

Tüketicilerin Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Research on Investigation of Consumers' Attitudes Towards Healthy Nutrition

Şükran ÇAKIR ARICA¹

Nuriye GÜREŞ²

Seda ARSLAN³

ÖZET

Bu araştırmada, tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının ve gıda satın alımında dikkate aldıkları hususların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında, Hatay İli İskenderun İlçesi Halk Eğitim Merkezinde açılan farklı kurslara katılan kursiyerlere anket uygulanmıştır. 626 adet geçerli anket elde edilmiş olup, demografik değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Ayrıca T-Test ve ANOVA analizleri uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre; sağlıklı beslenme ve gıda satın alımında kadın tüketicilerin erkeklere oranla, orta ve ileri yaş grubundaki tüketicilerin ise genç tüketicilere göre nispeten daha bilinçli oldukları, ayrıca, eğitim düzeyi düşük tüketicilerin gıda satın alımında daha hassas davrandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, sağlıklı beslenme, tutum

ABSTRACT

In this study, it was aimed to determine the issues that consumers consider while purchasing food and their attitudes towards healthy nutrition. In the scope of the research, a questionnaire was conducted to trainees attending various courses at the Public Training Centre in Hatay, İskenderun. 626 valid questionnaires were obtained and descriptive statistics were utilized for demographic variables. In addition, T-test and ANOVA analysis were used. According to the results of the analysis; it was inferred that, women compared to men, the older age group consumers compared to younger consumers act more responsibly in the purchase of healthy food and in healthy nutrition issues. Moreover; it has been understood that consumers with low education levels are more sensitive in purchasing food.

Keywords: Consumer, healthy nutrition, attitude

¹ Prof. Dr., İskenderun Teknik Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi.

Kırıkkale Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Biyoloji Bölümü, sukrancakir.arica@yahoo.com

² Doç.Dr., İskenderun Teknik Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi Bölümü, nuriye.gures@iste.edu.tr

³ Arş.Gör., İskenderun Teknik Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi Bölümü, seda.arслан@iste.edu.tr

1. GİRİŞ

Yetişkinlerin bedensel ve düşünsel çalışmaları, çocukların büyümesi, hastaların iyileşmesi gibi insanın bütün biyolojik metabolizması, enerji ve besin öğelerini gerektirir. Besin maddeleri vücuttaki görevleri bakımından beş gruba ayrılır. Bunlar; proteinler, yağlar, karbohidratlar, madensel mineraller ve vitaminlerdir. Ayrıca vücudun yeteri kadar suya da ihtiyacı vardır (Kocatepe ve Tırlı, 2015, s. 58-60). Bu öğelerin yaşa, cinsiyete ve yapılan işe göre yeterli miktarda alınmaları kadar, sağlıklı besinler olması da çok önemlidir. Günümüzde teknoloji ve endüstrinin gelişmesi, kadınların iş hayatına daha çok katılımı, nüfusun kırsaldan kentlere yönelmesi ile birlikte bireylerin yaşam şekilleri değişmiş, bu durum tüketilen besinlerin çeşidini, kalitesini, bireylerin satın alma ve beslenme davranışını da (Yılmaz vd., 2015, s. 673; Velardo, 2015, s. 387; Gezmen Karadağ vd., 2016, s. 107-109) doğrudan etkilemiştir.

Artan nüfus nedeniyle gıda ürünlerine olan talebin artması, ürünün tarladan-sofraya geliş sürecinde, ürünün kalite ve özelliklerinde bazı değişikliklere (Erkmen, 2010, s. 220 - 233) yol açmaktadır. Örneğin, üreticiler talebi karşılamak ve verimi artırmak için tarımsal üretimde daha fazla ilaç, suni gübre, hormon ve benzeri uygulamalara başvurmaktadır. Ayrıca, üretim tekniklerinin gelişmesi, tüketici beğenisinde çeşitlilik, dağıtım ve tüketim kolaylığı gibi faktörler endüstriyel hazır veya yarı hazır gıda sektörünü geliştirmiştir. Dolayısıyla bu durum, yoğun rekabet içerisindeki küresel şirketleri, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak farklı özellikte yeni gıdaları sunmaya teşvik etmiştir.

İnsanların hayat standartlarını yükseltme eğilimleri, ev dışında (işyeri, okul vb.) gıda tüketiminin yaygınlaşması, hızlı sanayileşme, hazır gıda maddelerine olan talebi artırmış, paketlenmiş endüstriyel ve “fastfood” olarak adlandırılan gıdaların beslenmemizdeki payı artmıştır. Yanlış gıda işleme yöntemleri nedeniyle, gıdaların alerjenik, sitotoksik, karsinojenik ve bağışıklık sistemini baskılayıcı etkiler (Cairns vd. 2011, s. 95-96; Özcan vd., 2015, s. 166; Boğa ve Binokay, 2010, s. 149-152) kazandığı bilinmektedir. Son yıllarda gerek yeni yaşam tarzı, gerekse geleneksel sağlıklı beslenme modelinden uzaklaşma sonucu kalp-damar, obezite ve kanser gibi bazı hastalıklar artmış ve bu durum toplumsal bir sorun haline gelmiştir (Sarıkaya ve Çakır, 2005, s. 430-431; Erkmen, 2010, s. 220-233; Özcan vd., 2015, s. 166; Ferlay vd., 2015, s. 376; Torre vd., 2015, s. 93). Bu durumun sağlık harcamalarını artırması, toplumun sağlık okuryazarlığı (Aktaş ve Özdoğan, 2016, s. 147-151) konusunu gündeme getirmiş, yetersiz sağlık okuryazarlığı düzeyinin Dünyada sağlık harcamalarını artırdığı rapor edilmiş (WHO, 2010) ve yetkililere vatandaşlarını sağlıklı yaşlanmanın gereği konusunda bilgilendirmeleri tavsiye edilmiştir. Türkiye’de konu ile ilgili ihtiyacın farkına varılması ile birlikte, Sağlık Bakanlığı’nın 2013- 2017 yıllarını kapsayan Stratejik Planı’nda “Bireylerin kendi sağlığı üzerindeki sorumluluğunu artırmak için sağlık okuryazarlığını geliştirmek” (Sağlık Bakanlığı, 2012, s. 66-72) gereğine vurgu yapılmıştır. Zamanla gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, bilinçli tüketicilerin sayısı artmış ve yaptıkları gıda alışverişlerinde daha fazla araştırma yapmaya ve bilgi toplamaya yönelik farkındalık oluşmuştur. Ayrıca toplumun bu kesiminde, çevreye ve

insan sağlığına verilen önem artmış, geleneksel organik ve antioksidantlar içeren gıdalara (Chen and Chen, 2013, s. 2105) talep artmıştır.

Sağlıklı beslenme, gerek mevcut işgücü kalitesi, gerekse ülkelerin geleceği olan nesiller düşünüldüğünde, her ülke için çok önemlidir (Büyükpamukçu vd., 2003, s. 140). Beslenme ile ilgili davranışlar da diğer insan davranışları gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Kişilerin beslenme ile ilgili kararları, gıda ürünlerinin sağlık, besleyicilik, lezzet, maliyet, emek, doyuruculuk, tazelik, doğallık, kalite ve kültürel alışkanlıklara uygunluk gibi özelliklerinden etkilenir (Örücü ve Tavşancı, 2001). Ayrıca, gıda sektörünün tüketimi özendirme için bilişim çağının imkanları ile yaptıkları reklam, kampanya ve promosyon gibi tutundurma faaliyetlerinin özellikle çocuklar ve gençler üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Türkiye, beslenme tutum ve davranışları yönünden; mevsimlere, sosyoekonomik düzeye, kentsel-kırsal yerleşim yerlerine göre önemli farklılıklara sahip olsa da, genel olarak hem gelişmekte olan, hem de gelişmiş ülkelerin sorunlarını birlikte yaşamaktadır. Bu nedenle son yıllardaki bütün bu gelişmeler, toplum sağlığından sorumlu otoriteleri, konu ile ilgili sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumlarını harekete geçirmiştir. Bu kapsamda toplumun sağlıklı beslenmeye yönelik tutum ve farkındalığının gelişmesi için sağlıklı besin seçimi, tüketimi, beslenme okuryazarlığı gibi konularda bazı çalışmalar başlatılmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2012, s. 66-72; Aktaş ve Özdoğan, 2016, s. 147-151).

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda, bu çalışmanın amacı; toplumun değişik kesimlerini temsil eden, Halk Eğitim Merkezinde farklı kurslara katılan kursiyerlerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumların ve gıda satın alımında dikkate aldıkları faktörlerin belirlenmesidir.

2. ARAŞTIRMA HİPOZLERİ VE ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırma kapsamında incelenen hipotezler ve araştırma modeli aşağıdaki gibidir:

H1: Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumları yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3: Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumları eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H4a: Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H4b: Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, yaşa göre farklılık göstermektedir.

H4c: Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H5a: Tüketicilerin gıda satın alımında ürün özelliklerine yönelik tutumları, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

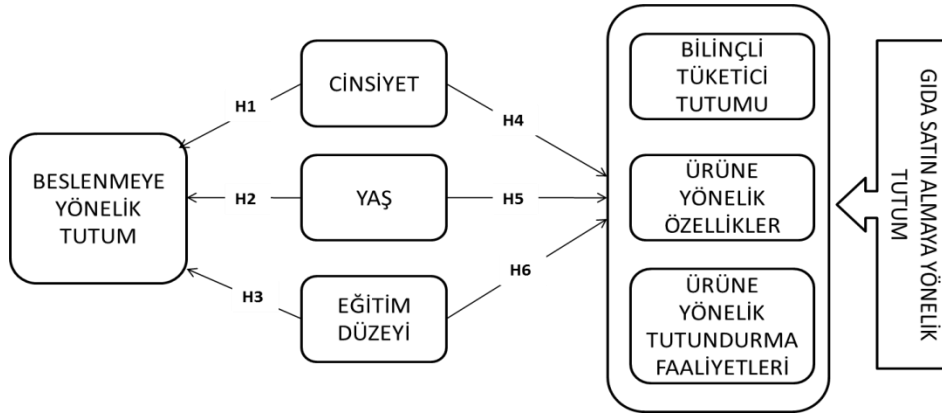
H5b: Tüketicilerin gıda satın alımında ürün özelliklerine yönelik tutumları, yaşa göre farklılık göstermektedir.

H5c: Tüketicilerin gıda satın alımında ürün özelliklerine yönelik tutumları, eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H6a: Tüketicilerin, işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumları, cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H6b: Tüketicilerin, işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumları, yaşa göre farklılık göstermektedir.

H6c: Tüketicilerin, işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumları, eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.YÖNTEM

Araştırma kapsamında, Hatay İskenderun Halk Eğitim Merkezi'nde 2014-2015 ve 2015-2016 eğitim dönemlerinde bilgisayar, çocuk gelişimi, İngilizce gibi farklı kurslara katılan tüm kursiyerlere, önce sağlıklı beslenmeyle ilgili bir sunum yapılmıştır. Sunumdan sonra, sağlıklı beslenmeyle ilgili genel konular, gıdaların satın alınmasında dikkat edilen hususlar ve demografik bilgiler olmak üzere üç bölümden oluşan anket

uygulanmıştır. Toplamda 700 adet anket uygulanmış, ancak geçersiz anketler çıkarıldığında, 626 adet geçerli anket analize tabi tutulmuştur. Ankette, sağlıklı beslenmeyle ilgili genel konular ve gıdaların satın alınmasında dikkat edilen hususlara yönelik sorular 5'li Likert ölçeğiyle hazırlanmıştır. Demografik sorularda ise; tüketicilerin yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyleri sorulmuştur. Toplanan veriler, SPSS.22 paket programı kullanılarak, T-Test ve ANOVA yöntemleriyle analiz edilmiştir. Ayrıca demografik verilerin analizi amacıyla, tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır.

4.BULGULAR

Demografik değişkenlere yönelik yapılan tanımlayıcı istatistik sonuçlarına göre; katılımcıların % 82'si kadın, % 18'i ise erkek olup, % 60'ı genç (29 yaş ve aşağı), % 39'u orta yaş (30-59 yaş) ve % 1'i de ileri yaş (60 yaş ve üzeri) grubundan oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyi incelendiğinde ise; % 6'sının düşük, % 55'inin orta ve % 39'unun ise yüksek eğitim düzeyine sahip olduğu görülmüştür.

Tüketicilerin cinsiyetlerine yönelik oluşturulan hipotezlerin (H1, H4a, H5a, H6a) T-test sonuçları aşağıda Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Puanların Cinsiyete Göre T-testi Sonuçları

		\bar{X}	S	sd	t	p
Sağlıklı Beslenme	Kadın	4.04	.41	601	6.88	0.000
	Erkek	3.73	.55			
Bilinçli Tüketici	Kadın	3.99	.67	602	4.26	0.000
	Erkek	3.67	.87			
Ürün Özelliklerine Yönelik Tutum	Kadın	3.93	.60	612	1.40	0.162
	Erkek	3.84	.74			
Tutundurma Faaliyetlerine Yönelik Tutum	Kadın	3.61	.66	610	.87	0.162
	Erkek	3.67	.71			

Yapılan T-test sonuçlarına göre, tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumları ve gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla H1 ve H4a hipotezleri desteklenmiştir (H1: $t(601) = 6.88$, $p < 0.05$ ve H4a: $t(602) = 4.26$, $p < 0.05$). Kadınların sağlıklı beslenme tutumları ($\bar{X} = 4.04$) ve gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri ($\bar{X} = 3.99$), erkek tüketicilere (sağlıklı beslenme $\bar{X} = 3.73$; bilinçli tüketici $\bar{X} = 3.67$) göre daha yüksektir. Ancak, tüketicilerin gıda satın alımında ürün özelliklerine yönelik tutumları ile işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumlarının cinsiyete göre farklılık göstermediği belirlenmiş ve H5a, H6a hipotezleri desteklenmemiştir ($p > 0.05$).

Tüketicilerin yaş gruplarına göre oluşturulan hipotezlerin (H2, H4b, H5b, H6b) analizine yönelik yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 2'deki gibidir.

ANOVA testi sonuçlarına göre, tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumları ve gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, yaşa göre farklılık göstermektedir. H2 ve H4b hipotezleri desteklenmiştir (H2: $F(2, 600) = 8.719$, $p < 0.05$; H4b: $F(2, 601) = 8.08$, $p < 0.05$). Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının hangi yaş grupları arasında farklılık gösterdiğini bulmak amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre; ankete katılan genç tüketicilerin ($\bar{X} = 3.93$), orta ($\bar{X} = 4.07$) ve ileri yaş ($\bar{X} = 4.27$) grubundaki tüketicilerle arasında fark olduğu, ancak orta ve ileri yaş grubundaki tüketiciler arasında fark olmadığı görülmüştür.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Puanların Yaşa Göre ANOVA Sonuçları

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ort.	F	p	Anımlı Fark
Sağlıklı Beslenme	Gruplararası	3.567	2	1.783	8.719	.000	Genç yaş – Orta yaş; Genç yaş – İleri Yaş
	Gruplarıçi	122.718	600	.205			
	Toplam	126.284	602				
Bilinçli Tüketici	Gruplararası	8.264	2	4.132	8.084	.000	Genç yaş – Orta yaş; Genç yaş – İleri Yaş
	Gruplarıçi	307.172	601	.511			
	Toplam	315.435	603				
Ürün Özelliklerine Yönelik Tutum	Gruplararası	1.549	2	.775	1.931	.146	Fark yok
	Gruplarıçi	245.131	611	.401			
	Toplam	246.680	613				
Tutundurma Faaliyetlerine Yönelik Tutum	Gruplararası	.457	2	.229	.498	.608	Fark yok
	Gruplarıçi	279.405	609	.459			
	Toplam	279.863	611				

Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeylerinin hangi yaş grupları arasında farklılık gösterdiğini bulmak amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre ise H2 hipotez sonucuna benzer olarak; genç tüketicilerin ($\bar{X} = 3.83$), orta ($\bar{X} = 4.07$) ve ileri yaş ($\bar{X} = 4.10$) grubundaki tüketicilerle arasında fark olduğu, ancak orta ve ileri yaş grubundaki tüketiciler arasında fark olmadığı görülmüştür. Ancak tüketicilerin gıda satın alımında etkili olabilecek ürün özelliklerine yönelik tutumları ve işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumlarının yaşa göre farklılık göstermediği tespit edilmiş ve dolayısıyla H5b ve H6b hipotezleri desteklenmemiştir ($p > 0.05$).

Tüketicilerin eğitim düzeylerine göre oluşturulan hipotezlerin (H3, H4c, H5c, H6c) analizine yönelik yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 3'deki gibidir.

ANOVA testi sonuçlarına göre, tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla sadece H4c hipotezi desteklenmiştir (F (2, 601) = 5.023, p < 0.05).

Tablo 3. Değişkenlere İlişkin Puanların Eğitim Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ort.	F	p	Anlamlı Fark
Sağlıklı Beslenme	Gruplararası	.845	2	.422	2.021	.133	Fark yok
	Gruplarıçi	125.439	600	.209			
	Toplam	126.284	602				
Bilinçli Tüketici	Gruplararası	5.186	2	2.593	5.023	.007	1-3, 1-6
	Gruplarıçi	310.249	601	.516			
	Toplam	315.435	603				
Ürün Özelliklerine Yönelik Tutum	Gruplararası	.712	2	.356	.884	.414	Fark yok
	Gruplarıçi	245.969	611	.403			
	Toplam	246.680	613				
Tutundurma Faaliyetlerine Yönelik Tutum	Gruplararası	1.841	2	.920	2.016	.134	Fark yok
	Gruplarıçi	278.022	609	.457			
	Toplam	279.863	611				

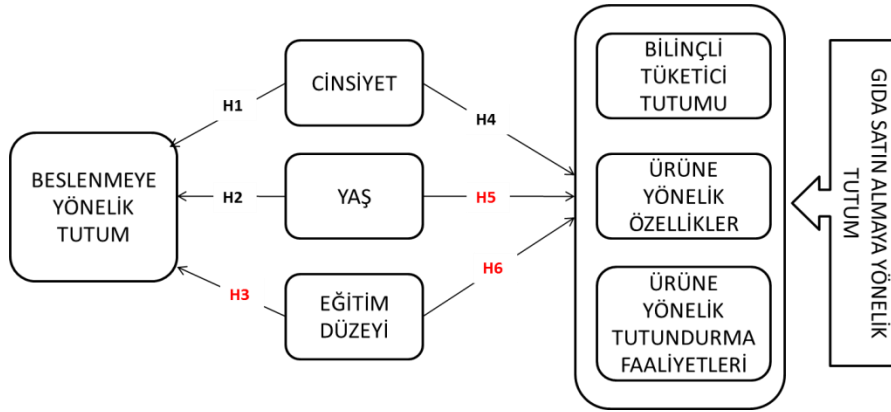
Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeylerinin hangi eğitim düzeyleri arasında farklılık gösterdiğini bulmak amacıyla yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre; eğitim düzeyi düşük tüketicilerin (ort=4.29), orta (ort=3.93) ve yüksek eğitim düzeyine (ort=3.87) sahip tüketicilerle arasında fark olduğu, ancak orta ve yüksek eğitim düzeyine sahip tüketiciler arasında fark olmadığı görülmüştür.

Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik, gıda satın alımında etkili olabilecek ürün özelliklerine yönelik ve işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumlarının eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu nedenle H3, H5c ve H6c hipotezleri desteklenmemiştir (p>0.05).

Analiz sonuçları doğrultusunda desteklenen ve desteklenmeyen hipotezler, tablo 4'de, araştırmaya yönelik nihai model ise şekil 2'deki gibidir.

Tablo 4. Hipotez Özeti

H1	Desteklendi	H5a	Desteklenmedi
H2	Desteklendi	H5b	Desteklenmedi
H3	Desteklenmedi	H5c	Desteklenmedi
H4a	Desteklendi	H6a	Desteklenmedi
H4b	Desteklendi	H6b	Desteklenmedi
H4c	Desteklendi	H6c	Desteklenmedi

**Şekil 2. Nihai Model**

Tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, sağlıklı beslenmeye, gıda satın alımında ürün özelliklerine ve işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik tutumları, faktör bazında tanımlayıcı istatistikler yardımı ile incelenmiş ve çıkan sonuçlar Tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5. Değişkenlere Yönelik Genel Değerlendirmeler

	Min.	Max.	Ort.	Std. Sapma
Sağlıklı Beslenme	1	5	3.9904	.45801
Bilinçli Tüketici	1	5	3.9333	.72326
Ürün Özelliklerine Yönelik Tutum	1	5	3.9161	.63436
Tutundurma Faaliyetlerine Yönelik Tutum	1	5	3.6280	.67679

Tablo 5’de de görüldüğü gibi tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeyleri, sağlıklı beslenmeye, gıda satın alımında ürün özelliklerine yönelik genel tutumları, “4” değerine karşılık gelen “çoğu zaman” ifadesi yakınında toplandığı görülmüştür. Ancak tüketicilerin, işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik genel tutumlarının ise, “3” değerine karşılık gelen “bazen” ifadesi etrafında toplandığı ve diğer değişkenlere göre nispeten daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkeler ancak sağlıklı toplum ve sağlıklı nesiller ile geleceğe ümitle bakabilir. Bu nedenle sağlıklı beslenme ve gıda güvenliği önemini her zaman korumaktadır. Gençler, gıda sektöründeki global üreticilerin kar amaçlı yaptıkları abartılı tutundurma faaliyetlerinin baskısı ve yaşlılarının “takıldığı” sosyal çevrelere uyum gereği sağlıksız gıdaları sıkça tüketmektedir. Bu durumun önlenmesi için, bilinçli tüketicilerin (farkında, bilgili ve kararlı) oluşturulması, sofraya kadarki süreçte yer alan üreticiler için caydırıcı yasal düzenlemelerin getirilmesi ve son olarak ilgili otoritelerin konunun takipçisi olması son derece önemlidir.

Bu çalışmada, toplumun farklı kesimlerini temsil eden 626 tüketiciye, konu ile ilgili bir sunumdan sonra, sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının ve gıda satın alımında dikkat edilen hususların belirlenmesine yönelik bir çalışma yapılmıştır. Katılımcılara yapılan sunumun faydalı olup olmadığı, benzer sunumlara ihtiyaç olup olmadığı ve sunumun bundan sonraki beslenme davranışlarına olumlu etkisinin olup olmayacağı ile ilgili sorulara %85 oranında olumlu cevap alınmıştır. Ayrıca çalışma sonuçlarına göre; katılımcıların çoğunun kadın, genç ve orta düzeyde eğitime sahip tüketicilerden oluştuğu görülmüştür. Erkek, orta ve ileri yaş grubu ile düşük ve yüksek eğitim düzeyine sahip diğer tüketici gruplarının da, sağlıklı beslenme ile ilgili eğitimlere katılması ve bu konuda bilinçlendirilmeleri; toplumda daha fazla kişinin sağlıklı beslenme konusunda bilgilendirilerek, farkındalık oluşturulmasına katkı sağlayabilecektir.

Tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Kadın tüketicilerin sağlıklı beslenmeye verdikleri önem, erkek tüketicilere göre daha yüksektir. Kadınların, beslenmede doğal ürünleri tercih ettiği, ev yapımı ürünleri kullandığı, gıdaların sağlıklı pişirilmesi ve saklanması konularına özen gösterdiği belirlenmiştir.

Bunun yanı sıra, tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeylerinin de cinsiyete göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Kadınlar, gıda satın alımında erkeklere göre nispeten daha bilinçli hareket etmektedir. Diğer bir ifadeyle kadınların, gıda satın alırken gıda etiketlerini çoğunlukla okudukları (üretim ve son kullanma tarihi, üretilen ülke, katkı maddeleri, ürünün hazırlanmasına yönelik bilgiler, saklama koşulları gibi) tespit edilmiştir.

Araştırmada, tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının ve gıda satın alımına yönelik bilinç düzeylerinin yaşa göre farklılık gösterdiği ve genç tüketicilerin, orta ve ileri yaş grubundaki tüketicilerle aralarında fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Orta ve ileri yaş grubundaki tüketicilerin sağlıklı beslenme ve gıda okuryazarlığı konularında, genç tüketicilere göre nispeten daha bilinçli oldukları görülmüştür. Bu yüzden ülkenin geleceği olan genç tüketicilerin bilgilendirilmeleri, tüm toplumun bilinçlendirilmesi açısından önemli olabilecektir. Bu kapsamda gençlere yönelik (okullarda, televizyon, internet ve sosyal medyada) sağlıklı beslenme ve gıda okuryazarlığı konularında eğitici sunumlar yapılması ve çeşitli videolar hazırlanması faydalı olabilecektir.

İlaveten, tüketicilerin gıda satın alımına yönelik bilinç düzeylerinin, eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Beklenenin tersine, eğitim düzeyi düşük tüketicilerin, orta ve yüksek eğitim düzeyine sahip tüketicilere göre gıda satın alırken daha bilinçli oldukları tespit edilmiştir. Büyük olasılıkla, eğitim düzeyi orta ve yüksek olan tüketicilerin daha çok iş hayatında yer almaları ve yoğun iş temposuna sahip olmalarından dolayı zaman kısıtının bulunması, alışverişte fazla zaman harcamak istememelerine yol açabilmektedir. Bundan dolayı, gıda satın alırken, ürünlerin etiketlerini okumayı ihmal edebilmektedirler.

Tüketicilerin sağlıklı beslenme ve gıda satın alımına yönelik genel değerlendirmeleri dikkate alındığında ise; çoğu zaman sağlıklı beslendikleri, gıda satın alırken bilinçli hareket ettikleri ve ürün özelliklerine dikkat ettikleri belirlenmiştir. Ancak, genel değerlendirmelerin “her zaman” şeklinde cevap verilerek uygulamaya geçirilebilmesi için; kamu kurumları, yerel yönetimler, özel işletmeler ve Sivil Toplum Kuruluşlarının işbirliği ile tüketicilerin sağlıklı beslenme ve gıda satın alımında daha dikkatli olmaları konusunda farkındalık oluşturulması, doğru tutum ve davranış edinmeleri amacıyla eğitim verilmesi son derece önemlidir. Ayrıca tüketicilerin, işletmelerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerine yönelik genel tutumlarının, diğer değişkenlere göre nispeten daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle işletmelerin, yapacakları tutundurma faaliyetlerini (reklam, indirim, kampanya... vb.) belirlemeden önce, tüketicileri dinleyerek, onların ihtiyaç ve önerileri doğrultusunda dikkatli bir şekilde tasarımları yararlı olabilecektir. Yine işletmelerin iyi markalar oluşturmaları, kaliteli ürünleri çevre dostu ambalajlar içerisinde sunmaları... vb. faaliyetlerle müşteri memnuniyetini arttırması ve böylece üründen memnun kalan tüketicilerin vasıtası ile yeni müşteriler kazanmaları etkili olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, N. ve Özdoğan, Y. (2016). Gıda ve beslenme okuryazarlığı. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20 (2), 146-153.
- Boğa, A. ve Binokay, S. (2010). Gıda katkı maddeleri ve sağlığımıza etkileri. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 19 (3), 141-154.
- Büyükpamukçu, M., Oğuz, S.S. ve İlhan, M.N. (2003). Endüstride beslenme. *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 15, 40-45.
- Cairns, R.A., Harris, I.S. ve Mak, T.W. (2011). Regulation of cancer cell metabolism. *Nature Reviews Cancer*, 11(2), 85-95.
- Chen, A.Y. ve Chen, Y.C. (2013). A review of the dietary flavonoid, kaempferol on human health and cancer chemoprevention. *Food Chemistry*, 138(4), 2099-2107.

- Erkmen, O. (2010). Gıda kaynaklı tehlikeler ve güvenli gıda üretimi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 53, 220-235.
- Ferlay, J., Soerjomataram, I., Dikshit, R., Eser, S., Mathers, C., Rebelo, M., Parkin, D.M., Forman, D. ve Bray, F. (2015). Cancer incidence and mortality worldwide: Sources, methods and major patterns in GLOBOCAN 2012. *International Journal of Cancer*, 136 (5), E359–E386.
- Gezmen Karadağ, M., Elibol, E., Yıldırım, H., Akbulut, G., Çelik, M.G., Demirmenci, M., Söğüt, M., Güneş, M. ve Dinler, M.F. (2016). Sağlıklı yetişkin bireylerde yeme tutum ve ortorektik davranışlar ile obezite arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Gazi Medical Journal*, 27 (3), 107-114.
- Kocatepe, D. ve Tırıl, A. (2015). Sağlıklı beslenme ve geleneksel gıdalar (Healthy nutrition and traditional foods). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 55-63.
- Örücü, E. ve Tavşancı, S. (2001). Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3.
- Özcan, T. ve ark. 2015. Gıda işleme yöntemlerinin gıda alerjenitesi üzerine etkisi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 29 (2), 165-181.
- Sağlık Bakanlığı (2012). 2013-2017 Stratejik plan. <http://www.sgb.saglik.gov.tr/content/files/stratejikplan20132017/index.html> (Erişim Tarihi: 12 Ağustos, 2016).
- Sarıkaya, R. ve Çakır, Ş. (2005). Genotoxicity testing of four food preservatives and their combinations in the Drosophila wing spot test. *Environmental Toxicology and Pharmacology*, 20(3), 424-430.
- Torre, L.A., Bray, F., Siegel, R.L., Ferlay, J., Lortet-Tieulent, J. ve Jemal, A. (2015). Global cancer statistics, 2012. *CA: A Cancer Journal for Clinicians*, 65 (2), 87–108.
- World Health Organization (2010). Milestones in health promotion: Statements from global conferences. Retrieved July 7, 2012. <http://www.who.int/ageing/ageing-global-strategy-survey-report-en.pdf> (Erişim tarih: 12 Ağustos 2016).
- Velardo, S. (2015). The nuances of health literacy, nutrition literacy and food literacy. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 47 (4), 385-389.

Yılmaz, Y., Semerci, A., Tapkı, N., Dağıstan, E. ve Bozdoğan Konuşkan, D. (2015). Consumers' knowledge, attitudes and behavior assessment about food safety: The case study of Hatay Province of Turkey. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 3(8), 672-679.