

TÜKETİCİLERİN GIDA KONTROLU İLE İLGİLİ UYGULAMALARI *

CONSUMER AWARENESS OF FOOD QUALITIES IN SHOPPING

Şahsine Çelik**, Bahtiyar Ünver***

- ** Sağlık Bakanlığı, Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Beslenme Etüdüleri Şubesinde Beslenme Uzmanı.
 *** Hacettepe Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü Öğretim Üyesi.

ÖZET: Ankara ilinde yaşayan çalışan kadın ve erkek tüketiciler ile çalışmayan ev kadını tüketicilerin gıda kontrolü ile ilgili uygulamalarının saptanması amacıyla yapılan bu araştırmaya toplam 1488 tüketici alınmıştır. Tüketicilerin % 46,3 ü gıda ambalajı üzerindeki yazılıları her zaman her yönüyle okumaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça okuyanların oranı da artmaktadır. Tüketicilerin % 39,7'si gıda seçimini fiyat+kalite+besleyici değerini dikkate alarak yapmaktadır. Basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını kadınlar (% 26,8) erkeklerden (% 12,0) daha fazla izlemektedirler.

SUMMARY: In order to investigate the consumer awareness of food qualities, totally 1488 consumers were included to fill out the questionnaire among working-men, working-women and housewives in Ankara. It was found that 46,3 % of the consumers always read food package written on it completely and 39,7 % of the consumers selected their food according to the price, quality and nutritional value. Furthermore women are more interested in learning about food quality through radio, TV and newspapers than men.

GİRİŞ

Gıda teknolojisinin gelişmesi, üretilen gıda maddeleri çeşidinin artması ve daha karmaşık bir yapıya sahip olmaları, gelişmiş ülkelerde tüketici güvenliği konusunu gündeme getirmiştir. Diğer taraftan tüketicinin bazı haklara sahip olması gerektiği düşünülerek bazı teşkilatlar aracılığı ile bu hakların korunması olanağı sağlanmıştır. Ülkemizde tüketici hakları denildiğinde akla hemen bir mal ya da hizmetin şikayeti veya kötülenmesi gelmektedir. Ancak dünyada bu hakların anlamı, tüketicilerin de bilinçlendirilmesi doğrultusundadır (TÖNÜK, 1984; TOKOL, 1977). Sonuç olarak tüketiciyi yakından ilgilendiren gıda kontrolü konusu, ülkemizde sık sık gündeme gelen, tartışılan, ancak istenildiği şekilde çözüme ulaştırılamayan sorunlardan birisidir. Diğer taraftan tüketicinin satın alacağı gıda maddelerinin kalitesi, yani gıda maddesini satın almaya karar verdirici özellikleri hakkında yeterince açık ve gerçek bilgilenmesinin sağlanması ve bu bilgilerin pratik uygulamalarına yansması gerekmektedir.

Bu araştırma tüketicilerin gıda alışverişlerinde gıda kontrolü ile ilgili uygulamalarını saptamak amacıyla yapılmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma yeri olarak Ankara ili seçilmiş olup, çalışan grup için çeşitli kamu kuruluşlarından gıda kontrolü ile ilgisi olmayan kişiler alınmıştır. Çalışmayan grup için ise Ankara'nın çeşitli semtlerinden çalışmayan ev kadınların alınmıştır. Her iki gruptan da tek başına yaşamayan kişiler olması kaydıyla herhangi bir seçim yapılmaksızın araştırmaya katılmak isteyen kişiler, fakat çalışan grupta erkek ve kadın bütün personel araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırma verileri konuyla ilgili olarak hazırlanan anket formuyla elde edilmiştir.

Araştırma 15 Ocak 15 Temmuz 1989 tarihleri arasında yapılmış olup 500 çalışan kadın, 500 çalışan erkek ve 488 çalışmayan ev kadını olmak üzere toplam 1488 tüketici ile tamamlanmıştır.

Farklı sosyoekonomik ve eğitim düzeylerindeki çalışan tüketiciler ile çalışmayan ev kadını tüketicilerin gıda kontrolü ile ilgili uygulamaları arasındaki farkın önem kontrolleri (dört gözlü ve çok gözlü düzenlerde) ki-kare (χ^2) yöntemiyle analiz edilmiştir (SÜMBÜLOĞLU, 1987).

* Bu çalışma Şahsine ÇELİK'in Doktora Tezi'nin bir bölümüdür.

ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Tüketicilerin eğitim düzeylerine ve çalışma durumlarına göre gıdaların ambalajları üzerindeki yazıları her zaman her yönüyle okuma durumları sırasıyla Çizelge 1 ve 2'de verilmiştir.

Çizelge 1. Tüketicilerin Eğitim Düzeylerine Göre Gıda Ambalajları Üzerindeki Yazıları Her Zaman Her Yönüyle Okuma Durumları

Eğitim düzeyi	Ambalaj yazılarını						ÖNEMLİLİK
	Okuyan		Okumayan		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Okur-yazar	14	20,3	55	79,7	69	100,0	χ^2 : 24,496; P<0,05
İlkokul	108	34,2	208	65,8	316	100,0	χ^2 : 12,389; P<0,05
Ortaokul	81	40,1	121	59,9	202	100,0	
Lise	227	46,6	260	53,4	487	100,0	χ^2 : 2,450; P>0,05
Yüksekokul	259	62,6	155	37,4	414	100,0	χ^2 : 84,621; P<0,05
TOPLAM	689	46,3	799	53,7	1488	100,0	

Çizelge 2. Tüketicilerin Çalışma Durumlarına Göre Aldıkları Gıda Maddelerinin Ambalajı Üzerindeki Yazıları Okuma Durumları

Gıda ambalajı üzerindeki yazıları	Çalışma durumu							
	Çalışan				Çalışmayan		TOPLAM	
	Erkek		Kadın		Evkadını			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Her zaman her yönüyle okurum	223	44,6	263	52,6	203	41,6	689	46,3
Sadece imal ve son kullanma tarihini okurum	175	35,0	185	37,0	184	37,7	544	36,6
Sadece hazırlanış tarifini okurum	16	3,2	24	4,8	23	4,7	63	4,2
İlgimi çekmez okumam	42	8,4	10	2,0	42	8,6	94	6,3
Zaman zaman bileşimi ile imal ve son kullanma tarihini okurum	44	8,8	18	3,6	36	7,4	98	6,6
TOPLAM	500	100,0	500	100,0	488	100,0	1488	100,0

Genel olarak tüketicilerin % 46,3 ü aldıkları hazır gıdaların ambalajları üzerindeki yazıları her zaman her yönüyle okuduklarını belirtmişlerdir. Bu oran eğitim düzeylerine göre farklılık göstermekte olup; okur-yazar gruptan (% 20,3), yüksekokul mezunu gruba (% 62,6) doğru giderek artmaktadır. Ambalaj yazılarının her zaman her yönüyle okunması yönünden sadece ortaokul ve lise mezunu tüketiciler arasında istatistik yönden fark bulunmamıştır (P>0,05), diğer eğitim grupları arasındaki fark önemli bulunmuştur (P<0,05). Amerika Birleşik Devletlerinde Gıda ve İlaç Organizasyonu (FDA) tarafından 1970 yılında yapılan bir çalışmada (SCHUCKER, 1986) tüketicilerin gıda etiket bilgilerini daha iyi nasıl anlayabilecekleri konusu araştırılmış ve tüketicilerin öncelikle gıda etiketi üzerinde beslenme değeri, ingredientler listesi ve fazla alımının sakıncalı olup olmadığını belirten bölümü kontrol ettiklerini bulmuşlardır. Ayrıca etiket üzerindeki bilgilerin çok bilimsel, küçük ve okunması zor bir şekilde olmasının da tüketicilerin etiket bilgilerini kullanmalarını zorlaştırdığını saptamışlardır.

Tüketicilerin ambalaj üzerindeki yazıları okumaları çalışma durumlarına göre değerlendirildiğinde gıda ambalajı üzerindeki yazıları her zaman her yönüyle okuyanların oranı çalışan erkeklerde % 44,6, çalışan kadınlarda % 52,6, çalışmayan ev kadınlarda % 41,6 olarak saptanmıştır.

Genel olarak tüketicilerin % 46,3 ü ambalajı her zaman her yönüyle okurken, % 36,6 sı sadece imal ve son kullanma tarihlerini, okuduklarını belirtmişlerdir. Buna göre araştırma kapsamına alınan tüketicilerin yarısından daha azı ambalaj yazılarını okumaktadır. Bu da tüketicilerde ambalaj veya etiket okuma alışkanlığının yeterince yerleşmediğini göstermektedir. Bu nedenle tüketiciler genellikle gıdanın bileşimi hakkında da ayrıntılı bilgi sahibi olmamaktadırlar.

Etiket veya ambalaj okuma alışkanlığını kişiler ancak kendi kendilerini eğiterek elde edebilirler. Başka birinin buna kişileri zorlaması mümkün değildir. Ancak değişik basın ve yayın araçlarıyla bu konuda tüketiciler bilgilendirilebilir. Ambalaj malzemeleri ve bunların içine konulmuş gıdaların sağlığa zararlı durumlarının araştırılması ve gerekli tüm önlemlerin alınması Sağlık Bakanlığı'na düşen görevler arasındadır (AYDIN, 1980). Gıda ambalajları, gerek koruyuculuk vasfı, gerekse etiketinde yer alması gereken dürüst bildirimde bulunma açısından yürürlükte bulunan Gıda Maddeleri Tüzüğü hükümlerine tabidir. Bu nedenle tüketiciler bu konudaki şikayetlerini buldukları ilin İl Sağlık Müdürlükleri'ne yazılı olarak yapabilirler (KAYAHAN, 1985). Şikayet üzerine İl Sağlık Müdürlüğünün Gıda ve Çevre Kontrol Şube MÜDÜRLÜĞÜ ekipleri şikayet konusu ürünlerden numuneler alarak İl Halk Sağlığı Laboratuvarı veya Ankara Refik Saydam Hıfzıssıhha Merkezi Başkanlığı'nda gerekli inceleme ve analizleri yaptırmaktadır. Analiz sonucuna göre üretici firmaya gerekli yaptırım uygulanmaktadır. Şikayet konusunda tüketiciden herhangi bir ücret talep edilmemektedir.

Tüketicilerin gıda ambalajlarını okuma durumları ve bu ambalajlarda ne tür bilgiler aradıkları Crawford ve Worsley (1986) tarafından da araştırılmıştır. Tüketicilerin % 80'den fazlasının ve kadınların erkeklere göre daha çoğunun yeni veya alışılmamış yiyeceklerin ambalajlarını okudukları saptanmıştır. Tüketicilerin % 23'ünün etiket üzerindeki katkı, koruyucu veya boya maddelerinin varlığı ile ilgilendikleri genelde yiyeceğin hazırlanışı gibi pratik bilgilerin yiyeceğe ait bilgilerden daha az önemli bulunduğu belirtilmiştir.

Tüketicilerin sosyoekonomik ve eğitim düzeylerine göre yiyecek maddesi satın alırken dikkat ettikleri faktörlere göre dağılımı Çizelge 3'de verilmiştir. Genelde araştırmaya katılan tüketicilerin % 39,7'si gıda seçimini fiyat + kalite + besleyici değerini dikkate alarak yapmaktadır.

Durum, eğitim düzeyleri yönünden incelendiğinde bütün eğitim düzeylerindeki çoğunluğu yine fiyat + kalite + besleyici değeri dikkate almaktadırlar. Buna göre bu 3 kriteri gözönünde bulunduranların oranı okur-yazar grupta % 40,6, ilkokul mezunlarında % 36,4, ortaokul mezunlarında % 34,2 iken lise ve yüksekokul mezunlarında sırasıyla % 33,5 ve % 51,9 dur. Aynı şekilde tüketicilerin gıda seçim faktörleri sosyoekonomik düzeye göre incelendiğinde üç sosyoekonomik düzeyde de birinci sırayı fiyat + kalite + besleyici değer faktörlerinin üçü birlikte almakta olup bu durum düşük sosyoekonomik düzeyli tüketicilerde % 30,1, orta sosyoekonomik düzeyli tüketicilerde % 42,9 ve yüksek sosyoekonomik düzeyli tüketicilerde % 52,3 tür. Ancak ikinci sırayı düşük sosyoekonomik düzeydeki tüketicilerde gıdanın fiyatının uygunluğu (% 23,5) alırken, yüksek ve orta sosyoekonomik düzeydeki tüketicilerde kalite faktörü almaktadır. Bu durum gelir düzeyi yükseldikçe kaliteye verilen önemin arttığını göstermektedir. Tüketicilerin sosyoekonomik ve eğitim düzeylerine göre gıda seçimi faktörlerinin oranlarının benzer olması, eğitim düzeyi düşük olanların, sosyoekonomik düzeylerinin de genelde düşük olmasından ileri geldiği söylenebilir. Benzer sonuçlar 1986 yılında yapılan başka bir çalışmada (KÜÇÜKKÖMÜRLER, 1986) da bulunmuştur. Söz konusu çalışmada yiyecek satın alımında yüksek gelirli ailelerin öncelikle kaliteye, orta ve düşük gelirli ailelerin ise öncelikle fiyata önem verdikleri saptanmıştır. Aynı yıl içinde yapılan diğer bir araştırmada (SÜRÜCÜOĞLU, 1986) ise, yiyecek alışverişi yapan deneklerin % 37,50 sinin aldıkları yiyeceğin ucuz ve kaliteli olmasına dikkat ettikleri bulunmuştur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin çalışma durumları ve sosyoekonomik düzeylerine göre yiyecek alışverişi sırasında çevredeki çeşitli alışveriş yerlerini çeşit, kalite, fiyat gibi yönlerden karşılaştırma durumları Çizelge 4'de görülmektedir.

Çalışan kadın ve erkeklerde bütün değerler birbirine yakın bulunmuştur. Çalışan tüketicilerin genelde % 3,7'si karşılaştırmadıklarını, % 56,4'ü ise bazen karşılaştırdıklarını belirtmişlerdir. Çalışmayan ev kadını tüketicilerin ise % 44,3'ü her zaman karşılaştırma yapmakta, % 8,0'i karşılaştırmamakta, % 47,7 si ise bazen karşılaştırmaktadır. Her zaman karşılaştırma ve karşılaştırmama yönünden cinsiyetler arası fark önemsiz bulunmuştur ($P > 0,05$), kadın tüketicilerde ise çalışanlar ve çalışmayanlar arasındaki fark önemli bulunmuştur ($P < 0,05$).

Çalışan kadınlar çalışmayan ev kadınlarına göre çevredeki alışveriş yerlerini çeşit, fiyat, kalite gibi yönlerden daha az karşılaştırma yapmaktadır. Bu farkın çalışmayan ev kadınlarının çalışan kadınlara göre daha çok boş vakitlerinin olması nedeniyle kıyaslama olanaklarının da fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Durum sosyoekonomik düzeye göre incelendiğinde genel olarak tüketicilerin %41,3'ü her

Çizelge 3. Tüketicilerin Sosyoekonomik ve Eğitim Düzeylerine Göre Yiyecek Maddesi Satın Alırken Dikkat Ettikleri Faktörlere Göre Dağılımları

Durum	Fiyatının Uygunluğuna		Kalitesine		Besleyici değeri		Fiyat + kalite + besleyici değerine		Marka ve ambalajına		Reklamla		Kullanılanların tavsiyelerine		Kolay bulunuşuna		Rastgele alırım		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Eğitim düzeyine göre																					
Okur-yazar	15	21,7	12	17,3	7	10,1	28	40,6	1	1,5	-	-	1	1,5	1	1,5	4	5,8	69	100,0	
İlkokul	74	23,4	50	15,8	45	14,2	115	36,4	10	3,2	-	-	12	3,8	-	-	10	3,2	316	100,0	
Ortaokul	39	19,3	53	26,2	22	10,9	69	34,2	9	4,5	-	-	6	2,9	1	0,5	3	1,5	202	100,0	
Lise	66	13,6	113	23,2	85	17,4	163	33,5	17	3,5	1	0,2	32	6,6	2	0,4	8	1,6	487	100,0	
Yüksekokul	19	4,6	97	23,4	43	10,4	215	51,9	12	2,9	1	0,2	21	5,1	2	0,5	4	1,0	414	100,0	
TOPLAM	213	14,3	325	21,8	202	13,6	590	39,7	49	3,3	2	0,1	72	4,8	6	0,4	29	2,0	1488	100,0	
Sosyoekonomik düzeye göre																					
Düşük	153	23,5	134	20,6	93	14,3	196	30,1	18	2,8	1	0,2	32	4,9	3	0,5	20	3,1	650	100,0	
Orta	43	9,1	117	24,6	69	14,5	204	42,9	16	3,4	1	0,2	18	3,8	1	0,2	6	1,3	475	100,0	
Yüksek	17	4,7	74	20,4	40	11,0	190	52,3	15	4,1	-	-	22	6,1	2	0,6	3	0,8	363	100,0	
TOPLAM	213	14,3	325	21,8	202	13,6	590	39,7	49	3,3	2	0,1	72	4,8	6	0,4	29	2,0	1488	100,0	

Çizelge 4. Tüketicilerin Çalışma Durumları ve Sosyoekonomik Düzeylerine Göre Yiyecek Alışverişi Sırasında Çevredeki Çeşitli Alışveriş Yerlerini Karşılaştırma Durumları

Durum	Karşılaştırma durumu						TOPLAM		ÖNEMLİLİK
	Her zaman karşılaştıran		Karşılaştırmayan		Bazen Karşılaştıran				
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Çalışma durumuna göre									
Çalışan									
Erkek	199	39,8	18	3,6	283	56,6	500	100,0	$\chi^2:2,362;P>0,05$
Kadın	200	40,0	19	3,8	281	56,2	500	100,0	
TOPLAM	399	39,9	37	3,7	564	56,4	1000	100,0	
Çalışmayan									
Ev Kadını	216	44,3	39	8,0	233	47,7	488	100,0	$\chi^2:4,805;P<0,05$
Sosyoekonomik düzeye göre									
Düşük	225	39,2	35	5,4	360	55,4	650	100,0	$\chi^2:1,966;P>0,05$
Orta	194	40,8	18	3,8	263	55,4	475	100,0	
Yüksek	166	45,7	23	6,4	174	47,9	363	100,0	
TOPLAM	615	41,3	76	5,1	797	53,6	1488	100,0	

zaman kıyaslama yapmakta olup kişilerin sosyoekonomik düzeyi yükseldikçe bu kıyaslamayı daha çok yaptıkları görülmektedir. Çevredeki alışveriş yerlerini her zaman karşılaştırma yönünden sosyoekonomik düzeyler arasındaki fark önemsiz bulunmuştur ($p>0,05$). Yılmaz (1979) tarafından Ankara'nın Çankaya ve Yenimahalle semtlerinde oturan tüketiciler üzerinde yapılan benzer bir araştırmada tüketicilerin % 62,1'inin fiyat ve kalite yönünden piyasa kontrolü yaptığı bulunmuştur. Başka bir çalışmada ise bu oran % 61,0 olarak saptanmıştır (ÜNSAL, 1986).

Tüketicilerin cinsiyet ve çalışma durumlarına göre basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını her zaman izleme durumları Çizelge 5'de verilmiştir.

Çizelge 5. Tüketicilerin Cinsiyet ve Çalışma Durumlarına Göre Basın ve Yayın Organlarındaki Beslenme Konularını Her Zaman İzleme Durumları

Durum	Basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını						ÖNEMLİLİK
	İzleyen		İzlemeyen		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Cinsiyete göre							
Erkek	60	12,0	440	88,0	500	100,0	$\chi^2:42,724;P<0,05$
Kadın	265	26,8	723	73,2	988	100,0	
TOPLAM	325	21,8	1163	78,2	1488	100,0	
Kadın tüketicilerin çalışma durumuna göre							
Çalışan	128	25,6	372	74,4	500	100,0	$\chi^2:0,770;P>0,05$
Çalışmayan	137	28,1	351	71,9	488	100,0	
TOPLAM	265	26,8	723	73,2	988	100,0	

Basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını erkeklerin % 12'sinin, kadınların % 26,8'inin her zaman izledikleri görülmektedir. Beslenme konularını izleme yönünden cinsiyetler arası fark önemli

bulunmuştur ($P < 0,05$). Kadınlar erkeklere göre basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını daha fazla izlemektedirler. Bu da kadınların beslenme konularına olan ilgilerini göstermektedir.

Konu, çalışan ve çalışmayan ev kadını tüketiciler olarak incelendiğinde, basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını her zaman izleme oranları birbirine yakın bulunmuştur. Çalışan kadınların % 25,6'sı, ev kadınlarının % 28,1'i her zaman izlemektedir. Çalışan ve çalışmayan kadınlar arasındaki fark önemsiz bulunmuştur ($P > 0,05$). Ankara'da yapılan benzer bir çalışmada (BULDUK, 1984) basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını her zaman izleyen kadınların oranı % 2,7, erkeklerin oranı % 1 ve genel olarak da % 2 olarak bulunmuştur. Bu iki araştırma kıyaslandığında tüketicilerin beslenme konularına olan ilgilerinin arttığı gözlenmektedir.

Aldıkları gıdalar içinde en az bir kez bozuk çıkan gıdaya rastlayan tüketiciler ile bu tüketicilerin bozuk çıkan gıdalar konusundaki davranışlarına göre dağılımları sırasıyla Çizelge 6 ve 7 de verilmiştir. Aldıkları gıdalardan en az bir kez bozuk çıkan gıdaya rastlayan tüketicilerin oranı % 70,9 dur. Çizelge 7 ye göre bu tüketicilerin % 67,5 i aldıkları gıdaların bozuk çıkması halinde hiçbir şey yapmadıklarını, % 17,2 si ne yapacaklarını bilmedikleri için hiçbir şey yapmadıklarını, % 10,3 ü bozuk çıkan gıda maddesini aldıkları yere geri iade ettiklerini ve yerine eğer satıcı kabul etmişse yenisini aldıklarını, % 5,0 i ise Sağlık Bakanlığı ve Belediye başta olmak üzere Türk Standardları Enstitüsüne ve Tarım ve Köyişleri Bakanlığına bildirimde bulduklarını, ancak sonuç alamadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6. Aldıkları Gıdalar İçinde En Az Bir Kez Bozuk Çıkan Gıdaya Rastlayan Tüketicilerin Dağılımı

Aldıkları gıdalardan	Tüketici	
	Sayı	%
Bozuk çıkanlar	1055	70,9
Bozuk çıkmayanlar	433	29,1
TOPLAM	1488	100,0

Çizelge 7. Tüketicilerin Bozuk Çıkan Gıdalar Konusundaki Davranışlarına Göre Dağılımları.

Bozuk gıda ile ilgili davranış	Tüketici	
	Sayı	%
Hiçbir şey yapmayan	712	67,5
Bir kuruluşa bildiren	53	5,0
Aldığı yere iade eden	109	10,3
Ne yapacağını bilmeyen	181	17,2
TOPLAM	1055	100,0

Tüketiciler az oranda da olsa bozuk çıkan gıdalar konusunda gıda kontrolünden sorumlu kuruluşlara şikayette bulunmaktadır. Ancak şikayetlerinin sonucunu alamamaları ülkemizde tüketicilerin gıda alımında yeterince korunamadığını göstermektedir. Ayrıca tüketicilerin % 70,9 gibi büyük bir kesiminin en az bir defa da olsa bozuk gıdaya rastlaması, üretimden tüketime kadar olan zincirde aksaklıklar olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmamız bulgularından görüldüğü gibi ülkemiz tüketicisi hazır gıdalar konusunda yeterince bilinçlenmemiş durumdadır. Bu durum tüketicinin gıda alımında yanılmasına, gerek sağlık, gerekse ekonomik yönden zarara uğramasına neden olmaktadır. Tüketicinin korunması sorunu bir devlet politikası olmamakla birlikte, devletin her an her yerde gerekli denetimi yapamadığı gözönüne alınırsa, tüketicinin kendi kendisini korumayı öğrenmesi gıda kontrol hizmetlerini kolaylaştırıcaktır.

Ülkemizde gıda kontrol hizmetlerinin yetersizliği, denetimdeki aksaklıklar, sorumluluk ve yetkilerin dağınıklığı ve genelde insanımızın sorumluluk duygusunun yüksek olmadığı, ihmalkarlığı, kişisel çıkarlarını toplumun yararından üstün tuttuğu bilinmektedir. Gerek halkımızın sağlığı, gerek milli ekonomimiz açısından gıda kontrolü büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle; (a) gıda kontrolü ile mutlaka bu alanda yeterli eğitim görmüş ve ekonomik yönden yeterli gıda denetçileri görevlendirilmelidir; (b) gıda kontrol hizmeti kontrol yanında üreticisini, imalatçısını, satıcısını ve tüketicisini eğitecek şekilde geliştirilmelidir; (c) devlet ve ilgili kuruluşlar, TRT Kurumu aracılığı ile gıda-beslenme-sağlık konularında halkı sürekli aydınlatıp uyarmalı ve bilinçlendirmelidir.

KAYNAKLAR

- AYDIN, A. 1980. Tüketici Haklarının Korunması Açısından Gıda Ambalajlanması. Gıda Sanayiinde Ambalaj Sorunları Semineri. Ege Üniversitesi Gıda Fakültesi Yayınları No:1 İzmir.
- BULDUK, S. 1984. Teknolojik İşlem Gerektiren Hazır, Yarı-Hazır Besinleri Ailelerin Tüketme ve Kabullenme Durumu Konusunda Bir Araştırma, Hacettepe Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Beslenme ve Diyetetik Programı. Bilim Uzmanlığı Tezi. Ankara.
- CRAWFORD, D., WORSLEY, A. 1986. A Preliminary Investigation of Consumer Views and Behaviours Regarding Food Labelling. Food Technology in Australia. 38(2): 74-76.
- KAYAHAN, M. 1985. Gıda Sanayiinde Cam Ambalaj Semineri Panel Konuşması. Türkiye'de Gıda Sanayiinde Cam Ambalaj Semineri "Bildiriler". Cam Pazarlama A.Ps. Yayın No: 1985/3. Ankara.
- KÜÇÜKKÖMÜRLER, S. 1986. Gelir Düzeyinin ve Fiyatlardaki Değişimin Yiyecek Satın Alımına Etkisi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Beslenme ve Diyetetik Programı. Bilim Uzmanlığı Tezi. Ankara.
- SCHUCKER, 1986. Merchandising Nutrition Information. Cereal Foods World. 31(7): 461-463.
- SÜMBÜLOĞLU, K., SÜMBÜLOĞLU, V. 1987. Biyoistatistik. Çağ Matbaası. Ankara.
- SÜRÜCÜOĞLU, M.S. 1986. Aile Beslenmesinde Kadının Rolü. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- TOKOL, T. 1977. Pazarlama Açısından Tüketici Korunması Sorunu. Yarğıçoğlu Matbaası. Bursa.
- TÖNÜK, A. 1984. Tüketici Açısından Gıda Kontrolünün Önemi. Türkiye 4. Gıdanın Kongresi. Gıda Teknolojisi Derneği. Yayın No: 5. Ankara.
- ÜNSAL, A. 1986. Ev İdaresi İlkeleri Açısından Ailelerin Beslenme İdaresine İlişkin Davranışları. Hacettepe Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Programı. Doktora Tezi. Ankara.
- YILMAZ, G. 1979. Tüketicilerin Gıda Alışverişlerinde Büyük Parekencedi Gıda Mağazalarıyla Geleneksel Gıda Mağazalarını Tercih Durumlarının ve Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması. Hacettepe Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Fakültesi. Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Programı. Bilim Uzmanlığı Tezi. Ankara.

III. MİLLİ SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SEMPOZYUMU

2-3 HAZİRAN 1994

THE MARMARA-İSTANBUL

BASIN DUYURUSU

Trakya Üniversitesi Tekirdağ Ziraat Fakültesi Gıda Bilimi ve Teknolojisi Bölümü ile Milli Prodüktivite Merkezinin ortaklaşa düzenlemiş olduğu **3.MİLLİ SÜT ve SÜT ÜRÜNLERİ SEMPOZYUMU** 2-3 Haziran 1994 tarihlerinde İstanbul The MARMARA Oteli Konferans Salonu'nda yapılacaktır.

Sempozyum Yürütme Kurulu adına bilgi veren Tekirdağ Ziraat Fakültesi Gıda Bilimi ve Teknolojisi Bölüm Başkanı Prof.Dr.Mehmet DEMİRCİ "Sütle ilgili sempozyumları 1989 yılından beri periyodik hale getirdiklerini ve yaklaşık her iki yılda bir yapıldığını ve her seferinde de bir süt ürününe ağırlık verildiğini" açıklamıştır. Bu yılki ağırlıklı konunun Fermente Süt Ürünleri ve özellikle de YOĞURT olduğu belirtilmiştir.

İki gün sürecek olan sempozyumda toplam 17 bildiri sunulacak ve ayrıca basılacak Sempozyum Kitabında yer alacak 13 adet poster bildiri de sempozyum salonuna asılacaktır.

Ülkemiz sütçülüğünün çok büyük sorunlarının olduğu bilinen bir gerçektir. Bundan dolayı sempozyumda "İkibinli Yıllara Yaklaşırken Türkiye Sütçülüğünün Sorunları" konulu bir de panel planlanmaktadır. Panelde konuşmacı olarak Tarım Bakanlığı, Üniversiteler, Milli Prodüktivite Merkezi, Süt Sanayicileri ve Tüketicileri Koruma Dernekleri temsilcileri katılacaklardır.

Sempozyuma katılımın ücretsiz olduğunu belirten yetkililer, süt ve süt ürünleriyle uğraşan kişi ve kuruluşların sorunlarını dile getirebilecekleri böyle bir toplantıya davetiye ulaşmamış olsa bile mutlaka izlemelerini tavsiye etmektedirler.