

*Araştırma/Research Article***Tüketicilerin Gıda Ürünleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Sağlık Risklerine Karşı Tutumları****Ahmet Topuzoğlu\*, Seyhan Hıdıroğlu, Pınar Ay, Fatih Önsüz, Hatice İkişık***Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı AD, İstanbul**\*Ahmet Topuzoğlu, Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı AD, İstanbul. E-posta: [atopuzoglu@marmara.edu.tr](mailto:atopuzoglu@marmara.edu.tr)***Kor Hek 2007; 6 (4): 253-258**

**Özet:** Bu çalışmanın amacı, İstanbul Ümraniye’de hizmet veren bir sağlık ocağına başvuran kişilerin gıda ürünlerini satın alma konusundaki bilgi ve tutumlarının incelenmesidir. Tanımlayıcı olarak planlanan bu çalışmada, veriler sağlık ocağına başvuran 167 kişiden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Anket formu; sosyodemografik değişkenlerin yanı sıra gıda alımı, tüketimi ve gıda zehirlenmesi ile ilgili deneyim, bilgi ve tutumlarını ölçen bir grup sorudan oluşmaktadır. Tanımlayıcı analizlerin yanısıra gıda maddeleri alımında dikkat edilen kalıpları ortaya koymak amacıyla faktör analizi de kullanılmıştır. Çalışmaya katılan 167 kişinin yaş ortalaması 32,4±11,0’dır ve %81,4’ü kadındır. Çalışmada son bir yıl içinde gıda zehirlenmesi atak hızı %3,3 olarak tespit edilmiştir. Gıda ürünlerini denetleyen kurumları, katılımcıların sadece %18,6’sı bildiğini ifade etmiştir. Gıda maddesinin alımında ürün ambalajının sağlamlığına dikkat etme, katılımcılar tarafından en çok önemsenen tutum olmuştur (%92,8). Gıda ürünü bozursa iade etme tutumu %83,2 olarak saptanmıştır. Katılımcılar etiket bilgilerini okumayı %52,1 oranında onaylamaktadırlar. Son kullanma tarihlerine dikkat etmeme (%39,6), ürünün içerdiği mineral maddelere dikkat etmeme (%28,8) oranında onaylanmıştır. Tüketicilerin gıda maddelerini alırken takındığı tutumları açıklamak üzere incelenen faktörler sekiz ana grupta toplanmıştır. Sağlıklı beslenme için uygun ürün seçimi yapma konusunda bir bilgi açığı mevcuttur. Satın almada etiketlerin kullanımı tüketiciler arasında yaygın değildir ve sağlık eğitimcileri için bir müdahale alanıdır. Denetim ve kontrol yapan kuruluşların tüketiciler tarafından bilinmesi ve ulaşılabilir olması sağlanmalıdır.

**Anahtar kelimeler:** gıda ürünleri, satın alma, tüketici, bilgi, tutum

**Consumers’ Knowledge Related To Food Products And Their Attitudes To Health Risks**

**Abstract:** The objective of this study is to determine the knowledge and attitudes related to food purchase among individuals who apply to a primary health care center in Umraniye, Istanbul. In this descriptive study, data was collected through face to face interviews from 167 individuals who had applied to a primary health care center. The questionnaire form included sociodemographic variables as well as a group of questions that determine knowledge and attitudes related to food purchasing, consuming and food poisoning. Besides descriptive statistics, factor analysis was used in order to determine the attitudinal patterns related to food purchasing. The mean age of the 167 participants was 32.4±11.0. Among all 81.4% were female. The attack rate of food poisoning within the last one year was determined as 3.3%. Only 18.6% of the participants reported that they knew the organizations which monitor the safety of food products. The most approved attitude among the participants was the concern related to the durability of the package of the food products (92.8%). The attitude of returning the spoiled food back was 83.2%. Among all, 52.1% of the participants approved the attitude of reading food labels. 39.6% of the participants did not consider the expiry dates while 28.8% did not consider the mineral contents of the products. Factor analyses revealed eight factors for explaining the attitudinal patterns related to food purchasing. There is lack of knowledge concerning the selection of the appropriate food product for healthy nutrition. Reading product labels was not frequent during food purchase and so should be considered as an intervention area for health education. The consumers should get to know and access the organizations which monitor and control the safety of food products.

**Key words:** food products, purchase, consumer, knowledge, attitude

**GİRİŞ**

Yeterli gıdaya erişim geçmişten bugüne insanların temel sorunu olmuştur. Psikolog A.H. Maslow insan ihtiyaçlarını önceliklerine göre sıraladığında yeme, içme, uyku gibi fizyolojik ihtiyaçların ilk sırada yer aldığını ortaya koymuştur. Bu sıralamada gıda, insan ihtiyaçlarının birinci basamağı olan fizyolojik

ihtiyaçlar arasında yer almaktadır (1). Beslenme; büyüme, gelişme, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşamak için gerekli olan öğelerin alınması ve vücutta kullanılmasıdır. (2) Yeterli ve dengeli beslenemeyen bir toplumun sağlıklı ve iş görebilir güçte yaşaması, ekonomik ve sosyal refahının artması mümkün değildir.

Yeterli ve dengeli beslenme sadece bireylerin yaşamsal faaliyetleri için değil tüm toplumun gelişmesi için temel koşuldur. Yeterli ve dengeli beslenmenin zihinsel gelişime ve iş verimine olumlu etkileri, beklenen yaşam süresini yükseltmesi, sağlık risklerini azaltması gerçeğinin ortaya konması ile tüketicilerde giderek daha fazla tüketme yerine doğru ve dengeli tüketme anlayışı gelişmiştir. Dünyada iki türlü beslenme sorunu yaşanmaktadır. İlki ve en önemlisi yeterli gıdaya erişimdir. Diğeri ise vücudun ihtiyaç duyduğu sağlıklı ve güvenli besin kaynaklarının alınmasıdır. Türkiye beslenme açısından gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerin ortak özelliklerini bir arada yaşamaktadır (1). Türkiye'de, enerji ve besin öğeleri yönünden beslenme durumu incelendiğinde enerjiyi yetersiz düzeyde tüketen aile oranı düşüktür. Toplam protein tüketimi kişi başına yeterli düzeydedir. Proteinin çoğu bitkisel kaynaklıdır (3).

Beslenme, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarına bağlıdır. Bu nedenle beslenme alışkanlıkları zamanla değişiklik gösterebilmektedir. Gelir artışı, sosyal ve kültürel değişimler, eğitim düzeyinin artması, annenin çalışma hayatından giderek artan oranda pay alması, ulusal pazar sınırlarının kalkması, iletişim olanaklarının artması, perakendeciliğin gelişmesi ve ulaşım olanaklarının artması toplumların beslenme düzeylerini ve gıda ürünleri tüketimini değiştirebilmektedir (4). Gelişen ekonomiye paralel olarak hazır gıda tüketimi ve buna bağlı olarak hazır gıda üretimi artmıştır. Artan üretim sonucu her zaman kalitede artış olmamaktadır. Toplu gıda tüketiminin artması nedeniyle hijyenik koşullarda en ufak bir aksama büyük bir topluluğu etkileyebilmektedir. Bu nedenlerden dolayı gıda kaynaklı hastalıklar tüm dünyada büyüyen bir halk sağlığı sorunudur (5). Gıda güvenliği; amaçlandığı biçimde hazırlandığında, fiziksel, kimyasal ve biyolojik özellikleri itibarı ile tüketime uygun ve besin değerini kaybetmemiş gıda maddesi üretmek olarak tanımlanmaktadır. Gıda güvencesi ise; insanların sürdürülebilir, güvenilir, uygun fiyatta, kaliteli, sağlıklı beslenme alışkanlığını geliştirecek gıdaları satın alma ve tüketme hakkına sahip olmalarının güvence altına alınmasıdır. (6) Gıda güvenliğinin yoksunluğu ülkesel ve küresel sorunlara neden olmaktadır. Gıda ürünlerinin yaşamdaki vazgeçilmezliği ve ekonomik önemi düşünüldüğünde bir bütün olarak gıda sağlık güvenliği, kamu otoritesi ve prosedürleri bakımından birinci sırada yer alan bir konudur. Aynı zamanda kalite garantileri olan gıda ürünlerine olan talep artmıştır. Gıda ürünleri kalitesi; tüketiciler tarafından kabul edilebilir özellik seti olarak tanımlanabilir. Ürün tüketicinin ihtiyacını

karşılıyor ve kabul edilebilir objektif (ürünün enerji, vitamin, mineral, toksin madde içeriği ve tazeliği) ve subjektif (ürünün rengi, şekli, tat ve kokusu vb.) değerlere sahip ise ürün kaliteli denilebilir. Gıda maddelerinde kalitenin tüketicinin algısı ile ilgili olması ve kalitenin tam ölçümünde tüketicinin doğrudan görüşünü alabilecek yöntemlerin kullanılması, bilinçli tüketici kavramının önemini arttırmıştır (4).

Bilinçli Tüketici; örgütlü olan, bir mal ya da hizmeti satın alırken, ondan azami derecede yarar sağlamayı amaçlayan, gerçek gereksinimlerini gözönünde tutan, planlı ve belgeli alışveriş yapan, alışverişin nesnesi değil öznesi olduğunun bilincinde olan, kalitesi, standardı yüksek, sağlıklı, güvenli, çevreci ürünü seçme olgunluğunu taşıyan, tüm bunlarla birlikte bütçesine en uygun ürünü seçip tasarrufa önem veren ve aynı zamanda kaliteyi denetleyen, dolayısıyla, giderek ekonomiyi verimliliğe yönlendirecek olan yadsınmaz bir sosyo-ekonomik unsurdur (7). Toplumda bilinçli tüketici sayısının gittikçe artması tüketici davranışları kavramının önemini arttırmıştır. Tüketici davranışları kişilerin ihtiyaçlarını gidermek amacı ile satın aldıkları mal ve hizmetleri neden, nasıl, ne zaman aldıklarını göstermektedir. Tüketici davranışlarının tam olarak tespit edilmesi, tüketicinin ihtiyaç ve isteklerinin yönünün de doğru olarak saptanmasını sağlar. (8) Tutarlı ve sürdürülebilir sağlık ve beslenme politikalarının oluşturulabilmesi için bölgesel farklılıklar da gösteren beslenme alışkanlıkları, buna bağlı olarak gıda satın alma ve hazırlama davranışları ile ilgili verilerin toplanması gerekmektedir. Ayrıca kişilerin gıda satın alma ve hazırlamada gösterdikleri tutum ve davranışlara etki eden faktörlerin belirlenmesi plan ve politikaların uygun koşullarda hedef kitleye ulaşmasını sağlayacaktır (1).

Bu çalışmanın amacı; İstanbul'un Ümraniye ilçesinde bir sağlık ocağının hizmetlerinden yararlanan bireylerin; gıda ürünlerini satın alırken ve tüketirken sağlıkları ile ilgili riskler karşısındaki bilgi ve tutumlarının incelenmesidir. Bu yolla sağlık eğitimi olanaklarının, bilinçli gıda tüketimi konusunda, sağlık ocağından hizmet alan popülasyonun gereksinimleri üzerinden kullanılmasına, bir altyapı oluşturmak hedeflenmiştir.

## GEREÇ VE YÖNTEM

Bu çalışma; Ümraniye Sağlık Grup Başkanlığı bölgesinde bulunan bir sağlık ocağına başvuranlarda Eylül 2005'te yapılan tanımlayıcı tipte bir araştırmadır. Anket formu yüz yüze görüşme tekniği

kullanılarak 167 kişiye uygulanmıştır. Anket formu; sosyodemografik değişkenlerin sorgulandığı bölümlerle birlikte, gıda alımı, tüketimi ve gıda zehirlenmesi ile ilgili deneyim, bilgi ve tutumları ölçen bir grup sorudan oluşmaktadır. Ailelerde gıdaların alımı ve hazırlamasında rolü olan aile bireyine gıda tüketim farkındalığını ve tutumlarını belirlemek için beşli Likert ölçeği kullanılarak çeşitli sorular sorulmuştur. Tutumları tanımlamak için Likert ölçeğinde tamamen katılıyorum ve katılıyorum seçenekleri, analizde “katılıyor”, geri kalan seçenekler “katılmıyor” şeklinde kodlanmıştır. Bu sorulara verilen yanıtlar yüzdelere göre en çok onaylanan tutumlar ( $\geq 80$ ), onaylanan tutumlar (%60-79), yetersiz onaylanan tutumlar (<%40) şeklinde gruplanarak sunulmuştur. Yanı sıra bu sorulara verilen cevaplardan varyasyonu en fazla olanları belirlemek ve gıda maddeleri alımında dikkat edilen hususları ortaya koyarak tutum kalıpları tanımlamak amacıyla, Likert ölçeğinde verilen yanıtlara, faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde Eigen değeri 1 olarak alınmış. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem

doğruluk ölçütü; 0,682 olarak saptanmıştır. Kaiser’in ölçütüne göre bu orta derece bir örneklem büyüklüğüdür. Barlett’s sferisite testi anlamlıdır ( $p < 0.001$ ). Bu açılarından data faktör analizi uygulamaya uygundur (9).

## BULGULAR

Katılanların yaş ortalaması 32,4’dür (SS=11,0, Min-Maks=18-70). %81,4’ü kadındır. Gıda maddelerini satın alma kararı ve satın alma işlemi, anne tarafından ve daha çok anne ağırlıklı verilmekte ve uygulanmaktadır (sırasıyla; %56,8 ve %51,5). Çalışmaya katılanlar gıda tiplerine göre küçük değişiklikler olmakla birlikte, alışverişlerini ağırlıklı olarak marketlerden yapmaktadır. Son bir yıl içinde 167 hanede 569 kişinin 15’inde, 19 gıda zehirlenmesi atağı bildirilmiştir (Atak hızı=%3,3), neden olan gıdalar arasında tavuk ön plana çıkmaktadır (5 olgu). Gıda ürünlerinin sağlığa zararlı olup olmadığını denetleyen kurum ve kuruluşları bildiğini söyleyen katılımcıların sıklığı %18,6’dır.

**Tablo 1.** Katılımcıların gıda maddeleri tüketimi konusundaki tutumlarına göre dağılımı.

Gıda tüketimi konusundaki tutumlar	Katılıyor		Katılmıyor	
	Sayı	%	Sayı	%
Ürünün ambalajının sağlam olup olmadığına dikkat ederim	155	92,8	12	7,2
Yiyecek maddelerinin satıldığı yerin koşulları (temizlik, hijyen, rutubet) çok önemlidir	154	92,2	13	7,8
Yiyeceklerin lezzetli olması çok önemlidir	142	85,5	24	14,5
Gıda maddelerinin üretildiği yerlerin hijyenine, temizliğine önem veririm	141	84,4	26	15,6
Satın aldığım bir gıda ürünü bozursa iade ederim	139	83,2	28	16,8
Gıda ürünlerinde katkı maddesi kullanılmaması önemlidir	129	77,2	38	22,8
Yiyeceklerin lezzetinden çok besleyici olması önemlidir	120	71,9	47	28,1
Hormonsuz gıda ürünleri için fazla para ödemeye razıyım	112	67,1	55	32,9
Ürünleri saklarken ya da pişirirken ambalaj üzerindeki talimatlara uyarım	112	67,1	55	32,9
Kaliteli gıda ürünleri kolay bulunabilir	108	65,1	58	34,9
Satın aldığım gıda ürününün fiyatı karar vermemde önemlidir	108	64,7	59	35,3
Dengeci öğünler hazırlamaya dikkat ederim	108	64,7	59	35,3
Ambalajın gıda ürününe zarar vermeyecek malzemeden yapılmasına dikkat ederim	108	64,7	59	35,3
Gıda ürünü satın alırken besin değerini her zaman göz önünde bulundururum	102	61,1	65	38,9
Doğaya zararlı ürünleri almamaya çalışırım	95	56,9	72	43,1
Markalı ürünler her zaman kalitelidir	93	55,7	74	44,3
Besin değeri iyi olan gıdalar daha pahalıdır.	92	55,1	75	44,9
Tükettiğimiz gıda maddelerinin besleyiciliği doyuruculuğundan önemlidir	92	55,1	75	44,9
Yiyeceklerin protein ve vitamin içeriğini bilirim, bilmediklerimi öğrenmeye gayret ederim	88	52,7	79	47,3
Satın aldığım gıda ürünlerinin etiket bilgilerini okurum	87	52,1	80	47,9
Satın aldığım malın insan sağlığına olumsuz etkisi olup olmadığına dikkat ederim	86	51,8	80	48,2
Yiyecekleri besin içeriğinden emin olarak pişiririm	84	50,3	83	49,7
Büyük market ve alışveriş merkezlerinde satılan gıda ürünleri kalitelidir	78	46,7	89	53,3
Gıda ürünlerini satın alırken son kullanma tarihlerine dikkat ederim	66	39,6	101	60,4
Gıda maddelerini satın alırken ürünün içerdiği mineral maddelere dikkat ederim	48	22,8	119	77,2
Gıda ürünleri ile beraber verilen hediyeler satın almaya karar vermemde etkilidir	34	20,4	133	79,6
Reklamlar ürün hakkında gerekli bilgileri verir	30	18,0	137	82,0

Tablo 2. Faktör Analizi İçerik Matrisi.

Faktör	Faktörü oluşturan bileşenler	1	2	3	4	5	6	7	8
Gıda içeriği bilinci ve uygun hazırlama	Gıdaların protein, vitamin içeriğini öğrenme çabası	0,8							
	Dengeli öğünler hazırlama	0,8							
	Besin içeriğinden emin olarak pişirme.	0,7							
	Talimatlara uygun pişirme ve saklama	0,6							
	Etiket bilgilerini okuma	0,6							
	Zararsız ambalaj kullanımı	0,6							
Bilinçli satın alma	Son kullanma tarihlerine dikkat etme.		0,7						
	İçerikteki mineral maddelere dikkat etme.		0,7						
	İnsan sağlığına olumsuz etkiyi düşünme.		0,6						
Kalite ve pahalılık	Markalı ürünler kalitelidir.			0,8					
	Besin değeri iyi gıdalar pahalıdır.			-0,6					
Sağlıklı besin	Besleyici gıdaların tercih edilmesi.				0,7				
	Hormonsuz gıda ürünleri için fazla para ödemeye razı olma.				0,7				
Uygun tüketici davranışı	Gıda ürünü bozursa iade etme.					0,7			
	Ambalajının sağlamlığına dikkat etme.					0,6			
Uygun nitelikli Gıdaya ulaşılabilirlik	Doyuruculuğu önemseme.						0,7		
	Kaliteli gıda ürünleri kolay bulunabilir.						-0,6		
	Büyük marketlerdeki gıda ürünleri kalitelidir.						-0,5		
Lezzet ve hijyen	Yiyeceklerin lezzetli olmasını önemseme.							0,8	
	Yiyecek maddelerinin satıldığı yerin koşullarını önemseme.							0,6	
Ucuzluk ve katkı maddesi kullanımı	Katkı maddesi kullanılmamasını önemseme.								0,7
	Promosyonları önemseme.								0,6

Gıda maddesinin alımında ürün ambalajının sağlamlığına dikkat etme, katılımcılar tarafından en çok önemsenen tutum olmuştur (%92,8). Bunu satış yeri hijyen koşullarını önemseme (%92,2), gıdanın lezzetini önemseme (%85,5), üretim yeri hijyenini önemseme (%84,4) ve gıda ürünü bozursa iade etme tutumları (%83,2) izlemektedir.

Katılımcılar tarafından onaylanan tutumlar; katkı maddesi kullanılmamasını önemseme (%77,2), besleyiciliği önemseme (%71,9), ambalaj üzerindeki talimatlara uyma (%67,1), hormonsuz ürünlere fazla ödeme yapmaya razı olma (%67,1), kaliteli ürünlere kolay ulaşılabilirlik (%65,1), sağlıklı ambalaj malzemesine dikkat etme (%64,7), ürün fiyatını önemseme (%64,7), dengeli öğünler hazırlama (%64,7), besin değerini göz önünde bulundurma (%61,1) olarak ortaya çıkmıştır.

Katılımcılar tarafından yetersiz onaylanan tutumlar, %40-59 arasında onaylanmış olan yeterince yerleşmemiş tutum özellikleridir. Bunlar arasında doğaya zararlı ürünleri almamaya çalışma (%56,9), markalı ürünlerin kaliteli olduğuna inanma (%55,7), besin değeri iyi olan gıdaların daha pahalı olduğuna inanma (%55,1), besleyiciliği doyuruculuktan daha fazla önemseme (%55,1), protein ve vitamin içeriğini öğrenmeye çabalama (%52,7), etiket bilgilerini okuma (%52,1), ürünün zararına dikkat etme (%51,8), yiyecekleri besin içeriğinden emin olarak pişirme (%50,3), büyük marketlerde kaliteli ürün satıldığını düşünme (%46,7) yer almaktadır. Yetersiz onaylanan

tutumlar içinde alışveriş ve gıdanın tüketimi sırasında daha fazla dikkat ve beslenme bilgisi gerektiren durumlar yer almaktadır. Katılımcıların yarıya yakınında, kaliteli gıdaya ulaşımın, pahalı olmadan ve büyük marketlere ulaşmadan mümkün olduğu görüşü mevcuttur.

Son kullanma tarihlerine dikkat etmeme (%39,6), ürünün içerdiği mineral maddelere dikkat etmeme (%28,8), gıda ürünleri ile birlikte verilen hediyelerin satın almayı etkilemesi (%20,4), reklamların ürün hakkında yeterli bilgiye güvenme (%18,0) en yetersiz düzeyde onaylanan tutumlardır. Gıda satın almada bilinci ortaya koyan, önemli noktalardan birisi, son kullanma tarihlerini kontrol etme, çok yetersiz düzeyde kabul görmüştür. Mineral madde içeriğine dikkat etme de yine beslenme bilgisini gerektiren bir tutumdur. Reklamlar ve promosyonlardan etkilenme düşük düzeydedir.

#### Faktör analizi sonucunda elde edilen bulgular

Tüketicilerin gıda maddelerini alırken takındığı tutumları açıklamak üzere incelenen faktörler sekiz ana grupta toplanmıştır. Bu faktörler altında oluşan tutum gruplaşmalarına göre faktör isimlendirmeleri yapılmıştır. Bunlardan tüketicinin tutumlarının değişimini açıklama yüzdelere göre en belirleyici olanları; gıda içeriği bilinci ve uygun hazırlama faktörü (%17,4), bilinçli satın alma faktörü (%8,6), kalite ve pahalılık faktörü (%7,5), sağlıklı besin faktörü (%5,9), uygun tüketici davranışı faktörü (%5,5), uygun

nitelikli gıdaya ulaşılabilirlik faktörü (%5,2), lezzet ve hijyen faktörü (%4,8), ucuzluk ve katkı maddesi kullanımı faktörüdür (%4,3). Bu faktörler toplam tüm grup için %59,2'lik tercih değişimini açıklamaktadır. Bu sonuçlar, tüketicilerin karar verirken hangi faktörleri göz önünde bulundurduğunu ortaya koymaktadır (Tablo 2). Faktörlerin oluşumunda zıt görüşlerin birlikteliği de gözlenmiştir; katılımcıların markalı ürünlerin kaliteli olacağı yönünde bir görüşü varken, besin değeri iyi olan gıdaların pahalı olması gereği gibi bir koşul olmadığı görüşü buna eşlik etmektedir (Tablo 2). Doyuruculuğu önemseyenler, kaliteli gıda ürünlerine ulaşımın güç olduğunu ve büyük marketlerin her zaman kaliteli gıda satmadıklarını düşünmektedirler (Tablo 2).

## TARTIŞMA

Bu çalışma, sağlık ocağına başvuran kişilerin gıda tüketimi ile ilgili karar verme aşamasında hangi faktörleri önemsendiğini tanımlamaktadır ve kendi ölçüleri içinde sağlık ocaklarında yapılacak beslenme ile ilgili sağlık eğitimi çalışmalarında yol gösterici veriler sunmaktadır. Özellikle yetersiz ve çok yetersiz tutum alanlarındaki başlıklar; örneğin etiket bilgilerinin okunması gibi başlıklara eğitimlerde daha fazla yer verilebilir. Gelişmiş ülkelerde gıda kanunlarında öngörülen temel ilke, tüketicinin sağlıklı ve nitelikli besinlerle yeterli ve dengeli beslenmesi ve besin satın alırken aldatılmasının önlenmesidir. İnsanların sağlıklı olmalarında tüketilen besinlerin kalitesi ve tazeliği çok önemlidir (10). Tüketicilerin gıda üretimini denetleyen kuruluşları bilememesi bu sektörde bilinçli tüketici rolünü oynaması ve denetleyen olması önünde bir engeldir (7).

Etiketlerin okunması bilinçli satın alma ve sağlıklı beslenme için tüketicinin yapabileceği en önemli davranış biçimi olarak belirtilmektedir. ABD'de yapılan bir çalışmada Afrika kökenli Amerikalı kadınlarda bu davranışı sıklıkla yerine getirenlerin, katılımcıların yarıya yakını olduğu saptanmıştır. Bizim çalışmamızda da katılımcıların yarısı yiyecekleri alırken etiketleri okunmasını onaylamaktadır. Tüm tüketicilerin etiketleri etkin olarak kullanmasının yollarının bulunması gereği literatürde vurgulanmaktadır (11). Kanada'da yiyecek etiketlerinin algılanması ile ilgili düşük sosyoekonomik düzeydeki kadınlarda yapılan bir niteliksel araştırmada; marka adı, paket özellikleri ve besleyici özelliklerin tüketicilerin dikkatini çektiği saptanmıştır. Katılımcıların etiket bilgilerini önemsemelerine rağmen, paketler üzerindeki bilgilerin anlaşılmasının güçlüğüne ve yeterli bilgiye ulaşmadaki engellere vurgu yapılmıştır. Firmaların temel amacı da

en kısa yoldan alma kararını tüketiciye verdirmektir ancak bu görüşle hazırlanan ambalajlar tüketici tarafından içerdiği bilgiler açısından yetersiz bulunmaktadır. Bunların düzeltilmesi için okunulabilirliği artırmak, ürün etiketlerinde daha fazla tutarlılığı sağlamak, besleyici içeriğin daha açık tanımlanması gibi önlemlerle bu engellerin aşılması önerilmektedir. Bizim çalışmamızda reklamlar gıda tüketimi açısından yeterli bilgi veren uygulamalar olarak değerlendirilmemiştir. Etiketlerden bilgi alma alışkanlığı düşüktür ve beslenme bilgisi gerektiren tutum biçimleri yetersiz düzeyde onaylanmaktadır. Son kullanma tarihinin kontrolü gibi tüketiciyi en baştan koruyacak bir önlem bizim çalışma grubumuzda yetersiz düzeyde yerleşmiş bir tutumdur (12).

Bir çok gelişmekte olan ülkede ishal atakları 15-20 kez kişi/yıl olarak gözlenebilir. Anne sütünden kesilen bebekler ishal açısından daha büyük risk altındadır. Gelişmiş toplumlarda, uygun kanalizasyon sistemi ve soğutma sistemleri ile sıklığın 1-3 kez kişi/yıl düzeyinde görülmesi tipiktir. Bizim çalışma grubumuz da kent nüfusunun bir parçasıdır ve düşük bir gıda kaynaklı gastroenterit atak hızı gözlenmiştir (Atak hızı; % 3,3). Bunda hatırlama yan tutmasının etkisi olabilir, ama öte yandan şehir yaşamında yaygın olarak süpermarketlerden işlenmiş gıda ile beslenmenin etkisi nedeniyle de bu durum gözleniyor olabilir. İshal, patojen ya da toksinin oral alımıyla oluşabilir, yiyecekler ishale yol açan en yaygın araçlardan biridir. Süt, salmonella, campylobacter ve yersinia için yaygın bir bulaştırma aracıdır. Salmonella ve campylobacter, bulaşık tavuk ve yumurtadan yayılabilir. Kolay kontamine olan ve üreme gerçekleşen bir ürün olarak tavuğun gastroenteritlerde bir araç olarak ortaya çıkması literatürdeki bilgiler ile uyumludur. (13,14,15).

Ukrayna'da yapılan bir sağlıklı beslenme tutum araştırmasında katılımcıların en çok tazelik ve kaliteye önem verdiği ardından gıdanın bedeline ve lezzetine dikkat ettikleri bulunmuştur. Gıdanın kalitesi ve bozulmamış olması, lezzeti bizim çalışmamızda da katılımcıların en çok önemsendiği tutumlardır. Burada da reklamlar en az güvenilen bilgi kaynağıdır (16). İrlanda'da yapılan bir başka sağlıklı beslenme tutumu araştırmasında da kalite, tazelik ve lezzet ön planda ortaya çıkan gıda tüketimi tutumlarıdır. Sosyoekonomik düzey gıdanın fiyatına verilen önemi artırmaktadır (17). Bizim çalışmamızda da sağlık ocağını kullanan katılımcıların gıda fiyatını önemsedikleri gözlenmektedir, ama kaliteli gıdayla pahalı gıdayı bir tutmadıkları ve ucuz gıdalarda da gıda katkı maddesi bulunmamasına dikkat eden bir tutum sergiledikleri saptanmıştır.

Tüketicilerin beslenme tutumlarını belirleyen faktörleri Adana'da araştıran çalışmada bilinçli satın

alma ve hazırlama faktörü en belirleyici faktör olarak ortaya çıkmaktadır bu bizim çalışmamızla da uyumlu görülmektedir. Bizim çalışmamızda bilinçli hazırlama faktörüne gıda içeriği bilinci de belirleyici bir etmen olarak ortaya çıkmaktadır ve izleyen ikinci faktör de bilinçli satın alma faktörüdür. Bu sonuçlara göre tüketicinin tutumunu en iyi belirleyen faktörler, gıda içeriği bilinci, satın alma ve hazırlama bilincidir. Tüm faktörlerin varyasyonları açıklayıcılık düzeyi (%59.2) "iyi" olarak nitelendirilebilir (9). Bu açıklayıcılık düzeyi "iyi" olarak nitelendirilmektedir. Adana ilinde doyuruculuk faktörü bilinçli satın alma ve hazırlama faktörünü takip eden faktör doyuruculuk faktörüdür, bizim çalışmamızda da belirleyici bir faktör olarak doyuruculuk, uygun gıdaya ulaşılabilirlik faktörü içinde karşımıza çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde doyuruculuk ve besin faktörünün besleyiciliği arasında negatif bir ilişki mevcuttur. Bu negatif ilişki bizim çalışmamızda ve Adana'daki çalışmada aynı şekilde ortaya çıkmaktadır. Dozuruculuğu önemsemek zorunda kalanlar için kaliteli gıda pahalı ve daha ulaşılmazdır (1). Öte yandan kaliteli gıdaya ulaşmak her zaman yüksek maliyetleri gerektirmektedir. Bunda Ümraniye'de daha ucuza gıda temin edilebilen market ve bakkallar, semt pazarları ve memleketten düzenli olarak gıda temini etkili olabilir.

Sağlıklı beslenme ile doğrudan ilgili olan faktörler; besleyicilik, hormonsuz gıdalara ulaşma isteği, lezzeti önemseme ama bunun yanında hijyen koşullarından vazgeçmeme, ucuzluğu önemseme ama bu sırada katkı maddelerine daha fazla maruz kalmamayı gözetme gibi tutumlar şeklinde oluşmuştur. Benzer faktörler Adana'da da gözlenmekle beraber bizim çalışma grubumuzda daha ayrıntılı olarak ön plana çıkmıştır (1).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma grubumuz sağlıklı gıdaya ulaşım konusunda hijyeni önemseyen bir gruptur. Besin içerikleri ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgi gerektiren olumlu tutumlar ise daha az onaylanmaktadır.

Sağlık ocakları sağlık eğitimi için uygun hizmet alanlarıdır. Üreme sağlığı ve aşı hizmetleri konusunda verilen eğitim hizmetleri beslenme, sağlıklı yaşam ve hastalıklardan korunma yönünde de zenginleştirilmelidir. Sağlıklı beslenme için uygun ürün seçimi yapma konusunda bir bilgi açığı mevcuttur. Satın almada etiketlerin kullanımı tüketiciler arasında yaygın değildir ve sağlık eğitimcileri için bir müdahale alanıdır. Bu çalışmada tutumu belirleyen faktörlere özgü eğitim programları hazırlanabilir.

Gıda üretimi ve satışından kaynaklı bulaşıcı hastalıkların kontrolünde, tüketicilerin bilinci

önemlidir. Ancak bu gibi durumlarda görev yapan kuruluşlar bilinmemektedir. Bu konuda denetim ve kontrol yapan kuruluşların tüketiciler tarafından bilinmesi ve daha ulaşılabilir olması sağlanmalıdır.

## KAYNAKLAR

1. Dölekoğlu CÖ, Yurdakul O. Adana İlinde Hane Halkının Beslenme Düzeyleri ve Etkili Faktörlerin Logit Analizi ile Belirlenmesi. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi 2004;8:62-86.
2. Baysal A. Genel Beslenme. 9. Basım. Hatipoğlu Yayınları: Ankara; 1995.
3. Ulusal Gıda ve Beslenme Stratejisi Çalışma Grubu Raporu. DPT Müsteşarlığı İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. Ankara; 2001.
4. Dölekoğlu CÖ. Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği) [Doktora Tezi]. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü:Adana;2002.
5. Etiler N. Gıda Hijyeni. Sağlık ve Toplum Dergisi 2001;3:6-12.
6. Bosi AT. Gıda Güvenliği ve Güvencesi. Türk Belediyecilik Sempozyumu 2003 (SABEM) [10.01.2007]. <http://www.sabem.saglik.gov.tr/kaynaklar/2989.pdf>
7. Hekimci F. Tüketici Bilincinin Milli Ekonomiye Katkıları. [18.11.2006]. [www.tupadem.hacettepe.edu.tr](http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr)
8. Demirel Y, Yoldaş MA. Yeni Ekonomide Tüketici satın alma davranışlarını etkileyen Faktörler. Pazarlama Dünyası Dergisi. 2005;3:60-64
9. Pett M. A., Lackey N. R., Sullivan J. J. Making Sense of Factor Analysis 1. Basım Sage Publications, 2003.
10. Şentürk Ş. eds. Satın Almada Dikkat Edilecek Hususlar. Toplumun beslenmede bilinçlendirilmesi.Saha personeli için toplum beslenmesi programı eğitim materyali. T.C. Sağlık Bakanlığı, Hacettepe Beslenme ve Diyetetik Bölümü Ankara; 2002 .
11. Satia J. A, Galanko JA, Neuhaus ML. 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. 2005;105:392-402.
12. Sullivan AD. Determining how low-income food shoppers perceive, understand, and use Food. Can J Diet Prac Res. 2003;64:25-27.
13. Goodman L, Segreti J. Infectious Diarrhea. Disease A Month 1999;45:268-295.
14. Haba JH. Incidence and control of Campylobacter in foods. Microbiologia. 1993;9:57-65.
15. Haba JH, Mateo M, Santamarina MP, Gimenez EH. Isolation of Campylobacter jejuni from market chickens: effect of temperature and time of incubation. Zentralbl Mikrobiol. 1985;140 (8):649-52.
16. Biloukha OO, Utermohlen V. Healthy eating in Ukraine: attitudes, barriers and information sources. Public Health Nutr. 2001; 4 (2):207-215.
17. Kearney M, Kearney JM, Dunne A, Gibney MJ. Sociodemographic determinants of perceived influences on food choice in a nationally representative sample of Irish adults. Public Health Nutr. 1999;3 (2):219-226.