

Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları

F. Esra Güneş ✉, Şule Aktaç, B. İrem O. Korkmaz

Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul

Geliş Tarihi (Received): 09.05.2014, Kabul Tarihi (Accepted): 27.07.2014

✉ Yazışmalardan Sorumlu Yazar (Corresponding author): fegunes@marmara.edu.tr (F.E. Güneş)

☎ 0 216 399 00 00 📠 0 216 399 62 42

ÖZET

Bu çalışmada, tüketicilerin etiketleri değerlendirmesi ve etiket bilgilerindeki yetersizliklerin saptanması amaçlanmıştır. Çalışma alanı olarak İstanbul ili alınmış ve tesadüfi örneklem yöntemi ile 99 erkek ve 214 kadın olmak üzere 313 kişi seçilmiştir. Yüzyüze yapılan anket yoluyla veriler toplanmıştır. Verilerin analizinde ortalama ve standart sapma, ki-kare, yüzdelik (%) hesaplanmıştır. Tüketiciler arasında etiket okuma alışkanlığı %56 oranında olup eğitim düzeyinin artışıyla etiket okuma alışkanlığı arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır ($p < 0.05$). Etiket okumama nedeni olarak "alınan ürünle ilgili yeterli bilgiye zaten sahip olma" ve "yazıların küçük olması" gösterilmiştir. Etiket üzerindeki bilgilerin yeterince denetlenmediği düşüncesi ile etikete güven duyulmadığı belirlenmiştir. Etiket okumada en çok dikkat edilen hususlar son kullanma (%84.0) ve üretim tarihleridir (%58.2). Ayrıca 40 ürüne ait etiketler tarafımızdan incelenmiş ve özellikle sağlık bilgisi, besin değeri veya günlük ihtiyacı karşılama oranı bilgilerinin bulunmadığı, bu bilgilerin etikette yer almasının ise bireylerin çoğunluğu tarafından besinin tercih edilmesinde etkili olduğu belirtilmiştir. Tüketiciler, etiketteki yazıların okunaklı, içindeki teknik ya da sağlık içeriğine yönelik bilgilerin basit ve anlaşılır biçimde olmasını ve ürünün tercihini kolaylaştırması açısından etiketin daha etkin hale getirilmesini istemektedir. Sonuç olarak, etiketlemeye yönelik araştırmaların yapılması, üretici ve tüketiciyi eğitici programların uygulamaya geçirilmesi ve gerekli politikaların geliştirilmesinin önemli olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gıda etiketi, Tüketici algısı, Besin değeri etiketi, Gıda tercihi

Behaviours and Attitudes of Turkish Consumers towards Food Labels

ABSTRACT

We aimed to survey how consumer evaluates food labels and to determine information failure on food labels. 313 Persons including 99 men and 214 women were randomly selected in Istanbul. Face-to-face questionnaires were applied. Mean value, standard deviation, Chi square and percentages were calculated. Consumers' label reading habit was 56.0 %. Education level was positively correlated with label reading habit ($p < 0.05$). Reasons of "not reading labels" indicated that the consumers either think that they already know the information about the product or the information on labels are unreadable. It is also determined that they do not rely on labels due to the insufficient inspection. Most attention was paid to expiration (84.0 %) and production dates (58.2 %) during label reading. Lack of information was found on health claims, nutritional information, nutritional value or ratio of daily requirements on labels belonging to 40 products. Furthermore, participants considered the information as effective on making a decision in the preference for a food. Consumers expect simple terminology on technical information to improve the effectiveness of labels on their preference. Finally, further research on label use, implementing instructional programmes for manufacturers and consumers, and development of new policies should be conducted.

Key Words: Food label, Consumer understanding, Nutrition label, Product reference

GİRİŞ

Bireylerin yeterli ve dengeli beslenmesine yönelik doğru besinleri tercih etmelerini sağlayabilmek amacıyla geliştirilen stratejilerden biri gıda etiketi bilgilerinin etkin bir şekilde kullanımının artırılmasına yönelik yapılan çalışmalardır. Etiket, ürünü tanımlayan bilgileri içeren ve ürünün satın alınması sırasında bu bilgilerin tüketiciye anlaşılır ve pratik bir biçimde aktarılmasını sağlayan materyeldir [1]. Gıda etiketleri ise bir ürünün porsiyon, kalori, besin değeri gibi bilgilerini kapsayan ve ürün içeriği hakkında tüketiciye bilgi veren araçlardır. Gıda etiketi okuma alışkanlığının kronik hastalık prevalansının azaltılmasında, ağırlık kontrolünde ve sağlıklı beslenmede rolü olduğu çeşitli çalışmalarda gösterilmiştir [2-4].

Dünya'da ilk defa Amerika'da Federal İlaç Kurumu (The Federal Drug Administration), gıda etiketlerinde yağ, doymuş yağ, kolesterol, kalori, karbonhidrat, protein, vitamin ve ürünün porsiyon bilgilerinin yer aldığı, kapsamlı bir yasa oluşturmuştur [5, 6] Türkiye'de öncelikle 2011 yılında düzenlenen Türk Gıda Kodeksi, 28157 sayılı Etiketleme Yönetmeliği son olarak 2012'de resmi gazetede yayınlanan 28201 sayılı değişikliklerle son halini almıştır [7, 8]. Zorunlu etiket bilgilerinin yönetmelik hükümlerine uygun olarak gıdalarda bulunması ve kolayca erişebilir olması sağlanmalıdır. Bu düzenlemeler, bir yandan pazarlamacıların ürün tanımı yapabilmeleri açısından önemli olup diğer yandan ürün hakkında doğru bilgiyi vererek tüketicilerin kaliteli ürün tüketimi ve sağlık haklarının korunmalarını gerekli ve zorunlu kılmaktadır [9]. Gıda güvenliği açısından değerlendirildiğinde, ambalaj üzerindeki etiket bilgilerinin yeterliliği ve tüketicinin bunu algılama durumunu öne çıkmaktadır [10]. Ayrıca enerji, protein, karbonhidrat, yağ, lif, tuz/sodyum ve tebliğde geçen vitamin ve mineral bilgilerine ve günlük karşılama miktarı (GKM) bildirimine yönetmelik hükümlerince, etiket üzerinde isteğe bağlı olarak yer verilebilmektedir [11]. Gıda etiketlerinin etkili bir beslenme aracı olarak kullanılabilmesi için, tüketicilerin bilgiyi kullanma konusunda bilinçlendirilmesi ve etiketlerin daha iyi anlaşılması gerekmektedir [6]. Etiketlerin daha iyi anlaşılabilmesi ile sağlık profesyonelleri etiketleri bir beslenme eğitim aracı olarak kullanılacak ve böylece etiket kullanımında verimliliğin artması sağlanabilecektir [12].

Bu çalışmada, tüketicilerin ambalajlı gıda ürünlerini satın alırken ürün etiketleri konusundaki bilgi, tutum ve davranışlarının belirlenmesi ve gıdaların etiketlerinin yönetmelik uyarınca bulundurulması gereken bilgilere göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

MATERYAL ve METOT

Kantitatif bir araştırma olarak planlanan bu çalışma 2011 yılı, Mayıs ve Haziran aylarında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evreni olarak İstanbul ili alınmış, il genelinde tesadüfi örneklem yöntemi ile 18-70 yaş arası, farklı eğitim ve meslek gruplarından 99 erkek ve 214 kadın olmak üzere toplam 313 kişi katılmıştır. Besler ve arkadaşlarının çalışmasında uygulanan ve bu araştırma

için tarafımızca uyarlanan anket, 22 soruyu içermektedir [12]. Sorular, etiketi okuma alışkanlığı, etiket üzerindeki bilgilerin anlaşılabilirliği ve gruplandırılan gıdaların etiketlerinde bulunması istenilen bilgilerin değerlendirilmesini kapsamaktadır. Yüzyüze yapılan anket yoluyla veriler toplanmıştır. Boy ve ağırlık değerleri kişilerin kendi beyanlarına dayanmakta olup, Beden Kitle İndeksi (BKİ) [Ağırlık (kg)/ Boy uzunluğu (m)²] hesaplanmış, BKİ değerleri 18.5 kg/m²'nin altında olanlar zayıf, 18.5-24.9 kg/m² arası normal, 25.0-29.9 kg/m² hafif şişman, 30.0 kg/m² ve üzeri olanlar şişman olarak sınıflandırılmıştır [13]. Ayrıca Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından etiketleme konusundaki Türk Gıda Kodeksi, 28157 sayılı Etiketleme Yönetmeliği gereğince belirlenmiş kuralların çeşitli gıda gruplarından tesadüfi yöntemle seçilen gıdaların etiketleri için uygunluğu araştırılmıştır [7]. Verilerin analizinde SPSS 17 programı kullanılarak ortalama ve standart sapma, yüzdeler (%) hesaplanmış, verilerin aralarındaki ilişkinin saptanmasında kıkare testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1'de özetlenmiştir. Buna göre, katılımcıların %68.4'ü kadın olup, %67.2'si 18-39 yaş arasındadır. Üniversite mezunları (%50.6) ilk sırada yer almıştır.

Katılımcıların etiket okuma alışkanlıkları Tablo 2'de belirtilmiş olup çoğunluğunda etiket okuma alışkanlığı bulunmasına rağmen, alışkanlığı olmayanlar % 15.0 oranındadır. Demografik özelliklere göre etiket okuma alışkanlığı değerlendirildiğinde eğitim düzeylerinin artışı ile etiket okuma alışkanlığı arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (p < 0.05).

Katılımcıların etiket okumama nedenleri arasında okumaya gerek duymayanların oranı %32.1 ile diğer nedenler arasında Tablo 3'te ön plana çıkmaktadır.

Katılımcıların etikete güvenmeme nedenleri (Tablo 4) içerisinde en yüksek oranda firmaların kendi lehi doğrultusunda etiketi düzenlediklerinin düşünüldüğü belirlenmiştir (%42.2). Bu durumu bilgilerin yeterince denetlendiğine inanmamaları takip etmektedir (%27.3). Katılımcıların demografik özellikleri ve etikete güvenmeme nedenleri arasında istatistiki yönden bir ilişki saptanmamıştır (p > 0.05).

Tablo 5'de katılımcıların gıdaları satın alırken etiketlerini okuma durumları "hiç", "bazen" ve "sıklıkla" olarak sınıflandırılmıştır. 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 besin gruplarından ise süt ve süt ürünleri (%77.0) tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların arasında her ürünün etiketine bakma oranı %33.0 iken, bilinen markalı ürünlerin etiketlerine bakmayanların oranının %40.0 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

		Kişi Sayısı (n) %
Cins	Erkek	99 (%31.6)
	Kadın	214 (%68.4)
Yaş	18-39	211 (%67.2)
	40-59	94 (%29.9)
	60 ve üzeri	9 (%2.9)
Eğitim Durum	Okur-yazar	5 (%1.6)
	İlköğretim	84 (%26.8)
	Lise	66 (%21.0)
	Yükseköğretim	159 (%50.6)
Beden Kitle İndeksi	18.5 altı	20 (%6.4)
	18.5-24.9	146 (%46.5)
	25.0-29.9	108 (%34.4)
	30.0 ve üstü	40 (%12.7)
Meslek	Kendi işinde çalışanlar	76 (%24.2)
	Ücretli özel kurumda çalışanlar	70 (%22.3)
	Devlet kurumunda çalışanlar	59 (%18.8)
	Çalışmayanlar	109 (%34.7)

Tablo 2. Etiket okuma alışkanlığı

		n (%)	
Etiket okuma	Evet	177 (% 56.5)	
	Bazen	89 (% 28.5)	
	Hayır	47 (% 15.0)	
Demografik özellikler	Etiket okuma alışkanlığı	X ²	p
Cinsiyet	İlişki yok	2.559	0.278
Yaş	İlişki yok	4.907	0.297
BKI	İlişki yok	3.742	0.712
Meslek	İlişki yok	8.258	0.220
Eğitim durumu	İlişki var	23.703	0.001

Tablo 3. Katılımcıların etiket okumama nedenleri

Etiket okumama nedeni	n (%)
Dikkat çekmemesi	18 (% 22.2)
Ne aldığımı biliyorum, gerek yok	26 (% 32.1)
Bilgileri anlamıyorum	8 (% 9.9)
Yazılanlara inanmıyorum	8 (% 9.9)
Yazılanlar küçük, okuyamıyorum	11 (% 1.6)
Diğer	10 (% 12.3)

Tablo 4. Katılımcıların etikete güvenmeme nedenleri

		n (%)	
Etikete güvenmeme nedeni			
Firma kendi çıkarı doğrultusunda yazıyor		68 (%42.2)	
Anlaşılmayan ifadeler kullanılıyor		16 (%9.9)	
Açıklamalar yeterli değil		13 (%8.1)	
Bilgilerin yeterince denetlendiğine inanmıyorum		44 (%27.3)	
Bilgiler okunmuyor		8 (%5.0)	
Etiketteki ile içeriği aynı değil		8 (%5.0)	
Diğer		4 (%2.5)	
Demografik özellikler	Etikete güvenmeme nedeni	X ²	p
Cinsiyet	İlişki yok	11.289	0.080
Yaş	İlişki yok	15.001	0.241
BKI	İlişki yok	21.070	0.276
Meslek	İlişki yok	16.823	0.535
Eğitim durumu	İlişki yok	15.989	0.593

Katılımcıların etiket üzerinde yer alan çeşitli bilgilere dikkat etme durumlarının, satın alınan gıda gruplarına göre değerlendirildiğinde tüm besin gruplarında son kullanım tarihlerini inceleme durumu en yüksek oranda

iken, marka ve üretici firma ile üretim tarihi sırasıyla önem kazanmakta, kullanım amaçlarına yönelik olarak ise ürün içeriği, sağlık ve beslenme bilgilerini inceleme düzeyleri öne çıkmaktadır (Tablo 6).

Tablo 5. Katılımcıların gıda gruplarına göre etiket okuma durumları

Yiyecekleri satın alırken etiketlere bakma durumu	Hiç n (%)	Bazen n (%)	Sıklıkla n (%)
Unlu gıda	47 (%16.7)	91 (%32.4)	143 (%50.9)
İçecek	33 (%12.1)	78 (%28.6)	162 (%59.3)
Süt ve ürünleri	15 (%5.5)	47 (%17.1)	213 (%77.5)
Salça ve konserve	55 (%20.9)	99 (%37.6)	109 (%41.4)
Fonksiyonel gıda	160 (%62.0)	36 (%14.0)	62 (%24.0)
Et ve ürünleri	34 (%12.5)	55 (%20.2)	182 (%66.9)
Yağlar	41 (%16.1)	76 (%29.9)	137 (%54.0)
Dondurulmuş ürün	90 (%35.0)	81 (%31.5)	86 (%33.5)
Atıştırmalık	64 (%23.4)	100 (%36.5)	110 (%40.1)
Sebze-meyve	85 (%31.8)	32 (%12.0)	150 (%56.2)
Bal-reçel	46 (%17.6)	106 (%40.5)	110 (%42.0)
Çikolata-gofret	48 (%17.6)	95 (%34.9)	129 (%47.4)

Tablo 6. Etiket okuma alışkanlığı bulunan katılımcıların etiketteki dikkat ettikleri bilgiler

Yiyecekleri satın alırken etiketlere bakma durumu	Marka ve üretici firma n(%)	Ürünün içeriği n(%)	Üretim tarihi n(%)	Son kullanma tarihi n(%)	Sağlık Bilgisi n(%)	Enerji ve besin öğeleri n(%)	Diğer n(%)
Unlu gıda	149 (% 58.9)	78 (% 30.8)	98 (% 38.7)	228 (% 90.1)	46 (% 18.2)	70 (% 27.7)	5 (% 5.0)
İçecek	172 (% 65.6)	80 (% 30.5)	88 (% 33.6)	212 (% 80.9)	34 (% 13)	58 (% 22.1)	7 (% 2.7)
Süt ve ürünleri	169 (% 60.6)	64 (% 22.9)	119 (% 42.7)	265 (% 95.0)	42 (% 15.1)	63 (% 22.6)	6 (% 2.2)
Salça ve konserve	145 (% 60.2)	69 (% 28.6)	96 (% 39.8)	215 (% 89.2)	36 (% 14.9)	32 (% 13.0)	4 (% 1.7)
Fonksiyonel gıda	74 (% 61.2)	50 (% 41.3)	39 (% 32.2)	94 (%77.7)	35 (% 28.9)	40 (% 33.1)	6 (% 5.0)
Et ve ürünleri	162 (% 64.8)	89 (% 35.6)	109 (% 43.6)	212 (% 84.8)	45 (%18.0)	40 (% 16.0)	16 (% 6.4)
Yağlar	164 (% 70.4)	67 (% 28.8)	72 (% 30.9)	183 (% 78.5)	40 (% 17.2)	49 (% 21.0)	6 (% 2.6)
Dondurulmuş ürün	120 (% 62.2)	59 (% 30.6)	75 (% 38.9)	165 (% 85.5)	32 (% 16.6)	47 (% 24.4)	5 (% 2.6)
Atıştırmalık	137 (% 60.9)	80 (% 35.6)	67 (% 29.8)	171 (% 76.0)	44 (% 19.6)	81 (% 36.0)	6 (%2.7)
Sebze-meyve	56 (% 32.7)	33 (% 19.3)	64 (% 37.4)	120 (% 70.2)	31 (% 18.1)	30 (% 17.5)	26 (% 15.2)
Bal-reçel	145 (% 62.5)	65 (% 28.0)	65 (% 28)	179 (% 77.2)	32 (% 13.8)	49 (% 29.1)	6 (% 2.6)
Çikolata-gofret	160 (% 66.1)	82 (% 33.9)	70 (% 28.9)	185 (% 76.4)	38 (% 15.7)	81 (% 33.5)	7 (% 2.9)

Tablo 7'de katılımcıların etiketleme konusundaki görüş ve önerileri 13 konu başlığı altında değerlendirilmiştir. Katılımcılar tarafından etiketlerde domuz yağı ve GDO olup olmadığının yazılması, bilgilerin basit şekilde ifade edilmesi, gıdanın enerji, yağ, şeker, tuz miktarlarının ve

ihtiyacı karşılama oranlarının belirtilmesi ve yazıların okunur büyüklük ve şekilde olması beklenmektedir. Bununla birlikte katılımcılar, beslenme bilgilerinin yeterli düzeyde olmadığı ve etikette yazan besin değerine bakarak yiyeceği tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.

Tablo 7. Katılımcıların etiket içeriği konusundaki görüş ve önerileri

	Evet [n (%)]	Hayır [n (%)]	Bazen [n (%)]
Etikette yazılanlar anlaşılıyor mu?	41 (% 13.2)	128 (%41.3)	141 (%45.5)
Beslenme değerinin uygunluğu anlaşılıyor mu?	104 (%34.6)	89 (%29.6)	108 (%35.9)
Yazılanlar okunur büyüklükte mi?	61 (%19.7)	155 (%50.2)	92 (%29.8)
Basit bilgilerin olmasını ister misiniz?	293 (%93.9)	12 (%3.8)	7 (%2.2)
Domuz yağı ve GDO yazılmalı mı?	298 (%95.8)	9 (%2.9)	4 (%1.3)
Günlük ihtiyacı karşılama miktarı yazılmalı mı?	273 (%87.5)	20 (%6.4)	19 (%6.1)
Paketteki enerji miktarı verilsin mi?	272 (%87.5)	23 (%7.4)	16 (%5.1)
Paketin besin değeri verilsin mi?	281 (%89.8)	18 (%5.8)	14 (%4.5)
Besin değerine bakarak yiyecek tercih edilir mi?	169 (%54.3)	51 (%16.4)	91 (% 29.3)
Pakette şeker miktarı yazılmalı mı?	279 (%89.1)	19 (%6.1)	15 (%4.8)
Pakette tuz miktarı yazılmalı mı?	279 (%89.4)	17 (%5.4)	16 (%5.1)
Pakette yağ miktarı yazılmalı mı?	286 (%92)	11 (%3.5)	14 (%4.5)
Beslenme bilginiz yeterli düzeyde mi?	99 (%31.7)	107 (%34.3)	106 (%34)

12 kategori altında, Etiketleme Yönetmeliği'ne göre değerlendirilen gıda ürünlerinin etiketlerinin tamamında etiket içeriğinin anlaşılır olduğu (%100), içeriğin %95.0 oranında okunaklı ve işaretlerin anlaşıldığı görülmüştür (Tablo 8). İçeriğinde yazan yabancı kelime ve teknik terimlerin ancak %57.0 oranında, kullanılan katkı madde bilgisinin ise %5.5 oranında gıdaların etiketlerinde bulunduğu tespit edilmiştir. Bireylerin yeterli ve dengeli beslenmesinin sağlanması amacıyla etiketlerde olması istenen beslenme bilgilerinin (enerji miktarı, besin değeri, porsiyonlardaki miktarlar, günlük ihtiyacı

karşılama oranları) sadece %42.5 oranında bulunduğu saptanmıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Tüketicilerin etiketlerle ilgili görüş ve düşüncelerinin belirlenmesi ile etiket bilgilerinin yeterliliğine yönelik olarak planlanan çalışmada, katılımcıların %15.0'ünün hiç etiket okuma alışkanlığının bulunmadığı saptanmıştır. Türkiye'de yapılan farklı çalışmalarda hiçbir zaman ve nadiren etiket okuma alışkanlığı benzer olarak %9.0-

17.5 aralığında değişmektedir [14, 15]. Amerika ve Singapur'da etiket okuma durumu ağırlıklı olarak

“bazen” ve “her zaman” arasında iken, Yeni Zelanda'da ortalamanın üzerindedir [16, 17].

Tablo 8. Etiketleme yönetmeliğine göre etikette bulunması gereken bilgilerin. incelenen ürün gruplarına göre varlığı

Besin Gr.	İç.anlş	Kat.mad	Yaban.	Okunak	İş.a.nl	Sağ.bl.	Dom. yağ	GDO	Ene.	Bes.değ	P.ene	İhtyç.
K.bakl*A	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
K.bakl B	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0
Paket**A	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Paket B	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Bisküvi A	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
Bisküvi B	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0
K.yem***A	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0
K.yem B	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0
Cips A	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
Cips B	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
Bal A	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
Bal B	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
Reçel A	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
Reçel B	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
Şekerleme A	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0
Şekerleme B	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
Pekmez A	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0
Pekmez B	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Çikolata A	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
Çikolata B	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
Tereyağ A	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Tereyağ B	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Konserve A	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Konserve B	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Salça A	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Salça B	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Sos A	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Sos B	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Diyab**** A	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Diyab B	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Su A	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0
Su B	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0
Kefir A	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0
Kefir B	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0
Kaymak A	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Kaymak B	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Yoğurt A	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1
Yoğurt B	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1
Süt A	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0
Süt B	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0
Toplam	40	21	23	38	38	15	11	2	17	11	11	2
Toplam %	%100	%52.5	%57.5	%95.0	%95.0	%37.5	%27.5	%5.0	%42.5	%27.5	%27.5	%5.0

1: var / 0: yok

Soldan sağa kısaltmalar: İç.anlş.. İçindekilerin anlaşılır olarak belirtilmesi / Kat.mad.. Katkı maddesi bilgisi / Yaban.. Yabancı kelimelerin açıklaması / Okunak.. İçindekilerin okunaklı yazılması / İş.a.nl.. İşaretlerin anlaşılması / Sağ.bl.. Sağlık beslenme bilgisi / Dom. Yağ.. Domuz yağının belirtilmesi / GDO.. GDO'nun belirtilmesi / Ene.. Enerji miktarı / Bes.değ.. Besin değeri / Por.ene.. Porsiyon enerji miktarı / İhtyç.. Günlük ihtiyacı karşılamasının belirtilmesi;

Yukarıdan aşağı kısaltmalar: *Kuru baklagil / **: Paketli sebze-meyve / ***: Kuru yemiş / ****: Diyabetik ürün / her bir üründen iki farklı marka incelenerek "A" ve "B" olarak belirtilmiştir.

Etiket okuma alışkanlığında yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sosyo-ekonomik durum ve hane halkı büyüklüğü etkili olmaktadır [18]. Bu çalışmada, etiket okuma alışkanlığı ile cinsiyet, yaş, BKİ, meslek grupları arasında bir ilişki bulunmazken, eğitim durumu ile etiket okuma alışkanlığının ilişkili olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe etiket okuma alışkanlığının arttığı tespit edilmiştir. Benzer olarak Campos ve arkadaşlarının derleme çalışmasında, eğitim düzeyi yükseldikçe etiket okuma durumunun arttığı belirtilmiştir [19]. Gutrie ve ark.

[16] ile Satia ve ark. [4] yapmış oldukları çalışmalarda kolej düzeyinde eğitilmiş kadınlarda etiket okuma alışkanlığının daha yüksek olduğu görülmüşken [4], bundan farklı olarak Aksulu'nun [20] çalışmasında ise eğitimle ilgili olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Diğer çalışmalarda, cinsiyetle etiket okuma alışkanlığının ilişkili olduğu ve kadınlarda daha yüksek düzeyde bulunduğu gösterilmiştir [4, 15, 19, 21, 22]. Bununla birlikte bu çalışmaya benzer olarak Aksulu'nun [20] çalışmasında etiket okuma alışkanlığı ile cinsiyet

arasında bir ilişki saptanmamıştır. Campos ve ark.[19] orta yaş ve gençlerde etiket okuma alışkanlığının daha yüksek olduğu, Türkiye’de yapılan diğer çalışmalarda da benzer olarak etiket okumaya yönelik ilginin 30-49 yaş grubunda daha yüksek olduğu belirlenmiştir [12, 20]. Kilo kontrolünde etiket okuma alışkanlığının artışı arasında pozitif bir ilişki olduğu Campos ve ark. [19] çalışmasında belirtilse de bu çalışmada BKİ değerleri ile anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Çalışmada, katılımcıların etiket okumama nedenleri arasında, satın aldığı gıda ile ilgili bilgisinin yeterli olduğunu düşünmesi, etiketin dikkat çeken biçimde olmaması, bilgileri anlamaması ve inanmaması gösterilmiştir. Bu hususta Besler [12], 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. Cowburn ve Stockley [23]’nin derlemesine göre etiket okumama sebepleri olarak başta “zaman darlığı” gelirken, bunu “ambalaj üzerindeki yazıların boyutu” ve “etiket bilgilerindeki teknik terimlerin anlaşılabilmesi” takip etmektedir. Kanadalıların besin bilgilerini anlamada ve uygulamaya koymada, yaşlı ve düşük eğitim ile gelir durumuna sahip bireylerde porsiyon büyüklüğü ve bir porsiyonun besin ögesi içeriğinin hesaplanmasında zorluklar yaşadıkları çalışmalarda vurgulanmıştır [23, 24]. Son yıllarda yayınlanan raporlar, etiket kullanım durumuna yönelik engelleri; güven eksikliği ve besin etiketlerinde yer alan bilgilere dair artan şüphecilik ve etiket bilgilerinin önemine yönelik düşük algı düzeyi olarak belirtmiştir [17, 25].

Katılımcıların etikete güvenmeme nedenleri olarak, firmaların kendi lehi doğrultusunda etiketi düzenlediklerinin düşünmeleri, bilgilerin yeterince denetlendiğine inanmamaları belirtilmektedir. Benzer olarak, Avustralya tüketicileri üzerinde yapılan bir araştırmada, tüketicilerin etikette verilen yağ oranlarının çoğu zaman yanıltıcı olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir [26]. Halk arasında besin etiketleri hakkında büyüyen bir güven eksikliği ve şüpheciliğin varlığı birçok çalışmada saptanmıştır [17, 25, 26]. Bu çalışmada, demografik özellikler ile etikete güvenmeme nedenleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. Amerika’ da yapılmış geniş çaplı bir araştırmada, yaşlı bireylerin gençlere göre etiket bilgilerinin doğru besin içeriğini göstermesine daha az güvendikleri belirtilmiştir [27]. Bununla birlikte, katılımcıların satın almada % 24.0 oranında tercihlerini markaya göre yaptıkları [28]; markanın tanınırlığının ve güvenilirliğinin, kişilerin etiket bilgilerinin gerçek bilgiler olduğunu düşünülmesinde ve etiket bilgilerine olan güvenin artmasında rol oynadığı çalışmalarda gösterilmiştir [29, 30].

Katılımcılar, tüm besin gruplarına ait etiketlerde çoğunlukla son kullanım tarihleri, marka ve üretici firma ile üretim tarihine, fonksiyonel gıda, atıştırılabilirler gibi besin gruplarında ek olarak ürün içeriği, sağlık ve beslenme bilgilerine dikkat etmektedirler. Besler’in [12] yapmış olduğu çalışmada bireylerin etiketlerde tarih işaretleri, marka ve üreticiye ilişkin bilgilere daha fazla

ilgi gösterdiği belirlenmiştir. Bireylerin satın aldıkları ürünün etiketinde yer alan bilgilerden üretim ve son kullanma tarihine baktığı (%78.2), Yılmaz ve ark. [31] göre gıda alımında birinci derecede önem verdikleri etiket üzerinde ürünün üretim ve son kullanma tarihi olduğu ve bununla birlikte Gündüz çalışmasında, %2.6 gibi düşük bir oran olsa bile bazı tüketicilerin üretim ve son kullanma tarihini önemsemediği ortaya konmuştur [32]. Kadın bireyler gıda alımına karar verirken sağlık beyanlarına, içeriğine, porsiyon büyüklüğüne erkeklere göre daha sık bakmaktadır [21]. Amerikalı yetişkin bireylerde yapılan çalışmada bireylerin %61.5’inin bir gıda ürünü satın almak için karar verirken en azından bazen besin ögesi tablosuna baktığı, %51.6’sı içerik listesini kullandığı ve %47.2’si porsiyon büyüklüğünü dikkate aldığı belirlenmiştir [18]. Fransa çapında yapılan bir araştırmaya göre katılımcıların satın almada %24.0 oranında tercihlerini markaya göre yaptıkları tespit edilmiştir [28]. Visschers, beslenme etiketi bilgilerine karşı ilgisiz olan bireylerin meyve, sebze-salata, tam tahıllı ekmek ve balık gibi sağlıklı besinleri daha seyrek, tatlı ve iştah açıcı besinleri tüketme ve meşrubat içme alışkanlığının daha sık olduğu belirtmektedir [33].

Bu çalışma kapsamında katılımcıların %93.0’ü etikette yer alan bilgilerin daha basit olmasını istediklerini belirtmişlerdir. Carrillo et al. [28]’un çalışmasına göre düşük beslenme bilgi düzeyine sahip kişilerin %53.0’ünün “her zaman” teknik terimlerden dolayı etiketlerin anlaşılabilmesi belirlenmiştir. Besler’in çalışmasında katılımcıların kalori ile enerji, sodyum ile tuz ve şeker ile karbonhidrat arasındaki ilişkileri anlayamadıkları bildirilmiştir [12]. Terim ve beyanlarda sade Türkçe’nin kullanılması anlaşılabilirliğin artırılmasında etkili olabilir. Etiketlerin yeri, formatı, yazı karakteri büyüklüğü, yazının kontrast rengi tüketicilerin zorluk yaşamalarına neden olmakta ve sonuç olarak etiketin okunmaması ile sonuçlanmaktadır [12]. Etiket okumaya yönelik ilgi tüketicinin ürüne aşına olup olmamasına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Bir çalışmada Türk tüketicilerin en çok light ürünlerin etiketlerine yönelik ilgisinin yüksek olduğu saptanmıştır [12]. Lewis ve ark. [34] beslenmeye bağlı hastalığı olan bireylerin olmayanlara göre etiketleri daha sık ve daha ayrıntılı okudukları belirlenmiştir.

Çalışmada, gıda ürünlerine ait etiketlerin tamamında etiket içeriğinin anlaşılır olduğu, içeriğin okunaklı olduğu ve işaretlerin anlaşıldığı görülmüş, bununla birlikte içeriğinde yazan yabancı kelime ve teknik terimlerin ve kullanılan katkı maddelerinin bilgisinin yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Etiketlerde bulunması gereken beslenme bilgileri (enerji miktarı, besin değeri, porsiyonlardaki miktarlar, günlük ihtiyacı karşılama oranları) yönetmelikte belirtilmesine rağmen %27.5 oranında besin etiketlerinde yazıldığı saptanmıştır. Dikmen ve Pekcan’ın çalışmasında %15’inde besin etiketlerinin bulunmadığı [35]. Türkiye genelinde yapılan diğer çalışmada ise marketlerde satılan ambalajlı ürünlerin %74’ünün ambalajında enerji ve besin ögesi tablosunun yer aldığı belirlenmiştir [12].

Sonuç olarak; bu çalışmanın tüketicilerin gıda etiketi okuma alışkanlıkları ve bunu etkileyen etmenler

hakkında bilgi vermesi yoluyla gıda etiketlerinin düzenlenmesinde yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle tüketicilerin beslenme bilgisine olan ilgileri ve bu bilgileri etiket okuyarak kazanma becerileri arasında bir uyum olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, sağlıklı bir diyet ve beslenme planınında etiket okuma bilincinin kazandırılması ve bireylere etiketlerin sağlıklı beslenme için yönlendirici olabileceğinin gösterilmesinde özellikle risk grubundaki bireyler başta olmak üzere tüm bireylere yönelik eğitimlerin düzenlenmesi önem taşıyacaktır.

KAYNAKLAR

- [1] Pride, W., Ferrell, O.C., 2013. Foundations of Marketing. Cengage Learning. Higher Education, 220.
- [2] Kang, H.T., 2013. Reading nutrition labels is associated with a lower risk of metabolic syndrome in Korean adults: The 2007–2008 Korean NHANES. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases* 23: 876-882.
- [3] Graham, D.J., Laska, M.N., 2012. Nutrition label use partially mediates the relationship between attitude toward healthy eating and overall dietary quality among college students. *J. Acad. Nutr. and Diet.* 112: 414-418,
- [4] Satia, J.A., Galanko, J.A., Neuhauser, M.L., 2005. Food nutrition label use is associated with demographic, behavioral, and psychosocial factors and dietary intake among African Americans in North Carolina. *J. Am. Diet. Assoc.* 105: 392-402,
- [5] Solomon, M.R., Marshall, G.W., Stuart, E.W., 2012. Marketing: Real People, Real Choices. Pearson Education Limited.
- [6] Demirci, A., Demirci, A., 2013. Kozmetik ürün etiketlerindeki sembollerin bilinirliği. *E-Journal of New World Sciences Academy* 136-45.
- [7] T.G.K., 2011. Türk gıda kodeksi etiketleme yönetmeliği. Resmi Gazete, 28157.
- [8] T.V.H.B., 2012. Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. Resmi Gazete, 28201.
- [9] Tek, B.Ö., 2000. 21. Yüzyılın Başında Tüketicinin Korunması'nın Değişen Gündemi çerçevesinde Türkiye'nin Yeri. 21.Yüzyıla Girerken Tüketici Olarak Haklarımızı Biliyor muyuz? *Standart* 16-25.
- [10] Gün, İ., Orhan, H., 2011. Süt ve Ürünleri Tüketicilerinin Etiket Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi. *İğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech.* 1: 45-51.
- [11] T.K.B., 2002. Türk Gıda Kodeksi Gıda Maddelerinin Genel Etiketleme ve Beslenme Yönünden Etiketleme Kuralları Tebliği. Resmi Gazete, 2002/58.
- [12] Besler, H.T., Buyuktuncer, Z., Uyar, M.F., 2012. Consumer understanding and use of food and nutrition labeling in Turkey. *J. Nutr. Edu. and Behav.* 44: 584-91.
- [13] World Health Organization., 2000. Obesity: preventing and managing the global epidemic. World Health Organization.
- [14] Aygen, F.G., 2012. Turkish consumers' understanding and use of nutrition labels on packaged food products. *Int. J. Bus. and Soc. Sci.* 3: 171-183.
- [15] Özgül, E., Aksulu, İ., 2006. Ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler. *Ege Akademik Bakış* 6: 1-10,
- [16] Guthrie, J.F., 1995. Who uses nutrition labeling, and what effects does label use have on diet quality? *J. Nutr. Education* 27: 163-172.
- [17] Vijaykumar, S., 2013. Determinants of food label use among supermarket shoppers: a Singaporean perspective. *J Nutr. Edu. and Behav.* 45: 204-212.
- [18] Ollberding, N.J., Wolf, R.L., Contento, I., 2011. Food label use and its relation to dietary intake among US adults. *J Am. Diet. Assoc.* 111: 47-51.
- [19] Campos, S., Doxey, J., Hammond, D., 2011. Nutrition labels on pre-packaged foods: a systematic review. *Public Health Nutrition* 14: 1496-1506.
- [20] Aksulu, İ., 2001. Tüketicide Sağlığını Koruma Bilinci ve Satın Alma Noktasında Tüketici Tutumları. *D.E.Ü.İ.B.F. Dergisi* 16: 115-127.
- [21] Stran, K.A., Knol, L.L., 2013. Determinants of food label use differ by sex. *J. Academy of Nutr. and Diet.* 113: 673-79.
- [22] Govindasamy, R., Italia, J., 2000. The influence of consumer demographic characteristics on nutritional label usage. *J. Food Prod. Marketing* 5: 55-68
- [23] Cowburn, G., Stockley, L., 2005. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutr.* 8: 21-28.
- [24] Sinclair, S., Hammond, D., Goodman, S., 2013. Sociodemographic Differences in the Comprehension of Nutritional Labels on Food Products. *J. Nutr. Edu. and Behav.* 45: 767-772.
- [25] Tan, S.J., Tan, K.L., 2007. Antecedents and consequences of skepticism toward health claims: An empirical investigation of Singaporean consumers. *J. Market. Commun.* 13: 59-82.
- [26] Chan, C., Patch, C., Williams, P., 2005. Australian consumers are sceptical about but influenced by claims about fat on food labels. *Eur. J Clin. Nutr.* 59: 148-51.
- [27] Worsley, A., 2003. Consumers' personal values and sources of nutrition information. *Ecol. Food and Nutr.* 42: 129-151.
- [28] Carrillo, E., Varela, P., Fisman, S., 2012. Influence of nutritional knowledge on the use and interpretation of Spanish nutritional food labels. *J. Food Sci.* 77: 1-8.
- [29] Feunekes, G.I., 2008. Front-of-pack nutrition labelling: testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries. *Appetite* 50: 57-9.
- [30] Kleef, E.V., Dagevos, H., 2015. The growing role of front-of-pack nutrition profile labelling: A consumer perspective on key issues and controversies. *Crit. Rev. Food Sci. Nutr.* 55(3): 291-303.
- [31] Yılmaz, E., Oraman, Y., İnan, İ., 2009. Gıda ürünlerine ilişkin tüketici davranışı dinamiklerinin belirlenmesi: "Trakya Örneği". *Tekirdag Ziraat Fak. Derg.* 6(1): 1-10.
- [32] Gündüz, O., 2013. Süt ve süt ürünleri tüketiminde tüketici tercihlerini etkileyen faktörler: Samsun ili

örneği. *Electronic Journal of Food Technol.* 8: 36-43.

- [33] Visschers, V.H.M., 2013. A consumer segmentation of nutrition information use and its relation to food consumption behaviour. *Food Policy* 42: 71-80.
- [34] Lewis, J.E., 2009. Food label use and awareness of nutritional information and recommendations

among persons with chronic disease. *Am. J.Clin. Nutr.* 90: 1351-57.

- [35] Dikmen, D., Pekcan, G., 2012. Besin Etiketlemede Yeni Yaklaşımlar: Besin Ögesi Örüntüsü Profilleri. *Beslenme ve Diyet Dergisi* 40: 273-280.