

Türkiye ve Avrupa'daki Tüketicilerin Gıda Etiket Okuma Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Factors Affecting Consumers' Attitudes to Reading Food Labels in Turkey and Europe

Aybike CEBECİ¹, F. Esra GÜNEŞ²

ÖZET

Ülkelerin refah düzeylerinin artmasıyla birlikte tüketiciler, tükettikleri gıdaların besin ögesi içeriğine, güvenilirliğine ve sağlıklı olmasına daha çok önem vermektedir. Bu çalışmada, Türkiye ve Avrupa'daki tüketicilerin besin etiketi okuma alışkanlığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Genel olarak, ambalajlı gıda ürünlerinin üzerindeki etiket bilgilerinin okunma sıklığı incelendiğinde, sıklığın çalışmalarda yer alan insanların sosyodemografik özelliklerine, kişilerin sağlıklı beslenmeye karşı duydukları ilgiye, beslenme bilgi düzeylerine ve yaş aralıklarına göre değişiklik gösterebildiği belirlenmiştir. Buna ek olarak, sağlıklı beslenme için uygun ürün seçimi yapma konusunda bir bilgi açığı olduğu da bulunmuştur. Bu bağlamda, tüketicilerin besin etiketlerini okuma oranlarının artırılması için tüketicilerin bilinçlendirilmesi göz önüne alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme Bilgisi, Besin Etiket Okuma, Besin Etiketleri, Tüketici Davranışları

ABSTRACT

With increasing welfare of the countries, consumers have given more importance to the nutrient content, reliability and being healthy of the food they consumed. In this study, the determination the factors affecting the Turkish and European consumers' habit of reading food label is aimed. Within this study, data from the studies carried out in Turkey and different European countries have been evaluated. In general, when analyzed the reading frequency of the label information on the packaged food products, it has been determined that the frequency can vary according to sociodemographic characteristics of the people involved in studies, interest in healthy eating of people, level of nutritional knowledge and age range of individuals. In addition, it has also been found that there is lack of knowledge concerning the selection of the appropriate food product for healthy nutrition. In this context, raising the awareness of consumers need to be considered to increase the rate of reading food labels of consumers.

Keywords: Nutrition Knowledge, Food Label Reading, Food Labels, Consumer Behavior

¹Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, aybike.cebeci@marmara.edu.tr

²Doç. Dr. Diyetisyen, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, fegunes@marmara.edu.tr

GİRİŞ VE AMAÇ

Ülkelerin refah düzeylerindeki artışla beraber tüketiciler, tükettikleri gıdaların besin ögesi içeriğine, güvenilirliğine ve sağlıklı olmasına daha çok önem vermiştir. Bu bağlamda üreticiler, kalite kontrolünün göstergesi olarak ürünlerini sertifikalandırmaya ve etiketlemeye başlamıştır.¹ Kalite göstergesi olarak kullanılan sertifikasyon, etiketleme ve marka vs. özellikle tüketicinin anlamasının zor olduğu kalite niteliklerini (ürünün ilaç kalıntısı içermesi gibi) ifade ettiği için ayrıca önemlidir.² Ürün tüketicinin ihtiyacını, isteklerini, beklentilerini karşılıyor, sağlık koşullarına uygun olarak üretilmiş, besin maddeleri ve dış görünüş olarak uygun özelliklere sahipse tüketici tarafından kaliteli olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber, radyo, televizyon, internet vb. iletişim araçları aracılığıyla, tüketicilerin güvenli gıda hakkında bilinç düzeyleri de gelişmeye başlamıştır. Böylelikle gıda ürünleri satın alırken, tüketici tercihlerinde önemli boyutta değişiklikler oluşmuştur.³

Bu bilgilerin ışığında bireylerin doğru besinleri tercih etmelerini sağlamak için geliştirilen stratejilerden biri de besin etiketi bilgilerinin etkin bir şekilde kullanımına yönelik yapılan çalışmalardır. Etiket, ürünü tanımlayan bilgileri barındıran ve ürünün satın alınması esnasında bu bilgilerin tüketiciye anlaşılır bir biçimde aktarılmasını sağlayan araçtır.⁴ Besin etiketleri ise bir ürünün porsiyon, kalori, besin değeri gibi bilgilerini içeren ve ürün içeriği hakkında tüketiciyi bilgilendiren materyallerdir. Besin etiketi okuma alışkanlığının kronik hastalık prevalansının azaltılmasında, ağırlık kontrolünde ve sağlıklı beslenmede rolü olduğu çeşitli çalışmalarda gösterilmiştir.⁵⁻⁶⁻⁷

Dünya’da ilk defa Amerika’da Federal İlaç Kurumu (The Federal Drug Administration(FDA)), besin etiketlerinde yağ, doymuş yağ, kolesterol, kalori, karbonhidrat, protein, vitamin ve ürünün porsiyon bilgilerinin bulunduğu, kapsamlı bir yasa oluşturmuştur.⁸⁻⁹ Türkiye’de öncelikle

2011 yılında düzenlenen Türk Gıda Kodeksi, 28157 sayılı Etiketleme Yönetmeliği son olarak 2014 yılında resmi gazetede yayınlanan 28906 sayılı değişiklikle son halini almıştır.¹⁰⁻¹¹ Zorunlu etiket bilgilerinin yönetmelik hükümlerine uygun olarak besinlerde bulunması ve kolayca erişilebilir 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.¹² Gıda güvenliği açısından değerlendirildiğinde, ambalaj üzerindeki etiket bilgilerinin yeterliliği ve tüketicinin bunu algılama durumu öne çıkmaktadır.¹³ 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.¹⁴ Gıda etiketlerinin etkili olarak kullanılabilmesi için, tüketicilerin bilgiyi kullanma konusunda bilinçlendirilmesi ve etiketlerin daha iyi anlaşılması gerekmektedir.⁹

Bu çalışmada, Türkiye ve Avrupa’daki tüketicilerin besin etiketi okurken en çok hangi hususlara dikkat ettiklerinin ve tüketicilerin besin etiketi okuma alışkanlığını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Besin Etiketi Okuma Durumunu Etkileyen Faktörler

Tüketicilerin besin etiketi okumalarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunların başında etiket okumaya ayrılacak zaman, etiketlerin biçimi (boyut, kullanılan yazı karakteri, dil...) ve tüketicilerin değer yargıları ile genel olarak besinlerin üretimine, dağıtımına ve korunmasına yönelik tutumları gelmektedir.¹⁵

Türkiye’nin 26 farklı ilinde yaşayan, tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen 12–56 yaş arası 1536 bireyin besin etiketlerinde yer alan bilgileri kullanım düzeyleri ve etiket

bilgilerini kullanmama nedenlerinin incelendiği bir çalışmada; besin etiketinde yer alan bilgileri kullanma durumu %76,5 olarak belirlenmiştir. Besin etiketi okuma durumu yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi ve sosyoekonomik durum ile anlamlı olarak ilişkilidir ($p<0,001$). Ayrıca, bu çalışma ile terim, sembol ve değerleri anlamama, bilgi sunumunun zayıf olması, bilginin doğruluğu hakkında endişe duyulması, yazıların küçük olması gibi sebeplerin besin etiketlerinin okunması için engel olduğu ortaya konulmuştur.¹⁶

Başka bir çalışmada, ortaöğretim ve üniversite öğrencilerinin güvenli besin satın alma ve tüketme davranışları incelenmiştir. Araştırma sonucunda; erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre okul kantininden ambalajsız gıdaları daha fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla etiket bilgilerini daha çok okudukları görülmüştür. Öğrencilerin ambalajlı gıdaları satın alırken en çok dikkat ettikleri hususların başında; son kullanma tarihi, ambalajın açık olup olmadığı ve markanın geldiği görülmüştür. Gençlerin yaklaşık yarısının, ambalajlı besinleri satın alırken etiket bilgilerini okumadıkları saptanmıştır.¹⁷

İstanbul’da, 99 erkek ve 214 kadın tüketici üzerinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin etiketleri değerlendirmeleri ve etiket bilgilerindeki yetersizliklerin saptanması amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; 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. Etiketlerdeki bilgilerin yeterince denetlenmediği düşüncesi ile etikete güven duyulmadığı belirlenmiştir. Etiket okumada en çok dikkat edilen hususlar son kullanma (%84) ve üretim tarihleridir (%58,2).¹⁸

Bir başka çalışmada ise, 6 Avrupa ülkesinde (Birleşik Krallık (2019), İsveç (1858), Fransa (2337), Almanya (1963), Polonya (1800) ve Macaristan (1804)) yaşayan bireylerin besin etiketlerini okuma

düzeyleri ve etiketler üzerinde yer alan bilgileri anlama düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada, katılımcılara yüz yüze uygulanan anketin sonuçlarına göre; 6 ülkenin genelinde, tüketicilerin %16,8’inin besin etiketlerini okuduğu ve etikette en çok besinin günlük karşılama miktarlarına, üretim ve tüketim tarihlerine, içindekiler listesine, kalori, yağ ve şeker miktarlarına dikkat ettikleri saptanmıştır. Besinin günlük karşılama miktarını (GKM) anlama düzeyinin Birleşik Krallık, İsveç ve Almanya’da yüksek olduğu ancak diğer ülkelerde daha kısıtlı bir anlama düzeyi olduğu belirlenmiştir. Ülkeye özgü farklara ek olarak, yapılan regresyon analizi ile, besin etiketlerini okuma ve anlamamanın sağlıklı besin tüketimine olan ilgi düzeyinin farkından, beslenme bilgi düzeyinden ve sosyal statüden de etkilendiği sonucuna varılmıştır.¹⁹

Birleşik Krallık’ta yapılan bir çalışmada, tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen toplam 2940 tüketiciyle yapılan anket sonucu incelenmiştir. Araştırmada, tüketicilerin besin etiketleri üzerindeki bilgileri kullanım düzeylerinin tüketicilerin bu etiket bilgilerini anlama düzeylerinin doğru bir şekilde tahmin edilmesi, tüketicilerin beslenme bilgi düzeylerinin belirlenmesi ve demografik faktörler ve sağlıklı beslenmeye ilgi ile birlikte bu bilgi düzeyinin besin etiketleri üzerindeki bilgileri kullanma ve anlamaya ne şekilde etki ettiğinin saptanması amaçlanmıştır. Yapılan regresyon analizi besin etiketindeki bilgileri anlama düzeyinin başlıca beslenme bilgisiyle ilişkili olduğunu saptamış, besin etiketindeki bilgilerin kullanımının da başlıca sağlıklı beslenmeye olan ilgiyle ilişkili olduğunu ve ikisinin de demografik değişkenlerden farklı şekilde etkilendiğini göstermiştir. Buna göre; katılımcıların besin etiketlerini inceleme ve anlama oranı yüksek olup, bilgi düzeyinin artmasıyla etiket okuma düzeyi arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır.²⁰

Başka bir çalışmada ise, Hırvatistan’ın çeşitli bölgelerinde yaşayan, tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 15 yaş üzeri 1011 bireyle telefonla görüşülerek uygulanan

anketin sonucunda, yaşla birlikte besin etiketi üzerinde yer alan bilgileri kullanım düzeyinde bir değişme olup olmadığının incelenerek; katılımcıların %36'sının hiç etiket bilgisi kullanmadığı, %25'inin nadiren, %15'inin sıklıkla ve %19'unun ise her zaman besin etiketinde yer alan bilgileri okuduğu saptanmıştır. Ayrıca, eğitim seviyesi en yüksek olan ve hala eğitime devam eden kadın katılımcıların besin etiketinde bulunan bilgileri en çok kullanan bireyler oldukları belirlenmiştir. Besin etiketinde yer alan bilgileri kullananlar arasında, genç kesim kendilerini besin etiketi okumaya iten en güçlü sebebin “merak” olduğunu ileri sürerken, yaşlı kesim ise bunun sebebinin “sağlıklı beslenme isteği” olduğunu ileri sürmüştür. Buna ek olarak, araştırma sonucunda genç kesimin besin etiketlerindeki bilgileri daha rahat anladıkları, yaşlı kesimin ise besin etiketlerindeki bilgileri anlamada zorlandıkları ve yazı boyutlarının büyütülmesi gerektiğini düşündüklerini belirtmişlerdir.²¹

İstanbul'da yapılan bir çalışmada, 18 yaş üzerindeki 500 tüketici ile yüz yüze yapılan anket sonucu araştırılmıştır. Araştırmada, Türk tüketicilerinin, besin etiketleme konusundaki tutum ve davranışlarını ortaya koymak ve konuyla ilgili farkındalığı artırmak amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda, “besin değeri” bilgilerinin “etiket” bilgilerine göre daha az okunduğu; en sık okunan etiket bilgilerinin “son kullanma tarihi”, “üretim tarihi”, “raf ömrü”, “ürünün adı ve markası” ile “içindeki maddeler” olduğu bulunmuştur. İncelenen demografik değişkenlerden sadece “yaş” ve “eğitim seviyesi” ile “katılımcıların etiket bilgisi okuma sıklıkları” arasında farklılıklar olduğu görülmüştür.²²

İtalya'da yapılan bir çalışmada ise, tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen 400 bireyin, besin etiketleri üzerinde yer alan bilgileri kullanma ve anlama düzeylerinin, bunu etkileyen çeşitli faktörlerin ve beslenme bilgi düzeylerinin etiket okuma düzeyini etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; besin etiketlerini okuma düzeylerinin genel

olarak düşük olduğu, ancak besin etiketlerini anlama düzeyinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum; besin etiketlerini kullanmanın daha çok sağlıklı beslenmeye olan ilgi düzeyine bağlı olduğunu göstermektedir.²³

Kastamonu'da 116 denekle yapılan bir araştırmada, tüketicilerin; gelir gruplarına, eğitim düzeyine, cinsiyetine, yaşına ve mesleklerine göre ambalajlı gıda maddelerinin son kullanma tarihine önem verme durumları incelenmiştir. Araştırma bulgularında, tüketiciler için gıda maddelerinin güvenli olmasının son kullanma tarihinden daha önemli olduğu belirtilmiştir. Son kullanma tarihine verilen önemin; farklı gelir gruplarında %70,6–76,9 arasında değiştiği, erkekler ve yaşlıların (50 ve daha üstü) daha büyük oranda önemsendiği ve eğitim düzeyinin önemli bir farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir.²⁴

Birleşik Krallık'ta bulunan 37 üniversiteden rastgele seçilen 500 öğrenci (375 kadın, 125 erkek) üzerinde yapılan kesitsel bir araştırmada, beslenme bilgisinin ve sağlıklı beslenmeye yönelik ilginin besin etiketlerindeki bilgileri kullanmaya etkisi olup olmadığı incelenmiş, katılımcıların beslenme bilgilerinin yaş, cinsiyet ve ırka göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca, bu çalışma ile beslenme bilgisinin ve sağlıklı beslenmeye olan ilginin besin etiketleri üzerinde yer alan bilgilerin kullanılmasında pozitif etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.²⁵

Hırvatistan'ın çeşitli bölgelerinde yaşayan 200 tüketicinin beslenme bilgi düzeylerinin besin etiketi kullanma durumlarına etkilerinin incelendiği bir araştırmada, demografik veriler, beslenme bilgi düzeyi testi ve besin etiketlerinde yer alan bilgileri kullanma durumuna yönelik soruların bulunduğu bir testi de içeren 3 bölümden oluşan kapsamlı bir anket uygulanmıştır. Katılımcılar verdikleri cevaplara göre iyi, orta ve düşük beslenme bilgi düzeylerine sahip kişiler olmak üzere 3 sınıfa ayrılmışlardır. Anket sorularına verilen cevapların %70'inin doğru olduğu fakat günlük besin seçiminde beslenme bilgisini kullanma düzeyinin düşük olduğu

saptanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, bilgi düzeyi iyi olan grubun (orta yaşlı ve üniversite mezunu) besin etiketlerini inceledikleri ve incelerken en çok şeker ve yağ içerikleri, içindekiler kısmı ve katkı maddeleri listesine dikkat ettikleri saptanmıştır. Ayrıca aynı grubun besin etiketleme politikasının yararlı olduğunu, besin etiketi üzerindeki bilgilerin anlaşılır olduğunu ve besin seçimi yaparken yararlı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Ek olarak, çalışmada etiketteki bilgilerin kullanımının eğitim düzeyi ve bilgi düzeyinden anlamlı olarak etkilendiği de saptanmıştır.²⁶

Türkiye'nin 10 ilinin çeşitli bölgelerinde yaşayan 18–65 yaş arası 1200 tüketicinin besin etiketi, beslenme ve sağlık beyanları hakkındaki fikirleri ve bunları kullanımlarının incelendiği bir çalışmada, hem kadınların hem de erkeklerin büyük çoğunluğunun (sırasıyla %64,7, %68,2) besin etiketlerini nadiren okudukları belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, besin etiketi okuma yüzdesinin bireylerin eğitim ve gelir düzeylerinin artmasıyla yükseldiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Ayrıca, erkeklerin çoğunluğunun (%71) besin etiketlerini besinin fiyatını öğrenmek için, kadınların çoğunluğunun (%79) ise besin etiketlerini besinlerin enerji değerini öğrenmek için

okudukları belirlenmiştir. Ek olarak, kadınların erkeklere oranla beslenme beyanları hakkındaki bilgilerinin daha yüksek olduğu, beslenme beyanlarından besinin trans yağ içermemesi (%23,5, %21) ve düşük yağlı/yağsız (%23,3, %20,5) olmasının kadınlar ve erkekler tarafından en çok okunan beslenme beyanları olduğu, sebze ve meyvelerdeki organik beyanının en çok dikkat çeken beyan olduğu (%52) ve “Düşük kolesterol sağlığın korunmasına katkıda bulunuyor.” beyanının en çok okunan sağlık beyanı olduğu belirlenmiştir.²⁷

İstanbul Ümraniye’de hizmet veren bir sağlık ocağına başvuran 167 kişinin gıda ürünlerini satın alma konusundaki tutum ve davranışları incelendiğinde, katılımcılar tarafından en çok önemsenen tutumun ürün ambalajının sağlamlığına dikkat etmek olduğu bulunmuştur (%92,8). Ayrıca, çalışmayla katılımcıların etiket okumayı %52,1 oranında onayladığı, katılımcıların %39,6’sının son kullanma tarihine ve %28,8’inin ürünün içerdiği mineral maddelere dikkat etmediği bulunmuştur. Buna ek olarak, satın almada etiketlerin kullanımının tüketiciler arasında yaygın olmadığı ve gıda ürünlerini denetleyen kurumların tüketiciler tarafından pek bilinmediği bulunmuştur.²⁸

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye ve Avrupa'daki tüketicilerin besin etiketi kullanımı konusundaki tutum ve davranışları ve buna etki eden faktörler incelenmiştir. Genel olarak, etiket bilgilerinin okunma sıklığına bakıldığında, sıklığın çalışmanın yapıldığı kesimin sosyal ve demografik özelliklerine, bireylerin bilgi düzeylerine ve yaş aralıklarına göre değişiklik gösterebildiği görülmektedir.

Yapılan çalışmalara göre; en sık okunan etiket bilgileri arasında üretim ve son kullanma tarihi, ürünün adı, markası ve içindeki maddeler kısmı yer almaktadır. Ancak, bu bilgileri bazen okuyan veya hiç okumayan bireylerin oranı da yüksektir.

Türkiye ve Avrupa'da daha önce yapılan çalışmalarda ortaya konulduğu gibi, besin etiketleri üzerinde yer alan ve obeziteyle mücadelede büyük önem taşıyan besin değeri bilgilerinin okunma oranının düşük olduğu söylenebilir. Bu bilgileri okumayan tüketicilerin gıda alışverişi yapan bireyler oldukları düşünüldüğünde, hem kendilerinin hem de aile bireylerinin sağlığı açısından söz konusu bilgileri okumalarının ne kadar önemli olduğunun bilincinde olmaları gerekmektedir. Bu, her ne kadar tüketicilerin sorumluluğunda olsa da, devletin de bilinçlendirme çalışmalarında bulunması ve tüketicilere eğitim vermesi oldukça önemlidir. Özellikle ilk ve ortaöğretim programlarında beslenmeyle ilgili derslerin müfredata konulması, geleceğin tüketicilerinin bilinçli bireyler olarak yetişmelerinde faydalı olacaktır.²²

Yapılan birçok çalışmayla, bireylerin beslenme bilgi düzeylerinin artmasıyla besin etiketi kullanım ve anlama düzeyleri arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca bu çalışmalar, bireylerin eğitim seviyelerinin besin etiketi kullanım ve anlama düzeyi üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucunu da doğrulamaktadır. Buna göre, eğitim seviyesi yüksek kişiler besin etiketlerini daha sık kullanmakta ve daha iyi anlamaktadır.

Etiketlerin, genel olarak, besin değerleri ile ilgili bilgi sahibi olmak ya da ürünün içeriğinde belli başlı bir takım bileşenlerin varlığını öğrenebilmek amacıyla okunduğu yapılan birçok çalışmayla ortaya konulmuştur. Bireyleri besin etiketlerini okumaktan alıkoyan belli başlı faktörler ise; ambalaj üzerindeki bilgilerin okunamayacak kadar küçük olması ve çabuk silinmesi, ürünün içeriği hakkındaki bilgilerin yetersiz olması, ithal ürünlerde orijinal çeviri olmaması, kullanma ve saklama bilgilerinin yetersizliği, rengin okumayı güçleştirmesi, şekillerin anlaşılabilmesi ve üretim/son kullanma tarihinin olmaması şeklinde sıralanabilir.²⁹ Ayrıca yapılan bazı çalışmalarda etiketlerde çok fazla bilgi verildiğinde, tüketicilerin akıllarının karışabildiği ortaya konmaktadır. Etiket okumayan bir kısım tüketicinin ise yeterli zamanları olmadığı, tanımları anlayamadıkları, anlamaları zor olduğu ya da beslenme konusu ile ilgilenmedikleri için etiket bilgisi okumadıkları görülmektedir.³⁰

Özetle, yapılan çalışmalarla, Türkiye ve Avrupa'daki tüketicilerin besin etiketlerine yönelik tutumları benzer olup bu tutumları etkileyen faktörlerin de benzer olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak, besin etiketlerini okuma düzeyleri sosyo-demografik özelliklerle ve çalışma yapılan bölgenin birtakım özellikleriyle değişebilmektedir. Bu nedenle, yapılan çalışmalarla genelleme yapmanın çok doğru olmayacağı düşünülmektedir. Buna ek olarak, bilgi düzeyiyle besin etiketlerinde yer alan bilgileri anlama düzeylerinin doğru orantılı olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, besin etiketlerinde yer alan bilgileri anlama durumunun bireylerin besin seçimlerini etkilediği Türkiye ve Avrupa'da yapılan çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur. Bu bağlamda, tüketicilerin bilinçlendirilmesinin daha sağlıklı nesiller ortaya çıkaracağı öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Sanchez, M., Sanjuan, A.I., Akl, G. (2001). The Influence of Experience in Consumption and Personal Attitudes on the Purchase of Lamb and Beef. 71st EAAE Seminar, Zaragoza-Ispanya.
2. Caswell, J.A., Noelke, C.M., Mojduszka, E.M. (2002). Unifying Two Frameworks for Analyzing Quality and Quality Assurance for Food Products (B. Krissoff, M. Bohman ve J.A. Caswell Editör). Global Food Trade and Consumer Demand for Quality, Kluwer Academic/Plenum Publishers, New York, s.43-61.
3. Onurlubaş E. (2015). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği. G.O.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara (Danışman: Prof. Dr. A. Zafer GÜRLER).
4. Pride, W., Ferrell, O.C. (2013). Foundations of Marketing. Cengage Learning. Higher Education, 220.
5. 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.
6. 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: 414-18.
7. Satia, J.A., Galanko, J.A., Neuhaus, M.L. (2005). Food nutrition label use is associated with demographic, behavioral, and psychosocial factors and dietary intake among African Americans in North Carolina. *J. Am. Diet. Assoc.* 105: 392-402.
8. Solomon, M.R., Marshall, G.W., Stuart, E.W. (2012). Marketing: Real People, Real Choices. Pearson Education Limited.
9. Demirci, A., Demirci, A. (2013). Kozmetik ürün etiketlerindeki sembollerin bilinirliği. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 136-45.
10. T.G.K. (2011). Türk gıda kodeksi etiketleme yönetmeliği, Resmi Gazete, 28157, 29 Aralık 2011.
11. T.V.H.B. (2014). Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, Resmi Gazete, 28906, 7 Şubat 2014.
12. Tek, B.Ö. (2000). 21. Yüzyılın Başında Tüketicinin Korunması'nın Değişen Gündemi çerçevesinde Türkiye'nin Yeri. 21.Yüzyıla Girerken Tüketici Olarak Haklarınızı Biliyor Muyuz? Standart, 16-25.
12. Gün, İ., Orhan, H. (2011). Süt ve Ürünleri Tüketicilerinin Etiket Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi. *İğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech.*, 1: 45–51.
13. T.K.B. (2002). Türk Gıda Kodeksi Gıda Maddelerinin Genel Etiketleme ve Beslenme Yönünden Etiketleme Kuralları Tebliği. Resmi Gazete, 2002/58.
14. Food Standards Agency. (2010). Public attitudes towards, and use of, general food labeling. Social Science Research Unit Oxford Evidentia, UnitReport 4.
15. 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.
16. Alpuğuz G., Erkoç F., Mutluer B., Selvi M. (2009). Gençlerin (14-24 Yaş) Gıda Hijyeni ve Ambalajlı Gıdaların Tüketimi Konusundaki Bilgi ve Davranışlarının İncelenmesi. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 66 (3): 107–115.
17. Güneş FE., Aktaş Ş., Omurtag Korkmaz Bİ. (2014). Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları. *Akademik Gıda*, 12 (3): 30–37.
18. Grunert GK., Fernandez-Celemin L., Wills JM., Bonsmann SSG., Nureeva L. (2010). Use and Understanding of Nutrition Information on Food Labels in Six European Countries. *J Public Health*, 18: 261–277.
19. Grunert GK., Wills JM., Fernandez-Celemin L. (2010). Nutrition Knowledge, and Use and Understanding of Nutrition Information on Food Labels Among Consumers in the UK. *Appetite*, 55: 177–189.
20. Ranić J., Barić I.C. (2011). Differences Between Younger and Older Populations in Nutrition Label Reading Habits. *British Food Journal*, 113 (1): 109–121.
21. Aygen FG. (2012). Tüketicilerin Besin Etiketleri İncelenmesi Konusundaki Tutum ve Davranışları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (3): 28–54.
22. Annunziata A., Vecchio R. (2012). Factors Affecting Use and Understanding of Nutrition Information on Food Labels: Evidences from Consumers. *Agricultural Economics Review*, 13 (2): 103–116.
23. Köse N., Yaman M. (2010). Tüketicilerin Gıda Maddelerinin Son Kullanma Tarihine Verdikleri Önem Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu İli Merkez İlçe Örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18 (1): 233–240.
24. Cooke R., Papadaki A. (2014). Nutrition Label Use Mediates the Positive Relationship Between Nutrition Knowledge and Attitudes Towards Healthy Eating with Dietary Quality Among University Students in the UK. *Appetite*, 83 (1): 297–303.
25. Kresic G., Mrduljas N. (2016). The Relationship Between Knowledge and the Use of Nutrition Information on Food Package. *Acta Alimentaria*, 45 (1): 36-44.
26. Gezmen Karadağ M., Türközü D. (2017). Consumers' Opinions and Use of Food Labels, Nutrition, and Health Claims: Results from Turkey, *Journal of Food Products Marketing*, DOI: 10.1080/10454446.2017.1266558. Erişim Tarihi: 6 Eylül 2017.
27. Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkışık, H. (2007). Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları. *Kor Hek*, 6 (4): 253-58.
28. Karabiber, C., Hazer, O. (2010). "Tüketicilerin Bilgi Kaynağı Olarak Gıda Ürünlerindeki Etiketleri Okuma ve Anlamada Karşılaştıkları Sorunların İncelenmesi", Hacettepe Üniversitesi Tüketici-Pazar-Araştırma-Danışma Test ve Eğitim Merkezi Tüketici Yazıları II, 253-270.
29. Ünüsan, N. (2004). "Preschool Teachers' Attitudes Towards Nutritional Information on Food Labels in Turkey and Recommendations for an Educational Programme", *Early Child Development and Care*, 174 (7): 629 – 638.