

Yerel üretim algısı ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması

Local production perception scale: adaptation into Turkish, validity and reliability study

Şafak ÜNÜVAR¹, Huzeyfe AY², Sümeyye KARAGÖZ²

¹Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya.

²Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

ARTICLE INFO	ÖZET
Article history: Recieved / Geliş: 04.09.2025 Accepted / Kabul: 16.10.2025 Anahtar Kelimeler: Yerel Üretim Yerel Üretim Algısı Ölçeği Ölçek Uyarlama Güvenirlik Geçerlik Keywords: Local Production Local Production Perception Scale Scale Adaptation Reliability Validity Corresponding author/Sorumlu yazar: Şafak ÜNÜVAR safakunuvar@selcuk.edu.tr	Yerel üretim ülkelerin sahip olduğu kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması aynı zamanda ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından önemli bir konudur. Günümüzde yaşanan küreselleşme, iklimsel sorunlar ve buna bağlı doğal kaynakların azalması başta akademik camia olmak üzere birçok kesimin yerel üretime yönelik ilgisinin artmasına neden olmuştur. Çalışmada Merlino ve ark. (2022) tarafından, tüketicilerin bakış açısıyla yerel üretimin ne olduğu ve bu konuyla ilgili düşüncelerini belirlemek amacıyla geliştirilen on madde ve üç faktörden oluşan Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin Türkçeye uyarlama çalışmasının yapılması amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu, Konya'da faaliyet gösteren yöresel yiyecek içecek sunan işletmelerin müşterileri (n=514) oluşturmaktadır. Ölçek uyarlama aşamasında dil geçerliği için üç akademisyen tarafından İngilizce ve Türkçe uyarlama karşılaştırması yapılmıştır. Ölçeğin dil geçerliğinden sonra ilk olarak madde toplam korelasyona, aritmetik ortalamalara, standart sapma değerlerine bakılmış ikinci olarak ölçeğin güvenirlik ve geçerlik (AFA-Açıklayıcı Faktör Analizi) analizleri ve ölçeğin tekrar güvenirlik ve geçerlik (DFA-Doğrulayıcı Faktör Analizi) analizleri yapılmış, son olarak maddeler arası korelasyon (pearson) değerlerine bakılmıştır. Yapılan analizler sonucunda Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin, "sağlık ve kalite" ve "sürdürülebilirlik" olmak üzere sekiz madde ve iki faktörden oluşan formunun Türkçe alanyazında yapılacak çalışmalar için geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğu tespit edilmiştir.
	ABSTRACT Local production is an important issue in terms of preserving the cultural values of countries and passing them on to future generations, as well as ensuring economic development. Today's globalization, climate issues, and the resulting depletion of natural resources have led to increased interest in local production among many groups, particularly the academic community. This study aims to adapt the Local Production Perception Scale, developed by Merlino et al. (2022), which consists of ten items and three factors, into Turkish to determine what local production is from the consumers' perspective and their thoughts on this issue. The sample group for the research consisted of customers (n=514) of businesses offering local food and beverages operating in Konya. During the scale adaptation phase, three academics compared the English and Turkish adaptations to ensure linguistic validity. After the linguistic validity of the scale, item-total correlations, arithmetic means, and standard deviation values were examined. Subsequently, reliability and validity analyses (EFA-Exploratory Factor Analysis) and repeat reliability and validity analyses (CFA-Confirmatory Factor Analysis) of the scale were performed. Finally, the inter-item correlation (Pearson) values were examined. The results of the analyses revealed that the Local Production Perception Scale, consisting of eight items and two factors, namely "health and quality" and "sustainability," is a valid and reliable measurement tool for studies to be conducted in the Turkish literature.
Makale Uluslararası Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 Lisansı kapsamında yayınlanmaktadır. Bu, orijinal makaleye uygun şekilde atıf yapılması şartıyla, eserin herhangi bir ortam veya formatta kopyalanmasını ve dağıtılmasını sağlar. Ancak, eserler ticari amaçlar için kullanılamaz. © Copyright 2022 by Mustafa Kemal University. Available on-line at https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkutbd This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License. OPEN ACCESS CC BY NC	
Cite/Atıf	Ünvar, Ş., Huzeyfe, A., & Karagöz, S. (2026). Yerel Üretim Algısı Ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. <i>Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi</i>, 31(1): 111-126. https://doi.org/10.37908/mkutbd.1778057

GİRİŞ

Gıda, insanlık tarihi boyunca yalnızca temel bir gereksinim değil aynı zamanda kültürel kimliğin ve toplumsal yaşamın bir yansıması olmuştur. İlk insan toplulukları, gıdayı üretme ve paylaşma biçimleriyle sosyal düzenlerini oluşturmuştur. Zamanla üretim ve tüketim biçimleri toplumların yaşam tarzlarını şekillendirmiş ancak sanayileşme ve kentleşme ile birlikte insanlar üretim süreçlerinden uzaklaşmış, gıdanın kaynağıyla olan bağlarını büyük ölçüde yitirmiştir. Bu durum, tüketicilerde hem güven duygusunun zayıflamasına hem de kültürel bağların kopmasına neden olmuştur (Goodman, 2003; McCann, 2012). Gıda üretimi ve tüketimi arasındaki bağın zayıflaması, çevresel sorunların ve doğal kaynak kayıplarının artmasıyla daha da belirgin hale gelmiş, bu gelişmeler toplumları yeniden yerel üretime yöneltmiştir. Yerel üretim artık yalnızca coğrafi bir kavram olarak değil aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmanın, toplumsal dayanışmanın ve kültürel sürekliliğin önemli bir parçası olarak görülmektedir. Kısa tedarik zincirleri sayesinde üreticiyle tüketici arasında doğrudan bir ilişki kurulmaktadır. Bu ilişki karşılıklı güveni güçlendirmekte, çevresel etkileri azaltmakta ve yerel ekonomilere canlılık kazandırmaktadır (Dematteis & Giorda, 2013; Feldmann & Hamm, 2015; Marsden ve ark., 2000). Böylece yerel üretim, hem çevreye hem de topluma duyarlı bir üretim biçimi olarak, sürdürülebilir yaşamın temel unsurlarından biri haline gelmiştir.

Buna karşın günümüzde “yerel” kavramı pazarlama amaçlı bir etiket haline gelmiştir. Yerel niteliğe sahip olmayan ürünlerin bu şekilde sunulması, tüketicilerin zihninde karışıklık yaratmakta ve güven duygusunu zedelemektedir (McCann, 2012). Bu durum, tüketici psikolojisinde algılanan güven, özgünlük ve etik değerlere olan önemi artırmaktadır. Schwartz’ın (2012) değerler teorisine göre bireylerin tüketim tercihleri yalnızca ekonomik çıkarlarla açıklanamaz. Tüketim davranışları, çevreci, özgeci ve geleneksel değerlerin birleşimiyle şekillenir. Dolayısıyla yerel üretime yönelik tutumlar, sürdürülebilir tüketim davranışlarının bir yansıması olarak görülmektedir.

Yerel üretim algısı, bireyler arasında farklı anlamlar taşımaktadır. Kimileri için sağlık, kalite ve güveni temsil ederken, kimileri için fiyat avantajı ya da toplumsal aidiyet anlamına gelmektedir (Kondoh, 2015). Bu çeşitlilik, yerel üretim kavramının çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, yerel üretim algısının hangi unsurlarla şekillendiğini belirlemek ve bu algıyı ölçmek hem kuramsal hem de uygulama açısından önem taşımaktadır. Güvenilir ölçme araçlarının geliştirilmesi, tüketicilerin yerel üretime ilişkin tutumlarını anlamada ve bu tutumları etkileyen değerleri belirlemede yararlı olacaktır.

Bu çalışma, tüketici bakış açısından yerel üretim algısını incelemek amacıyla Merlino ve ark. (2022) tarafından geliştirilen Yerel Üretim Algısı Ölçeği’nin Türkçeye uyarlanmasını konu edinmektedir. Türkçe literatürde bu kavramı doğrudan ele alan sınırlı sayıda ölçek bulunması, araştırmanın önemini artırmaktadır. Çalışmanın sonuçlarının, tüketici eğilimlerinin daha iyi anlaşılmasına ve yerel üretimi destekleyen politika ile stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Yerel üretim algısı

Tüketim, insan yaşamının sürdürülebilirliği için zorunlu olup dijital, sosyal ve fiziksel boyutlarıyla çok yönlü bir olgudur. Her türlü tüketim faaliyetinin gerçekleşebilmesi, üretim sürecine ve üreticiye bağlıdır. Gıdanın küreselleşmesiyle birlikte toplumların üretim ve tüketim alışkanlıklarında köklü değişimler yaşanmış, bu değişimler genel olarak endüstriyel üretim ve yerel üretim olmak üzere iki başlık altında toplanmıştır. Yerel üretim hem ekonomik kalkınma hem de kültürel değerlerin korunması açısından geniş kapsamlı bir kavramdır (Feldmann & Hamm, 2015). Genellikle belirli bir coğrafi bölgenin doğal kaynakları kullanılarak, yöreye özgü üretim yöntemleriyle elde edilen ürünler yerel üretim olarak tanımlanmakta ve bu üretim biçimi, tüketicilerin satın alma tercihleri ile tutumları üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır (Van Ittersum ve ark., 2003). Ayrıca yerel üretim, endüstriyel üretimden farklı olarak üretici ile tüketici arasında daha yakın ve doğrudan ilişkilerin kurulmasına imkân tanımakta, böylece kültürel yapının korunmasına katkı sağlamaktadır.

Yerel üretim yalnızca bir bölgenin özgün ürünlerini ifade etmekle kalmayıp çevrenin sürdürülebilir tanıtımı, yöre halkının ekonomik refahı ve toplumsal dayanışmanın güçlendirilmesi açısından da önemli bir işleve sahiptir. Bu nedenle ekonomik olduğu kadar kültürel ve turistik bir değer olarak stratejik öneme sahiptir. Gastronomi turizmi alanında yapılan araştırmalar, pazarlama stratejileriyle desteklenen yerel ürünlerin destinasyon kimliği ve tüketici algısı üzerinde belirleyici etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Ancak bu değerın sürdürülebilirliği, tüketicilerin yerel ürünlere ilişkin bilgi düzeyinin artırılması ve ürünlerin özgün niteliklerini yansıtan biçimde sunulmasına bağlıdır (Campbell, 2021).

Yerel üretim aynı zamanda bireylerin değerler dünyasında karşılık bulan bir olgudur. Tüketiciler yalnızca ekonomik faydayı değil ürünün taşıdığı kültürel anlamı, sembolik boyutunu ve çevresel duyarlılığı da dikkate almaktadır. Bu yaklaşım Schwartz'ın değerler kuramında öne çıkan evrenselcilik ile geleneksellik boyutlarıyla örtüşmektedir. Yerel ürünlerin tercih edilmesi bireylerin bir yandan toplumsal aidiyetlerini diğer yandan da çevreye karşı sorumluluklarını ifade etmektedir (Schwartz, 2012). Gastronomi turizmi bağlamında ise yerel ürünlere yüklenen duygusal ve sosyal değerler destinasyon kimliğini güçlendirmekte, ziyaretçilerin deneyimini derinleştirmekte ve özgünlük algısını beslemektedir (Zhang, 2023). Bunun yanında değer inanış norm yaklaşımı (value belief norm theory / VBN) çevresel bilgi ile biyosferik değerlerin tüketici tercihleri üzerinde belirleyici olduğunu göstermekte, böylelikle yerel üretimin sürdürülebilirliği toplumsal değerler ve çevresel sorumluluk zemininde temellendirilmektedir (Alashiq ve Aljuhmani, 2025).

Gıda, insan yaşamının en temel ihtiyaçlarından biridir ve bu ihtiyacın karşılanma biçimi çevresel ve toplumsal koşullara göre değişiklik gösterebilmektedir. Psikolojik eğilimler, coğrafi koşullar, teknolojik imkânlar ve demografik yapı, beslenme alışkanlıklarını doğrudan biçimlendirmektedir (Maslow, 1943). Demografik farklılıklar özellikle gıda tercihlerini belirlerken, çoğu tüketici için temel ölçüt ürünün insan sağlığı üzerindeki etkisidir. Bu bağlamda, tüketiciler üretimden tüketime kadar süreci gözden geçirir ve ürünün yerel niteliğini doğrulamak için çeşitli uygulamalardan yararlanırlar (Benson & Dundis, 2003). Ne var ki günümüzde doğayla doğrudan temas etmeden büyüyen bireylerin yerel ve endüstriyel ürünler arasındaki farkı anlaması her zaman kolay olmamaktadır. Bu belirsizlik kimi satıcıların tüketicilerin sınırlı bilgi ve deneyiminden yararlanarak yerel ürün algısını yönlendirmesine imkân tanıyabilmektedir. İşte bu yanlış algılar, yerel üretimle ilgili temel sorunlardan birisidir. Dolayısıyla yerel üretim algısının doğru biçimde ölçülmesi, hem üreticilerin rekabet gücünü artırmaları hem de yerel üretim yapılan bölgelerin ekonomik gelişimini desteklemeleri açısından zorunludur (Ilbery & Maye, 2005).

Tüketici psikolojisi açısından bakıldığında, yerel ürün tercihi yalnızca rasyonel bir seçim değildir. Güven ve aidiyet duygusu, tüketicilerin kararlarını doğrudan etkilemektedir. Güncel araştırmalar, tüketicilerin yerel gıdaya yöneliminde üreticiye duyulan güvenin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Carfora & Catellani, 2023). Bunun yanında kalite ve sertifikasyon işaretleri, güven algısını pekiştirmekte ve satın alma niyetini olumlu yönde etkilemektedir (Hristov ve ark., 2023). Bu durum, yerel üretim algısının yalnızca coğrafi kökenle değil, tüketicilerin psikolojik ihtiyaçları ve değerleriyle de sıkı sıkıya bağlı olduğunu göstermektedir. Öte yandan yerel ürünlere yönelik tercihleri etkileyen bir diğer unsur, tüketicilerin risk algısı ve izlenebilirlik beklentisidir. Özellikle gıda ürünlerinde menşei bilgisi ve dijital izlenebilirlik sistemleri, tüketiciler için güven artırıcı bir işlev görmektedir (Tran ve ark., 2024). Farklı piyasalarda yapılan çalışmalar, tüketicilerin yerel üretim bildirimi olan ürünler için daha yüksek ödeme isteği sergilediklerini ancak bu istekliliğin ürün türüne ve tüketicinin yaşam biçimine göre değiştiğini ortaya koymaktadır (Ortez ve ark., 2024). Dolayısıyla yerel üretim algısını anlamak için ürünün fiziksel özelliklerinden ziyade güven, şeffaflık ve aidiyet gibi psikolojik etkenlere odaklanmak gerekir.

Küresel tarım-gıda sistemleri, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda önemli belirsizlikler ve olumsuzluklar doğurmuştur. Endüstriyel tarım uygulamaları, yalnızca doğal çevreye zarar vermekle kalmamış, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik alanlarda da çeşitli sorunlar yaratmıştır (Goodman, 2003). Bu durum, daha sürdürülebilir ve adil bir gıda sistemi arayışını hızlandırmış, halkın yerel gıdaya yönelmesine zemin hazırlamıştır. Küreselleşen ekonomik yapılar karşısında kırsal bölgelerin varlığını sürdürebilmesi için yerel gıda sistemleri giderek daha stratejik

bir konum kazanmıştır (Woods, 2013). Bu çerçevede, sürdürülebilir tüketim davranışlarının gelişimi, bireylerin yerel üretime ilişkin algılarıyla yakından bağlantılı bir olgu hâline gelmiştir. Yerel üretim, tüketici gözünde artık yalnızca coğrafi bir yakınlığı değil; doğallık, etik üretim, güven ve toplumsal sorumluluk gibi sürdürülebilirlik bileşenlerini de temsil etmektedir (Vermeir & Verbeke, 2006). Tüketicilerin yerel ürünlere yönelimi, çevresel kaygılardan ziyade kültürel kimlik ve aidiyet duygusunun da etkisiyle biçimlenmekte, bu yönüyle sürdürülebilirlik kavramına insani bir boyut kazandırmaktadır (Köse, 2024). Nitekim pandemi sonrası dönemde yapılan araştırmalar, yerel üretim algısının, sürdürülebilir tüketim davranışlarının en güçlü belirleyicilerinden biri hâline geldiğini ortaya koymaktadır (Trujillo, 2023). Bu eğilim, bireylerin yerel üretimi yalnızca ekonomik bir tercih olarak değil, aynı zamanda çevresel duyarlılık ve toplumsal dayanışmanın bir göstergesi olarak değerlendirdiğini göstermektedir (Banerjee & Quinn, 2022; Ur Rahman ve ark., 2023). Böylelikle yerel üretim algısı, sürdürülebilir tüketimin somutlaştığı bir alan olarak hem bireysel tutumları hem de toplumsal dönüşüm süreçlerini anlamada önemli bir kavramsal zemin sunmaktadır (Viciunaite, 2023).

Yerel gıda sistemleri, yalnızca belirli bir coğrafi sınırla tanımlanmakla kalmayıp, yerel üreticilerin tarımsal stratejilerini destekleyen sosyo-kültürel ve politik yapılarla da ilişkilidir (Allen, 2010). Yerel kavramı, mekânsal yakınlık, geleneksel üretim yöntemlerine bağlılık ve gıda zincirlerinde şeffaf, izlenebilir süreçlerle açıklanabilir. Bu sistemler, üretim ve tüketim arasındaki mesafeyi kısaltarak tedarik zincirlerini verimli ve sürdürülebilir hâle getirmekte (O'Hara & Stagl, 2001; Grunert, Hieke & Wills, 2014), yerel ekonomileri güçlendirmekte ve üretici-tüketici ilişkilerini doğrudan geliştirmektedir (Stein & Santini, 2021). Kısa mesafeli taşımalar enerji tüketimi ve karbon emisyonlarını azaltırken, agroekolojik yöntemler toprak ve ekosistem sağlığını korumaktadır (Sanye-Mengual ve ark., 2018; Wittman ve ark., 2017). Artan yerel gıda talebi ise geleneksel üretim yöntemlerinin korunmasına katkı sağlarken tazelik, kalite ve güven algısını pekiştirmektedir (Arabska, 2021; Merlino ve ark., 2022; Pirog, 2004).

Son yıllarda artan yerel kültür ve bölgesel kaynak ilgisi, “yerel dönüş” yaklaşımını gündeme taşımıştır. Yerel dönüş, bölgesel kaynakların geliştirilerek sürdürülebilir biçimde yönetilmesini ifade etmekte (Sonnino & Marsden, 2006) ve dışa bağımlılığı azaltarak toplumsal dayanıklılığı güçlendirmektedir. Yerel gıda sistemleri; tarımsal biyoçeşitliliğin korunması, mevsimsel üretimin desteklenmesi ve karbon ayak izinin azaltılması gibi çevresel faydalar sunmaktadır (Merlino ve ark., 2022; Marsden ve ark., 2000). Mevsiminde tüketim, gıda çeşitliliğini korurken agroekosistemlerin sürekliliğini sağlamakta ancak bu sistemlerin yaygınlaşması, teknik çözümlerin yanı sıra siyasi irade, toplumsal destek ve güvene dayalı üretici-tüketici ilişkilerini gerektirmektedir (Annunziata & Mariani, 2018).

Literatür taraması

Literatürde yer alan bazı çalışmalar, yerel üretim ölçeğinin toplulukların ihtiyaçlarına uygun biçimde, kaynakların verimli kullanımını sağlamayı ve yerel ekonomilerin sürdürülebilirliğini desteklemeyi amaçladığını göstermektedir. Schumacher (1973), ekonomik sistemlerin insanı ve çevreyi merkeze alan küçük ölçekli üretim anlayışına dayanmaları gerektiğini savunarak yerel üretim kavramının kuramsal temelini ortaya koymuştur. Öte yandan Mahatma Gandhi de “Swadeshi İlkesi” doğrultusunda yerel üretimi teşvik etmiş, toplulukların kendi kendine yeterli hâle gelmesinin dışa bağımlılığa karşı etkili bir yöntem olduğunu vurgulamıştır (Deka, 2020).

Naspetti ve Bodini (2008) yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin yerel ve organik ürünlere dair algılarını incelemiş, bu çerçevede yerel üretimin, tazelik, doğallık ve kültürel bağlılık gibi yönleriyle ön plana çıktığı, organik ürünlerin ise daha çok güvenilirlik açısından tercih edildiği sonucuna varılmıştır. Çalışmada ayrıca yerel üretimin, kısa tedarik zincirleri aracılığıyla hem karbon ayak izini azalttığı hem de bölgesel kalkınmaya katkı sunarak toplumsal bağların kuvvetlenmesine zemin hazırladığı belirlenmiştir.

Kang ile Rajagopal (2014) bireylerin yerel gıdaya bakışını, çevresinin bu konudaki etkisini, davranışlarını kontrol edebilme hissini ve satın alma yönündeki niyet ve tutumlarını ölçmek amacıyla 4 boyut ve 20 ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmış, sonuç olarak; yerel gıdaların tazeliği, besin değeri ve yerel ekonomiye katkısı sebebiyle genelde

olumlu karşılandığı, bununla birlikte bazı durumlarda mevsimsel sınırlamaların, yüksek maliyetlerin ve tedarikte yaşanan aksaklıkların, bu olumlu bakışı sınırlayabileceği tespit edilmiştir. Çalışmada aynı zamanda, yerel gıda kullanımının sürdürülebilir kalkınmaya katkı sunabileceği belirtilmiş fakat bunun için öncelikle bazı uygulama sorunlarının giderilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Yarici ile Cömert'in (2015) yaptığı araştırma, Mardin'de yöresel yemek sunan bazı işletmelerin yerel ürün kullanımı konusunu ele almıştır. Çalışmada, yerel ürünlerin sağladığı faydalar genel olarak olumlu bir şekilde değerlendirilmiş, öte yandan dezavantajlara dair ifadeler daha çok tarafsız kalınmıştır. İşletmenin büyüklüğü ve menüdeki yöresel yemeklerin sayısı da bu algılar üzerinde etkili bulunmuştur. Özellikle küçük işletmelerin yerel ürünlere daha fazla yöneldiği tespit edilmiştir.

Oğuz ve ark. (2020) yerli turistlerin sokak lezzetlerine yönelik algısı ve bu algının bazı demografik özelliklere göre farklılaşma gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla 5 boyut ve 26 ifadeden oluşan bir ölçek geliştirmiştir. Yerellik algısı bu beş boyuttan birisi olup beş ifade ile ölçülmüştür. Elde edilen bulgulara göre yerli turistlerin sokak lezzetleri algısının genel olarak olumlu olduğu ve sokak lezzetlerinin yerel ekonomiyi, yerel satıcıları ve ürünleri desteklediği düşüncesinin güçlü olduğu tespit edilmiştir.

Bilgin ve Pabuççu (2023), tüketici etnosentrizmi açısından, tüketicilerin yerli üretim algılarının, algılanan marka değerine ve satın alma niyetine etkisini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada; yerli üretim algısının, satın alma niyeti, marka farkındalığı ve sadakati, algılanan kalite gibi marka değerinin tüm boyutlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. İlgili çalışmada yerli üretim algısı 3 ifade ve tek boyuttan oluşan bir ölçek ile ölçülmüştür.

Yerel üretim algısı ölçeği

Yerel üretim algısını ölçmeye yönelik alanyazında çeşitli ölçekler bulunsa da bu kavramı doğrudan ve kapsamlı biçimde ele alan özgün ölçek sayısı sınırlıdır. Mevcut çalışmalarda yerel üretim algısının genellikle yerellik ya da doğallık alt boyutları aracılığıyla ölçüldüğü ve dolaylı yoldan değerlendirildiği görülmektedir. Merlino ve ark. (2022) yapmış oldukları "Local Production": What Do Consumers Think? çalışmasında ise doğrudan yerel üretim algısını ölçmeye yönelik 3 (üç) boyut ve 10 (on) ifadeden oluşan yerel üretim algısı ölçeği oluşturulmuştur. Yerel üretimin "Sağlık ve Kalite", "Sürdürülebilirlik" ve "Erişilebilirlik" gibi anahtar unsurları, ölçeğin belirlediği temel boyutlardır. Sağlık ve kalite boyutu, yerel üretimin taze, doğal ve katkı maddesi içermeyen ürünler sunduğu algısını yansıtmaktadır. Sürdürülebilirlik boyutunda, yerel üretimin çevreyle uyumlu bir şekilde, karbon emisyonlarını düşürerek ve üretim süreçlerini şeffaf hale getirerek ekolojik dengeye katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Erişilebilirlik boyutu ise yerel ürünlerin, genellikle daha uygun fiyatlarla ve izlenebilir kaynaklardan temin edilebileceği görüşünü yansıtmaktadır. Ayrıca, yerel pazarlarda ve doğrudan üreticiden tüketime yönelik satış kanallarının, ürünlere kolay erişim sağladığı belirtilmektedir.

Araştırma, demografik değişkenlerin yerel üretim algısı üzerindeki etkisini de incelemiştir. Katılımcıların yaş, gelir, eğitim düzeyi gibi özellikleri, farklı tüketici profillerinin oluşmasına yol açmıştır. Bu profiller, yerel üretime yönelik tutumları ve tüketim alışkanlıklarını farklılaştırmaktadır. Katılımcılar, sağlık ve kaliteye öncelik verenlerden, sınırlı bütçelerle temel ihtiyaçları karşılamaya çalışanlara kadar çeşitli gruplara ayrılmıştır. Araştırma sonucunda, demografik faktörlerin yerel üretim algısını şekillendirmedeki rolü belirgin şekilde ortaya çıkmıştır. Çevresel duyarlılığı yüksek olanlar ve ekonomik kısıtlamalara rağmen yerel ürünleri tercih etmeye çalışanlar arasında da belirgin farklar gözlemlenmiş, özellikle yaş ve gelir düzeyinin, yerel üretime yönelik yaklaşımlarda önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Düşük gelirli bireyler genellikle fiyat hassasiyeti gösterirken, yaşça daha büyük katılımcılar sağlık, kalite ve güvenilirlik gibi faktörlere öncelik vermektedir. Bu bulgular, yerel üretimle ilgili stratejilerin geliştirilmesinde demografik farklılıkların dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Öte yandan makale bulguları incelendiğinde, fiyat unsurunun tüketicilerin yerel üretim algısında belirleyici bir faktör olmadığı görülmektedir. Çalışmada, kısa tedarik zinciri, tazelik, mevsimsellik, yerellik ve ürün kalitesi gibi nitel unsurlar ön plana çıkarken, fiyatın hem satın alma kararında hem de yerel üretimin tanımlanmasında ikincil düzeyde

kaldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük kısmı yerel ürünleri “pahalı” olarak düşünmemekte, aksine makul fiyatlı ve üretici açısından adil olarak görmektedir. Bununla birlikte, bazı bölümlerde fiyatla ilgili değerlendirmelerde metodolojik ve yorumlayıcı tutarsızlıklar dikkat çekmektedir. Örneğin, bazı analizlerde fiyatın erişilebilirlik boyutunda önemli olduğu belirtilirken, faktör analizinde “erişilebilir tedarik zinciri” değişkeninin açıklayıcılığı sınırlı kalmıştır. Ayrıca, tüketici kümeleri arasındaki değerlendirmelerde fiyatın kimi zaman kalite ile kimi zaman ise üretici kârlılığı ile bağlantılı ele alınması, kavramsal açıdan homojen bir yaklaşımın olmadığını göstermektedir. Bu durum, fiyatın yerel üretim tercihlerindeki rolünün net ve tutarlı bir şekilde tanımlanamadığını, dolayısıyla ekonomik boyutun algısal düzeyde geri planda kaldığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak; Merlino ve ark. (2022) geliştirdiği ölçek, yerel üretimin ekonomik ve toplumsal faydalarını ele alırken, sürdürülebilirlik ve toplum sağlığı gibi faktörlere de ışık tutmaktadır. Ölçek, yerel üretimle ilgili gelecekteki araştırmalar ve politika geliştirme süreçlerinde önemli bir araç olarak işlev görebileceği düşünülmektedir.

YÖNTEM

Nicel araştırma deseninde tasarlanan çalışma bir ölçek uyarlama çalışmasıdır. Çalışmada yerel üretimin ne olduğu ve tüketicilerin bu konuyla ilgili ne düşündüklerini belirlemek amacıyla Merlino ve ark. (2022) tarafından geliştirilen Yerel Üretim Algısı Ölçeği'ni Türkçeye uyarlayarak geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Örneklem ve veri toplama

Çalışmanın evrenini Konya'da faaliyet gösteren yöresel yiyecek içecek sunan işletmelerin müşterileri oluşturmaktadır. Örneklem seçimi için tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, ulaşılabilir ve gönüllü katılımcılardan veri toplamasına olanak sağlayan pratik bir yöntem olmakla birlikte, örneklemin evreni temsil edebilme kabiliyetini sınırlamaktadır (Etikan ve ark., 2016). Nisan 2025-Mayıs 2025 döneminde, katılımcılardan web tabanlı anket (Google Forms) ve yüz yüze anketler yoluyla toplam 527 anket toplanmıştır. Ancak yapılan incelemeler sonucunda, 13 anketin eksik veya hatalı olduğu belirlenerek veri setinden çıkarılmıştır. Böylece, analiz için 514 geçerli veri kullanılmıştır. Literatürde, faktör analizi gerçekleştirilebilmesi için ölçeğe dahil edilen her bir madde için en az 5 örneklem ve genellikle 300 veya daha fazla örneklem sayısının kullanılması tavsiye edilmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013; Tavşancıl, 2006). Yapılan anket çalışmasında Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin madde sayısının 10 (on) olması sebebiyle araştırmaya katılan kişi sayısının yeterli olduğu görülmüştür. Araştırmada kullanılan verilerin etik kurul izni, Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Etik Kurulu tarafından 03.02.2025 tarihinde alınan 192/03 karar/sayı numarasıyla onaylanmıştır.

Ölçme aracı

Yerel Üretim Algısı Ölçeği Merlino ve ark. (2022) tarafından geliştirilmiştir. Orjinalde beşli Likert tipindeki ölçek (1/kesinlikle katılmıyorum ile 5/kesinlikle katılıyorum) 10 (on) önerme ve 3 (üç) boyuttan oluşmaktadır. Birinci boyut beş önermeden (Md1-Md2-Md3-Md4-Md5) oluşmakta ve “Sağlık ve Kalite” olarak, ikinci boyut üç önermeden (Md6-Md7-Md8) oluşmakta ve “Sürdürülebilirlik” olarak, üçüncü boyut ise iki önermeden (Md9-Md10) oluşmakta ve “Erişilebilirlik” olarak isimlendirilmiştir. Ölçekte ters kodlanmış önerme yer almamaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük skor 10, en yüksek skor ise 50'dir. Düşük puan, katılımcıların yerel üretime dair algılarının zayıf olduğunu, yüksek puan ise katılımcıların yerel üretime dair algılarının güçlü olduğunu göstermektedir.

Dil geçerliği

Yerel Üretim Algısı Ölçeği, Creative Commons 4.0 lisansı altında yayımlanan ve yazarların uygun şekilde atıf yapılması koşuluyla kullanılan bir ölçek olup, hiçbir ticari amaç bulunmaksızın sadece akademik amaçla Türkçe'ye

uyarlanacaktır. Ölçeğin geliştirilmesinde yer alan yazarlar: Valentina Maria Merlino, Alessandro Sciullo, Giacomo Pettenati, Francesco Sottile, Cristiana Peano ve Stefano Massaglia'dır. Ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışmasında, bu yazarlara ve ilgili kaynağa uygun şekilde atıf yapılacak olup ölçeğin orijinal hali ile uyarlama sürecinde yapılan değişiklikler belirtilerek, akademik etik kurallarına sadık kalınacaktır. Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin, Türkçeye çevrilmesi amacıyla Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümünde yer alan alanında uzman ve yeterli deneyime sahip üç akademisyene sunulmuştur. Her akademisyen, ölçeğin maddelerini çevirmiş ve bu çeviriler araştırmacılar tarafından dikkatlice gözden geçirilmiştir. Çeviriler arasında tutarlılık sağlandığı belirlenmiş ve nihai ölçek formu oluşturulmuştur. Bunun ardından, ölçeğin geçerliliğini test etmek amacıyla 50 kişilik bir pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan alınan geri bildirimler doğrultusunda, ölçek maddelerinin anlaşılabilir olduğu onaylanmış ve sonrasında ölçeğin son hali ile asıl uygulamaya geçilmiştir.

İstatistik analizleri

Çalışmada elde edilen verilere SPSS 23.0 ve Amos 23.0 programları aracılığı ile istatistiksel analizler uygulanmıştır. İlk olarak, aritmetik ortalamalara, standart sapmalara ve madde-toplam korelasyon değerlerine bakılmış ikinci olarak ölçeğin güvenirlik ve geçerlik (AFA-Açıklayıcı Faktör Analizi) analizleri, üçüncü aşamada ölçeğin tekrar güvenirlik ve geçerlik (DFA-Doğrulamalı Faktör Analizi) analizleri yapılmış, son aşamada ise maddeler arası korelasyon (pearson) analizi gerçekleştirilmiştir.

Madde analizine ilişkin bulgular

Bu aşamada kullanılan ölçeğin iç tutarlılığının belirlenmesi amacıyla madde-toplam korelasyon analizi yapılmıştır. Madde-toplam korelasyon değeri, bir testteki maddelerin birbiriyle ne kadar ilişkili olduğunu gösterir. Korelasyon değerlerinin pozitif ve 0.30'dan yüksek olması durumunda ölçekteki maddelerin benzer bir yapıyı ölçtüğü ve testin iç tutarlılığının güçlü olduğu işaret edilir. Eğer madde-toplam korelasyonları düşükse, o maddeler testten çıkarılabilir veya yenilenebilir. İç tutarlılık, testin güvenirliğini gösteren önemli bir göstergedir (Nunnally & Bernstein, 1994). Tablo 1'de görüldüğü gibi 3. madde (*Yerel üretim çiftçilerin ekonomik sürdürülebilirliği için uygun ama daha yüksek satış fiyatı olan ürünlerdir*) hariç madde-toplam korelasyon katsayılarının 0.385-0.516 arasında olduğu bu değerlerin beklenen 0.30 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Aynı zamanda verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini tespit etmek amacıyla skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerine bakılmış bu değerlerin ± 1.5 aralığında olmasından dolayı normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Tabachnick & Fidell, 2013).

Tablo 1. Yerel üretim algısı ölçeğine ilişkin aritmetik ortalamalar, standart sapmalar, madde toplam korelasyon, skewness ve kurtosis sonuçları

Table 1. Arithmetic means, standard deviations, item-total correlations, skewness and kurtosis results regarding the local production perception scale

Maddeler	$\bar{x}$	(ss)	Madde Toplam Korelasyon	Skewness	Kurtosis
Md1-Yerel üretim sağlıklı ve dengeli bir beslenme için faydalıdır	4.0097	.90370	.495	-.990	.925
Md2-Yerel üretim ana satın alma etkenlerinden biridir	3.8502	.81107	.478	-.798	.778
Md3-Yerel üretim çiftçilerin ekonomik sürdürülebilirliği için uygun ama daha yüksek satış fiyatı olan ürünlerdir	3.5253	1.06162	.204	-.425	-.550
Md4-Yerel üretim ürünleri daha yüksek kaliteli ve daha lezzetli ürünlerdir	3.7393	.98237	.507	-.548	-.272
Md5-Organik ürünler her zaman yerel bir üründür	2.8191	1.16994	.439	.407	-.826

Md6-Yerel üretim çevresel sürdürülebilirlik için önemlidir	4.1984	.76949	.512	-.949	1.070
Md7-Yerel üretim arazi gelişimi için önemlidir	4.1148	.81915	.466	-1.005	1.333
Md8-Yerel üretim daha kontrollü ve izlenebilir ürünleri garanti eder	3.8619	.91040	.516	-.642	.213
Md9-Yerel üretim tarım sektörü için iyidir	4.4027	.65432	.386	-.977	1.256
Md10-Yerel üretim herkes için uygun fiyatlarla iyi ürünler sağlayabilir	3.7432	1.08337	.385	-.686	-.203

Ölçeğin Tamamı İçin (Aritmetik Ortalama = 3.8265 Standart Sapma = .52516)

Minimum= 2.30 Maximum = 5.00 n= 514

5'li Likert (1/kesinlikle katılmıyorum, 5/kesinlikle katılıyorum)

Not: Çalışmanın tamamında orijinal ölçekte olduğu gibi her önermenin madde numarası aynı şekilde kullanılmıştır

Aritmetik ortalama tüm gözlem değerlerinin toplamının gözlem sayısına bölünmesiyle elde edilen değerdir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004). Ölçeğe ait maddelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığı zaman; “Yerel üretim tarım sektörü için iyidir (9. madde)” en yüksek aritmetik ortalamaya ($\bar{x} = 4.40$) sahipken, en düşük aritmetik ortalama ($\bar{x} = 2.81$) ise “Organik ürünler her zaman yerel bir üründür (5. madde)” önermesidir.

Açımlayıcı faktör analizine yönelik bulgular

Bir ölçeğin yapı geçerliğinin belirlenmesinde açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) olmak üzere iki tür analiz bulunmaktadır. Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin yapı geçerliğini belirlemek amacıyla ilk önce SPSS 23.0 programı ile açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmış bu sayede ölçeğin değişkenlere bağlı olarak hangi boyutları içerdiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri baz alınmıştır. Elde edilen sonuçlar 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0.50'nin altında ise kabul edilemez olarak değerlendirilir (Kaiser, 1974). Maddeler arasında ilişkinin varlığı ise Barlett (küresellik) testi ile analiz edilmiştir. Bartlett testi, veriler arasında bir korelasyon yapısının olup olmadığını test etmek için kullanılan bir istatistiksel yöntemdir ve eğer test anlamlı ($p < .05$) çıkarsa verilerin faktör analizi yapılmasına uygun olduğu anlamına gelir (Bartlett, 1954; Tabachnick & Fidell, 2013). Ölçeğin faktör yapısını belirleyebilmek için de döndürülmüş (Component Matrix) ve asal eksenlere göre döndürülmüş (Rotated Component Matrix-Varimax) temel bileşenler analizi yapılmıştır. Bu analizin kullanılmasının nedeni değişken sayısını azaltarak en az önermeyle en fazla bilgi toplayacak bir ölçme aracı geliştirmektir. Buna bağlı olarak faktör yüklerinin ise 0.40'nin üstünde olması (Hair ve ark., 2010; Stevens, 2002) ve özdeğerin (eigenvalue) ise 1'den büyük olması gerekir.

İlk yapılan AFA analizi sonucunda 3 faktörlü bir yapı ortaya çıkmış; birinci faktör beş madde, ikinci faktör dört madde üçüncü faktör ise bir madde olarak tespit edilmiştir. Ölçekte yer alan 3. maddenin (Yerel üretim çiftçilerin ekonomik sürdürülebilirliği için uygun ama daha yüksek satış fiyatı olan ürünlerdir) hem madde-toplam korelasyon analizlerinde düşük değere sahip olması (Tablo 1) hem de yapılan AFA analizinde tek başına bir faktörde yer alması sebebiyle ölçekten çıkarılmıştır. Üçüncü maddenin veri setinden çıkarılmasından sonra yapılan ikinci AFA analizi sonucunda iki boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Tablo 2'te görüldüğü gibi ölçeğin KMO katsayısı ($KMO = .831$) 0.50'nin üzerinde ve Barlett testi anlamlılık değeri de ($p = .00 < .05$) anlamlı olarak belirlenmiştir. Bu durum bize katılımcılardan elde edilen verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. AFA analiz sonucuna göre ölçek 9 (dokuz) madde ve özdeğeri 1'den büyük 2 (iki) faktör olarak yapı geçerliğini sağlamış, birinci faktör (5 madde) “Sağlık ve Kalite”, ikinci faktör (4 madde) “Sürdürülebilirlik” olarak adlandırılmıştır. Ölçeğe ilişkin faktör yük değerlerinin 0.453 ile 0.805 arasında değiştiği görülmektedir. Faktöre ait toplam varyans oranı ise %51.322 olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Ölçeğe ilişkin yapılan açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve Güvenirlik katsayısı Sonuçları
 Table 2. Results of exploratory factor analysis (EFA) and reliability analysis regarding the scale

Yerel Üretim Algısı	Faktör 1	Faktör 2	Cronbach Alfa (α)
Md1-Yerel üretim sağlıklı ve dengeli bir beslenme için faydalıdır	.693		
Md2-Yerel üretim ana satın alma etkenlerinden biridir	.622		
Md4-Yerel üretim ürünleri daha yüksek kaliteli ve daha lezzetli ürünlerdir	.785		.701
Md5-Organik ürünler her zaman yerel bir üründür	.697		
Md10-Yerel üretim herkes için uygun fiyatlarla iyi ürünler sağlayabilir	.453		
Md6-Yerel üretim çevresel sürdürülebilirlik için önemlidir		.709	
Md7-Yerel üretim arazi gelişimi için önemlidir		.805	.711
Md8-Yerel üretim daha kontrollü ve izlenebilir ürünleri garanti eder		.485	
Md9-Yerel üretim tarım sektörü için iyidir		.776	
Özdeğer	3.340	1.279	
Varyans Açıklama Oranı	37.115	14.207	
Kümülatif Açıklama Oran	37.115	51.322	

Kaiser-Meyer-Olkin: .831 Bartlett's Test of Sphericity: 1012.840 Df: 36 Sig.: .000

Ölçeğin Tamamı İçin Cronbach Alfa (α): .778 **Faktör 1:** Sağlık ve Kalite, **Faktör 2:** Sürdürülebilirlik

Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nde yer alan maddelerin iç tutarlılığını tespit etmek amacıyla güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. İç tutarlılık bir ölçüm aracının ne kadar güvenilir olduğunu anlamak için yapılan bir analiz türüdür ve en yaygın kullanılan yöntemlerden biri Cronbach Alfa (α) katsayısıdır. 0 ile 1 arasında bir değer alan bu katsayı, 1'e yaklaştıkça, ölçeğin daha güvenilir olduğunu, değer 0'a yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin düşük olduğunu anlamına gelmektedir (Nunnally & Bernstein, 1994). Tablo 2'te görüldüğü gibi Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin "Sağlık ve Kalite" boyutunun güvenilirlik katsayısı 0.701, "Sürdürülebilirlik" boyutunun güvenilirlik katsayısı 0.711, ölçeğin tamamına yönelik güvenilirlik katsayısı ise 0.778 olarak bulunmuş, bu sonuçlar ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Doğrulamalı faktör analizine yönelik bulgular

Araştırmanın devam eden aşamasında 514 kişiden elde edilen veriler üzerinden AMOS 23. programı ile doğrulamalı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Bu aşama yapı geçerliğine (faktör analizi), birleşim geçerliğine, güvenilirliğe ve uyum indekslerine ilişkin analizleri kapsamaktadır.

Yapı geçerliği için ölçeklerin faktör yüklerine bakılmaktadır ve faktör yüklerine ilişkin eşik değer 0.70 kabul edilmekle (Field, 2013; Tabachnick & Fidell, 2013) birlikte DFA'da faktör yükleri ≥ 0.50 olması da kabul edilebilmektedir (Byrne, 2010; Comrey & Lee, 1992; Hair ve ark., 2010). Ölçeklere ilişkin güvenilirlik hesaplamasında ise, CR (Composite Reliability/ Bileşik Güvenirlik) değeri kullanılmıştır. Bir ölçeğin güvenilir sayılabilmesi CR değerlerinin 0.70'nin üzerinde olmasına bağlıdır ((Hair ve ark., 2017; Nunnally & Bernstein, 1994). Birleşim geçerliği, tüm gizil değişkenler için hesaplanan AVE (Average Variance Extracted/Açıklanan Ortalama Varyans) değeri ile analiz edilmektedir. Değişkenin birleşim geçerliğine sahip olabilmesi için değişken için hesaplanan AVE değeri 0.50'den yüksek olmalıdır (Fornell & Larcker, 1981). AVE değerlerinin 0.50'nin altında kalması durumunda, yakınsak geçerlilik (Convergent Validity) açısından potansiyel bir sorun oluşturmakla beraber CR değerlerinin 0.70'in üzerinde olması halinde, 0.50'nin altındaki AVE değerleri de yakınsama geçerliğinin sağlanmasında kabul edilebilir (Fornell & Larcker, 1981; Lam, 2012).

Yapılan ilk DFA analiz sonucunda 10. maddenin (yerel üretim herkes için uygun fiyatlarla iyi ürünler sağlayabilir) ilgili boyutta faktör yükünün düşük (0.450) olması sebebiyle veri setinden çıkarılmış, ikinci yapılan DFA analizi sonucunda (Tablo 3) önermelerin faktör yüklerinin uygun olduğu, ölçeğin güvenilirliği ve yapısal geçerliği açısından yeterli değerlere sahip olduğu görülmektedir. Yerel Üretim Algısı Ölçeği'ne ait CR katsayısı birinci faktör için 0.712, ikinci faktör için ise 0.726 olup, iç tutarlılık geçerliğinin sağlandığını göstermektedir. Kullanılan ifadelerin faktör yükleri

0.525 ile 0.720 arasında, AVE katsayısı ise birinci boyut için 0.385 ikinci boyut için ise 0.403 olarak hesaplanmış, yapının yakınsak geçerliliğinin yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

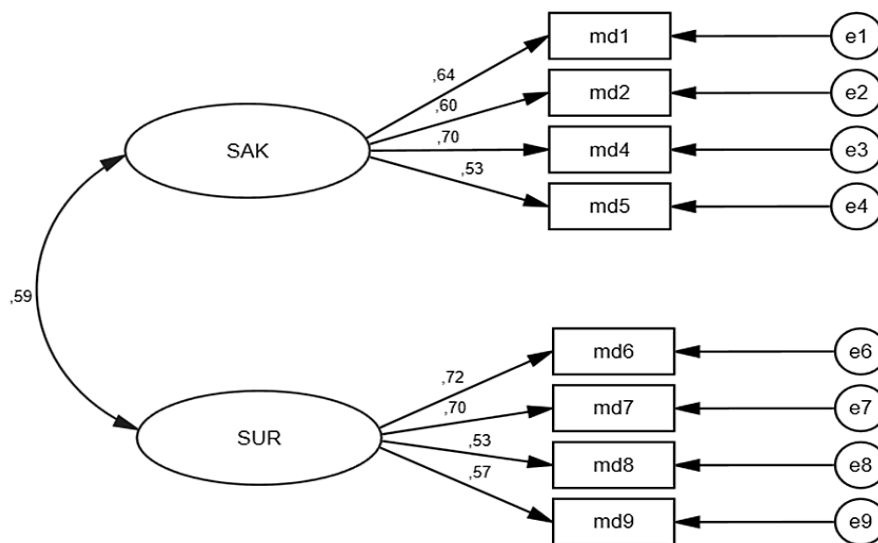
Tablo 3: Yerel Üretim Algısı Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

Table 3. Factor loadings, CR, and AVE values for the Local Production Perception Scale

Maddeler	Faktör Yükleri (λ)	Bileşik Güvenirlik (CR)	Açıklanan Ortalama Varyans (AVE)
Sağlık ve Kalite		0.712	0.385
Md1-Yerel üretim sağlıklı ve dengeli bir beslenme için faydalıdır	0.640		
Md2-Yerel üretim ana satın alma etkenlerinden biridir	0.603		
Md4-Yerel üretim ürünleri daha yüksek kaliteli ve daha lezzetli ürünlerdir	0.696		
Md5-Organik ürünler her zaman yerel bir üründür	0.525		
Sürdürülebilirlik		0.726	0.403
Md6-Yerel üretim çevresel sürdürülebilirlik için önemlidir	0.720		
Md7-Yerel üretim arazi gelişimi için önemlidir	0.699		
Md8-Yerel üretim daha kontrollü ve izlenebilir ürünleri garanti eder	0.529		
Md9-Yerel üretim tarım sektörü için iyidir	0.567		

Doğrulayıcı faktör analizi ile iki boyutlu modelin yeterliliğinin sınanması için ayrıca uyum indeksleri incelenmiş, faktör yapısının verilerle daha iyi uyum sağlaması için indeksler değerlendirilmiştir. Tekrarlanan analizler sonucunda ve Ki-kare değeri (χ^2/df) 3.854; RMSEA değeri ise 0.075 olarak hesaplanmıştır. Bu değerlere göre ki-kare değerinin serbestlik derecesine olan oranın 5'in altında olmasının kabul edilebilir uyuma sahip olduğunu göstermektedir (Çokluk ve ark., 2012; Tabachnick & Fidell, 2013; Yılmaz & Çelik, 2009). Diğer uyum indeksleri incelendiğinde AGFI= 0.933, GFI= 0.965 ve RMR= 0.046 değerlerinin mükemmel uyuma sahip olduğu, CFI= 0.939, NFI= 0.920, NNFI/TLI= 0.910, IFI= 0.940 ve PNFI= 0.625 değerlerinin ise kabul edilebilir uyuma sahip olduğu bulunmuş, bu sonuçlar da modelin yeterli uyuma sahip olduğunun bir göstergesidir (Hair ve ark., 2010; Hooper ve ark., 2008; Hu & Bentler, 1999; Schermelleh-Engel ve ark., 2003).

Doğrulayıcı faktör analizinin bağlantı diyagramı standart katsayıları Şekil'1 de verilmiştir.



Şekil 1. Doğrulan modelle ait yol diyagramı Faktör 1: SAK (Sağlık ve Kalite), Faktör 2: SUR (Sürdürülebilirlik)

Figure 1. Path diagram of the validated model (Factor 1: HQL – Health and Quality, Factor 2: SUS – Sustainability)

Korelasyon analizine yönelik bulgular

Verilerin normal dağılım göstermesi sebebiyle Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin maddeleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Maddeler arasındaki ilişkinin düzeyi, korelasyon katsayısının (r) 0.00-0.19 arasında olması durumunda ilişki yok ya da önemsizlenecek düzeyde düşük ilişki, 0.20-0.39 arasında olması durumunda zayıf (düşük düzeyde) ilişki, 0.40-0.69 arasında olması durumunda orta düzeyde ilişki, 0.70-0.89 arasında olması durumunda kuvvetli (yüksek düzeyde) ilişki, 0.90-1.00 arasında olması durumunda çok kuvvetli düzeyde ilişki şeklinde yorumlanabilir (Alpar, 2020). Yapılan analiz sonucunda Tablo 4'te görüldüğü üzere Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin tüm maddeleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ($p < .05$) olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Yerel üretim algısı ölçeği maddelerine yönelik korelasyon sonuçları

Table 4. Correlation results for the items of the Local Production Perception Scale

	Md1	Md 2	Md 4	Md 5	Md 6	Md 7	Md 8	Md 9
Md 1	-	.420**	.455**	.271**	.314**	.212**	.269**	.185**
Md 2		-	.381**	.290**	.291**	.272**	.270**	.228**
Md 4			-	.437**	.298**	.197**	.315**	.139**
Md 5				-	.233**	.166**	.324**	.103*
Md 6					-	.527**	.334**	.387**
Md 7						-	.338**	.434**
Md 8							-	.329**
Md 9								-

** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, $n=514$, pearson korelasyon

Tablo 5'te görüldüğü gibi yine aynı şekilde Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin alt boyutları (Sağlık ve Kalite, Sürdürülebilirlik) arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki ($r = .448$ $p < .01$) bulunmaktadır.

Tablo 5. Yerel üretim algısı ölçeğinin alt boyutları arasındaki korelasyon sonuçları

Table 6. Correlation results among the sub-dimensions of the Local Production Perception Scale

	Sağlık ve Kalite	Sürdürülebilirlik
Sağlık ve Kalite	-	.448**
Sürdürülebilirlik		-

** $p < 0.01$, $n=514$, pearson korelasyon

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yerel üretim kavramı, özellikle son yirmi yılda hız kazanan küreselleşme ve sanayileşmeye bir tür karşı duruş olarak yeniden önem kazanmıştır. Tüketicilerin gıda ile kurduğu bağın zayıflaması, nereden geldiğini bilmediği ürünlere karşı duyduğu mesafeyi artırmış, bu da yereli tekrar hafızalarda canlandırmaya başlamıştır. Bu doğrultuda, literatürde yerel üretime ilişkin algının ölçülmesine yönelik çalışmalar giderek önem kazanmış, çeşitlenmiş ve derinleşmiştir. Marsden ve ark. (2000) çalışması, kısa tedarik zinciri üzerinden tanımlanan yerelliği önceleyen ilk yapıtaşlarından biri olmuş, ardından Goodman (2003), Ilbery ve Maye (2005) gibi isimler, bu kavrama yalnızca ekonomik değil, kültürel ve toplumsal bir perspektiften bakmıştır. Özellikle üretici-tüketici arasındaki güven ilişkisi, coğrafi bağlılık ve geleneksel bilgi birikimi, yerel üretimi sıradan bir menşei işareti olmaktan çıkarmış, onu daha çok bir yaşam biçimi olarak yorumlamıştır.

Günümüzde tüketiciler kalite ya da fiyat gibi kolayca ölçülebilen göstergeleri aşarak, yerel üretimi çevresel ve toplumsal fayda perspektiflerinde anlamlandırmaları dikkatten kaçmamaktadır. Bu tutum, Campbell'ın (2021) sürdürülebilir tüketici davranışları üzerine yaptığı çalışmayla örtüşmektedir. Öte yandan, her olumlu algının davranışa dönüştüğünü de söylemek pek mümkün değildir. Teorik açıdan desteklenen birçok yerel üretim ilkesi,

günlük hayatta aynı ölçüde karşılık bulamayabilir. Bilgin ve Pabuççu'nun (2023) yapmış olduğu çalışmada da benzer biçimde, sembolik düzeyde benimsenen yerli üretim fikrinin fiili tüketim davranışlarında her zaman uygulanmadığını ortaya koymaktadır.

Yerel üretim algısına yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, tüketici algılarını ölçmeye yönelik pek çok çalışma bulunmasına rağmen, doğrudan ölçek geliştirmeyi baz alan çalışma sayısı oldukça az sayıdadır. Bu alandaki en kapsamlı örneklerden biri Merlino ve ark. (2022) tarafından geliştirilen, sağlık ve kalite, sürdürülebilirlik ve erişilebilirlik olmak üzere üç boyut altında on maddeden oluşturulan Yerel Üretim Algısı Ölçeği'dir. İlgili ölçek, yerel üretimi çevresel sürdürülebilirlik, ürünün izlenebilirliği ve toplumsal yarar boyutları çerçevesinde değerlendirmektedir. Öte yandan, Pirog (2004), Zepeda ve Li (2006) ile Denver ve Jensen (2014) gibi araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda yerel gıdaya yönelik tutumları incelemiş olsa da bu araştırmalarda genellikle anket temelli veri toplama yöntemleri kullanılmış ve geçerliliği sınanmış ölçme araçlarına yeterince yer verilmemiştir. Bu yönüyle Merlino ve ark. (2022) tarafından yapılan ölçek çalışması, alandaki yapısal eksikliği giderme açısından literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında, katılımcıların yerelliği çoğunlukla kısa tedarik zinciri ile eşleştirdiği, bununla beraber tazelik, doğallık ve mevsimsellik gibi değerleri çağrıştırdığı görülmektedir. Söz konusu yaklaşım, Naspetti ve Bodini'nin (2008) doğallık ve kültürel yakınlık vurgusuna çağrışım yapmaktadır. Ne var ki Merlino ve ark. (2022) yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin yerel üretim kavramını nasıl algıladığını çok boyutlu bir çerçeveye ele almış, yerel üretimin yalnızca fiziksel ürün özellikleriyle sınırlanmadığı, çevreyle kurulan bağ, toplumsal dayanışma ve bölgesel kalkınma gibi daha soyut ama güçlü kavramları da içerdiği görülmektedir. Dolayısıyla yerellik, günümüzde yalnızca satın alma motivasyonu değil, aynı zamanda bir dik duruş ve değer alanı olarak da değerlendirilmektedir.

Bu araştırmada, Merlino ve ark. (2022) tarafından geliştirilen Yerel Üretim Algısı Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanarak geçerlik ve güvenilirlik analizlerinin gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Ölçeğin dilsel eşdeğerliğini sağlamak amacıyla izlenen çeviri-geri çeviri süreci ve ön test uygulamalarıyla desteklenmiştir. Orijinal formda üç boyut ve on maddeden oluşan ölçeğin Türkçe uyarlaması esnasında ilk yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda orijinal ölçekte yer alan 3. maddenin (*Yerel üretim çiftçilerin ekonomik sürdürülebilirliği için uygun ama daha yüksek satış fiyatı olan ürünlerdir*) yine aynı şekilde ilk yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda 10. maddenin (*yerel üretim herkes için uygun fiyatlarla iyi ürünler sağlayabilir*) ölçekten çıkarılmasına karar verilmiş sonucunda iki boyut ve sekiz maddeden oluşan geçerli ve güvenilir bir yapı belirlenmiştir.

Yapılan çalışmada fiyatla ilişkili olan üçüncü ve onuncu maddelerin analizlerde sorunlu bulunarak ölçekten çıkarılması, yerel üretim algısının fiyat değişkeni açısından güvenilir biçimde açıklanamayacağını göstermektedir. Katılımcıların fiyat konusundaki farklı ve tutarsız değerlendirmeleri, yerel üretim ile fiyat arasındaki ilişkinin homojen bir yapıya sahip olmadığını ortaya koymuştur. Arsil ve ark. (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da fiyatın yerel ürün tercihlerinde belirleyici bir unsur olmadığı, tüketicilerin kararlarını daha çok ürün kalitesi, tazelik, geleneksel alışkanlıklar ve yerel üreticileri destekleme gibi değerlere dayandırdıkları saptanmıştır. Araştırma, yerel ürün algısının fiyat değişkeninden ziyade niteliksel ve sosyo-kültürel unsurlarla şekillendiğini ortaya koymuştur. Nitekim Merlino ve ark. (2022) çalışmasında da üçüncü önermenin problemli bulunması, fiyatın yerel üretimi tanımlamada ve algısal düzeyde açıklamada sınırlı bir değişken olduğunu teyit etmektedir.

İleride yapılacak çalışmalarda yalnızca demografik değişkenlerle kalmayıp, kültürel hafıza, geleneksel üretim şekilleri ve yerel aidiyet gibi daha farklı konuların da göz önünde bulundurulması, araştırmanın sadece bir ilde gerçekleştirilmesi ve araştırmada tercih edilen örnekleme yöntemi ile elde edilen bulguların ve sonuçların evrene genellenmesinin sınırlı olması sebebiyle; farklı evrenlerde farklı örnekleme yöntemlerinin tercih edilmesi önem arz etmektedir. Aynı zamanda kırsal ve kentsel alanlardaki tüketicilerin yerel üretim algısı arasında nasıl farklılıklar olduğuna dair karşılaştırmalı analizler de hem kuramsal hem de uygulamalı katkılar sağlayabilir. Çünkü yerellik,

sadece bir ürünün nerede üretildiğini değil, aynı zamanda nasıl yaşandığını, nasıl hatırlandığını ve kim tarafından korunduğunu da içinde barındıran derin bir kavramdır.

ÇIKAR ÇATIŞMA BEYANI

Yazarlar, çalışma kapsamında herhangi bir çıkar çatışmasının bulunmadığını beyan etmektedir.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

ETİK ONAY BEYANI

Bu çalışma için etik onay ve izin, Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu tarafından verilmiştir. Onay yazısı numarası 192/03 olup, tarihi 03/02/2025'dir.

KAYNAKLAR

- Alashiq, S., & Aljuhmani, H. Y. (2025). From sustainable tourism to social engagement: A Value-Belief-Norm approach to the roles of environmental knowledge, eco-destination image, and biospheric value. *Sustainability*, 17(10), 4353. <https://doi.org/10.3390/su17104353>
- Allen, P. (2010). Realizing justice in local food systems. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(2), 295–308.
- Alpar, R. (2020). *Uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlik: Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinden örneklerle* (5. baskı). Detay Yayıncılık.
- Annunziata, A., & Mariani, A. (2018). Consumer perception of sustainability attributes in organic and local food. *Recent Patents on Food, Nutrition & Agriculture*, 9(2), 87–96.
- Arabska, E. (2021). From farm to fork: Human health and well-being through sustainable agri-food systems. *Journal of Life Economics*, 8(1), 11–27. <https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.02>
- Arsil, P., Sularso, K. E., & Mulyani, A. (2018). Factors influencing consumer preferences for locally produced food: A comparison between traditional and modern markets. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30).
- Banerjee, R., & Quinn, B. (2022). Exploring consumer constructions of local food: Meanings and influences. *European Journal of Marketing*, 56(5), 1269–1300.
- Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various chi-squared approximations. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 16(2), 296–298. <http://www.jstor.org/stable/2984057>
- Benson, S. G., & Dundis, S. P. (2003). Understanding and motivating health care employees: Integrating Maslow's hierarchy of needs, training, and technology. *Journal of Nursing Management*, 11(5), 315–320.
- Bilgin, Y., & Pabuçcu, T. (2023). Yerli üretim algısının algılanan marka değerine ve satın alma niyetine etkisi: Türk menşeli beyaz eşya markaları üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49), 133–151.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Routledge.
- Campbell, C. (2021). The impact of COVID-19 on local government stakeholders' perspectives on local food production. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 10, 71–88.
- Carfora, V., & Catellani, P. (2023). Psychosocial drivers influencing local food purchasing: Beyond availability, the importance of trust in farmers. *Frontiers in Nutrition*, 10, 1204732.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (2. bs.). Pegem Akademi.
- Deka, T. R. (2020). Gandhi's vision of Swadeshi and its relevance. *International Journal of Management*, 11(10), 2587–2593.
- Dematteis, G., & Giorda, C. (2013). Territorial values and geographical education. *Journal of Research and Didactics in Geography*, 1, 17–32.
- Denver, S., & Jensen, J. D. (2014). Consumer preferences for organically and locally produced apples. *Food Quality and Preference*, 31, 129–134.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Feldmann, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152–164.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics*. Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Goodman, D. (2003). The quality “turn” and alternative food practices: Reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 1–7.
- Grunert, K. G., Hieke, S., & Wills, J. (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy*, 44, 177–189.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53–60.
- Hristov, H., Erjavec, E., Pravst, I., Juvančič, L., & Kuhar, A. (2023). Identifying differences in consumer attitudes towards local foods in organic and national voluntary quality certification schemes. *Foods*, 12(6), 1132.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: Evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22(4), 331–344.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Kang, S., & Rajagopal, L. (2014). Perceptions of benefits and challenges of purchasing local foods among hotel industry decision makers. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(4), 301–322.
- Kondoh, K. (2015). The alternative food movement in Japan: Locally embedded alternative food networks. *Local Environment*, 20(9), 1037–1053.
- Köse, Ş. G. (2024). Sustainable food consumption within the scope of green economy: A research on consumer perspective. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 74–92.
- Lam, L. W. (2012). Impact of competitiveness on salespeople's commitment and performance. *Journal of Business Research*, 65(9), 1328–1334. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.026>
- Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424–438.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.

- McCann, R. G. (2012). *The local food movement: Definitions, benefits, and resources*. Utah State University Cooperative Extension.
- Merlino, V. M., Sciullo, A., Pettenati, G., Sottile, F., Peano, C., & Massaglia, S. (2022). Local production: What do consumers think? *Sustainability*, 14(6), Article 3316.
- Naspetti, S., & Bodini, A. (2008). Consumer perception of local and organic products: Substitution or complementary goods? *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 3(1), 111–120.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- O'Hara, S. U., & Stagl, S. (2001). Global food markets and their local alternatives: A socio-ecological economic perspective. *Population and Environment*, 22(6), 533–554.
- Oğuz, S., Ballı, E., & Buzcu, Z. (2020). Yerel halkın sokak lezzetlerine karşı algıları: Adana örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 107–121.
- Ortez, M., Thompson, T., Kilders, V., & Widmar, N. O. (2024). Quantifying demand and willingness to pay for local food production. *Q Open*, 4(1), qoae006. <https://doi.org/10.1093/qopen/qoae006>
- Pirog, R. S. (2004). *Ecolabel value assessment phase II: Consumer perceptions of local foods*. Leopold Center for Sustainable Agriculture.
- Sanye-Mengual, E., Orsini, F., & Gianquinto, G. (2018). Revisiting the sustainability concept of urban food production from a stakeholders' perspective. *Sustainability*, 10(6), Article 2175.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23–74.
- Schumacher, E. F. (1973). *Small is beautiful: Economics as if people mattered*. Blond & Briggs.
- Schwartz, S. H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Sonnino, R., & Marsden, T. (2006). Beyond the divide: Rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6(2), 181–199.
- Stein, A. J., & Santini, F. (2021). The sustainability of “local” food: A review for policy-makers. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 102(1), 1–13.
- Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (4th ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi* (5. baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Tran, D., Schouteten, J., Gellynck, X., & De Steur, H. (2024). How do consumers value food traceability? A meta-analysis. *Food Control*, 162.
- Trujillo, C. A. (2023). *The future of sustainable consumption after the pandemic: Optimism or pessimism?* IntechOpen.
- Ur Rahman, S., Chwialkowska, A., Hussain, N., Bhatti, W. A., & Luomala, H. (2023). Cross-cultural perspective on sustainable consumption: Implications for consumer motivations and promotion. *Environment, Development and Sustainability*, 25, 997–1016.
- Van Ittersum, K., Candel, M. J. J. M., & Meulenberg, M. T. G. (2003). The influence of the image of a product's region of origin on product evaluation. *Journal of Business Research*, 56(3), 215–226.
- Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer “attitude–behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169–194.
- Viciunaite, V. (2023). Alternative food networks on digital platforms: Consumer preferences for platform versus local food attributes. *Journal of Rural Studies*, 100, 103017.

- Wittman, H., Chappell, M. J., Abson, D. J., Kerr, R. B., Blesh, J., Hanspach, J., Perfecto, I., & Fischer, J. (2017). A social–ecological perspective on harmonizing food security and biodiversity conservation. *Regional Environmental Change*, 17(5), 1291–1301.
- Woods, M. (2013). Regions engaging globalization: A typology of regional responses in rural Europe. *Journal of Rural and Community Development*, 8(3), 113–126.
- Yarıcı, A., & Cömert, M. (2015). Mardin ilindeki restoranların yerel ürün kullanımındaki avantaj ve dezavantajları ile ilgili algı düzeyleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 793–804.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2024). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, V., & Çelik, H. E. (2009). Lisrel ile yapısal eşitlik modellemesi (SEM): Sosyal bilimler için bir uygulama. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 47–61.
- Zepeda, L., & Li, J. (2006). Who buys local food? *Journal of Food Distribution Research*, 37(3), 1–11.
- Zhang, N. (2023). Product presentation in the live-streaming context: The effect of consumer perceived product value and time pressure on consumer's purchase intention. *Frontiers in Psychology*, 14, 1124675. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1124675>