

Tüketicilerin Paket Önü Besin Etiketlerine Yönelik Değerlendirmeleri¹¹

Aysel Çumralı¹²

Nezahat Ekici Özcan¹³

ÖZET

Bireylerin yaşamlarını devam ettirmesi ve yaşam kalitesini arttırabilmesi için bazı temel ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçlar içinde beslenme en başta yer almakta ve bunun için besin maddelerinin temin edilmesi gerekmektedir. İşletmelerin besin tedarik ederken ürün ile ilgili verdikleri bilgiler, tüketicilerin karar verme süreçlerine etkisinden dolayı önemli bir konudur. Bu bilgi aktarımının en önemli ve en yaygın biçimi olan etiketler, ürünün bileşimi, fiyatı, son kullanma tarihi, kullanım süresi, menşei gibi bilgiler önem taşımaktadır. Özellikle besin etiketlerinde yer alan beslenme öğelerine ilişkin bilgiler sunması sebebiyle tüketicilerin sağlıklı ve bilinçli seçim yapmasına kolaylık sağlamaktadır. Bununla ilgili geliştirilen ulusal ve uluslararası programların ortak amacı bireylerin sağlıklı besin seçimi yapabilmeleri için tüketiciyi bilgilendirmek ve besin etiketlerinin bilimsel ilkelere göre etiketlenmesini sağlamaktır.

Bu araştırmayla, paket önünde yer alan besin etiketlerinin ürünün algılanan tadı ve algılanan sağlığı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ve bu etiketlere yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca paket önünde yer alan besin etiketlerinin tüketici dikkat düzeyi ve etiketleri ayırt edip tanımlayabilme düzeylerine ilişkin de değerlendirmeler sunulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket formuyla, çevrimiçi ulaşılabilen ve temel gıda alışverişi yapan tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemiyle 495 katılımcıya ulaşılmış

11 Bu çalışma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Dalında, Doç. Dr. Nezahat Ekici Özcan danışmanlığında hazırlanan, “Paket Önünde Yer Alan Besin Etiketlerinin Ürünün Algılanan Tadı ve Satın Alma Niyetine Etkisine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

12 Bilim Uzmanı, ayselcumrali@gmail.com, Orcid Id: 0000-0003-4278-2648

13 Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, nezahatekici@kmu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0003-1697-3483

ve elde edilen veriler; frekans-yüzde tabloları, t testi, regresyon ve ANOVA yardımıyla analiz edilmiştir. Yapılan analizlerle paket önü besin etiketlerine yönelik tutumun bireylerin paket önü besin etiketli ürün satın alma niyetini etkilediği ve algılanan tat ve algılanan sağlığın besin etiket türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

GİRİŞ

Her yıl tahmini 11 milyon insan kötü beslenme nedeniyle hayatını kaybetmektedir. Elbette bu rakam yeterli ve sağlıklı besinlere çeşitli sebeplerden ulaşamayan bireyleri içerse de beslenme ile ilgili kayıpların çoğu sağlıklı gıdalara erişimi olan ancak sağlıksız tercihler yapan bireyleri de işaret etmektedir (Afshin vd., 2019). Bu bireyler için gıda tercihlerinin basit ve doğru olarak yapılabilmesinde de etiketleme büyük rol oynamaktadır. Tüketici sağlığının korunması ve gıda güvenliğinin artırılması birçok ülkenin gıda mevzuatının odağında olan temel konularından birisidir. Risk yönetimi uygulamaları kapsamında gıdaların kalite ve emniyetinden kaynaklı olası tehlikeler mevzuat yardımıyla önlenmeye çalışılmaktadır (Cheftel, 2005). Besin etiketleri, hazır gıda ürünlerinin paketlerinin üzerinde yer alan ve üzerinde ürünlerin içerdiği girdiler; yağ, doymuş yağ, tuz, kalori, şeker, kolesterol, karbonhidrat, sodyum, katkı maddeleri gibi besin öğeleri, ürünlerin üretim ve son tüketim tarihleri vb. hakkında bilgiler yer alan küçük listelerdir. Besin etiketleri, üreticiler ve tüketiciler arasındaki bilgi asimetrisinin yüksek olduğu gıda piyasasında tüketicilerin sağlıklı gıda tercihleri yapmalarına yardımcı olmayı sağlayan direkt ve düşük maliyetli bir politika aracıdır. Amerika Birleşik Devletleri Gıda ve İlaç Dairesine (Food and Drug Administration-FDA) göre ise gıda etiketi, bir gıda veya gıda ürününe yazılmış, basılmış, şablonlanmış, işaretlenmiş, kabartılmış veya etkilenmiş veya ona eklenmiş herhangi bir etiket, marka, işaret, resimsel veya diğer tanımlayıcı maddedir. Besin etiketleri temelde paket önü ve paket arkasında olmak üzere iki şekilde gıda ambalajlarında yer almaktadır. Paket arkası etiketlerdeki bilgiler genel olarak sayısal verileri içeren, anlaşılması güç ve karmaşık etiketler gibi değerlendirilirken; semboller ve renkler gibi yorumlayıcı yardımcıları kullanılarak bilgiyi anlaşılır bir şekilde ileten paket önü besin etiketleri ise gıda seçimlerini iyileştirmek için etkili bir araç olarak giderek daha fazla tanınmaktadır (Cecchini ve Warin, 2015; Hieke ve Taylor, 2012). Zira paket önü besin etiketleri şeker, sodyum veya doymuş yağ açısından yüksek ürünlerin tüketimini sınırlamaya yardımcı olmak için önerilmiştir (World Cancer Research Fund International, 2019)

Bu araştırmayla, paket önünde yer alan besin etiketlerinin ürünün algılanan tadı ve algılanan sağlığı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ve yine

bu etiketlere yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca paket önünde yer alan besin etiketlerinin tüketici dikkat düzeyi ve etiketleri ayırt edip tanımlayabilme düzeylerine ilişkin de değerlendirmeler sunulması amaçlanmıştır.

1. PAKET ÖNÜ (FOB) ETİKETLEME ŞEMALARI VE ETKİLERİ

Paket önü etiketleri (Front of Package Labelling- FOPL), sağlıklı beslenmeye yardımcı olmak için 1960'lı yıllarda Amerikan Kalp Birliği gibi bazı sağlık kuruluşları tarafından hayata geçirilmiştir. Beslenmeye bağlı hastalıklar ve obezite ile ilgili endişelerin artmasıyla beraber 2000'li yılların başından bu yana gıda şirketleri ve hükümetler tarafından tüketiciler tarafından daha rahat okuyup anlaşılması için FOPL şemaları tavsiye edilmiştir (Kleef ve Dagevos, 2015: 15). Bu etiketleme yöntemi, besin içeriklerini daha yorumlayıcı grafiksel şekilde göstermektedir. Paketin önünde yer alan sağlık ve beslenme beyanları ile logoların çoğu tüketicilere anlaşılması kolay bir biçimde bilgi sunmayı amaç edinmektedir (Hieke ve Taylor, 2012: 125; Fernqvist ve Ekelund, 2014: 343). Bazı ülkeler kendi FOPL şemalarını geliştirmek için çalışmalar başlatmış ve bu çalışmalar sonucunda farklı birçok etiket içeriği ile tasarımı ortaya çıkmıştır (Vyth vd., 2009: 7). Bu şemaların bazıları söz konusu gıdanın yalnızca olumlu taraflarının ('anahtar deliği', 'akıllı seçimler', 'seçimler', 'rehber yıldızlar' logosu) altını çizerken; bazıları ise söz konusu gıdanın hem olumlu hem olumsuz taraflarını (trafik ışık etiketleme sistemi) vurgulamaktadır. Bir besinin sadece olumsuzlukları hakkında bilgi veren etiketleme sistemleri ('yüksek yoğunluk' sembolü) ise daha az tercih edilmektedir. Paket önü etiketleri genel olarak iki farklı kategoride değerlendirilebilir. Bunlar besin ögesine özgü etiketleme sistemleri ve özet işaret sistemleri olarak kavramsallaştırılmıştır (Vyth vd., 2009: 7). Besin ögesine özgü etiketleme sistemlerinin genel amacı temel besin maddeleri hakkında bildirim yapmaktır. Bu kapsamda paketin önünde besin öğelerinin porsiyon başına miktarları gösterilir veya beyan kriterlerine göre birtakım semboller kullanılır. Bu modellere örnek olarak, günlük karşılama miktarları (GDA) ve trafik ışığı etiketleme (TLL) formatları verilebilir (Hersey vd., 2013: 10). Özet işaret sistemleri, genel bir beslenme puanı oluşturmak için bir algoritma kullanılmaktadır. Bir gıdayı önceden belirlenmiş ölçütlere göre sağlıklı bir gıda olarak tanımlayan özel bir işaret veya sembol kullanılmaktadır (Mora-Garcia, Tobar, ve Young, 2019: 171). Besin etiketleme tasarımları arasında büyük farklılıklar olmakla birlikte genelde kategorik ya da sürekli sistemler olarak iki yaklaşımdan birinin benimsendiği görülmektedir. Etiketleme ölçütleri için paketli gıdalar kategorik sistemlerde, iki ya da daha

fazla kategoriye ayrılarak değerlendirilmektedir. Fakat kategorik sistemde iki farklı kategorideki besinin birbiriyle karşılaştırılmadığı belirtilmiştir. Örneğin, kategorik bir model, iki gıdayı 'şeker açısından yüksek' olarak değerlendirebilir, fakat bu iki gıdadan hangisinin daha fazla şeker içerdiğini göstermez. Bu modele, anahtar deliği, akıllı seçimler, seçimler logosu örnek olarak gösterilebilir. Sürekli modeller ise ürün kategorileri arasında aynı beslenme ölçütlerini kullanır. Bu etiketleme sistemleri ayrıca 'eşik modeller' olarak ifade edilmektedir. Bir besinin belirli bir eşik değerden daha yüksek ya da daha düşük bir besin ögesi içeriğine sahip olup olmadığını baz alarak bir bilgi sunmayı amaç edinirler. Sürekli sistemler için nuval ve sağlık yıldız derecesi sistemleri örnek olarak verilebilir (Foltran vd., 2010: 319). Bu araştırma ise trafik lambası, günlük karşılama miktarı ve besin skoru etiketleri özelinde yürütülecektir. Trafik lambası besin etiketi kırmızı, sarı ve yeşil renkler vasıtasıyla gıdanın yağ, şeker, tuz ve kalori oranlarına dikkat çekmeye çalışmaktadır. Besin skoru, A'dan E'ye kadar notlarla gıda ürünlerinin beslenme kalitesini gösteren bir logodur. Günlük karşılama miktarı etiketi ise gıdaların enerji ve bazı besin öğeleri için önerilen günlük alım düzeylerinin yüzde olarak ne kadarını karşıladığını ifade eden bir etiket türüdür. Her üç besin etiketiyle de tüketicilerin sağlıklı ve dengeli seçimler yapmasını kolaylaştırmak hedeflenmektedir.

Literatür incelendiğinde, bu çalışmanın da amacı olan paket önünde yer alan besin etiketlerinin ürünün algılanan tadı ve algılanan sağlığı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ve yine bu etiketlere yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamış sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Amerika'daki Meksikalı Amerikalıların FOP etiketlerine yönelik farkındalık ve kullanım düzeylerini araştıran Thrasher vd. (2024) bu etiketler sayesinde tüketicilerin daha az sağlıksız seçimler yaptığını (cips, atıştırılabilir ve kola gibi ürün tercihlerinde azalma), yüksek eğitim ve gelir grubundaki katılımcıların bu etiketlerin daha farkında olduğunu ve kadın katılımcıların bu etiketleri daha fazla farkettiklerini ortaya koymuşlardır.

Pettigrew vd. (2023) 18 ülkeden 18393 katılımcı ile yürütmüş oldukları araştırmada 5 farklı paket önü besin etiketine ilişkin karşılaştırmalı sonuçlar elde etmişlerdir. Buna göre, besin skoru, hem anlayış hem de simüle edilmiş tercih sonuçları açısından en iyi performansı sergileyen etiket olurken, onu trafik lambası etiketi takip etmiştir. Günlük referans alım değeri etiketi ise bu anlamda en kötü performansı sergilemiştir.

Shresa vd. (2023) sosyo-ekonomik statü (SES) gruplarına göre yürütmüş oldukları çalışmalarında, tüm farklı sosyo-ekonomik düzeydeki tüketicilerin

ambalajın arka kısmında sağlanan beslenme bilgi paneline kıyasla paket önünde yer alan besin etiketlerine daha fazla dikkat ettiklerini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, düşük SES gruplarında bu etiketlere yönelik anlayış ve kullanımın nispeten zayıf olduğu görülmüştür. Bu etiketlerin tüm SES gruplarındaki (düşük SES grubu da dahil) tüketiciler için daha sağlıklı gıda seçimlerine rehberlik edebileceği öngörülmektedir. Ayrıca besin skoru ve trafik lambası etiketlemesi gibi basitleştirilmiş ve anlaşılması kolay etiketlerin, düşük SES grupları da dahil olmak üzere tüm popülasyonlar için etkili olabileceğini ortaya koymuşlardır.

An vd. (2021) yürütmüş oldukları sistematik literatür taraması çalışmalarında trafik lambası etiketlerini değerlendiren oniki çalışmanın beşinde, sağlık uyarı etiketlerini değerlendiren iki çalışmadan birinde ve yüksek şeker sembol etiketlerini değerlendiren bir çalışmada, FOP etiketlerinin katılımcıların daha sağlıklı gıda satın alma kararları almalarına yardımcı olduğunu ortaya koymuşlardır.

Onozaka vd., (2014) tüketicilerin sağlıklı beslenme niyetleri ve paket önü beslenme etiketi hakkındaki algıların satın alma niyetlerini nasıl etkilediğini ve bu etkilerin bilgi işlemeye ilgili iki kişilik özelliği tarafından nasıl denetlenebileceğini inceledikleri çalışmalarında ankete dayalı olarak 108 katılımcıdan veri toplamışlardır. Tüketicilerin paket önü besin etiketli (anahtar deliği) ürünler satın alma niyetinin öz yeterlilik ve etiket algılarından olumlu etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım (2012) İstanbul, Ankara ve İzmir illeri özelinde gerçekleştirilmiş bir anket çalışmasından elde edilmiş verilerle, Tobit modeli kullanılarak bir yoğurt talep fonksiyonu oluşturulmuştur. Gıda ürünleri üzerinde paket ön yüzü etiketlerinin bulunmasını zorunlu kılan bir düzenlenmenin yürürlüğe konulması ve bunun sonucunda üzerinde paket ön yüzü besin etiketi olan ürünlerin fiyatının bir miktar yükselmesine dayanan hipotetik bir senaryo kapsamında, yoğurt ürün talebinin ne yönde değişeceği tahmin edilmiştir. Elde edilen sonuçlar ürünün üzerinde etiketin bulunması durumunda ürün talebinin düştüğünü göstermektedir.

Balcombe vd., (2010) İngiltere’de gıdaların besin etiketlemesinde uygulanan trafik ışığı besin etiketiyle ilgili bir çalışma yapılmıştır. Çevrimiçi ortamda 477 tüketicie seçenek testi uygulanarak belirli besin öğelerini farklı fiyat seçenekleri ile içeren ürün sepetleri sunulmuştur. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, bireyler alışveriş sırasında ne kadar yeşil ve amber renkli besin seçerse o kadar sağlıklı tercih yapmaktadır. Tüketicilerin trafik ışığı lambasına ilişkin davranışları beklentiler ile oldukça tutarlıdır. Bireylerin

besin etiketlemesi kırmızı olan herhangi bir besini içeren ürün sepetini almak istemedikleri tespit edilmiştir.

Stranieri vd. (2010) İtalya’da yaşayan 1025 tüketici ile ankete dayalı veri toplama yöntemiyle tüketicilerin paket ön yüzü etiketleri ile ilgili algılarını ortaya koymayı hedefledikleri bir araştırma yürütmüşlerdir. Elde edilen sonuçlara göre tüketicilerin çoğunun besin etiketlerinin önemli olduğunu düşündüğü ancak bu durumun gıda alım kararlarına sıklıkla yansımadağı ortaya konulmuştur.

Kiesel ve Villas-Boas (2009) ise, yürütmüş oldukları çalışmada, bir süpermarketler zincirine ait marketlerde raftaki patlamış mısır ürününe trafik ışığı besin etiketleri yerleştirmiş ve ankete dayalı veri toplama yöntemiyle 2000 tüketiciye ulaşmışlardır. Çalışmada, ürünün yağ oranının düşük olduğunu belirten ibareler bulunan etiketlerin satışların azalmasının nedeni olarak düşünülebileceği ve bu durumun da tüketicilerin lezzet algısıyla ilgili olabileceğini ifade etmişlerdir. Ancak nihayetinde, tüketicilerin besin etiketlerini kavramasını kolaylaştıran ve bu yolla bilgiye ulaşım maliyetlerini düşüren yöntemlerin tüketicileri daha sağlıklı seçimler yapmaya yönelttiği sonucuna ulaşmışlardır.

Kelly vd. (2009) tarafından Avustralya’da gıda ambalajlarının paket önü etiketlemesinde en etkili ve kabul edilebilir sistemi belirlemek amacıyla yürüttükleri bir çalışmada 790 tüketiciden anketle veri toplanmıştır. Çalışmada ön yüz ambalajında besin değeri günlük yüzde alım miktarı olarak gösteren iki çeşit etiketleme ile trafik ışığı renk kodlama sisteminin iki çeşidi olmak üzere dört sistem test edilmiştir. Katılımcılar tüm ürünlerde tutarlı bir etiketleme biçimi olmasını ve toplam yağ, doymuş yağ, şeker, sodyum gibi besin değerlerinin ön yüz ambalajında yer almasını şiddetle desteklediklerini belirtilmişlerdir. trafik lambası sisteminin kullanımı ile tek renk % günlük alım sistemi ile karşılaştırıldığında, katılımcıların beş kat daha fazla sağlıklı gıdaları seçtikleri belirlenmiştir. Renk kodlu % günlük alım sistemi ile karşılaştırıldığında ise üç kat daha fazla sağlıklı gıdaları seçtikleri görülmüştür. Trafik lambası sisteminin tüketicilere sağlıklı gıda seçiminde yardımcı en etkili sistem olduğu rapor edilmiştir.

Van Kleef vd. (2007) Almanya, Hollanda, Fransa ve İngiltere’deki tüketicilerin paket ön yüzü etiketlerine yönelik tüketici algısını araştırdıkları çalışmada kalori miktarları belirtilen bayrak şeklinde sekiz etiket tasarlanmıştır. Bu etiketler dört farklı ülkede (Almanya, Hollanda, Fransa ve İngiltere) nitel araştırmalar yoluyla tüketicilerle kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Kaloriye miktarlarına dair ifadeler içeren besin etiketlerinde katılımcıların genel olarak olumlu tutum sergiledikleri ortaya konulmuştur. En çok tercih

edilen paket önü besin etiketleri, porsiyon başına ve 100 g başına kalori sayısını gösteren etiketler olarak saptanmıştır. Günlük ihtiyaçlara ve dengeli yaşam tarzına atıfta bulunan daha karmaşık yapıdaki bayrak etiketler ise en az tercih edilmiştir. Tüketiciler söz konusu etiketlerin özellikle enerji ve kalori hanelerindeki bilgileri verimli olarak algıladıklarını belirtmişlerdir.

2. TÜRKİYE'DE BESİN ETİKETLERİ VE PAKET ÖNÜ BESİN ETİKETLERİ MEVZUATINA İLİŞKİN DÜZENLEMELER VE GELİŞMELER

Türkiye’de besin etiketlerine ilişkin ilk resmi düzenlemelerin 1995 yılında Türk Gıda Kodeksi’nin kabul edilmesiyle başladığı söylenebilir¹⁴. Avrupa Birliği uyum sürecine girilmesiyle birlikte, 2004 yılında gıda etiketleme standartlarının gözden geçirilmesi başat bir diğer gelişme olarak değerlendirilmektedir¹⁵. Ardından, 2017 yılında ‘Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’ yayımlanmış ve paket önü etiketleme ilk kez bu yönetmelikle teşvik edilmiştir¹⁶. Katedilen bu gelişmelerin bir uzantısı olarak, 2017 yılında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı besin ögesi beyanlarına ilişkin yeni düzenlemeler yapmış ve gıda etiketlerinde enerji ve besin öğelerinin belirtilmesi gerektiğini vurgulamıştır¹⁷. Paket önü etiketlemesinin kullanımı geçmiş yıllara nazaran 2020 ve izleyen yıllarda giderek yaygınlaşmış ve tüketici bilincini artırmak amacıyla çeşitli kampanyalar ve eğitim programları düzenlenmiştir¹⁸. Günümüzde ise paket önü besin etiketleme, halk sağlığı politikalarının önemli bir parçası haline gelmiştir¹⁹. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından 26 Haziran 2017 tarihinde yürürlüğe konulan ve halihazırda yürürlükte olan ve ‘Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’ gıda ürünlerinin etiketlenmesi ve tüketicilerin bu etiketler aracılığıyla bilgilendirilmesi konularında detaylı düzenlemeler içermektedir²⁰. Söz konusu yönetmelik, tüketicilerin doğru bilgilendirilmesini ve bilinçli seçimler yapabilmesini sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Paket önü etiketleme de özellikle sağlık ve beslenme açısından önemli bilgilerin hızlıca anlaşılabilmesi

14 Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği, Resmi Gazete, 16 Kasım 1997

15 Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, Resmi Gazete, 25 Ağustos 2004.

16 Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği, Resmi Gazete, 26 Ocak 2017.

17 Türk Gıda Kodeksi Besin Öğeleri Yönünden Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, Resmi Gazete, 12 Aralık 2017.

18 Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı 2019-2023.

19 Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Çalışmaları, 2023.

20 Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, Resmi Gazete 26 Ocak 2017.

için önemli bir araçtır. Bu yönetmeliğe göre paket önü besin etiketlemesi de belirli kurallara tabidir. Yönetmelikte genel olarak besin etiketlerine ve özel olarak paket önü besin etiketlerine ilişkin genel bilgilendirmeler, besin öğeleri hakkında bildirimler, yer alması zorunlu bilgiler, özel ve istisnai durumlar ve görsel ve tasarımsal unsurlara ilişkin koşul ve kısıtlara ilişkin düzenlemelere yer verilmektedir. Buna göre etiketler, tüketiciyi yanıltmamalı; üzerindeki bilgiler açık, doğru ve kolay anlaşılır olmalı ve Türkçe dilinde yazılmalıdır (Türkçe bilgilere ek olarak başka dillerde de bilgi verilebilir). Ürünün adı, bileşen listesi, alerjen uyarıları, net miktarı, üretici veya ithalatçı firma adı ve adresi gibi temel bilgilerin paket üzerinde bulunması zorunludur. Ürünün son tüketim tarihi veya tavsiye edilen tüketim tarihi de etiket üzerinde belirtilmelidir. Belirli ürün grupları için ek etiketleme gereksinimleri de olabilir. Örneğin, organik ürünler, bebek mamaları, takviye edici gıdalar gibi ürünler için özel etiketleme kuralları uygulanabilmektedir. Ayrıca, küçük ambalajlı ürünler veya paketleme sırasında doğrudan satış yapılan ürünler için bazı esneklikler de tanınabilmektedir. Paket önü etiketlemesinde enerji değeri, yağ, doymuş yağ, karbonhidrat, şeker, protein ve tuz miktarları gibi besin öğeleri belirtilmelidir. Bu bilgiler, tüketicinin günlük referans alım değerlerine göre yüzdesel olarak ifade edilmelidir. Referans alım (RA) oranı, tüketime hazır haldeki gıdanın 100 g veya 100 ml'sinin ve/veya bir porsiyonunun veya bir tüketim biriminin, enerji veya besin öğeleri için verilen referans alım değerlerinin % olarak ne kadarını karşıladığını ifade etmektedir. Paket önü etiketlemesinde kullanılan renkler, yazı tipi ve boyutu gibi görsel unsurlar, bilgilerin okunabilirliğini artırmalı; kullanılan semboller veya grafikler, tüketicinin ürünü hızlı ve kolay bir şekilde değerlendirmesine yardımcı olmalıdır.

Buna göre, Türkiye'deki gıda ürünlerinin paketlerinde yer alan günlük karşılama miktarı besin etiketiyle ilgili düzenlemeleri içeren yönetmeliğin²¹ 39. maddesinde;

(1) Enerji değeri ve besin öğesi miktarlarına ait referans alım oranları, isteğe bağlı olarak gıdaların etiketinde yer alabilir.

(2) Referans alım oranları verilirken Ek-13'te yer alan Beslenme Bildirimi ve Referans Alım Oranı gösterim biçimleri kullanılabilir.

(3) Referans alım (RA) oranları verilirken; tüm bölmelerin rengi, ambalajın zemin rengi ile kontrast oluşturacak ve aynı tonda tek renk olacak şekilde tasarlanır. Kırmızı, sarı ve yeşil renkler kullanılmaz.

21 Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği, Resmi Gazete 26 Ocak 2017.

hükümlerine yer verilmiştir.

3. YÖNTEM

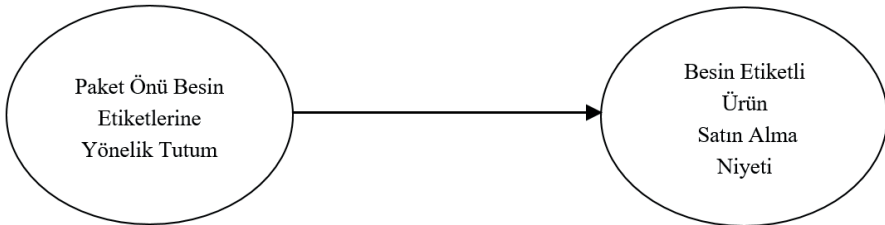
Çalışmanın bu bölümünde paket ön yüzünde yer alan besin etiketlerine yönelik Türkiye’de yürütülmüş olan bir saha araştırmasının sonuçlarına yer verilecektir.

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan, temel gıda alışverişi yapan ve çevrimiçi ulaşılabilen 18 yaş ve üzeri tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmada zaman, maliyet ve ulaşılabirlik sebeplerinden dolayı evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmayacağından kolayda örnekleme yöntemiyle, araştırmaya katılmaya gönüllü olan 495 tüketiciye anket formu aracılığıyla ulaşılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında; besin etiketlerine yönelik tutum ölçeği ve besin etiketlerine yönelik dikkat düzeyini ölçen kategorik sorular Tüben (2018), Egnell (2018), Vergi (2018), Anderson (1999)’ın çalışmalarından, satın alma niyeti ölçeği Shiv vd. (1997), algılanan tat ve algılanan sağlık ölçeği Wang vd. (2015)’nin çalışmalarından uyarlanmıştır. Paket önü besin etiketlerine yönelik tutum ölçeği Cronbach’s alfa güvenilirlik katsayısı ,875; paket önü besin etiketli ürün satın alma niyeti Cronbach’s alfa güvenilirlik katsayısı ,868 olarak belirlenmiştir. Geçerlilik kapsamında faktör analizi sonuçlarına bakıldığında ise paket önü besin etiketlerine yönelik tutum mevcut ifadelerle %61,6 oranında açıklanmaktadır. Tüm ifadelerin faktör yükleri eşik değer olan 0,70’in üzerindedir. Aynı şekilde besin etiketli ürün satın alma niyeti de mevcut ifadelerle %79,2 oranında açıklanmaktadır. Tüm ifadelerin faktör yükleri eşik değer olan 0,70’in üzerindedir. Sonuç olarak çalışmada kullanılan ölçüm araçlarının geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir.

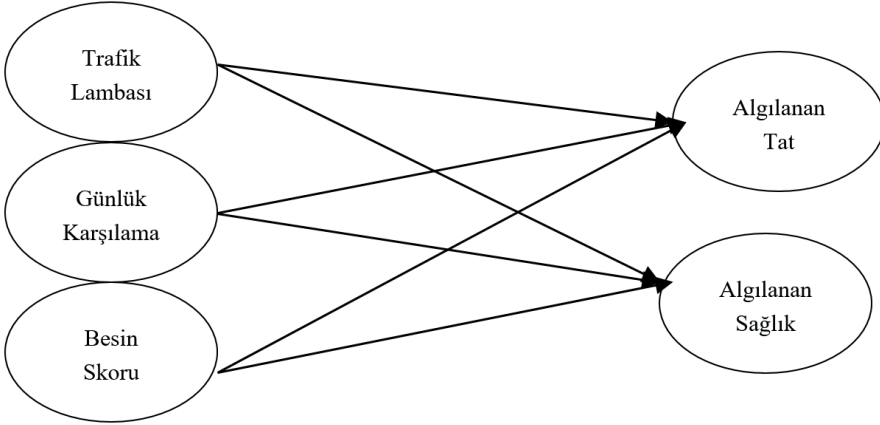
3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın temel sorusu; paket önü besin etiketlerine yönelik tutum besin etiketli ürün satın alma niyetini etkiler mi? şeklindedir.



Şekil 1 : Araştırma Modeli I

Bununla birlikte besin etiketine sahip ürünlerin algılanan tadı ve algılanan sağlığının besin etiket türlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı da bu araştırma özelinde irdelenen bir diğer husustur.



Şekil 2 : Araştırma Modeli II

Yukarıdaki modeller kapsamında kurgulanan hipotezler ise;

H_1 : Paket önü besin etiketlerine yönelik tutum bireylerin besin etiketli ürün satın alma niyetini etkiler.

H_2 : Algılanan tat besin etiket türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_{2a} : Besin skoru etiketli ürünün algılanan tadı trafik lambası etiketli ürünün algılanan tadından anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_{2b} : Trafik lambası etiketli ürünün algılanan tadı günlük karşılama miktarları etiketli ürünün algılanan tadından anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_{2c} : Günlük karşılama miktarları etiketli ürünün algılanan tadı besin skoru etiketli ürünün algılanan tadından anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_3 : Algılanan sağlık besin etiket türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_{3a} : Besin skoru etiketli ürüne yönelik algılanan sağlık trafik lambası etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H_{3b} : Trafik lambası etiketli ürüne yönelik algılanan sağlık günlük karşılama miktarları etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklılaşır.

H₃: Günlük karşılama miktarları etiketli ürüne yönelik algılanan sağlık besin skoru etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklıdır.

H₄: Besin skoru etiketine sahip ürüne yönelik algılanan tat ve algılanan sağlık arasında anlamlı bir fark vardır.

H₅: Trafik lambası besin etiketine sahip ürüne yönelik algılanan tat ve algılanan sağlık arasında anlamlı bir fark vardır.

H₆: Günlük karşılama miktarları etiketine sahip ürüne yönelik algılanan tat ve algılanan sağlık arasında anlamlı bir fark vardır.

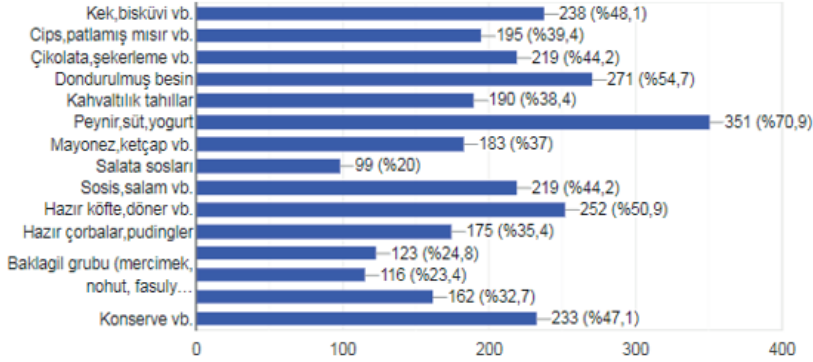
4.2. Araştırma Bulguları

Araştırma bulguları tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma) ve hipotez testleri (basit doğrusal regresyon ve t-test) yardımıyla paylaşılmıştır.

4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılanların %72,3'si kadın, %27,7'inin erkek; yaş dağılımında en çok paya sahip olan grup ise %56,4'le 17-25 yaş aralığında yer alan bireylerdir. Katılımcıların yarısından fazlası ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim almıştır.

Öncelikle paket ön yüzünde yer alan besin etiketlerinin tüketicilerin dikkatini çekip çekmediği; tüketicilerin bu etiketleri ayırt edebiliyor ve tanımlayabiliyor olup olmadıkları ve bu tür etiketler içeren ürünleri algılanan tat ve sağlık açısından nasıl değerlendirdikleri ortaya konulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların %31,1'i bu tür etiketlere bazen dikkat ettiğini, %28,7'si sık sık dikkat ettiğini, % 19'si nadiren dikkat ettiğini % 17'si her zaman dikkat ettiğini ve son olarak %4,2'si hiç dikkat etmediğini belirtmiştir. Grafik 1'de katılımcıların hangi ürün gruplarında bu tür etiketlere daha çok dikkat ettiklerinin dağılımı paylaşılmıştır.



Grafik 1 : Ürün grubuna göre paket önünde yer alan etiketlere yönelik dikkat

Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %70,9'u peynir, süt ve yoğurt vb. ürün grubunda ve % 54,7'lik oranla dondurulmuş gıdalarda daha çok paket önünde yer alan besin etiketlerine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların en az dikkat ettikleri ürün grupları arasında ise %20 'lik oranla salata sosları ve % 23,4'lük oranla baklagil grubu yer almaktadır.

Tablo 1'de katılımcıların paket önü besin etiketlerine yönelik tutum ve satın alma niyeti ölçek ifadelerine ilişkin tanımlayıcı istatistik bilgileri yer almaktadır.

Tablo 1. Paket Önü Besin Etiketlerine Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler


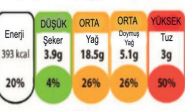
İfadeler N:495	Frekans (%)					\bar{X}	S.Sapma
	1*	2**	3***	4****	5*****		
Paket önü besin etiketleri üzerindeki bilgiler/bilgileri							
Anlamak kolaydır.	10(2)	62(12,5)	132(26,7)	164(33,1)	127(25,7)	3,68	1,051
Kullanmak kolaydır.	15(3)	61(12,39)	112(22,6)	188(38)	119(24)	3,68	1,063
Faydalıdır.	2(4)	13(2,6)	61(12,3)	178(36)	241(48,7)	4,30	8,15
Doğrudur.	12(2,4)	46(9,3)	182(36,8)	157(31,7)	98(19,8)	3,57	9,87
Yeterlidir.	22(4,4)	86(17,4)	160(32,3)	145(29,3)	82(16,6)	3,36	1,086
Güvenilirdir.	23(4,6)	60(12,1)	171(34,5)	147(29,7)	94(19)	3,46	1,073


FOPL içeren gıda ürünlerini kesinlikle deneyeceğim.	2(4)	15(3)	115(23,2)	215(43,4)	148(29,9)	3,99	8,31
FOPL içeren gıda ürünlerini büyük ihtimalle satın alacağım.	0	18(3,6)	121(24,4)	226(45,7)	130(26,3)	3,95	8,07
Gıda ürününe ihtiyaç duyduğumda FOPL içeren ürünleri satın alacağım.	2(4)	12(2,4)	86(17,4)	212(42,8)	183(37)	4,14	8,12

(*Kesinlikle Katılmıyorum ** Katılmıyorum ***Ne katılmıyorum ne de katılmıyorum **** Katılıyorum ***** Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 1'e göre ifadeler verilen yanıtların genel ortalamaları dikkate alındığında, cevaplayıcılar 'paket önü besin etiketleri üzerindeki bilgiler faydalıdır' ve 'gıda ürününe ihtiyaç duyduğumda paket önü besin etiketi içeren ürünleri satın alacağım' ifadelerine katılmaktadırlar. Bununla birlikte 'paket önü besin etiketleri üzerindeki bilgiler yeterlidir' ve 'paket önü besin etiketleri üzerindeki bilgiler güvenilirdir' ifadesine verilen yanıtların ise ne katılıyor ne de katılmıyorum şeklinde yoğunlaştığı görülmektedir.

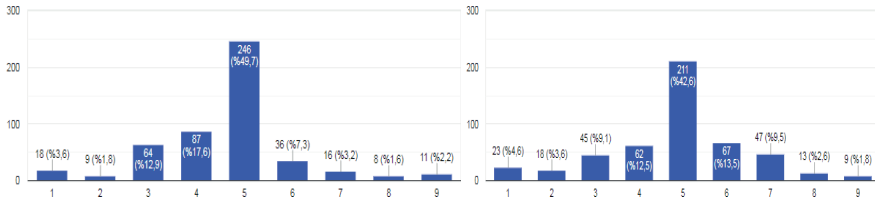
Tablo 2. Paket Önü Besin Etiketlerinin Anlam ve Farkındalığına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Etiket Grubu	İfadeler N: 459	Frekans (%)			\bar{X}	S.S
		Evet	Hayır	Kararsızım		
	Bu etiketin ne anlama geldiğini biliyorum.	145 (29,3)	259 (52,3)	91 (18,4)	1,83	683
	Bu etiketi daha önce gıda ambalajlarında farkettim.	159 (32,1)	250 (50,5)	86 (17,4)	1,85	689
	Bu anketin ne anlama geldiğini biliyorum.	425 (85,9)	37 (7,5)	33 (6,7)	1,21	547
	Bu etiketi daha önce gıda ambalajlarında farkettim.	403 (81,4)	56 (11,3)	36 (7,3)	1,26	581

Bir porsiyon ürünün (170g) günlük karşılama oranları 	Bu anketin ne anlama geldiğini biliyorum.	408 (82,4)	41 (8,3)	46 (9,3)	1,27	619
		Bu etiketi daha önce gıda ambalajlarında fark ettim.	388 (78,4)	60 (12,1)	47 (9,5)	1,31

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların % 52,3 ‘ü besin skoru etiketin ne anlama geldiğini bilmediğini ve %50,5’i bu etiketi daha önce gıda ambalajlarında fark etmediğini ifade etmiştir. Diğer taraftan trafik lambası etiketinde katılımcıların %81,4’ü etiketin ne anlama geldiğini bildiğini ve %81,4’ü daha önce gıda ambalajlarında bu etiketi fark ettiğini belirtmiştir. Günlük karşılama miktarı etiketinde ise katılımcıların %82,4’ü bu etiketin ne anlama geldiğini bildiğini ve %78,4’ü daha önce gıda ambalajlarında bu etiketi fark ettiğini belirtmiştir.

Katılımcılardan paket önü besin etiketlerine göre ürüne dair algıladıkları tat ve ürünün algılanan sağlıklı olma durumunu değerlendirmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçlar izleyen grafiklerde paylaşılmıştır.



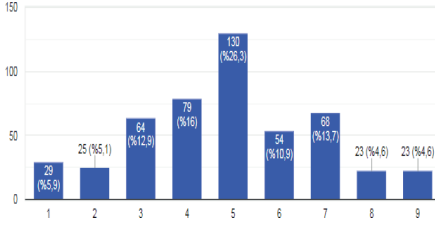
(* 1: Çok Lezzetli; 9 Çok Lezzetsiz)

(* 1: Çok Sağlıklı; 9 Çok Sağlıksız)

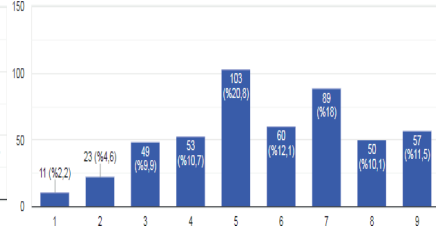
Grafik 2 ve Grafik 3. Besin skoru etiketli ürüne dair algılanan tat ve sağlık

Grafik 2’ e göre katılımcıların %49,7’si besin skoru etiketli ürünün algılanan tadını nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %17,6’sı bu etikete sahip ürünü az lezzetli, %12,9’u ise biraz lezzetli olarak değerlendirmiştir.

Grafik 3’ e göre katılımcıların %42,6’sı besin skoru etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumunu nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %13,5’i bu etikete sahip ürünü az sağlıksız, %12,5’i ise az sağlıklı olarak değerlendirmiştir.



(* 1: Çok Lezzetli; 9 Çok Lezzetsiz)

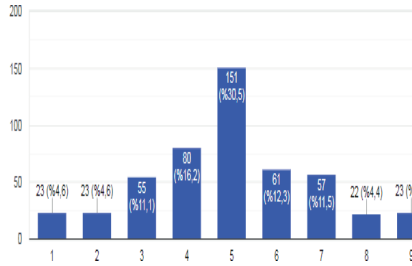


(* 1: Çok Sağlıklı; 9 Çok Sağlıksız)

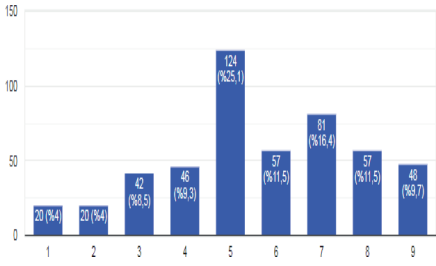
Grafik 4 ve Grafik 5. Trafik lambası etiketine dair algılanan tat ve sağlık

Grafik 4'e göre katılımcıların %26,3'ü trafik lambası etiketli ürünün algılanan tadını nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %16'sı bu etikete sahip ürünü az lezzetli, %12,9'u ise biraz lezzetli ve %13,7'si ise biraz lezzetsiz olarak değerlendirmiştir.

Grafik 5'e göre katılımcıların %20,8'i trafik lambası etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumunu nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %18'i bu etikete sahip ürünü biraz sağlıksız, %12,1'i ise az sağlıksız olarak değerlendirmiştir.



(* 1: Çok Lezzetli; 9 Çok Lezzetsiz)



(* 1: Çok Sağlıklı; 9 Çok Sağlıksız)

Grafik 6 ve Grafik 7. Günlük karşılama miktarı etiketli ürüne dair algılanan tat ve sağlık

Grafik 6'ya göre katılımcıların %30,5'i günlük karşılama miktarları etiketli ürünün algılanan tadını nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %16,2'si bu etikete sahip ürünü az lezzetli, %12,3'ü ise az lezzetsiz olarak değerlendirmiştir.

Grafik 7'ye göre katılımcıların %25,1'i günlük karşılama miktarları etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumunu nötr olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %16,4'ü bu etikete sahip ürünü biraz sağlıksız, %12,1'i ise az sağlıksız ve %11,5'i ise oldukça sağlıksız olarak değerlendirmiştir.

Ardından katılımcılardan söz konusu üç etiketi anlaşılabilirlik bakımından en kolaydan en zor olana doğru sıralamaları istenmiştir. Verilen yanıtlar Tablo 3'te özetlenmiştir.

Tablo 3. Paket Önü Besin Etiketlerinin Anlaşılabilirlik Yönünden Sıralanması

Etiket Türü	En Kolay	Orta	En Zor
Trafik Lambası	295	127	28
Besin Skoru	85	47	318
Günlük Karşılama Miktarı	102	239	109

Tablo 3'e göre, trafik lambası etiketi katılımcılar tarafından en kolay anlaşılabilir etiket, besin skoru etiketi ise en zor anlaşılabilir etiket olarak değerlendirilmiştir. Günlük karşılama miktarı etiketi ise katılımcılar tarafından orta düzeyde anlaşılabilir olarak değerlendirilmiştir.

4.2.2. Hipotez Testleri

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamında kurgulanan hipotezler test edilmiş ve sonuçlar paylaşılmıştır. Katılımcıların paket önü besin etiketlerine yönelik tutumlarının besin etiketli ürün satın alma niyetini etkileyip etkilemediğini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon; paket önü besin etiketleri içeren ürünlerde algılanan tat ve sağlık arasında farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla da t-testine başvurulmuştur.

'Paket önü besin etiketlerine yönelik tutum bireylerin besin etiketli ürün satın alma niyetini etkiler' şeklindeki hipotez basit doğrusal regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre paket önü besin etiketlerine yönelik tutum besin etiketli ürün satın alma niyetinin anlamlı bir açıklayıcısıdır ($F(1,493) = 200,064, p < 0,05$). Paket önü besin etiketlerine yönelik tutum, besin etiketli ürün satın alma niyetindeki varyansın yüzde 29'unu açıklamaktadır. Bireylerin paket önü besin etiketlerin yönelik tutumu bir birim arttığında besin etiketli ürün satın alma niyetleri 0,489 birim artacaktır.

'Algılanan tat besin etiket türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşır.' Ana hipotezi ve besin etiket türlerine göre kurgulanan alt hipotezleri test etmek amacıyla çeşitlendirilmiş örneklem t-testine başvurulmuş olup, analiz sonuçları paylaşılmıştır. Buna göre; günlük karşılama miktarları ve besin skoru etiketli ürünün algılanan tadı arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($t: 3,574, p: ,000$). Besin etiket türlerine göre katılımcıların lezzet algısı ortalamalarına bakıldığında; günlük karşılama miktarları etiketli ürün ($\bar{X}: 4,96$) anlamlı bir

şekilde besin skoru etiketli üründen daha lezzetli (\bar{X} : 4,64) algılanmaktadır. Ayrıca besin skoru ve trafik lambası ile trafik lambası ve günlük karşılama miktarı besin etiketine sahip ürünlerin algılanan tadları da karşılaştırılmış ve ortalamalar arasında anlamlı farklılık bulunmadığı görülmüştür.

‘Algılanan sağlık besin etiket türlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşır.’ Ana hipotezi ve besin etiket türlerine göre kurgulanan alt hipotezleri test etmek amacıyla eşleştirilmiş örneklem t-testine başvurulmuş olup, analiz sonuçları paylaşılmıştır. Besin skoru etiketli ürüne yönelik algılanan sağlığın trafik lambası etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir (t: -7,948; p: ,000). Buna göre besin etiket türlerine göre katılımcıların sağlık algısı ortalamalarına bakıldığında; trafik lambası etiketli ürün (\bar{X} : 5,71) anlamlı bir şekilde besin skoru etiketli üründen daha sağlıklı (\bar{X} : 4,87) algılanmaktadır. Bununla birlikte trafik lambası etiketli ürüne yönelik algılanan sağlığın günlük karşılama miktarları etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür (p: ,334). Diğer taraftan günlük karşılama miktarları etiketli ürüne yönelik algılanan sağlığın besin skoru etiketli ürüne yönelik algılanan sağlıktan anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir (t: 7,377; p: ,000). Buna göre besin etiket türlerine göre katılımcıların sağlık algısı ortalamalarına bakıldığında; günlük karşılama miktarları etiketli ürün (\bar{X} : 5,63) anlamlı bir şekilde besin skoru etiketli üründen daha sağlıklı (\bar{X} : 4,87) algılanmaktadır.

Herbir etiket türünün kendi içinde algılanan tadı ve algılanan sağlıklılığı arasında anlamlı bir ortalama farklılığı olup olmadığı da irdelenmiştir. Bu hipotezleri test etmek için eşleştirilmiş örneklem t- testine başvurulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre besin skoru etiketinde algılanan tat ve algılanan sağlığın anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmüştür (t: -3,290; p: ,000). Katılımcıların besin skoru etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumu (\bar{X} : 4,87) ürüne dair algıladıkları tattan (\bar{X} : 4,64) daha yüksektir. Trafik lambası etiketinde de algılanan tat ve algılanan sağlığın ortalamalarının anlamlı bir şekilde farklılaştığı bulgusuna ulaşılmıştır (t: 7,418; p: ,000). Katılımcıların trafik lambası etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumu (\bar{X} : 5,71) ürüne dair algıladıkları tattan (\bar{X} : 4,91) daha yüksektir. Son olarak günlük karşılama miktarları etiketinde algılanan tat ve algılanan sağlığın anlamlı bir şekilde farklılaştığı bulgusuna da ulaşılmıştır (t: -6,554; p: ,000). Katılımcıların günlük karşılama miktarları etiketli ürüne dair algıladıkları sağlıklı olma durumu (\bar{X} : 5,63) ürüne dair algıladıkları tattan (\bar{X} : 4,96) daha yüksektir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Paket önünde yer alan besin etiketlerine yönelik tüketici farkındalığını, bu etiketlerin ürünün algılanan tadı ve algılanan sağlığı üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu ve bu etiketlere yönelik tutumun satın alma niyeti üzerine etkisini ortaya koymak amacıyla yürütülen bu çalışmada elde edilen bulgular incelendiğinde; araştırmaya katılan tüketicilerin önemli bir bölümü bu tür etiketlere bazen dikkat ettiğini ve bu etiketlere daha çok peynir, süt ve yoğurt vb. ürün grubunda dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda tüketicinin dikkatini çekebilmek ve konunun önemini işaret edebilmek üzere, besin etiket bilgisi okumamanın neden olabileceği sağlık sorunları ve olumsuzluklar hakkında bilgilendirme yapılması önerilebilir. Üretici firmaların gıda etiketlerinin üzerinde yer alan bilgileri hedef kitlelerinin ihtiyaçları doğrultusunda oluşturmaları ve her bakımdan rahatlıkla anlaşılacak netlikte tasarlanması önemlidir.

Literatürdeki çalışmaları (Freire vd. 2017; Özdemir, 2013; Roberto vd., 2012) destekler nitelikte, tüketiciler paket önü besin etiketlerinde anlaşılabilirlik açısından en kolay paket önü etiketi olarak trafik lambası etiketini, en zor anlaşılabilir etiket olarak ise besin skoru etiketini belirtmişlerdir. Türkiye'deki yürürlükte olan mevzuatta günlük karşılama miktarı etiketi yer almaktadır ve bu çalışmadaki katılımcılar söz konusu etiketi orta düzeyde anlaşılabilir olarak değerlendirmişlerdir. Öte yandan trafik lambası ve besin skoru etiketlerinin Türkiye'de mevzuatta henüz yer almayan etiket türleri olmasına rağmen en yüksek ve en düşük değerleri almaları dikkat çekicidir. Her iki etiket türü de tüketicilerin daha çok ithal besin ürün ambalajlarından aşına oldukları etiket türleridir. Literatürde yapılmış diğer çalışmalarda (Trecant vd., 2020; Edelenyi vd. 2019; Egnell vd., 2018; Julia ve Herberg, 2017) ise besin skoru etiketi en kolay ve anlaşılır etiket olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, trafik lambası etiket sisteminin benimsenmesi ve bu etiketlerin yer aldığı ambalajların tasarlanması ile ürünün daha anlaşılır ve kolay olmasını sağlayarak tüketicilerin daha sağlıklı ve doğru kararlar vermesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu çerçevede yasa koyucular ve karar alıcılara besin etiketleri ile ilgili mevzuatın gözden geçirilmesi önerilebilir.

Ayrıca, literatürde yer alan diğer çalışmaları destekler nitelikte, bu çalışmada da tüketicilerin paket önü besin etiketleri üzerindeki bilgileri faydalı bulduğu ve gıda ürününe ihtiyaç duyduğunda paket önü besin etiketi içeren ürünleri satın alabileceklerini (Mork vd, 2017; Hoefkens vd. 2011; Kiesel ve Villas-Boas, 2009; Grunert ve Wills, 2007) ifade ettikleri görülmüştür. Bununla birlikte literatürde yer alan diğer çalışmaların aksine

(Colff vd., 2016; Festila vd., 2014; Mejean vd., 2013) paket önünde yer alan besin etiketleri üzerindeki bilgilerin yeterliliği ve güvenilirliği açısından tüketicilerin kararsız kaldıkları tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında ortaya çıkan sonuç doğrultusunda, paket önü besin etiketlerindeki bilgilerin detaylandırılması ve besin etiketlerinde verilen bilgilerin gıdanın içeriği ile birebir doğruluğu ve mevzuata uygunluğunun ilgili bakanlığın denetimleri ile takip edilmesi ve sonuçların kamuoyu ile paylaşılması tüketicilerin gıda etiket bilgilerine güvenini arttırabileceğine inanılmaktadır. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı'nın yanı sıra üretici ve perakendeci firmaların da tüketicileri bilgilendirme faaliyetlerinde bulunmalarının doğru olacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın bulguları incelendiğinde literatürde yer alan araştırmaların aksine (Katsouri vd., 2021; Trecant vd., 2020; Poquet vd., 2019) bu araştırmaya katılan tüketicilerin yarısından fazlası besin skoru etiketin ne anlama geldiğini bilmediğini ve bu etiketi daha önce gıda ambalajlarında fark etmediğini belirtmişlerdir. Besin skoru etiketi Türkiye'de henüz benimsenen bir etiket olmamakla birlikte tüketicilerin daha çok ithal besin ürün ambalajlarından aşına oldukları bir etiket türüdür. Yapılan diğer çalışmalarda besin skoru besin etiketi kullanılan ülkeler arasında yapıldığı için aşinalık ve farkındalık düzeyi değişmektedir. Diğer taraftan trafik lambası etiketinde katılımcıların çoğunluğunun etiketin ne anlama geldiğini bildiğini ve daha önce gıda ambalajlarında bu etiketi fark ettiğini (Esfandiari vd., 2020; Chen vd., 2017; Sonnenberg vd., 2013) belirtmiştir. Türkiye'de trafik lambası besin etiketi henüz mevzuatta yer almamasına rağmen tüketicilerin anlamlandırması ve bu etiketi fark ettiğini belirtmesi tüketicilerin çok fazla maruz kalmasalar bile bilişsel olarak bu etiket tipini farketmeye ve anlamlandırmaya daha yatkın olduklarını düşündürmüştür. Günlük karşılama miktarları etiketinde ise katılımcıların büyük bir kısmı etiketin ne anlama geldiğini bildiğini ve daha önce gıda ambalajlarında bu etiketi fark ettiğini mevcut literatürü destekler nitelikte (Cantor vd., 2015; Festila vd., 2014; Kang vd., 2013) ifade etmişlerdir. Bu sonuç doğrultusunda günlük karşılama miktarlı besin etiketinin çoğu gıda paketlerinde yer almasının farkındalık düzeyini etkilediği ve tüketicilerin anlamlandırma sürecine katkı sağladığı düşünülmektedir. Öte yandan trafik lambası etiketinin gerek ne anlama geldiği gerekse farkedilmesi noktasında günlük karşılama miktarı etiketine göre daha yüksek oranlara sahip olması, iki etiket türüne maruz kalma oranları düşünüldüğünde dikkat çekicidir.

Yukarıda ifade edilen tanımlayıcı bulgularla birlikte, paket önü besin etiketlerine yönelik tutumun bireylerin paket önü besin etiketli ürün satın alma niyetini etkilediği (Egnell vd., 2018; Khandpur vd., 2018; Jung ve

Kim, 2016) belirlenmiştir. Bununla birlikte günlük karşılama miktarı etiketli ürünün algılanan tadının besin skoru etiketli ürünün algılanan tadından daha yüksek olduğu (Cecchini ve Warin, 2015; Wright vd, 2013; Hawley vd., 2012) ortaya konulmuştur. Fakat Roberto vd. (2012) yapmış oldukları çalışmada günlük karşılama miktarları etiketli ürünün algılanan tadının diğer besin etiketlerine (trafik lambası ve besin skoru) göre farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda algılanan tadı ön plana çıkarmak isteyen üreticilerin ambalaj tasarımında günlük karşılama miktarları besin etiketini tercih edebileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre besin skoru, trafik lambası ve günlük karşılama miktarı besin etiketlerinde ise literatürü destekler nitelikte algılanan sağlık anlamlı bir şekilde (Hersey vd., 2013) farklılaşmaktadır. Trafik lambası etiketli ürün için algılanan sağlık besin skoru etiketli ürün için algılanan sağlıktan daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Literatürdeki bazı çalışmalarda da (Findling vd., 2017) trafik lambası besin etiketi ve diğer besin etiketlerinden (besin skoru ve günlük karşılama miktarları) daha sağlıklı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan bu çalışmada günlük karşılama miktarı etiketli ürün için algılanan sağlığın besin skoru etiketli ürünün algılanan sağlığından anlamlı bir şekilde farklılaştığı ortaya konulmuştur. Bu sonuç literatürdeki bazı çalışmaları (Cecchini ve Warin, 2015; Hawley vd., 2012) destekler niteliktedir. Bu sonuçlar doğrultusunda üründe sağlık algısını güçlendirmek isteyen üreticilerin ambalaj tasarımında günlük karşılama miktarı besin etiketini daha çok tercih etmesinin yerinde olacağı söylenebilir.

Konuya ilişkin gelecekte yürütülecek olan çalışmalarda farklı etiket türleri ve belirli ürün grupları dikkate alınarak yapılacak deneysel araştırma tasarımları sayesinde hem teori hem de uygulamaya yönelik derinlemesine öngörü sağlanması mümkün olabilir.

YAZAR BEYANI

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Etik Kurul Onayı: Bu araştırma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 29.03.2021 tarih ve 02-2021/31 sayılı etik kurul kararıyla uygun bulunmuştur.

Yazar Katkıları: Yazarların çalışmaya katkısı eşittir.

Çıkar Çatışması: Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Afshin, A., Sur, P.J., Fay, K.A. et al. (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *Lancet* 393, 1958-1972.
- An, R, Shi,Y., Shen,J., Bullard,T.,Liu,G.,Yang,Q., Chen,N. & Cao, L. (2021). Effect of front-of-package nutrition labeling on food purchases: a systematic review. *Public Health*, 191, 59-67.
- Anderson, S., Marietta, & A. Welshimer, K., (1999). Knowledge, attitudes, and behaviors of college students regarding the 1990 nutrition labeling education act food labels. *Journal of the American Dietetic Association*, 99 (4), 445-449.
- Balcombe, K., Fraser, I., & Falco, S. D., (2010). Traffic lights and food choice: a choice experiment examining the relationship between nutritional food labels and price. *Food Policy*, 35, 211-220.
- Cantor, J., Torres, A., Abrams, C., & Elbel, B. (2015). Five years later: awareness of new york city's caloric labels declined, with no changes in calories purchased. *Health Affairs*, 34 (11), 1-10.
- Cecchini M., & L. Warin., (2015). Impact of food labelling systems on food choices and eating behaviours: a systematic review and meta-analysis of randomized studies. *Journal Obesity Reviews*, 17(3), 201-210
- Cheftel, J., (2005). Food and nutrition labelling in the European Union. *Food Chemistry*, 93(1), 531-550
- Chen, J., Zhang, Y., Wang, S., Andrews, J., & Levy, A. (2017). How do consumers use nutrition labels on food products in the United States, accepted version. *Topics in Clinical Nutrition*, 32(2), 161-171.
- Colff, N., Merwel, D., Bosman, M., Erasmus, A., & Ellis, S. (2016). Consumers' prepurchase satisfaction with the attributes and information of food labels. *International Journal of Consumer Studies*, 1-9.
- Edelenyi, F., Egnell, M., Galan, P., Druesne- Pecollo, N., Hercberg, S., & J., Chantal. (2019). Ability of the nutri-score front-of-pack nutrition label to discriminate the nutritional quality of foods in the German food market and consistency with nutritional recommendations. *Archives of Public Health*, 14 (9), 1-20.
- Egnell, M., Ducrot, P., Touvier, M., Benjamin Alles, B., Hercberg, S., Kesse-Guyot, E., & Julia, C., (2018). Objective understanding of nutri-score frontof-package nutrition label according to individual characteristics of subjects: comparisons with other format labels. *Journal Plos One*, 13(8), 1-16
- Esfandiari, Z., Mirlohi, M., & Tanha, J. (2020). Effect of face-to-face education on knowledge, attitudes, and practices toward "traffic light" food labeling

- in Isfahan Society. Iran, International Quarterly of Community Health Education, 1-20.
- FAO (2023). Food and Agriculture Organisation of the United Nations. Food labelling. <https://www.fao.org/food-labelling/en/>
- Fernqvist, F., & Ekelund, L., (2014). Credence and the effect on consumer liking of food – a review. *Food Quality and Preference*, 32 (1), 340-353.
- Festila, A., Chrysochou, P., & Krystallis, A. (2014). Consumer response to food labels in an emerging market: the case of Romania. *International Journal Of Consumer Studies*, 5 (4), 1-10.
- Findling, M., Werth, P., Musicus, A., Bragg, M., Graham, D., Elbel, B., & Roberto, C. (2018). Comparing five front-of-pack nutrition labels' influence on consumers' perceptions and purchase intentions. *HHS Public Access*, 114-121.
- Foltran, F., Verduci, E., & Ghidina, M. (2010). nutritional profiles in a public health perspective: a critical review. *Journal of International Medical Research*, 38 (1), 318-385.
- Freire, W., Waters, W., Rivas-Mariño, G., Nguyen, T., & Rivas, P. (2016). A qualitative study of consumer perceptions and use of traffic light food labelling in Ecuador. *Public Health Nutrition*, 20(5), 805-813.
- Grunert, K., & Wills, J., (2007). A review of european research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*, 15, 385–399.
- Hawley, K., Christina A Roberto, C., Marie A Bragg, M., Peggy J Liu, P., B Schwartz, M., & Browne, K. (2012). The science on front-of-package food labels. *Public Health Nutrition*, 16(3), 430–439
- Hersey, J., Wohlgenant, K., Arsenaault, J., Kosa, K., & Muth. M., (2013). Effects of front-of-package and shelf nutrition labeling systems on consumers. *Nutrition Reviews*, 71(1), 1–14
- Hieke, S., & Taylor, C., (2012). A critical review of the literature on nutritional labeling. *The Journal of Consumer Affairs*, 46(1), 120-156.
- Hoefkens, C., Möser, A., Camp, J., & Verbeke, W. (2011). Simplified Nutrient labelling: consumers' perceptions in Germany and Belgium. *Journal of Consumer Protection and Food Safety*, 5, 169-180.
- Julia, C., & Hercberg, S. (2017). Nutri-Score: evidence of the effectiveness of the french front-of-pack nutrition label. *Science & Research | Original Contribution*, 64 (12), 181-187.
- Jung, H., & Kim, H. (2016). Consumer's perception and utilization of food labels by age and gender. *Korean Soc Food Sci Nutr*, 45(3), 437-444.
- Kang, H., Şim, J., Lee, Y., Linton, J., Park, B., & Lee, H. (2013). Reading nutrition labels is associated with a lower risk of metabolic syndrome in Ko-

- rean adults: The 2007–2008 Korean NHANES. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*, 23 (9), 876-882.
- Katsouri, E., Magriplis, E., Zampelas, A., H. Drosinos, H., & George-John Nychas, G. (2021). Dietary intake assessment of pre-packed graviera cheese in Greece and nutritional characterization using the nutri-score front of pack label scheme. *MDPI Nutrients*, 13 (2), 1-10.
- Kelly, B., Hughes, C., Capman, K., Louie, J., Dixon, H., Crawford, J., King, L., Daube, M., & Slevin, T. (2009). Consumer testing of the acceptability and effectiveness of front-of-pack food labelling systems for the Australian grocery market. *Health Promotion International*, 24(2), 120-129.
- Khandpur, N., De Morais Sato, P., Amaral Mais, L., Bortoletto Martins, A., Galvão Spinillo, C., Tarricone Garcia, M., Urquizar Rojas, C., & Constante Jaime, P. (2018). Are front-of-package warning labels more effective at communicating nutrition information than traffic-light labels? A randomized controlled experiment in a Brazilian sample. *MDPI Nutrients*, 10 (6), 688-698.
- Kiesel, K., & Villas-Boas, B. (2009). Can information costs confuse consumer choice? Nutritional labels in a supermarket experiment. *International Journal of Industrial Organization*, 31, 153-163.
- Kleef, E., & Dagevos, H., (2015). The growing role of front-of-pack nutrition profile labelling: a consumer perspective on key issues and controversies. *Critical Reviews In Food Science And Nutrition*, 1-24
- Mejean, C., Macouillard, P., Peneau, S., Hercberg, S., & Castetbon, K., (2013). Perception of front-of-pack labels according to social characteristics, nutritional knowledge and food purchasing habits. *Public Health Nutrition*, 16(3), 392–402.
- Mora-Garcia, C., Tobar, L., & Young, J. (2019). The effect of randomly providing nutri-score information on actual purchases in Colombia. *Nutrients*, 11, 3-24.
- Mork, T., Grunert, K., Fenger, M., Juhl, H., & Tsalis, G. (2017). An analysis of the effects of a campaign supporting use of a health symbol on food sales and shopping behaviour of consumers. *Public Health*, 2-11
- Onozaka, Y., Melbye, E., Skuland, A., & Hansen, H. (2014). Consumer intentions to buy front-of-pack nutrition labeled food products: the moderating effects of personality differences. *Journal of Food Products Marketing*, 37-41.
- Özdemir, D. (2013). İstanbul ilinde tüketicilerin gıda etiketi konusunda bilgi düzeylerinin belirlenmesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı.

- Pettigrew, S. Jongenelis, M.I., Jones, A., Hercberg, S., Julia, C. (2023). An 18-country analysis of the effectiveness of five front-of-pack nutrition labels. *Food Quality and Preference*, 104,
- Poquet, D., Emilie Ginon, E., Goubel, B., Chabanet, C., Marette, S., Sylvie Issanchou, S., & Monnery-Paris, S. (2019). Impact of a front-of-pack nutritional traffic-light label on the nutritional quality and the hedonic value of mid-afternoon snacks chosen by mother-child dyads, *Appetite*, 143, 1-31
- Primrose, S., Woolfec, M., & Rollinson S., (2010). Food forensics: methods for determining the authenticity of foodstuffs. *Trends In Food Science and Technology*, 1-9
- Roberto, C., Bragg M., Schwartz, M., Musicus, A., Novak, Nicole., & Brownell, K. (2012). Facts up front versus traffic light food labels. *American Journal Of Preventive Medicine*, 43(2), 134-141.
- Shiv, B., Edell, J., & Payne, J. W. (1997). Factors affecting the impact of negatively and positively framed ad messages. *Journal of Consumer Research*, 24(3), 285-294.
- Sonnenberg, L., Gelsomin, E., Levy, D., Riis, J., Barraclough, S., & Thordike, A., (2013). A traffic light food labeling intervention increases consumer awareness of health and healthy choices at the point-of-purchase. *HHS Public Access*, 57 (4), 253-257.
- Shrestha, A., Cullerton, K., White, K.M., Mays, J., Sendall, M. (2023). Impact of front-of-pack nutrition labelling in consumer understanding and use across socio-economic status: A systematic review. *Appetite*, 187.
- Stranieri, S., Baldi, & L., Banterle, A. (2010). Do Nutrition Claims Matter to Consumers? An Empirical Analysis Considering European Requirements. *Journal of Agricultural Economics*, 61, (1) , 15-33.
- Thrasher, J.F., Villalobos-Daniel, V.E., Fang, D., Nieto, C., White, C.M., Armendariz, G., Jáuregui, A., Hammond, D., & Davis, R.E. (2024). Assessing transnational spillover effects of Mexico's front-of-package nutritional labeling system among Mexican Americans in the US. *Preventive Medicine*, 179.2024,
- Trecant, L., Egnell, M., Hercberg, S., Galan, P., Soudon, J., Fialon, M., Touvier, M., Guyot, E., & Chantal, J. (2020). Performance of the front-of-pack nutrition label nutri-score to discriminate the nutritional quality of foods products: a comparative study across 8 European Countries. *MDPI Nutrients*, 12 (5), 20-35
- Tüyben, E. (2018). Tüketicilerin gıda güvenilirliği yönünden etiket okuma alışkanlığı ve algısının değerlendirilmesi Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü Toplu Beslenme Sistemleri Programı

- Van Kleef, E., Trijp, H., Paeps, F., & Ferna'ndez-Celemin, L. (2007). Consumer preferences for front-of-pack calories labelling. *Public Health Nutr*, 11 (2), 203-213.
- Vergi, Yeliz. (2018). Besin Etiketlerinin Sağlık Algısı Üzerine Etkisi Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi.
- Vyth, E., Steenhuis, I., Roodenburg, A., Brug, J., & Seidel, J. (2009). Front-of-pack nutrition label stimulates healthier. *Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 5 (7), 1-7
- Wang, Q., Oostindjer, M., Amdam, V., & Egeland, B. (2015). Snacks with nutrition labels: tastiness perception, healthiness perception, and willingness to pay by Norwegian adolescents. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 48 (2), 104-111
- Wright, S., Swanson, M., Schoenberg, N., Davis, R., & Dollarhide, K. (2013). perceptions of healthy eating and influences on the food choices of appalachian youth. *HHS Buplic Access*, 147-153.
- World Cancer Research Fund International (2019). Building momentum : lessons on implementing a robust front-of-pack food label.; <https://www.wcrf.org/wpcontent/uploads/2021/03/PPA-Building-Momentum-2-WEB.pdf>.
- Yıldırım, S. (2012), besin etiketlerinin tüketici talebine etkisi: İstanbul- Ankara - İzmir illerinde bir çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi.