

# GÜVENİLİR GIDA KONUSUNDA TÜKETİCİ FARKINDALIĞININ GELİŞTİRİLMESİNDE İLETİŞİM STRATEJİLERİNİN ROLÜ\*

Emel KUŞKU ÖZDEMİR\*\*  
Fusun TOPSÜMER\*\*\*

## ÖZ

Gıda güvenliği çalışmaları kapsamında semt pazarları sürekli denetlenmesi gereken işyerleri olarak tanımlanmakta ve yönetmeliklerde, pazar yerlerinde kullanılan ambalaj, tanıtım ve kimlik levhaları, satıcıların kıyafet ve temizliği, atıklarının atılmasına kadar birçok unsur yer almaktadır. Bununla beraber tüketicilere yönelik; gıda ürünlerini saklama, son kullanma tarihi, etiket okuma, raf muhafaza ve ambalaj kontrolü gibi standartların bulunmasına rağmen, bu standartların paketlenmemiş yaş sebze-meyve ürünlerini kapsamadığı görülmektedir. Bu kapsamda mevcut çalışma semt pazarlarında satılan yaş sebze-meyve ürünlerinde gıda güvenliğini konu almaktadır. İzmir ilinden 489 katılımcıyla gerçekleştirilen araştırmada; yaş sebze-meyve alışverişini semt pazarlarından yapan tüketicilerin (%70) çoğunluğunun; düşük-orta gelir gurubundan ve düşük eğitim seviyesinden olan kadınlardan oluştuğu, bu tüketicilerden yalnızca yarısının (%55) gıda güvenliği konusunda bilgi sahibi olduğu ve bilgili olsalar dahi semt pazarından sebze-meyve alışveriş yaparken güvenilir gıda olması durumunu önemsemedikleri görülmüştür. Bunun yanı sıra tüketicilerde güvenilir gıda farkındalığı yaratılması konusunda yürütülmesi önerilen stratejik iletişim çalışmalarının başında yasal otoritelerin yürütücülüğündeki çalışmaların geldiği tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Tüketici Farkındalığı, İletişim Stratejileri, Gıda Güvenliği

## THE ROLE OF COMMUNICATION STRATEGIES ON THE DEVELOPMENT OF FOOD SAFETY AWARENESS

### ABSTRACT

Within the scope of food safety studies, open-air markets are defined as workplaces that have to be constantly inspected, and the issues like packages used in the markets, publicity and identification plates, cleanliness of clothes for sellers and disposal of waste are stated in the regulations. Despite the existence of standards on storage of food products, expiry date, label reading, shelf storage and package control for the costumers, it is observed that the standards do not cover the unpackaged fresh fruit and vegetables. Within this scope, this study is about food safety in fresh fruit and vegetable products sold in open-air markets. In the study, which is conducted with 489 participants from İzmir; it is seen that the majority of customers (70%) who do their fresh fruit and vegetable shopping from open-air markets consist of women from low-moderate income group and have low level of education. Among these customers only half of them (55%) have knowledge on food safety, and they do not pay attention whether it is safe or not to do their fresh fruit and vegetable shopping from open-air markets. In addition to this, it is determined that among the proposed strategic communication studies on creating awareness of safe food on customers the studies carried by authorities are the primary.

**Keywords:** Consumer Awareness, Communication Strategies, Food Safety

---

\* Mevcut çalışma Emel Kuşku Özdemir'in "Tüketicilerin Yaş Sebze-Meyve Tüketim Tercihlerine Yönelik Güvenilir Gıda Farkındalığının Geliştirilmesinde İletişim Stratejilerinin Rolü" isimli Yüksek Lisans Tezinden (2015) üretilmiştir. Çalışma 05.10.2016-06.10.2016 tarihleri arasında İstanbul/Türkiye’de gerçekleştirilen Tüm Ürün, Kap ve Ambalaj Standartları Sempozyumu’nda (TÜRKAS) bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Bornova / İzmir. kuskuel@gmail.com.

\*\*\* Prof.Dr. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Bornova / İzmir. fusun.topsumer@ege.edu.tr.

## **GİRİŞ**

Çevre sorunlarının küresel ısınma ile birlikte kendini daha da fazla hissettirmeye başlaması, insanoğlunun süreci tersine çevirmek için eyleme geçmesi, bu olaya ekolojik boyutunun yanında politik, sağlık ve sosyo-ekonomik boyutlar da kazandırmıştır (Keleş, 2007: 3). Tarımsal üretim de çevre etiğinin yanında ekonomik, sağlık ve sosyo-ekonomik açıdan duyarlılığın arttığı bu alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada artan nüfus ve şehirleşme oranı ile birlikte, gıda kullanımı ve beslenme iyileştirme yaklaşımlarını da önem taşıyan kavramlar haline getirmiştir. Özellikle de 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren insanların beslenme durumunun ve gıda kaynaklarının iyileştirilmesi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Kılıç, 2008: 2).

Türkiye, sahip olduğu ekolojik avantajlardan dolayı özellikle de sebze ve meyvenin yetiştirildiği bir ülke konumunda olup, birçok meyvenin anavatanı konumundadır. Bu açıdan, gerek sebze ve gerekse meyve üretiminde dünyanın önemli ülkeleri arasında yer almakta ve bu ürünlerden milli gelir açısından büyük yararlar sağlamaktadır (Civelek, 2006) .

Ancak ülkemizde gıda güvenliği konusunda çıkarılan mevzuatların neredeyse tamamında ambalajlı ürünlere yönelik esaslar belirlenmiş, ambalajsız yaş sebze-meyve ürünleri ve bu ürünlerin yaygın olarak açıkta satıldığı semt pazarları dışarıda bırakılmıştır. Bu durum da gıda güvenliği konusunda bu alanda bir boşluk oluşturmakta ve insan sağlığını tehdit eden bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

## **KAVRAMSAL ÇERÇECE**

### **GIDA GÜVENLİĞİ**

Ortaya çıkan kitlesel üretim yöntemlerinin insan sağlığı ve çevre sorunları bakımından doğurduğu olumsuz sonuçlar bütün dünya ülkelerinin insan ve çevre sağlığını gözetten yatırımlar yapmasını gerekli kılmıştır (Sarıkaya, 2007: 110). Bu çalışmaların başında tüketicilerin ürün tercihi yaparken kendi sağlıklarını ve çevreyi gözetim kalıplarını benimsemesini içeren gıda güvenliği yönetim sistemleri ve çalışmaları gelmektedir. Gıda güvenliği, “sağlıklı gıda üretimini sağlamak amacı ile gıdaların üretim, işleme, saklama, taşıma ve dağıtım aşamalarında gerekli kurallara uyulması, önlemlerin alınması” olarak tanımlanmaktadır (Giray ve Soysal, 2007: 485). Bu kavramın ortaya çıkma sebebi, değişen teknolojiye bağlı olarak geliştirilen yeni üretim teknikleri ve bu teknikler nedeni ile gıda maddelerinin insan sağlığı bakımından risk taşımaya başlamasıdır. Bu yeni teknikler, ürünlerin genetik yapısında değişiklikler yapılmasına olanak tanırken, insan sağlığı için zararlı

hormonlu ürünlerin üretilmesini de imkânlı kılmaktadır (Sarıkaya, 2007: 122). Yeni üretim tekniklerinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan bir diğer olumsuzluk ise ürünlerin üretim miktarını arttırmak amacıyla ürünlerde kullanılmaya başlayan kimyasal katkı maddeleridir (Tarımsal Ürün İzlenebilirlik Sistemi, 2011: 52).

Bu kapsamda günümüzde benimsenen modern tarım üretim politikaları, gıda güvenliği, gıda hijyeni ve tarım ürünlerinin çeşitliliğini amaçlayarak insan sağlığını gözetmektedir (Tetik, 2012). İnsan sağlığına zarar vermeyecek üretim biçimini savunan bu yeni eğilimler sonucunda gıda üretiminde kontrol ve denetimleri arttıran güvenilir gıda mevzuat ve uygulamalarını ortaya çıkarmıştır (Halaç, 2002: 108). Bu mevzuat ve uygulamalar hasattan başlayarak, taşıma, depolama, paketlenme, hazırlama ve tüketim dâhil olmak üzere tüm süreçlerde işlenen gıda güvenliği çalışmalarını kapsamaktadır. Bahsedilen süreçlerin tamamında ürün bozulmalarının nedenleri olarak gösterilen; biyolojik, kimyasal ve fiziksel tehlikelerden ürünlerin uzak tutulması ve bulaşmaların önlenmesi çalışmaları yürütülmektedir (Üçüncü, 2000: 109). Bahsi geçen tehlikelerden biri olan biyolojik tehlikeler, canlı varlıklar olan bakteri, virüs, küf toksinleri ve parazitlerin gıdalara bulaşması, gıdaların bileşim ve karakter özelliklerini bozması sonucu kişilerde enfeksiyonlara neden olmaktadır. Kimyasal tehlikeler, pestisitler, veteriner ilaçları ve gıdalara teknolojik amaçlı ya da belirli bir özellik kazandırmak amacıyla dışarıdan bilinçli bir şekilde eklenen gıda katkı maddeleri olmak üzere insan sağlığı açısından en fazla risk oluşturan tehlikelerdendir. Fiziksel tehlikeler ise ürünlere karışan cam, metal, plastik, taş, toprak, tahta parçaları, kıl vb. gibi yabancı maddeleri ifade etmektedir (Yetim ve Kesmen, 2012: 221).

Adı geçen bu tehlikelerin gıdalar ile temasının önlenmesi, gıda risklerinin ortadan kaldırılması ve tüketicilere güvenilir gıda erişme hakkının sağlanabilmesi adına uluslararası alanda güvenilir gıda standartları sağlama amaçlı gıda yönetim sistemleri benimsenmektedir. Bu çalışmaların temeli Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) ve Dünya Sağlık Teşkilatı (WHO) tarafından Gıda Standartları Programını yürütmek üzere bir Gıda Kodeksi Komisyonu kurmaya dayanmaktadır (Aydın, 1973: 2). Uluslararası alanda kabul görmüş gıda güvenliği standartları; Gıda İşletmeleri Uygun Teknoloji Gereklere olarak ifade edilen GMP, Uygun Hijyen Gereklere olarak ifade edilen GHP, Tehlike Analizi Kritik Kontrol Noktaları (HACCP), olmak üzere belirli kontrol ve üretim sistemleri uygulanmaya başlanmıştır. Bununla birlikte “çiftlikten sofraya (farm to table/fork)” sloganıyla gıda güvenlik sistemi ile ilgili olarak var olan tehlikelerin belirlenmesi, yayılmadan önlenmesi ya da zararının azami miktarlara dönüştürülmesi gibi tüm süreçler Toplam Kalite Yönetimi

Sistemi içerisine dâhil edilmiştir (Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Çalışma Gurubu Raporu, 2003: 26).

Türkiye’ de yürütülen gıda güvenliği çalışmaları AB uyum kriterleri kapsamında Avrupa Birliği gıda hukukunun ilkelerini temel almaktadır. Bahsi geçen gıda hukukunun ilkelerini 1997 yılında AB Komisyonu tarafından yayınlanan Yeşil Kitap oluşturmaktadır. Ancak bugünkü AB gıda güvenliği politikasının temel belirleyicisi 12 Ocak 2000’de Komisyon tarafından yayınlanan ve AB gıda politikasına entegre ve kapsamlı bir özellik kazandıran Beyaz kitaptır. Beyaz Kitap ile gıda güvenliği için çiftlikten sofraya entegre bir gıda güvenliği politikası oluşturacak standartların benimsenerek insan sağlığının korunması amaçlanmaktadır (Holland ve Pope, 2008: 17). Çiftlikten sofraya gıda güvenliğine ilişkin belirlenen ilkeler: gıda zincirini bütün olarak gören entegre yaklaşım, tüm süreçlerde izlenebilirlik, risk iletişimi, sorumluluğun gıda sektörüne yüklenmesi ve süreçlerde kamuoyuna açık ve sürekli bilgi alma hakkı olarak belirtilmektedir.

– *Gıda zincirini bütün olarak gören entegre bir yaklaşım:* Bu yaklaşım hammadde, tarım uygulamaları ve gıda işleme aktivitelerinin risk analizlerine tabi tutularak denetlenmesi, ortaya çıkan risk durumlarında düzenleyici eylemlerde bulunma ve tüm bu sürecin takibi için kontrol sistemlerinden faydalanarak tüketicinin korunmasını ve yararını gözetmektir (Halaç, 2002: 109).

– *İzlenebilirlik:* İzlenebilirlik faktörü gıda güvenliği yönetim süreci içinde ürün ve üretim süreçlerini geriye dönük izleyebilmeyi sağlayan bir kayıt sistemini ifade etmektedir. Bu sistem sayesinde güvenilir gıdaya dair bir sorunla karşılaşıldığında, sorunların kaynağı tespit edilebilir ve ürünlerin tarladan sofraya ulaşana kadar geçirdikleri süreçte karşılaşılabilecekleri tüm fiziksel, kimyasal ve biyolojik riskler önlenmiş olmaktadır. Ayrıca izlenebilirlik sistemi gıda güvenliği ile ilgili tereddüde yol açacak bir risk olduğu durumlarda ürünün piyasadan çekilmesi olanaklı kılmaktadır (Çopur vd., 2010: 7). İzlenebilirlik dünya genelinde yaygın olarak kullanılan International Article Number (EAN) adında bir barkod uygulaması ile sağlanmaktadır (Koç vd., 2008: 88).

– *Risk Analizi:* Risk analizi ve risk iletişimi konularından sorumlu olarak kurulan Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi gıda güvenliği konusunda bilimsel bilgi ve dayanışma sağlamada en yetkili kurum olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda üye ülkelerle iş birliği sağlama ve yönlendirici kimliği temel görevleri arasındadır (Güder, 2006: 27).

– *Sorumluluğu gıda sektörüne yükleyen:* AB komisyonu tarladan sofraya gıda güvenliği sürecinde en büyük sorumluluğu üretici, çiftçi ve imalatçı olmak üzere gıda sektörüne yüklemektedir. Tüketiciler ise, gıda ürünlerinin mutfağa gelmesinden sonraki süreçten sorumlu tutulmaktadır (Başaran, 2008: 62).

– *Vatandaşa açık ve sürekli bilgi alma hakkı:* Gıda güvenliği konusuna giren bir diğer ilke tüketicilerin bu konuda sahip olduğu açık ve sürekli bilgi alabilme hakkıdır. Buna ek olarak yeterli ve güvenilir özellikte gıdaya erişme hakkı, beslenme eğitimi hakkı, sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı ve gıda ürünleri ile ilgili sorunları duyurma hakkı tüketicilerin sahip olduğu diğer gıda güvenliği haklarıdır (Hablemitoğlu, 2000: 44).

## **YAŞ SEBZE-MEYVE ÜRÜNLERİNDE GIDA GÜVENLİĞİ**

Türkiye, sahip olduğu ekolojik avantajlardan dolayı özellikle de sebze ve meyve yetiştiriciliğinde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almakta, meyve ve sebze üretiminin Türkiye’deki gıda sektörü sıralamasında en fazla paya sahip olan 3. büyük üretim olduğu ifade etmektedir (Güder, 2006: 58). Türkiye Tarım Sektörü Raporu’nda (2013) ise, ülkemizde üretimden ziyade kalite sorunları bulunduğu, meyve ve sebze üretiminde dünyanın en ön sıralarında olmamıza rağmen bu durumun ihracat rakamlarına yansımadağı belirtilmektedir (2013:15). Buna sebep olarak dünya ticaretinde meyve ve sebze ürünlerinden beklenen belirli standartların olmasını göstermektedir. Öyle ki AB’ye ihracatın ön koşulu olarak belirlenen bu standartlar, ülkemizde üretimden pazarlamaya var olan alt yapı eksiklikleri, yeni üretim teknolojilerinin kullanılmaması, tarım politikasındaki yetersizlikler ve üretici bilgi eksikliği ile örgütsüz yapılması sebebi gibi birçok olumsuz neden dolayısıyla sağlanamamaktadır (Gül ve Akpınar, 2006: 22).

Yaş sebze ve meyve ürünlerinde gıda güvenliği standardı ve kalitesi sağlamak için izlenebilirlik yürütülmesi gereken en önemli süreçlerdendir. Bu nedenle 5 Haziran tarihli 5179 sayılı Gıda Kanunu 16 ncı maddesi gıda üreticisi ve gıda işletmesi olanlar için izlenebilirliği zorunlu hale getirmiştir. Yaş sebze-meyve üreticilerinin izlenebilirlik kriterlerine uyup uymadığı ise, Tarım İl veya İlçe müdürlükleri tarafından gerçekleştirilen denetimler sırasında gıdalardan alınan numuneleri laboratuvarlarda analiz ederek belirlenmektedir. Pazarcılara yönelik denetimlerde ise, ürünleri kimden aldığıın belgelendirmesi zorunluluğu getirilmiştir. Gıdalarda Maksimum Bitki Koruma Ürünleri Kalıntı Limitleri Tebliği’nde belirtilen limitlere bağlı olarak yapılan analizler sayesinde limitlerin üzerinde kalıntı maddesi tespit edilen yaş sebze-meyve ürünlerini üreten kişiler

izlenebilirlik sistemi sayesinde tespit edilip, cezai işlem uygulanabilmektedir (Tarım ve Mühendislik, 2006: 100).

Türkiye’de yaş sebze ve meyve pazarlama sistemi 552 sayılı Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (1995) esas alınarak yürütülmektedir. Yaş sebze ve meyve ticaretinin düzenlenmesini esas alan 552 sayılı yasa ilk olarak 1995 yılında yürürlüğe girmiştir. Ancak 552 sayılı yasanın ihtiyaçlara cevap vermediği ve belirtilen hedeflere tam olarak ulaşılamadığından Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca hazırlanan “Sebze Ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi Ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Tasarısı” yürürlüğe girmiştir (Yaş Sebze Raporu, 2008: 15). Tasarının gıda güvenliği konusunda getirdiği en büyük yenilik satıcıların satışa sunduğu malların, kap ve ambalajları üzerinde ürün künyesi bulundurma zorunluluklarının mevzuata eklenmesidir. Ürünlere eklenmesi gereken künye sayesinde malların nerede üretildiği, cinsi, miktarı, hangi üretici ve işletmeye ait olduğu konusunda bilgi sahibi olunabilecektir. Ürünlerde künye bulundurma zorunluluğu 4 Kasım 2008 tarihinde yayımlanan “Bitkisel Üretimde Kullanılan Kimyasalların Kayıt Altına Alınması ve İzlenmesi Hakkında Yönetmelik” ile de uyum sağlamaktadır. Bu yönetmelik gıda güvenliği sürecinin temel ilkelerinden olan izlenebilirlik kriteri gereğince alınan ürünleri üreticisine ulaşabilecek şekilde üretici bazında kayıt sistemine dayanmaktadır. Ürünlerin barkod ve kimlik sistemlerinin oluşturulup ürün ambalajına işleme zorunluluğu ise toptancı, hal tedarikçisi, ihracatçı, gibi toptan alanlara verilmiştir. Aynı tasarı, üreticilerin kendi ürettikleri ürünleri semt pazarlarında satmalarına olanak tanıyan uygulamayı da içermektedir. Ancak üreticilerin satışa sunduğu ürünleri için künye bulundurma zorunluluğu bulunmamaktadır. Ayrıca bu tasarıda, toptancı hallerinde işlem gören ürünlerin gıda güvenliği analizlerinin, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ nın birlikte belirleyeceği usul ve esaslar çerçevesinde, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ nın yetkilendirilmiş olduğu laboratuvarlarda toptancı halleri tarafından yaptırılması zorunlu kılınmıştır (Yaş Sebze Raporu, 2008: 16). Buna ek olarak yürürlükte olan “Yaş Sebze-Meyve Ürünleri İçin Hijyenik Uygulamalar Yönetmeliği” yaş meyve ve sebzelerin birincil üretimden paketlenmesine kadar bütün üretim safhalarında mikrobik, kimyasal, fiziksel açıdan risklerin önlenmesini içeren ve İyi Tarım Uygulamaları (GAP) ile İyi Üretim Uygulamaları (GMP) yönetmeliklerini destekleyen bir yapı göstermektedir (Yaş Sebze-Meyve Standardı Kitabı Raporu, 2008: 43). Dünya ticaretinde pazar payı elde etmenin ve rekabetin anahtarı konumunda bulunan

izlenebilirliğin bu sistemler ve ilgili yönetmeliklerle gıda güvenliği ve kalite standartlarının işletilmesinde önemli bir basamağı yerine getirdiği şüphesizdir.

## **YAŞ SEBZE-MEYVE SATIŞ YERLERİ OLARAK SEMT PAZARLARINDA GIDA GÜVENLİĞİ**

Ülkemizde aktif olan yaş sebze-meyve tedarik zincirinde, sanayiciler, dış satıcılar, toptancı halleri, komisyoncular, tüccarlar, pazarcılar, kooperatifler, semt pazarları, manavlar ve süper marketler olmak üzere birçok kanal yer almaktadır (Gül ve Akpınar, 2006: 22). Konuyla ilgili yürütülen bir araştırmaya göre Türk tüketicilerin %88,7'si yaş meyve-sebze alışverişini semt pazarlarından gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, tarihin çok eski dönemlerinden beri, özellikle de şehirlerde yaşayan orta ve alt gelirli aileler için ucuzluk ve çeşitliliği bir arada sunan alışveriş mekânları olarak semt pazarlarının (Yılmaz, 2006: 521), ülkemiz yaş meyve sebze tedarikinde öncelikli satış noktalarından biri olduğu ve sayıları her geçen gün artan büyük market zincirlerinin kişilerin alışveriş alışkanlıklarını değiştirmesine rağmen, semt pazarlarının halen yaş sebze ve meyve alışverişinde ağırlığını sürdürdüğü anlaşılmaktadır (Akpınar vd., 2009: 212).

Ülkemizde Pazar yerleri 12 Temmuz 2012' de yürürlüğe giren Pazar Yeri Yönetmeliği' ne tabidir (Pazaryerlerine Yönelik Hazırlanan Yönetmelik, 2012). Yönetmelik semt ve üretici pazarlarının kurulması, işletilmesi, taşınması ve kapatılmasını, yönetim ve denetimini, bu yerlerde faaliyet gösteren üretici ve pazarcılarda aranılacak nitelikleri, bunların çalışmalarını, yapacakları satışları, haklarını ve uymakla yükümlü buldukları kuralları, belediye ve diğer idarelerin görev, yetki ve sorumlulukları ile pazaryerlerine ilişkin diğer hususları kapsamaktadır ([www.mevzuat.gov.tr](http://www.mevzuat.gov.tr)). Yaş sebze ve meyve ürünleri ticareti ise 11 Mart 2010 tarihli “Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanunun” 7 ve 15 inci maddeleri esasına dayanmaktadır (Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 2010). Semt pazarları ve sebze-meyve ticaretine yönelik oluşturulan bu düzenlemelerin amacı:

- Bu yerlerde sebze ve meyveler ile belediyece müsaade edilen diğer gıda ve ihtiyaç maddelerinin ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasını temin etmek,
- Tüketicilerin hak ve menfaatlerini korumak ve üreticiler ile pazarcıların faaliyetlerini düzenlemek,

- Semt ve üretici pazarlarını modern bir yapıya kavuşturmak.

Bu amaçlar doğrultusunda semt pazarlarında gıda ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak yapılmasını sağlamak amacıyla, künye, kayıt sistemi, çöp alanları, tanıtım levhaları, fiyat etiketi, kıyafet, paketlenme, kimlik kartı ve malların özellikleri gibi unsurları içeren gereklilikler ile ilgili maddeler yönetmelikte açıklanmaktadır ([www.mevzuat.gov.tr](http://www.mevzuat.gov.tr)).

## **GIDA GÜVENLİĞİ SÜRECİNDE TÜKETİCİLERİN ROLÜ VE FARKINDALIĞININ GELİŞTİRİLMESİ**

Ülkemizdeki mevcut yaş-sebze meyve üretiminin ekonomiye olan katkısının artırılmasının bir diğer önemli basamağını üretici ve tüketicilerin gıda güvenliği ve bitkilerdeki sağlığa zararlı ilaç kalıntıları hakkında bilinçlendirilmesi oluşturmaktadır (Yaş Sebze Raporu, 2008: 18). Bu bağlamda semt pazarlarının tüketici, üretici ve satıcısı konumunda bulunan tarafların her birinin, gıda güvenliği farkındalığının geliştirilmesinde devlet ve bu konuda görev yapmakla sorumlu kurum ve kuruluşlarına büyük rol düşmektedir. Özellikle gıda güvenliği konusunun sağlık, ekonomik ve politik anlamda taşıdığı önemin büyüklüğü, bu konudaki yaptırım, mevzuat ve denetimlerin uygulanmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Konuya yönelik yürütülen tüm bu süreçlerin işleyişi konusunda belki de en fazla dikkat edilmesi gereken konuların başında tüketici ve üretici farkındalığının geliştirilmesi gelmelidir. Gıda güvenliği konusunda farkındalık düzeyi yüksek ve bu doğrultuda eylemler gerçekleştiren üretici ve tüketicilerin varlığı ile yanlış tarımsal uygulamalar sonucunda oluşabilecek su kirliliği, toprak kirliliği, biyolojik çeşitliliğin azalması ve çevre sorunlarını arttırması gibi insan sağlığını tehdit eden birçok olumsuzluğun önüne geçilebilir.

Bu noktada yaş sebze-meyve ürünlerine yönelik geliştirilecek doğru iletişim mesaj ve stratejileri ile kişilerin dikkatinin bu noktaya çekilmesi gıda güvenliği çalışmaları için önemli bir basamağı oluşturmaktadır. Gıda güvenliliği ile ilgili yürütülecek bu iletişim çalışmalarının ve çalışmalara yönelik mesajların tüketici, üretici ve satıcılara ulaştırılması ise halkla ilişkiler mesleğinin uzmanlık alanına girmektedir. Hedef kitlelere bilgi yaymak, gerçek bilgilere dayanan iletişim ve hedef kitlelerle iş birliği yapmayı temel alan halkla ilişkiler (Pira ve Baytekin, 2007: 13) çalışmaları devletin gıda güvenliği konusunda yürüteceği iletişim kampanya ve stratejilerin odağında olmalıdır. Öyle ki halkla ilişkilerin dışlinler arası bir alan olarak devlet ve kamuoyu arasında sağlayacağı iletişim, gıda güvenliği konularında da söz

sahibi olmasına olanak tanımaktadır. Devlet kurum-kuruluşlarının kamuoyu ile ilişkisi, gıda güvenliği gibi topluma yabancı bir kavram hakkında kamuoyuna bilgi sağlanması ve bu doğrultuda tutum ve davranış değişikliğine giderek, toplumda gıda güvenliği konusunda sağduyu ve iş birliği sağlanmasında iletişimin rolü çok büyük öneme sahiptir. Devlet kurum ve kuruluşları ile kamu arasındaki yürütülecek iletişimin temeli ise halkla ilişkiler uygulamaları olan kampanya ve iletişim stratejileri ile mümkündür.

## **KONUyla İLGİLİ YÜRÜTÜLEN BENZER ARAŞTIRMALAR**

Çalışmanın literatür kısmında araştırmanın ana konusu olan yaş sebze-meyve ürünlerinde gıda güvenliği konusunda çalışmaya benzer araştırmalar taranmış, gıda güvenliğinin yaş sebze-meyve ürünleri açısından ele alındığı çalışmalara ulaşılamamıştır. Ayrıca tüketicilerin gıda güvenliği farkındalığına yönelik yürütülen çalışmalarda halkla ilişkilerin rolünü ele alan çalışma da bulunmadığından, araştırma literatürdeki eksik çalışmalardan biri olarak nitelendirilebilir. Mevcut çalışmalarının neredeyse tamamında semt pazarları, ambalajlı ürünlerde gıda güvenliği, son kullanma tarihi ve etiket okuma davranışı konu edinilmiştir. Ancak semt pazarları, süpermarket, manav, hal, vb. yerlerde açık olarak satılan yaş sebze ve meyve ürünleri dışarıda bırakılmıştır. Araştırmaya benzer olduğu düşünülen çalışmalar aşağıdaki gibidir;

Azabağaoğlu ve Dursun (2008) “Tüketicilerin Modern Gıda Perakendecilerine Karşı Davranışının Analizi” adlı çalışmalarında gıda ürünlerinin tercih edildiği yerleri araştırmıştır. Araştırma sonucuna tüketicilerin gıda ürünleri tercihinde % 67 oranıyla marketlerin ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Tüketicilerin yaş sebze-meyve alışveriş yeri tercihinde ise % 34 oranıyla zincir hiper marketlerin ilk sırada, % 18 ile semt pazarlarının ikinci sırada yer aldığı bulgusu araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgudur.

Dilber ve Dilber (2013) “Üniversite Öğrencilerinin Gıda Ürünleri Tüketiminde Medyanın Etkisi” adlı çalışmalarında reklamların gıda tüketimine etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, reklamların tüketimi etkileme gücü yüksek olsa da öğrencilerin alım gücü düşük olduğu için etkinin azaldığı görülmüştür. Araştırmadan elde edilen bir diğer önemli bulgu, gıda ürünlerini satın almada markanın %72’ lik bir oranla güçlü bir etkiye sahip olmasıdır.

Günden vd. (2008) “İzmir İlinde Gıda Güvenliği, Kalite ve Fiyat Açısından Tüketicilerin Yaş Meyve ve Sebze Satın Alma Yeri Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Süreciyle Belirlenmesi” adlı çalışmalarında marketlerin kalite, gıda güvenliği ve ödeme kolaylığı

yönünden tercih edildiğini, mahalle pazarlarının ise fiyat ve alışkanlıklar yönünden tercih edildiğini tespit etmişlerdir. Manav tercihinin düşük olma sebebi olarak ise fiyat değişkeni belirlenmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin öncelikle mahalli pazarları, daha sonra ise hipermarket veya süpermarketleri tercih ettiği görülmüştür. Ayrıca tüketicilerin yaş meyve ve sebze satın alırken en fazla önem verdiği kriterlere bakıldığında, ilk sırada kalite ve fiyat olduğu belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen diğer önemli veri de tüketicilerin, gıda güvenliğine yaş meyve ve sebzenin dış görünüşünden daha fazla önem verdiğidir.

Karabaş ve Gürler (2012) “Organik Ürün Tercihinde Tüketici Davranışları Üzerine Etkili Faktörlerin Logit Regresyon Analizi ile Tahminlenmesi” adlı çalışmalarında tüketicilerin % 81’lik oranla büyük bir kısmının satın aldığı ürünün çevreye ve sağlığa olan zararlarını önemseydiğini, tüketicilerin %64,2’sinin ürünler üzerindeki bilgileri okuduğunu, tüketicilerin %39,3’ünün ise organik ürünle doğal ürünü aynı bulduğunu saptamışlardır. Ayrıca organik ürün tüketimi dikkate alınmaksızın, tüketicilerin meyve ve sebze alış-verişinde semt pazarlarının kullanım oranı %70 olarak tespit edilmiştir. Semt pazarlarını, manavlar ve süpermarketler izlemektedir. Ayrıca çalışmadan elde edilen bir diğer önemli veri, tüketicilerin meyve ve sebzelerde kimyasal olduğunu bilmesine rağmen alışverişlerde bu faktörü göz ardı edebilmesidir.

Topuzoğlu vd. (2007) “Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları” adlı çalışmalarında tüketicilerin % 85’inin gıdanın lezzetini, %84’ünün üretim yeri hijyenini, %71’nin besleyiciliği önemseydiğini, %83’ünün de gıda ürünü bozursa iade etme davranışı göstereceğini, %67’nin hormonsuz ürünlere fazla ödeme yapmaya razı olduğu ve %64’ünün sağlıklı ambalaj malzemesine dikkat ettiğini tespit etmiştir. Ayrıca tüketicilerden yalnızca % 52’sinin etiket bilgilerini okuduğunu, %51’nin ürünün zararına dikkat ettiğini ve %46’sının büyük marketlerde kaliteli ürün satıldığını düşündüğünü saptamıştır.

Kızıllar ve Kızıllar (2008) “Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları (Tokat İli Örneği)” adlı çalışmalarında tüketicilerin, besin değeri yüksek olan gıdaların pahalı olması görüşüne katılmadıklarını tespit etmişlerdir.

Türkiye Gıda Güvenliği Araştırması’ na (2008) göre Türk tüketicisinin %77’si gıda güvenliği ile ilgili yapılanların yetersiz olduğunu düşünmekte, yalnızca %21’i ise yapılanları yeterli bulmaktadır. Ayrıca tüketicilerin yalnızca %43’ü gıda güvenliği ile ilgili katı yasaların olduğunu ve %38’i ilgili yasaların tam olarak uygulandığını düşünmektedir. Çalışmadan elde edilen diğer önemli bulgular tüketicilerin yalnızca %59’u yasal otoritelerin gıda riskleri ile

ilgili kararlar alırken güncel bilimsel kanıtları dikkate aldığını, %54’ü yasal otoritelerin gıda ile ilgili riskler hakkında kamuoyunu oldukça iyi bilgilendirdiğini, %53’ü ise yasal otoritelerin vatandaşın sağlığına yönelik tehlike öngördüğünde çok hızlı harekete geçtiğini düşünmesidir. Bunlara ek olarak Türk tüketicilerin %78’inin gıda ürünü alırken güvenilir gıda oluşuna dikkat ettiği ve %96’sının gıda ürünlerinin ambalajları üzerinde daha çok bilgi olmasını istediği araştırma sonucunda ulaşılan bulgulardır. Türk kadın tüketicilerin yoğunluklu olarak alışveriş için pazarları tercih ettiği, erkek tüketicilerin ise bakkalları tercih ettiği belirlenmiştir. Yine aynı araştırmaya göre, Türk tüketicisinin gıda güvenliği konusunda en çok güvendiği kaynakların başında bilim adamları (%27), sırasıyla hekimler (%21), üreticiler (%10), tüketici örgütleri (%8), medya (%7) ve yasal otoriteler (%6) gelmektedir.

Koday ve Çelikoğlu’ nun (2011) “Geleneksel Alışveriş Mekânlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı)” adlı çalışmasında satıcıların tamamını kadınların oluşturduğu Bartın Kadınlar Pazarı’ nda pazara alışverişe gelenlerin de % 85’ini kadınların oluşturduğu görülmüştür. Araştırmaya göre pazarın alıcı kitlesi yetişkin nüfus grubunda yer alan insanlardan oluşmaktadır. Pazardan alışveriş yapanların çoğunluğu ev hanımlarından (%57), % 24’ü emeklilerden, % 11’i memurlardan ve % 7’si işçilerden oluşmaktadır. Ayrıca alıcıların yaklaşık % 33’ü asgari ücretli, % 38’i 600-1000 TL, % 23’ü 1000-2000 TL ve % 6’sı 2000 TL ve üzeri gelire sahiptir. Buna göre alıcıların % 71’inin 1000 TL’nin altında gelir grubundan olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda alıcıların çoğunlukla alt gelir grubunda yer alan insanlardan oluştuğu söylenebilir.

Uzunöz vd. (2008) “Kırsal Kadınların Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeyleri (Tokat İli Örneği)” adlı çalışmasında araştırmaya katılan kadınların yarıdan fazlasının (%61.80) gıda güvenliği kavramını daha önce hiç duymadığını saptamıştır. Ayrıca kadınların eğitim ve gelir düzeyleri arttıkça satın aldıkları gıda ürünlerinin güvenliği konusunda bilinç düzeylerinin arttığı gözlemlenmiştir.

Özgüç ve Mitchell (2000) “ Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekânları: İstanbul’da Haftalık Semt Pazarları” adlı çalışmalarında İstanbul’ daki periyodik pazarların alıcı-satıcı-satılan mal açısından özelliklerini ve mekânsal dağılımlarını incelemişlerdir. Alışveriş kolaylığı sağlamaları, her gelir düzeyinden kişilere seslenmeleri, ürün seçenekleri sunmaları ve ulaşılabilirlikleri nedeniyle pazarların diğer alışveriş yerlerine göre önemli bir alternatif oluşturduklarını belirlemişlerdir.

## **MATERYAL VE YÖNTEM**

### **ARAŞTIRMANIN AMAÇ, KAPSAM VE ÖNEMİ**

Gıda Üretimi ve Satış Yerleri Hakkındaki Yönetmeliğe göre (2003) semt pazarları sürekli denetlenmesi gereken işyerleri kategorisinde yer almaktadır. Pazaryerlerine yönelik hazırlanan yönetmeliğe (2012) göre; Pazaryerlerinde kullanılan ambalaj, satış yerleri tanıtım ve kimlik levhaları, satıcıların kılık, kıyafet ve temizliği, pazaryeri atıklarının atılmasına kadar birçok unsur yer almaktadır. Bununla birlikte üreticiler için yaş sebze ve meyvelerin ekimine yönelik gıda güvenliği düzenlemeleri mevcuttur. Bunlar tohum seçimi, uygun alet kullanımı ve ilaçlama süre aralığına yönelik bilgilerdir. Tüketiciler söz konusu olduğunda ise, gıda ürünlerinde buzdolaplarında belli bir derecede saklama, son kullanma tarihine bakma, etiket okuma, raf muhafaza şekline ve ambalaj kontrolünü yönelik oluşturulan gıda güvenliği kontrol faktörleri bulunmaktadır. Ancak hem yaş sebze ve meyve ürünleri hem de bu ürünlerin geleneksel olarak satıldığı pazaryerleri için bu faktörlerden bahsetmek mümkün değildir (Karaşahin, 2012). Bununla birlikte semt pazarlarında açıkta satılan yaş sebze ve meyve ürünlerinde gıda güvenliği konusunda tüketici farkındalığının araştırıldığı çalışmalara literatürde rastlanamamıştır. Bu kapsamda mevcut çalışmada tüketicilerin yaş sebze-meyve ürünlerinde gıda güvenliği konusundaki farkındalık düzeyleri, konuya yönelik bilgileri ve bu bilgilerinin kaynağı ile yürütülen iletişim kampanyalarından haberdar olma durumları başlıca araştırılan konulardır. Çalışma sonucunda, yürütülen gıda güvenliği çalışmalarında etiketsiz ürünlere yönelik eksik kalmış boyuta ilişkin, iletişim stratejileri önerilmesi ve araştırmadan elde edilen verilerin yürütülecek yeni araştırma ve uygulamalara veri sağlaması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında tüketicilerin;

- Gıda güvenliğine yönelik bilgi ve bilinç düzeyleri,
- Yaş sebze ve meyve alışverişinde tercih ettiği satış yerleri,
- Yaş meyve-sebze ürünlerini satın alırken tüketici olarak güvenilir gıda özelliğini arama durumları,
- Gıda güvenliği sürecinde üretici sorumluluğu ile ilgili görüşleri,
- Güvenilir gıda konusunda güven duydukları kişi, kurum ve kuruluşlar ile
- Güvenilir gıda farkındalığının geliştirilmesi için yürütülen ve yürütülmesi gerektiğine inandıkları halkla ilişkiler çalışmaları hakkındaki görüşleri hakkında bilgi sağlanması amaçlanmaktadır.

## VERİLERİN TOPLAMANMASI

### Ölçme Aracının Geliştirilmesi

Araştırmada sayısal veri elde etmeye imkân tanıyacak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi ile sonuçların nesnel ve ölçülebilir bir nitelik kazanması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda yaş sebze-meyve tüketicilerinin gıda güvenliğine yönelik farkındalıklarını belirlemek amacıyla altı bölümden oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formundaki soruların bir kısmı konuyla ilgili literatürden yürütülen çalışmalar, bir kısmı da konunun içeriği ve anketin uygulanacağı ana kütlenin özellikleri dikkate alınarak araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

Formun ilk bölümde tüketicilerin yaş meyve-sebze alışverişinde nereleri tercih ettiğini belirlemeye yönelik bir soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise tüketicilerin gıda güvenliği hakkındaki bilgi durumunu ortaya koyabilmeye yönelik bir soru yer almaktadır. İlgili iki soru araştırma hedefleri doğrultusunda araştırmacı tarafından geliştirilmiştir Üçüncü bölümde yer alan sorular; tüketicilerin yaş sebze ve meyve ürünlerinde gıda güvenliğine yönelik algılarını, gıda güvenliği konusundaki uygulamalara satış sürecinde ne kadar dikkat ettiklerini ve bunları ne derece uyguladıklarını belirlemeye yöneliktir. Katılımcıların güvenilir gıda farkındalığını tespit etmeye yönelik hazırlanan 60 soruluk bölümün 41 sorusu Türkiye Güvenliği Araştırması'ndan (2008) alınmış olup, kalan 19 sorusu ise araştırmacı tarafından literatürden faydalanarak geliştirilmiştir. Bu bölümdeki ifadeler 5'li Likert ölçeği ile ("Kesinlikle katılıyorum", "Katılıyorum", "Ne katılıyorum, ne katılmıyorum", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle katılmıyorum") hazırlanmış olup, tüketicilerin verilen ifadelere katılma/katılmama dereceleri ölçülmeye çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilgisine güvendiği kişi, kurum ve kuruluşların tespitine yönelik hazırlanan bölümün soruları yine araştırmacı geliştirmiştir.

Beşinci bölüm tüketicilerin yaş sebze ve meyve ürünlerinde gıda güvenliğine yönelik farkındalıklarını sağlayacak halkla ilişkiler çalışmalarının belirlenmesine yönelik soruların yer aldığı bölümdür. Sorular tüketicilerin güvenilir gıda farkındalığının geliştirilmesi için ihtiyaç duyulan halkla ilişkiler çalışmalarını tespit etmeye yönelik olup Sandra Oliver' ın Halkla İlişkiler Entegre Modeli' ndeki (2006) sekiz faktör esas alınarak geliştirilen 46 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümdeki ifadeler de 5'li Likert ölçeği ile ("Kesinlikle katılıyorum", "Katılıyorum", "Ne katılıyorum, ne katılmıyorum", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle

katılmıyorum”) hazırlanmış olup, tüketicilerin verilen ifadelere katılma/ katılmama dereceleri ölçülmeye çalışılmıştır.

Anket formunun son bölümünde ise katılımcıların tanımlamaya yarayacak demografik sorulara yer verilmiştir.

### **Pilot Test**

Hazırlanan anketler kolayda örnekleme yönetimi ile seçilen 102 kişiye bir pilot test çalışması ile uygulanmış olup, yapılan ön test sonucunda yeterli katsayıyı sağlamayan maddelerin çıkarılması suretiyle anket formu uygulama öncesi son halini alması amaçlanmıştır.

Anket formundaki maddelerin, her madde ile ölçek puanı arasındaki korelasyonların hesaplanmasına dayanan madde analizi sonucu korelasyon katsayısının işareti eksi, değeri sıfır veya sıfıra yakın olduğu görülmüş, maddeler diğer maddelerle ölçülmek istenen tutumu ölçmede yetersiz kaldığı görülmüştür. Ölçek puanı ile ilişkisi düşük maddeler, nihai ölçekle ölçülmek istenen tutumun ölçülmesine pek az katkıda bulunabileceği ve birbirleri ile düşük ilişki gösteren veya ilişkisiz olan maddelerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir ölçeğin güvenilirliği ve geçerliği düşük olacağı (Ghiselli vd. 1981’den akt. Tezbaşaran, 2008: 30) için, Güvenilir Gıda Algı Ölçeği’nden ve Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği’nden düşük korelasyona sahip ifadeler çıkartılmıştır.

Pilot test sonrasında 47 ifadeden oluşan Güvenilir Gıda Algı Ölçeği’ nin 0,883 güvenilirlik düzeyi, 45 ifadeden oluşan Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği’ nin ise 0,966 güvenilirlik düzeyinde olduğu tespit edilmiş, ölçme aracının örnekleme uygulanmasına uygun olacağına kararı verilmiştir.

### **Araştırma Örnekleminin Belirlenmesi**

Çalışmanın uygun örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yeterli örneklem büyüklüğü %5 hata payı, %95 güvenilirlik seviyesinde 470 kişi olarak belirlenmesine rağmen, anket güvenilirliğini arttırmak amaçlı 550 kişiye uygulanmıştır. Araştırma verileri tam cevaplanmış 489 adet form üzerinden SPSS 20.0 (Statistic Packets For Social Sciences) programı kullanmak sureti ile tanımlayıcı istatistikler üzerinde analiz edilmiştir.

## ANALİZ

### ÖLÇME ARACININ GÜVENİRLİK VE GEÇERLİLİĞİNİN TEST EDİLMESİ

Araştırmanın ikinci bölümünde katılımcıların 5’li Likert ölçeğinde yöneltilen sorulara verdiği cevaplara SPSS paket programı kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinin ilk aşamasında temel bileşenler yöntemi ile uygun olan faktör sayısı belirlenmiştir. Faktör sayısının belirlenmesinde varyansı 1’in üzerinde olan faktörler seçilmiştir. İkinci aşamada ise, belirlenen faktörlerin hangi değişkenleri içerdiği belirlenmiştir. Bu aşamada, varimax döndürme yöntemi sonuçlarına göre faktör yükü 0,50’nin üzerinde olan değişkenler dikkate alınmıştır.

### Gıda Güvenliğine Yönelik Algı Ölçeği’ nin Güvenirlik ve Geçerlilik Testi

Gıda Güvenliğine Yönelik Algı Ölçeği’ nin faktör analizi sonucunda, temel bileşenler yöntemi ile varyansı 1’ in üzerinde olan faktörler 5 olarak belirlenmiştir. İlişkili faktörlerin ölçülmek istenen davranışı açıklama oranı ise % 61 olarak ölçülmüştür. KMO testi sonucunda çıkan KMO katsayısının 0,6’ dan yüksek olması istenmektedir (Pett vd., 2003: 203). Bu değer araştırma kapsamında kullanılan veri setini faktör analizine uygun olduğunu göstermiştir.

Temel Bileşenler	Özdeğerler	Yüzde	Birikimli Yüzde	Döndürme Sonrasında Yükleme Karelerinin Toplamı	Yüzde	Birikimli Yüzde
1	6,122	25,507	25,507	5,049	21,037	21,037
2	4,455	18,562	44,069	2,696	11,233	32,270
3	1,691	7,047	51,117	2,543	10,596	42,866
4	1,344	5,600	56,717	2,472	10,300	53,166
5	1,032	4,301	61,018	1,885	7,853	61,018

**Tablo 1.** Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

		Component				
		1	2	3	4	5
Yasal Otorite Sorumluluğu	1.Ülkemizde gıda güvenliği ile ilgili yasalar, tam olarak uygulanır.	,851				
	2.Ülkemizde yasal otoriteler, üreticilerin karlarından ziyade tüketicilerin sağlığını ön planda tutar.	,831				
	3.Gıdanın güvenli olduğundan emin olmak için ülkemizde katı yasalar vardır	,826				
	4.Ülkemizde yasal otoriteler, gıda ile ilişkili riskler hakkında kamuoyunu oldukça iyi bilgilendirir.”	,824				
	5.Ülkemizde yasal otoriteler, gıda riskleri ile ilgili kararlar alırken en güncel bilimsel kanıtları dikkate alır.” yer almaktadır.	,811				
	6.Ülkemizde yasal otoriteler, vatandaşlarının sağlık riskleri ile ciddi olarak ilgililenirler	,794				
	7.Gıda ile ilgili birçok kural ve düzenleme vardır.	,754				
Risk Önleme	8.Yaş sebze ve meyve ambalajlarında ürünlerin besleyiciliği ile ilgili daha fazla bilgi olmasını isterim.” yer almaktadır.		,766			
	9.Yaş sebze ve meyve paketli değilse üretim yeri ve üretim süreçleriyle ilgili bilgileri öğrenmeye çalışırım.”		,686			
	10.Yaş sebze ve meyve satın alırken güvenilir gıda niteliğinin (sertifikasyonu) olmasını önemserim.		,646			
	11.Satın aldığım yaş sebze ve meyve paketli ise etiketlerini okurum		,631			
	12.Satın aldığım yaş sebze ve meyvelerin paket ve taşıma ambalajlarına dikkat ederim.		,596			
Güvenilir Gıda Bilgisi	13.Güvenilir yaş sebze ve meyve her zaman organik olarak üretilir			,707		
	14.Her organik yaş sebze ve meyve, güvenilir gıdadır			,672		
	15.Üzerinde hormonsuz, ilaçsız, doğal ya da köy tipi yazan yaş sebze ve meyve ürünleri güvenilir gıda ürünlerdir			,657		
	16.Güvenilir yaş sebze ve meyve, ilaç, hormon ve kimyasal kullanımının yasak olduğu ürünlerdir.			,623		
	17.Aynı yaş sebze veya meyve türü için besin değeri yüksek olanı daha pahalıdır			,531		
	18.Büyük market ve alışveriş merkezlerinde satılan yaş sebze ve meyveler kalitelidir.”			,427		
Tüketici Sorumluluğu	19.İthal edilen yaş sebze ve meyvelerin gıda hijyeni ve işlenmesi konularını önemserim.”				,850	
	20.İthal edilen yaş sebze ve meyvelerin yasal tehlike ve risk sınırlarının (ilaç, kalıntı vb) kontrolünü içeren analizlerin yapılmış olmasını önemserim.”				,848	
	21.Yaş sebze ve meyve üretimi sürecinde, yasal tehlike ve risk sınırlarının (ilaç, kalıntı vb) kontrolünü içeren analizlerin yapılmış olmasını önemserim.				,815	
Üretici Sorumluluğu	22.Satın aldığım yaş sebze ve meyveler zarar görmüş ya da bozursa iade ederim.					,783
	23.Hijyen ve üretim koşullarına uymayan ürünler hakkında şikayette bulunurum					,752
	24.Yiyecek maddelerinin satıldığı yerlerin koşulları (temizlik, hijyen, rutubet) çok önemserim					,566

**Tablo 2.** Varimax Temel Bileşenler Analizi: Döndürülmüş Yüklemeler Matrisi

Anket formundaki bazı maddelerin, her madde ile ölçek puanı arasındaki korelasyonların hesaplanmasına dayanan madde analizi sonucu korelasyon katsayısının işareti eksi, değeri sıfır veya sıfıra yakın olduğu görülmüş, maddeler diğer maddelerle ölçülmek istenen tutumu ölçmede yetersiz kaldığı görülmüştür. Ölçek puanı ile ilişkisi düşük maddeler, nihai ölçekle ölçülmek istenen tutumun ölçülmesine pek az katkıda bulunabileceği ve birbirleri ile düşük ilişki gösteren veya ilişkisiz olan maddelerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir ölçeğin güvenilirliği ve geçerliği düşük olacağı için, 47 maddelik Güvenilir Gıda Algı Ölçeği'nden düşük korelasyonlara sahip maddeler çıkartılmıştır.

Gıda Güvenliğine Yönelik Algı Ölçeği yapılan faktör analizi sonucunda 24 maddelik 5 faktörlü bir yapı göstermiştir. Ölçeğin bu hali uygulandığı kütle ve soru sayısı bakımından

yüksek güvenilirlik derecesi ( $r= 0, 862$ ) elde etmiştir. Beş faktöre ayrılan ölçeğin faktörleri literatürden faydalanılarak; *yasal otoritelerin sorumluluklarına ilişkin algılar*, *risk önleme*, *güvenilir gıda bilgisine yönelik algılar*, *üretici sorumluluğuna ilişkin algılar* ve *tüketici sorumluluğuna ilişkin algılar* olarak isimlendirilmiştir.

### **Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği' nin Güvenilirlik ve Geçerlilik Testi**

Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği' nin faktör analizi sonucunda, temel bileşenler yöntemi ile varyansı 1' in üzerinde olan faktörler 4 olarak belirlenmiştir. İlişkili faktörlerin ölçülmek istenen davranışı açıklama oranı ise % 63 olarak ölçülmüştür. KMO testi sonucunda çıkan KMO katsayısının 0,6' dan yüksek olması istenmektedir (Pett vd., 2003: 203). Bu değer araştırma kapsamında kullanılan veri setini faktör analizine uygun olduğunu göstermiştir.

Temel Bileşenler	Özdeğerler	Yüzde	Birikimli Yüzde	Döndürme Sonrasında Yüklemelerin Karelerinin Toplamı	Yüzde	Birikimli Yüzde
1	9,851	44,779	44,779	4,980	22,636	22,636
2	1,570	7,137	51,916	3,192	14,508	37,144
3	1,297	5,894	57,810	2,858	12,993	50,137
4	1,159	5,267	63,077	2,847	12,940	63,077

**Tablo 3.** Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Boyutlar	İfadeler	Component			
		1	2	3	4
Kamusal Yarar ve İkona	1.Yaşanan krizlerin tekrarlanmaması için ilgili merciler tarafından önlemler alınmalıdır.	,789			
	2.Gıda güvenliği ile ilgili bir krizden olumsuz etkilenen kişilerin zararı yasal olarak telafi edilmelidir.	,747			
	3.Gıda güvenliği kavramını halka tanıtmak amacıyla yazılı, görsel ve işitsel materyaller broşür, tanıtım kitapçığı, tanıtım filmi, bültenler vb.) hazırlanmalıdır.	,736			
	4.Gıda güvenliğini tanıtmaya yönelik hazırlanan materyallerin içerik, tasarım ve slogan bakımından dikkat çekici olmasını önemserim.	,691			
	5.Toplumun gıda güvenliği konusunda karşı karşıya kaldığı ve kalacağı riskler hakkında analizler yapılmalıdır.	,624			
	6.Gıda güvenliğiyle ilgili yürütülen çalışmaların başarısının ölçülmesini ve başarısızlıkların nedenlerinin belirlenmesini önemserim.	,607			
	7.Ücretsiz gıda güvenliği hattı kurularak tüketicilerin güvenilir gıda hakkındaki soru ve görüşleri alınmalı, konunun sürekliliği için tüketici ilişkileri iyi yürütülmelidir.	,586			
	8.Gıda güvenliğine yönelik kamuoyu ve tutum araştırmaları yürütülmesini önemserim.	,557			
	9.Gıda güvenliğiyle ilgili yürütülen araştırma ve geliştirme çalışmalarına bütçe ayrılmasını önemserim.	,552			
	10.Gıda güvenliği standartlarına uygun olarak üretilmemiş ürünlerin taşıdığı gıda riskleri hakkında uzman kişilerin ağızdan medyada bilgilendirilme yapılmalıdır.	,509			
Medya Yönetimi	11.Radyo ve televizyonların canlı yayınlarına bağlanılarak gıda güvenliğiyle ilgili açıklamalar yapılmalıdır.		,840		
	12.Programlarda yayınlanmak üzere gıda güvenliğini tanıtıcı ses ve video yayınları hazırlanmalıdır		,809		
	13.Gıda güvenliği ile ilgili sağlık dergilerine ve gazetelerin sağlık bölümlerine röportajlar verilmelidir.		,750		
	14.Kullanılan tüm medya araçlarında ücretsiz danışma hattı ve kurulan web sitesi hakkında bilgiler yer almalıdır.		,531		
İtibar ve Etkinlik Yönetimi	15.Gıda güvenliği ile ilgili tarafların ortaklaşa yürüttüğü çalışmalara hükümetin liderlik etmesini önemserim.”			,769	
	16.Gıda güvenliği ile yürütülen çalışmalarda tarafların (devlet, üniversite, sivil toplum örgütleri, basın, vb.) birliktelik mesajları vermesini önemserim.			,692	
	17.Gıda güvenliği ile ilgili yürütülen çalışmaların duyurulmasında sözcü olarak toplumun güven duyduğu kişi ya da kişiler seçilmelidir.”			,645	
	18.Gıda güvenliği konusunda yapılacak çalışmalar için üniversiteler, sivil toplum örgütleri, ticaret ve sanayi odaları, özel sektör temsilcileri ve medyanın yer aldığı tanıtım toplantıları düzenlenmelidir.”			,581	
Yasal süreçlerde paydaşlarla işbirliği	19.Devletin gıda güvenliği konusunda, ülkedeki ilgili tüm paydaşların (özel sektör, sivil toplum kuruluşları vb.) görüşlerini dikkate alarak yasa ve yönetmelikler çıkarmasını önemserim				,798
	20.Devletin gıda güvenliği politikalarında ilgili uluslararası kurum ve kuruluşlarla (AB Gıda güvenliği otoritesi, uluslararası gıda güvenliği örgütü, dünya sağlık örgütü vb.) diplomatik ilişkiler ve işbirliği sürdürmesini önemserim.				,724
	21.Devletin gıda güvenliği ile ilgili çalışmalarını aktivist hareket ve baskı grupları (sendika, dernek, vakıf, vb.) ile birlikte ortaklaşa yürütmesini önemserim.” yer almaktadır.				,712
	22.Sivil toplum kuruluşları gıda güvenli ile ilgili devlet düzeyinde alınacak karar ve yasaların uygulanması ve denetiminde aktif olarak çalışmalıdır.				,698

**Tablo 4.** Varimax Temel Bileşenler Analizi: Döndürülmüş Yükleme Matrisi

Anket formundaki bazı maddelerin, her madde ile ölçek puanı arasındaki korelasyonların hesaplanmasına dayanan madde analizi sonucu korelasyon katsayısının işareti eksi, değeri sıfır veya sıfıra yakın olduğu görülmüş, maddeler diğer maddelerle ölçülmek istenen tutumu ölçmede yetersiz kaldığı görülmüştür. Ölçek puanı ile ilişkisi düşük maddeler, nihai ölçekle ölçülmek istenen tutumun ölçülmesine pek az katkıda bulunabileceği ve birbirleri ile düşük ilişki gösteren veya ilişkisiz olan maddelerin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir ölçeğin güvenilirliği ve geçerliği düşük olacağı için, 45 maddelik Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği'nden düşük korelasyonlara sahip maddeler çıkartılmıştır.

Stratejik İletişim Yönetimi Ölçeği yapılan faktör analizi sonucunda 22 maddelik 4 faktörlü bir yapı göstermiştir. Ölçeğin bu hali uygulandığı kütle ve soru sayısı bakımından yüksek güvenilirlik derecesi ( $r=0,938$ ) elde etmiştir. Dört faktöre ayrılan ölçeğin faktörleri

literatürden faydalanılarak; *kamusal yarar ve ikna, medya yönetimi, itibar ve etkinlik yönetimi ve yasal süreçlerde paydaşlarla işbirliği* olarak isimlendirilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

### Katılımcıların Demografik Ve Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve meslekleri ile ilgili bilgileri aşağıda açıklanmaktadır (Tablo 5).

N		%		N		%	
<b>CİNSİYET</b>				<b>EĞİTİM</b>			
Kadın	258	53	Okuryazar	9	2		
Erkek	231	47	İlköğretim	60	12		
			Orta Öğretim	108	22		
			Yüksek Öğretim	302	64		
<b>YAŞ</b>				<b>MESLEK</b>			
18-25	156	32	Üniversite Öğrencisi	74	15		
26-35	144	29	Öğretmen/Akademisyen	47	10		
36-45	101	21	Ev Hanımı	53	11		
46-55	56	11	Memur	40	8		
56-65	29	6	Kamuda İşçi	8	1,5		
66 ve üstü	3	1	Özel Kurulmuşta İşçi	181	37		
			Serbest Meslek	60	12		
<b>GELİR</b>				Emekli	18	4	
Düşük (0-2000)	314	64	Serbest Meslek	60	12		
Orta (2001-4000)	139	28					
Yüksek (4001 ve üstü)	36	8					
Toplam	489	%100					

**Tablo 5:** Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikler

### Katılımcıların Gıda Güvenliğini Bilme Durumları

Bu bölümde araştırmaya katılan katılımcıların gıda güvenliğine yönelik algılarının ne olduğu ve bu algıların katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, gelir durumları, meslekleri, ailedeki birey sayıları ve sahip olunan çocuk sayısı değişkenleri ile ilişkisi incelenmiştir. Katılımcıların yarısından biraz daha fazla (%55,4) bir kısmını oluşturan 271 katılımcının gıda güvenliği kavramından haberdar ve bu konuda farkındalığı olduğunu söyleyebiliriz. Bunun yanı sıra katılımcıların %33,7'si gıda güvenliğinden haberdar ancak tam anlamıyla ne anlama geldiğini bilmemektedir.

### Katılımcıların Gıda Güvenliğini Bilme Durumlarının Demografik Faktörlere Göre Dağılımı

Gıda güvenliği farkındalığı ile cinsiyet ilişkisi incelendiğinde, kadınların %58,1 ile gıda güvenliği farkındalığının, erkeklerden (%52,3) daha yüksek olduğu söylenebilir.

Gıda güvenliği farkındalığı ile yaş ilişkisi incelendiğinde farkındalık düzeyi yüksek olarak nitelenebilecek kişilerin sırasıyla 26-35 yaş aralığı (86 kişi), 18-25 yaş aralığı (78 kişi) ve 36-45 yaş aralığındaki (59 kişi) kişilerdir.

Gıda güvenliği eğitim durumu incelendiğinde, farkındalık düzeyi yüksek kişilerin büyük çoğunluğunu %73' lük bir oranla (197) ile yükseköğretim eğitimi seviyesindekiler oluşturmaktadır.

Gelir değişkeni kapsamında katılımcıları güvenilir gıda farkındalığı incelendiğinde orta gelir grubunda yer alan katılımcılarının %71'inin ve üst gelir grubunda yer alan katılımcının %72' sinin gıda güvenliği bilgisi ve farkındalığının yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Bir diğer değişken olarak meslek ve gıda güvenliği ilişkisi incelendiğinde ise farkındalık düzeyi en yüksek kişiler sırası ile emekliler (%78) ve öğretmen/akademisyenlerdir (%68). Farkındalığı en düşük grup ise ev hanımlarıdır.

### **Katılımcıların Gıda Güvenliği Konusunda Güven Duyduğu**

#### **Kişi, Kurum ve Kuruluşlar**

Araştırmanın gıda güvenliği ile ilgili hangi kişi, kurum ve kuruluştan gelen haberlere inanırsınız sorusuna katılımcılar çoğunluk gıda uzmanları cevabını vermiştir. Sıralamada 10,1 puan alan gıda uzmanlarını sırasıyla, 9,95 puanla sağlık kurumları, 9,85 puanla aile ve arkadaş çevresi, 9,47 puanla uluslararası kurumlar, 9,08 puanla tüketici hakları örgütleri, 8, 88 puanla aktivist guruplar, 8,85 puanla üretici/çiftçiler, 8,69 puanla sivil toplum kuruluşları, 8,54 puanla kooperatifler, 8,36 puanla diğer tüketiciler, 7,78 puanla satıcılar, 7,74 puanla medya, 7,72 puanla yerel yönetimler, 7,63 puanla toptancı halleri, 7,24 puanla tanınmış kişiler ve 6,96 devlet kurum ve kuruluşları takip etmektedir. Bu veriler ışığında en çok güvenilen kişilerin gıda uzmanları ve en güvenilen kurumların da sağlık kurumları olduğunu söylemek mümkündür.

### **Katılımcıların Demografik Faktörler Açısından**

#### **Yaş Sebze-Meyve Satın Almada Yer Tercih**

Bu bölümde araştırmaya katılan katılımcıların yaş sebze-meyve alışverişinde tercih ettiği yerler ve bu tercihlerin katılımcıların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, gelir durumları, meslekleri, ailedeki birey sayıları ve sahip olunan çocuk sayısı değişkenleri açısından incelenmiştir. Araştırmanın yaş sebze-meyve tercih yeri ile ilgili sorusuna

katılımcıların 344'ü semt pazarı, 89'u manav/süpermarket, 24'ü üretici pazarı, 22'si organik pazar, 7'si diğer, 3'ü sebze meyve hali cevabını vermiştir. Bu veriler ışığında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%70,3) yaş sebze-meyve alışverişinde semt pazarlarını tercih ettiğini söyleyebiliriz.

Araştırma verileri yaş sebze ve meyve alışverişinde %52,3 oranla kadınların erkeklere (47,6) göre, semt pazarını daha fazla tercih ettiğini göstermektedir. Bununla birlikte yaş sebze-meyve alışverişi semt pazarlarından gerçekleştiren 344 kişinin 215'i yükseköğretim eğitim grubundandır. Bu veriler ışığında tüketicilerin eğitim durumlarının yüksek olmasına rağmen yaş sebze ve meyve ürünlerini semt pazarlarından almaları, güvenilir gıda farkındalıklarının düşük olduğu ya da farklı değişkenler nedeniyle semt pazarlarını tercih ettiği şeklinde yorumlanabilir. Günden, Miran, Uysal ve Bektaş (2008) araştırmalarında tüketicilerin semt pazarlarını fiyat ve alışkanlıkları nedeniyle tercih ettiğini tespit etmişlerdir.

Araştırmada yaş sebze-meyve alışverişinde semt pazarından gerçekleştiren grupların sırasıyla düşük (0-2000) ve orta (2001-4000) gelir grupları olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra tüm yaş guruplarından tüketicilerin semt pazarlarını sebze-meyve alışverişi semt pazarlarından gerçekleştirdiğini belirtmekle birlikte, en yüksek oranı yaşlı ve orta yaş grupları oluşturmaktadır. Eğitim söz konusu olduğunda ise yine gruplara arası farklılıktan söz etmek gerekmektedir. Bulgulara göre % 88,8 oranla okuryazarlar semt pazarı tercih sıralamasında birinci, %73 oranla ilköğretim grubunun ikinci, %71 oranla ortaöğretim grubunun üçüncü ve son olarak %69 oranla yükseköğretim grubu dördüncüdür.

Meslek söz konusu olduğunda ise gelire ilişkili olarak % 88 oranla işsizler semt pazarı tercih sıralamasında ilk sıradadır. Öğretmen/akademisyenler ikinci (%77), kamu işçileri üçüncü (%75), ev hanımları dördüncü (%73), emekliler beşinci (%72), üniversite öğrencileri altıncı (%71), özel kuruluş içi/yöneticileri yedinci (%69), serbest meslek mensupları sekizinci (%66) ve memurlar dokuzuncudur (%63).

### **Gıda Güvenliğine Yönelik Algıları Etkileyen Faktörler**

Araştırmada gıda güvenliği farkındalığı düşük tüketiciler ile yüksek tüketicilerin gıda güvenliğinin boyutlarına yönelik algılarında bir farklılık olup olmadığı incelenmiş, gıda güvenliği konusunda farkındalık düzeyi yüksek olan tüketicilerin ( $p=,011$ ) üretici sorumluluğu ( $p=,000$ ), risklerin önlenmesi ve yasal otorite sorumluluğuna ilişkin ( $,031$ ) daha negatif bir tutum içerisinde oldukları belirlenmiştir. Diğer bir değişle farkındalığı düşük olan tüketiciler yasal alanda gıda güvenliği ile ilgili yürütülen çalışmaları yeterli bulurken,

farkındalığı yüksek olanlar yetersiz bulmaktadır. Bununla birlikte yine farkındalığı yüksek olan tüketicilerin gıda güvenliği konusunda daha bilinçli olmakla beraber, üreticilerin bu konuya yönelik sorumluluklarını daha fazla önemsemektedirler.

Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik algılarının demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bulgular eğitim düzeyine göre gıda güvenliğine yönelik algıların farklılaştığını göstermiştir. Yasal otorite sorumluluğuna ilişkin algılar ( $p=,001$   $f=5,250$ ), Güvenilir gıdaya yönelik algılar ( $p=,000$   $f=6,150$ ) ve Tüketici sorumluluğuna ilişkin algılar ( $p=,018$   $f=3,399$ ) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Tablo 6).

Gıda Güvenliğine İlişkin Boyutlar		F	P
Eğitim durumu	Yasal otorite sorumluluğuna yönelik algılar	5,250	,001
	Risk önlemeye yönelik algılar	1,268	,285
	Güvenilir gıdaya yönelik algılar	6,150	,000
	Üretici sorumluluğuna ilişkin algılar	1,264	,286
	Tüketici sorumluluğuna ilişkin algılar	3,399	,018

**Tablo 6.** Katılımcıların Gelir Değişkenine Göre Gıda Güvenliğine İlişkin Algıları

Gıda güvenliğine ilişkin algıların hangi eğitim durumundaki katılımcılar arasında farklılaştığını belirlemek için Tukey testi karşılaştırılması yapılmış, ilköğretim ve yükseköğretim mezunlarının yasal otoritelerin gıda güvenliğine yönelik aldığı önlemler konusundaki görüşleri arasında farklılık olduğu ( $p=0,006$ ) görülmüştür. İlköğretim mezunları yasal otoriteleri sorumluluklarını yerine getirme konusunda yeterli bulurken ( $Df=,50559$ ), yükseköğretim mezunları yetersiz olduğunu düşünmektedir. Buna ek olarak lise ( $p=,018$   $Df=3,648$ ) ve üniversite eğitim düzeyinden olanların ( $p=,000$   $Df=4,103$ ) gıda güvenliğine yönelik bilinç düzeyi, ilköğretim mezunlarına göre daha yüksektir.

### **Tüketicilerin Gıda Güvenliği Farkındalık Düzeyine Göre Yaş Sebze-Meyve Satış Yeri Tercihleri**

Tüketicilerin yaş sebze-meyve satış yeri tercihlerinin gıda güvenliği farkındalık düzeylerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bulgular tüketicilerden gıda güvenliğini hiç duymadım diyenlerin %60,4'ünün, gıda güvenliğini duydum ama ne anlama geldiğini bilmiyorum diyenlerin %78'inin ve gıda güvenliğini duydum ve anlama geldiğini biliyorum diyenlerin de %67,5'i yaş sebze ve meyve alışverişini semt pazarlarından gerçekleştirdiği görülmektedir. Buradan tüketicilerin yaş sebze ve meyvelerdeki gıda risklerinden haberdar olmasına rağmen yine de semt pazarları tercih etmekten vazgeçmediğini söylemek mümkündür. Bu bulguya benzer olarak çalışmalarında tüketicilerin meyve ve

sebzelerde kimyasal olduğunu bilmesine rağmen bu faktörü göz ardı edebildiğini tespit etmiştir (Karabaş ve Gürler, 2012).

### **Yaş Sebze-Meyve Ürünlerinde Gıda Güvenliğine Yönelik Yürütülmesi Gereken Stratejik Halkla İlişkiler Çalışmalarına Yönelik Algılar**

Stratejik iletişim çalışmalarına yönelik boyutlara yönelik algıların gıda güvenliği farkındalık durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş, boyutların tamamına yönelik algıların farklılaştığı görülmüştür (Kamusal yarar ve ikna  $p=0.000$   $f=15,586$ ; Medya yönetimi  $p=0.000$   $f=9,177$ ; İtibar ve etkinlik yönetimi  $p=0.000$   $f=8,173$ ; Yasal süreçlerde paydaş işbirliği  $p=0.003$   $f=5,844$ ).

	<b>Gıda Güvenliğine İlişkin Boyutlar</b>	<b>F</b>	<b>P</b>
Gıda güvenliği farkındalığı	Kamusal yarar ve ikna	<b>15,586</b>	<b>,000</b>
	Medya yönetimi	<b>9,177</b>	<b>,000</b>
	İtibar ve etkinlik yönetimi	<b>8,173</b>	<b>,000</b>
	Yasal süreçlerde paydaşlarla işbirliği	<b>5,844</b>	<b>,003</b>

**Tablo 7.** Katılımcıların Gıda Güvenliği Farkındalık Durumuna Göre Stratejik Halkla İlişkiler Çalışmalarına İlişkin Algıları

Stratejik halkla ilişkiler çalışmalarına ilişkin algıların gıda güvenliği farkındalık düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tukey testi karşılaştırılması ile incelenmiştir.

Gıda güvenliği kavramını daha önce hiç duymayan katılımcılar, gıda güvenliği kavramını duyan ama ne anlama geldiğini tam olarak bilmeyen katılımcılar ve gıda güvenliğini duyan ve ne anlama geldiğini bilen katılımcıların yürütülmesi gereken stratejik halkla ilişkiler çalışmalarına yönelik algılarının farklılaştığı görülmüştür. Bulgular daha detaylı incelendiğinde gıda güvenliği kavramını duyan ama ne anlama geldiğini bilen farkındalığı yüksek tüketiciler gıda güvenliği farkındalığı düşük olan diğer katılımcılara göre tüm halkla ilişkiler çalışmalarını (kamusal yarar ve ikna  $p=0,000$   $Df=,53202$ ; medya yönetimi  $p=,000$   $Df=,42348$ ; itibar ve etkinlik yönetimi  $p=,008$   $Df=,32981$ ; yasal süreçlerde paydaşlarla işbirliği  $p=,003$   $Df=36469$ ) daha fazla önemsemektedir (Tablo 8).

Gıda Güvenliği Farkındalık Durumu	Stratejik Halkla İlişkiler Çalışmaları	Df	P
Hiç Duymamış	Kamusal yarar ve ikna	,38551	,001
Duymuş, ne anlama geldiğini bilmiyor.		,14650	,001
Duymuş, ne anlama geldiğini biliyor.		<b>,53202</b>	<b>,000</b>
Hiç Duymamış	Medya yönetimi	,27736	,038
Duymuş, ne anlama geldiğini bilmiyor.		,14613	,098
Duymuş, ne anlama geldiğini biliyor.		<b>,42348</b>	<b>,000</b>
Hiç Duymamış	İtibar ve etkinlik yönetimi	,10532	,635
Duymuş, ne anlama geldiğini bilmiyor.		,22449	,005
Duymuş, ne anlama geldiğini biliyor.		<b>,32981</b>	<b>,008</b>
Hiç Duymamış	Yasal süreçlerde paydaşlarla işbirliği	,28079	,046
Duymuş, ne anlama geldiğini bilmiyor.		,08390	,493
Duymuş, ne anlama geldiğini biliyor.		<b>,36469</b>	<b>,003</b>

**Tablo 8.** Katılımcıların Gıda Güvenliği Farkındalık Düzeyine Göre Stratejik Halkla İlişkiler Çalışmalarını Önemseme Durumları

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Literatür ve sahaya yönelik yaptığımız araştırmalarda, ülkemizde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Türkiye Gıda Güvenli Derneği tarafından yürütülen gıda güvenliği çalışmalarının duyurulmasında kullanılan kampanya ve iletişim çalışmaları incelenmiş, özellikle gıda güvenliğinde yaş sebze ve meyve pazarına yönelik yürütülen bir iletişim faaliyetine rastlanamamıştır.

Bu kapsamda çalışmanın araştırma bölümünde, İzmir ilinde yaşayan tüketicilere yönelik bir saha araştırılması gerçekleştirilmiş, katılımcıların; yaş sebze-meyve ürünlerinde gıda güvenliğine yönelik bilgi ve bilinç düzeyleri araştırılmıştır. Buna ek olarak yaş sebze-meyve alışverişlerinde ürünlerde güvenilir gıda olma özelliğini arama durumları, gıda güvenliği konusunda güven duydukları kişi, kurum ve kuruluşların hangileri olduğu ve konuyla ilgili tüketici farkındalığı sağlanması amacıyla yürütülmesi gerekliliğine inandıkları halkla ilişkiler çalışmaları hakkındaki görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda tüketiciler gerek gıda güvenliği, gıda seçimi, gerekse hak arama yönünden de yeterli bilgiye ve bilinçle sahip olmadığı görülmektedir. Gıda güvenliği konusunda üretim kalıplarını ve gıda güvenliği çalışmalarını etkileyebilecek, ekonominin ve toplumun değişimini sağlayacak bir hassasiyet olarak tüketici farkındalığının artırılıp, tüketicilerin bilinçlendirilmesinin sağlanması yürütülecek halkla ilişkiler çalışmaları ile mümkün olabilecektir. Bu kapsamda tüketicilerin konuyla ilgili öncelik verdiği stratejik iletişim çalışmalarının neler olduğu araştırılmıştır.

Bulgular tüketicilerin gıda güvenliği konusunda farkındalık sağlanması sürecinde en çok önem verdikleri boyutun konuyla ilgili kamusal yarar ve iknanın sağlanması ile ilgili boyutun olduğunu göstermektedir. Tüketiciler kamusal yarar ve iknanın sağlanması noktasında; tasarım ve içerik bakımından ilgi çekici gıda güvenliğini tanıtıcı materyallerin hazırlanarak kamuoyunun erişimine açılmasını, gıda güvenli çalışmaları için ar-ge bütçeleri ayrılmasını ve konuyla ilgili kamuoyu araştırmaları yürütülmesini, ürünlerin üzerinde güvenilir gıda etiket ve logosu bulundurulmasını, gıda riskleri hakkında toplumun bilgilendirmesini, gıda krizlerine karşı risk planları hazırlanıp yürütülmesini ve kriz durumlarında karşı karşıya kalabilecekleri riskler ve bunların telafisi konusunda kamunun bilgilendirilmesini talep etmektedirler. Konuyla ilgili yürütülecek iletişim çalışmalarında bu stratejilerin yürütülmesini gıda güvenliği çalışmalarının etkinliğinin artırılması, çalışmaların süreklilik ve tutarlılık kazandırılmasında ön koşul olarak belirtmektedirler.

Araştırma katılımcılarının ikinci derecede önem verdikleri boyut medya yönetimi boyutudur. Katılımcılar bu boyut kapsamında; gıda güvenliğinin tüm paydaşlarını içeren basın toplantıları, basın kokteylleri, radyo ve televizyonlarda canlı yayın bağlantıları, gıda güvenliğini tanıtan ses ve video yayınlarının hazırlanması, bu içeriklerin bir web sayfası kurularak buradan güncel ve doğru bilgilerin tüketicilere sağlanmasını öne çıkarmaktadırlar.

Çalışmamız kapsamında değerlendirilen bir diğer konu olarak gıda güvenliği konusunda güvenilen kişi, kurum ve kuruluşların kim olduğudur. Bu kapsamda konuyla ilgili çalışmaların başını çeken yasal otoritelere yönelik tüketici güveninin düşük olması araştırmada elde edilen önemli bir bulgudur. Bu kapsamda yasal otoritelerinin gıda güvenliği konusundaki çalışmalarını diğer paydaşları oluşturan; üniversiteler, sivil toplum örgütleri, sağlık ve gıda uzmanları, medya vb. kurumlarla ortaklaşa çalışarak yürütmesi önerilmiştir. Diğer bir yandan yasal otoritelerin yürüteceği bu çalışmalarda iknadan çok diyalogu temel alması, gıda güvenliği sürecinde hükümetin kamuoyu nazarında itibar kazanması için öncelik verilen konular arasındadır.

Ve son olarak tüketicilerin güvenilir gıda konusunda bilinçlenmesi, gıda tercihi ve gıda riskleri konusundaki bilgilerinin artması için, yaş sebze ve meyve ürünlerinde gıda güvenliği konusunun yeni ve daha geniş araştırmalarla desteklenmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abazoğlu, M. Ö. - Dursun, E. (2008). Tüketicilerin Modern Gıda Perakendecilerine Karşı Davranışının Analizi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 5 (1), 1-12.
- Akpınar, M.B. Özken, B. Oral, M.A. - Kızılay, H. (2009). Tüketicilerin Yaş Meyve Sebze Tedarik Kanalı Seçimi: Modern (Süper-Hipermarket) Perakendeciler. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 22 (2), 211-221.
- Aydın, M. (1973). Dünya’da ve Türkiye’de Gıda Kontrolü ve Standartları. Ankara: Türk Ticaret, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği Yayını.
- Başaran, E. (2008, Eylül- Ekim). Gıda Güvenliği Üzerine. *Gıda Güvenliği Dergisi*.
- Civelek, O. - Sayılı, M. (2006). Tokat İli Merkez İlçede Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halinin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çopur, U. Ö., Yonak, S. - Şenkoyuncu, A. (2010). Gıda Güvenliği ve Denetim Sistemi. *Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi (11-15 Ocak 2010)*. Ankara Bildiriler Kitabı-2 1127-1137. (Sözlü Bildiri)
- Dilber, F. – Dilber, A. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Gıda Ürünleri Tüketiminde Medyanın Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2 (1), 64-82.
- Gıda Üretimi ve Satış Yerleri Hakkında Yönetmelik. (2003). T. C. Resmi Gazete, 22692, 5 Temmuz 2003.
- Giray, H. - Soysal, A. (2007). Türkiye’de Gıda Güvenliği ve Mevzuatı. *Tsk Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6 (6), 485-490.
- Güder, G. (2006). Avrupa Birliği Gıda Güvenliği Politikası ve Türkiye’ye Yansımaları. *Devlet Planlama Teşkilatı Uzmanlık Tezi*
- Gül, M. – Akpınar, G. (2006). Dünya ve Türkiye Meyve Üretimindeki Gelişmelerin İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 1 (19), 15-27.
- Günden, C., Miran, B., Uysal, Ö.K. – Bektaş, Z.K. (2008). İzmir İlinde Gıda Güvenliği, Kalite ve Fiyat Açısından Tüketicilerin Yaş Meyve ve Sebze Satın Alma Yeri Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Süreciyle Belirlenmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*. Sayı: 45(522), 29-40.
- Hablemitoğlu, Ş. (2000) Gıda Güvenliği Konusunda Tüketici Hakları, *Standart Dergisi*, Ankara: Türk Standartları Enstitüsü (TSE).
- Halaç, E. (2002). Gıda Kalitesi Ve Gıda Mevzuatı İle İlgili Temel Kavramlar Işığında Türk ve AB Gıda Mevzuatının Karşılaştırılması. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 4, 107-131.
- Holland, D. - Pope, H. (2004). *Eu Food Law And Policy*. Kluwer Law International: Hauge.
- [Http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?Mevzuatkod=7.5.16.358&Mevzuatiliski=0&Sourcexmlsearch=Pazar](http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?Mevzuatkod=7.5.16.358&Mevzuatiliski=0&Sourcexmlsearch=Pazar)
- Karabaş, S. - Gürler, Z.A. (2012). Organik Ürün Tercihinde Tüketici Davranışları Üzerine Etkili Faktörlerin Logit Regresyon Analizi İle Tahminlenmesi. *Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 129-156.
- Karavaşin, Z. (2012). *Çiftlikten Sofraya Gıda Güvenliği*. Mersin: Alata Bahçe Kültürleri Araştırma İstasyonu Müdürlüğü Yayını.

- Keleş, (2007). Yeşil Pazarlama Tüketicilerinin Yeşil Ürünleri Tüketme Davranışları ve Yeşil Ürünlerin Tüketiminde Kültürün Etkisi İle İlgili Bir Uygulama. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, D. (2008). Tüketicilerin Gıda Güvenliğine Yönelik Bilgi, Tutum ve Davranışları. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kızıllarslan, N. - Kızıllarsal, H. (2008). Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri İle İlgili Bilgi Düzeyleri Ve Turumları: Tokat İli Örneği. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), 67-74.
- Koç, A. A, Bölük, G. - Aşçı. S. (2008). Gıda Güvenliği ve Kalite Standartlarının Gıda İmalat Sanayinde Yoğunlaşma Etkisi, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 16, 83-115.
- Koday, Ş. - Çelikoğlu, Ş. (2011). Kuyucu, Ş. (1994). Geleneksel Alışveriş Mekanlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı (Gala Bazarı). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15 (2), 243-262.
- Örgüç, N. - Mitchell, W. A. (2000). Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekanları: İstanbul'da Haftalık Pazarlar. Tasarım ve Kuram, 2, 35-58.
- Pazaryerlerine Yönelik Hazırlanan Yönetmelik. (2012). T.C. Resmi Gazete, 28351, 12 Temmuz 2012.
- Pira, A. - Baytekin, P. (2007). Halkla İlişkiler Neyi, Nasıl Yapmalı. İstanbul: Dönence Yayınları.
- Sarıkaya, N. (2007). Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması. Kocaeli Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 110-125.
- Sebze ve Meyveler İle Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun. (2010). T.C. Resmi Gazete, 27533, 11 Ocak 2010.
- Tarımsal Ürün İzlenebilirlik Sistemi. (2011) Gıda Güvenliği Dergisi.
- Tetik, S. (2012). Türk Tüketicinin Organik Ürün Tercih Etmesine Neden Olan Faktörlerin Uygulamalı Olarak İncelenmesi. Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, 1 (1), 37-64.
- Tezbaşaran, A. A. (2008). Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu. [https://www.academia.edu/1288035/Likert\\_Tipi\\_%C3%96l%C3%A7ek\\_Haz%C4%B1rlama\\_K%C4%B1lavuzu](https://www.academia.edu/1288035/Likert_Tipi_%C3%96l%C3%A7ek_Haz%C4%B1rlama_K%C4%B1lavuzu)
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F. - İkişık, H. (2007). Tüketicilerin Gıda Ürünleri İle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları. Tsk Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6 (4), 253-258.
- Tüketici Risk Algılama Araştırması (2008). Gıda Güvenliği Derneği Yayını.
- Türkiye Tarım Sektörü Raporu. (2013). Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayını, 230.
- Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Çalışma Gurubu Raporu. (2003). Devlet Planlama Teşkilatı Yayını.
- Uzunöz, M., Büyükbay E. O. - Bal, S. G. (2008). Kırsal Kadınların Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeyleri: Tokat İli Örneği. Bursa: Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), 35-46.
- Üçüncü, M. (2000). Gıdalarda Ambalajlama. İzmir: Ege Üniversitesi Yayını.
- Yaş Sebze Raporu. (2008). Türkiye Ziraat Odaları Birliği Yayını.

Yaş Sebze-Meyve Standardı Kitabı. (2008). Avrupa ve Birleşmiş Milletler. Dış Ticaret Müsteşarlığı Akdeniz İhracatçı Birlikleri, Mersin.

Yetim, H. - Kesmen, Z. (2012). Gıda Analizler (3. Baskı). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayını.

Yılmaz, C. (2006) Samsun Semt Pazarları. Geçmişten Geleceğe Samsun 1. Kitap (S.521-540). Samsun: Samsun Büyükşehir Belediyesi Yayını.

[Http://Www.Kultur.Samsun.Bel.Tr/Samsun2006/Doc/030.Pdf](http://www.kultur.samsun.bel.tr/Samsun2006/Doc/030.Pdf)

Zmo İzmir Şubesi Gıda Güvenliği ve Pazaryerleri Komisyonu'nun 5179 Sayılı Kanunun İzlenebilirlik İle İlgili 16. Maddesi Hakkında Görüş ve Öneriler. Tarım ve Mühendislik, 78-79, 100- 102.