

Besin Etiketleri Okuma Alışkanlıklarına ve Etiket Okumanın Satın Alma Tercihlerine Cinsiyetin Etkisi: Tekirdağ İli Örneği

Fatma Coşkun¹ , Serap Kayışoğlu² ¹Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Tekirdağ²Namık Kemal Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tekirdağ

Geliş Tarihi (Received): 08.04.2016, Kabul Tarihi (Accepted): 05.10.2018

✉ Yazışmalardan Sorumlu Yazar (Corresponding author): fcoskun@nku.edu.tr (F. Coşkun)

📞 0 282 252 250 21 62 📠 0 282 250 99 54

ÖZ

Cinsiyetin etiket okuma alışkanlıkları üzerine etkisinin araştırıldığı bu anket çalışması, Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinden seçilmiş 406 tüketici ile yürütülmüştür. Bu çalışma ile tüketicilerin gıda maddeleri satın alırken bilgi düzeyleri ve tutumlarının ne olduğunun ortaya konması ve satın almada en fazla önem verdikleri faktörleri ortaya koymak ve konuyla ilgili farkındalığı artırmak amaçlanmıştır. Katılımcılara besin etiketinin önemi, okuma nedenleri, etiketteki bilgileri anlama düzeyleri, etiket bilgilerinin anlaşılma oranı, hangi bilgilerin daha çok okunduğu, hangi ürünlerin etiketlerinin daha çok okunduğu, etiketteki "içindekiler" bilgisinin anlaşılma oranı, sağlık sorununun etiket okuma oranına etkisi sorulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, bayanların etiket bilgisine daha çok dikkat ettiği ve yazılı ifadelerin daha etkin olduğu görülmüştür. Etiket bilgisi için televizyonun daha önemli eğitici araç olduğu, sağlık sorunlarının etiket okumada etkili olduğu saptanmıştır. Televizyonda etiket okuma ile ilgili olarak yayınlanacak programlar halkın bilinçlendirilmesinde ciddi katkılar sağlayacaktır. Etiketlerin kolay ve hızlı bir şekilde anlaşılmasında, standart ve basit halde sunulmaları önemli bir etken olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Etiket okuma alışkanlıkları, Tüketici, Anket, Cinsiyet, Etiket bilgisi

Effect of Gender on Nutrition Label Reading Habits and Purchasing Preferences: A Case Study of Tekirdağ Province, Turkey

ABSTRACT

This survey investigated the effect of gender on label reading habits, and conducted with 406 consumers from the Suleymanpasa district of the Tekirdağ province in Turkey. In this study, it was aimed to determine the knowledge levels and attitudes of the consumers when buying foodstuffs and to find the factors that are the most important in purchasing and to raise awareness about the subject. The participants were asked about the importance of the food label, the reasons for reading, the level of understanding the information on the label, the rate of understanding the information on the label, the information to be read more, the label of the products to be read more, the rate of understanding the contents of the label, and the effect of the health problem on the reading ratio of labels. According to the results, it was observed that women paid more attention to label information and written statements were more effective. For label information, it was found that television was a more important educational tool and health problems were effective in label reading. Programs to be published on television reading labeling could make serious contributions to public awareness. It will be an important factor to understand labels easily and quickly, in their standard and simple form.

Keywords: Label reading habits, Consumer, Survey, Gender, Label information

GİRİŞ

Tüketicilerin satın alma davranışlarını kolaylaştırmak ve gıda tercihlerini doğru olarak yapabilmeleri için etiketlemenin yararı büyüktür ve bazı bilgilerin sunulması zorunlu tutulmuştur. Etiketdeki bilgilerin her kesimdeki tüketiciye hitap etmesi için basitleştirilmiş besin bilgileri içermesi gerekir [1]. Beslenme etiketleri ambalajlanmış gıdaların laboratuvar analizi ile saptanmış besin öğelerinin (protein, yağ, vitamin, mineral v.b.) miktarı ve tüketicinin günlük alması gereken besin öğelerinin ne kadarını karşıladığının yüzde olarak belirtildiği bilgi metinleridir [2]. Besin etiketleri, tüketicilerin yeterli ve dengeli bir diyet oluşturmalarına, özel diyet uygulamalarına (diyabet gibi) ve satın almaları sırasında en besleyici gıdaları seçmelerine yardımcı olmaktadır [3,4]. Besin etiketleri, tüketicilere ürünlerle ilgili bilgi verdikleri, yanlış bilgilerden korunmalarını ve bilinçli seçimler yapabilmelerini sağladıkları için gıda güvenliğinin önemli parçalarından birini oluşturmaktadır [5]. Tüketicilerin sağlıklı ve kendilerine uygun gıda seçimleri yapabilmeleri bakımından büyük değer taşıyan etiketler, günümüzde üreticiler tarafından da çok önemli bir tutundurma aracı olarak kullanılabilir [6]. Tüketiciyi bilgilendirme işlevinin yerine getirilmesi ve bu tür etiketleme bilgilerinin uygulanması işletmeler açısından da önemlidir. Çünkü işletme, tüketicinin etiketleme istekleri doğrultusunda ürünü piyasaya sürdüğü zaman ürünlerinin daha fazla satılmasını sağlayacaktır [2]. Türkiye'de 2017 yılında düzenlenen ve Resmi Gazetede yayınlanan Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, gıda hakkında bilgilendirme usulleri ve tüketicinin bilgilendirme hakkının garanti altına alınmasını sağlayacak tedbirleri ortaya koymaktadır. Ayrıca enerji, protein, karbonhidrat, yağ, lif, tuz/sodyum ve tebliğde geçen vitamin ve mineral bilgilerine ve referans alım (RA) oranlarına yönetmelik hükümlerince, etiket üzerinde isteğe bağlı olarak yer verilebilmektedir [7]. Gıda etiketlerinin etkili bir bilgi aracı olarak kullanılabilmesi için, tüketicilerin bilgiyi kullanma konusunda bilinçlendirilmesi ve etiketlerin daha iyi anlaşılması gerekmektedir [8]. Yasal düzenlemeler, işletmelerin gıda ambalajlaması konusundaki çalışmalarını ve tüketici bilinçlenmesi sonucunda ambalaj kadar etiket bilgilerinin önemini de artırmıştır [9]. Tüketime sunulan gıdanın ne denli sağlıklı olduğu, pek çok aşamada yapılan kontroller ile belirlenmektedir. En iyi denetleyiciler ise; üreticinin bizzat kendisi, yasal kontrol kuruluşları ve tüketicilerdir. Dolayısıyla tüketici davranışları bu noktada önemli hale gelmektedir [10]. Etiketlemenin genel olarak temel amaçlarından ilki sağlık, güvenlik ve ekonomik kaygılara ilişkin yeterli ve doğru bilgi sağlamak, ikincisi tüketicileri ve üreticileri sahte ve yanıltıcı bilgi ve reklamlardan korumak ve üçüncüsü adil rekabeti ve ürün pazarlanabilirliğini desteklemek olarak sıralanabilir [11]. Araştırmalar, tüketicilerin çoğunun satın alma kararlarında ambalajlı gıda ürünlerinin üzerinde yer alan etiket bilgilerini önemseydiğini göstermektedir [12-16.]. Gıda güvenliği açısından tüketicilerin etiket bilgilerini okumaları önemlidir ve tüketicilerin satın alma kararlarında oldukça etkilidir [17]. Avustralya tüketicileriyle yapılan bir araştırmada etiketlerin

kullanılmasının tüketicilerin bilinçli ve sağlıklı bir seçim yapmalarında etkili olduğu tespit edilmiştir [18].

Bu çalışma Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde yaşayan tüketicilerle, cinsiyetin besin etiketi okuma alışkanlıklarına ve etiket okumanın gıda tercihlerine etkisinin araştırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışma ile tüketicilerin gıda maddeleri satın alırken bilgi düzeyleri ve tutumlarının ne olduğunun ortaya konması, satın almada en fazla önem verdikleri faktörleri belirlemek ve konuyla ilgili farkındalığı artırmak amaçlanmıştır. Gerek üretici gerekse tüketici açısından büyük önem taşıyan besin etiketi bilgilerine ilişkin eğitim çalışmalarına ve besin etiketi düzenlemelerine katkı sağlayacak bir çalışma olacağı düşünülmektedir.

MATERYAL ve METOT

Araştırma verileri SPSS istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ki-kare (χ^2) önem testi istatistiksel analiz için kullanılmıştır. Çalışmanın ana materyalini 2015 yılında Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde seçilmiş 406 tüketici ile yapılan anketten sağlanan veriler oluşturmuştur. Bu çalışma, eğitim düzeyinin etiket okuma alışkanlıkları üzerine etkisinin ölçülmesini amaçlayan kesitsel bir araştırmadır. Anket basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre yapılmıştır. Tekirdağ'da 18 yaş üzeri 406 tüketici bilgilendirilmiş, gönüllü onam formları alınmış ve Helsinki deklarasyonuna uyularak hanelerde yüz yüze görüşme yapılmıştır. Çalışma, örneklemin ana kitleyi temsil etmesi açısından Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde, farklı karakteristikleri oldukları düşünülen, farklı mahallelerde uygulanmıştır. Ankete başlamadan önce karşılıklı 10 denekle gerektiğinde gerekli düzeltmeler yapılmak üzere soruların netliği ve geçerliliği test edilmiştir [19]. Örnek hacmi aşağıda formülü verilen oranlar için sınırlı ana kitle formülünden yararlanılarak hesaplanmıştır [20]. Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde 18 yaş ve üzeri 138 391 kişi yaşamaktadır. Formülde %90 güven aralığı, %5 hata payı ve maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için $p=q=0,5$ olarak alınmıştır.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1)\sigma_p^2 + p \cdot q}$$

n = örnek hacmi, N = ana kitle hacmi (138 391), p = (0.5), q = 1- p , σ_p^2 = oran varyansı (0.001502)

Çalışma Haziran-Temmuz 2015 tarihleri arasında tamamlanmıştır. Araştırma verileri anket formu ile toplanmıştır. İlk kısımda cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, gelir düzeyi, sağlık durumu hali sorularak katılımcıların demografik özellikleri tespit edilmiştir. İkinci kısımda gıda ürünü satın alırken besin etiketinin olmasının onlar için ne kadar önemli olduğu 4 ifadeye sahip (çok önemli, önemli, fazla önemli değil, önemsiz) Likert ölçeği kullanılarak belirlenmiştir. Etiket bilgilerini okuma nedenini, etiketteki beslenme bilgilerini anlama durumlarını (her zaman, bazen, hiç), etiket üzerindeki beslenme bilgilerini yorumlamayı nereden öğrendiklerini, bilgileri hangi şekilde daha anlaşılır bulduklarını tespit

etmek için ise çoktan seçmeli sorular sorulmuştur. Üçüncü kısımda ise 3'lü Likert ölçeğinde değişik sorular yöneltilmiştir. Besin etiketi üzerindeki düşük yağ, lif kaynağı gibi beslenme ve sağlık beyanlarını ne derece güvenilir bulduklarına (çok, biraz, hiç), çeşitli gıda bileşenlerinin yararlı olup olmadığı konusunda ne düşündüklerine (yararlı, zararlı, fikrim yok), bir gıda satın alırken besleyicilik özelliklere ne derece dikkat ettiklerine (hiç, bazen, her zaman), hangi tür gıdalar satın alırken ne sıklıkta etiket bilgilerini okuduklarına (daima, bazen, hiç) ve besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerini anlama kolaylıklarına (çok kolay, biraz kolay, kolay değil) ilişkin sorular sorulmuştur. Ayrıca, katılımcıların besin etiketi ve kullanımı ile ilgili bazı ifadelerle katılma durumları da araştırılmıştır (katılıyorum, katılmıyorum, kararsızım). Katılımcıların cinsiyeti değişken olarak alınmıştır. Araştırma verileri SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. İstatistiksel analizlerin

değerlendirilmesinde önemlilik düzeyi 0.05 ve 0.01 olarak kabul edilmiştir. Ki-kare (χ^2) önem testi istatistiksel analiz için kullanılmıştır.

Anket uygulanan kişilere ait demografik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Yapılan araştırmada, tüketicilerin %57.14'ü kadın, %42.86'sı erkek olduğu belirlenmiştir. 30-39 yaş arasındaki kadınların olduğu grup, diğer yaş gruplarındaki kadınlardan daha fazla sayıya (92 kişi %39.7) sahiptir. Erkekler arasında yapılan gruplandırma 40-49 yaş arasındakilerin sayısı (64 kişi %36.8) en fazladır. Üniversite mezunu kadın (93 kişi %40.1) ve erkek (84 kişi %48.3) katılımcıların sayısı diğerlerine göre daha fazladır. Geliri 2000-3000 TL arasında olan 77 kişi en fazla orana (%19.0) sahiptir. Kendisinde ya da ailesinde gıda seçimini etkileyecek bir sağlık sorunu olan kadınların sayısı (34 kişi %14.7) erkeklerin sayısından (28 kişi %16.1) fazladır.

Tablo 1. Tüketicilerin demografik özellikleri

Tüketicilerin Demografik Özellikleri	Kadın		Erkek		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
	232	57.14	174	42.86	406	100
Yaş						
20-29	48	20.7	36	20.7	84	20.7
30-39	92	39.7	50	28.7	142	35.0
40-49	71	30.6	64	36.8	135	33.3
50+	21	9.1	24	13.8	45	11.1
Öğrenim Düzeyi						
İlkokul	30	12.9	7	4.0	37	9.1
Ortaokul	20	8.6	9	5.2	29	7.1
Lise	68	29.3	48	27.6	116	28.6
Üniversite	93	40.1	84	48.3	177	43.6
Yüksek Lisans	12	5.2	12	6.9	24	5.9
Doktora	9	3.9	13	7.5	22	5.4
Diğer	0	0	1	0.6	1	0.2
Gelir Düzeyi						
0-500	10	4.3	7	4.0	17	4.2
500-1000	17	7.3	13	7.5	30	7.4
1000-1500	30	12.9	25	14.4	55	13.5
1500-2000	37	15.9	28	16.1	65	16.0
2000-3000	35	15.1	42	24.1	77	19.0
3000-3500	27	11.6	29	16.7	56	13.8
5000+	18	7.8	16	9.2	34	8.4
Belirtmek istemiyorum	58	25.0	14	8.0	72	17.7
Kişide ya da ailesinde gıda seçimini etkileyecek bir sağlık durumu olma hali						
Var	34	14.7	28	16.1	62	15.3
Yok	198	85.3	146	83.9	344	84.7

BULGULAR ve TARTIŞMA

Kadın katılımcıların %49.1'i etiketin çok önemli, %43.1'i önemli olduğu, %7.3'ü fazla önemli olmadığı; erkek katılımcıların ise %43.7'si etiketin çok önemli, %39.7'si önemli olduğu, %13.2'si fazla önemli olmadığı kanısındadır. Kadın katılımcılar daha yüksek oranda etiketin çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Etiketlin önemli olduğu fikri ile cinsiyet arasındaki ilişki istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 9.669$; $P < 0.05$) bulunmuştur. Michtel ve ark. [21], Kuzey Virjinya'da 69 gönüllü kadın üzerinde yiyecek etiketleri ve beslenme konuları ile ilgili yapılan araştırmada, bir gıda maddesini satın alırken deneklerin %58'inin hemen hemen her zaman, %31'inin bazen

yiyecek etiketini okuduklarını saptamışlardır. Kadınların %47'si ürün etiketlerinin satın alma kararlarında çok, %42'si biraz etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Özgen [22] çalışmasında, kadınların %65.0'i, erkeklerin %51.0'i besin etiketleri üzerindeki besin ögesi değerlerini daha çok incelediğini belirtirken, başka araştırmalarda ise bu durumun tersi olduğu belirtilmiştir [23]. Bazı çalışmalarda, cinsiyetle etiket okuma alışkanlığının ilişkili olduğu ve kadınlarda daha yüksek düzeyde bulunduğu gösterilmiştir [24,14,25,26,27]. Aksulu'nun [28] çalışmasında etiket okuma alışkanlığı ile cinsiyet arasında bir ilişki saptanmamıştır. Bu çalışmada etiket okuma nedenini kadın katılımcıların %78.4'ü sağlık, %12.1'i içeriğini öğrenmek, %7.3'ü kilo sorununu

çözmek ve %1.7'si de diğer nedenler olarak; erkek katılımcıların ise %69'u sağlık, %17.8'i içeriğini öğrenmek, %6.3'ü kilo sorununu çözmek ve %5.2'si de diğer nedenler olarak göstermişlerdir. Kadın katılımcıların %0.4'ü, erkek katılımcıların %1.7'si hiç etiket okumamaktadır. Kadın katılımcılar sağlık ve kilo kontrolüne daha fazla önem verirken, erkek katılımcılar etiketin içeriği ile daha fazla ilgilenmektedirler.

Güneş ve arkadaşlarının [29] çalışmasında, katılımcıların etiket okumama nedenleri olarak, satın aldığı gıda ile ilgili bilgisinin yeterli olduğunu düşünmesi, etiketin dikkat çeken biçimde olmaması, bilgilerin anlaşılması ve inanılır olmaması gösterilmiştir. Bu hususta Besler ve arkadaşları [30], etiket üzerindeki terim/beyan/değer/besin değerlerini anlamada yetersiz olunması, bilgilerin etiket üzerinde iyi gösterilmemesi bilinmeyen terimlerin bulunması ve yazan bilgilerin doğruluğuna ilişkin kaygılar, Türk tüketicilerinin etiket okumamalarına neden olduğunu belirtmektedir.

Beslenme bilgilerinin anlaşılabilirliğinin araştırıldığı sorulara kadın katılımcıların %19.4'ü her zaman anlıyorum, %75.9'u bazılarını anlıyorum, %4.7'si hiç anlamıyorum; erkek katılımcıların ise %19.5'i her zaman anlıyorum, %74.1'i bazılarını anlıyorum, %6.3'ü hiç anlamıyorum olarak cevap vermiştir. Etiket bilgilerinin yorumlanmasının nereden öğrenildiği sorgulandığında kadın katılımcıların %25.4'ü televizyon, %19'u gazete ve dergi, %16.4'ü eğitim kuruluşu, %12.9'u doktor ve diyetisyen, %7.8'i arkadaş ve komşu, %0.9'u internet; erkek katılımcıların %28.7'si televizyon, %21.3'ü gazete ve dergi, %18.4'ü eğitim kuruluşu, %7.5'i doktor ve diyetisyen, %8.6'sı arkadaş ve komşu, %1.7'si internet olarak cevap vermiştir. Diğer yöntemlerle öğrenenler ise kadın katılımcıların %17.7'sini, erkek katılımcıların %13.8'ini oluşturmaktadır. Televizyon en fazla öğretici görevi görmüştür. Badrie ve ark.'nın [31] yapmış oldukları çalışmada da tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili bilgi kaynakları sırasıyla; televizyon (%70), gazete (%54.5), radyo (%47.5), diğer (%3.5) şeklinde belirlenmiştir. Jay ve ark.'nın [32] Avusturya'daki araştırmasında ev halkının gıda güvenliği ile ilgili bilgi kaynaklarını sırasıyla; broşür (%61), televizyon (%56), dergi (%46), gazeteden (%41) olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, televizyonun gıda güvenliği konusundaki en önemli bilgi kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Onurlubaş [33] çalışmasında araştırmaya katılan tüketicilerin %51.6'sı gıda güvenliği konusunda bilinçli olarak %48.4'ü bilinçsiz, cinsiyete göre incelendiğinde ise kadınların %54.4 bilinçli olarak erkeklerin %49.6'sının bilinçli olduğu tespit etmiştir. Katılımcıların etiket bilgilerini hangi şekilde anladıkları araştırılmıştır. Kadın katılımcıların %66.8'i yazılı ifadeleri, %19.4'ü rakamsal ifadeleri, %13.8'i de şekillerle ifadeleri; erkek katılımcıların %58.6'sı yazılı ifadeleri, %28.2'si rakamsal ifadeleri, %13.2'si de şekillerle ifadeleri daha anlaşılır bulduklarını ifade etmişlerdir. Kadın katılımcıların %7.3'ü etiketleri çok güvenilir, %72.4'ü biraz güvenilir bulmakta, %20.3'ü ise hiç güvenilir bulmamaktadır. Erkek katılımcıların %6.3'ü

etiketleri çok güvenilir, %76.4'ü biraz güvenilir bulmakta, %17.2'si ise hiç güvenilir bulmamaktadır.

Gıda bileşenlerinin sağlığa etkisi konusunda tüketicilere fikirleri sorulmuştur. Tüketicilerin verdikleri cevaplar Tablo 2'de gösterilmiştir. Cinsiyet ile şekerin sağlığa etkisine katılma oranı istatistikî açıdan önemlidir ($\chi^2 = 10.642$; $P < 0.05$). Ayrıca cinsiyet ile demirin sağlığa etkisine katılma oranı istatistikî açıdan önemlidir. ($\chi^2 = 8.295$; $P < 0.05$). Cinsiyet ile gıdada bulunan yağlar, aroma ve lezzet maddeleri, kolesterol, diyet lifi, protein, yapay tatlandırıcılar, düşük yağ oranı, düşük şeker oranı, katkı maddesi, karbonhidrat, koruyucular, renklendiriciler, vitaminler, kalsiyum, iyot, tuz oranının faydalı ya da zararlı olarak yorumlama arasında istatistikî açıdan önemli bir fark saptanmamıştır ($P < 0.05$). Kadın katılımcılar gıdada bulunan katkı maddelerini en zararlı olarak sırasıyla renklendiriciler, şeker, yapay tatlandırıcılar; en zararlı bileşeni kolesterol olarak ifade etmişlerdir. Erkek katılımcılar ise gıdada bulunan katkı maddelerinden en zararlı olarak yapay tatlandırıcıları gördüklerini belirtmişlerdir.

Aksulu [28] çalışmasında gıda ürününde bulunan kolesterol düzeyinin tüketiciler tarafından ikinci derecede ciddi tehlike unsuru olarak görüldüğünü tespit etmiştir. Aynı çalışmada insan sağlığını tehdit eden tuz, şeker, yağ oranının yüksek olması tüketiciler tarafından çok önemli ve lifli gıdalar yararının bilinmemesi nedeniyle önemli görülmemiştir. Aksulu, ankete katılanların %48.2'sinin gıda ürünlerindeki katkı ve koruyucu maddeleri ciddi tehlike olarak gördüğünü, en tehlikeli görünmeyen, gıda ürününün içindeki şeker düzeyi olduğunu belirtmiştir. Topuzoğlu ve ark.'nın [34] yaptıkları çalışmada da anket uygulanan bireylerin gıdalarda gıda katkı maddesi bulunmamasına dikkat eden bir tutum sergilediklerini saptamıştır.

"Bir gıda satın alırken besleyicilik özelliklere ne derece dikkat edersiniz?" Sorusuna tüketicilerin verdikleri cevaplar Tablo 3'de verilmiştir. Cinsiyet ile gıda satın alırken besleyicilik özelliklerinden enerji değeri, toplam yağ, doymuş yağ, kolesterol, protein, tuz ve sodyum oranı, günlük besin ihtiyacını karşılama yüzdesi, porsiyondaki kalori, protein, yağ gibi beslenme bilgileri, porsiyon miktarları, sağlık problemleri ile ilişkili olduğunu bildiren cümlelere dikkat düzeyi istatistikî açıdan önemli bulunmamıştır. Cinsiyetin karbonhidrat değerine dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 10.977$; $P < 0.05$); vitamin değerine dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 6.369$; $P < 0.05$); lif miktarına dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 6.511$; $P < 0.05$); kalsiyum içeriğine dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 10.481$; $P < 0.05$); demir içeriğine dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemli ($\chi^2 = 11.126$; $P < 0.05$); lif kaynağıdır ibarelerine dikkat etmede etkisi istatistikî açıdan önemlidir ($\chi^2 = 6.125$; $P < 0.05$).

Tablo 2. Tüketicilerin Gıda Bileşenlerinin Sağlığa Etkisi Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

Gıda Bileşeni	Yararlı (%)		Zararlı (%)		Fikrim Yok (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Yağlar	25.9	28.2	62.9	60.3	11.2	11.5
Aroma ve lezzet maddeleri	9.5	9.8	68.1	67.8	22.4	22.4
Kolesterol	4.7	9.8	79.7	75.3	15.5	14.9
Şeker	4.7	13.8	83.2	73.6	12.1	12.6
Diyet lifi	54.7	47.1	12.5	16.1	32.8	36.8
Protein	86.2	88.5	6.9	4.6	6.9	6.9
Yapay tatlandırıcılar	4.3	3.4	81.5	82.8	14.2	13.8
Düşük yağ oranı	72.4	72.4	6.5	9.8	21.1	17.8
Düşük şeker oranı	67.7	69.5	12.9	12.1	19.4	18.4
Katkı maddesi	3.0	5.7	87.1	81.0	9.9	13.2
Karbonhidrat	53.4	59.8	26.7	25.3	19.8	14.9
Koruyucular	13.4	18.4	69.8	64.9	16.8	16.7
Renklendiriciler	4.7	5.7	85.3	79.9	9.9	14.4
Vitaminler	90.1	89.7	2.2	2.3	7.8	8.0
Demir	92.2	87.9	0.0	3.4	7.8	8.6
Kalsiyum	90.5	87.9	0.9	4.0	8.6	8.0
İyot	62,1	64.4	15.9	14.9	22.0	20.7
Tuz	17.2	23.6	67.2	60.9	15.5	15.5

Tablo 3. Tüketicilerin gıda satın alırken besleyici özelliklere dikkat etme durumu

Besleyicilik özellikleri	Hiç (%)		Bazen (%)		Her Zaman (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Enerji(kalori)	12.9	17.8	50.4	52.3	36.6	29.9
Karbonhidrat oranı	11.6	19.5	44.8	51.7	43.5	28.7
Toplam yağ miktarı	15.9	20.1	40.1	46.0	44.0	33.9
Doymuş yağ miktarı	19.4	20.7	35.3	37.4	45.3	42.0
Kolesterol miktarı	15.9	24.1	44.4	38.5	39.7	37.4
Protein içeriği	17.2	18.4	40.1	50.0	42.7	31.6
Tuz ve sodyum oranı	17.2	24.7	49.6	47.7	33.2	27.6
İçerdiği vitaminler	8.2	15.5	40.5	42.0	51.3	42.5
Lif miktarı	22.8	33.3	44.0	42.0	33.2	24.7
Kalsiyum içeriği	13.4	25.9	49.6	40.2	37.1	33.9
Demir içeriği	12.9	25.9	48.7	40.2	38.4	33.9
Günlük besin ihtiyacını karşılama yüzdesi	22.8	26.4	47.4	48.3	29.7	25.3
Düşük yağlı, light, iyi lif kaynağı gibi ibareler	22.4	28.7	47.0	51.1	30.6	20.1
Yiyeceğin bir porsiyonundaki kalori, protein, yağ gibi beslenme bilgileri	21.1	25.9	46.6	50.6	32.3	23.6
Bir porsiyonun ne kadar olduğu	23.7	28.7	51.7	48.9	24.6	22.4
Sağlık problemleri ile ne derece ilişkili olduğunu belirten cümleler	11.6	17.8	44.4	38.5	44.0	43.7

Bayanlar gıda satın alırken besleyici özelliklere dikkat etme durumu olarak en fazla oranda içerdiği vitaminleri belirtirken, en düşük oranda bir porsiyonun ne kadar olduğunu belirtmişlerdir. Baylar gıda satın alırken besleyici özelliklere dikkat etme durumu olarak en fazla oranda sağlık problemleri ile ilişkili olduğunu bildiren cümleler olduğunu belirtirken, en düşük oranda düşük yağlı, "light", iyi lif kaynağı gibi ibarelerin olduğunu belirtmişlerdir. Aygen [35] yaptığı çalışmasında besin değeri bilgileri içinde en fazla okunan unsurların "enerji (kalori)", "protein içeriği", "içerdiği vitaminler", "lif (posa) miktarı", "az yağlı, "light", iyi posa kaynağı gibi ibareler" ve "karbonhidrat oranı" olduğunu belirtmiştir. %48 oranında katılımcı eşit oranlarda "enerji (kalori)" değerini ve "protein içeriğini", %46 oranında katılımcı "içerdiği vitaminleri", %44 oranında katılımcı eşit oranlarda "lif (posa) miktarını", "az yağlı, "light", iyi posa kaynağı gibi ibareleri" ve "karbonhidrat oranını" "her zaman" ya da "çoğu zaman" okuduklarını ifade etmişlerdir. %25

üzerinde katılımcının "nadiren" okudukları ya da "hiçbir zaman" okumadıkları besin değeri bilgileri ise "doymuş yağ miktarı" (%28), "kolesterol miktarı" (%27) ve "toplam yağ miktarı" (%27) olarak belirtilmiştir. Cinsiyet ile etiket okuma alışkanlığı arasındaki ilişkide, ürün çeşitliliğine göre farklılık görülmüştür. Unlu mamullerde cinsiyet ve etiket okuma alışkanlığı arasında önemli bir ilişki ($\chi^2=8.00$ $p<0.05$) ile hazır çorba ve pudingde cinsiyet ve etiket okuma alışkanlığı arasında önemli bir ilişki ($\chi^2=11.154$ $p<0.05$) bulunmuştur. Bunun yanı sıra kek, bisküvi, çips, patlamış mısır, çikolata ve şekerleme, süt ve ürünleri, ketçap ve mayonez, konserve ürünleri, et ve ürünleri, alkollü ve alkolsüz içecekler, dondurma, dondurulmuş gıda, hazır köfte ve döner ise cinsiyet ile etiket okuma alışkanlığı arasında bir ilişki saptanmamıştır.

Tüketicilerin gıda satın alırken etiket okuma sıklıkları ile gıda türünün ilişkisi Tablo 4'te verilmiştir. Bayanlar ve

baylar en yüksek oranda daima etiket bilgilerini okudukları ürün olarak et ve ürünleri olduğunu, en düşük

oranda daima etiket bilgilerini okudukları ürün olarak alkollü içecekler olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 4. Tüketicilerin gıda satın alırken etiket bilgilerini okuma sıklıkları

Gıdalar	Daima (%)		Bazen (%)		Hiç (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Kek, bisküvi vb.	37.9	34.5	52.2	55.2	9.9	10.3
Cips, patlamış mısır vb.	40.1	39.7	38.4	38.5	10.8	13.2
Çikolata, şekerleme vb.	47.0	35.6	44.0	53.4	9.1	10.9
Unlu mamüller (makarna, un vb.)	42.2	35.1	47.8	45.4	9.9	19.5
Süt ve ürünleri (süt, yoğurt vb.)	63.4	58.0	31.9	32.2	4.7	9.8
Mayonez, ketçap vb.	46.1	43.1	40.5	40.2	6.0	9.8
Konserve ürünleri	50.4	47.1	37.1	37.4	5.2	8.6
Et ve et ürünleri(sosis, salam vb.)	69.4	64.9	26.7	29.9	2.6	4.0
Hazır çorbalar, pudingler	50.9	36.8	37.5	44.3	6.0	13.2
Alkolsüz içecekler (meyve suyu, soda vb.)	43.5	36.8	48.7	53.4	7.8	9.8
Alkollü içecekler	21.1	17.8	27.2	30.5	21.6	20.7
Dondurma	36.6	32.8	51.3	51.7	12.1	15.5
Dondurulmuş gıda	51.3	46.0	36.2	36.8	3.9	9.8
Hazır köfte, döner vb.	55.2	59.2	32.8	30.5	4.3	5.2

Güneş ve ark.[29] gıda grupları arasında özellikle etiketi "hiç" okunmayanlar arasında en yüksek oran (%62.0) fonksiyonel gıdalar, "bazen" okunan grupta bal ve reçeller (%40.5) olup, "sıklıkla" okunan gıda gruplarından ise süt ve süt ürünleri (%77.0) olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca katılımcıların arasında her ürünün etiketine bakma oranı %33.0 iken, bilinen markalı ürünlerin etiketlerine bakmayanların oranının %40.0 olduğunu belirlenmiştir.

Etiket bilgilerinde içindekileri anlama ile cinsiyet arasındaki ilişki istatistikî açıdan önemsizdir ($P < 0.05$). Bayanların %35.3'ü çok kolay anlaşılır olarak ifade ederken, bayların %31.0'ı çok kolay anlaşılır olarak ifade edilmiştir. Rodolfo ve Nayga [36] tarafından yapılan çalışmada, erkeklerin kadınlardan daha az besin

etiketleri bilgilerini okuduğunu, erkeklerin kadınlara göre besin ve sağlık konularına daha az özen gösterdikleri belirtilmiştir. Cinsiyet ile gıda ürünü satın alırken etiketteki beslenme bilgilerini anlama oranları arasındaki ilişki incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Etiketlerdeki düşük yağ, "light" veya iyi lif kaynağı gibi ibareler; etiketteki bir porsiyondaki kalori miktarı ibaresi; etiketteki bir porsiyondaki yağdan gelen enerji miktarı; etiketteki bir porsiyondaki sodyum, yağ gibi besin öğelerinin gram veya miligram değerleri; etiketteki her besin öğesinin günlük ihtiyacı karşılama yüzdesi; etiketteki yağsız ibaresi ile cinsiyet arasında istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır ($P < 0.05$). Tüketicilerin besin etiketi üzerindeki beslenme bilgilerini anlama düzeyleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Tüketicilerin besin etiketi üzerindeki beslenme bilgilerini anlama düzeyleri

Beslenme Bilgileri	Çok kolay (%)		Biraz Kolay (%)		Kolay Değil (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
İçindekiler listesi	35.3	31.0	47.8	50.6	16.8	18.4
Düşük yağ, light veya iyi lif kaynağı gibi ibareler	28.9	21.8	50.4	51.1	20.7	27.0
Bir porsiyondaki kalori(enerji) miktarı	37.1	33.9	48.3	47.1	14.7	19.0
Bir porsiyondaki yağdan gelen enerji miktarı	26.3	26.4	52.2	47.7	21.6	25.9
Bir porsiyondaki sodyum, yağ gibi besin öğelerinin gram veya miligram değerleri	15.5	20.1	48.3	47.1	36.2	32.8
Her besin öğesinin günlük ihtiyacı karşılama yüzdesi	25.0	22.4	51.7	54.0	23.3	23.6
Etiketlerin üzerindeki yağsız ibaresi	34.9	35.6	47.0	45.4	18.1	19.0

Cinsiyet ile besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerinin önemine katılma oranı arasındaki ilişki istatistikî açıdan önemli değildir ($P < 0.05$). Besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerinin önemine katılma oranı hemen hemen aynıdır. Bayanların %73.3'ü besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerinin önemine katılırken, bayların besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerinin önemine katılma oranı %75.3'dür. Stran ve Knol [26] ise kadın bireylerin gıda alımına karar verirken sağlık beyanlarına, içeriğine, porsiyon büyüklüğüne erkekler göre daha sık baktıklarını belirtmişlerdir.

Cinsiyet ile sağlıklı bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağını bildiğim için kendimi güvenli

hissediyorum sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır ($P < 0.05$). Bayanların %42.2'si sağlıklı bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağını bildiği için kendini güvenli hissederken, bayların %43.1'i sağlıklı bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağını bildiği için kendini güvenli hissettiklerini ifade etmişlerdir. Aygen [34] çalışmasında katılımcıların dörtte üçünden fazlasının "gıda maddelerinin, eğer varsa sağlıklı alternatifini seçerim", "genel olarak, sağlık ve beslenme konularında bilgiliyim", "sağlıklı bir diyet seçmek için gıda etiketlerini nasıl kullanacağımı bilmek kendime güven veriyor" ifadelerine "kesinlikle katıldıkları" ya da

“katıldıkları” tespit etmiştir. Gözener ve ark. [37] çalışmalarında öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%90.38) satın aldıkları gıda ambalajı üzerindeki etiketlerde öncelikli olarak son kullanma tarihine, %45.67’sinin üretim tarihine, %45.19’unun içindekiler kısmına, %12.98’inin logolara ve %9.13’ünün ise ağırlığına dikkat ettikleri belirlemiştir. Bu sonuçlara göre, bilinçli bir tüketim şeklinin olduğunu ifade etmişlerdir.

Tüketicilerin besin etiketi konusundaki düşünceleri Tablo 6’da verilmiştir. Cinsiyet ile besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerini yorumlama arasındaki ilişki incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Bayanların %51.3’ü besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerini yorumlamanın zor olduğunu belirtirken, bayların %46.0’ı besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerini yorumlamanın zor olduğunu belirtmişlerdir. Albayrak [38] Ankara ilinde yaptığı bir araştırmada, tüketicilerin %96’sının gıdaların

ambalajlı olması gerektiğini savunurken, %37.7’si etiket bilgilerinin yeterli olmadığını (kullanma ve saklama bilgilerini yetersiz görmekte, son kullanma tarihi ve içeriklerini güvenilir bulmamakta, bilgiler okunaklı olmamakta – silinebilmekte), %94.4’ü yasalar hakkında bilgisiz olduklarını, %53.4’ü barkodun anlamını bilmediklerini belirtmiştir. Bayanların %54.3’ü besin etiketlerini okumak benim ayırabileceğimden daha çok zaman harcamak gerekiyor diye ifade ederken, bayların %50.6’sı besin etiketlerini okumak benim ayırabileceğimden daha çok zaman harcamak gerekiyor diye belirtmişlerdir. Cinsiyet ile arasındaki ilişki incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Ünüsan [39] çalışmasında etiket okumayan bir kısım tüketicinin yeterli zamanları olmadığını, tanımlamaları anlayamadıklarını, anlamlarının zor olduğu ya da beslenme konusu ile ilgilenmedikleri için etiket bilgisi okumadıklarını tespit etmiştir.

Tablo 6. Tüketicilerin besin etiketi konusundaki düşünceleri

Besin etiketinin etkinliği	Katılıyorum (%)		Kararsızım (%)		Katılmıyorum (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgileri benim için çok faydalıdır	73.3	75.3	22.0	17.8	4.7	6.9
Sağlıklı bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağımı bildiğim için kendimi güvende hissediyorum	42.2	43.1	43.5	39.7	14.2	17.2
Besin etiketleri üzerindeki beslenme bilgilerini yorumlamak zor	51.3	46.0	33.6	37.4	15.1	16.7
Besin etiketlerini okumak için benim ayırabileceğimden daha çok zaman harcamak gerekiyor	54.3	50.6	23.3	23.0	22.4	26.4
Besleyici bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağımı daha çok bilmeyi isterdim	80.2	71.8	15.9	19.0	3.9	9.2
Besin etiketleri üzerindeki bilgiler nedeni ile bazen yeni yiyecekler denerim	38.4	43.1	33.2	31.0	28.4	25.9
Besin etiketlerini kullandığım zaman yiyecek seçimini daha iyi yaparım	65.9	64.9	22.4	27.0	11.6	8.0
Gıda seçiminde sağlık sorunları besin etiketini okumada etkindir.	70.7	74.1	21.6	17.8	7.8	8.0

Cinsiyet ile besleyici bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağımı daha çok bilmeyi isterdim ifadesine katılma oranı incelendiğinde önemli bir ilişki ($\chi^2=5.990$ $p<0.05$) saptanmıştır. Bayanların %80.2’si besleyici bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağımı daha çok bilmeyi isterdim derken, bayların %71.8’i besleyici bir diyet seçmek için besin etiketlerini nasıl kullanacağımı daha çok bilmeyi isterdim diye belirtmişlerdir. Aygen [35] çalışmasında “sağlıklı bir diyet seçmek için gıda etiketlerini nasıl kullanacağımı bilmem kendime güven veriyor” sorusuna ankete katılanların %76’sı kesinlikle katıldıklarını, “gıda etiketleri üzerindeki besin değeri (enerji ve besin öğeleri) bilgilerini yorumlamak zor”, “gıda etiketleri üzerindeki bilgiler nedeniyle bazen yeni yiyecekler denerim”, “besleyici bir diyet seçmek için gıda etiketlerini nasıl kullanacağımı daha çok bilmeyi isterdim” ve “sağlıklı olmak benim için önemli olduğundan gıda etiketlerini mutlaka okurum” sorularına ise %75 oranında ise katıldıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %72’sinin “gıda etiketlerini okumak, ayırabileceklerinden daha çok zaman gerektirmekte” olduğunu, %70’inin ise eşit oranlarda “yiyecek seçerken kendi bilgilerine güvenmektense içlerinde ne olduğunu belirten yiyecek etiketlerine bakmayı tercih etmekte” ve

“gıda etiketlerini kullandıkları zaman yiyecek seçimini daha iyi yaptıklarını düşünmekte olduğunu ifade etmiştir.

Bayanların %38.4’ü besin etiketleri üzerindeki bilgiler nedeniyle bazen yeni yiyecekler denediklerini belirtirken, bayların %43.1’i besin etiketleri üzerindeki bilgiler nedeniyle bazen yeni yiyecekler denediklerini belirtmişlerdir. Bu durumda cinsiyet ile istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Bayanların %65.9’u besin etiketlerini kullandıkları zaman yiyecek seçimini daha iyi yaptıklarını ifade ederken, bayların %64.9’u besin etiketlerini kullandıkları zaman yiyecek seçimini daha iyi yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu bilgi ile cinsiyet arasında istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Gün ve Orhan [40] çalışmalarında insan beslenmesinde oldukça önemli bir yeri olan süt ve ürünlerinin satın alınması sırasında, tüketicilerin ürün etiket bilgi düzeyini inceleme durumlarının tespitini hedeflemişler ve elde edilen bulgular doğrultusunda kadınların erkeklere nazaran daha duyarlı tüketiciler olduğunu, eğitim düzeyi arttıkça bilgi düzeylerinin ve tüketici tercihlerinin değiştiğini belirtmişlerdir. Aygen [35] çalışmasında katılımcıların %70’i “yiyecek seçerken kendi bilgilerine güvenmektense içlerinde ne olduğunu belirten yiyecek etiketlerine bakmayı tercih etmekte” ve

“gıda etiketlerini kullandıkları zaman yiyecek seçimini daha iyi yaptıklarını düşünmektedir” şeklinde belirtmiştir. “Satın aldığım gıdaların sağlık ya da besin değeri beni ilgilendirmez” (%69) ve “aldığım gıdaların sağlık ya da besin değerleri hususunda genellikle endişe etmem” (%69) oranlarının da bir hayli yüksek olduğu belirtilmiştir. Bu bulguların ışığında, çoğu tüketicinin sağlıklı beslenmeye ve gıda etiketlerine ilişkin tutumlarının genel olarak olumlu olduğu ve kendilerini etiket okumaya yönlendirecek uygun yollar bulunabildiği takdirde bilgilenebilecek açık olduklarını ifade etmiştir. Ankete katılan bayanların %70.7’si gıda seçiminde sağlık sorunlarının besin etiketini okumada etken olduğunu ifade ederken, bayların %74.1’i gıda seçiminde sağlık sorunlarının besin etiketini okumada etken olduğunu ifade etmişlerdir. Cinsiyet ile gıda seçiminde sağlık sorunları besin etiketini okumada etken olma durumu arasındaki ilişki incelendiğinde istatistikî açıdan önemli bir ilişki saptanmamıştır. Lewis [41] beslenmeye bağlı hastalığı olan bireylerin olmayanlara göre etiketleri daha sık ve daha ayrıntılı okudukları belirlenmiştir. Özellikle belli tüketici gruplarını (kalp rahatsızlığı olanlar, şeker hastaları, tansiyon hastaları, gıda alerjisi olanlar, hamileler, yaşlılar...) ilgilendiren bilgiler, söz konusu grupların rahatlıkla anlayabileceği ve faydalanabileceği şekilde belirtilmelidir [16].

SONUÇ

Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde yaşayan tüketicilerin besin etiketi okuma alışkanlıklarını ve etiket okumanın gıda tercihlerine etkisini ve bu parametrelere cinsiyetin etkisini belirlemek için yapılan bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

Bayanların etiket bilgisine daha çok dikkat ettiği ve yazılı ifadelerin daha etkin olduğu, etiket bilgisini yorumlamada televizyonun daha önemli kaynak olduğu, beslenme ile ilgili sağlık sorunlarının etiket okumada etkili olduğu saptanmıştır. Televizyonda yayınlanacak programlar halkın bilinçlendirilmesinde faydalı olabilir. Etiketlerin kolay ve hızlı bir şekilde anlaşılabilir, standart ve basit halde sunulması etiketlerin daha çok okunmasında etken olabilir. Etiketler bireyler için sağlıklı beslenme konusunda yönlendirici olabilir. Etiket okuma bilincinin yerleştirilmesi ile sağlıklı bir diyet gerçekleştirilebilir. Özellikle risk grubundaki bireyler başta olmak üzere tüm bireylere yönelik eğitimlerin düzenlenmesi önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- [1] Glanz, K., Mullis, R., Snyder A. (1989). Point of choice nutrition information, federal regulations and consumer health education: A critical view. *Journal of Nutrition Education*, 21(2), 95-99.
- [2] Özgen, L. (2004). Tüketicilerin besin etiketi okuma alışkanlıkları, beslenme etiketi ve ambalaj tercihleri ile ilişkili faktörler. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- [3] Çakırcı, Ç., Yardımcı, H., Aydın, B. (2016). Hastanede çalışan bireylerin besin etiketi okuma durumlarının değerlendirilmesi. 1. Uluslararası

- Kadın Çocuk Sağlığı ve Eğitimi Kongresi, 14-15 Nisan 2016, Kocaeli.
- [4] Coşkun, F., Kayışoğlu, S. (2016). Besin etiketi okuma alışkanlıklarına tüketici yaşının etkisinin araştırılması. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4876-4890.
- [5] Cheftel, J.C. (2005). Food and nutrition labeling in the European Union. *Food Chemistry*, 93, 531-550.
- [6] Çelik, M. (2010). Tokat ilinde gıda alışverişi esnasında halkın etiket okuma alışkanlığının saptanması. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.
- [7] T.G.K., (2017). Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği. Resmi Gazete, 29960.
- [8] Demirci, A., Demirci, A. (2013). Kozmetik ürün etiketlerindeki sembollerin bilinirliği. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 136-45.
- [9] Emeksiz, F., Albayrak, M., Güneş, E., Özçelik, A., Özer, O.O., Taşdan, K. (2005). Türkiye’de tarımsal ürünlerin pazarlama kanalları ve araçların değerlendirilmesi. Türkiye Ziraat Mühendisliği VI. Teknik Kongresi, Ocak 3-7, 2005, Ankara, Türkiye, 2, 1155-1171p.
- [10] Kızılaslan, N., Kızılaslan, H. (2008). Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Tokat İli Örneği). *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 67-74.
- [11] Einsiedel, E. (2000). Consumers and gm food labels: providing information or sowing confusion? *AgBio Forum*, 3(4), 231-235.
- [12] Peters-Teixeira, A., Badrie, N. (2005). Consumers’ perception of food packaging in Trinidad, West Indies and its related impact on food choices. *International Journal of Consumer Studies* 29(6), 508-514.
- [13] Çinpolat, C. (2006). Tüketicilerin besin etiketleri üzerindeki bilgilere ilişkin tutum ve davranışlarının belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- [14] Özgül, E., Aksulu, İ. (2006). Ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler. *Ege Akademik Bakış* 6, 1-10.
- [15] Aygün, E. (2007). Ambalajın tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi: Gıda maddeleri üzerinde bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- [16] Karabiber, C., Hazer, O. (2010). Tüketicilerin bilgi kaynağı olarak gıda ürünlerindeki etiketi okuma ve anlamada karşılaştıkları sorunların incelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi Tüketici Yazıları II: 253-270.
- [17] Kim, S.Y., Nayga R., Capps, O. (2001). Food label use, self-selectivity and diet quality. *Journal of Consumer Affairs* 35, 346-363.
- [18] Williams, P., Stirling, E., Keynes, N., 2004. Food fears: a national survey on the attitudes of Australian adults about the safety and quality of food. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 13(1), 32-39.

- [19] Badrie, N., Joseph, A., Chen, A. (2004). An observational study of food safety practices by street vendors and microbiological quality of street-purchased hamburger beef patties in Trinidad, West Indies. *Internet Journal of Food Safety*, 3, 25-31.
- [20] Miran, B. (2002). Temel İstatistik. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Ege Üniversitesi Matbaası, Bornova, İzmir. 314s.
- [21] Micthel, P.M., Karlund, M.K., Finan, A., Johnson, J. (1994). Food label reading habits of WIC clients. *Journal of Nutrition Education*, 26(3), 146-148.
- [22] Özgen, L. (2007). Tüketicilerin besin etiketi tercihleri. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21, 117-127.
- [23] Jacqueline, L.T., Donald, A. (1995). Consumer preferences for safe handling labels on meat and poultry. *The Journal of Consumer Affairs*, 29(1), 108-127.
- [24] Satia, J.A., Galanko, J.A., Neuhaus, M.L. (2005). Food nutrition label use is associated with demographic, behavioral, and psychosocial factors and dietary intake among African Americans in North Carolina. *Journal of The American Dietetic Association*, 105(3), 392-402.
- [25] Campos, S., Doxey, J., Hammond, D. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: a systematic review. *Public Health Nutrition*, 14, 1496-1506.
- [26] Stran, K.A., Knol, L.L. (2013). Determinants of food label use differ by sex. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 113, 673-79.
- [27] Govindasamy, R., Italia, J. (2000). The influence of consumer demographic characteristics on nutritional label usage. *Journal of Food Production Marketing*, 5(4), 55-68.
- [28] Aksulu, İ. (2001). Tüketicide sağlığını koruma bilinci ve satın alma noktasında tüketici tutumları: Ambalajlı gıda ürünleri üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 15-127.
- [29] Günes, F.E., Aktaç, Ş., İrem, B., Korkmaz, O. (2014). Tüketicilerin gıda etiketlerine yönelik tutum ve davranışları. *Akademik Gıda*, 12(3), 30-37.
- [30] Besler, H.T., Buyuktuncer, Z., Uyar, M.F. (2012). Consumer understanding and use of food and nutrition labeling in Turkey. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 44, 584-91.
- [31] Badrie, N., Gobin, A., Dokeran, S., Duncan, R. (2006). Consumer awareness and perception to food safety hazards in Trinidad, West Indies. *Food Control*, 17, 370-377.
- [32] Jay, L.S., Comar, D., Govenlock, L.D. (1999). National Australian food safety telephone survey. *Journal of Food Protection*, 62(8), 921-928.
- [33] Onurlubaş, E. (2015). Tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilinç düzeylerinin ölçülmesi: Tokat ili örneği. Doktora Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.
- [34] Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkişik, H. (2007). Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 253-258.
- [35] Aygen, F.G. (2012). Attitudes and behavior of consumers related to the inspection of food labels. *Journal of Business Research-Türk*, 4(3), 28-54.
- [36] Rodolfo, M., Nayga, J.R. (2000). Toward an understanding of consumers perceptions of food label. *International Food and Agribusiness Management Review*, 2(1), 29-45.
- [37] Gözener, B., Büyükbay, E.O., Sayılı, M. (2009). Gıda güvenliği konusunda öğrencilerin bilgi düzeylerinin incelenmesi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 26(2), 45-53.
- [38] Albayrak, M. (2000). Ankara ilinde gıda maddeleri paketlenme ve etiketlenme bilgileri hakkında tüketicilerin bilinç düzeyinin ölçülmesi, gıda maddeleri alım yerleri ve ambalaj tercihleri üzerine bir çalışma. Türkiye Ziraat Odaları Birliği Yayınları, ISBN 975-93976-4-1, Ankara.
- [39] Ünüsan, N. (2004). Preschool teachers' attitudes towards nutritional information on food labels in Turkey and recommendations for an educational programme. *Early Child Development and Care*, 174(7), 629-638.
- [40] Gün, İ., Orhan, H. (2011). Süt ve ürünleri tüketicilerinin etiket bilgi düzeylerinin incelenmesi. *İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 45-51.
- [41] Lewis, J.E. (2009). Food label use and awareness of nutritional information and recommendations among persons with chronic disease. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90, 1351-57.