street food vendors in a city reflect not only the food but also the culture, traditions, local identity and lifestyle of that city to tourists. For a tourist, tasting street food is a way to understand and feel that city more deeply. Street food is an effective tool for tourists to get to know the local identity of a destination. These delicacies offer visitors the opportunity to experience the tastes of different cultures and learn about food culture. Showcasing street food at events such as cultural festivals and markets can enhance the promotion of a destination. Such events provide tourists with a more authentic experience while also helping to

preserve the gastronomic heritage of the region. Street food is thus an important element of cultural tourism, both economically and socially.

4.3.Features That Street Food Vendors Should Have to Inspire Confidence in Consumers

Hygiene and transparency in street food are the basic elements of gaining consumer trust. The compliance of vendors with hygiene standards is of great importance in terms of cleanliness and reliability. The use of gloves and caps, cleanliness of equipment and quality of ingredients ensure the safety of food. Establishing a friendly and smiling communication with the customer supports an environment of trust. Being transparent about pricing and content strengthens the reputation of businesses. Local governments setting hygiene standards, providing certificates and training programs increase the safety of the sector. Marking hygienic vendors with clear labels helps consumers make conscious choices.

4.4.The Impact of Fixed Street Food Sales

Fixed street food sales areas usually attract more customers because it is possible to see more comfortable seating, cleanliness and security in these areas. In addition, sales can create customer retention and allow for the branding of a particular venue. This can increase sales in the long run, but this can increase prices. It attracts more customers. The effect of fixed street food areas on sales is usually manifested by facilitating consumer shopping behavior. These areas can function as community centers, especially by encouraging both locals and tourists to come together. This can increase sales volume, as consumers tend to spend longer in fixed locations than street vendors. The physical order and infrastructure provided by fixed areas create a more professional image. This makes it easier for tourists, in particular, to shop with

confidence. However, the success of fixed areas depends on the management of these areas and the competitiveness of the businesses here.

4.5. Infrastructure for Hygiene and Food Safety

There are some researchers (Okojie and Isah, 2014; Adane et al., 2018) studied on this subject has been addressed in certain areas. Modern infrastructures for hygiene and food safety in street food should be established. Basic requirements such as access to clean water, waste management and cooling systems should be provided. Fixed sales areas should be durable and hygienic, with temperature control and fresh food storage systems. Vendors should clean and disinfect their sales areas regularly. Local governments should set hygiene standards, conduct regular inspections and provide training programs. While elements such as lighting and ventilation increase consumer satisfaction, technology-supported solutions can further strengthen hygiene and safety.

5. CONCLUSION

This study aims to draw attention to the place and importance of street flavors, which are considered as a gastronomic tourism product, in Northern Cyprus and in the world. The Literature Review method was used as the research method in the research. Street flavors in Northern Cyprus are classified in many different ways. While these flavors take their place both in festivals and at home, many institutions use this gastronomic element to protect them in schools that provide practical culinary education. Northern Cyprus, which contains the thousands of years of civilizations in every area of its cuisine, is a true gastronomic country. Street flavors offer visitors the opportunity to experience the local flavors and

culture of a region firsthand, as well as providing serious economic power. As stated in the research, there are many countries in various parts of the world whose economies revolve around street flavors. In order for street flavors in Northern Cyprus to gain more space in gastronomic terms and to be sustainable, it is very important to exhibit gastronomic products from all over the country, to use traditional methods for sustainability and to apply original recipes, to increase promotional activities, to provide hygiene for street flavors and to provide training to vendors.

REFERENCES

- Adane, M., Teka, B., Gismu, Y., Halefom, G., & Ademe, M. (2018). Food hygiene and safety measures among food handlers in street food shops and food establishments of Dessie town, Ethiopia: a community-based cross-sectional study. *PloS one*, 13(5), e0196919.
- Agyeman, J., Matthews, C., & Sobel, H. (Eds.). (2017). Food trucks, cultural identity, and social justice: From loncheras to lobsta love. MIT Press.
- Alimi, B. A. (2016). Risk factors in street food practices in developing countries: A review. *Food science and human wellness*, 5(3), 141-148.
- Altun, Ö., & Elidemir, S. N. (2023). Kıbrıs meyhane lezzetlerinin gastronomi turizmi bağlamında incelenmesi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(3), 410-426.
- Akinbode, S.O., Dipeolu, A.O., & Okuneye, P.A. (2011). Willingness to pay for street food safety in Ogun State, Nigeria, *J. Agric. Food Inf.* 12 (2011) 154–166.
- Battino, S., Lampreu, S., & García García, B. (2024). City, Tourism, and Food. The Italian Street Food Experience as a Connecting Resource and Local Identity. In *International Conference on Computational Science and Its Applications* (pp. 18-29). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Bowe, M., Wakefield, J. R., Kellezi, B., McNamara, N., Harkin, L., & Jobling, R. (2019). 'Sometimes, it's not just about the food': The social identity dynamics of foodbank helping transactions. *European Journal of Social Psychology*, 49(6), 1128-1143.

- Bellia, C., Pilato, M., & Seraphin, H. (2016). Street food and food safety: a driver for tourism?. *Calitatea*, 17(S1), 20.
- Cabasag, M. A., Batan, B. L., Canonigo, J. T. S., & Inocian, R. B. (2021). The culture and economic attributes of puso street food industry: Basis for a contextualized framework of puso teaching model. *Journal of Research, Policy & Practice of Teachers and Teacher Education*, 11(1), 63-79.
- Cardoso, R. D. C. V., Companion, M., & Marras, S. R. (2014). *Street food*. Routledge.
- Chavarria, L. C. T., & Phakdee-Auksorn, P. (2017). Understanding international tourists' attitudes towards street food in Phuket, Thailand. *Tourism Management Perspectives*, 21, 66-73.
- Choudhury, M., Mahanta, L. B., Goswami, J. S., & Mazumder, M. D. (2011). Will capacity building training interventions given to street food vendors give us safer food?: A cross-sectional study from India. *Food Control*, 22(8), 1233-1239.
- Cifci, I., Atsız, O., & Gupta, V. (2021). The street food experiences of the local-guided tour in the meal-sharing economy: the case of Bangkok. *British Food Journal*, 123(12), 4030-4048.
- Civitello, L. (2011). *Cuisine and culture: A history of food and people*. John Wiley & Sons.
- Ekanem, E. O. (1998). The street food trade in Africa: safety and socioenvironmental issues, *Food Control* 9, 211–215.
- Evcil, A. (2017). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Sokak Yiyeceği Deneyimi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetleri Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik

- Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Food and Agriculture Organization (FAO). (2009). Good hygienic practices in the preparation and sale of street food in Africa, tools for training. Rome, Italy, FAO, ISBN 978-92-5-105583-0.
- Güzeler, N., & Çağla, Ö. (2018). Conceptual analysis of street flavors of Turkey. *Annals of the University of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(2), 147-155.
- Imai, H. (2008). Senses on the move: Multisensory encounters with street vendors in the Japanese Urban Alleyway Roji. *The Senses and Society*, 3(3), 329-339.
- İslamoğlu, M. (2013). Geleneksel Kıbrıs Türk Mutfağı. Lefkoşa: Gökada Yayınları.
- İslamoğlu, M. (1981). Kıbrıs Türk Mutfağı ve Etkinlikleri, Türk Mutfağı Sempozyum Bildirileri, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları: 41, Seminer Kongre Bildirileri Dizisi, 12-31 Ekim-1 Kasım: 9-24.
- Kanıöz, F. (2024). A Study on North Cyprus Street Food Evaluation of Street Food in the field of Gastronomy Tourism in Kyrenia District and Application of Food Safety. GAU, Graduate Education, Training and Research Institute (unpublished MSc thesis).
- Kanıöz, F. & Girgen M. U. (2024). Yerel Sokak Yemeği Kültürünün Geliştirilmesi Projesi: Kontrollü Sokak Yemeği Bölgesi Uygulaması – Girne Bölgesi. 3.International Karadeniz Scientific Research And Innovation Congress, Isarc International Science and Art

Research Center. 09-10 November 2024, Trabzon. ISBN: 978-625-367-962-0.

- Kelly, S. (2014). The Evolution of Street Food. World Press. Retrieved from: <https://samanthachristinekelly.wordpress.com/2014/02/15/part-1-street-food-revolution-the-history-of-street-food/>
- Kılıç, B., & Girgin, G. (2021). Tüketicilerin Sokak Lezzeti Tercihleri ve Hijyen Algılarının Kişilik Tipleri Kapsamında İncelenmesi. Joghat. 2021-Vol-4-İssue-1.
- Monney, I., Agyei, D., Ewoenam, B. S., Priscilla, C., & Nyaw, S. (2014). Food hygiene and safety practices among street food vendors: an assessment of compliance, institutional and legislative framework in Ghana.
- Mukhola, M. S. (2014). Sokak yemeği satıcılığı: Daha iyi gıda elleçleme ve ilişkili çevresel sorunlara yönelik eğitim. Antropolog, 17(1), 251-258.
- Okojie, P. W., & Isah, E. C. (2014). Sanitary conditions of food vending sites and food handling practices of street food vendors in Benin City, Nigeria: implication for food hygiene and safety. *Journal of environmental and public health*, 2014(1), 701316.
- Özer, A. N., Önel, E., & Sünnetçioğlu, A. (2024). Sokak Lezzetlerinin Seçimini Etkileyen Faktörler. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 13(2), 265-298.
- Paksa, P., Unyapokin, R., Aoythongthip, P., & Prasongthan, S. (2021). Comparing Three Generations' Perception of Risk and Risk Reduction Methods Towards Thai Street Food Market. *Review Process*, 144.
- Patel, K., Guenther, D., Wiebe, K., & Seburn, R. A. (2014). Promoting food security and livelihoods for urban poor

- through the informal sector: a case study of street food vendors in Madurai, Tamil Nadu, India. *Food Security*, 6, 861-878.
- Privitera, D. (2015). Street food as form of expression and socio-cultural differentiation. In *Proceedings of the 12th PASCAL international observatory conference, Catania*.
- Privitera, D. - Nesci, F. (2015). Globalization vs. Local. The Role of Street Food in The Urban Food System, *Procedia Economics and Finance* 22, 716 – 722.
- Sezgin, A. C., & Şanlıer, N. (2016). Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4072-4083.
- Trafialek, J., Drosinos, E. H., Laskowski, W., Jakubowska-Gawlik, K., Tzamalís, P., Leksawasdi, N., ... & Kolanowski, W. (2018). Street food vendors' hygienic practices in some Asian and EU countries—A survey. *Food control*, 85, 212-222.
- Üstünsoy, E., Dedeoğlu, B. B., Şahin Perçin, N., & Solunoğlu, A. (2024). Do food quality, service quality, and hygiene practices in street food affect satisfaction and behavioral intentions? The role of emotion: in Istanbul and Bangkok. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-30.
- Valeria, L. G., Sebastián, A. G., Gabriela, G. P., Montserrat, H. I., & Angélica, G. O. (2025). Evaluation of street food consumption patterns, vendor practices, and Salmonella enterica contamination in street tacos. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 101112.
- Yıldırım, Ö., & Albayrak, A. (2019). Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.

Yiğit, E. A., & Yiğit, Y. (2019). Gastronomik ürünler sokak lezzetleri. *Turan: Stratejik Arastirmalar Merkezi*, 11(43), 434-439.

ANTEP FİRİĞİ VE GAZİANTEP MUTFAĞI'NDAKİ YERİ

Ayşegül DORU¹

Oya ÖZKANLI²

1. GİRİŞ

Gaziantep bulunduğu coğrafi konumundan ötürü birçok kültürün sentezi sonucunda oluşmuş yaratıcı bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu zengin özelliğinden dolayı 2015 yılında Gastronomi alanında, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından "Yaratıcı Şehirler Ağına" seçilmiştir. Gaziantep bu özelliklerinin yanında Türkiye'de en fazla coğrafi işaretli ürüne sahip olan şehirdir. Bu ürünlerden biri de Gaziantep Fırığıdır. Ancak literatürde Gaziantep'in yemek kültürünün önemli bir parçası olan coğrafi işaretli ürünlere yönelik doğrudan çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma ile sadece Gaziantep'te üretilen Gaziantep Fırığı ele alınarak üretimi, özellikleri ve Gaziantep Kültüründeki yeri ortaya ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. BUĞDAY

Binlerce yıldır bereketin simgesi olan buğday, Anadolu'da yalnızca bir tarım ürünü olmaktan öte, kültürel mirasın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu topraklarda buğday, gelenek ve yaşamla iç içe geçmiş bir değerdir. Dünya

¹ Diyetisyen, aysegul_doru@hotmail.com, ORCID: 0009-0001-2746-0037.

² Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozbayram27@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0960-2425.

genelinde gıda güvencesinin temel unsurlarından biri olan buğday, yalnızca Anadolu insanı için değil, tüm insanlık için kritik bir besin kaynağıdır. “Tahıl ambarı” olarak anılan Anadolu, günümüzde 23 yabancı buğday türüne ve 400’den fazla kültüre alınmış buğday çeşidine ev sahipliği yaparak bu alandaki zenginliğini sürdürmektedir (Türkiye’nin Buğday Atlası, 2016).

Türkiye’de buğday tarımının başlangıcı binlerce yıl öncesine dayanır. Arkeolojik çalışmalar buğdayın ortaya çıkış ve yayılış bölgesi olarak verimli hilal diye ifade edilen bölgeyi işaret eder. Verimli hilal ise Türkiye’nin güneydoğusunu da içine alan bir bölgedir. Geçmişten günümüze kadar bu bölgelerde yaşamış tüm medeniyetlerde buğday her zaman önemli bir yere sahip olmuştur (Özberk vd., 2016:2).

Buğdayın insanlıkla hikayesinin başlangıcı bereketli hilal denilen bölgede olmuştur. Bu bölge bugünkü Türkiye, İran, Irak, Suriye, Filistin, İsrail ve Lübnan’ı içine alır. Bu bölge doğanın bereketi konusunda şanslı bir bölge olmuştur. Çünkü insanlığın ihtiyacı olan ve devamlılığını sağlayan birçok ürünün burada yetiştiği görülür. Temel besin kaynaklarından olan buğday ve arpa başta olmak üzere bunların pek çok ıslah edilmemiş ataları bu bölgenin topraklarında yetişmiş doğal türlerdir. O zamanın şartlarına göre küçük, elde edilmesi kolay ve besleyiciliği yüksek olan buğday ve arpa tanelerinin insanlık tarafından fark edilip beslenmelerine alması sonucunda tarım devrimi gerçekleşti. Bu değişimle doğadan toplanan yabancı buğday ekilip biçilmeye başlandı. Bunun sonucunda insanların avcı-toplayıcı yaşam biçimi yerleşik-üretici yaşam biçimine evrilmiş oldu (Türkiye’nin Buğday Atlası, 2016).

Tarih boyunca önce buğday ve yabancı tahıllar insanlar tarafından toplanmış, ardından diğer bitkilerin, meyve ve sebzelerin kullanımı yaygınlaşmış, hayvanların evcilleştirilmesiyle tarımsal üretim çeşitlenmiştir. Sulama

sistemlerinin geliştirilmesiyle tarımsal verim artmış, gıdanın saklanması ticaretin başlamasına zemin hazırlamış ve bu süreç şehir devletlerinin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Günümüzde ise buğday, ekonomik ve toplumsal yapıyı şekillendiren en önemli tarımsal ürünlerden biri olmaya devam etmektedir (Türkiye'nin Buğday Atlası, 2016).

Türkiye topraklarında yetişen buğday yabancı akrabalar yönünden dünyada birincidir. Modern buğdayı meydana getiren birinci gen havuzundaki tüm buğday türleri Türkiye'de bulunmaktadır (Özberk vd., 2016:2).

Tüm dünyaca tarımı yapılan buğdayın Türkiye topraklarında ilk kez Güneydoğu Anadolu bölgesindeki Karacadağ civarlarında kültüre alındığı bilinmektedir. Türkiye'de yapılan tahıl tarımının büyük kısmını buğday oluşturmakta ve yaklaşık 2.9 milyon işletme tarafından yılda toplam 20 milyon ton buğday elde edilmektedir (Türkiye'nin Buğday Atlası, 2016).

İnsan beslenmesinde %50-55 oranında yer alması gereken karbonhidratın önemli kısmını buğday ve ürünleri oluşturmaktadır. Bu anlamda buğday büyük bir oranda üretimi yapılan tahıl ürünüdür (Baysal, 2014)

FAO'nun 2016 yılı verilerine göre, dünya genelinde toplam 220 milyon hektar alanda buğday ekimi yapılmış ve yaklaşık 750 milyon ton ürün üretilmiştir. Kıtalar bazında incelendiğinde, 100 milyon hektarlık ekim alanıyla Asya ilk sırada yer alırken, 62,5 milyon hektar ile Avrupa ikinci, 36,9 milyon hektar ile Amerika üçüncü olmuştur. Okyanusya'da 11,3 milyon hektar, Afrika'da ise 8,9 milyon hektarlık alanda buğday yetiştirilmiştir. Üretim miktarları açısından ise Asya 327 milyon ton ile en yüksek verimi elde ederken, Avrupa 250 milyon ton, Amerika 127 milyon ton, Afrika 23 milyon ton, Okyanusya ise 22,7 milyon ton üretim gerçekleştirmiştir. Türkiye'de ise 2016

yılında 7,6 milyon hektarlık alanda buğday ekimi yapılmış ve toplamda 20,6 milyon ton buğday üretilmiştir (Yılmaz, 2018).

Hasattan sonra haşlanıp kurutulup küçük parçalara ayrılan sert buğdaydan üretilen bulgur yine Türkiye'deki beslenme motifinin önemli bir deseni konumundadır. Yüksek besin değeri ve lif içeriğiyle bulgur sağlıklı vejetaryen diyet menülerinin de vazgeçilmezleri arasındadır (Özberk vd., 2016:2).

Tarımla uğraşan kimseler on bin yıllar boyunca bitkileri topladılar, yetiştirdiler ve bunlar içinde en iyi özelliğe sahip olanları geliştirip çoğalttılar, tarımla uğraşan diğer insanlarla değiş-tokuş yaptılar. Bir yerden bir yere göç esnasında bu geliştirdikleri ve değiştirdikleri materyalleri de yanlarına alarak çeşitliliğin yayılmasını sağlamışlardı. Ortalama bir hesaplama insanların 20-25 yılda bir nesil değiştirdiği düşünülürse geçen on bin yıllar boyunca 400-500 nesil bu bitkileri yetiştirmiş ve bunların üretim tekniklerini, kullanım şekillerini ve muhafazası konularında birçok bilgiyi bir sonraki nesle aktarmıştır. Her gelen nesil bu bilgilere yenilikler getirmiştir. Sonuç olarak ülkenin dört bir yanında değişen her türlü koşullar altında çiftçi aileleri tarafından geliştirilen ve 'geleneksel bilgi' adını alan binlerce teknik, şekil ve yenilikler oluşmuştur. Çiftçiler öncelikle doğada hangi bitkilerin gıda kapsamında değerlendirileceğini araştırmış ve daha sonra hangilerini beslenme amacıyla kullanılabileceklerini belirlemişlerdir (Karagöz, 2019:31)

Dünya geneli değerlendirildiğinde buğday üretimi yine diğer tahıl ürünlerine kıyasla daha fazla yapılmaktadır. Bu durum Türkiye özelinde incelendiğinde de aynı şekilde gerçekleşmektedir (Yılmaz, 2018).

2.1. Buğday Ürünleri

Makarnalık buğdaydan öğütülmüş irmik, makarnalık granül ve durum unu elde edilir. Üretilen bu üç ürün ise hamurlu ve hamursuz gıda ürünlerinin üretiminde kullanılır. Hamurlu buğday ürünleri, irmik veya makarnalık un ile su karıştırıp mayasız hamur haline getirilen farklı şekillerde oluşturulan ve pişirilip yenilen veya sonradan tüketilmek üzere kurutulan gıda ürünleridir. Makarna ve kuskus hamurlu gıda ürünleridir. Yüksek nemli mayalı veya mayasız ekmek, pişmiş veya buharda pişirilmiş bulgur (firik) içindeki durum buğdayı ürünleri, hamursuz gıda ürünleridir (Elias, 1995).

Makarnalık buğday (*Triticum durum*), dünya genelinde buğday ekim alanlarının yaklaşık %8-10'unu kaplamasına rağmen, yarı kurak bölgelerde ekmeklik buğdaya kıyasla daha iyi uyum göstermektedir. Büyük, yarı saydam, dayanıklı ve altın sarısı renkteki taneleri, makarnalık buğdayı öne çıkaran önemli özelliklerdendir. Bu buğday türü; makarna ve kuskus başta olmak üzere, bulgur, firik bulguru, kahvaltılık gevrekler, durum unundan yapılan ekmekler ve bazı tatlılarda kullanılan irmik gibi geniş bir ürün yelpazesine sahiptir (Yılmaz, 2018).

3. COĞRAFİ İŞARET

Coğrafi işaret, belirli bir bölgeye özgü olan ve bu bölgeden kaynaklanan farklılıklarıyla benzerlerinden ayrılan yöresel ürünleri tanımlayan bir ifadedir. Bu işaret, bir ürünün ayırt edici özelliğini, ününü veya diğer niteliklerini, ait olduğu yöre, bölge ya da ülke ile ilişkilendirir. Coğrafi işaretler, kullanım biçimine göre menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Türkpatent Kılavuz).

Coğrafi işaretler, ürünlere katma değer kazandırarak bölgesel ve ulusal ekonomilere önemli katkılar sunmaktadır.

Aynı zamanda gastronomik kimliğin oluşumunda da etkili olup, toplumların yiyecek ve içecek kültürlerinin özgünlüğünü korumaya yardımcı olur . Bunun yanı sıra, yöresel ürünlerin korunmasını destekleyerek gelecek nesillere doğru ve sürdürülebilir bir şekilde aktarılmasına olanak tanımaktadır (Uçuk ve Suna, 2018:3).

3.1. Menşe Adı

Belirli bir coğrafi bölge, yöre veya bazı durumlarda bir ülke ile özdeşleşen, temel özelliklerini bu bölgeye ait doğal ve insan kaynaklı unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve tüm diğer aşamaları aynı coğrafi alan içerisinde gerçekleşen ürünler "menşe adı" ile tanımlanır. Menşe adları, yalnızca ait oldukları bölge sınırları içinde üretilen ürünler için kullanılmaktadır (Türkpatent Kılavuz).

3.2. Mahreç İşareti

Belirli bir yöre, bölge veya ülke ile ilişkilendirilen, ayırt edici bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri nedeniyle bu coğrafi alanla bağlantılı olan, üretim, işleme ya da diğer aşamalarından en az biri belirlenen coğrafi sınırlar içinde gerçekleştirilen ürünler "mahreç işareti" ile tanımlanır. Mahreç işaretine sahip ürünlerin bazı özellikleri ilgili bölgeye özgü olmakla birlikte, üretimleri farklı yerlerde de yapılabilir. Ürünün bu coğrafi alanla bağlantısı, yalnızca sahip olduğu ün ile de şekillenebilir (Türkpatent Kılavuz).

3.3. Coğrafi İşaret Almış Gaziantep'e Ait Yöresel Yiyecekler

Coğrafi işaret almış ürünler bakımından Gaziantep sayıca yöresel yiyeceğe sahiptir. Türkpatent tarafından 106 tane coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır. 106 üründen üç tanesi Gaziantep Fırığı, Antep Fırık Pilavı ve Antep Fırıklı Acur Dolmasıdır (Türkpatent Kılavuz).

Resim 1: Gaziantep Ticaret Borsasının Başvurusu ile alınan Antep Fırığı Coğrafi İşareti (Gaziantep Ticaret Borsası Bülten)

Tescil No	: 244
Tescil Tarihi	: 24.11.2017
Başvuru No	: C2017/007
Başvuru Tarihi	: 18.01.2017
Coğrafi İşaretin Adı	: Antep Fırığı
Ürünün Adı	: Fırık
Coğrafi İşaretin Türü	: Menşe adı
Tescil Ettiren	: Gaziantep Ticaret Borsası
Tescil Ettirenin Adresi	: Sanayi Mah. 60092 No'lu Sok. Bina No:15 Şehitkamil GAZİANTEP
Coğrafi Sınır	: Gaziantep İli sınırları
Kullanım Biçimi	: Markalama



Resim 2: Gaziantep Ticaret Borsasının Başvurusu ile alınan Antep Fırığı Coğrafi İşareti (Türkpatent)

11.11.2024 16:30

Coğrafi İşaretler Portalı



<https://www.turkpatent.gov.tr/>

Gaziantep/Antep Fırık Pilavı



Coğrafi İşaretin Türü	: Mahrec İşareti
Dünya Numarası	: C2020/158
Başvuru Tarihi	: 02.07.2020
Tescil Numarası	: 728
Tescil Tarihi	: 19.04.2021
Ürün Grubu	: Yemekler ve çorbalar
İl	: Gaziantep
Başvuru Yapan/Tescil Ettiren	: Gaziantepli Geliştirme Vakfı
Durum	: Tescilli
Adres	: İçişleri Mah. 35004 Nolu Caddesi No:4 Şehitkamil GAZİANTEP



Coğrafi İşaret Sist. Belgesi / /Tiers/GeographicalSigns/3043502e-c3f3-4c0b-



<https://turkpatent.gov.tr/geographical-indicators/detail/2233>

1/2

Resim 3: Gaziantep’i Geliştirme Vakfı’nın başvurusu ile alınan Antep Firikli Acur Dolması Coğrafi İşareti (Türkpatent)

Gaziantep/Antep Firikli Acur Dolması



Coğrafi İşaretin türü Mahrec İşareti

Dosya Numarası C2020/146

Başvuru Tarihi 26.06.2020

Tescil Numarası 708

Tescil Tarihi 26.03.2021

Ürün Grubu Yemekler ve çorbalar

İl Gaziantep

Başvuru Yapan/Tescil Ettiren Gaziantep’i Geliştirme Vakfı

Durum Tescilli

Adres Incilpinar Mah. 36004. Cad. No.4 Şehitkamil/GAZİANTEP



4. FİRİK

M.Ö 2.300 yıllarında Akdeniz bölgesindeki bir köyün buğday tarlaları, düşmanlar tarafından yakılmış. Bölge sakinleri ellerinden geleni kurtarmak için yanmış tabakayı kaldırdılar ve tahılın yeşilimsi rengini korumasına rağmen sıcaklık sayesinde olgunlaştığını keşfettiler. Bu keşif firik üretimine yol açmıştır. Firik, Suriye, Lübnan, Ürdün ve Mısır başta olmak üzere Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin özel yiyeceği durumundadır. Firik, bahse konu ülkelerin özel bir yemek çeşidini oluşturmaktadır (Fondazione Slow Food).

"Freekeh" kelimesi, Arapça "ovmak" anlamına gelen faraka kökünden türemiştir ve kepeklerini çıkarmak için tahılların kuvvetli bir şekilde ovulduğu (dövüldüğü) “freekeh” üretim aşamasına işaret etmektedir (Özkaya vd., 1999:66, GTO Firik Fizibilite Raporu).

Firik, binlerce yıldır bir bileşen olarak kullanılmıştır ve hatta İncil'de de geçmektedir. Musselman ve Al-Mouslem, firığın kavrulmuş veya kavrulmuş tahıl olarak adlandırıldığına dair kanıtlar sunuyor. Firik için İbranice kelime kawlee'dir, bu da büzülme ile yavaşça kavurmak veya kızartmak anlamına gelir. Arapça İncil'in yaygın olarak kullanılan Van Dyke baskısında, kavrulmuş mısır ve kavrulmuş tahıl, geçtiği yedi ayette frekeh'e çevrilmiştir. Süryanice metin Arap kökenli froka'yı kullanır (Bayram, 2008:3).

Firik geleneksel bir buğday ürünüdür. Henüz olgunlaşmamış ve süt olum basamağındaki durum buğdayının (Triticum durum) ve bazen de sert ekmeklik buğdayların (Triticum aestivum) ateşte kavrulmasıyla üretilen bir bulgur çeşididir. Yapı olarak bulgur ve pirince benzer. Firik yeşil kahverengi renge sahip olup isli ve tutsülü bir aromaya sahiptir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020:2)

Firik, mayıs ve temmuz ayları arasında Anadolu (Türkiye), Lübnan, Ürdün, Mısır, Irak, İran, Suriye, Mezopotamya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu'daki çiftliklerde ve köylerde, yani hasattan önceki olgunlaşmamış dönemde üretilmektedir. Şu anda büyük ölçekli endüstriyel firik üretim tesisi bulunmamaktadır. Toplam üretimin yıllık yaklaşık 250.000–300.000 ton olduğu tahmin edilmektedir. Firik ihracatı genellikle Avrupa ülkelerine, özellikle Fransa, Almanya, İsveç, İspanya gibi Türk, Arap, Suriye, Yahudi, Orta Doğu ve Ermeni nüfusu büyük olan ülkelere yapılmaktadır (Bayram, 2008:3).

Firik, yemeklerde (özellikle pilav gibi) ve çerez olarak tüketilen bir üründür. Günümüzde, ambalajlı olarak satışa sunulmaktadır. Firik; bulgur ve döğme ile aynı grupta değerlendirilse de, fiyat açısından genellikle 3-4 kat daha pahalıdır. Bulgur ile firik, hem hammaddesi hem de kullanım alanları bakımından benzerlik gösterse de, üretim süreçleri ve

besin değerleri açısından farklılık taşır. Bulgur, olgun buğdayın yarı pişirilmeyle elde edilirken, firik olgunlaşmamış buğdayın yakılmasıyla üretilir. Ayrıca, bulgurun kabuğu mekanik soyucularla ayrılırken, firikte dış kabuklar yakılarak uzaklaştırılır (GTO Firik Fizibilite Raporu).

Günümüzde tüketicilerin artan fonksiyonel ve sağlıklı gıda talebine gıda endüstrisi bu talebe cevap olabilecek gıdalar ve bu gıdaları üretebilecek teknolojiler aramaktadır. Bununla beraber geleneksel veya küçük hacimli üretimi yapılan firik vb. bazı gıdaların fonksiyonel özellikleri ise bilim insanların dikkatini çekmiş ve bu durum firigin çalışmalara konu olmaya başlamasını sağlamıştır. Doğal gıdaların antioksidan ve fonksiyonel bileşenler açısından zengin olması üretimlerini ve tüketimlerini küresel olarak teşvik etmektedir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020:2).

5. FIRİK ÜRETİMİNDE KULLANILAN BUğDAY TÜRÜ

Bulgur yapıldığı buğdayın özelliğini taşıdığı gibi firik de yapıldığı buğdayın özelliğini taşımaktadır (zboy, 1998:6).

Firik retiminde genellikle Triticum durum buğdayı tercih edilmekle birlikte, zaman zaman Triticum aestivum buğdayı da kullanılmaktadır. Buğday taneleri sertleşmeye başlarken, ancak başaklar hl yeşil durumdayken firik hasadı gerçekleştirilmektedir (Pekkirişçi, 2022).

Genel olarak, geç süt olgunlaşması ile orta hamur olgunlaşması aşamalarında hasat edilen buğdaydan işlenen firiklerin, muhtemelen daha yüksek serbest basit şeker içerikleri nedeniyle tam olgunluk aşamasında işlenenlerden daha lezzetli olduğu kabul edilir. En iyi firik en büyük, sert çekirdeklerden

yapıldığı için durum buğdayı en uygun hammaddedir (Özkaya vd., 1999:66).

Yapısı sert ve geniş olduğu için firik yapımında Zenit ve Diyarbakır spp. türü durum buğdayları en uygun buğday çeşitleri olarak önerilmektedir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020:2).

Firik üretilirken genel olarak *Triticum durum* buğdayı az da olsa ekmeklik *Triticum aestivum* buğdayı kullanılır. Gaziantep'te her iki buğday türünde kullanılarak firik üretilmektedir. Fakat Antep Firiği Gaziantep'te yetişen *Triticum durum* buğdayından yapılır (Gaziantep Ticaret Borsası).

6. FIRİK ÜRETİMİ

Firik genellikle yerel tüketim için ev yapımıdır veya ticari olarak küçük ölçekli üreticiler tarafından üretilir (Özboy vd., 2001:45).

Firik üretimi genellikle çiftçiler tarafından bilinmekte ve uygulanmaktadır. Yakma süreci ise deneyim ve ustalık gerektirmektedir. Yerel çiftçilerle yapılan görüşmelerde, firığın üretimine ne zaman başlandığı tam olarak bilinmese de, kullanılan yöntemin değişmeden günümüze kadar geldiği ifade edilmiştir (Gaziantep Ticaret Borsası).

Firik Ütme, Yöresel ifadeyle “firigüdme”; buğday henüz tarlada iken ve başağındaki tanelerin artık süt halinden çıkıp sertleşme dönemine girdiği zaman buğdayı sapı ve başağıyla birlikte ateşte kavurma işidir (GTO Firik Fizibilite Raporu).

Firik iki teknikle üretilir. Olgunlaşmamış buğdayların kılçıkları ve yapraklı malzemelerini yakmak için alevlerin üzerindeki olgunlaşmamış sivri uçları yakarak veya atmosferik basınçta kaynatarak yapılır. Daha sonra pişmiş başak güneşte kurutulur, dövülür ve çekirdekler kabuklarından ayrılır.

Kavurma veya tütsüleme firige karakteristik bir tat verir. Firik'in tüketimi bulgura benzer (zkaya vd., 1999:66).

Firik yapımı amacıyla buğday hasadı yapmak için uygun zaman, baş parmak ve işaret parmağı arasında keskin bir şekilde bükülmüş bir tahıldan sütlü endosperm sızdığı zamandır. Firik yapımında doğru zaman kalite özellikleri açısından kritiktir. Buğday çok erken hasat edilir ve kavrulursa, tahıl ker, çok geç hasat ve kavurma yeşil buğdayın kendine özgü yeşil rengini ve aromasını sağlamaz (Al-Mahasneh ve Rababah, 2007:79).

Hasadın, süt olum evresinin sonu ile sarı olum evresinin başlangıcında yapılmasının başlıca nedeni, bu süreçte basit şeker oranının yüksek olmasıdır (Gaziantep Ticaret Borsası).

Sabahları buğday kesilir veya çekilir(kökünden topraktan çekilir) ve 2-4 saat kurutulur. Kasnaklar yakmak için asfalt yollara yerleştirilir, ancak çıplak zemin veya metal levha parçaları üzerinde de yakma işlemi yapılabilir (Bayram, 2008:3).

Geleneksel olarak firik yapılırken olgunlaşmamış buğday, diğer mahsullerin kurumuş kalıntıları üzerinde yakılırdı. Arpa hasadı firik üretimiyle çakıştığı için arpa samanı kullanılmaktaydı. Yandığında çok ısı veren ve kokusu olan yakıtlardan kaçınılır. Örneğin firik, kimyon hasadı yapılırken aynı zamanda hazırlanır, ancak kimyon samanı yakıldığında firige aroma verdiğinden Türkiye'de kavurma işleminde kimyon kullanılmamaktadır (Bayram, 2008:3).

Hasadı yapılan buğday sap ve başakları yakma işleminin yapılacağı metal kafeslerin içine yerleştirilir. Kimi yere üreticiler yakma sırasında metal kafes kullanmak yerine başak yığını ateşe vererek dirgen ya da yaba gibi elde kullanılan tarım araçlarıyla yığını çevirerek eşit yakımı sağlamaya çalışırlar. Yakma işlemi sırasındaki esas amaç buğday başağını sıcaklık ve tütsüleme aracılığıyla kavurmak ve fazlalıkları uzaklaştırmaktır. Aynı zamanda yakma işlemiyle diğer bir amaç

firiğe özgü isli ve yeşilimsi yapıyı da kazandırmaktır. Bu işlem bitince metal kafesteki kavrulmuş olan başaklar ayrılır ve soğumaları için beklenir. Soğuma sonrasında buğday başakları ön temizlik ve tanelerin ayrılması için biçerdöver ya da patoz gibi mekanik araçların yardımıyla ayrılarak firik elde edilir. Bu işlemler sonrasında elde edilen firiğin ne oranı %45'tir. Bu nem oranının küflenme ve bozulma problemlerinin yaşanmaması için %12-15 civarlarına indirilmesi gerekir. Bu amaçla firiğin güneş gören geniş bir alana yayılarak belirli aralıklarla karıştırılıp ters-yüz edilmesi sağlanmalıdır. Bu kurutma şeklinin uygulanma nedenleri: basit olması, etkili olması ve düşük maliyete sahip olmasıdır. Bu evrelerden sonra elde edilen firik son temizleme işleminin uygulanması sonrası satış için genel de yerel satıcılara ya da büyük marketlere gönderilir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020:2).

Antep Firiği Üretiminde Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar:

- Ateş maruz kalmamış olgunlaşmamış buğday taneleri firik olarak kabul edilmez.
- Yaygınlaşan tüple yakma yöntemi, firiğin özgün lezzetini olumsuz etkileyerek Antep Firiği'nin karakteristik tadının oluşmasını engeller.
- Geleneksel ateşte yakma yönteminde, zeytin veya asma ağacı odunu tercih edilmelidir. Çünkü yalnızca bu iki odun türü, Antep Firiği'ne özgü tütsülenmiş aromayı kazandırır. Çam ağacı ise yanma sırasında yoğun is oluşturduğu için bu işlemde kullanılmaz.
- Antep Firiği'nin rengi sarı ile yeşil arasında olup, doğrudan güneş ışığında kurutulmaz.
- Sadece durum buğdayı kullanılarak üretilir.
- Üretim sürecinde, başlangıçtaki ağırlığının yaklaşık %40'ını kaybeder. Kaliteli firik taneleri hafif

kömürleşmiş, sert, taze, yeşilimsi renkte ve yabancı maddelerden arındırılmış olmalıdır. (GTO Firik Fizibilite Raporu).

7. İYİ FIRIĞIN ÖZELLİKLERİ

Taze yeşil buğday, hafif tatlı bir aromaya sahip olup çignenebilir bir yapıya sahiptir ve tütsülenmiş özel bir lezzet barındırır. Ağartmayı önlemek amacıyla, yeşil buğday taze veya gölgede kurutulmuş olarak satışa sunulur. Başlangıçta %40-45 arasında değişen yüksek nem içeriğine sahip olan yeşil buğday, kurutma süreci boyunca ağırlığının yaklaşık %40'ını kaybeder. Kaliteli yeşil buğday, dolgun yapılı, hafif kömürleşmiş, taze haldeyken sert ve kurutulduğunda yeşil renkte olmalıdır. Taş ve moloz içermemesi gerekir. Besin içeriği açısından değerlendirildiğinde, %77 karbonhidrat, %12,7 protein ve %16,5 diyet lifi içerdiği görülmektedir. Ayrıca, az miktarda A, B1, B2, C ve E vitaminleri ile yüksek seviyelerde potasyum, magnezyum ve kalsiyum minerallerini barındırmaktadır (Al-Mahasneh ve Rababah, 2007:79).

8. FIRIĞIN BESİNSEL ÖZELLİĞİ

Olgunlaşma evresinin sonlarına yaklaştıkça fitik asit oranında artma ve diyet lifi oranında azalma tespit edilmiştir. Bu sebeple buğdayın erken hasadı sonrası hemen yakılıp işlenmesiyle üretilen firik yüksek besin değerine sahip olarak kabul edilir (Yılmaz ve Yıldırım, 2020:2).

Çalışmalar, kavrulmuş yeşil buğdayın besin değerinin %77 karbonhidrat, %12,7 protein, %16,5 diyet lifi, yüksek miktarda potasyum, magnezyum ve kalsiyum ve az miktarda A, B1, B2, C ve E vitamini içerdiğini ve pirinç ve buğdaydan daha üstün olduğunu göstermiştir (Al-Mahasneh vd., 2012:90).

Firik, yüksek besin değeriine sahip geleneksel bir gıda olup, protein, karbonhidrat ve diyet lifi açısından oldukça zengindir. Ayrıca A, B1, C ve E vitaminlerinin yanı sıra potasyum, kalsiyum ve magnezyum gibi önemli mineralleri de içermektedir. Besin içeriği bakımından değerlendirildiğinde, firik; buğday unu, esmer pirinç ve makarnaya kıyasla daha fazla protein ve diyet lifi barındırır. Hasadı süt olum döneminde gerçekleştirildiğinden, tam olgunlaşmış buğdaya göre daha yüksek oranda serbest basit şeker içerir ve bu özellik, firığın kendine has lezzetini artırmaktadır (Pekkirişçi, 2022).

Firiğe dair yapılmış olan çalışmalarda firığın ana bileşenler olan protein, yağ ve karbonhidrat oranı bakımından ideal, lif ve diğer mineraller bakımından da optimum değerlere sahip olması sayesinde yararlı bir yiyecek olduğu görülmüştür. İçerdiği sağlıklı bileşenlerden olan fruktooligosakkaritler firığı prebiyotik etkiye sahip bir yiyecek konumuna getirmiştir. Sahip olduğu bu fruktooligosakkaritlerin anti-tümör ve bağışıklık yükselten faydaları bulunmaktadır. Bu olumlu yanlarının yanında firik mineral emilimine yardımcıdır. Sahip olduğu tüm iyi özelliklerden dolayı firik fonksiyonel gıda olarak adlandırılmaktadır (Pekkirişçi, 2022).

Yapılan bir çalışmada firığın hasat zamanlarındaki değişikliklerin ve gübrelemeyle tanedeki mineral değişimleri gözlenmiştir. Çalışmaya göre erken hasat döneminde magnezyum, fosfor, çinko, demir minerallerinin miktarı azalırken potasyum miktarı artmıştır. Gübre uygulamalarının ise azalan mineraller olan magnezyum, fosfor, çinko ve demir miktarında yükselten etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Sonuç olarak demir, çinko, fosfor, potasyum ve magnezyum minerallerinin farklı hasat zamanı ve gübrelemeler ile tanedeki değişimi gözlenmiştir (Özbek ve Akgün, 2020:2).

Yağlar içerisinde faydalı etkileri olan linoleik asit firığın yapısında da yer almaktadır. Bu özelliğinin yanında karbonhidrat içeren diğer gıdalara kıyasla kaliteli besin özelliklerine sahip olduğundan günlük diyetle tüketilmesi uygundur (Pekkirişçi, 2022).

9. GAZİANTEP MUTFAĞI

Geçmişe dönüp bakıldığında Osmanlı döneminden itibaren birçok milletin bir arada yaşaması kültürel çeşitliliğın oluşmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bu çeşitlilik yaşanan coğrafyayı zenginleştirmiş ve bu zenginlik şehirlerin mutfaklarına da yansımıştır. Bu durum Gaziantep özelinde değerlendirildiğinde çeşitli kültürlerin kesiştiğı konumda bulunmasından dolayı şehrin mutfağında önemli, farklı ve zengin bir mutfak kültürüne sahip olmasını sağlamıştır (Akın, 2018:2).

Tarihi geçmişinin yanında Akdeniz iklimi ve karasal iklimin geçişkenlik gösterdiği topraklarda bulunması Gaziantep'te ürün çeşitliliğı sağlamış bu durum da Gaziantep mutfağının zenginliğine katkıda bulunan bir faktör olmuştur. Gaziantep'in mutfağında yaklaşık 475 çeşit yemeğı vardır. Bölge mutfağının sahip olduğu ürünler anlamında zengin olması aldığı coğrafi işaret sayısından da belli olmaktadır (Karataş vd., 2023:1).

Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, Türkiye'nin yöresel lezzetlerini kapsayan bir "Lezzet Haritası" hazırlanmıştır. Ülkenin tüm illerini içine alan bu haritaya göre, Türkiye genelinde toplam 2205 farklı geleneksel yiyecek ve içecek çeşidi bulunmaktadır. Bu zengin mutfak kültürü, Türkiye'yi gastronomi turizmi açısından önemli bir konuma taşıma potansiyeline sahiptir. Ayrıca, 18 çeşit çorba, 26 çeşit köfte, 27

çeşit pilav, 15 çeşit dolma, 26 çeşit etli yemek, 15 çeşit turşu ve 22 çeşit helva gibi birçok özel lezzete sahip olan Gaziantep, toplamda 291 çeşit yiyecek ve içeceğiyle ilk sırada yer almaktadır (Giritlioğlu vd., 2016).

Yaratıcılığı birçok açıdan sürdürülebilir gelişmenin önemli bir elemanı olarak gören şehirlerarasındaki işbirliğini güçlendirmek amacıyla 2004 yılında UNESCO tarafından "Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network-CCN)" oluşturulmuştur. Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirler tarafından sahip oldukları yetenek ve enerjilerini yönlendirecekleri 7 tema etrafında şekillendirilmiştir. Bunlar edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatlarıdır (Akın, 2018:2).

Gaziantep UNESCO YARATICI ŞEHİRLER AĞI'na 2015 'te giren ilk Türk Şehridir (Unesco Türkiye Milli Komisyonu).

9.1. Gaziantep Mutfağında Kullanılan Malzemeler

En gerekli malzemeler: Bal, Biber salçası, Domates salçası, Döğme tarhanası, Et, Et sucuğu, Kaymak, Kırmızı zeytin, Koruk, Koruk kuru, Koruk ekşisi, Küşpe, Ekşi nar pekmezi, Pekmez, Peynir(taze), Peynir(salamura), Sade yağ, Sumak, Sumak pekmezi, Süzme yoğurt, Çirik(susam yağı bazı tatlılarda kullanılır), Tahin, Tahin pekmezi(mayhoş üzüm pekmezidir, şifalıdır), Tavuk, Taze meyveler, Taze sebzeler, Topaç, Yumurta, Yoğurt, Zeytinyağı... Bunların dışında Tahıllar, kuruluklar, baharatlar, reçeller, şıralar, çerezler, keyif vericiler, şifalı otlar sıklıkla kullanılmaktadır. Tahıl grubunda ise sıklıkla kullanılan Buğday, Bulgur (pilavlık), Bulgur (dolmalık). Dövmeye, Firik (daha yeşilken öğütölmüş buğdaydan yapılan bulgur), Lolaz (börölce), Kırık Pirinç (yuvarlama, çorba ve sütlaçta kullanılır), Kuru Fasulye, Kuru Bakla, Küncü (susam) Malhıta (çekilmiş mercimek), Mısır, Mukaşşer (kabuğı alınmış

nohut), Nişasta, Nohut, Pirinç, Simit (köftelik bulgur), Sitti simidi (çok ince bulgur), Un yer almaktadır (Gaziantep İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü).

9.2. Gaziantep Mutfağındaki Yemekler ve Tatlılar

Gaziantep mutfağındaki yemekler kategorize edildiğinde şu başlıklarda sıralanır: pilavlar, yumurtalılar, yoğurtlu etler, dolmalar, etli yemekler, kebaplar, köfteler, börekler, zeytinyağlılar, piyazlar, salatalar, cacıklar, turşular, yeşillikler, kızartmalar, tatlılar, helvalar, reçeller.

- Pilavlar: Börglü pilav, Bulgur pilavı, Ciğerli pilav, Domatesli bulgur pilavı, Domatesli pirinç pilavı, Etli bulgur pilavı, Etli pirinç pilavı, Etli Firik pilavı, Firik pilavı, Firikli Simitaşı, Havuç pilavı, Hindili pilav, Kapamalı pilav, Lolazlı pilav, Mercimekli bulgur pilavı, Mercimekli pirinç pilavı, Malhıtalı pilav, Meyhane Pilavı, Mukaşşerli pilav, Mücaddere(zeytinyağlı), Nohutlu pilav, Özbek pilavı, Patlıcanlı pilav, Pirinç pilavı, Pirpirimli pilav, Simitaşı, Şehriyeli pilav...
- Dolmalar: Acur Dolması, Domates Dolması, Biber Dolması, Havuç Dolması, Haylan Kabağı Dolması, Hıyar Dolması, Kabak Dolması, Keme Dolması, Mıhşı, Mumbar Dolması, Patates Dolması, Patlıcan Dolması, Yaz Dolması (nakışlıdolma), Yoğurtlu Kabak Dolması, Soğan Dolması... Tüm bu dolmalar pirinçle, bulgurla bazıları da firik ile yapılır. Sarmalar: Lahana Sarması, Marul Sarması, Pancar Sarması, Yaprak Sarması... Bunlar da pirinçle ya da bulgurla olabiliyor (Gaziantep il ve kültür turizm müdürlüğü).

10. FİRİK'İN GAZİANTEP MUTFAĞINDAKİ YERİ

Buğday tarımının yapılmaya başlandığı 12.000 yıl öncesinden günümüze kadar üretim alanında olan Gaziantep'te buğdaya dayalı yemeklerin yaygın olması kaçınılmazdır. Hazırlamasının kolay olması ve uzun süre bozulmadan saklanabilmesi gibi özelliklerinden dolayı buğday ürünlerinden yapılan çok çeşitli yemekler Antep mutfağında geniş yer kaplar (Sabbağ, 2015)

Anadolu topraklarının sahip olduğu iklim çeşitliliği Anadolu'da birçok ürün yetişmesi imkanını sağlamıştır. Bu ürünlerden biri de buğdaydır. Karasal iklimde yetişen buğday Anadolu'da yaygın görülen karasal iklim sayesinde her bölgede yetişmektedir. Üretilen buğday ve ürünleri üreten toplumlar tarafından yemeklerde sıklıkla kullanılmıştır. Bu kullanım ise Anadolu Mutfağının oluşmasını başlatmıştır. Buğdayın vücutta sindirimi kolay olması, ve tadının nötr olması kullanım alanının genişletmiştir. Bu özelliği ile buğday her türlü tat ile uyum sağlayabilmektedir. Bulgur, pilav yapımından köftelere, çorbalara ve tatlılara kadar pek çok yemekte kullanılmaktadır. Coğrafi işaret almış 73 adet bulgur içerikli yemekler ve çorbalar olduğu belirlenmiştir. Bunlardan iki tanesi Antep firikli pilav ve Antep firikli acur dolmasıdır (Türk Aslan, 2023)

Gaziantep mutfağı, yalnızca et veya hamur işleriyle sınırlı kalmayıp, çeşitli gıdaları bir araya getiren zengin bir yemek kültürüne sahiptir. Pilav, doyurucu olması, pratik hazırlanışı ve besleyici özellikleri nedeniyle bu mutfakın önemli bir parçasıdır. Farklı malzemelerle zenginleştirilebilen pilavlar, bazen tek başına da tüketilmektedir. Bu mutfakta özel bir yere sahip olan firik pilavı, henüz tam olgunlaşmamış, yeşil haldeki buğdayın tarlada toplanıp kontrollü bir şekilde yakılarak

tütsülenmesiyle elde edilen kendine özgü lezzetteki firik buğdayı ile yapılmaktadır (Sabbağ, 2015).

10.1. Firik Pilavı Tarifi

Malzemeler:

250 gr küçük kuşbaşı et

1 soğan

1 yemek kaşığı biber salçası

2 bardak firik

*Tuz, kırmızı biber,
karabiber*

1 bardak bulgur

½ bardak nohut

6 bardak su

Hazırlanışı:

Firik pilavı genelde herkes tarafından beğeniyle yenilen bir pilav türü. İngilizce “yeşil buğday” deniyor. Yalan da değil, yeşil buğday ve közlenmiş bir tat...

Önce etin suyunu saldırap çektirdikten sonra yağ ilave edip yemeklik doğradığımız soğanları koyarak, soğan şeffaflaşınca kadar sote ediyoruz. Bu tür pilavlara iyice soldurulmuş soğan çok yakışıyor. Yeteri kadar su ilave edip gecedan ıslatılmış nohutla eti iyice pişiriyoruz. Diğer taraftan firik ve bulguru kuruyken birbirine iyice karıştırıyoruz. ET, nohut, soğan tenceredeki suyun yukarıda verdiğim miktarda olmasına dikkat ediyoruz. Lütfen hiç üşenmeyin ölçün suyu. Tenceredeki su kaynadıktan sonra firik bulgur karışımını koyuyoruz. Önce hızlı, sonra yavaş pişirerek suyunu çektiyoruz.

Seçenek: Biber salçanız yoksa seneler önce yapıldığı gibi haspirle, örneğin bir kaşık haspir koyarak renklendirebilirsiniz. Et koymadan da pişirebilirsiniz. Yemeğe kullanacağınız suyun bir bardağını et suyu koyabilirsiniz o zaman. Tavukla da yapabilirsiniz (ÜNSAL, 2002).

Fotoğraf 1: Gaziantep'in aylık dergisi olan "Gaziantep Kültür"ün 1959 yılındaki bir sayısında Antep Firikli tariflerin yer aldığı kısımlar (Taşar, 1959:2).



10.2. Üstü Kapamalı Firik Pilavı

Malzemeler:(5-6 Kişilik)

500 gr kuzu eti, 2 s.b. firik, 2 y.k. sade veya

Tereyağı, yeterince toz karabiber, yeterince tuz

Hazırlanışı:

Firik iyice ayıklanır.

Bir tencerede et yıkanır, 4-5 bardak su ilavesiyle ateşe konup kaynatılır. Yüzünde biriken köpükleri(kef) alınır, yeterli tuz ilave edilerek etler yumuşayınca kadar hafif ateşte pişirilir. Pişen etler tencereden bir başka kaba alınır.

Etler alındıktan sonra tencerede kalan 4-5 bardak et suyuna, 2 bardak firik ilave edilip tuzu tamamlanarak, hafif ateşte ara ara karıştırılmak suretiyle, 40-45 dakika sürede pişirilir. 1 y.k. Sade yağ kızdırılarak, pişe pilavın üzerinde karabiberle birlikte gezdirilir. Yağı verilmiş pilav, bir servis tabağı veya lengere çekilir.

Geriye kalan 1 y.k sade yağda, pişen kuzu eti hafif kızartılır ve daha sonra servis tabağına çekilmiş pilav üzerine, bu etler iri parçalar halinde yerleştirilir. Kapamalı firik pilavı, üzerine karabiber serpilerek servis yapılır (Sabuncuoğlu, 2011).

Gaziantep mutfağının vazgeçilmez yemeklerinden biri acılı ve yağlı dolmalardır. Burada, dolmalar genellikle sebzelerle hazırlanmakla birlikte, et ya da sakatat da ilave edilir. Başlıca dolma çeşitleri arasında biber, patlıcan, domates ve acur yer alır. Sebzeler, ince ince oyulup açıldıktan sonra, iç harcı olarak genellikle bulgur ya da pirinç kullanılır. Bununla birlikte, kıyma, ilikli kemik, sarımsak, ekşi ve nane gibi malzemelerle tatlandırılır. Ayrıca, bazı dolmalarda pirinç ve bulgura alternatif olarak firik de kullanılır. Gaziantep'te popüler olan dolmalar arasında tüylü acur, patlıcan, biber ve domates yer alırken, kabak dolması, firikli acur dolması, yoğurtlu kabak dolması, soğan dolması ve ayva dolması gibi çeşitler de yapılmaktadır. Ayrıca, erikli yaprak sarma, pırzola yaprak sarma, pazı sarması (pancar) ve lahanaya sarması gibi farklı dolma ve sarmalar da bu mutfakta sıkça karşımıza çıkar(Karataş vd., 2023:1).

Dolmalar: Tüylü acır dolması, patlıcan, biber, domates, kabak dolmaları, bağ yaprağı, firikli acur dolması, yoğurtlu kabak dolması, soğan dolması, ayva dolması, damat dolması, erikli yaprak sarma, pırzola yaprak sarma, pazı (pancar) sarması ve lahanadan sarma yapılır. Şirden ve mumbar dolmaları da yapılır (Sabbağ, 2015).

10.3. Firikli Acur Dolması

Malzemeler: (5-6 Kişilik)

20 tane dolmalık küçük boy taze acur, 10 tane dolmalık biber, 2 tane domates, 250 gr yağlı kıyma, 1.5 s.b. Firik, ½ s.b. Pilavlık bulgur, 3-4 baş soğan (orta boy), 1 baş kuru sarımsak, 1 y.k. Dolusu domates salçası, 1 y.k. Dolusu biber salçası, 1 y.k. Kırmızı toz biber, 1 ç.k. Karabiber, yeterince tuz, 1 limon suyu veya 1y.k. sumak ekşisi

Hazırlanışı:

Acur ve biberler oyulur, acurun içi kazılarak etli kısmının fazlası alınır. Domatesler küp şeklinde dolmaların ağzına sığacak ölçüde doğranır. Firik çok iyi bir şekilde taşlarından ayıklanır.

Diğer tarafta kıyma, ayıklanmış firik, bulgur, doğranmış soğan ve sarımsak, domates ve biber salçası, kırmızı toz biber ve karabiber, yeterince tuz iyice karıştırılır.

Oyulmuş acur ve biberler, Patlıcan Dolmasında olduğu gibi yarıdan biraz fazla doldurulur. Ağzlarına doğranmış domatesler konarak kapatılır. Yatık ve dairesel bir şekilde tencereye dizilir. Bu dizişte bir dolmanın dibinin diğerinin ağzını kapatmasına dikkat etmek gerekir.

Dolmanın üzerinde 1 bardak su, 1 t.k. tuz ile karıştırılarak dolmanın üzerinde gezdirilir.

Dolmaların üzerine ters çevrilmiş bir tabak kapatılarak, tencerenin ağzı kapalı bir şekilde kaynamaya bırakılır. Dolma kaynamaya başlayınca, kısık ateşte 1 saat kadar pişirilir. İneceğe yakın 1 limon suyu veya 1 y.k. sumak ekşisi, dolmanın üzerine gezdirilir ve 10 dakika da öyle kaynatılır. Ateşten alınır., 5-10 dakika dinlendikten sonra servis yapılır. (Sabuncuoğlu, 2011)

İşletmelerin sundukları Gaziantep mutfağına ait yemeklerin dağılımı incelendiğinde, çorbalardan en fazla tercih edilen yemeklerin başında %52.8 oranıyla yuvarlama yer almaktadır. Et yemeklerinde ise %36.0 oranıyla patlıcan kebabı öne çıkmaktadır. Sıcak yemekler arasında %68.0'lık oranla ali nazik, soğuk yemeklerde ise %68.8 oranıyla turp ekşilemesi en çok servis edilen yemeklerdir. Pilavlar arasında %24.0 oranıyla firik pilavı, bulgurlu yemeklerde ise %94.0 oranla yağlı köfte öne çıkmaktadır ($p<0.05$). Hamur işlerinden %48.8'inin katmeri, sıcak içeceklerden ise %24.8'inin menengiç kahvesi en fazla sunulan ürünler olarak belirlenmiştir (Kaya ve Sormaz, 2019:2).

Gaziantep sahip olduğu zengin mutfak kültürü ile çevre illeri de etkilemiştir. Komşu iller arasındaki yaşanan göçler, insanların yeme alışkanlıklarını etkilemiştir. Gaziantep'e özgü birçok yemek çevre illerde değişikliğe uğrayarak bile olsa bilinmektedir. Ancak Antep firiği çevre illerde çokça bilinmemektedir. Bu bağlamda genelde Antep ve ilçelerinde bilinen firiğin Osmaniye mutfağında da tavuklu firik pilavında kullanıldığı görülmüştür (Yılmaz Akçaözoğlu ve Koday, 2019:2).

Firik, bulgura benzer şekilde tüketilmektedir. Genellikle pilav yapımında bulgur ve pirinç yerine tercih edilir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, dolma içi olarak da kullanımı yaygındır. Mardin'de ise firik, yöresel bir lezzet olarak salatalarda tüketilmektedir. (Pekkirişçi,2022).

Baraklar, çoğunlukla Gaziantep'in Nizip, Oğuzeli, Kargamış ilçeleri ve köylerinde, ayrıca Kilis'te yerleşik yaşamaktadır. Kuzeyde Fırat Nehri boyunca Belkıs köyüne kadar uzanan bir bölgede bulunurlar. Güneyde ise, Kargamış çevresinde Suriye sınırına yakın bölgelerde yoğun bir yerleşim görülmektedir. Bu bölgeye "Barak Ovası" adı verilmektedir. Baraklar arasında güçlü bir kültürel bağ oluşturan en önemli

unsur, ortak örf ve âdetlere sahip olmalarıdır, bu da onların geleneklerinin bugüne kadar korunmasını sağlamıştır (Genç, 2021:5).

Baraklar'ın geleneksel oda geleneğinde, misafirperverlik anlayışı, eğlence kültürü ve odaların kimlik kazandığı bir alan olarak işlevi ön plandadır. Barak Ovası'nda bir oda sahibi olmak, özellikle Türkmenler arasında saygınlık göstergesidir. Odada hazırlanan yemekler, toplantıların içeriğine bağlı olarak değişir. Özel günlerde veya önemli misafirlerin katıldığı toplantılarda, ekonomik duruma göre bir hayvan kesilerek yemek hazırlanır. Bu hayvan kuzu, oğlak (keçi), hindi(culluk) veya tavuk olabilir. Kesilen hayvanın etleri, yöreye ait diğer yiyecekler ve içeceklerle birlikte misafirlere sunulur. Bu etler firik pilavı ve yanında kuru fasulye yemeği ile ikram edilir. Firik pilavı özellikle hindi(culluk) etinin olmazsa olmazlarından (Avcı,2020:4).

KAYNAKLAR

- Akgün, İ., Özbek, E. (2020), Azotlu Gübre Uygulamalarının Farklı Gelişme Döneminde Makarnalık Buğday ve Tritikalenin Bazı Besin Elementi İçeriğine Etkisi, *Türk Bilim ve Mühendislik Dergisi*, 2(2), 38-47
- Akın, A. (2018), Gaziantep'in Gastronomi Şehri Olarak Belirlenmesinde Demografik Değişkenlerin Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 299-316
- Aksu, B.F., Deniz, G., Karataş, M. (2023), Unesco Yaratıcı Şehri Gaziantep'in Gastronomi Turizmi Cazibe Unsurları, *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 105-125
- Al-Mahasneh, M.A., Banı Amer, M.A., Rababah, T.M. (2012), Modeling Moisture Sorption Isotherms in Roasted Green Wheat Using Least Square Regression and Neural-Fuzzy Technique, *Food and Bioproducts Processing*, 90, 165–170
- Al-Mahasneh, M.A., Rababah, T.M. (2007), Effect of Moisture Content on Some Physical Properties of Green Wheat, *Journal of Food Engineering*, 79, 1467–1473
- Altay, F., Atay, S., Atlı, A., Cabi, E., Özberk, İ., Özkan, H. (2016), *Türkiye'nin Buğday Atlası*, İstanbul: Oluşum Basım Hizmetleri A.Ş.
- Antep Firiği Türkpatent, Erişim tarihi: 08.12.2024 13:08, <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=27>
- Antep Firikli Acur Dolması Türkpatent, Erişim Tarihi 08.12.2024 13:14, <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=27>

- Atlı, A., Karagöz, A., Özberk, F., Özberk, İ. (2016), Buğday Genetik Kaynaklarından Yerel ve Kültür Çeşitlerine; Türkiye'de Buğday ve Ekmek, *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 25 (2), 218-233
- Avcı, C. (2020), Kültürel Bellek Mekânı: Barak Odası ve Geleneği, *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 9(4), 1519-1533.
- Bayram, M. (2008), An Analysis Of Scorched Immature Wheat: Frekeh, *Article in Cereal Foods World*, 53(3), 134-138
- Baysal, A. (2014), *Beslenme*, Ankara: Hatipoğlu Yayınları
- Elias E.M. Durum wheat products. In : Di Fonzo N. (ed.), Kaan F. (ed.), Nachit M. (ed.). Durum wheat quality in the Mediterranean region . Zaragoza : CIHEAM, 1995. p. 23-31 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 22)
- Eren, N., Köksel, H., Özkaya, B., Özkaya, H., Ünsal, A.S. (1999), Effects of Wheat Maturation Stage and Cooking Method on Physical and Chemical Properties of Firiks, *Food Chemistry*, 66, 97–102
- Fondazione Slow Food, 08.12.2024 21:17, <https://www.fondazione Slow Food.com/en/ark-of-taste-slow-food/freekeh/>
- Gaziantep Ticaret Borsası (2020), Antep firiği 15.10.2020 tarih ve 87 sayılı Bülten, 07.12.2024, <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/326f156c-ddc6-4017-b135-071b74a7aebc.pdf>
- Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep İlinde Firik, Nane, Üzüm Ürünlerinin ve Bu Ürünleri İşleyecek Atölyelerin Fizibilite Raporu (Firik), Gaziantep Araban Firik İşleme Tesisi Fizibilite Etüdü, Gaziantep 2021, <https://gto.org.tr/uploads/editor/EK-1.pdf>

- Genç, E. (2021), Barak Türkmenlerinde Halk Oyunları, *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 5, 235-259.
- Giritlioğlu, İ., İpar, M.S., Karakan, H.İ. (2016), Gastronomi Alanında Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Üyeliğinin Gaziantep Şehrine Olası Avantajları Üzerine Bir Araştırma, Alican Afşar ve Seçil Fettahloğlu içinde, 3. *Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, Çin'den Adriyatik'e* (S 69-80), Antalya: İksad Yayınları
- Karagöz, A. (2019), Yerel Buğdayların Dünü, Bugünü, Geleceği, *Türkiye Tohumcular Birliği Dergisi*, 31, 4-15
- Kaya, Ş., Sormaz, Ü. (2019), Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yöresel Mutfak Uygulamaları: Gaziantep Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 2602-4144
- Köksel, H., Özboy, Ö. (1998), Bulgur Üretiminin Buğdayların Bazı Kimyasal Özelliklerinde Meydana Getirdiği Değişiklikler, *Gıda*, 23(6), 449-457
- Köksel, H., Özboy, Ö., Özkaya, B., Özkaya, H. (2001), Effects of Wheat Maturation Stage and Cooking Method on Dietary Fiber and Phytic Acid Contents of Firik, *A Wheat-Based Local Food, Nahrung/Food*, 45(5), 347-349
- Özsabuncuoğlu, Ö. (2011), *Dört Mevsim Gaziantep Yemekleri*, Gaziantep: Yaşar Cevizli Mağazası
- Pekkirişçi, B. (2022), Türkiye’de Satışa Sunulan Firik ve Siyez Bulgurlarının Fiziksel, Kimyasal ve Antibesinsel Özelliklerinin Belirlenmesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

- Sabbağ, Ç. (2015), Gaziantep Yeme İçme Kültürü, Ramilya Yarullina Yıldırım içinde, *Fırat'tan Volga'ya Medeniyetler Köprüsü* (s 199-217), Adıyaman:Maviofset
- Suna, B., Uçuk, C. (2018), Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118
- Taşar, A. (1959), Tikeli Firik Pilavı, *Gaziantep Kültür Dergisi*, Cilt 2, sayfa 255
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Gaziantep İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü, Gaziantep Mutfağında Kullanılan Malzemeler, Erişim Tarihi: 09.12.2024 21:37, <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-128763/kullanilan-malzemeler.html>
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Gaziantep İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü, Gaziantep Mutfağındaki Yemekler ve Tatlılar, Erişim Tarihi: 09.12.2024 21:37, <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-128764/yemekler-ve-tatlilar.html>
- Türk Aslan, S. (2023), Coğrafi İşaretli Bulgurlu Yemekler ve Çorbalar, Editör Fatma HAYIT, *Gıda Bilimi Ve Gastronomi II*, s 207-232, İksad Yayınevi, Ankara
- Türkpatent Coğrafi İşaret Başvuru Kılavuzu, <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret>
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Gaziantep Unesco Yaratıcı Şehirler Ağında, Erişim Tarihi:09.12.2024 22:06, <https://www.unesco.org.tr/Pages/276/77/UNESCO%20T%C3%BCrkiye%20Mill%C3%AE%20Komisyonunun%20Gaziantep%E2%80%99te%20bulunan%20S%C4%B1%C4%9F%C4%B1nmac%C4%B1%20Kamplar%C4%B1n%C4%B1%20Ziyareti>

- Ünsal, A.T. (2002),*Ayıntab'dan Gaziantep'e Yeme İçme*, İstanbul:İletişim Yayıncılık
- Yıldırım, A., Yılmaz, M.S. (2020), Firik Üretim Teknikleri ve Fonksiyonel Özellikleri, *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 5(2): 109-121
- Yılmaz Akçaözoğlu, E., Koday, S. (2019), Kültürel Coğrafya Bakımından Osmaniye İlinin Mutfak Kültürü, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2): 537-552
- Yılmaz, O.D. (2018), Bazı Makarnalık Buğday Genotiplerinin *Fusarium pseudograminearum*'a Karşı Reaksiyonlarının Belirlenmesi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi

SAĞLIK TURİZMİNİN ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Dilek ÖZDOĞAN¹

Erdoğan KAYGIN²

1. GİRİŞ

Endüstri 4.0, otomasyonun ve dijitalleşmenin sağlık sektörüne entegre edilmesiyle sağlık turizmi alanında köklü değişiklikler ortaya çıkmıştır. Teknolojik yeniliklerin kullanılması ile özellikle sağlık alanında kullanılan ileri düzey teknolojilerden olan yapay zekâ, cerrahi işlemler için kullanılan robotik cihazlar, nesnelerin interneti gibi teknolojiler, sağlık hizmetlerindeki kaliteyi artırmaktadır. Sağlık turizmi sektöründe bu dönüşümlerin yaşanması, sağlık turistlerine daha güvenli hizmetler sunma imkânı sağlamaktadır. Bu teknolojiyi kullanan sağlık kuruluşları ise rekabet ortamında faaliyetlerini daha güçlü bir şekilde sürdürmektedirler.

Sağlık turizmi ve Endüstri 4.0'ın, günümüzde birbirine bağlı olan ve gelişen iki önemli sektör olduğu dikkat çekmektedir. Teknolojideki her ilerleme, sağlık turizmi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda, bu iki alanın birleşimi daha verimli, erişilebilir ve yenilikçi sağlık hizmetlerinin sunulmasına olanak tanımaktadır.

Sağlık turizmini Endüstri 4.0 bağlamında değerlendiren bu çalışmada, ilk olarak sağlık turizmine açıklık getirilerek

¹ Bilim Uzmanı, Munzur Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Yüksek Lisans Mezunlu, ozdogan.dilek23@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0468-3297.

² Prof. Dr., Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, erdogankaygin@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-2125-5032.

ardından sağlık turizminin özellikleri ve türlerine değinilmiştir. Daha sonra Endüstri 4.0 kavramı verilerek bu dönüşümün sağlık turizmine ne şekilde sirayet ettiğinden söz edilmiştir.

2. SAĞLIK TURİZMİ

Sağlık turizmi, zihinsel huzurun sağlanması, fiziksel sağlığın iyileştirilmesi ve iyi ruhsal durum ile fiziksel sağlık durumlarının sürdürülmesi amacıyla bireylerin ikamet yerlerinin dışında yaptıkları geziler ve yolculuklar olarak tanımlanmaktadır (Szromek vd., 2012: 11).

İnsanların sağlık için uzaklara yaptıkları yolculuklar eski zamanlara dayanmaktadır (Wong ve Sa’aid Hazley, 2021: 267). Antik  ağlarda çeşitli uygarlıklar tarafından kaplıcaların ve kutsal banyoların tedavi edici olarak kabul edildiği ve bu amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Yapılan arkeolojik araştırmalar neticesinde, M  4000 yıllarında en eski sağlık komplekslerinin sıcak su kaynaklarının etrafında inşa edenlerin Sümerler olduğuna dair bulgulara rastlanmıştır (Tontuş, 2019). Mısırlılar ise sudan, hijyenik ve estetik amaçlı yararlanmışlardır. Efsanevi Kleopatra’nın dillere destan güzelliğini korumak için  l  Deniz’den elde edilen çamurla sargılar yaptırdığı, hatta Mısırlı kadınların da daha güzel olmak için su buharı kullandıkları bilinmektedir (Gianfaldoni vd., 2017: 566).

Antik Yunanlılar, dünyanın ilk sağlık merkezleri olarak nitelendirilen Asklepios Tapınakları’nı inşa etmişlerdir ve böylece kapsamlı olarak sağlık turizminin temelini atmışlardır. İnsanların hastalıklarına  are bulmak için dünyanın her bir yanından geldikleri ve bu tapınakların dışında tedavi amaçlı M  300 yıllarında başka tapınaklar da yaptıkları da bilinmektedir (Tontuş, 2019).

Modern çağda ise sağlık turizmi, hastaların ihtiyaçları dâhilinde iyileşmeleri dışında eğlenmelerini de kapsayacak şekilde evrimleşmiştir ve bir terim olarak 17. yüzyıldan beri kullanılmaya başlanmıştır (Yusof vd.'den akt., Wong ve Sa'aid Hazley, 2021: 267-268).

Goodrich ve Goodrich (1987: 217) sağlık turizmini, bir turistik tesisin veya destinasyonunun, turizm işletmesinin verdiği turistik hizmetlere ek olarak mevcut sağlık hizmetlerini de tanıtarak, turist çekme girişimi olarak tanımlamışlardır.

Carrera ve Bridges (2006: 449) ise sağlık turizmini, bireyin hem fiziksel hem de zihinsel refahını korumak, iyileştirmek veya bu refahı yeniden sağlayabilmek için mevcut çevresinin dışında düzenlenen organize seyahat olarak ifade etmişlerdir.

Sağlık turizmi hem tıbbi hem de eğlence bileşenlerini içeren birleşik bir turizm türüdür. Bu bağlamda sağlık turizmi, hasta olan kişilerin yanı sıra koşullu bir biçimde sağlıklı olarak sınıflandırılabilir çeşitli turist kategorilerini de bünyesinde barındıran geniş bir turist segmentine sahiptir (Dunets vd., 2020: 2215). Bireyin yaşamını sürdürdüğü yerde bulamadığı sağlığını farklı yerlerde arayan kişi ise sağlık turisti olarak adlandırılmaktadır. Aynı zamanda sağlık turisti, aldığı sağlık hizmetleri dışında eğlence, eğitim ve spor gibi faaliyetler aracılığı ile ev ve iş meşguliyetlerini de ortadan kaldırmak amacıyla mevcut sağlık durumlarını korumak veya sağlık sorunlarını ortadan kaldıracak ürün ve hizmetleri satın almaktadır (Kostak, 2007: 117).

Sağlık için yapılan seyahatlerde motivasyon ve davranışların oynadığı roller baz alınarak, beş ayrı sağlık turisti tipolojik olarak tasnif edilmektedir (Cohen, 2008: 227):

- **Sadece Turist:** Seyahat ettiği ülkede kaldığı süre boyunca hiçbir şekilde tıbbi hizmetlerden istifade etmeyen kişidir.

- **İlaçla Tedavi Edilen Turist:** Bulunduğu ülkede bireyin rahatsızlanması ya da kaza geçirmesi sonucunda tıbbi tedavi hizmeti alması, ilaçla tedavi edilen turist olarak adlandırılmaktadır.
- **Uygun Tıbbi Turist:** Bu kategoride yer alan turistleri hem tedavi görmek için ev sahibi ülkeye seyahat eden turistler hem de gittikleri ülkede kaldıkları süre içerisinde tedavi görmeye karar veren turistler oluşturmaktadır.
- **Tatil Yapan Hasta:** Tıbbi hizmet almak için gittiği ülkede gördüğü tedaviden sonra iyileşme döneminde tatil imkânlarından da yararlanan turistlerdir.
- **Sadece Hasta:** Ev sahibi ülkeyi sadece tıbbi tedavi amacıyla ziyaret eden ve ülkenin tatil için sunduğu olanakların hiçbirinden faydalanmayan kişi(ler)dir.

2.1. Sağlık Turizminin Özellikleri

İnsan sağlığının öncelikli durumda olduğu sağlık turizmi ekonomi, tıp, genel turizm gibi birçok alanla etkileşim hâlinindedir. Bu bağlamda sağlık turizminin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Hastürk, 2011: 30; Özkurt, 2007: 127-128):

- Sağlık turizmi, liberal iktisadın ilkeleriyle çalışmaya eğilimi olan bir piyasadır.
- Sağlığına önem veren bireyler, bu alanda oldukça ciddi bir talep potansiyelini oluşturmaktadır ve talepler karşısında bu alana nasıl veya ne kadar yatırım yapılacağı arzları belirlenmektedir. Bu nedenle sağlık turizmi, güçlü bir arz ve talebin konusudur.
- Sağlık turizmine yönelik yapılan yatırımlar, büyük oranda kamusal güvencelere ve özel sektör girişimlerine dayanmaktadır.

- Sağlık turizminde, sağlık turistlerine hizmet veren sağlık kuruluşunun uluslararası standartlara uygun olarak hizmet vermesi gerekmektedir.
- Bireylerin hizmet aldığı sağlık kuruluşunda, personeller arasında ortak dil bilenlerin olması icap etmektedir.

Sağlık turizmi kapsamında sağlık turistlerine hizmet veren kuruluşların, sağlık turistlerinin beklentilerini karşılayarak memnuniyetlerini kazanmaları önemlidir.

2.2. Sağlık Turizmi Türleri

İnsanlar eski zamanlardan beri sağlıklarını korumak veya iyileştirmek için şifa arayışında olmuşlardır ve bu amaçla başka yerlere seyahat etmişlerdir. Son yıllarda ise sağlık hizmeti almak için seyahat eden insanların sayısında önemli ölçüde artış görülmektedir ve bu durum sağlık turizminin küresel ekonominin önemli bir sektörü hâline gelmesine neden olmuştur (Braçe vd., 2023: 211).

Bireylerin aldıkları hizmetlere göre değişiklik gösteren ve bazı amaçlar kapsamında gerçekleştirilen sağlık turizmi kendi içinde üç ayrı başlıkta incelenmektedir.

- **Medikal Turizm (Tıbbi Turizm):** İnsanların rahatsızlıkları nedeniyle tedavi görmek veya cerrahi bir işlem geçirmek maksadıyla, bulunduğu yerden başka bir yere seyahat etmesi medikal (tıbbi) turizm olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda medikal turizm enternasyonal hizmet ticaretinin de bir biçimidir (Ahmed vd., 2018: 1368).
- **Termal Turizm:** Sağlığı iyileştirmek amacıyla tarihi oldukça eski zamanlardaki kaplıca ziyaretlerine dayanan turizm çeşididir (Karaca vd., 2023: 1050). Termal turizm, SPA-Wellness turizmi olarak da bilinmektedir (Çelikkanat ve Güngörmüş, 2018: 3940). Zaman içinde

ciddi değişikliklere uğrayan termal turizm, başlangıçta şıfalı yerlerle ilişkilendirilmiştir. Günümüzde ise etki alanı estetik, çevresel sorunları önleme, yaşam kalitesi gibi faktörlere kadar uzanmaktadır (Brandão vd., 2021: 4). Ayrıca her mevsim uygulanabilir olması, termal turizmi geleneksel turizme göre avantajlı kılmaktadır (Siner ve Torun, 2020: 518).

- **İleri Yaş ve Engelli Turizmi:** İleri yaş turizmi; bakıma muhtaç olan yaşlıların sağlıklarını korumak ve iyileştirmek için klinik konukevleri, geriatri alanındaki tedavi merkezleri ve huzurevlerinde alanında eğitim almış personel tarafından gerçekleştirilen uygulamadır. Bu uygulama genellikle turizm acenteleri aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Engelli turizmi; engelli bireylerin topluma uyum sağlamalarına yardımcı olmak veya engel durumlarını azaltmak için önleyici, rehabilite edici ve tedavi edici sağlık hizmetleri sunan turizm türüdür (Saygılı vd., 2021: 494-495).

3. ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0 (Industrial Revolution 4.0 - IR 4.0)(Sanayi Devrimi), günümüzde teknoloji odaklı ekonomi alanında oldukça konuşulan bir terimdir (Wong ve Sa'aid Hazley, 2021: 268). Sanayi devrimi, tarımsal ekonominin endüstriyel ekonomiye şahitlik eden 19. yüzyılın ilk on yılında ortaya çıkmıştır (Bhat ve Parvez, 2024: 1385). Endüstri 4.0 terimi ise 2011 yılında da ilk defa kullanılmıştır (Permin ve Castillo, 2024).

İlk Sanayi Devrimi (Endüstri 1.0), yaklaşık olarak 1760 - 1840'lı yıllar arasında, üretim mekanizasyonu ile buhar gücünün kullanımını kapsayan dönemi işaret etmektedir. Buhar gücünün endüstriyel amaçlar için kullanılması, insan üretkenliğini

artırmada ve sanayi devriminin büyümesinde hayati bir rol oynamıştır (Vinitha vd., 2020: 3956-3957).

İkinci Sanayi Devrimi (Endüstri 2.0), 19. yüzyılda elektriğin üretilmesi ve montaj hatlarının icat edilmesiyle ortaya çıkmıştır. Seri üretim süreçleri ile montaj hatlarının kullanımı, performanslarda ciddi boyutlarda artış sağlamıştır. Ayrıca Henry Ford (1863-1947), toplu işleme konseptini Chicago'daki mezbahalardan alarak bunu araç üretiminde uygulamıştır ve alanda önemli ilerlemeler kaydedilmesine öncülük etmiştir (Sharma ve Singh, 2020: 67).

Üçüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 3.0), II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanmıştır. Endüstri 3.0, teknolojik devrim olarak da bilinmektedir (Apriliyanti ve M, 2022). Bilgisayar ve otomasyon endüstrilerinin kullanımı ise üçüncü sanayi devriminin en belirgin özelliğini yansıtmaktadır (Vinitha vd., 2020: 3957).

Modern ekonomik düzen, birbiri ardından gerçekleşen üç sanayi devrimi tarafından şekillendirilmiştir. Endüstri 3.0 elektronik, bilgisayar ve otomasyon etrafında şekillenmiştir ve siber-fiziksel sistemlerle bağlantılı olan Endüstri 4.0 olarak da bilinen dördüncü sanayi devriminin yolunu açmıştır (Sahoo vd., 2024).



Şekil 1. Sanayi Devrimleri

Kaynak: <https://endustrilab.com/endustri-donemleri-sanayi-devriminden-dijital-devrime/>

Dördüncü Sanayi Devrimi, insan denetimine bağımlı olmadan özerk bir biçimde bilgi alışverişinde bulunabilen, eylemler gerçekleştirebilen ve birbirlerinin kontrolünü sağlayabilen Siber-Fiziksel Sistemler (Cyber-Physical Systems-CPS) üzerine kuruludur (Jankowska vd., 2021).

Siber-Fiziksel Sistemler (CPS) veya Siber-Fiziksel Üretim Sistemleri (Cyber-Physical-Production Systems-CPPS), artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti, büyük veri, bulut bilişim, siber güvenlik, otonom robotlar, simülasyon ve katmanlı üretim gibi teknolojiler dördüncü sanayi devrimini oluşturmaktadır (Sahoo vd., 2024; Castagnoli vd., 2022: 572).

- ***Siber-Fiziksel Sistemler (CPS):*** Fiziksel dünya ile bilgi işlem teknolojilerinin bir araya gelmesiyle oluşturulan sofistike, çok disiplinli ve dinamik olan sistemlerdir (Karaduman vd., 2023: 36). Otomotiv sistemleri, tıbbi cihazlar, destekli yaşam, süreç kontrolü, güç üretimi ve dağıtımı, uçaklar, trafik kontrolü ve güvenliği gibi birçok uygulama CPS’yi oluşturmaktadır (Lee, 2015: 4838).
- ***Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality-AR):*** AR, dijital ortamdaki verileri ve mevcut görüntüleri fiziksel dünyaya yerleştiren bir dizi teknolojiyi ifade etmektedir (Ahi vd., 2022).

Film yönetmeni Morton Heilig, 1957 yılında, artırılmış gerçekliği belirli bir dereceye kadar tasarlayan ilk kişidir. Morton Heilig, seyircilere kokular, sesler, görüntüler ve titreşimler sağlayan “Sensorama” isimli bir makine yaratmıştır. Hemen ardından 1968’de internetin öncülerinden olan Ivan Sutherland, sanal dünyaya açılan bir pencere olarak adlandırılan ve başa takılan ekranı (head-mounted display) (HMD) tasarlamıştır. Gerçekte ise AR kavramı, uçakların yapımıyla alakalı bir sorunun çözülmesi gerektiği zaman ortaya çıkmıştır. Bu nedenle

AR, fiziksel dünyaya elektronik bilgi katmanlarını dâhil eden teknolojik yönlü bir gelişmedir (Sharma vd., 2022: 429).

- **Nesnelerin İnterneti (Internet of Things-IoT):** İnternet üzerinden birbiri ile bağlantı kurabilen ve “nesneler” olarak nitelendirilen birden fazla somut ögenin birbirine bağlanmasını ifade eden bir sistem olarak adlandırılmaktadır (Bhat ve Parvez, 2024: 1389). IoT; aletler, cihazlar, ekipmanlar gibi akıllı varlıkların fiziksel dünya hakkında veri toplayan ve elde edilen veriyi ileten, birbirine bağlı cihazlardan oluşmaktadır (Sahoo vd., 2024). IoT sisteminin temel fikrini ise WSN (Wireless Sensor Networks-Kablosuz Sensör Ağları) ve RFID (Radio Frequency Identification-Radyo Frekansı Tanımlama) gibi son teknolojilerin kullanıldığı makineler arasındaki veri alışverişi sağlamıştır (Balaji vd., 2019: 364).
- **Büyük Veri (Big Data):** Standart istatistiksel yöntemler ile çalışılması güç hâle gelen, oldukça büyük ve sofistike veri kümelerini açıklamak için kullanılan bir terimdir (Snijders vd., 2012: 1). Büyük veri sadece sürekli genişleyen muazzam miktardaki verileri kapsamakla birlikte bu verilerin hızını, kullanışlılığını, niteliğini ve yelpaze genişliğini de kapsamaktadır (Badawy vd., 2024: 3).
- **Bulut Bilişim (Cloud Computing):** Verilerin internet tabanlı sunucularda depolanması, işlenmesi ve yönetilmesini ifade etmektedir (Wang vd., 2025: 1). Bulut bilişim, sanallaştırma ve bilişim teknolojilerinin harmanlanması ile geliştirilmiştir (Wu, 2024: 1).
- **Siber Güvenlik (Cyber Security):** Organizasyonların bilgi teknolojilerine artan bağımlılığı siber güvenliği de önemli

kılmaktadır (de Kinderen vd., 2024). Teknolojinin gelişmesiyle beraber internet kullanımının yaygınlaşmasının olumlu etkileri olabileceği gibi olumsuz etkileri de olmaktadır ve bu olumsuzluğun başında siber güvenlik sorunu yer almaktadır (Tunca, 2019: 3). Tüm cihazlar internet tarafından kontrol edildiği ve çalıştırıldığı için kötü niyetli bilgisayar korsanları tarafından organizasyonların operasyonlarını yanlış yönlendirerek siber saldırılar gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle siber güvenlik, organizasyonların sistem verilerinin hacklenmesini ve mevcut cihazlarının bozulmasını önlemeye yardımcı olmaktadır (Vinitha vd., 2020: 3957).

- **Otonom Robotlar (Autonomous Robots):** Endüstri 4.0 bünyesinde var olan nesnelerin interneti, sensörler, yapay zekâ ve bulut bilişim teknolojileri ile ilişkilendirilmektedir. Otonom robotlar, bulut bilişim sayesinde ağda depolanan verileri alarak yapay yazılımlar ile karar vermektedir ve sensörler ile nesnelerin interneti teknolojileriyle de diğer cihazlarla etkileşim kurmaktadır (Özmen vd., 2024: 161).
- **Simülasyon (Simulation):** Bilgisayar ortamında sistemlerin aktarılarak modellemelerinin yapılması, dış dünyadan bağımsız olarak modellemeler üzerinde istenilen değişikliklerin yapılması ve para ve zaman maliyetlerinde ciddi azalmaların olması simülasyon teknolojisinin önemini artırmaktadır (Bağ ve Aslan, 2022: 75).
- **Katmanlı Üretim (Additive Manufacturing):** Katman katman malzeme biriktirilmesi ile parça üretilmesi sürecini tanımlamaktadır (Abdulhameed vd., 2019: 1). Aynı zamanda bilgisayar destekli modellemelerin

tasarlanmasında üç boyutlu nesnelerin katmanlarının oluşturulması için kullanılan malzemeleri katman katman uygulama yöntemini ifade etmektedir (Bhat ve Parvez, 2024: 1390).

Endüstri 4.0'ı oluşturan teknolojiler baz alındığında hepsinin temelini oluşturan dört unsur dikkat çekmektedir. Bu unsurlar; sensör, veri, bilgi ve işlemdir (Şener ve Elevli, 2017: 26-27):

- **Sensör:** Sıcaklık, ışık, ses titreşimleri, elektrik, basınç veya pH değeri gibi işaretleri veriye çeviren cihazlardır.
- **Veri:** Her ortamda sonu ve sınırı olmayan veriler mevcuttur. Önemli olan, bu verilerin sistematik bir biçimde amaçlarına uygun olarak sınıflandırılabilmesidir.
- **Bilgi:** Niteliklerine göre ayrıştırılan verilerin anlamlandırılabilmesi bu aşamada gerçekleştirilmektedir. Yapay zekânın kullanılmasıyla belirli işlemler zincirinden geçen veriler ile karar verme süreci gerçekleştirilmektedir.
- **İşlem:** Sensörlerden elde edilen verilerin toplanarak bilgiye dönüştürülmesinin ardından karar verme süreci sonunda yapılması gerekenlerin işleme dökülmesini ifade etmektedir.



Şekil 2. Endüstri 4.0'ın Unsurları

Kaynak: Şener ve Elevli, (2017: 27)'den uyarlanmıştır.

4. SAĞLIK TURİZMİ VE ENDÜSTRİ 4.0

Bilgi teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimler ve gelişmeler yaşamın her alanını etkilemektedir. Hızla değişmekte olan teknolojik gelişmeler neticesinde tüm sektörler, çalışma şartları ve şekilleri, müşterilerin beklentileri vs. de bu değişimlerden ve gelişmelerden etkilenmektedir.

Sağlık turizmi sektörünün birçok konuda stratejik öneme sahip olması, ulusal veya uluslararası düzeydeki tanıtımlarında faal rol üstlenmesi ve ekonomiye büyük katkı sağlaması, bu sektöre yatırım yapılmasını teşvik etmektedir. Dijitalleşmenin yaşanması ile sağlık alanında da kullanılan cihazların, teşhislerin ve tedavi yöntemlerinin değişmesi, yeni gelişmelere ayak uydurması gibi birçok yenilikle kendini göstermektedir. Sağlık turizmi sektörünün önde gelen isimlerinden olmak ise ancak ve ancak değişen şartları ve yenilikleri takip etmekle mümkün olmaktadır (Aldemir, 2021: 557).

Bilgi teknolojilerinde görülen artışlar ve yenilikler, sağlık turizmi sektöründe birçok avantaj sağlamaktadır (Ryndach vd.'den akt., Dorukbaşı, 2024: 242):

- **Müşteri Etkileşiminde Engellerin Azalması:** Dijital ortamlarda gerçekleştirilen rezervasyonlar, sanal ortamlardan sağlanan danışmanlıklar ve uzaktan hastaların izlenmesini kolaylaştıran uygulamalar gibi inovasyonlar, aynı zamanda müşteri olan sağlık turistlerinin hizmetlere doğrudan erişmelerini kolaylaştırmaktadır.
- **İş Süreçlerinde Verimlilik:** Dijitalleşme, sağlık hizmeti sunan organizasyonların süreçlerinin hızlı bir şekilde tamamlanmasına olanak tanımaktadır. Yapay zekâ temelli karar destek sistemleri ve veri analitiği uygulamalarının kullanımı, hastaların ihtiyaçları dâhilinde verilen yanıtları hızlandırmaktadır.
- **Uluslararası Standartlara Uyum:** Hastaların kayıt bilgileri, dijital sağlık uygulamaları ve veri kayıt defteri olarak nitelendirilen blok zinciri teknolojisi ile güvenli bir şekilde korunarak uluslararası sağlık standartlarına olan uyumunu kolaylaştırmaktadır.
- **Müşteri Memnuniyetinin Artırılması:** Geliştirilen teknolojiler sayesinde tedavi süreçlerinin sanal gerçeklik ile ön izlemelerinin yapılması veya mobil sağlık uygulamaları gibi araçların kullanımı hastaların süreç hakkında bilgi sahibi olmalarına imkân tanıyarak memnuniyetlerinin artmasını sağlamaktadır.

Turizm destinasyonları, yenilikçi yaklaşımlar sayesinde potansiyel müşterileri çekmektedirler. Bu sayede daha önce sunulmamış deneyimler sunularak rekabet avantajı elde etmektedirler (Gomezeli, 2016: 523). Sağlık turizmi alanında

inovasyonların gerçekleştirilmesi için yapay zekâ, nesnelerin interneti, büyük veri, artırılmış ve sanal gerçeklik, giyilebilir teknolojiler, blok zincir teknolojisi ve tele-tıp uygulamaları gibi bilgi teknolojileri kullanılmaktadır (Dorukbaşı, 2024: 243; Rafael ve Pires, 2021: 24).

- ***Tele-tıp Uygulamaları (Telemedicine Applications):***

Tele-tıp genel çerçevede, tıbbi anlamda hizmetler ve bilgilerin karşı tarafa sağlanması amacıyla telekomünikasyon teknolojilerinin kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Sağlık arayışında olan hastalar bu amaçlı şehir dışı veya yurt dışına çıktıkları zaman doktorları ile irtibatlarının devam etmesini istemektedirler. Bu nedenle sağlık turizminde tele-tıp önemli bir rol üstlenmektedir. Ayrıca tele-tıp, doktorların da hastaları hakkında bilgi almasını kolaylaştırmaktadır ve tele-tıp sayesinde sağlık turistlerine sunulan hizmetlerin geliştirilmesi sağlanmaktadır (Gu vd., 2021: 4).

- ***Giyilebilir Teknolojiler (Wearable Technologies):***

Vücudun çeşitli bölgelerine takılan, “akıllı” olarak nitelendirilen (akıllı saat, akıllı bileklik, akıllı kulaklık, akıllı saat vs.) ve sensörler içeren teknolojilerdir (Alp ve Doğan, 2021: 2601).

Giyilebilir teknolojiler, sağlık turizminde de oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Giyilebilir teknolojiler sayesinde hastaların tedavi süreçleri ile alakalı verileri toplamak ve süreçleri takip etmek hususunda sağlık hizmeti sunucularına kolaylık sağlamaktadır.

- ***Blok Zincir Teknolojisi (Blockchain Technology):***

Şifrelenen bir veriyi zincirleme bir şekilde birbirine bağlayan ve bloklar hâlinde nesnel ve dinamik bir düzene

dayandıran sistem olarak tanımlanmaktadır (Carda ve Kısa, 2023: 292).

Blok zincir uygulamaları sağlık turizminde, hastaların bilgilerini gizlilik esaslarına dayandırarak aracısız bir biçimde gizlilik ve güvenlik sunmaktadır (Esen ve Tuncalı Yaman, 2023: 208).

- **Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality-AR):** Sanal ile gerçek olan unsurları tek bir çatı altında toplayan ve bunlar arasında etkileşim sağlayan sistem AR olarak ifade edilmektedir. Sağlık turistleri gerekli araştırmaları yaptığı zaman sunulan sağlık hizmetlerinin kalitesi ve tesis şartlarının iyi olması, turistik destinasyon noktasını onlar için çekici kılmaktadır. Ayrıca sağlık turizminde herhangi bir şehir veya sağlık kuruluşu seçiminin yapılmasında da teknoloji uygulaması önemli bir etken sayılmaktadır (Moğol Sever, 2023: 857).
- **Sanal Gerçeklik (Virtual Reality-VR):** İnsanın hayal gücü sayesinde kurguladıklarını gerçek yaşam ile birleştirdiği uygulamalardır (Buztepe ve Çapık, 2024: 116). VR uygulamaları, sağlık turizminde sağlık turistlerine sağlık tesislerinin, sunulan tedavi ve hizmetlerin, tarihi ve turistik alanların tanıtılması gibi gerçekçi ve etkileşimli bir deneyim sunarak farklı amaçlarla kullanılmaktadır (Demirbaş, 2024).
- **Yapay Zekâ Teknolojisi (Artificial Intelligence Technology):** Yapay zekâ teknolojilerinin sağlık turizmi alanında kullanılması, hastaların hem sağlık hizmetlerine erişim şeklini değiştirmekte hem de tercihlerini doğrudan etkilemektedir (Aslaner Durmaz, 2024). Artan yapay zekâ teknolojileri birçok fırsat sunarak hizmet kalitesini de artırmaktadır (Yalman, 2023: 523).

5. SONUÇ

Endüstri 4.0'ın ortaya çıkardığı yenilikler, hayatın her alanında kendini hissettirmektedir. Bu yenilikler insan hayatında köklü değişimlere diğer bir söylemle dönüşümlere neden olmuş ve bu dönüşümler yaşamın her alanında olduğu gibi sağlık sektörünün gidişatını da belirleyici güç hâline gelmiştir.

Endüstri 4.0'ın beraberinde getirdiği dijitalleşme, yapay zekâ, robot teknolojileri ve veri analitiği gibi ileri düzey teknolojiler, sağlık turizminin daha verimli, hızlı ve kişiye özel hizmetler sunmasına olanak sağlamaktadır. Bu teknolojiler, sağlık turistlerinin daha iyi deneyimler yaşamasına imkân tanımakta ve sağlık turizminin küresel boyutta yayılmasına da hız kazandırmaktadır. Bu bağlamda, dünyanın bir ucundaki doktorun dünyanın diğer ucundaki hastanın ameliyatına katılması ve teknolojik yöntemlerle hastaya müdahale etmesi veya meslektaşlarını yönlendirebilmesi teknolojik yeniliklerin sağlık sektörü üzerindeki etkisini ve önemini ortaya koymaktadır.

Küreselleşme ve dijitalleşme ile birlikte sağlık turizmi, sadece hastalıklarına tedavi yolu arayan bireyler için değil, aynı zamanda sağlıklı yaşam ve yaşam kalitelerini artırmaya yönelik hizmet taleplerinde bulunan bireyler için de önemli bir sektör hâline gelmiştir. Sağlık turizmi sağlayıcıları gelişen teknolojiler aracılığı ile benzersiz ve gelişmiş hizmetler sunmaktadırlar. Bu tür gelişmiş uygulamalar, sağlık turizminin zaman kısıtlaması olmadan daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlamak ve sektöre sürdürülebilir büyüme fırsatı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdulhameed, O., Al-Ahmari, A., Ameen, W. & Mian, S. H. (2019). Additive Manufacturing: Challenges, Trends, and Applications. *Advances in Mechanical Engineering*, 11(2), 1-27. doi: 10.1177/1687814018822880
- Ahi, A. A., Sinkovics, N., Shildibekov, Y., Sinkovics, R. R. & Mehandjiev, N. (2022). Advanced Technologies and International Business: A Multidisciplinary Analysis of The Literature. *International Business Review*, 31(4). doi: 10.1016/j.ibusrev.2021.101967
- Ahmed, G., Al Amiri, N. & Khan, W. (2018). Outward Medical Tourism: A Case of UAE. *Theoretical Economics Letters*, 8, 1368-1390. doi: 10.4236/tel.2018.87088
- Aldemir, T. (2021). Sağlık Turizminde Ar-Ge ve İnovasyon. Ş. Karaca (Ed.), *Multidisipliner Yaklaşımla Sağlık Turizmi* (s. 557-574), Nobel Akademik Yayınevi, Ankara.
- Alp, M. ve Doğan, S. (2021). Giyilebilir Teknolojiler ve İş İlişkisine Etkileri. *Çalışma ve Toplum*, 4(71), 2599-2632. doi: 10.54752/ct.1155408
- Apriliyanti, M. & M, I. (2022). Challenges of The Industrial Revolution Era 1.0 to 5.0: University Digital Library in Indoensia. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 6994.
- Aslaner Durmaz, E. (2024). Yapay Zekâ Teknolojilerinin Sağlık Turizminde Kullanımı: Sorular ve Olası Sınırlamalar, <https://www.uste.org.tr/yapay-zeka-teknolojilerinin-saglik-turizminde-kullanimi-sorular-ve-olasi-sinirlamalar/>. (E.T.: 24.02.2025).
- Badawy, M., Ramadan, N. & Hefny, H. A. (2024). Big Data Analytics in Healthcare: Data Sources, Tools, Challenges, and Opportunities. *Journal of Electrical Systems and*

Information Technology, 11, 1-20. doi: 10.1186/s43067-024-00190-w

Bağ, M. E. ve Aslan, E. (2022). Endüstri 4.0 Teknolojilerinin Simülasyon Tekniği ile Bir Ahşap Fabrikasının Üretim Sistemine Uygulanması. *Journal of Academic Opinion*, 2(2), 74-80.

Balaji, S., Nathani, K. & Santhakumar, R. (2019). IoT Technology, Applications and Challenges: A Contemporary Survey. *Wireless Personal Communications*, 108, 363-388. doi: 10.1007/s11277-019-06407-w

Bhat, F. A. & Parvez, S. (2024). Emerging Challenges in the Sustainable Manufacturing System: From Industry 4.0 to Industry 5.0. *J. Inst. Eng. India Ser. C*, 105(5), 1385-1399. doi: 10.1007/s40032-024-01046-y

Braçe, O., Garrido-Cumbrera, M. & García-Marín, R. (2023). Aproximación al Turismo de Salud Desde la Geografía. Definición y Campo de Estudio. *Cuadernos de Turismo*, 51, 211-226. doi: 10.6018/turismo.571521

Brandão, F., Liberato, D., Teixeira, A. S. & Liberato, P. (2021). Motives for Thermal Tourism: An Application to North and Central Portugal. *Sustainability*, 13(22), 1-23. doi: 10.3390/su132212688

Buztepe, S. ve Çapık, C. (2024). Sanal Gerçeklik ve Sağlık Alanında Kullanımının Önemi. *YOBU Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(1), 115-124.

Carda, H. ve Kısa, Ö. (2023). Blok Zincir Teknolojisi Perspektifinden Kalkınma. *International Journal of Public Finance*, 8(2), 287-312. doi: 10.30927/ijpf.1310637

- Carrera, P. M. & Bridges, J. F. P. (2006). Globalization and Healthcare: Understanding Health and Medical Tourism. *Expert Rev. Pharmacoeconomics Outcomes Res*, 6(4), 447-454. doi: 10.1586/14737167.6.4.447
- Castagnoli, R., Büchi, G., Coeurderoy, R. & Cugno, M. (2022). Evolution of Industry 4.0 and International Business: A Systematic Literature Review and A Research Agenda. *European Management Journal*, 40(4), 572-589. doi: 10.1016/j.emj.2021.09.002
- Cohen, E. (2008). Medical Tourism in Thailand. In: Explorations in Thai Tourism, 1(1), 225-255. doi: 10.1016/S1571-5043(07)00008-2
- Çelikkanat, Ş. ve Güngörmüş, Z. (2018). Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Turizmi ve Hemşirenin Sağlık Turizmindeki Yeri. *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 4(22), 3938-3944.
- de Kinderen, S., Kaczmarek-Heß, M. & Hacks, S. (2024). A Multi-level Reference Model and a Dedicated Method for Cyber-Security by Design. *Bus Inf Syst Eng*. doi: 10.1007/s12599-024-00899-y
- Demirbaş, M. B. (2024). Sağlık Turizminde Sanal Gerçeklik (VR): Pazarlama ve Deneyim Geliştirme, <https://www.uste.org.tr/saglik-turizminde-sanal-gerceklik-vr-pazarlama-ve-deneyim-gelistirme/>. (E.T.: 24.02.2025).
- Dorukbaşı, N. (2024). Sağlık Turizminde Dijital Dönüşüm ve Teknolojik İnovasyonlar. A. Bilgili (Ed.), Sağlık Bilimlerinde Akademik Araştırma ve Değerlendirmeler II (s. 237-252), Özgür Yayınları, Gaziantep.
- Dunets, A. N., Yankovskaya, V. V., Plisova, A. B., Mikhailova, M. V., Vakhrushev, I. B. & Aleshko, R. A. (2020). Health

- Tourism in Low Mountains: A Case Study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(3), 2213-2227. doi: 10.9770/jesi.2020.7.3(50)
- Esen, M. F. ve Tuncalı Yaman, T. (2023). Sağlık Turizminde Teknoloji Uygulamaları. S. Karakuş (Ed.), Sağlık Turizmi Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar (s. 197-224), Akademisyen Kitabevi, Ankara.
- Gianfaldoni, S., Tchernev, G., Wollina, U., Rocchia, M. G., Fioranelli, M., Gianfaldoni, R. & Lotti, T. (2017). History of the Baths and Thermal Medicine. *Medical History*, 5(4), 566-568. doi: 10.3889/oamjms.2017.126
- Gomezelj, D. O. (2016). A Systematic Review of Research on Innovation in Hospitality and Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(3), 516-558. doi: 10.1108/IJCHM-10-2014-0510
- Goodrich, J. N. & Goodrich, G. E. (1987). Health-Care Tourism - An Exploratory Study. *Tourism Management*, 8(3), 217-222. doi: 10.1016/0261-5177(87)90053-7
- Gu, D., Humbatova, G., Xie, Y., Yang, X., Zolotarev, O. & Zhang, G. (2021). Different Roles of Telehealth and Telemedicine on Medical Tourism: An Empirical Study from Azerbaijan. *Healthcare*, 9(8), 1-18. doi: 10.3390/healthcare9081073
- Hastürk, O. (2011). Tıbbi Turizm Amacı İle Ankara'ya Gelen Hastaların Ankara'yı Tercih Etme Nedenlerinin ve Memnuniyet Durumlarının Belirlenmesi; Kamu Sağlık Kuruluşlarında Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- <https://endustriab.com/endustri-donemleri-sanayi-devriminden-dijital-devrime/>. (E.T.: 21.02.2025).

- Jankowska, B., Götz, M. & Tarka, P. (2021). Foreign Subsidiaries as Vehicles of Industry 4.0: The Case of Foreign Subsidiaries in A Post-Transition Economy. *International Business Review*, 30(6). doi: 10.1016/j.ibusrev.2021.101886
- Karaca, Ş., Özkan Önem, E. ve Yıldız, M. (2023). Termal Turizme Yönelik Deneyimleme Kalitesinin Müşteri Güveni ve Tavsiye Etme Niyetine Etkisinin İncelenmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 1050-1066. doi: 10.30783/nevsosbilen.1271251
- Karaduman, B., Tezel, B. T. ve Challenger, M. (2023). Bulanık Mantığın Akıllı Etmenlere Bütünleştirilmesi: Bir SFS Üzerinde Deneyler. *Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi*, 16(1), 34-44.
- Kostak, D. (2007). Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi). *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Lee, E. A. (2015). The Past, Present and Future of Cyber-Physical Systems: A Focus on Models. *Sensors*, 15(3), 4837-4869. doi: 10.3390/s150304837
- Moğol Sever, M. (2023). Medikal Turizmde Artırılmış Gerçeklik (AG) Destekli Hizmet Süreci İyileştirmesi. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi (PIAR)*, 10(3), 854-867. doi: 10.47097/piar.1389638
- Özkurt, H. (2007). Sağlık Turizmi Tahvilleri. *Maliye Dergisi*, (152), 121-142.
- Özmen, E. F., Takva, Ç., Aslan, S. ve İlerisoy, Z. Y. (2024). Endüstri 4.0 ve Bina Üretim Sektöründe Yeni Aktör: Robotik Sistemler ve Otonom Robotlar. *Modular Journal*, 7(1-2), 160-180. doi: 10.59389/modular.1585623

- Permin, E. & Castillo, L. (2024). Creating Data-Driven Products and Services in Industry 4.0: A Case Study On Companies in The German Machine and Tool Industry. *Discover Mechanical Engineering*, 3. doi: 10.1007/s44245-024-00039-6
- Rafael, C. & Pires, A. L. (2021). Analysis of Scientific Production on Technological Innovation in Tourism. *EJTHR*, 11(1), 22-33. doi: 10.2478/ejthr-2021-0003
- Sahoo, S., Kumar, S., Mukherjee, D., Kraus, S., Dabić, M. & Mahto, R. V. (2024). Internationalization Via Industry 4.0 Technologies: Application Areas and Future Roadmap for International Business. *Management Review Quarterly*. doi: 10.1007/s11301-024-00459-4
- Saygılı, T., Oymak Yalçın, S. ve Özsarı, H. (2021). Advanced Age and Disabled Health Tourism Concept, Problems and Solution Suggestions. *International Journal of Health Management and Tourism*, 6(2), 492-514. doi: 10.31201/ijhmt.918595
- Sharma, A. & Singh, B. J. (2020). Evolution of Industrial Revolutions: A Review. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 9(11), 66-73. doi: 10.35940/ijitee.I7144.0991120
- Sharma, A., Mehtab, R., Mohan, S. & Mohd Shah, M. K. (2022). Augmented Reality – An Important Aspect of Industry 4.0. *Industrial Robot*, 49(3), 428-441. doi: 10.1108/IR-09-2021-0204
- Siner, G. ve Torun, N. (2020). Sağlık Turizminde Termal Turizm ve Spa-Wellness Turizminin Yeri ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48), 517-533.

- Snijders, C., Matzat, U. & Reips, U. (2012). Big Data: Big Gaps of Knowledge in The Field of Internet Science. *International Journal of Internet Science*, 7(1), 1-5.
- Szromek, A. R., Januszevska, M. & Romaniuk, P. (2012). Demographic Phenomena and Demand for Health Tourism Services Correlated in Poland. *American Journal of Tourism Management*, 1(1), 10-20. doi: 10.5923/j.tourism.20120101.02
- Şener, S. ve Elevli, B. (2017). Endüstri 4.0’da Yeni İş Kolları ve Yüksek Öğrenim. *Mühendis Beyinler Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Tontuş, H. Ö. (2019). Sağlık Turizminin Tarihçesi, file:///C:/Users/ZZZ/Desktop/sa%C4%9Fl%C4%B1k%20turizmi/SaglkTurizmiKitap1Tarihcesi.pdf.
- Tunca, S. (2019). Modern Çağda Siber Güvenlik Kavramı. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi*, (3-4), 1-7.
- Vinitha, K., Prabhu, R. A., Bhaskar, R. & Hariharan, R. (2020). Review on Industrial Mathematics and Materials at Industry 1.0 to Industry 4.0. *Materials Today: Proceedings*, 33, 3956-3960. doi: 10.1016/j.matpr.2020.06.331
- Wang, R., Li, C., Zhang, K. & Tu, B. (2025). Zero-Trust Based Dynamic Access Control for Cloud Computing. *Cybersecurity*, 8, 1-16. doi: 10.1186/s42400-024-00320-x
- Wong, B. K. M. & Sa’aid Hazley, S. A. (2021). The Future of Health Tourism in The Industrial Revolution 4.0 Era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 267-272. doi: 10.1108/JTF-01-2020-0006
- Wu, H. (2024). Black Widow Optimization Algorithm for Efcient Task Assignment in Cloud Computing. *Journal of*

Engineering and Applied Science, 71, 1-20. doi:
10.1186/s44147-024-00471-1

Yalman, F. (2023). Sağlık Turizminde Yapay Zekâ Uygulamaları Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 521-534. doi:
10.26677/TR1010.2023.1290

TURİZM KONULARI

yaz
yayınları

YAZ Yayınları

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3

İscehisar / AFYONKARAHİSAR

Tel : (0 531) 880 92 99

yazyayinlari@gmail.com • www.yazyayinlari.com