



doi: 10.33188/vetheder.1125196

Araştırma Makalesi / Research Article

## Üniversite öğrencilerinde yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin belirlenmesi

Özlem VAROL AVCILAR<sup>1,a</sup> Yahya Faruk KARATAŞ<sup>1,b</sup> Ebrunur YILMAZ<sup>2,c</sup>

<sup>1</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Osmaniye, Türkiye

<sup>2</sup> Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye

ORCID: 0000-0001-5999-9750<sup>a</sup>, 0000-0002-8735-8042<sup>b</sup>, 0000-0001-7683-961X<sup>c</sup>

### MAKALE BİLGİSİ /

ARTICLE  
INFORMATION:

Geliş / Received:

2 Haziran 22

2 June 22

Revizyon/Revised:

7 Eylül 22

7 September 22

Kabul / Accepted:

19 Eylül 22

19 September 22

Anahtar Sözcükler:

Organik

Öğrenci

Tüketim

Yumurta

Keywords:

Consumption

Egg

Organic

Students

### ÖZET:

Bu çalışmada Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma halen lisans eğitimine devam eden 181 kız ve 15 erkek öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan anket formunda öğrencilerin sosyodemografik özellikleri ile yumurta tüketim durumu ve tercihleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Çalışmada yumurta tüketen öğrencilerin oranının %90.8 olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin özellikle yumurtayı sabah öğünlerinde (%94.4) tükettikleri ve daha çok haşlanmış ve omlet olarak tercih ettikleri belirlenmiştir. Yumurta satın alırken kabuk renginin çoğunlukla önemsenmediği, yumurta sarısının ise daha çok koyu sarı olarak tercih gördüğü saptanmıştır. Yumurta ambalajının çoğunlukla kapalı karton viyol olması istendiği ve 30'lu paket sunumun tercih edildiği görülmüştür. Yumurta satın alırken organik yumurta tercihinin daha yüksek olduğu bu yumurtaların güvenli, sağlıklı ve doğal-ekolojik olarak algılandığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin satışı sunulan yumurtaların tüy, kalıntı gibi unsurları içermesini pazarlama stratejisi olarak algıladıkları ve bunun satışı olumsuz etkilediği düşüncesine sahip oldukları belirlenmiştir. Gençlerde sağlıklı ve dengeli beslenmenin en önemli kaynaklarından biri olan yumurtanın tüketim durumunun ve tercihlerinin belirlenmesi gelecekte konu ile ilgili üretimden sofraya gelene kadarki süreçte yapılacak çalışmalara yol gösterici olacaktır.

### *Determination of egg consumption status and preferences among university students*

#### ABSTRACT:

In this study, it was aimed to determine the consumption status and preferences of the students of the Department of Nutrition and Dietetics in Osmaniye Korkut Ata University. The study was carried out with the participation of 181 female and 15 male students continuing their undergraduate education. In the prepared questionnaire, questions about the sociodemographic characteristics of the students and their egg consumption status and preferences were included. In the study, it was determined that the rate of students consuming eggs was 90.8%. It was determined that the students especially consumed eggs in their morning meals (94.4%) and preferred them mostly as boiled and omelette. It has been determined that the color of the shell is mostly ignored when purchasing eggs, and the yolk is mostly preferred as dark yellow. It has been observed that the egg packaging is mostly desired to be a closed cardboard tray and 30-pack presentation is preferred. It has been determined that the preference for organic eggs is higher when purchasing eggs and these eggs are perceived as safe, healthy and natural-ecological. It was determined that the students perceived the eggs offered for sale to contain elements such as feathers and residues as a marketing strategy and they thought that this negatively affected the sale. Determining the consumption status and preferences of eggs, which is one of the most important sources of healthy and balanced nutrition in young people, will guide the studies to be done in the process from production to the table in the future.

## 1. Giriş

Yaşamın sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için tüm yaş gruplarında tüketilmesi gereken hayvansal besin kaynaklarından biriside yumurtadır (1). Yumurta tek başına veya çeşitli gıdaların içerisinde günlük olarak tüketilebilir (2).

Yumurta yaşamın sürdürülmesi için gerekli sekiz temel amino asiti içeren (histidin, izolösin, lösin, metionin, fenilalanin, treonin, triptofan ve valin), vitamin A, D, E, K ve B'yi yapısında bulunduran, anti-inflamatuar etki gösteren çeşitli biyoaktif bileşikler içeren, yüksek sindirilebilirliğe sahip hayvansal kökenli bir besindir. Ayrıca düşük maliyetli, farklı kültürlerle sahip çok çeşitli yemek menülerinin bir paçası olabilen, kıymetli bir besindir (2, 3, 4). Yumurta tüketiminde dünyada üçüncü sırada olan Japonya'da bir üniversitede yapılan çalışmada günlük olarak kahvaltıda yenilen bir yumurtanın protein sağlamak ve beslenme dengesini korumak için iyi bir kaynak olduğu bildirilmiştir (5).

Dünyada 2015 yılında yumurta üretimi 72.208 bin ton dan 2019 yılında 82.168 bin tona ulaşmıştır. Tüketim ise 2015 yılında 72.164 bin tondan 2019 yılında 82.388 bin tona ulaşmıştır. Tavuk yumurtası üretiminde önde gelen ülkelere bakıldığında 2019 yılında % 40.3 lük payla Çin başta gelirken bunu sırasıyla ABD, Hindistan, Endonezya ve Brezilya takip etmektedir. Yıllık tavuk yumurtası tüketiminde ise önde gelen ülkeler arasında 2017 yılında Japonya 333 adet/kişi ile başta gelirken, Rusya, Almanya ve Fransa bunu takip etmiştir. Hesaplanan verilere göre 2020 yılında Türkiye'de üretilen yumurta miktarı 1.127.934 tondur. Aynı yılda tüketim ise 929.812 tondur. Kişi başı yumurta tüketimi 2019 yılında 191 adettir (6).

Evlerinden uzakta yaşayan öğrenciler genellikle sağlıksız beslenme eğilimlerindedirler. Kahvaltıyı atlama, düşük meyve sebze tüketimi, fazla fast-food, tatlı ve şekerli içecek alımı vb. görülebilir (7). Bu dönemde alacakları beslenme bilgileri beslenme durumunun iyileşmesinde etkili bir faktör olabilir (8).

Bu araştırma, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik bölümünde öğrenim gören öğrencilerin yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

## 2. Gereç ve Yöntem

Araştırma tanımlayıcı bir çalışmadır. Çalışma, 2021 yılının Kasım-Aralık aylarında, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik bölümünde okuyan ve ankete katılmaya gönüllü 196 öğrenci üzerinde yürütülmüştür. Uygulanan anket formu; öğrencilerin yaş, cinsiyet, sınıf gibi sosyodemografik özellikleriyle, yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin saptanmasına dair sorular ve onam formundan oluşmaktadır. Anket yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılmış olup, anket soruları literatür taramaları sonucu ulaşılan çalışmalardan derlenerek oluşturulmuştur (9, 10, 11, 12, 13, 14, 15). Çalışma sonucunda elde edilen veriler SPSS 23.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmadaki sayısal değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri normal dağılım özellikleri kontrol edilerek normal dağılımlar ortalama  $\pm$  standart sapma, normal dağılmayanlar ise ortanca ve çeyrekler arası aralık (IQR) değerleri ile verilmiştir. Öğrencilerin yumurta tüketim durumu ve tercihlerinin saptanmasına yönelik veriler değerlendirilirken hedeflenen her parametre için sayı (n) ve yüzde (%) değerleri hesaplanmıştır. Araştırma için etik kurul onayı ilgili üniversitenin Fen Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan alınmıştır (Karar no: 2021/7/10). Ayrıca verilerin toplandığı kurumdan izin belgesi alınmıştır.

## 3. Bulgular

Çalışmaya katılan öğrencilerin ortanca yaşı 20.0 (19.5-21) dir. (Tablo 1). Veriler incelendiğinde katılımcıların %92.3'ünün kadın olduğu ve %3.1'inin ise evli olduğu gözlenmiştir. Bireylerin %62.2' si gelirinin giderine eşit olduğunu beyan ederken %65.3'ü öğrenci yurdunda ikamet etmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %32.7'sini 3. sınıf öğrencileri oluşturmuştur.

**Tablo 1:** Bireylerin sosyodemografik özellikleri.**Table 1:** Sociodemographic characteristics of individuals.

	Ortanca	25.Persentil	75. Persentil
Yaş	20.00	19.50	21.00
		n	%
Cinsiyet	Kadın	181	92.3
	Erkek	15	7.7
Medeni hal	Evli	6	3.1
	Bekâr	190	96.9
Gelir	Gelir < Gider	43	21.9
	Gel = Gider	122	62.2
	Gelir > Gider	31	15.8
İkamet	Aile evi	26	13.3
	Öğrenci evi	42	21.4
	Yurt	128	65.3
Sınıf	1.sınıf	47	24.0
	2.sınıf	51	26.0
	3.sınıf	64	32.7
	4.sınıf	34	17.3

Ankete katılan öğrencilerden %90.8 i yumurta tükettiğini beyan etmiştir. Yumurta tüketmeyen öğrencilerin neredeyse hepsi (%88.8) bunun nedenini yumurtayı sevmemeleri olarak belirtmiştir. Öğrencilerin gün içinde özellikle sabah öğünlerinde yumurtayı tükettikleri belirlenmiştir (%94.4). Özellikle yumurtayı omler (%45.4) ve haşlanmış (%42.3) olarak tükettikleri tespit edilmiştir (Tablo 2). Katılımcıların büyük çoğunluğu yumurta alırken kabuk renginin önemsemediği (%44.9) beyanında bulunurken, beyaz kabuklu yumurtaları (%37.8) satın alma tercihinin kahverengilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Yumurta sarısının renk tercihi konusunda katılımcıların koyu sarı tercihlerinin (%42.9) diğer seçeneklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin ticari yumurtaya göre köy yumurtası tercihlerinin (%86.2) daha yüksek olduğu görülmüştür. Alınan yumurtaların kabuk kalınlığının orta olması (%42.3) en çok tercih edilen seçenek olmuştur (Tablo 2). Yumurta ambalaj etiketleri üzerinde yer alan yumurta ağırlığına göre sınıflandırma sembollerinin (S, M, L, XL) anlamını katılımcıların % 82.7 si bildiğini belirtmiştir (Tablo 2).

Satın alınan yumurtaların ambalaj ve görünümünün satın alma tercihinde önemli olduğu (%84.7) belirlenmiştir. Kapalı karton viyolde satışa sunulan yumurtaların (%56.6) daha çok tercih gördüğü saptanmıştır. Öğrencilerin daha çok 30'lu olarak satışa sunulan ambalajları tercih ettikleri belirlenmiştir (Tablo 3). Öğrencilerin yumurta üretim yerleri tercihleri konusunda köy yumurtası (%42.3) ve organik üretim sisteminin (%35.7) en çok seçilen olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin %94.6 si organik yumurtayı tercih ettiğini belirtmiştir. Bu tercihin nedenini ise daha iyi (%34.2) ve daha lezzetli (%29.6) olması olarak belirtmişlerdir. Organik yumurta temin edilen başlıca yerler arasında kendi üreten yetiştiricilerin (%45.4) en çok tercih edilen seçenek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların organik yumurta tercih nedenleri arasında sırasıyla; güvenilir olması, besin değerinin yüksek olması ile doğal ve ekolojik olması (%63.3, %62.8 ve %61.7) sayılabilir. Öğrencilerin zenginleştirilmiş yumurta tercihleri arasında en fazla Omega-3 yönünden zenginleştirilen yumurtaları tercih ettiği belirlenmiştir. Yumurtanın kolesterolü artırdığı düşüncesine sahip öğrencilerin sayısının %44.4 olduğu saptanmıştır (Tablo 3).

**Tablo 2:** Bireylerin yumurta tüketim tercihleri  
**Table 2:** Egg consumption preferences of individuals

		n	%
Yumurta tüketimi	Evet	178	90.8
	Hayır	18	9.2
Yumurta tüketmeme nedeni	Sevmiyorum	16	88.8
	Sağlığıma zararlı olduğu için	1	5.6
	Pahalı olduğu için	1	5.6
Yumurta alım sıklığı	Haftada birden fazla	98	50.0
	Haftada 1	55	28.1
	İki haftada bir	27	13.8
	Ayda 1	16	8.2
Yumurta tercih nedeni	Sindirimi kolay	14	7.1
	Pişirmesi kolay	27	13.8
	Kullanım alanı çok	65	33.2
	Diğer	90	45.9
Yumurta özellikle hangi öğünde tüketirsiniz?	Sabah	185	94.4
	Öğle	1	0.5
	Akşam	0	0.0
	Değişiyor	10	5.1
Yumurta en çok hangi şekilde tüketirsiniz?	Haşlanmış	83	42.3
	Omlet	89	45.4
	Yemekler	7	3.6
	Hamur işleri	15	7.7
	Diğer	2	1.0
Tavuk yumurtası dışında yumurta türlerini tercihi	Ördek	2	1.0
	Hindi	5	2.6
	Bıldırcın	20	10.2
	Hiçbiri	169	86.2
Tercih edilen yumurta kabuk rengi	Beyaz	74	37.8
	Kahverengi	34	17.3
	Fark etmez	88	44.9
Yumurta sarısının renk tercihi	Koyu sarı renkli	84	42.9
	Açık sarı renkli	50	25.5
	Fark etmez	62	31.6
Satış yerinde hem köy hem de ticari yumurta bulunuyorsa hangisini tercih edersiniz?	Köy yumurtası	169	86.2
	Ticari yumurta	27	13.8
Yumurta satın alırken kabuk kalınlığı tercihi	Kalın	12	6.1
	İnce	24	12.2
	Orta	83	42.3
	Fark etmez	77	39.3
Yumurta etiketlerinde yer alan S. M. L. XL gibi harflerin ne anlama geldiğini biliyor musunuz?	Evet	162	82.7
	Hayır	34	17.3
	Küçük	13	6.6
Yumurta büyüklüğü tercihi	Orta	130	66.3
	Büyük	51	26.0
	Çok büyük	2	1.0

**Tablo 3:** Bireylerin yumurta ambalajlarına dair tercihleri.**Table 3:** Individuals' preferences for egg packaging.

		n	%
Yumurta ambalajının şekli-görünümü satın alma tercihinizi etkiler mi?	Evet	166	84.7
	Hayır	30	15.3
Yumurta ambalajı tercihi	Viyolde açık	6	3.1
	Viyolde jelatinle kaplı	54	27.6
	Kapalı karton viyol	111	56.6
	Kapalı köpük viyol	25	12.8
Yumurta sunum şeklini tercihi	6'lı	20	10.2
	10'lu	30	15.3
	15'li	61	31.1
	30'lu	85	43.4
Yumurta üretim sistemi tercihi	Kafes sistemi	13	6.6
	Serbest sistem	30	15.3
	Organik sistem	70	35.7
	Köy yumurtası	83	42.3
Organik yumurta tercihi	Evet	186	94.9
	Hayır	10	5.1
Organik yumurta tercih nedenleri	Daha lezzetli	58	29.6
	Daha iyi	67	34.2
	Daha taze	41	20.9
	Diğer	30	15.3
Organik yumurta satın alma yeri tercihi	Market	75	38.3
	Pazar	12	6.1
	Kendi üreten yetiştiriciler	89	45.4
	Özellikli dükkânlar	16	8.2
	Diğer	4	2.0
*Organik yumurta tercihini etkileyen faktörler	Fiyatı	57	29.1
	Besin değeri	123	62.8
	Güvenli olması	124	63.3
	Sağlığa zararlı olmaması	105	53.6
	Doğal ve ekolojik olması	121	61.7
*Organik ürün alırken dikkat edilen noktalar	Etiket	128	65.3
	Logo	66	33.7
	Ambalaj	139	70.9
	Almıyorum	18	9.2
Zenginleştirilmiş yumurta türü tercihi	Selenyum yönünden zenginleştirilmiş	15	7.7
	omega3 yönünden zengin	165	84.2
	DHA-yönünden zenginleştirilmiş	16	8.2
Yumurta kolesterol ilişkisi hakkında düşünce	Kolesterolü artırır	87	44.4
	Kolesterolü düşürür	18	9.2
	Etkilemez	38	19.4
	Fikrim yok	53	27.0

\*Bu soruda birden fazla seçenek işaretlenmiştir. Yüzdeler toplam kişi sayısı üzerinden hesaplanmıştır.

Öğrencilerin yumurta tüketiminin mevsime göre değiştiği (%72.4) ve yumurta tüketimlerinin kış mevsiminin de arttığı (%70.9) belirlenmiştir. Yumurta tüketimine fiyatların etkili olduğu (%70.4) tespit edilmiştir (Tablo 4). Satışa sunulan yumurtaların sağlıklı koşullarda üretildiğine güvenen katılımcıların oranı %55.6'dır. Ambalaj ve etiket üzerindeki bilgileri anlaşılır bulanların oranı ise %65.8'dir. Pazara sunulan, üzerinde tüy ve kalıntı bulunan yumurtalar daha çok pazarlama stratejisi (%59.7) olarak değerlendirilirken, bu görünümün satın alma davranışını olumsuz etkilediği belirlenmiştir (%50.0) (Tablo 4). Yumurta satın alınan yerlerin başında marketlerin %86.2'lik değerle ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Yumurta satın alınan yerlerin belirlenmesinde etkili olan faktörler arasında daha güvenli bulma (%78.6) tercihi en önde gelirken, indirim ve promosyonun (%28.1) en az tercih edilen seçenek olduğu belirlenmiştir (Tablo 4).

**Tablo 4:** Bireylerin mevsime göre yumurta tüketim tercihleri.

**Table 4:** Egg consumption preferences of individuals according to the season.

		n	%
Yumurta tüketiminiz mevsime göre değişim gösteriyor mu?	Evet	142	72.4
	Hayır	54	27.6
	İlkbahar	13	6.6
	Yaz	34	17.3
Hangi mevsim yumurta tüketiminiz daha fazla olmaktadır?	Sonbahar	10	5.1
	Kış	139	70.9
Yumurta tüketimine fiyatların etkisi	Evet etkili	138	70.4
	Hayır. etkili değil	58	29.6
Aldığınız yumurtanın sağlıklı koşullarda üretildiğine güveniyor musunuz?	Evet	109	55.6
	Hayır	87	44.4
Yumurtanın ambalajı veya etiketinde yer alan bilgileri anlaşılır buluyor musunuz?	Evet	129	65.8
	Hayır	67	34.2
Pazara sunulan tüy ve kalıntı bulunan (kirli görünüm) yumurtalar hakkında ne düşünüyorsunuz?	Köy yumurtasıdır	65	33.2
	Organik yumurtadır	14	7.1
	Pazarlama stratejisidir	117	59.7
Yumurta üzerinde tüy ve kalıntı bulunan (kirli görünüm) görünüm satın alma davranışınızı etkiler mi?	Etkilemez	79	40.3
	Olumlu etkiler	19	9.7
	Olumsuz etkiler	98	50.0
*Yumurtayı satın aldığınız yerler	Market	169	86.2
	Bakkal	65	33.2
	Semt pazarı	47	24.0
	Uygun yerden	58	29.6
*Yumurtayı nereden satın alacağınıza karar verirken etkili olan faktörler	Daha güvenli bulma	154	78.6
	Kalite	142	72.4
	Marka	91	46.4
	İndirim -promosyon	55	28.1
	Yakınlık- Ulaşılabilirlik	104	53.1

\*Bu soruda birden fazla seçenek işaretlenmiştir. Yüzdeler toplam kişi sayısı üzerinden hesaplanmıştır.

#### 4. Tartışma ve Sonuç

İçerdiği sağlıklı bileşenlerle özellikle tek başına ve çeşitli gıdalarla birlikte tüketilen yumurta sofraların vazgeçilmez hayvansal besinleri arasındadır. Diğer hayvansal besinlere göre birim fiyatının uygun olması ve ulaşılabilirliğindeki kolaylık mutfaktaki yerini sağlamlaştırmıştır. Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada ailelerin

%98'inin yumurta tükettiği bildirilmiştir (12). Yapılan çalışmada öğrencilerin yüksek oranda yumurta tükettikleri (%90.8) belirlenmiştir. Farklı üniversitelerde de yapılan çalışmalarda benzer sonuçlar bildirilmiştir (10, 13,14). İtalya da yapılan bir çalışma ise gençlerin %65.5 i haftada bir veya iki kez yumurta tüketirken, %12 sinin ise asla yemediği belirtilmiştir (1).

Yumurta alım sıklığının katılımcı öğrencilerin %50 sinde haftada birden fazla olduğu belirlenmiştir. Ordu ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilerin %66.49'unun haftada bir kez yumurta satın aldığı gözlenirken, ayda bir alanların oranı ise %19.74 olarak bildirilmiştir. (15).

Çalışmada öğrencilerin yumurtayı tercih etme nedenleri arasında kullanım alanının çok olması ön plana çıkmıştır. Çine Meslek Yüksekokulunda yapılan bir çalışmada kız öğrencilerin %65,9'u erkek öğrencilerin ise %59,42'si öncelikli olarak yumurtayı besleyici olması nedeniyle tükettiklerini bildirmişlerdir (14). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi'nde lisans öğrencilerinde yapılan tez çalışmasında yumurta tüketim sebepleri arasında protein yönünden zengin olması, lezzetli olması ve dengeli beslenme için gerekli olması gibi unsurların önde gelen tercihler olduğu bildirilmiştir (16).

Çalışmaya katılan öğrenciler genellikle yumurtayı sabah (%94.4) tükettiklerini söylemişlerdir. Kısa sürede hazırlanmasının ve doyurucu olmasının bu tercihte etkili olabileceği düşünülebilir. İskender ve Kanbay (10)'ın öğrencilerle yaptığı çalışmada da sabah yumurta tüketim oranı %91.2 olarak bildirilmiştir. Ayrıca aynı çalışmada, bu çalışmaya benzer şekilde genellikle yumurtayı öğrencilerin haşlama ve omlet olarak tükettiği belirtilmiştir. Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada yumurtanın sabah tüketim oranının (%85.52) en yüksek olduğu ifade edilmiştir (12). Bu çalışmada tavuk yumurtası dışında tercih gören yumurta türünün bildircin yumurtası olduğu belirlenmiştir. Diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (10,12,14)

Tercih edilen yumurta kabuk renginde katılımcıların neredeyse yarısı fark etmez dese de beyaz tercihi daha yüksektir. İskender ve Kanbay (10)'ın üniversite öğrencilerinde yaptığı çalışmada kahverengi yumurta kabuğu tercihi %37.7, beyaz yumurta kabuğu tercihi %26.7 iken, fark etmez diyenler %35.7 olarak bildirilmiştir. Ordu ilinde yapılan bir çalışmada %44.70 oranla kahverengi yumurta kabuğu tercih edilirken (15), Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada ise katılımcıların %34.05'i beyaz, %30.50 si kahverengi kabuk rengini tercih ettiği, geri kalanların dikkat etmediği belirtilmiştir (12). Yumurtanın kabuk renginin, besleyici değer olarak farklılık oluşturmadığı bilirse de özellikle alışkanlıkların renk seçiminde etkili olduğu düşünülebilir.

Yumurta sarısının rengi hayvanların yediklerine bağlı olarak değişim göstermektedir. Katılımcı öğrenciler yumurta sarısı renginin koyu sarı olmasını daha çok tercih ettiklerini belirtmişlerdir (%42.9). İskender ve Kanbay (10)'ın yaptığı çalışmada da benzer sonuç bulunmuştur (%58.3). Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada katılımcıların daha lezzetli, daha besleyici algısının ön planda olduğu düşünülerek, koyu renkli sarı tercihinin daha yüksek (%81.20) olduğu bildirilmiştir (12).

Öğrencilerin, ikisi aynı anda satışa sunulan yumurtalarda köy yumurtası tercihi %86.2 iken ticari yumurta tercihi %13.8'dir. İskender ve Kanbay'ın (10) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinde köy yumurtası tercihi %92.8 olarak bildirilmiştir. Parlakay ve ark.'nın (17) Uşak ilinde yaptıkları çalışmada ise köy yumurtası tercih oranı %27.08, çiftlik yumurtası tercih oranını ise %67.45 olarak belirlenmiştir. Bu durumun oluşmasında, çiftlik yumurtasının ucuz ve ulaşılabilirliğinin ön planda olmasının etkili olduğu belirtilmiştir. Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada köy yumurtası tercih oranı%83.25, çiftlik yumurtası tercih oranı ise %16.75 olarak bildirilmiştir (12).

Yumurtalar çiftliklerde satışa sunulmadan önce ağırlıklarına göre sınıflandırılır. Sınıflandırma bilgileri etiketlerin üzerinde yer alır. Bu sınıflandırma sayesinde yumurtaların satış fiyatları belirlenir. Yapılan çalışmada yumurta satın alırken çoğunlukla yumurta kabuğunun orta kalınlıkta olmasının tercih edildiği (%42.3) yumurta büyüklüğü tercihlerinde de orta büyüklük (%66.3) tercih edildiği ve yumurta ambalaj üzerinde yazan S, M, L, XL işaretlerinin anlamlarının bilindiği (%82.7) belirlenmiştir. İskender ve Kanbay (10) yaptıkları çalışmada hem yumurta büyüklüğü hem de kabuk kalınlığının aynı oranla (%51) orta olmasının tercih edildiğini bildirmişlerdir. Bu tercihte yumurtaların dayanıklılık ve doyuruculuk durumu etkili olabilir. Uşak ilinde yapılan bir çalışmada katılımcıların %44'ünün M boy, % 41'inin ise L boy yumurta tercih ettiği bildirilmiştir (17). Mızrak ve ark.(12), Türkiye genelinde yaptıkları bir çalışmada; tüketicilerin yaklaşık % 59'unun M, % 36'sının ise L boy yumurta tercih ettiklerini belirlemişlerdir.

Yumurta ambalaj şekil ve görünümünün satın alma tercihinin etkilediği (%84.27), özellikle kapalı karton vivalde satışa sunulan yumurtaların tercih edildiği (%56.6), satışa sunulan yumurta sunum sayısı olarak da daha çok 30'lu paketlerin tercih gördüğü (%43.4) belirlenmiştir. İskender ve Kanbay'ın (10) yaptığı çalışmada kapalı karton viyol tercihinin %46.1 oranda tercih edildiği, yumurta satışta ise 15'li sunumun daha çok tercih edildiği (%44.1) belirtilmiştir. Derebaşı'nın (15) Ordu ilinde yaptığı bir çalışmada katılımcıların %77'sinin ambalajın satın almada etkili olduğunu, %48.84'ünün kapalı karton viyolü, %47.80'inin 15'li sunumu tercih ettiğini bildirmiştir. Ambalaj olarak kapalı karton viyolün tercih edilmesinde, yumurtanın çabuk kırılmaya müsait olması etkili faktör olabilir.

Son zamanlarda endüstrileşmedeki hızlı artışa rağmen halkın gittikçe daha doğal beslenme isteği bunu da organik ürünlerle karşılama düşüncesi gittikçe artmaktadır. Yapılan çalışmada öğrencilerin %94.9 u organik yumurtayı satın alırken tercih edebileceğini, bu tercihlerinde de daha iyi ve daha lezzetli olacağını düşünmelerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Organik yumurta satın alma yeri olarak kendi üreten yetiştiriciler ve marketler daha çok tercih edilmiştir (%45.4; %38.3). İskender ve Kanbay (10) öğrencilerin %81.2 oranla organik yumurtayı bildiklerini saptamıştır. Bingöl ilinde yapılan bir çalışmada organik yumurta tüketim nedenleri olarak sağlıklı olması, tazeliği ve lezzetli oluşu şeklinde ifadeler bildirilmiştir (11). Çalışmada öğrenciler organik yumurtayı güvenli ve doğal bulduklarını belirtmiş ve besin değeri gibi faktörleri tercihte ön sırada tuttuklarını ifade etmişlerdir. Organik yumurtaları satın alırken de ambalaj ve etiketin en çok dikkat edilen unsurlar arasında yer aldığı belirlenmiştir. Bursa ilinde yapılan bir çalışmada da üretici firma, marka ve fiyatın organik yumurta satın almada dikkat edilen unsurlar olduğu bildirilmiştir (18).

Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada omega 3 yönünden zenginleştirilmiş yumurtalar %76.92 oranında tercih edilmiştir. Selenyumlu yumurtaların tercih edilme oranı ise % 15.9'dur (12). Bu çalışmada da benzer oranlar tespit edilmiştir.

Yapılan çalışmada yumurta tüketiminin mevsime göre değiştiği ve özellikle kış aylarında arttığı (%70.9) belirlenmiştir. İskender ve Kanbay'ın (10) ve Mızrak ve ark. (12) 'nın yaptığı çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (%83.6; %87.2). Özellikle yumurtanın kendisinin ve hazırlanan diğer yemeklerinin tok tutuculuğu bunda etkili olan unsurlar arasında olabilir.

Yapılan çalışmada katılımcıların pazara sunulan kirli görünümlü yumurtaların pazarlama stratejisi olduğunu (%59.7) ve bu görünümün satın almayı olumsuz etkilediğini (%50) düşündüğü belirlenmiştir. Derebaşı'nın (15) Ordu ilinde yaptığı çalışma da benzer şekilde kirli görünümlü yumurtaların pazarlama stratejisi olduğu (%50.9) ve bu görünümün satın almayı olumsuz (%52.71) etkilediği bildirilmiştir. Slovenyada bir üniversitede yapılan çalışmada yumurta kabuk temizliğinin sağlık güvenlik faktörü olarak en fazla dikkat edilen unsur olduğu bildirilmiştir (2). Öğrencilerin yumurta satın alırken daha çok marketleri tercih ettiği, bu tercihin oluşmasında da özellikle güven, kalite, yakınlık ve markanın önemli olduğu belirlenmiştir. Ordu ilinde yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (15).

Beslenme ve Diyetetik bölümü öğrencilerinin yumurta tüketim durumu ve tercihleri literatürdeki benzer çalışmaların bulgularıyla paralellik göstermektedir. Üniversite öğrencilerinin geleceğe dair beslenme alışkanlıklarının şekillendiği bu kritik dönemde besin tüketim tercihlerinin belirlenmesi ileri çalışmalar için önemli veri sağlayacaktır.

### **Araştırmanın sınırlılıkları ve güçlü yönleri**

Anket soruları literatür taraması sorucu ulaşılan birçok çalışmadan derlendiği için benzer çalışmalara göre daha kapsamlı ve ayrıntılı saptamalara ulaşılmıştır. Bu sayede çalışmanın sonuçlarının üretimden ürün geliştirmeye kadar olan süreçte gıda endüstrisine ve beslenme politikalarının oluşturulması çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Yazarlar bu çalışma için herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.



## Finansal Kaynak Beyanı

Bu çalışma sırasında, yapılan araştırma konusu ile ilgili doğrudan bağlantısı bulunan herhangi bir ilaç firmasından, tıbbi alet, gereç ve malzeme sağlayan ve/veya üreten bir firma veya herhangi bir ticari firmadan, çalışmanın değerlendirme sürecinde, çalışma ile ilgili verilecek kararı olumsuz etkileyebilecek maddi ve/veya manevi herhangi bir destek alınmamıştır.

## Yazar Katkısı Beyanı

Fikir/kavram: Özlem VAROL AVCILAR Yahya Faruk KARATAŞ Ebrunur YILMAZ

Denetleme/Danışmanlık: Özlem VAROL AVCILAR

Veri toplama: Yahya Faruk KARATAŞ Ebrunur YILMAZ

Veri analizi ve yorum: Özlem VAROL AVCILAR, Yahya Faruk KARATAŞ

Kaynak taraması: Özlem VAROL AVCILAR

Makalenin yazımı: Özlem VAROL AVCILAR, Yahya Faruk KARATAŞ

Eleştirel inceleme: Özlem VAROL AVCILAR

## Etik Onay

Bu çalışma için Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan onay alınmıştır (Karar no: 2021/7/10)

## Kaynaklar

1. Giannetto C, Alibrandi A, Zirilli A, Lanfranchi M. Egg consumption among young people: a study through the application of the logistic regression model. *American J Appl Sci* 2016;13(6):697-707.
2. Kralik I, Zelic A, Kristic J, Milcovic SJ, Crncan A. Factors affecting egg consumption in young consumers. *Acta fytotechn zootech* 2020; 23: 1-6.
3. Andersen C. Bioactive egg components and inflammation. *Nutrients* 2015; 7(9):7889–7913.
4. Conrad Z, Johnson LK, Roemmich JN, Juan WY, Jahns L. Time trends and patterns of reported egg consumption in the U.S. by sociodemographic characteristics. *Nutrients* 2017;9, 333.
5. Taguchi C, Kishimoto Y, Suzuki- Sugihara N, Saita, E, Usuda, M, Wang W, Masuda Y, Kondo K. Regular egg consumption at breakfast by Japanese woman university students improves daily nutrient intakes: open-labeled observations. *Asia Pac J Clin Nutr* 2018;27(2);359-365.
6. TEBGE: Tarım Ürünleri Piyasaları, Tavuk Yumurtası, Ocak 2021, Tarımsal Ekonomi ve politika geliştirme Enst.
7. El Ansari W, Stock C, Mikolajczyk RT. Relationships between food consumption and living arrangements among university students in four European countries—A cross-sectional study. *Nutr J* 2012; 11, 28.
8. Haq I, Mariyam Z, Li M, Huang X, Jiang P, Zeb F, Wu X, Feng Q, Zhou MA. Comparative Study of Nutritional Status, Knowledge Attitude and Practices (KAP) and Dietary Intake between International and Chinese Students in Nanjing, China. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2018;15, 1910
9. Çelik Y, Şengül T. Şanlıurfa ili kentsel alanında tüketicilerin yumurta tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Hayvansal Üretim* 2001; 42(2): 53-62.
10. İskender Y, Kanbay Y. Üniversite öğrencilerinin yumurta tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *YYU Vet Fak Derg* 2014;25(3);57-62.
11. Karakaya E, Söğüt B, İnci H, Taysı MR. Organik yumurta tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerinin belirlenmesi (Bingöl ili kent merkezi örneği). *Euroasia Journal of Mathematics, Engineering, Natural & Medical Sciences* 2020;181(7); 13.
12. Mızrak C, Durmuş İ, Kamanlı S, Demirtaş ŞE, Kalebaşı S, Karademir E, Doğu M. Determination of egg consumption and consumer habits in Turkey, *Turk J Vet Anim Sci* 2012; 36(6):592-601.

13. Chaki, SP. Trakya Üniversitesi Balkan yerleşkesinde öğrenim gören öğrencilerde besin tüketim sıklığı ve obezite varlığı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. Yüksek Lisans tezi. Trakya Üniversitesi, 2019, Edirne.
14. Özüğür AK, Gökdal Ö, Sarı HY, Atay O. Yumurta tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesinin de Çine MYO örneği. Mesleki Bilimler Dergisi 2019;8(2):50 – 56.
15. Derebaşı S. Ordu ilinde yumurta tüketim bilincinin ve tüketicisi davranışlarının belirlenmesi, Yüksek Lisans tezi, Ordu Üniv Fen Bil Enst, 2019, Ordu.
16. Yeşilçayır N. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi lisans öğrencilerinin hayvansal gıda seçimi ve tüketimi üzerine medyanın rolünün incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, 2021 Aydın.
17. Parlakay O, Duru AA, Akın Y. Tüketicilerin Yumurta Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi: Uşak İli Örneği. Gaziosmanpaşa Üniv Ziraat Fak Derg 2017;34 (2);108-115.
18. Bardakçı B. Organik yumurta ve tavuk eti tüketimini etkileyen faktörler: Bursa ili örneği. Yüksek Lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, 2021, Bursa.