**MEYVE ve SEBZELERİN KAREKODLU TAKİBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ**

Yeşim Aytop

Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, E-mail: [yesimmeral@ksu.edu.tr](mailto:yesimmeral@ksu.edu.tr) , ORCİD: <https://orcid.org/0000-0002-8464-2427>

Semiha Çetinkaya\*

Arş. Gör., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü,

E-mail: [semihacetinkaya@ksu.edu.tr](mailto:semihacetinkaya@ksu.edu.tr), ORDİC: <https://orcid.org/0000-0002-4982-8357>

Uğur Hanoğlu

Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, E-mail: [ugurhanoglu@gmail.com](mailto:ugurhanoglu@gmail.com) , ORCİD: [https://orcid.org/0000-0002-4431- 4189](https://orcid.org/0000-0002-4431-%204189)

\*Sorumlu yazar: [semihacetinkaya@ksu.edu.tr](mailto:semihacetinkaya@ksu.edu.tr)

**Özet:**

Karekod, kare veya dikdörtgen biçiminde olan ve veri depolanan iki boyutlu barkodlardır. Günümüzde birçok ürünün üzerinde bulunan karekodlar, ürünün içeriği, fiyatı, tüketim tarihi, üreticisi gibi birçok bilgiyi içerisinde barındırmaktadır. Bu da ürünler hakkında her türlü bilgiye ulaşabilmeyi sağlamakta ve ürünleri izlenebilir kılmaktadır. Son zamanlarda özellikle tarım ürünlerinin tüketiciler açısından izlenebilir olması ürünler hakkında güvenilir bilgiye ulaşma açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı meyve ve sebzelerin karekodlu takibine tüketicilerin bakış açılarını belirlemektir. Araştırmanın ana materyalini 2022 yılı Şubat-Mart ayları arasında Türkiye genelinde 998 tüketici ile online olarak yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler ve Binary Logit modelden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre; tüketicilerin %40.98’i 2-3 günde bir gıda alışverişi yaptıklarını ve %54,11’i haftada bir kez meyve ve sebze alışverişi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Tüketiciler meyve ve sebzeleri en çok marketlerden (%83,77) ve semt pazarlarından (%71.34) almaktadırlar. Tüketicilerin %87.17’si meyve ve sebzelerin karekodlu takibi yapılırsa kullanmak istediklerini, %86.17’si ise Ticaret Bakanlığı tarafından yapılan meyve ve sebzelerin karekodlu takibini sağlayan mobil uygulamayı kullanmak istediklerini ifade etmişlerdir. Binary Logit model sonucunda cinsiyet, yaş, eğitim ve gelirin meyve sebzeleri karekodlu takip etme olasılığını etkilediği sonucunda ulaşılmıştır. Tüketicilerin son zamanlarda özellikle de pandemi döneminde gıda güvenliğine olan hassasiyetlerin arttığı düşünüldüğünde ürün ile ilgili tüm bilgilere ulaşılmasının tüketicinin güvenini artıracağı beklenmektedir. Araştırma sonuçlarının, diğer tarımsal ürünler ve gıda ürünlerinde de dikkate alınabilecek olması konu hakkında çalışma yapan araştırmacılara, tüketicilere, üreticilere ve politika yapıcılara bir kaynak niteliği taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Karekod, Meyve ve sebze, Binary Logit model, Gıda takibi

**DETERMINATION of FACTORS AFFECTING the QR CODE TRACKING of FRUIT and VEGETABLES**

**Abstract:**

QR codes are two-dimensional barcodes that are square or rectangular in shape and store data. Today, QR codes on many products contain many information such as product content, price, consumption date, manufacturer. This provides access to all kinds of information about the products and makes the products traceable. Recently, the traceability of agricultural products by consumers is important in terms of reaching reliable information about the products. The aim of this study is to determine the perspectives of consumers on QR code tracking of fruits and vegetables. The main material of the research consists of data obtained from online surveys conducted with 998 consumers across Turkey between February and March 2022. Descriptive statistics and Binary Logit model were used in the analysis of the data. According to results; 40.98% of consumers stated that they shopped for food every 2-3 days and 54.11% of consumers stated that they shopped for fruits and vegetables once a week. Consumers mostly buy fruits and vegetables from markets (83.77%) and neighborhood markets (71.34%). The consumers of 87.17% stated that they would like to use the QR code tracking of fruits and vegetables, and 86.17% of the consumers stated that they wanted to use the mobile application made by the Ministry of Trade, which provides QR code tracking of fruits and vegetables. As a result of the Binary Logit model, it was concluded that gender, age, education and income affect the probability of QR code tracking fruit and vegetables. Considering that consumers' sensitivity to food safety has increased recently, especially in the pandemic period, it is expected that accessing all information about the product will increase consumer confidence. The results of the research can also be taken into account in other agricultural products and food products is a source for researchers, consumers, producers and policy makers working on the subject.

**Key words:** QR code, Fruit and vegetable, Binary Logit model, Food tracking