

Üniversite Öğrencilerinin Yumurta Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi

Hatice İSKENDER¹ Yalçın KANBAY²

¹Artvin Çoruh Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Artvin, Türkiye

²Artvin Çoruh Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, Hemşirelik Bölümü, Artvin, Türkiye

Geliş tarihi: 07.05.2014

Kabul Tarihi: 23.06.2014

ÖZET

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim özelliklerini belirleme amacıyla planlanmıştır. Çalışmanın örneklemini toplam 345 üniversite öğrencisi oluşturmuştur. Çalışmanın verileri sosyo-demografik özellikler anket formu ve öğrencilerin yumurta tüketim özelliklerini belirlemeye yönelik olarak literatür taramaları sonucu oluşturulmuş yumurta tüketim özellikleri formu kullanılarak yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. 231 kız ve 114 erkek öğrenciden oluşan örneklemin yaş ortalaması 21.2 ve ortalama aylık geliri 452 liradır. Öğrencilerin %91.9'u yumurta tüketmekte ve haftalık yumurta tüketimi ortalama 3.4 adettir. Tüketilen yumurta %91.2 oranında sabah kahvaltısında özellikle haşlama (%52.7) ve omlet (%42) şeklinde tüketilmektedir. Tüketilen yumurtalar genellikle marketlerden (%74.5) ve bakkallardan (%17.4) satın alınmakta, tüketimi tercih edilen yumurtaların ise özellikle köy yumurtası (%92.8), kahverengi (%37.7), orta büyüklükte (%51), orta kabuk kalınlığında (%51), koyu sarı renkli (%58.3), kapalı karton viyolde (%46.1) ve 15'erli gruplar halinde (%44.1) olması tercih edilmektedir. Ayrıca öğrencilerin %81.2'si organik yumurta biliyorken, fonksiyonel yumurta bilenlerde bu oranın %7 olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler

Tüketici alışkanlıkları, Üniversite öğrencileri, Yumurta tüketimi

Determination of Egg Consumption Habits University Students

SUMMARY

This study was planned to determine egg consumption habits of university students. The study sample consisted of totally 345 students (231 female and 114 male). Data were collected through face to face interview method by using the socio-demographic characteristics questionnaire and the form of characteristics of the egg consumption, which was designed based on the relevant study data in the literature. The mean age of the study sample was 21.2 years and the average monthly income of the students was 452 Turkish Lira. Out of the students, 91.9% consumed eggs, with a weekly average of 3.4 units. Egg consumption was 91.2% at breakfast, especially as boiled eggs (52.7%) and omelet (42%). Supermarkets (74.5%) and grocery stores (17.4%) were widely preferred to buy eggs. The participants expressed their preferences to buy especially farm eggs (92.8%), with brown egg shell (37.7%), medium-sized (51%), with mid shelled egg (51%), with dark yellow egg-yolk (58.3%), packed in closed cardboard viols (46.1%) and in packages of 15 eggs (44.1%). In addition, 81.2 % of the students were aware of organic eggs, whereas 7% have heard about functional eggs.

Key Words

Consumer habits, College students, Egg consumption

GİRİŞ

İnsanın büyüyüp, gelişmesi, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşayabilmesi için gerekli olan besin öğelerini dengeli ve yeterli miktarda alması gerekir. Yeterli ve dengeli beslenmek için ihtiyaç duyulan enerji, protein, vitamin ve mineraller hayvansal ve bitkisel kaynaklardan sağlanmaktadır (Baysal 2007). Hayvansal kökenli gıdalar içerisinde en iyi protein kalitesine sahip ürün olan yumurta, dünyanın her yerinde sevilerek tüketilen, besleyici değeri yüksek bir protein kaynağıdır (Dede ve ark. 2005). Yumurta dünyanın her tarafında geçmişten günümüze insan beslenmesinde değerli bir hayvansal protein kaynağı olarak yerini korumakta (Uluocak ve ark. 1996; Hasipek ve Aktaş 1997) ve insan vücudunun gereksinim duyduğu tüm besin maddelerini en uygun miktarda ve oranda içermektedir (Göğüş 1986). Büyük boy bir yumurtada ortalama 6.3 g protein, 4.8 g yağ ve 0.4 g karbonhidrat bulunmaktadır (Anonymous 2014). Ayrıca A,

D, E, K ve B grubu vitaminler ile, demir ve fosfor gibi mineral maddelerce zengindir (Stadelman ve ark. 1988).

Yumurta proteini insan vücudunda sentezlenmeyen ve besinler ile dışarıdan alınması gerekli olan "esansiyel amino asitleri" yeterli ve dengeli miktarlarda bulundurulur. Yumurta proteinin sindirimi yüksek olduğu için, biyolojik değeri 100 olarak kabul edilmekte ve anne sütü ile birlikte "örnek protein" kaynağı olarak gösterilmektedir (Hasipek ve Aktaş 1997). Diğer taraftan yumurta; vitamin ve mineraller bakımında oldukça zengin olması ve kalori değerinin düşük olmasından (80-85 kcal) dolayı kilo problemi olan bireylere tavsiye edilen bir gıda maddesidir (Yalçın ve ark. 2000).

Yumurta yeterli ve dengeli beslenme için gereksinim duyulan bir gıda olmasına karşın, ülkemizde yumurta tüketimi istenilen düzeye ulaşmamıştır (Açıkgöz ve Soyca Önenç 2006). Bunun aksine ülkemiz yumurta üretim bakımından dünya ülkeleri arasında önemli bir yere

sahiptir. Türkiye dünya yumurta üretim sıralamasında 2012 yılında 10. sırada yer almaktadır ve 2012 yılı tavuk yumurta üretimi 931923 tondur. Aynı yılı içerisinde yumurta üretimi Amerika birleşik devletlerinde 5.435.168 ton, Rusya'da 2.333.600 ton, Fransa'da 853630 ton ve İspanya'da 692962 tondur (FAO 2014). 2013 yılı içerisinde Türkiye'de kişi başına yumurta üretim sayısı 218 adettir (Anonim 2013). Ülkemizin yumurta üretiminde dünyada önemli bir yere sahip olmasına rağmen yumurta tüketiminde istenilen düzeye ulaşamamasının temel nedeni gelir düzeyi, beslenme alışkanlıkları (Güneş ve Albayrak 1997) ve yumurtanın kolesterol düzeyinin yüksek oluşuna ait görüşlerin toplumda yayılmasıdır (Çelik ve Şengül 2001). Bu durumun düzeltilmesi için topluma yumurtanın yeterli ve dengeli beslenmedeki yeri ve önemi anlatılmalı ve hızlı yaşam biçimine uygun yumurta içeren yeni ürünler tüketime sunulmalıdır (Hasipek ve Aktaş 1997).

Türkiye'de tüketicilerin yumurta tüketim ve tercihlerine ilişkin davranışlarını belirleme amacıyla yapılmış olan çalışmaların, farklı illerde, farklı yaş ve gelir gruplarında, farklı sayıda katılımcılar üzerinde yapıldığı görülmektedir (Çelik ve Şengül 2001; Mızrak ve ark. 2012). Özellikle üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim, tercihleri ve besleyici değerine ilişkin çalışma az sayıda bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal ekonomik yapılarında meydana gelen değişim tüketim alışkanlıklarına yansımaktadır ve bu tüketim alışkanlıklarının bilinmesi önemlidir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin; yumurta tüketimi, tercihleri ve yumurtanın besleyici değerine ilişkin bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla bu çalışma planlanmıştır.

MATERYAL ve METOT

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin; yumurta ürünlerini tüketim eğilimlerini ve tercihlerini belirlemek amacı ile tanımlayıcı olarak yapılmıştır. Çalışmada örneklem büyüklüğünü hesaplamak için hedef kitledeki birey sayısının bilinmesi durumunda kullanılan $n = Nt^2pq/d2(N-1)+t^2pq$ formülü kullanılmış; % 5 hata payı ve % 95 güven aralığında minimum örneklem sayısının 341 olması gerektiği hesaplanmıştır. Fakat çalışmada bu sayının üzerine çıkılarak çalışmaya katılmayı kabul eden 391 öğrenci çalışmaya alınmıştır. Anket formlarına eksik cevap veren öğrenciler olması nedeni ile çalışmanın örneklemini 345 öğrenci oluşturmuştur. Çalışmanın verileri Eylül-Kasım 2013 döneminde; öğrencilerin yaş, cinsiyet, gelir durumları gibi demografik verilerine yönelik hazırlanan sosyo-demografik özellikler anket formu ve öğrencilerin yumurta tüketim özelliklerini belirlemeye yönelik olarak literatür taramaları sonucu oluşturulmuş (Çelik ve Şengül 2001; Durmuş ve ark. 2007; Mızrak ve ark. 2012) yumurta tüketim özellikleri formu kullanılarak yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmanın verileri SPSS 17.0 ortamında sayı, yüzde ve ortalama kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada ilgili kurumdan yazılı izin katılımcılardan ise sözlü onam alınmıştır.

BULGULAR

Araştırmada ankete katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 1'de, öğrencilerin ortalama yaşları, aylık gelirleri ve haftalık yumurta tüketim miktarları Tablo 2'de, cinsiyetlerine göre ortalama yumurta tüketim miktarları da Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre dağılımı

Table 1. The distribution of students according to gender			
Değişken		n	%
Cinsiyet	Kız	231	67.0
	Erkek	114	33.0
	Toplam	345	100

Tablo 2. Öğrencilerin yaş, aylık gelir ve haftalık yumurta tüketim miktarına göre dağılımı

Table 2. The distribution of students according to age, monthly income and weekly egg consumption

Değişken	Min.	Maks.	Ortalama	S. Hata
Yaş	16	37	21.2	0.096
Aylık Gelir	120	2500	452.6	13.230
Haftalık Yumurta Tüketimi	0	6	3.4	0.081

Öğrencilerin yaş, aylık gelir ve cinsiyetlerinin yumurta tüketimi üzerine etkilerinin önem düzeyleri Tablo 3 ve Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 3. Haftalık ortalama yumurta tüketimi ile yaş ve aylık gelir ilişkisi

Table 3. The average of weekly egg consumption with relationship age and monthly income

Değişken	n	r	r ²	P*
Yaş	317	0.135	0.018	0.016
Aylık Gelir	317	0.117	0.014	0.037

P<0.05

Haftalık ortalama yumurta tüketimi ile yaş ve aylık gelir arasındaki ilişki incelendiğinde, yaş ve aylık gelir ile haftalık yumurta tüketimi arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde ilişki olduğu görülmektedir (p<0.05). Bu bulguya göre; yaş ve aylık gelir arttıkça haftalık yumurta tüketimi de artmaktadır.

Tablo 4. Cinsiyete göre haftalık ortalama yumurta tüketimi

Table 4. The average of weekly egg consumption according to sex

Cinsiyet	n	Ortalama	S. Hata	SD	t	P*
Kadın	209	2.86	0.089	315	8.408	.000
Erkek	108	4.09	0.109			

P<0.001

Haftalık ortalama yumurta tüketimi kadınlarda 2.86'iken erkeklerde 4.09 olup bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (p<0.001)

Öğrencilerin yumurta tüketme durumları, yumurta tüketimini tercih ettikleri öğünlerin oranı ve yumurtayı hangi şekilde tükettiklerinin yüzdeleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Öğrencilerin yumurta tüketim durumu, öğünü ve şekli**Table 5.** Egg consumption condition, meals and shape of students

Değişken		n	%
Yumurta tüketme durumu	Evet	317	91.9
	Hayır	28	8.1
Yumurta'yı özellikle hangi öğünde tüketirsiniz	Sabah	289	91.2
	Öğlen	5	1.6
	Akşam	5	1.6
	Değişiyor	18	5.7
Yumurta'yı en çok hangi şekilde tüketirsiniz	Haşlama	167	52.7
	Omlet	133	42.0
	Yemeklerde	6	1.9
	Hamur işleri	10	3.2
	Diğer	1	0.3

* Yumurta tüketen 317 kişi üzerinden değerlendirilmiştir. Öğrencilerin tavuk yumurtası dışındaki diğer türlere ait yumurtaları tüketme oranları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin tavuk yumurtası dışında tükettikleri yumurta türleri**Table 6.** Egg types to outside the chicken eggs of students consume

Değişken		n	%
Tavuk yumurtası dışında hangi yumurtaları tüketirsiniz	Ördek	3	0.9
	Hindi	5	1.6
	Bıldırcın	26	8.2
	Hiçbiri	283	89.3

*Yumurta tüketen 317 kişi üzerinden değerlendirilmiştir. Yumurta temininde marketler %74.5 gibi bir oranda ilk sırada yer alırken bunu sırası ile bakkallar (%17.4), kendi üretimi veya satış noktası (%3.8) ve semt pazarları (%0.6) izlemektedir. Yumurta satın alırken köy yumurtasını tercih edenlerin oranı %92.8 iken ticari yumurtayı tercih edenlerin oranı %7.2'dir (Tablo 7).

Tablo 7. Öğrencilerin yumurta alım yerleri, köy ve ticari yumurta tercihleri**Table 7.** Egg collection areas, preferences villages and commercial eggs of students

Değişken		n	%
Yumurta'yı en sık nereden temin edersiniz	Bakkal	60	17.4
	Market	257	74.5
	Semt Pazarı	2	0.6
	Satış noktası	13	3.8
	Kendi üretimi	13	3.8
Satış yerinde hem köy hem de ticari yumurta bulunuyorsa hangisini tercih edersiniz	Köy	320	92.8
	Ticari	25	7.2

Öğrencilerin yumurta satın alma tercihlerine yumurta kabuk renginin ve yumurta sarısının renginin etkisi Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilerin yumurta tercihinin; kabuk rengi, yumurta sarısı rengine göre dağılımı**Table 8.** The distribution of students' choice of eggs according to shell color and egg yolk color

Değişken		n	%
Yumurta satın alırken hangi kabuk rengini tercih edersiniz	Beyaz	92	26.7
	Kahverengi	130	37.7
	Fark etmez	123	35.7
Satın aldığınız Yumurtanın sarısının hangi renk olmasını tercih edersiniz	Koyu sarı renkli	201	58.3
	Açık sarı renkli	45	13.0
	Fark etmez	99	28.7

Yumurta büyüklüğü ve yumurta kabuk kalınlığının öğrencilerin yumurta tercihine etkisi Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Öğrencilerin yumurta tercihinin; yumurta büyüklüğü ve kabuk kalınlığına göre dağılımı**Table 9.** The distribution of students' choice of eggs according to egg size and egg shell thickness

Değişken		n	%
Yumurta satın alırken hangi büyüklükte yumurtayı tercih edersiniz	İri	109	31.6
	Orta	176	51.0
	Küçük	5	1.4
	Fark etmez	55	15.9
Yumurta satın alırken kabuk kalınlığının nasıl olmasını istersiniz	Kalın	25	7.2
	İnce	50	14.5
	Orta	176	51.0
	Fark etmez	94	27.2

Tablo 10. Öğrencilerin yumurta tüketiminin mevsime göre dağılımı**Table 10.** The distribution of students' choice of eggs according to season

Değişken		n	%
*Yumurta tüketiminiz mevsime göre değişim gösteriyor mu ?	Evet	67	19.4
	Hayır	278	80.6
**Hangi mevsim yumurta tüketiminiz daha fazla olmaktadır	İlkbahar	4	6.0
	Yaz	6	9.0
	Sonbahar	1	1.5
	Kış	56	83.6

* Yumurta tüketen 317 kişi üzerinden değerlendirilmiştir
**Yumurta tüketimi mevsime göre değişiklik gösteren 67 kişi üzerinden değerlendirilmiştir

Yumurta tüketimlerinin mevsime göre değişim gösterdiğini belirtenlerin oranı %19.4'lük bir kısmı oluşturmaktadır. Yumurta tüketimi mevsime göre değişim gösterenlerin %83,6'sının kışın daha fazla yumurta tükettiği bunu ise sırası ile yaz (%9), ilkbahar (%6) ve sonbaharın (%1.5) izlediği görülmektedir (Tablo 10.)

Öğrencilerin yumurta satın alma tercihlerine ambalaj çeşidi ve büyüklüğünün etkisi Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Öğrencilerin yumurta tercihinde ambalaj çeşitleri ve büyüklüğünün etkisi

Table 11. Students' choice of eggs, different kinds of packaging and the size of the effect

Değişken		n	%
Yumurta ambalajının nasıl olmasını tercih edersiniz	Viyolde açık	9	2.6
	Jelatinle kaplı viyolde	114	33.0
	Kapalı karton viyol	159	46.1
	Köpüklü viyol	22	6.4
	Şeffaf viyol	33	9.6
Yumurtaların kaçarlı gruplar halinde satışa sunulmasını tercih edersiniz	Diğer	8	2.3
	6'lı grup	42	12.2
	10'lu grup	67	19.4
	15'li grup	152	44.1
	30'lu grup	84	24.3

Öğrencilerin organik ve fonksiyonel yumurta bilme durumları Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Öğrencilerin organik ve fonksiyonel yumurta bilme durumları

Table 12. Knowledge of the status to organic and functional eggs of students

Değişken		n	%
Organik yumurtayı biliyor musunuz	Evet	280	81.2
	Hayır	65	18.8
Fonksiyonel yumurtayı biliyor musunuz	Evet	24	7.0
	Hayır	321	93.0

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bir toplumun gıda talebi ve tüketim alışkanlıkları; ürünlerin kalitesine, fiyat ve hijyen özelliklerine, ülkedeki milli gelir dağılımına, tüketicinin eğitimi, gelir düzeyi gibi sosyo-ekonomik özelliklerindeki farklılıklara bağlı olarak değişebilmektedir (Şengül 2004). Üniversite eğitimine başlayan öğrencilerin aile ortamından ayrılmaları ile dış etkilere daha açık hale gelmeleri ve kendi özgür seçimlerinin ekili olması ile birlikte gıda tercihleri ve beslenme alışkanlıkları değişebilmektedir (Ayhan ve ark. 2012). Özellikle hayvansal protein ihtiyacını karşılamada yumurta tüketimi ve tercihi önemlidir. Bu kapsamda yapılan araştırmanın değerlendirilmesi sonucunda ankete katılan toplam 345 öğrencinin %91.9'nun yumurta tükettiği ve %8.1'nin yumurta tüketmediği (Tablo 5), yumurta tüketen öğrencilerin haftalık yumurta tüketimlerinin 0-6 arasında değişmekte olup ortalama 3.4 adet olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2). Bu değer Mızrak ve ark. (2012)'nin yapmış olduğu çalışmada Türkiye'de yumurta tüketen ailelerin kişi başına düşen yıllık yumurta tüketim sayısından (158 adet) fazla olduğu görülmüştür. Slovakya'da tıp fakültesi öğrencileri arasında yapılan anket çalışmasında öğrencilerin günlük ortalama 21 g (Stefanikova ve ark. 2006) ve Yunanistan tıp fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin günlük ortalama 50 g yumurta tükettikleri görülmüştür (Mammas ve ark. 2004). Çalışmamızda bayan öğrencilerin yumurta tüketiminin

erkek öğrencilerden az olduğu tespit edilmiştir (Tablo 4). Benzer şekilde Zimbabve üniversitesi sağlık bilimleri koleji lisans öğrencileri arasında erkek öğrencilerin haftalık yumurta tüketiminin bayan öğrencilere göre daha fazla olduğu görülmüştür (Cooper ve Chifamba 2009). Gelir düzeyi ve yumurta tüketimi arasında ilişkiye bakıldığında öğrencilerin yaş ve aylık gelir miktarı arttıkça haftalık yumurta tüketiminin arttığı tespit edilmiştir (Tablo 3). Benzer şekilde Çelik ve Şengül (2001) çalışmasında tüketicilerin gelir düzeyi arttıkça yumurta tüketim miktarının arttığını bildirmiştir. Yapılan çalışmada yumurta tüketmeyen öğrencilerin oranı; Cevger ve ark. (2008) tarafından yapılan çalışmadaki orandan (%4.9) fazla olmasına karşılık, Sarıözkan ve ark. (2007) tarafından yapılan çalışmadaki orandan (%8.8) düşük olduğu tespit edilmiştir.

Yumurta tüketiminin öğünlere dağılımının incelendiği çalışmalarda, yumurtanın ağırlıklı olarak sabah kahvaltısında haşlama olarak tüketildiği görülmüştür (Durmuş ve ark. 2007; Mızrak ve ark. 2012). Benzer olarak bu çalışmada da öğrencilerin %91.2'sinin sabah kahvaltıda, haşlama ve omlet olarak yumurta tükettiği tespit edilmiştir (Tablo 5). Ayrıca yumurta tüketen öğrencilerin yumurta tercih etmelerinde besleyici değerinin etkisini belirlemek amacıyla sorulan "yumurtanın besleyici değerini biliyor musunuz" sorusuna öğrencilerin %89.9'nun evet cevabı verdiği görülmüştür.

Dünyadaki hayvansal protein açığını kapatmak için alternatif protein kaynakları satışa sunulmaktadır. Bu kaynaklardan biri de bıldırcın yumurtasıdır. Son yıllarda marketlerde bıldırcın yumurtası raflarda yerini almaktadır ve tüketimi gün geçtikçe artmaktadır. Yapılan bir çalışmada Türkiye'de tavuk yumurtası tüketimi dışında diğer kanatlılardan sadece bıldırcın yumurtasının tüketildiği belirtilmiştir (Durmuş ve ark. 2007). Bu çalışmada da yumurta tüketen öğrencilerden %8.2'sinin tavuk yumurtası yanında bıldırcın yumurtası tükettiği tespit edilmiştir (Tablo 6). Ayrıca hindi ve ördek yumurtası tüketen öğrencilerin olduğu görülmüştür. Çalışmada tavuk yumurtası tüketip bıldırcın, ördek ve hindi yumurtası hiç tüketmeyen öğrencilerin oranı %89.3 olarak tespit edilmiştir. Tavuk yumurtası dışındaki yumurta çeşitlerinin tüketiminin az olmasının sebebi, tüketicilerin bu yumurta çeşitlerini tüketim alışkanlığı kazanmamış olmalarına bağlı olduğu düşünülmektedir.

Öğrencilerin %74.5'nin yumurtayı marketten temin ettikleri ve satış yerinde hem köy hem de ticari yumurta bulunuyorsa %92.8'nin köy yumurtasını tercih ettikleri tespit edilmiştir (Tablo 7). Benzer şekilde Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin yumurta tüketimi üzerine yapılan bir çalışmada, öğrencilerin çoğunluğunun köy yumurtasını taze ve daha besleyici olduğu için tercih ettiği görülmüştür (Dede ve ark. 2005).

Yumurta kabuk rengi tüketiciler arasında yumurta tüketim tercihini değiştirebilmektedir. Özellikle kahverengi yumurtanın besleyici değerinin yüksek, daha lezzetli olduğu ve bu yüzden tercih edildiği belirtilmektedir (Mızrak ve ark. 2012). Benzer olarak bu çalışmada da öğrenciler arasında kahverengi yumurtayı tercih edenlerin oranının fazla olduğu (%37.7) bununla birlikte yumurta tercihinde kabuk rengini önemsemeyenlerin de yüksek oranda olduğu (%35.7) görülmüştür (Tablo 8). Buna karşın yumurtanın kabuk rengine genellikle önem verilmediği, fakat alışkanlık ve göze hoş gelmesinden dolayı beyaz kabuklu yumurtanın biraz daha fazla tercih edildiğini belirten bir çalışmada bulunmaktadır (Demirulus ve ark. 1996). Yumurta tercihini değiştiren

başka bir parametre olan yumurta sarısının rengidir. Çalışmada öğrencilerin çoğunun (%58.3) yumurtanın sarısının koyu renkli olmasının tercih ettikleri görülmektedir (Tablo 8). Bu sonucun; koyu renkli yumurta sarısının bireyde yumurtaların daha lezzetli ve daha fazla besleyici değere sahip olduğu algısını yaratmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yumurta ağırlığı ekonomik kazancı belirleyen bir parametredir ve yumurta tercihinde tüketicilerin dikkat ettikleri en önemli kriterlerden biridir (Şahin ve Gül 1998). Ayrıca yumurta, satış yerlerinde büyüklüğüne göre fiyatlandırılmaktadır. Yapılan çalışmada öğrencilerin %51'nin orta büyüklükte ve orta kabuk kalınlığına sahip yumurtayı tercih ettiği tespit edilmiştir (Tablo 9). Yapılan çalışmanın aksine Çelik ve Şengül (2001) çalışmalarında yumurta büyüklüğü ile gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı, fiyat farkı olsa da tüketicilerin %96,4 lük bir kısmının yumurta satın alırken yumurtanın iri olmasını arzuladığını bildirmişlerdir.

Yumurta tüketimi tüketiciler arasında mevsime göre değişiklik gösterebilmektedir. Çalışmada öğrencilerin %80,6'sının yumurta tüketiminin mevsime göre değişiklik göstermediği, yumurta tüketiminin mevsime göre değişiklik gösterenlerin ise kışın yumurta tüketimlerinin daha fazla olduğu görülmüştür (Tablo 10).

Türkiye'de tüketiciler yumurta kartonunu açmak zorunda kalmadan yumurtaların durumunu görmelerine olanak sağlayan ambalajların kullanımını tercih etmektedirler. Avrupa da ise kalıplanmış kağıt ve kağıt hamurundan karton kullanımı çok yaygındır (Fini 2012). Bu çalışmada öğrencilerin yumurta satın alırken kapalı karton viyol ve jelatinle kaplı viyol şeklindeki ambalajların on beşerli gruplar halindeki paketlerini tercih ettikleri görülmüştür (Tablo 11).

Dünya'da toplumsal yapının değişimi tüketim alışkanlıklarını da etkilemekte ve tüketiciler gittikçe artan bir şekilde çiftlik hayvanlarının iyi yaşam koşulları ile çevre dostu gıda üretimi konusunda yüksek bir beklentiye girmektedirler (Lohr 2003). Bu beklentiye paralel olarak, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyen ve çevreyi kirletmeyen "organik tarım" kavramı giderek önem kazanmıştır. Organik tarım sektörünün bir parçası olan organik tavukçuluk sektörü Amerika Birleşik Devletleri'nde hızla büyümüş ve tüketiciler organik tavuk ürünleri ile organik yumurtaya yoğun ilgi göstermeye başlamışlardır. (Oberholtzer ve ark. 2006). Ülkemizde ise tüketicilerin tercihleri ve pazarın talebi doğrultusunda üretim değişmektedir. Bu çalışmada organik yumurta hakkında bilgiyi ve talebi belirlemek amacıyla sorulan organik yumurtayı biliyor musunuz (Tablo 12) ve organik yumurtaya daha fazla para öder misiniz sorularına öğrencilerin büyük bir kısmının evet cevabı verdikleri tespit edilmiştir.

Vücudun temel besin ihtiyaçlarını karşılamanın ötesinde, insan fizyolojisi ve metabolik fonksiyonları üzerinde ek faydalar sağlayan, böylelikle hastalıklardan korunmada ve daha sağlıklı bir yaşama ulaşmada etkinlik gösteren gıdalar veya gıda bileşenleri fonksiyonel gıda olarak tanımlanmaktadır (Niva 2007; Krystallis ve ark. 2008). 1990'lardan itibaren, fonksiyonel gıda teriminin kullanımı tüm dünyada yaygınlaşmış ve fonksiyonel gıda ürünleri pazarı hızla gelişmiştir (Menrad 2003; Bech-Larsen ve Scholderer 2007). Amerika Birleşik Devletleri 2007 yılı verilerine göre dünyanın en büyük fonksiyonel gıda pazarını oluşturmaktadır (Anonymous 2009). Türkiye'de ise, fonksiyonel gıda pazarı, özellikle son yılda büyük gelişme göstermiş, artan sağlık bilinci ve tüketicilerin

fonksiyonel gıdalara yönelik talebindeki artışa paralel olarak, birçok firma pazara fonksiyonel gıdalar sunmaya başlamıştır (Hacıoğlu ve Kurt 2012). Bu gıdalar içerisinde bulunan yumurtanın; selenyum, omega 3 ve dokosaheksaenoik asit (DHA) ile zenginleştirilmiş şekilleri pazarlarda ve marketlerde satışa sunulmaktadır. Bu çalışmada öğrencilere fonksiyonel yumurta hakkında düşüncelerini belirlemek amacı ile sorulan "Fonksiyonel yumurta konusunda ne düşünüyorsunuz" sorusuna öğrencilerin %93'nün fonksiyonel yumurta hakkında bilgilerinin olmadığı cevabını verdikleri görülmüştür (Tablo 12). Benzer şekilde Hacıoğlu ve Kurt (2012)'un genel olarak tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalık, tutum ve kabullerine yönelik bir bakış açısı geliştirmeye yönelik çalışmalarında katılımcıların %60'ının fonksiyonel gıda terimini daha önce duymadıklarını söyledikleri belirtilmiştir.

Sonuç olarak yumurta yüksek biyolojik değerli protein, tekli ve çoklu doymamış yağ asitleri ile zengin vitamin ve mineral madde içeriğiyle besinsel açıdan mükemmel bir gıda olması nedeniyle dengersiz beslenme sorununu çözümlenmesinde üzerinde durulması gereken hayvansal kökenli gıda kaynaklarından biridir. Bu çalışmada yumurta tüketim, tercihlerine ilişkin yapılan değerlendirme sonucunda; ankete katılan üniversite öğrencilerinin %91,9'unun yumurta tükettiği ve haftalık ortalama yumurta tüketiminin 3,4 adet olduğu, tüketilen yumurtaların özellikle sabah kahvaltısında ve omler şeklinde tüketildiği, öğrencilerin büyük bölümünün yumurtanın besleyici değerini bildiği, yumurta satın alırken marketlerin ve özellikle köy yumurtasının tercih edildiği, bunun yanında kahverengi kabuk rengine sahip, orta büyüklükte ve orta kabuk kalınlığına sahip yumurtanın daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Ayrıca yumurta satın alınırken on beşerli kapalı karton viyol ve jelatinle kaplı viyol şeklindeki ambalajların tercih edildiği, öğrencilerin çoğunun organik yumurtayı bildiği, organik yumurtaya daha fazla ücret ödeyebilecekleri fakat buna karşın fonksiyonel yumurtayı ise bilmedikleri belirlenmiştir.

Sağlıklı bir yaşam tarzı sürdürmesinin kolaylaştırması ve sağlığı olumlu yönde etkilediği düşüncesinden yola çıkarak tüketicilerin yumurtanın besleyici değeri, üretimi, organik ve fonksiyonel yumurtanın ne olup ne olmadığı konusundaki bilinç düzeyini arttıracak bilgi ve bilgilendirme çalışmalarının yapılması önerilmektedir.

TEŞEKKÜR

Bu araştırmaya katkı sağlayan Dr. Cengizhan MIZRAK ve Ordu Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. İsmail DURMUŞ'a teşekkür ederiz.

KAYNAKLAR

- Açıköz Z, Soycan Öneç S (2006).** Fonksiyonel yumurta üretimi, Hayvansal Üretim, 47(1), 36-46.
- Anonim (2013).** Yum-Bir, Yumurta tavukçuluğu verileri. Yumurta Üreticileri Merkez Birliği, Ankara. 2013.
- Anonymous (2009).** Leveraging Growth in the Emerging Functional Foods Industry Report, Pricewaterhouse Coopers, http://download.pwc.com/ie/pubs/pwc_leveraging_growth_in_the_emerging.pdf, Erişim Tar: 11.06.2011
- Anonymous (2014).** Egg Nutrition Center, <http://www.eggnutritioncenter.org/wp-content/uploads/2012/04/Nutrient-Content-of-1-Large-Egg.pdf> Erişim Tar: 21.03.2014.
- Ayhan ED, Günaydın E, Gönlü Açık E, Arslan U, Çetinkaya F, Asım H, Uncu Y (2012).** Uludağ üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ve bunları etkileyen faktörler, *Uludağ Üniv Tıp Fak Derg*, 38 (2), 97-104.

- Baysal A (2007)**. Genel Beslenme, 12. Baskı, Hatipoğlu Yayın evi, Ankara.
- Bech-Larsen T, Scholderer J (2007)**. Functional foods in Europe: consumer research, market experiences and regulatory aspects. *Trends Food Sci Tech*, 18 (4), 231-234.
- Cevger Y, Aral Y, Demir P, Sarıözkan S (2008)**. Ankara üniversitesi veteriner fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri, *Ankara Univ Vet Fak Derg*, 55, 189-194.
- Cooper RG, Chifamba J (2009)**. The nutritional intake of undergraduates at the University of Zimbabwe College of Health Sciences, *Tanzan J Health Res*, 11(1), 35-39.
- Çelik Y, Şengül T (2001)**. Şanlıurfa ili kentsel alanında tüketicilerin yumurta tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi, *Hayvansal Üretim*, 42 (2), 53-62.
- Dede M, Kahraman N, Kaleli DÖ (2005)**. Çukurova üniversitesi öğrencilerinin yumurta tüketimi. 1. Ulusal Zootekni Öğrenci Kongresi, 16-17 Mayıs, Adana, s.12-13.
- Demirulus H, Aydın A, Altan Ö, Kara K (1996)**. Yumurta üretim ve tüketiminin artması açısından halkın değişik kesimlerinde tüketim alışkanlığının belirlenmesi ve irdelenmesi. Hayvancılık_ 96 Ulusal Kongresi, 18-20 Eylül, İzmir.
- Durmuş I, Demirtaş ŞE, Can M, Kalebaşı S (2007)**. Ankara ilinde yumurta tüketim alışkanlığının belirlenmesi. *Tavukçuluk Arş Derg*, 7, 42-45
- FAO (2014)**. Food and Agriculture Organization of The United Nations <http://Faostat.Fao.Org/Site/339/Default.aspx> , Erişim Tarihi: 24 Mart 2014.
- Göğüş AK (1986)**. Et Teknolojisi, Yayın No: 991, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Ankara, s.243.
- Güneş T, Albayrak M (1997)**. Türkiye tavukçuluğunda pazarlama sorunları ve çözüm önerileri. Uluslararası Tavukçuluk Konferansı, YUTAV-97,4-17 Mayıs, İstanbul, s.57-64.
- Hacıoğlu G, Kurt G (2012)**.Tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalığı, kabulü ve tutumları: İzmir ili örneği. *BER*, 3 (1), 161-171.
- Hasipek S, Aktaş N (1997)**. Türkiye'deki tavuk ürünlerinin insan beslenmesindeki önemi. Uluslararası Tavukçuluk Fuarı ve Konferansı, 14-17 Mayıs, İstanbul.
- John Fini (2012)**. Gelişmiş Yumurta Kartonu Kodlama Çözümleriyle Üretim Verimliliğini Arttırın Ve Hataları Ortadan Kaldırın, Videojet Technologies Inc. 2012. http://global.videojet.com/content/dam/pdf/Turkey%20-%20Turkish/WP-Egg%20Carton%20Coding-FINAL-121912_TR.pdf, Erişim tarihi: 12.01.2014
- Krystallis A, Maglaras G, Mamalis S (2008)**. Motivations and cognitive structures of consumers in their purchasing of functional foods. *Food Qual Prefer*, 19, 525-538.
- Lohr L (2003)**. Factors Affecting International Demand and Trade in Organic Food Products. Changing Structure of Global Food Consumption and Trade / WRS-01-1, Economic Research Service/USDA, 67-79.
- Mammas I, Bertias G, Linardakis M, Moschandreas J, Kafatos A (2004)**. Nutrient intake and food consumption among medical students in Greece assessed during a clinical nutrition course, *Int J Food Sci Nutr*, 55 (1), 17-26.
- Menrad K (2003)**. Market and marketing of functional food in Europe. *J Food Eng*, 56, 181-188.
- Mızrak C, Durmuş İ, Kamanlı S, Erdoğan Demirtaş E (2012)**. Determination of egg consumption and consumer habits in Turkey. *Turk J Vet Anim Sci*, 36(6), 592-601.
- Niva M (2007)**. 'All foods affect health': Understandings of functional foods and healthy eating among health-oriented Finns. *Appetite*, 48(3), 384-393.
- Oberholtzer L, Greene C, Lopez E (2006)**. Organic Poultry and Eggs Capture High Price Premiums and Growing Share of Specialty Markets, Economic Research Service, USDA.
- Sarıözkan S, Cevger Y, Demir P, Aral Y (2007)**. Erciyes üniversitesi veteriner fakültesi öğrencilerinin hayvansal ürün tüketim yapısı ve alışkanlıkları. *Sağ Bil Derg*, 16(3), 171-179.
- Stadelman WJ, Olson VM, Shemwell GA, Pasch S (1988)**. Egg and Meat Processing, Ellis Horwood Ltd. Chichester (England) s.211.
- Stefanikova Z, Sevcikova L, Jurkovicova J, Sobotova L, Aghova L (2006)**. Positive and negative trends in university students' food intake, *Bratisl Lek Listy*, 107 (5), 217-220
- Şahin K, Gül A (1998)**. Adana İlinde Ailelerin Yumurta Satın Alma ve Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniv Zir Fak Derg*, 13(1), 91-100.
- Şengül S (2004)**. Türkiye'de gelir gruplarına göre gıda talebi. *ODTÜ Gelişme Derg*, 31, 115-148.
- Uluocak AN, Nacar H, Cebeci Z, Baylan M (1996)**. Bildiricın Yumurtalarında Yaşla Birlikte Kalite Özelliklerindeki Değişim. Ulusal Hayvancılık 96 Kongresi, 18-20 Eylül, İzmir, s.269-282.
- Yalçın S, Yalçın S, Şehu A, Sarıfakıoğulları K (2000)**. Yumurta tavuğu rasyonlarında laktik asit kullanımının bazı yumurta kalite özellikleri üzerine etkisi. International Animal Nutrition Congress, 4-6 September, Isparta, s.600-604.