

# KANTİN ÇALIŞANLARININ BESİN GÜVENLİĞİ HAKKINDAKİ TUTUM VE DAVRANIŞLARI

## Behaviours and Attitudes of Canteen Workers Related to Food Safety

Can Öner<sup>1</sup>, Binali Çatak<sup>2</sup>, Mecnun Yıldız<sup>3</sup>, Ayşegül Erdoğan<sup>4</sup>, İtibar Canpolat<sup>4</sup>, Özgür Seğmen<sup>4</sup>

### ÖZET

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı İstanbul ili Pendik İlçesi'nde faaliyet gösteren okul kantinlerini işleten ve burada çalışanların besin güvenliği konusundaki tutum ve davranışlarını değerlendirmektir.

**Yöntem:** Bu amaçla Pendik İlçesinde faaliyet gösteren okul kantinlerini işleten veya burada çalışanlarla yüz yüze görüşülerek katılımcının sosyodemografik özellikleri ve besin güvenliğine yönelik tutum belirleme soruları bulunan bir anket formu uygulanmıştır.

**Bulgular:** Çalışmaya toplam 86 kişi katılmıştır. Katılımcıların ortalama yaşı 40,52 ±8.23'dür. Gıda maddesinin alımında en çok önemsenen tutumlar; ürün ambalajının sağlamlığı, yiyecek maddelerinin satış koşulları ve ürünlerin son kullanma tarihleri olmuştur. Katılımcıların en az önemsedikleri tutum ise ürünler yanında verilen hediyeler (promosyon) dir.

**Sonuç:** Çalışma sonucunda kantin çalışanlarının besin güvenliği konusunda eğitim almasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** *Besin güvenliği, Beslenme, Gıda*

### ABSTRACT

**Aim:** The aim of this study was to determine the attitudes and behaviors of canteen personnel in Pendik Istanbul.

**Method:** We applied a questionnaire which included questions about sociodemographic features and attitudes toward food safety face to face to all canteen workers.

**Results:** 86 workers were included in the study. Mean age was 40,52 ±8.23 years. The workers paid mainly attention towards food package, selling condition of foods and expiring date of products. The least attention was paid to promotion articles given with food.

<sup>1</sup>İstanbul Bilim Üniversitesi  
Tıp Fakültesi Aile Hekimliği  
Anabilim Dalı  
Mecidiyeköy / İstanbul

<sup>2</sup>Bursa Nilüfer Toplum Sağlığı  
Merkezi Bursa

<sup>3</sup>Pendik Çınardere Aile Sağlığı  
Merkezi İstanbul

<sup>4</sup>Pendik Toplum Sağlığı Merkezi  
İstanbul

Can Öner, Yrd. Doç. Dr.  
Binali Çatak, Uzm. Dr.  
Mecnun Yıldız, Dr.  
Ayşegül Erdoğan, Uzm. Dr.  
İtibar Canpolat, Uzm. Dr.  
Özgür Seğmen, Dr.

#### İletişim:

Yrd. Doç. Dr. Can Öner  
İstanbul Bilim Üniversitesi  
Tıp Fakültesi Aile Hekimliği  
Anabilim Dalı  
Fulya Mah. Hüseyin Cahit Yalçın  
Sk. No:1 Mecidiyeköy / İstanbul

**Tel:** 0212-2128811-621

#### e-mail:

trcanoner@yahoo.com

**Conclusion:** An educational programme of food safety with regular intervals could be effective.

**Key words:** *Food safety, Nutrition, Food.*

## GİRİŞ

Yeterli ve doğru gıdaya erişmek geçmişten günümüze insanların temel sorunlarından biri olmuştur. Özellikle toplu gıda tüketiminin son yıllar içerisinde artması gıda güvenliğinin sağlanmasını önemli bir halk sağlığı konusu olarak öne çıkarmıştır. Gıda ürünlerinin kalitesi tüketiciler tarafından kabul edilebilir özelliklerin toplamı olarak tanımlanabilir. Okullar toplu gıda tüketiminin yapıldığı yerlerden biridir ve buralara tüketilen gıdaları sağlayan kantin sahibi veya çalışanlarının gıda güvenliği hakkındaki bilgi ve tutumları bu nedenle önemlidir. Bu çalışmada İstanbul'un en büyük ilçelerinden birindeki okul kantinlerinde çalışanların besin güvenliği hakkındaki tutum ve davranışları incelenmiştir.

## GEREÇ VE YÖNTEMLER

Bu amaçla oluşturulan anket ilçede bulunan 86 okulda kantincilerle yüz yüze görüşülerek çalışmacılarca doldurulmuştur. Çalışmaya başlanmadan önce katılımcıların sözlü onamları alınmıştır. Çalışma anketi 2 ana kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım kişilerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu gibi demografik özelliklerini içerirken, ikinci kısım sağlıklı gıda ve gıda sağlığı ile ilgili bilgi ve tutumları ölçen 5'li likert tipinde hazırlanmış bir formdan oluşmaktaydı. Tutumları belirlemek için likert ölçeğinde "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" ifadeleri "katılıyor" şeklinde, geri kalanlar ise "katılmıyor" şeklinde kodlanmıştır. Çalışmaya hangi okuldan hangi kantin işletmecisinin katılacağı randomize olarak belirlenmiştir. Çalışma verileri Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 13.0 istatistik programı ile analize tabi tutulmuş analizlerde sıklık, yüzde ve merkezi yönelim ölçütleri olan ortalama, ortanca yanında merkezi sıklık ölçütleri olan standart sapma, minimum ve maksimum değerleri kullanılmıştır. Anlamlılık değeri  $p < 0.05$  olan değerler anlamlı kabul edilmiştir.

## BULGULAR

Çalışmamız toplam 86 okul kantininde yürütülmüştür. Çalışmaya katılanların ortalama yaşı  $40,52 \pm 8,23$  yıl idi. Katılımcıların %63,9 (n=55)'u erkek ve %36,1 (n=31)'i kadındı. Eğitim durumları ele alındığında katılımcıların %46,5'i lise ve üstü okul mezunu idi. Çalışmaya katılanların %57(n=49) 'si kantin işletmecisi iken, %43 (n=37)'ü kantin personeliydi. Ortalama çalışma süresi  $5,68 \pm 2,96$  yıldır. Katılımcıların 70 tanesi (%81,6) sigara kullanmazken, 16 tanesi (%18,6) sigara içmektedir. Katılımcıların ortalama kilosu  $76,4 \pm 1,47$  kg ve ortalama boyları  $171,0 \pm 7,01$  cm idi. Vücut Kitle İndeksi (BMI) açısından 25 kg/m<sup>2</sup> altı olan kişi sayısı 34 (%39,5) iken 30 üzerinde olan kişi sayısı 28 (%32,6)'dir. Katılımcılara ait demografik özellikler tablo 1 de derlenmiştir.

Katılımcıların gıda güvenlikleri ile ilgili tutumları da çalışmada incelenmiş ve sonuçları tablo olarak verilmiştir (Tablo 2). Gıda maddesinin alımında en çok önemsenen tutumlar; ürün ambalajının sağlamlığı, yiyecek maddelerinin satış koşulları ve ürünlerin son kullanma tarihleri olmuştur. Bunu ürünlerin lezzeti, ürünlerin etiket bilgileri, saklama ve pişirme koşullarına uyum ve dengeli öğünler hazırlama takip etmektedir.

Katılımcıların en az önemsedığı tutum ise ürünler yanında verilen hediyeler (promosyon) dir. Yine reklâmlar ve marketlerin büyüklükleri katılımcıların ürün alımında en az önemsedığı tutumlardandır. Katılımcıların yarısından çoğu kaliteli ürünün kolay bulunamayacağına inanmaktadır.

**Tablo 1:** Katılımcıların sosyodemografik özellikleri

	n	%
<b>Yaş</b>		
20 yaş ve altı	0	0
21- 40	36	41,8
40 yaş ve üstü	50	58,2
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	55	63,9
Kadın	31	36,1
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlkokul	31	36,1
Ortaokul	15	17,4
Lise	25	29,1
Üniversite	15	17,4

## TARTIŞMA - SONUÇ

Katılımcıların gıda güvenlikleri ile ilgili tutumları da çalışmada incelenmiş ve sonuçları tablo olarak verilmiştir (Tablo 2). Gıda maddesinin alımında en çok önemsenen tutumlar; ürün ambalajının sağlamlığı, yiyecek maddelerinin satış koşulları ve ürünlerin son kullanma tarihleri olmuştur. Bunu ürünlerin lezzeti, ürünlerin etiket bilgileri, saklama ve pişirme koşullarına uyum ve dengeli öğünler hazırlama takip etmektedir. Öte yandan en az önemsenen tutum asıl ürünün yanında promosyon üründe verilmesidir.

Tüketicilerin sağlıklı gıdaya ulaşması için en önemli yollardan bir tanesi kullandıkları ürünün içeriği, pişirme ve saklama koşulları ve son kullanma tarihi gibi bilgilerin olduğu ürün etiketlerinin okunmasıdır. Bu önemli tutum bizim çalışmamızda katılımcıların sırasıyla %97,6 ve %100'ünün sergilediği bir tutum olarak görülmektedir. ABD' inde yapılan bir çalışmada katılımcıların %77'sinin ürün üzerindeki etiketleri okudukları bildirilmektedir (1). Yaptığımız çalışmada bu tutumu sergileyenlerin yaş, eğitim düzeyi veya vücut kitle indeksi (BMI) gibi parametrelerle bu tutumu sergiliyor olmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p>0.05$ ). Bu değişkenlere bir süre sonra bir başka çalışma ile düşük gelir grubunda olmada eklenmiştir (2). Topuzoğlu ve arkadaşlarının yapmış olduğu çalışmada ülkemizde etiketlerin

okunma alışkanlıklarının düşük olduğu bildirilmektedir (3). Yine ülkemizde gerçekleştirilen bir başka çalışmada etiketlerin üzerindeki bilgilerin okunması ile cinsiyet, eğitim, medeni durum ve sosyoekonomik seviye arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır (4).

Reklâm, ürünlerin satışını sağlamak için firmaların sık başvurduğu yollardan birisidir. Yaptığımız çalışmada katılımcıların en az önemsedikleri tutumlar arasında reklâmlar ve büyük marketlerden alışveriş yapılması gelmektedir. Bu tutumlarla eğitim, cinsiyet veya yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Benzer şekilde Türkiye'de yapılan bir çalışmada da reklâm bilgileri gıda tüketimi açısından yeterli bilgi veren uygulamalar olarak görülmemiştir (3). Yapılan çalışmaların birçoğu reklâmlarda satılan ürünlerin yüksek şeker ve yağ içeriği olduğunu göstermektedir (5). Bu durumda reklâmlardan etkilenmeksizin ürün seçimi yapılmasının sağlık açısından pozitif etkileri bulunabilecektir. Yapılan çalışmalar tüketicilerin alışveriş kararında promosyonlu ürünlerin etkisi olduğunu göstermektedir (6). Ancak bizim çalışmamızda katılımcıların en az önemsedikleri tutum ise ürünler yanında verilen hediyeler ( promosyon) dir. Bu tutuma katılanlarla katılmayanlar arasında ise yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktaydı.

Yine marketlerin büyüklükleri katılımcıların ürün alımında en az önemsedikleri tutumlardandır. Yapılan çalışmalar mağaza imajının büyük veya küçük farklılığı gözetmeksizin mağazanın fiziksel çevresi, servis düzeyi ve ticaret kalitesi gibi karakteristiklerini kapsamaktadır. Öte yandan büyük mağazaların fiziksel özellikleri üzerindeki algılamaların mağaza içi duyguları ile doğrudan ya da dolaylı olarak birleşen mağaza tutumunu etkileyebileceği vurgulanmaktadır (6). Yapılan bir çalışmada büyük mağazalardan alışveriş yapma alışkanlığının eğitim düzeyi ile doğrudan ilişkili olduğu gösterilmiştir (6). Bizim çalışmamızda bu tutuma katılanlarla katılmayanlar arasında eğitim, yaş ve cinsiyet parametreleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p<0.05$ ). Katılımcıların yarısından çoğu kaliteli ürünün kolay bulunamayacağına inanmaktadır.

Sonuç olarak kantin çalışanları ve işletmecilerine belirli aralıklarla verilecek besin güvenliği ile ilgili eğitimlerin çalışan ve işletmecilerin besin güvenliği konusundaki yetersiz davranış ve tutumlarında belirgin düzelmeler sağlayacağı, ve bu düzelmelerin tüketiciye olumlu olarak yansıtacağı düşünülmektedir.

**Tablo 2:** Katılımcıların gıda güvenliği ile ilgili tutumları

	Katılıyor		Katılmıyor	
	n	%	n	%
Ürünün ambalajının sağlam olup olmadığına dikkat ederim	86	100		
Yiyecek maddelerinin satıldığı yerin koşulları (temizlik, hijyen, rutubet) benim için çok önemlidir	86	100		
Gıda ürünlerini satın alırken son kullanma tarihlerine dikkat ederim	86	100		
Yiyeceklerin lezzetli olması benim için çok önemlidir	85	100	1	1,2
Satın aldığım gıda ürünlerinin etiket bilgilerini okurum	84	97,6	2	2,4
Ürünleri saklarken ya da pişirirken ambalaj üzerindeki talimatlara uyarım	83	96,5	3	3,5
Dengeli öğünler hazırlamaya dikkat ederim	82	95,3	4	4,7
Yiyeceklerin protein ve vitamin içeriğini bilirim, bilmediklerimi öğrenmeye gayret ederim	82	95,3	4	4,7
Gıda maddelerinin üretildiği yerlerin hijyenine, temizliğine önem veririm	82	95,3	4	4,7
Satın aldığım bir gıda ürünü bozursa iade ederim	81	84,2	5	5,8
Yiyeceklerin lezzetinden çok besleyici olması önemlidir	80	93,0	6	7,0
Gıda maddelerini satın alırken ürünün içerdiği mineral maddelere dikkat ederim	80	93,0	6	7,0
Satın aldığım gıda ürününün fiyatı karar vermemde önemlidir	80	93,0	6	7,0
Tükettiğimiz gıda maddelerinin besleyiciliği doyuruculuğundan önemlidir	79	91,8	7	8,2
Gıda ürünlerinde katkı maddesi kullanılmaması önemlidir	79	91,8	7	8,2
Satın aldığım malın insan sağlığına olumsuz etkisi olup olmadığına dikkat ederim	78	90,6	8	9,4
Yiyecekleri besin içeriğinden emin olarak pişiririm	78	90,6	8	9,4
Ambalajın gıda ürününe zarar vermeyecek malzemeden yapılmasına dikkat ederim	77	89,5	9	10,5
Gıda ürünü satın alırken besin değerini her zaman göz önünde bulundururum	76	88,3	10	11,7
Hormonsuz gıda ürünleri için fazla para ödemeye razıyım	76	88,3	10	11,7
Doğaya zararlı ürünleri almamaya çalışırım	76	88,3	10	11,7
Besin değeri iyi olan gıdalar daha pahalıdır	73	84,8	13	15,2
Kaliteli gıda ürünleri kolay bulunabilir	66	76,7	20	23,3
Markalı ürünler her zaman kalitelidir	58	67,4	28	32,5
Büyük market ve alışveriş merkezlerinde satılan gıda ürünleri kalitelidir	45	52,3	41	47,7
Reklamlar ürün hakkında gerekli bilgileri verir	32	37,2	54	62,8
Gıda ürünleri ile beraber verilen hediyeler satın almaya karar vermemde etkilidir	22	25,5	64	74,5

## KAYNAKLAR

1. Satia JA, Galanko JA, Neuhouser 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(3):392-403
2. Sullivan AD. Determining how low-income food shoppers perceive, understand, and use food labels. Can J Diet Pract Res. 2003;64(1):25-30.
3. Topuzoğlu A, Hıdıroğlu S, Ay P ve ark. Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni. 2007;6(4) :253-258.
4. Besler HT, Buyuktuncer Z, Uyar MF. Consumer Understanding and Use of Food and Nutrition Labeling in Turkey. J Nutr Educ Behav. 2012 [Epub ahead of print]
5. Chapman K, Nicholas P, Supramaniam R. How much food advertising is there on Australian television. Health Promotion International. 2006;21(3):172-180.
6. Akat Ö, Taşkın Ç, Özdemir A. Uluslar arası alışveriş merkezi tüketicilerinin satın alma davranışı: Bursa ilince bir uygulama. Sosyal Bilimler Dergisi. 2006;2:13-28.