

Afyonkarahisar İlinde Üniversite Öğrencilerinin Yumurta Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma

Günnur PEŞMEN^{1*} 

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi, Şuhut Meslek Yüksekokulu, Laborant Veteriner Sağlık Bölümü, Afyonkarahisar

*Sorumlu Yazar: gpesmen@aku.edu.tr

Geliş Tarihi: 22.08.2024 Düzeltme Geliş Tarihi: 11.09.2024 Kabul Tarihi: 12.09.2024

ÖZ

Bu çalışma Afyonkarahisar ilinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim tercihleri ve yumurta tüketim bilincinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın verilerini 2024 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerle basit tesadüfi örnekleme yolu ile belirlenen 360 öğrenci oluşturmuştur. 180 kız ve 180 erkek öğrenciden oluşan örneklemin yaş ortalaması 21'dir. Öğrencilerin %66.7'si yumurta tüketmekte, %33.3'ü ise yumurta tüketmedikleri belirlenmiş olup, kişi başına düşen haftalık yumurta tüketimleri ortalama 4.47 adettir. Öğrencilerin %68,9'u organik yumurta üretim sisteminin en iyi üretim sistemi olduğunu, yumurta alırken en çok etiket ve ambalaja dikkat ettiklerini, öğrencilerin %70.6'nın yumurta fiyatlarını pahalı bulduklarını, yumurta tüketen öğrencilerin %70.6'sı yumurtayı en çok kış mevsiminde tükettikleri belirlenmiştir. Yumurta gençlerde sağlıklı ve dengeli beslenmenin en önemli kaynaklarından biri olması sebebiyle yumurtanın tüketim durumunun ve tercihlerinin belirlenmesi yumurtanın üretim ve pazarlama gibi süreçlerinde yapılacak çalışmalara yol gösterici olacaktır.

Anahtar kelimeler: Afyonkarahisar, anket, yumurta, tüketim.

A Study on Determining The Egg Consumption Preferences of University Students in Afyonkarahisar Province

ABSTRACT

This study was conducted to determine the egg consumption preferences and egg consumption awareness of university students studying in Afyonkarahisar province. The data of the study consisted of 360 students who were selected by simple random sampling method and who were studying at Afyon Kocatepe University in 2024. The average age of the sample consisting of 180 female and 180 male students was 21. It was determined that 66.7% of the students consume eggs, 33.3% do not consume eggs, and the average weekly egg consumption per person is 4.47. 68.9% of the students stated that the organic egg production system is the best production system, they pay the most attention to the label and packaging when buying eggs, 70.6% of the students find egg prices expensive, and 70.6% of the students who consume eggs consume eggs mostly in the winter season. Since eggs are one of the most important sources of healthy and balanced nutrition in young people, determining the consumption status and preferences of eggs will guide the studies to be carried out in the processes such as production and marketing of eggs.

Key words: Afyonkarahisar, survey, egg, consumption.

GİRİŞ

Türkiye’de bitkisel gıda tüketimi yeterli düzeyde olmasına rağmen hayvansal gıdaların tüketimi yeterli seviyede değildir (Berber, 2022). Yumurta, 6 temel besin grubunu içermesi, kolin, A vitamini, D vitamini, demir, konjuge linoleik asit (CLA) ve luteinin iyi bir kaynağı (Fang ve ark., 2012) olmasının yanı sıra, sindirilebilirliğinin, yüksek kolay erişilebilir ve ucuz bir besin olması nedeniyle de Dünyanın birçok ülkesinde severek tüketilen bir hayvansal üründür (Vural, 1992; Nys, 2001). Son yıllarda yumurtanın faydalarının daha iyi anlaşılmasıyla, üretim ve tüketiminde ciddi artışlar görülmektedir (Çiçekgil ve Yazıcı, 2016). Türkiye’de 2022 yılında tavuk yumurtası üretimi 20 milyar adet olarak gerçekleşmiştir (Tüik, 2024). Tepge (2023) tarafından Türkiye’de iç talebi karşılayacak kadar yumurtanın üretildiği ve yumurta tüketimi yalnızca yerli üretimden karşılandığı bildirilmiştir. Türkiye nüfusu dikkate alındığında kişi başına yıllık yaklaşık 235 adet yumurta düşmektedir. Çiçekgil ve Yazıcı (2016) yıllar itibarıyla kişi başı yumurta tüketimi ve yumurta ihracatının artış eğiliminde olduğunu bildirmişlerdir. Türkiye’de farklı illerde, farklı yaş ve gelir gruplarında, farklı sayıda katılımcılar üzerinde yumurta tüketim tercihlerini belirleme amacıyla çalışmalar yapılsa da (Çelik ve Şengül, 2001; Mızrak ve ark., 2012; Karakaya ve ark., 2014; İskender ve Kanbay, 2014; Alkan ve Derebaşı, 2018; Aytop ve Işık, 2020; Alkan ve Berber, 2022; Avcılar ve ark., 2023), özellikle üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim tercihlerinin belirlenmesine yönelik çalışma sayısı yetersizdir. Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları büyük ölçüde sosyoekonomik yapılarına göre değişmektedir ve bu tüketim alışkanlıklarının bilinmesi önemlidir. Tüketicilerin satın alma tercihlerinin tespit edilerek, ona göre yetiştirme, besleme ve pazarlama modellerinin oluşturulması üretici firmalar açısından son derece önem taşımaktadır (İnci ve ark., 2014). Bu nedenle üniversite öğrencilerinin; yumurta tüketim bilincinin belirlenmesi, araştırmacılara, firmalara, karar vericilere, üretici ve tüketicilere katkı sağlaması hedeflenmektedir. 2022 yılında Afyonkarahisar 14,9 milyon ton yumurta tavuğu varlığı lider konumunda olmuştur, ayrıca ilin Başmakçı ilçesi Türkiye’nin yumurta borsasına ev sahipliği yapmaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2021; Tepge, 2023). Afyonkarahisar ili coğrafi konumu nedeniyle “özellikle birçok karayolunun keşiştiği ve Ankara, İzmir, Antalya gibi büyük tüketim merkezlerine yakınlığı” önemli bir ticaret potansiyeline sahiptir (Sarıözkan ve Sakarya, 2006). Yapılan çalışmalar incelendiğinde, Afyonkarahisar ilinde yumurta tüketimini inceleyen bir çalışmanın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

MATERYAL ve METOT

Çalışmanın verileri 2024 yılı, öğrencilerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, sınıf, barınma) ve öğrencilerin yumurta tüketim özelliklerini belirlemeye yönelik (Çelik ve Şengül 2001; Durmuş ve ark., 2007; Mızrak ve ark., 2012, İskender ve Kanbay, 2014) sorulardan oluşan anket formları kullanılarak yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Anket soruları literatür taramaları sonucu ulaşılan çalışmalardan derlenerek oluşturulmuştur (İskender ve Kanbay, 2014; Alkan ve Derebaşı, 2018; Alkan ve Berber, 2022; Avcılar ve ark., 2023). Yapılan anket çalışmasında örneklem büyüklüğünü hesaplamak için $n = \frac{Nt2pq}{d2(N-1)+t2pq}$ formülü kullanılmış; % 5 hata payı ve % 95 güven aralığında örneklem sayısının 356 olması gerektiği bulunmuştur.

Formülde;

n: Örnek Hacmi

N = Çalışma evrenindeki birey sayısı (ana kütle büyüklüğü)

t: % 95 önem derecesine karşılık gelen z tablo değeri

p: İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı % 50 olarak alınmıştır.

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p)

d: Kabul edilen hata payı (bu çalışmada hata payı %5 olarak alınmıştır.) (Akbay ve ark., 2007; İskender ve Kanbay, 2014). Araştırma için etik kurul onayı Afyon Kocatepe Üniversitenin Sağlık Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan alınmıştır (Karar no: 2024/27). Çalışmanın verileri SPSS 17.0 ortamında sayı, yüzde ve ortalama kullanılarak analiz edilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Ankete katılan üniversite öğrencilerini cinsiyet bakımından %50’sini erkek, %50’sini kadın öğrenciler, %52.8’ini 2. sınıf öğrencileri oluşturmuş, yaş ortalaması ise 21 olarak bulunmuştur. Yine katılımcıların %61.1’i öğrenci yurdunda kaldıklarını beyan etmişlerdir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Katılımcıların demografik yapısı.

Değişkenler	Frekans		
	n	%	
Cinsiyet	Erkek	180	50
	Kadın	180	50
Sınıf	1. sınıf	82	22,8
	2. sınıf	190	52,8
	3. sınıf	27	7,5
	4. sınıf	61	16,9
İkamet	Öğrenci evi	70	19,4
	Yurt	220	61,1
	Aile evi	70	19,4

Anket katılımcılarının yumurta tüketim bilinç düzeyinin belirlenmesine ilişkin bulgular Çizelge 2’de yer almaktadır. Yumurtada, S, M, L, XL harfleri sırasıyla küçük, orta, büyük, ekstra büyük yumurta ağırlık sınıfını belirtir (Alkan ve Berber, 2022). Putri ve ark., (2021) büyük yumurtaların, maksimum tatmin sağladığı için tüketicilerin tercih sebebi olduğunu, Jibir ve ark., (2013), tüketiciler arasında tercih edilen niteliklerin sırasıyla büyük boyut, koyu kabuk rengi, temizlik, normal şekil, ağırlık ve tazelik olmuştur. Anket katılımcılarının %76.7’si yumurtanın üzerindeki S, M, L, XL harflerinin ne anlama geldiğini bildiklerini beyan etmişlerdir (Çizelge 2). Bulunan bu değer Avcılar ve ark., (2023), Alkan ve Berber (2022)’in sırasıyla bulmuş oldukları değerden (%82.7, %90.2) düşük olmasına rağmen, üniversite öğrencilerinin bu konuda yeterli bilgi ve bilince sahip olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir.

Çizelge 2. Katılımcıların yumurta tüketim tercihleri.

Soru	Cevap	Frekans	
		n	%
Yumurtanın üzerindeki S, M, L, XL harflerinin ne anlama geldiğini biliyor musunuz?	Evet	276	76,7
	Hayır	84	23,3
	Toplam	360	100
Yumurta üretim sistemleri hakkında bilginiz var mı?	Evet	150	41,7
	Hayır	210	58,3
	Toplam	360	100
Hangi yumurta üretim sistemlerini biliyorsunuz?	Organik sistem	186	51,7
	Free range (serbest)	33	9,2
	Geleneksel sistem	96	26,7
	Hepsi	45	12,5
	Toplam	360	110
Sizce hangi yumurta üretim sistemi en iyisidir?	Organik sistem	248	68,9
	Free range (serbest)	45	12,5
	Geleneksel sistem	63	17,5
	Hepsi	4	1,1

	Toplam	360	100
Organik veya serbest sistemde yumurta üretim sistemi hakkında yeterli tanıtım var mı?	Evet	41	11,4
	Hayır	319	88,6
	Toplam	360	100
Organik veya serbest sistemde üretilen yumurtaların fiyatını etkileyen en önemli faktör nedir?	Zor üretim	193	53,6
	Üretimin az olması	154	42,8
	Hepsi	13	3,6
	Toplam	360	100
Neden organik veya serbest sistemde üretilen yumurtaları tercih ediyorsunuz?	Diğerlerinden daha iyi	27	7,5
	Daha lezzetli	43	12
	Tercih etmiyorum	30	8,3
	Daha sağlıklı	182	50,6
	Hiçbir fikrim yok	78	21,7
	Toplam	360	100
Geleneksel yumurta üretim sistemi hakkında bilginiz var mı?	Evet	136	37,7
	Hayır	224	62,3
	Toplam	360	100
Hangi yumurta daha lezzetli?	Organik	200	55,6
	Serbest gezinmeli	128	35,6
	Geleneksel	32	8,9
	Toplam	360	100
Organik veya serbest sisteminde üretilen yumurtalar ile diğer yumurta üretim sistemleri arasında besin değerleri açısından bir fark var mıdır?	Evet	179	49,7
	Hayır	154	42,8
	Fikrim Yok	27	7,5
	Toplam	360	100
Yumurta fiyatlarındaki artış veya azalış tüketim miktarınızı etkiler mi?	Evet	212	58,8
	Hayır	87	24,2
	Fikrim yok	61	17,0
	Toplam	360	100
Televizyondaki yumurta-kolesterol programları yumurta tüketiminizi etkiler mi?	Hayır	263	73,0
	Artırır	48	13,3
	Azaltır	49	13,7
	Toplam	360	100
Yumurta üreten veya satan işletmelerin denetimleri yeterli mi?	Evet	15	4,2
	Hayır	145	40,3
	Fikrim yok	200	55,6

	Toplam	360	100
Aldığınız yumurtaların sağlıklı koşullarda üretildiğine inanıyor musunuz?	Evet	25	6,9
	Hayır	235	65,3
	Fikrim yok	100	27,8
	Toplam	360	100
Yumurtanın ambalajı veya etiketi üzerindeki bilgileri anlaşılır buluyor musunuz?	Evet	113	31,4
	Hayır	155	43,1
	Fikrim yok	92	25,6
	Toplam	360	100
Yumurta ve kolesterol arasındaki ilişki hakkında ne düşünüyorsunuz?	Kolesterolü yükseltir	102	28,3
	Kolesterolü düşürür	25	6,9
	Etkisi yoktur	21	5,8
	Fikrim yok	212	58,9
	Toplam	360	100
Piyasaya sürülen kirli yumurtalar hakkında ne düşünüyorsunuz?	Köy yumurtasıdır	72	20,0
	Organik yumurtadır	28	7,8
	Pazarlama stratejisidir	186	51,7
	Fikrim yok	73	20,3
	Toplam	360	100
Kahverengi ve beyaz yumurtalar arasında fark var mıdır?	Evet	135	37,5
	Hayır	139	38,6
	Fikrim Yok	86	23,9
	Toplam	360	100
Hangi renk yumurtaları tercih ediyorsunuz.	Beyaz	228	63,3
	Kahverengi	128	35,6
	Hepsi	4	1,1
	Toplam	360	100
Yumurtanın kirli görünümü satın alma davranışlarınızı etkiliyor mu?	Etkilemez	146	40,6
	Pozitif yönde etkiler	57	15,8
	Negatif yönde etkiler	125	34,7
	Fikrim yok	32	8,9
	Toplam	360	100
Yumurtaların üzerinde bulunan sayısal kodların (numaraların) anlamını biliyor musunuz?	Evet	95	26,4
	Hayır	89	24,7
	Fikrim yok	176	48,9
	Toplam	360	100

Türkiye’deki yumurta fiyatları hakkında ne düşünüyorsunuz?	Pahalı	254	70,6
	Ucuz	14	3,9
	Uygun	55	15,3
	Fikrim yok	37	10,3
	Toplam	360	100
Yumurta alırken neye dikkat edersiniz?	Etiket	146	40,6
	Logo	29	8,1
	Ambalaj	131	36,4
	Etiket-Logo-Ambalaj	8	2,2
	Tüketmiyorum	46	12,8
	Toplam	360	100
Organik yumurta tercihini etkileyen faktörler nelerdir?	Fiyatı	54	15
	Besin değeri	99	27,5
	Sağlığa zararlı değildir	49	13,6
	Doğal ve ekolojiktir	149	41,4
	Hepsi	9	2,5
	Toplam	360	100
Organik ürün alırken dikkat edilen noktalar nelerdir?	Etiket	123	34,2
	Logo	36	10
	Ambalaj	130	36,1
	Etiket-Logo-Ambalaj	7	1,9
	Almıyorum	64	17,8
	Toplam	360	100
Yumurta tüketiminiz mevsime göre değişim gösteriyor mu?	Evet	127	35,3
	Hayır	233	64,7
	Toplam	360	100
Evet ise hangi mevsim yumurta tüketiminiz daha fazla olmaktadır?	İlkbahar	8	6,3
	Yaz	20	15,7
	Sonbahar	8	6,3
	Kış	91	71,7
	Toplam	127	100

Katılımcıların % 58.3’ünün yumurta üretim sistemlerini bildikleri, yine katılımcıların %9.2’sinin free range (serbest), %26.7’sinin geleneksel, %51.7’sinin organik, %12.5’inin ise tüm üretim sistemlerini bildiği belirlenmiştir. Katılımcıların %68.9’u organik, %17.5’i geleneksel, %12.5’i ise free range (serbest) yumurta üretim sisteminin daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. Bu oranlar Alkan ve Berber (2022)’in yaptıkları çalışmada aynı sıra ile %39.1, %59.3, %1.5 olarak bildirilmiştir. Anket katılımcılarının %88.6’sı organik veya free range (serbest) yumurta üretim sistemleri hakkında yeterli tanıtımın olmadığını bildirmişlerdir. Bu sonuçlar Alkan ve Berber (2022)’in anket sonuçları ile uyumludur (Hayır %80.4, Evet: 19.6). İnci ve ark., (2017) yapmış oldukları

çalışmada; tüketicilerin organik ürünler hakkındaki bilgileri internet, televizyon, eş-dost tavsiyesi, dergi-gazete ve satış elemanlarından aldıklarını bildirmişlerdir. Onurlubaş ve ark. (2020), organik ürün üretimi ve tüketimi ile ilgili yazılı ve görsel reklam kampanyalarına, pazarlama çalışmalarının artırılmasına, güven artırıcı çalışmalar yapılmasına ve tüketicinin bilinçlendirilmesine ihtiyaç duyulduğunu dile getirmişlerdir.

Yapılan çalışmada katılımcıların %53.6'sı organik veya serbest sistemde üretilen yumurtaların fiyatını zor üretimin etkilediğini, %42.8'i üretimin az olmasının etkilediğini belirtmişlerdir. Onurlubaş ve ark., (2020) organik ve serbest sistemde üretilen yumurtaların fiyatları yüksek seyrettiğini, Karaalp ve ark., (2017) organik ve serbest sistemde üretilen yumurtaların geleneksel (kafes) sisteminde üretilen yumurtalara göre yaklaşık iki kat fiyata satılmasının psikolojik ve etik motivasyon taşıdığını ileri sürmüştür.

Yapılan çalışmada katılımcılarının %50.6'sı organik veya serbest sistemde üretilen yumurtaları "daha sağlıklı" olduğu için tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Bu sonuç Alkan ve Berber (2022)'in yapmış oldukları anket çalışmasından elde edilen sonuçla (%63.9) benzerdir. Çalışmada katılımcıların %55.6'sı organik yumurtaları, %35.6'sı serbest gezen tavukların yumurtaları, %8.9'u ise geleneksel üretim sisteminden elde edilen yumurtaları daha lezzetli bulmuşlardır. Toplum sağlığının giderek bozulması, medyaya yansıyan gıda skandalları gibi nedenler tüketim davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sebeple, çok sayıda ülkede doğal ortamından uzak kapalı ortamlarda yetiştirilen yumurta yerine, organik ürünler veya serbest gezen tavuklardan elde edilen yumurtalar tercih edilmektedir. (Onurlubaş ve ark., 2020; Çınar ve ark., 2022).

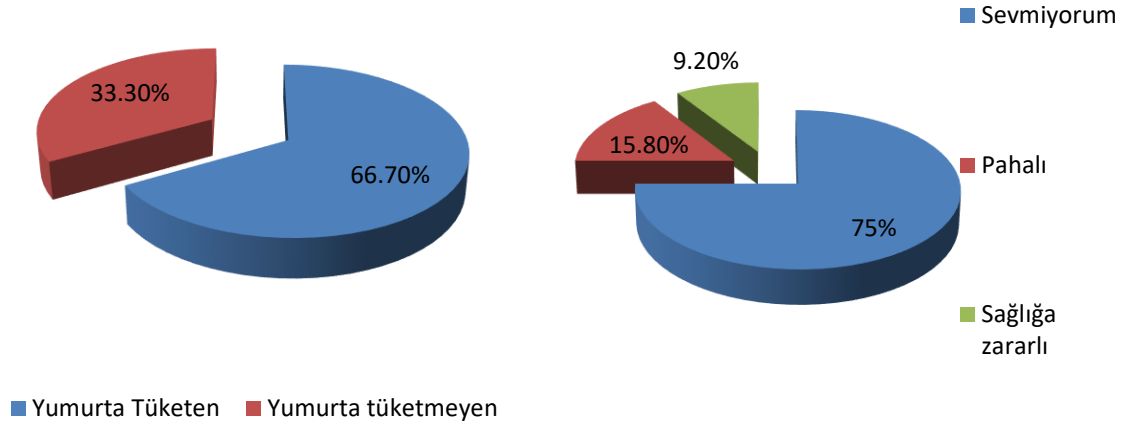
Yapılan anket çalışmasında yumurta fiyatlarındaki artış ve azalışların yumurta tüketim miktarını etkilediği ortaya konulmuş olup (%58.8 evet, %24.2 hayır), Türkiye'deki yumurta fiyatları katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından (%70,6) pahalı bulunmuştur. Bu konuda yapılan diğer çalışmalar incelendiğinde, Avcılar ve ark., (2023), Kozelová ve ark., (2018), Putri ve ark., (2021), Jamborová (2016), yumurta fiyatının yumurta satın almada en önemli faktör olduğunu, yumurta tüketimine fiyatların etkili olduğunu, Alkan ve Berber (2022), Durmuş ve ark., (2007), yumurta tüketimine fiyatların etkili olmadığını, Alkan ve Derebaşı (2018) ise Ordu ilinde ankete katılan tüketicilerin mutfağında fiyatı ne olursa olsun yumurtanın mutlaka yerini alması gereken bir ürün olarak görüldüğü bildirilmiştir. Tepge (2023) Türkiye genelinde kişi başına yumurta tüketiminin 2023 yılında azalmasının sebebi olarak yumurta fiyatlarındaki artışı göstermiştir.

Televizyondaki yumurta-kolesterol programlarının katılımcıların yumurta tüketimini etkilemediği (%73), tüketimlerinde herhangi bir artış ya da azalışa neden olmadığı görülmüştür. Bu sonuçlar Alkan ve Berber (2022)'in anket sonuçlarıyla uyumludur. Yapılan anket çalışmasında katılımcıların büyük çoğunluğunun (%58.9) yumurta ve kolesterol arasındaki ilişki hakkında bilgi sahibi olmadığını, katılımcıların %28.3'lük bir kesimi ise yumurtanın kolesterolü yükselttiğini düşünmektedir. Yumurta ve sağlıklı sürdürülebilir bir diyetdeki yeri konusunda yanlış anlamalar yaygındır (Myers ve Ruxton 2023). Kralik ve ark., (2020) anket katılımcıları arasında yumurta tüketiminin dezavantajlarından birisinin yüksek kolesterol olduğunu, David ve ark., (2016) ise günde bir yumurtanın günlük kan kolesterol seviyelerini arttırmadığını ve sağlıklı kişilerde CVD riskini artırmadığını ifade etmiştir.

Katılımcıların %55.6'sı yumurta üreten ya da satan firmaların denetimlerinin yeterli olup olmadığı konusunda fikir sahibi olmadıklarını, %40.3'ü ise yeterli bulmadıklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %65.3'ü yumurtaların sağlıklı koşullarda üretilmediğini düşünmektedir.

Katılımcıların %51.7'si piyasaya sürülen kirli yumurtaların pazarlama stratejisi olduğunu ve katılımcıların %40.6'sı yumurtaların kirli görünümünün satın alma davranışlarını etkilemediğini, %34.7'si ise olumsuz yönde etkilediğini beyan etmişlerdir. Tüketicilerin önemli bir kısmının kirli görünümlü yumurtalar konusunda farkındalık düzeyinin yüksek olmasına rağmen tüketicilerin tamamı bu konuda bilinçli değildir. Avcılar ve ark., (2023), Alkan ve Berber (2022), Alkan ve Derebaşı (2018) yapmış oldukları anket çalışmalarında katılımcıların büyük çoğunluğu kirli yumurtaların pazarlama stratejisi olduğunu beyan etmişlerdir.

Katılımcılar kahverengi ve beyaz yumurtalar arasında fark olmadığını ancak katılımcıların %63.3'ünün beyaz yumurtayı tercih ettikleri görülmüştür. Bu oran Karakaya ve ark., (2014)'nin bulmuş oldukları oranla (%63.7) uyumludur. Bu durum yumurtanın kabuk renginin, besleyici değer olarak farklılık oluşturmadığı bilirse de özellikle alışkanlıkların renk seçiminde etkili olduğunu akla getirmektedir (Avcılar ve ark., 2023). Putri ve ark., (2021), Jamborová (2016), tüketicilerin beyaz kabuklu yumurtalara göre daha besleyici hissettirdiği ve daha lezzetli olduğu için kahverengi kabuklu yumurtaları tercih ettiklerini bildirmişlerdir.



Şekil 1: Yumurta tüketim durumu

Şekil 2: Yumurta tüketmeme sebebi.

Katılımcıların %66.70'i yumurta tükettiğini, yumurta tüketmeyen %33.30'luk (Şekil 1) kesimin ise %75'i yumurtayı sevmadıkları (Şekil 2) için tüketmediklerini beyan etmişlerdir. Anket katılımcıları arasında kişi başına düşen haftalık ortalama yumurta sayısı 4.47, yıllık yumurta tüketimleri yaklaşık 228 adettir. Bu değerler İskender ve Kanbay (2014)'ün bildirdikleri değerden (3.4) yüksektir. Aynı şekilde (4,47) Durmuş ve ark., (2007)'nin yılda kişi başına düşen yumurta sayısı (171), Mızrak (2011)'in (158 adet), Karakaya ve ark., (2014) (146.3 adet), Eleroğlu ve ark., (2018)'nin (130.49 adet), Çelik ve Şengül (2001)'ün (126 adet) olarak bildirdikleri değerden yüksek, Armağan ve Özdoğan (2005)'in (228.8 adet) olarak bildirdiği değer ile benzerdir. Türkiye genelinde kişi başına yumurta tüketimi 2021 yılında 191 adet, 2022 yılında 196 adet, 2023 yılında ise bir önceki yıla göre %4.6 oranında azalarak 191 adede düşmüştür (Tepge, 2023). Bu çalışmada bulunan kişi başı haftalık yumurta sayısı (4,47) üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim seviyelerinin Türkiye ortalamasından yüksek olduğunu göstermektedir. Avrupa'da ortalama yumurta tüketiminin 2021 yılında kişi başına yılda 220-225 yumurta olduğu tahmin edilmektedir (Anonim, 2024b). Dünyanın en çok yumurta tüketen ülkelerinden biri, 409 yumurta ile Meksika olup, ABD, Kanada ve Birleşik Krallıkta yumurta tüketimi sırasıyla 285 ve 253 ve 198 yumurta olmuştur (Anonim, 2024b; Anonim, 2024c). Yumurta üretiminde dünyada ilk 10 ülke arasında yer alan Türkiye, yumurta tüketiminde 2017 yılında kişi başına 214 yumurta ile 23. sırada yer almıştır (Yum-Bir, 2016). Söz konusu ülkeler dikkate alındığında yumurta tüketiminin artırılması gerekmektedir. İrlanda ve Bulgaristan haftada yedi yumurta tüketilmesini önermektedir (Anonim, 2024a). Richard ve ark., (2017) haftada 6 ila 12 yumurta tüketiminin, diyabet geliştirme riski taşıyan veya tip 2 diyabetli bireylerde majör CVD risk faktörleri üzerinde olumsuz bir etkisi olmadığını bildirmiştir. Dünya'da yumurta tüketiminin yılda kişi başı 161 adetten, 2032'ye kadar kişi başı günde bir adete çıkarılması hedeflenmektedir (Anonim, 2023).

Firmaların PESTLE (P (Political-Politik), E (Economical-Ekonomik), S (Social-Sosyal), T (Technological-Teknolojik), L (Legal-Yasal), E (Enviromental-Çevresel)) analizi ortama kuş bakışı bakılmasına imkan sağlayarak firmanın tüm faaliyetlerine etki etmektedir. PESTLE analizine göre sosyal sorunlar kapsamında tüketici bilincinin düşük olması ve yumurta tüketiminin mevsimsel tüketim algısı sorunları yer almaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2021). Afyonkarahisar ilinde yumurta üretici firmalarla yapılan analizinde kişi başına yumurta tüketiminin düşük olması yumurta üreticisi açısından zayıf yönler kapsamında yer almaktadır (Zafer Kalkınma Ajansı, 2021). Dolayısıyla yumurta tüketiminin artması üretici firmalar için fırsat olarak görülebilir.

Katılımcılar yumurta satın alırken sırasıyla etiket, ambalaj, logo, hepsine (etiket, logo, ambalaj) dikkat ettiklerini, organik yumurta satın alırken sırasıyla ambalaj, etiket, logo, hepsine (etiket, logo, ambalaj) dikkat ettiklerini bildirmişlerdir.

Katılımcıların %64.7'si yumurta tüketimlerinin mevsime göre değiştiğini, bu katılımcılarında %71.7'sinin kış mevsiminde yumurta tüketimlerinin arttığını beyan etmişlerdir. Bu sonuç Durmuş ve ark., (2017), İskender ve Kanbay (2014)'ün anket çalışmalarında bulmuş oldukları sonuçlarla uyumludur.

Katılımcıların %65.3'ü aldıkları yumurtaların sağlıklı koşullarda üretildiğine inanmadıklarını beyan etmişlerdir. Tüketicilerin yumurtaların üretim koşulları konusundaki endişeleri yumurta tüketimini

etkileyebilmektedir. Bu tür olumsuz düşüncelerin ortadan kaldırılmasında yumurta üreten ve satan firmaların tüketicü üzerinde güven ilişkisini oluşturacak faaliyetlerde bulunması fayda sağlayacaktır.


SONUÇ ve ÖNERİLER

Yumurta üretiminde son yıllarda müşteri tercihleri doğrultusunda organik ve gezen tavuk yumurtası gibi modellerle yetiştirme süreçlerinde değişiklik söz konusu olmuştur. Yumurta üretim süreçlerindeki gelişmelerle pastörize yumurta, yumurta tozu ve sprey yumurta formunda tüketime arz edilebilmektedir. Ayrıca kanatlı sektöründe önemli miktarda ortaya çıkan atık durumundaki yumurta kabuğunun kullanım alanlarını genişletmeye yönelik son yıllarda AR-GE çalışmaları artmaya başlamış (Tepav, 2013) ve özellikle mühendislik alanında çeşitli malzemelerin üretimde kullanılmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır (Yönetken vd. 2022). Ancak yumurta kabuğunun etkin bir şekilde değerlendirilmesine yönelik bir çalışmalar yetersizdir. Yumurta tüketiminin kişi başı günde bir adete çıkarılması hedefine ulaşılabilmesi ve tüketim bilincini arttırabilmek için; organik ürün üreticilerinin fiyat konusunda hassas davranmaları (Çınar ve ark., 2022), yumurtanın besin değeri ve kolesterol içeriği konusunda tüketicilerin bilinçlendirilmesi (Hasipek ve Aktaş, 1997), yumurta içeren yeni ve farklı ürünler, kurutulmuş yumurta, likit yumurta gibi katma değer yaratılmış alternatif ürünlerin tüketimine sunulması (Bahtiyar ve Olhan, 2023), yumurta tüketiminde bilgi kirliliğinin önüne geçilecek önlemlerin alınması, üreticilerin üretim sistemleri hakkında tanıtıcı programlar yapması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi (Ergün ve Bayram, 2021) önemli çalışmalar olacaktır.

Çıkar Çatışması Beyanı: Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti: Yazar, çalışmanın tümüne tek başına katkı sağlamıştır.

YAZAR ORCID NUMARALARI

Günnur PEŞMEN  <http://orcid.org/0000-0002-9164-6629>

KAYNAKLAR

- Akbay, C., Tiryaki, G., Gül, A. 2007. Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. *Food Control*, 18: 904- 913. DOI: 10.1016/j.foodcont.2006.05.007.
- Alkan, S. Berber, Ö. 2022. Bursa ilindeki tüketicilerin yumurta tüketim bilincinin belirlenmesi. *Akademik Ziraat Dergisi*. 11(2): 413-420. <https://doi.org/10.29278/azd.1115857>
- Alkan, S. ve Derebaşı, S. 2018. Ordu ilindeki yumurta tüketim bilincinin belirlenmesi. *Akademik Ziraat Dergisi*, 7 (2): 237-244. DOI: <http://dx.doi.org/10.29278/azd.482068>. 2147-640.
- Anonim. 2023. Statista, Web Sitesi: <https://www.statista.com/statistics/183678/per-capitaconsumption-of-eggs-in-the-us-since-2000/> Erişim Tarihi: 02.08.2024.
- Anonim. 2024a. European Commission Food-Based Dietary Guidelines in Europe. https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/food-based-dietary-guidelines-europe-table-10_en. Erişim Tarihi: 02 Haziran 2024
- Anonim. 2024b. International Egg Commission Global Egg Production Continues to Increase at an Average of 3% per Year. <https://www.internationalegg.com/resource/global-egg-production-continues-to-increase-at-an-average-of-3-per-year/>. Erişim Tarihi: 4 Haziran 2024.
- Anonim. 2024c. Industry Data on Population Egg Consumption. <https://www.egginfo.co.uk/egg-facts-and-figures/industry-information/data>. Erişim Tarihi: 10 Nisan 2024.
- Armağan, G. ve Özdoğan, M. 2005. Ekolojik yumurta ve tavuk etinin tüketim eğilimleri ve tüketicü özelliklerinin belirlenmesi. *Hayvansal Üretim*, 46 (2): 14-21.
- Aytop, Y. ve Işık, F. 2020. Gaziantep ilindeki tüketicilerin yumurta tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7(1): 269–275. <https://doi.org/10.30910/turkjans.680088>

- Bahtiyar, T. ve Olhan, E. 2023. Dünya yumurta ticaretindeki değişimler ve türkiye'nin dünya yumurta ticaretindeki yeri. *ADÜ Ziraat Derg*, 20 (2): 265-274. doi: 10.25308/aduziraat.1356253.
- Berber, Ö. 2022. Bursa ilinde yumurta tüketim bilincinin ve tüketici davranışlarının belirlenmesi. Ordu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Zootekni ABD, Yüksek Lisans Tezi.
- Çelik, Y. ve Şengül, T. 2001. Şanlıurfa ili kentsel alanında tüketicilerin yumurta tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi, *Hayvansal Üretim*, 42 (2): 53-62.
- Çınar, N., Engindeniz, S., Çınar, G. 2022. Tüketicilerin organik yumurta satın alma tercihlerini etkileyen faktörler; Aydın İli Efeler ilçesi örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 28 (1): 99-110. <https://doi.org/10.24181/tarekoder.1002441>
- Çiçekgil, Z. ve Yazıcı, E. 2016. Türkiye'de tavuk yumurtası mevcut durumu ve üretim öngörüsü. *TEAD*, 2 (2): 26-34.
- David, H., Linda, L., Pamela, P. 2016. "USDA National Nutrient Database for Standard Reference, Release 24." *Beltsville: Nutrient Data Laboratory, USDA National Nutrient Database for Standard Reference*.
- Durmuş, I., Demirtaş, Ş. E., Can, M., Kalebaşı, S. 2007. Ankara ilinde yumurta tüketim alışkanlığının belirlenmesi. *Tavukçuluk Arş Derg*, 7 (1): 42-45.
- Eleroğlu, H., Bircan, H., Arslan, R. 2018. Yozgat il merkezinde yumurta ve tavuk eti tüketimi üzerine etki eden faktörler. *Tavukçuluk Araştırma Dergisi*, 15 (1): 29-33.
- Ergün, O. F., Bayram, B. 2021. Türkiye'de hayvancılık sektöründe yaşanan değişimler. *Bahri Dağdaş Hayvancılık Araştırma Dergisi*, 10 (2): 158-175. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bdhad>.
- Fang, D., Tan, F., Wang, C., Zhu, X., Xie, L. 2012. Egg intake and bladder cancer risk: A meta-analysis. *ExpTherMed.*, 4: 906-912. <https://doi.org/10.3892/etm.2012.671>.
- Hasipek, S., Aktaş, N. 1997. Türkiye'deki tavuk ürünlerinin insan beslenmesindeki yeri ve önemi. Uluslararası Tavukçuluk Konferansı YUTAV 97, İstanbul, s. 15-22.
- İnci, H., Karakaya, E., Şengül, T., Soğut, B. 2014. Bingöl ilinde kanatlı eti tüketiminin yapısı. *Türk Tarım Ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1 (1): 17–24.
- İnci, H., Karakaya, E., Şengül, A.Y. 2017. Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır ili örneği) *KSÜ Doğa Bil. Derg.*, 20 (2): 137-147. DOI: 10.18016/ksujns.41314.
- İskender, H., Kanbay, Y. 2014. Üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *YYU Veteriner Fakültesi Dergisi*, 25 (3): 57-62.
- Jamborová, M. 2016. Poultry and eggs. Situation and outlook report to the date 31/12/2015. Bratislava, Slovakia: NPP VÚEPP. http://www.vuepp.sk/dokumenty/komodity/2016/Hyd06_16.pdf.
- Jibir, M., Isa, A. M., Adamu, I., Garba, S., Jibrila, I. 2013. Value perception of shell egg characteristics as determined by size and colour. *J Anim Sci Adv*, 3 (9) : 457-461.
- Karaalp, M., Kaya, H. ve Aksakal, V. 2017. Organik olarak üretilen yumurtaların bazı besinsel ve duyuşal özelliklerinin iyileştirilme olanakları. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5 (13): 1802-1809.
- Karakaya, E., İnci, H., Söğüt, B., Şengül, T. 2014. Bingöl il merkezinde yaşayan hane halklarının yumurta tüketim durumu üzerine bir araştırma. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1 (2): 239–247.
- Kralik, I., Zelić, A., Kristić, J., Milković, S. J., Crnčan, A. 2020. Factors affecting egg consumption in young consumers. *Acta fytotechnica et zootechnica 23*, (Monothematic Issue): 1-6.
- Kozelová, D., Országhová, D., Matejková, E., Fikselová, M., Horská, E., Ďurdíková, D., Matysik-Pejas, R. 2018. Eggs and their consumption affected by the different factors of purchase. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 12 (1): 570-577. doi: <https://doi.org/10.5219/944>
- Mızrak, C. 2011. Türkiye'de yumurta ve tavuk eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi, T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tavukçuluk Araştırma İstasyonu Müdürlüğü, Araştırma Projesi, Ankara. <http://www.tae.gov.tr/www/tr /projeler/pdf/1.pdf>.

- Mızrak, C., Durmuş, İ., Kamanlı, S., Demirtaş, E. 2012. Determination of egg consumption and consumer habits in Turkey. *Turk J Vet Anim Sci*, 36 (6): 592-601.
- Myers, M., Ruxton, C.H.S. 2023. Eggs: Healthy or Risky? A review of evidence from high quality studies on hen's eggs. *Nutrients*. 15 (12): 2657. doi: 10.3390/nu15122657.
- Nys, Y. 2001. Recent developments in layer nutrition for optimising shell quality. In: Proceedings of 13th European Symposium of Poultry Nutrition. Blankenberge, Belgium, p. 45-52.
- Onurlubaş, E., Gümüş, N., Karaca, Ş. 2020. Tüketicilerin organik yumurta satın alma niyetini etkileyen faktörlerin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *ODÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 113-131.
- Putri, F. S., Suryantini, A., Mulyo, J. H. 2021. Consumer preference towards layer chicken eggs and native chicken eggs in Yogyakarta advances in economics, business and management research. Proceedings of 1st International Conference on Sustainable Agricultural Socio-economics, Agribusiness, and Rural Development (ICSASARD 2021).
- Richard, C., Cristall, L., Fleming, E., Lewis, E. D. Ricupero, M., Jacobs, R. L., Field, C. J. 2017. Impact of egg consumption on cardiovascular risk factors in individuals with type 2 diabetes and at risk for developing diabetes: A systematic review of randomized nutritional intervention studies. *Canadian Journal of Diabetes*, 41 (4), 453-463. <https://doi.org/10.1016/j.jcjd.2016.12.002>.
- Sarıözkan, S., ve Sakarya, E. 2006. Lalahan Afyon ili yumurta tavukçuluğu işletmelerinde kârlılık ve verimlilik analizleri. *Hay. Araşt. Enst. Derg.* 46 (1): 29 – 44.
- Tepav. 2013. Gıda sektöründe değer zinciri analizi-kırmızı et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, şeker. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı*. Ankara.
- Tepge 2023. Kümes Hayvancılığı Durum ve Tahmin 2023. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (Tepge). Yayın No: 381 ISBN: 978-625-8451-66-5.
- Tüik, 2024. [tuik.gov.tr](https://data.tuik.gov.tr). <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=tarim-111&dil=1>
- Avcılar, Ö. V., Karataş, Y. F., Yılmaz, E. 2023. Üniversite öğrencilerinde yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin belirlenmesi. *Vet Hekim Der Derg*, 94 (1): 26-35. <https://doi.org/10.33188/vetheder.1125196>
- Vural, N. 1992. *Besin analizleri*. Ankara Üniversitesi, Eczacılık Fakültesi Yayın No: 69, s. 154.
- Yonetken, A., Erol A., Pesmen, G. 2022. Characterization of egg shell powder doped ceramic metal composites. *Open Chemistry*. 20(1): 716-724. <https://doi.org/10.1515/chem-2022-0175>.
- Yum-Bir, 2016. Yumurta Üreticileri Merkez Birliği (Yum-Bir), www.yum-bir.org
- Zafer Kalkınma Ajansı, 2021. TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Zafer Kalkınma Ajansı. Afyonkarahisar İli Yumurta Sektörü Değer Zinciri Analizi.