

Knowledge and Attitudes of a Medical Faculty Intern Students About Healthy Nutrition and Halal Food

Bir Tıp Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Sağlıklı Beslenme ve Helal Gıdaya İlişkin Bilgi ve Tutumları

Mustafa Volkan Yürekli^{1*}, Özgür Başaran¹, Hasan Basri Savaş², Ahmet Nesimi Kışioğlu¹.

1. Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı A.D. Isparta, Türkiye

2. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Tıp Fakültesi Tıbbi Biyokimya A.D. Alanya, Türkiye

ABSTRACT

Aim: In this study, it was aimed to measure the knowledge, behavior, attitude and perception of medical school seniors, about healthy and halal food.

Method: 110 - 59 male and 51 female - consented, Süleyman Demirel University Faculty of Medicine final year students, were given questionnaire under observation. The relationship between income, parental occupations, gender, and halal and healthy nutrition was investigated through questionnaire.

Results: 53.6% of respondents were male, and 46.4% of respondents were women. The rate of those who pay attention to halal certificate while shopping is 33.6%. The proportion of participants minding halal certification in the restaurant is 25.5%. The rate is 47.3% for those who want training on halal food. The most common sources of information about halal food are television and internet. 43.6 % of participants believe food with a halal certificate healthy. 25.5% of the participants think that the inspection of products with halal certificate is sufficient. The proportion of attendants who think halal certificate issuers represent a fair treatment is 18.2%. 18.1% of participants expressed that the level of knowledge is good about halal certificate

Conclusion: The results showed that medical students did not see a significant correlation between a healthy diet and halal food, and they don't have enough information about halal food and halal food certificates; moreover, these participants trust neither halal certification issuer nor the certificates; furthermore, the majority of students do not pay attention to halal certification in food choice.

Keywords: Health, halal food, nutrition, medical school students.

ÖZET

Amaç: Bu çalışmada, tıp fakültesi son sınıf öğrencilerinin helal ve sağlıklı gıda ile alakalı bilgi, tutum, davranış ve algılarının ölçülmesi amaçlandı.

Yöntem: Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi son sınıfında okuyan, 59 erkek, 51 kadın olmak üzere, toplam 110 öğrenciyeye gözlem altında anket uygulandı. Katılımcıların gönüllü olurları alındı. Gelir durumları, ebeveyn meslekleri, cinsiyetleri ile helal ve sağlıklı beslenme arasındaki ilişki anket aracılığıyla sorgulandı.

Bulgular: Katılımcıların % 53,6'sı erkek, % 46,4'ü kadındır. Ürün alırken helal sertifikasına dikkat edenlerin oranı % 33,6'dır. Lokantalarda helal sertifikası arayanların oranı % 25,5'dir. Helal gıda ile ilgili eğitim isteyenlerin oranı % 47,3'dür. Helal gıda ile alakalı bilgilerin en sık öğrenildiği kaynak televizyon ve internettir. Öğrencilerin sadece % 43,6'sı helal sertifikası olan gıdaların sağlıklı olacağını belirtmiştir. Katılımcıların % 25,5'i helal sertifikası alan ürünlerin denetiminin yeterli olduğunu düşünmektedir. Helal sertifikası veren kuruluşların adil davrandığını ifade edenlerin oranı % 18,2'dir. Helal sertifikası hakkında bilgi düzeyini iyi olarak ifade edenlerin oranı; % 18,1'dir.

Sonuç: Tıp fakültesi öğrencilerinin helal gıda ile sağlıklı beslenme arasında yeterli düzeyde yüksek bir ilişki görmediği, helal gıda ve sertifika hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı, helal gıda belgelerine ve belgeleri veren kuruluşlara yeterince güvenmediği ve gıda seçiminde çoğunluğun helal gıda sertifikasına dikkat etmediği görüldü.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, helal gıda, beslenme, tıp fakültesi öğrencileri.

Geliş Tarihi: 03.02.2017/ Kabul Tarihi: 06.06.2017/ Yayınlanma Tarihi: 15.07.2017

*Sorumlu Yazar: Mustafa Volkan Yürekli, Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı A.D. Isparta, Türkiye. Tel: 05464045430, Fax: 90 (246) 237 0431 mail: volkanyurekli@hotmail.com

Zamanımızda, gelişen gıda endüstrisi gittikçe gelişmiş ve yaygınlaşmış, klasik yiyecek ve içeceklerimiz dahi yeni teknolojilerle üretilir duruma gelmiştir. Her gün yediğimiz ekmeğe gibi temel gıda maddeleri dahi katkı maddeleriyle üretilmeye başlamıştır. Bunun yanında bilinmeyen yeni gıda çeşitleri ortaya çıkmıştır. Ürün çeşitliliğinin ve endüstrileşmenin artmasıyla tüketiciler artık kullandıkları ürünler ve içerikleri hakkında yeterli bilgiden uzak kalmışlardır. Ürünlerin kaynaklarının tam olarak bilinmemesi içerisindeki ürünlerin helal ve sağlıklı olup olmadıkları hakkında şüphe oluşturmuştur. Bu tür şüpheleri gidermek adına bazı kurumlar helal sertifikası vermeye başlamıştır.

“Helal” sözcüğü Türk Dilinde: “Dini kurallara aykırı olmayan” olarak tanımlanır. “Helal Gıda” kavramı, “İslâmî kurallar doğrultusunda izin verilen gıda” anlamında kullanılmaktadır. Helal sertifikası ise üretilen bir ürünün, sertifika veren bir kuruluş tarafından, ürünün İslami kurallara göre yasak olan herhangi bir unsur içermediğinin, bu unsurlardan arındırılmış yerlerde veya cihazlarda hazırlandığı, işlendiği, taşındığı ve depolandığının, bu durumların dışında üretilen herhangi bir gıda ile hazırlama, işleme, taşıma ve depolama aşamasında direkt temasta olmadığına belgelenmesidir[1]. Helal ürün kavramı önemini gıda sektöründe daha iyi göstermektedir ve şu anda helal gıda, dünya gıda endüstrisi içinde % 16 civarında bir yer teşkil etmektedir. Yakın gelecekte bu oranın % 20'nin üzerinde olacağı ön görülmektedir [2]. Hashim'in yaptığı araştırmada Asya için helal gıdanın pazardaki etkisi % 63'e kadar yükselmektedir [3]. Günümüzde helal gıda pazarının mevcut büyüklüğü ve sürekli genişlemesi sebebiyle, sadece Müslümanlar değil, batı ülkeleri ve Müslüman olmayan sanayiciler de helal gıda üretimine yönelmişlerdir [4]. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında helal gıdanın ekonomik önemine dönük araştırmalar bulunmakla beraber, helal gıda algısının sağlıklı olan ilişkisi yeterince araştırılmamıştır. Aslında işlenmiş gıdaların giderek arttığı ve çeşitli kaynaklardan gelen katkı maddelerinin ciddi sağlık riskleri taşıdığı günümüzde helal gıda ve sağlıklı gıda kavramları aynı platformda kesişmektedir. Sağlıklı beslenme ile helal gıdanın bir arada değerlendirileceği çalışma ve araştırmaların artması sonucunda helal gıda kavramı daha farklı bir algı kazanmış olacaktır.

Biz bu çalışmamızda en yakın zamanda hekim olup sağlıklı ilgili her konuda söz sahibi olacak olan son sınıf tıp fakültesi öğrencilerinin helal gıda hakkındaki bilgilerini ölçmek ve elde edeceğimiz verilerle bu ko-

nudaki farkındalıklarını artırmayı amaçladık.

YÖNTEMLER

Bu çalışmanın evreni 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi 6. sınıfında öğrenim görmekte olan tıp fakültesi öğrencileridir. Örneklem alınmaksızın evrenin tamamına ulaşılması hedeflendi. Gönüllü olanlar çalışmaya dâhil edildi (N=110). Araştırma grubuna sosyodemografik özellikleri sorgulayan 10 soru ve helal gıda bilgi düzeylerini ölçmeyi amaçlayan 10 sorunun yer aldığı anket formu gözlem altında araştırma grubuna uygulandı.

Etik kurul; Bu araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'nun izni dâhilinde yapılmıştır.

İstatistiksel analiz: SPSS 17.0 istatistik paket programı ile yapıldı. Tanımlayıcı istatistikler ortalama \pm standart sapma şeklinde verildi. Verilerin karşılaştırılmasında ki-kare testi kullanıldı. $P < 0,05$ 'te anlamlılık kabul edildi.

BULGULAR

Araştırma grubunun sosyodemografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de görülmektedir. Araştırma grubunun % 53,6'sı (n=59) erkek, % 46,4'ü (n=51) kadındı. Grubun yaş ortalaması $23,86 \pm 1,16$ (minimum:22, maksimum:28) idi. Araştırma grubunun anne eğitim durumuna bakıldığında % 68,2'si (n=75) lise ve üstü okullardan, baba eğitim durumuna bakıldığında % 84,5'i (n=93) lise ve üstü okullardan mezun olmuştu. Grubun % 70,4'ünün (n=76) annesi çalışmamakta, % 62,4'ünün (n=68) babası çalışmaktaydı. Araştırma grubunun şu an yaşadığı yere bakıldığında % 75,5'i (n=83) yurt, öğrenci evi veya apartta yaşamaktaydı. Bugüne kadar en uzun yaşanan yerleşim birimine bakıldığında grubun % 71,8'i (n=79) il merkezinde yaşamıştı.

Tablo 1. Araştırma Grubunun Sosyodemografik Özelliklerine Göre Dağılımı

		Sıklık (N)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Erkek	59	53,6
	Kadın	51	46,4
Anne eğitim durumu	İlköğretim ve altı	35	31,8
	Lise ve üstü	75	68,2
Baba eğitim durumu	İlköğretim ve altı	17	15,5
	Lise ve üstü	93	84,5

Tablo 1. (Devam)

Anne meslek	Çalışmıyor	76	70,4
	Çalışıyor	32	29,6
Baba meslek	Çalışmıyor	41	37,6
	Çalışıyor	68	62,4
Şu an nerde yaşamakta	Aile yanı	27	24,5
	Yurt/öğrenci evi/apart	83	75,5
En uzun yaşadığı yerleşim birimi	İl merkezi	79	71,8
	İlçe merkezi	26	23,7
	Köy/kasaba	5	4,5
Şu an nerde yaşamakta	Aile yanı	27	24,5
	Yurt/öğrenci evi/apart	83	75,5
En uzun yaşadığı yerleşim birimi	İl merkezi	79	71,8
	İlçe merkezi	26	23,7
	Köy/kasaba	5	4,5
Aile geliri	2000 tl altı	22	20,0
	2000 tl ve üstü	88	80,0
Gelir algısı	Çok iyi	5	4,5
	İyi	49	44,6
	Orta	51	46,4
	Kötü	5	4,5
Ürün alırken Helal sertifikasına dikkat eder mi?	Evet	37	33,6
	Hayır	73	66,4
Lokantada Helal sertifikasına dikkat eder mi?	Evet	28	25,5
	Hayır	82	74,5
Helal gıda ile ilgili eğitim ister mi?	Evet	52	47,3
	Hayır	58	52,7
Toplam		110	100,0

Araştırma grubunun ailesinin aylık ortalama gelirin bakıldığında %80,0'nın (n=88) geliri 2000 Türk lirası ve üzerindedir. Öğrencilerin gelirlerini nasıl değerlendirdikleri sorulduğunda % 46,4'ü (n=51) orta olarak değerlendirmekteydi.

Ürün alırken helal sertifikasına olmasına dikkat edenlerin oranı % 33,6'dır (n=37). Lokantada helal sertifikası arayanların oranı % 25,5'dir (n=28). Helal gıda ile alakalı bilgilerin en sık öğrenildiği kaynak televizyon ve internettir (%48,2). Helal gıda ile ilgili eğitim isteyenlerin oranı % 47,3'dür (n=52). Bilinen helal sertifikası veren kuruluşlar sırasıyla bunlardır; Gimdes (% 16,4), TSE (% 15,5). Öğrencilerin sadece % 43,6'sı (n=48) helal sertifikası olan gıdaların sağlıklı olacağını belirtmiştir. Çok daha ucuz olursa helal sertifikası olmayan gıdaları tüketeceğini söyleyenlerin oranı %16,4'tür (n=18). Katılımcıların % 25,5'i (n=28) helal sertifikası alan ürünlerin denetiminin yeterli olduğunu düşün-

mektedir. Helal sertifikası veren kuruluşların adil davrandığını ifade edenlerin oranı % 18,2'dir (n=20). Helal sertifikası hakkında bilgi düzeyini iyi olarak ifade edenlerin oranı % 18,2'dir (n=20).

Anne eğitim durumu ilköğretim ve altında olanlarda (p<0,001), baba eğitim durumu ilköğretim ve altında olanlarda (p<0,001), annesi çalışmayanlarda (p<0,001), babası çalışmayanlarda (p=0,034), ailesinin aylık geliri 2000 tl ve altı olanlarda (p=0,001), helal gıda ile ilgili eğitim almak isteyenlerde (p<0,001), helal sertifikası olan gıdaların sağlıklı olduğuna katılanlarda (p<0,001), çok daha ucuz olursa helal sertifikası olmayan gıdaları tüketmeyeceğini ifade edenlerde (p<0,001), helal sertifikası almış gıdaların hammaddelerinin ve üretimlerinin yeterince denetlendiğini düşünenlerde (p=0,005), yetkili ve sorumlu olan kurumların helal sertifikası verirken ve denetlerken yeterince adaletli davrandığını düşünenlerde (p=0,007), helal sertifikası hakkında bilgi düzeyim iyi olduğunu ifade edenlerde (p<0,001) bir gıda ürünü satın alırken helal sertifikası varlığına dikkat etmesi anlamlı olarak yüksek bulundu.

Anne eğitim durumu ilköğretim ve altında olanlarda (p=0,001), baba eğitim durumu ilköğretim ve altında olanlarda (p=0,026), annesi çalışmayanlarda (p=0,002), ailesinin aylık geliri 2000 tl ve altı olanlarda (p=0,003), helal gıda ile ilgili eğitim almak isteyenlerde (p<0,001), helal sertifikası olan gıdaların sağlıklı olduğuna katılanlarda (p<0,001), çok daha ucuz olursa helal sertifikası olmayan gıdaları tüketmeyeceğini ifade edenlerde (p=0,006), helal sertifikası almış gıdaların hammaddelerinin ve üretimlerinin yeterince denetlendiğini düşünenlerde (p=0,011), yetkili ve sorumlu olan kurumların helal sertifikası verirken ve denetlerken yeterince adaletli davrandığını düşünenlerde (p=0,042), helal sertifikası hakkında bilgi düzeyim iyi olduğunu ifade edenlerde (p<0,001) lokantada helal sertifikası varlığına dikkat etmesi anlamlı olarak yüksek bulundu.

Tablo 2'de; Helal gıda ve sertifika ile ilgili bilgi kaynakları, Tablo 3'de; Helal sertifikasıyla ilgili ifadelere verilen cevaplar, Tablo 4'te; Cinsiyetlere göre toplam yaş ortalaması ve standart sapmaları sunulmuştur.

Tablo 2. Helal gıda ve sertifika ile ilgili bilgi kaynakları

		Sıklık	Yüzde(%)
Helal gıda ile ilgili bilgilerin öğrenildiği kaynak	Televizyon, internet	53	48,2
	Anne-baba	24	21,8
	Arkadaş	28	25,5
	Kitap, dergi vb	13	11,8
	Diğer	1	0,9
	Bilgim yok	10	9,1
Helal sertifikası kuruluşlardan bilinenler	Gimdes*	18	16,4
	Türk Standartları Enstitüsü	17	15,5
	Helal Derneği	2	1,8
	Dünya Helal Birliği	1	0,9

*Gimdes: Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalama Araştırmaları Derneği

Tablo 3. Helal sertifikasıyla ilgili ifadelerle verilen cevaplar

	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum	
	N	%	N	%	N	%
Helal sertifikası olan gıdalar sağlıklıdır.	30	27,3	32	29,1	48	43,6
Çok daha ucuz olursa helal sertifikası olmayan gıdaları tüketirim.	73	66,3	19	17,3	18	16,4
Helal sertifikası almış gıdaların hammaddelerinin ve üretimlerinin yeterince denetlendiğini düşünüyorum.	38	34,5	44	40,0	28	25,5
Yetkili ve sorumlu olan kurumlar; Helal sertifikası verirken ve denetlerken yeterince adaletli davranmaktadır.	30	27,3	60	54,5	20	18,2
Helal sertifikası hakkında bilgi düzeyim iyidir.	63	57,3	27	24,5	20	18,2

Tablo 4. Cinsiyetlere göre toplam yaş ortalama ve standart sapmaları

Cinsiyet	N(sayı)	Minimum	Maksimum	Ortalama ± Std. Sapma
Erkek	59	22	28	24,15±1,32
Kadın	51	22	26	23,51±0,83
Toplam	110	22	28	23,86±1,16

TARTIŞMA

Tüketicilerin satın alma kararına etkileyen faktörler çok sayıdadır. Bu faktörlerden önemli bir tanesi de kültürel faktörler içinde sayılan dini inançtır. Bu alanda yapılan çalışmalarda helal gıdanın sağlıklı beslenme ile ilişkisi üzerinde durulmamış, daha çok iktisadi açıdan helal gıda kavramı incelenmiştir. İktisat literatüründe yer alan çalışmalarda, dini duyguların ve kavramların tüketici davranışlarını ve dolayısıyla da satın alma kararlarını büyük ölçüde etkilediği görülmektedir [5, 6]. Yapılan araştırmalarda görülmüştür ki ülkemizde ve dünya genelinde tüketicilerin artan talepleri doğrultusunda helal ürün sektörü her geçen büyümektedir. Son günlerde bu konuda yapılan reklamların, konferans, seminer ve medyada yer alan haberlerin giderek daha da artması bunun bir göstergesidir. Hızla büyüyen gıda ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren veya gösterecek işletmelerin, rekabet karşısında başarılı olabilmelerinin yolu, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun hareket etmelerinden geçmektedir. Tüketiciler aslında giderek daha bilinçli hale gelmekte ve bilinçlendikleri ölçüde helal gıda tercihleri belirginleşmektedir. Nihayetinde tüketicilerin helal ürünlerle ilgili algılama, tutum ve beklentilerinin öğrenilmesi giderek önem kazanmaktadır [7]. Ülkemize bakıldığında, Türkiye tüketicisi özellikle helal gıda konusunda çok hevesli ve isteklidir. Tüketmiş olduğu ürünlerin dini inanışlarına uygun olup olmadığını sorgulamak istemektedir. Bu konu evrensel bir tüketici hakkı olmasının yanında yasal mevzuatımız gereği olarak bilgi edinme hakkıdır [8]. Ankara'da yapılan bir araştırmada, bizim bulgularımıza benzer şekilde, tüketicilerin çoğunluğunun geleneksel gıdaları üretim yerleri, taşınması, işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması dikkate alındığında yeterince güvenli bulmadığı saptanmıştır. Ayrıca gıda güvenliği sözü konusu olduğunda geleneksel gıda satın alma davranışlarından gelir ve eğitim açısından alt gruplar itibarıyla birbirinden farklı algı ve davranışlara sahip olabildikleri görülmüştür [9]. İstanbul'da yapılan bir araştırmanın sonuçları bizim bulgularımızla örtüşmektedir. Sağlıklı beslenme için uygun ürün seçimi için bilgi açığı mevcuttur. Satın almada etiketlerin kullanımı tüketicilerde yaygın değildir. Denetim ve kontrol yapan kuruluşların tüketiciler tarafından yeterince bilinir değildir [10]. Sonuçta tüketiciler, birçok araştırmada benzer şekilde davranmaktadır. Ürün seçimi ve denetimler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları söylenebilir. Buna karşılık, güvenilir ve sağlıklı ürün talebi aslında tüketicilerin ortak talebi sayılabilir. Tüketicilerin bu isteği sağlıklı beslenme algısı ile birleştiği ölçüde firmalar daha sağlıklı ve kaliteli ürünler sunmak için rekabet

yoluna girmiş olacaktırlar.

SONUÇ

Helal gıda konusunda bilgi ve güven artışı ile helal gıda tercihinin anlamlı olarak arttığı görülmüştür. Daha düşük sosyoekonomik seviyede helal gıda tercihinin daha belirgin olduğu görülmüştür. Helal gıda algısının, sağlıklı beslenme ile birleştirilmesi durumunda helal gıda tercihinin daha yüksek olduğu görüldü. Böylelikle helal gıda konusunda yapılacak çalışmalarda, helal belgesi alma aşamalarından olan bilimsel açıdan zarar vermeme ilkesi ve uygulaması iyi anlatılmalıdır. Bu sayede tüketicilerde daha net oluşacak olan sağlıklı ve helal beslenmenin birlikteliği algısı daha hassas ve sağlıklı beslenme imkânı sunabilecektir. Daha sağlıklı beslenmek için yapılacak çalışmalardan birisi de sağlıklı ve helal beslenme algısının güçlendirilmesi ve toplumda bu hususta bilinç oluşturulması için çalışmalar yapılması olacaktır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar bu yazının hazırlanması ve yayınlanması aşamasında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

Finansman: Yazarlar bu yazının araştırma ve yazarlık

sürecinde herhangi bir finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Not: Bu araştırma "Uluslararası 3. Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi, 30-31 Ekim 2015/ İSTANBUL"da poster bildiri olarak sunulmuştur.

KAYNAKLAR

1. Savaş H, Çatalbaş T, Gültekin F. "Helal gıda belgelendirmesinde biyokimya laboratuvarının rolü". Acta Medica Alanya 2017;1(1): 28-32.
2. The-Economist. Cut-throat competition: feeding Europe's Muslims is a growing business. The Economist. 17 September 2009. Paris, France.
3. Hashim, D. D. The quest for a global halal standard. Paper presented at the Meat Industry Association of New Zealand annual conference; 2010 Sep 19-20, Christ church.
4. WHF. Halal market potential e a regional focus. Paper presented at the World halal forum, 17-18 November 2009, The Hague, the Netherlands.
5. Essoo N. ve Dibb. S. Religious Influences on Shopping Behaviour: An Exploratory Study, Journal of Marketing Management, 2004; 20: 683-712.
6. Soesilowati E.S. Business Opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal Food Consumption, Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities, 2010; 3: 151-60.
7. Kurtoğlu R, Çiçek B. Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi 2013; 8(3): 181-205.
8. Efe M. Helal gıdada gıda katkı maddeleri ve tüketici yaklaşımları, 1. Ulusal Helal ve Sağlıklı Gıda Kongresi 19-20 Kasım 2015, Ankara. 2015: 162.
9. Taşdan K., Albayrak M., Gürer B., Özer O. O., Albayrak K., Güldal H. T. Geleneksel Gıdalarda Tüketicilerin Gıda Güvenliği Algısı: Ankara İli Örneği. Uluslararası Davraz Kongresi 29-31 Mayıs 2014, Isparta, 2014: 363-386.
10. Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., & İkişik, H. Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 2007; 6(4): 253-58.

How to cite this article/Bu makaleye atıf için:

Yürekli MV, Başaran Ö, Savaş HB, Kişioğlu AN. Knowledge and Attitudes of a Medical Faculty Intern Students About Healthy Nutrition and Halal Food. Acta Med. Alanya 2017;1(2):2-6 [Turkish]