

Ankara İlinde Yumurta Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi

İsmail DURMUŞ¹Şahnur Erdoğan DEMİRTAŞ¹Meltem CAN¹Süleyman KALEBAŞI¹

ÖZET: Araştırmada, Ankara ilinin tüketici profilini oluşturacak şekilde seçilen ailelere anket uygulanmak suretiyle bilgiler toplanmış ve değerlendirilmiştir. Ortalama olarak kişi başına yıllık yumurta tüketimi 171 adet olarak belirlenmiştir. Ankete katılan ailelerin, yumurtayı büyük bir oranda marketlerden satın aldığı, tercihte ambalajın etkili olduğu ve jelatinle kaplı 30'luk viyolün daha çok talep edildiği ve yumurtanın özellikle sabah kahvaltılarında haşlama olarak tüketildiği saptanmıştır. Aileler yumurtanın besleme değeri konusunda yeterli bilgiye sahip olmayıp, iyi bir bilgilendirme çalışmasının yapılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yumurta, yumurta tüketimi, aile, Ankara

Determining Egg Consumption Habits in Ankara

ABSTRACT: In this research the data were collected and evaluated from some of chosen families by survey in Ankara. Average eggs consumption per capita was found as 171 annually. Eggs were generally consumed by boiled in breakfast. People bought eggs generally from shop, preferring was effected by packing. Egg trays covered with gelatine were preferred by consumers. The people in Ankara haven't got enough knowledge about egg so it must be given much more information.

Key Words: Egg, egg consumption, family, Ankara

GİRİŞ

Yumurta mevcut besin kaynaklarının en mükemmellerinden biridir. Doğal yapısı içerisinde hile karıştırılmayan korunmuş bir maddedir. Besin değerinin en belirgin göstergesi dömlü bir tavuk yumurtasının uygun sıcaklık ve nem sağlanmak koşulu ile 21 günde canlı civciv elde edilebilmesidir (5). Yumurta bu kadar değerli besin kaynağı olmasına rağmen toplumumuz tarafından yeterince tüketilmemektedir. Besd-Bir verilerine göre 2004 yılında 8.443 milyon adet yumurta üretimi yapılmış, aynı yıl içerisinde kişi başına yılda 115 adet yumurta tüketilmiştir (2). FAO'nun verilerine göre ise, 2005 yılında ülkemizde 830.000 ton yumurta üretilmiştir. Kişi başına yıllık tüketim 2003 yılında 10 kg olarak gerçekleşmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinde ortalama olarak kişi başına yıllık tüketim değeri 12.5, Amerika Birleşik Devletlerinde 14.6 kg olduğu bildirilmiştir (3). ABD'de yapılan bir araştırmada 2000 yılında 70 milyar yumurta tüketildiği, yumurtanın 900'den fazla yemeğe katıldığı ve özellikle tüketimin 6-24 yaş gruplarında fazla olduğu bildirilmiştir (4).

Türkiye'de yapılan çeşitli araştırmalarda yumurta tüketimini etkileyen birçok faktörün bulunduğu, bunların başında kolesterol korkusunun geldiği belirtilerek, toplumun yumurta konusunda yeterince bilgilendirilerek hızlı yaşam biçimine uygun yeni ürünlerin sunulması tavsiye edilmektedir (1).

Bu araştırmada, Ankara ilinde yaşayan halkımızın yumurta konusundaki bilgileri ve tüketimde nelere dikkat ettikleri belirlemek, tüketici eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

MATERYAL ve METOT

Araştırmanın materyalini 24 adet sorudan oluşan anketlerden elde edilen bilgiler oluşturmuştur. Anketler, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından Ankara ilinin tüketici profilini oluşturacak şekilde seçilen ailelere araştırmacılar tarafından uygulanmıştır. Ankara ilinin Çubuk, Polatlı, Etimesgut, Yenimahalle, Keçiören, Çankaya, Mamak ve Altındağ ilçe merkezlerindeki 160 aileye gidilerek, aile reisi veya evin hanımına anket uygulanmıştır. Toplam olarak 160 aileden 624 bireyi kapsayan anket verileri, paket istatistik programları kullanılarak değerlendirilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmada kullanılan anketlerin değerlendirilmesi sonucunda, ankete katılan bireylerin %48'nin erkek, %52'sini kadınlar oluşturmuştur. Bireylerin yaş ve eğitim durumlarının dağılımı Çizelge 1'de verilmiştir. Ağırlıklı olarak bireylerin ilköğretim seviyesinde eğitim aldıkları görülmekle birlikte, %5.13'lük bir kesimin hiç okula gitmediği tespit edilmiştir.

Çizelge 1. Ankete Katılan Bireylerin Yaş ve Eğitim Durumları

Yaş	Eğitim Durumu (%)					Toplam
	Okur-yazar olmayan	İlkokul	Ortaokul	Lise	Yüksek Okul	
0-6	10.26	0	0	0	0	10.26
7-14	0.16	9.78	6.73	0	0	16.67
15-17	0	0.48	2.24	4.49	0	7.21
18-25	0.32	2.24	0.64	4.81	5.13	13.14
26-40	0.32	12.02	3.53	6.57	4.81	27.24
41-64	1.28	8.65	2.86	3.37	3.85	20.03
65+	3.21	1.44	0.16	0.32	0.32	5.46
Toplam	15.22	34.78	16.35	19.55	14.10	100

¹ Tavukçuluk Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü - Ankara

Ailelerin ortalama aylık gelir seviyelerine ait bilgiler çizelge 2'de görülmektedir. Ankete katılan ailelerin %52.2'lik bir kısmının aylık geliri 250-750 YTL arasında değişmektedir. Gelir seviyesi 1500 YTL'den daha fazla olan ailelerin oranı ise %9.6 civarındadır. Yumurta tüketimi ve gelir arasındaki ilişki incelenmiş ancak bu iki değişken arasındaki ilişkinin istatistik olarak önemsiz olduğu belirlenmiştir ($P>0.05$).

Çizelge 2. Ailelerin Aylık Ortalama Gelirleri (YTL)

Aylık Gelir Seviyesi (YTL)	Oran (%)
<250	3.2
250-750	52.2
750-1500	35.0
1500+	9.6
Toplam	100

Ankara ilinde kişi başına ortalama yıllık tüketilen yumurta miktarları ve bunların dağılımı çizelge 3'de verilmiştir. Yıllık olarak ortalama kişi başına 171 adet yumurta tüketildiği belirlenmiştir. Alt sınırın 12 adet üst sınır ise 450 adet olduğu yumurta tüketimi, değişen oranlarda olmak üzere 50-250 adet arasında yoğunlaşmaktadır. Ankara ili için elde edilen kişi başına yıllık yumurta tüketimi değerleri, FAO verilerine göre, Türkiye ortalaması düzeyinde seyretmektedir (3).

Çizelge 3. Kişi Başına Yıllık Yumurta Tüketimi

Tüketim Miktarı (adet)	Oran (%)
<50	2.5
50-100	20.1
100-150	24.5
150-200	25.8
200-250	14.5
250-300	3.1
350-400	7.6
400-450	1.9
Toplam	100

Ailelerin yumurta tüketim şekilleri ve öğünlere göre dağılımı çizelge 4'de verilmiştir. Ağırlıklı olarak yumurta sabah kahvaltısında, haşlama olarak tüketilmektedir. Haşlamadan sonra ahanda yumurta şeklindeki tüketim ikinci sırayı almaktadır.

Ankete katılan ailelerin %69.6'sının yumurtanın besin değerinin iyi olduğunu bildiği, %30.4'lük kısmının ise bilgisinin olmadığını tespit edilmiştir. Tüketimin artırılması için yumurtanın

besleme değeri konusunda toplumun bilgilendirilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Tavuk yumurtası yanında %13.4 oranında bıldırcın, %0.6 oranında hindi yumurtası tüketilmektedir. Ailelerin yumurta alırken dikkat ettiği hususlar ve dağılımı çizelge 5'de verilmiştir. Ankete yer alan bu soruya 3 aile reisi cevap vermemiştir. Yumurta tercihinde özellikle üretim tarihine dikkat edilmektedir. Bunun yanında yumurtanın büyüklüğü, üretici firma ve renk tercih edilen konular arasında yer almaktadır.

Yumurtanın kabuk rengi tüketicinin tercihlerini etkilemekte olup, bireylerin %59.6'lık bir kısmı kahverengi yumurtayı tercih ederken, %19.9'luk bir kısmı beyaz yumurtayı almaktadır. Geri kalan %20.5'lik bir kısım ise yumurta rengini önemsememektedir. Renk konusunda tercihte bulunan ailelerin yaklaşık %62'lik bir kısmı bu konuda ısrar etmekte, diğerleri ise yumurtanın büyüklüğüne göre tercihinin değişebileceğini belirtmektedir. Ailelerin mevsime göre %39.8'lik kısmı tüketimde değişme olduğunu belirtirken, %60.2'lik kısım tüketimde mevsimin etkili olmadığını bildirmiştir. Yumurta tüketiminde mevsimin etkili olduğunu beyan eden %39.8'oranındaki ailenin %88.6'lık bir kısmı yumurtayı kışın tüketmektedir. Bunu %7.1'le yaz, %2.9'la ilkbahar ve %1.4'le sonbahar mevsimi izlemektedir. Ailelerin %78'lik bir kısmı çiftlik yumurtasını tercih ederken, köy yumurtasında bu oran %22 olarak gerçekleşmektedir. Özellikle kuş gribi vakalarından sonra köy yumurtasına olan %22'lik talebin daha da düşeceği tahmin edilmektedir.

Yumurtanın temin edildiği yer ile büyüklüğün tercihte etkisi çizelge 6'de verilmiştir. Ailelerin %79.62'lik kısmı yumurtayı marketlerden satın almakta, toptancı ve pazarların tercihteki payı %7.65 ve %12.73 olarak sıralanmaktadır. Ailelerin %49.68'lik bir kısmı yumurtaların büyük olanlarını tercih ederken, %47.77'lik bir kısmı orta büyüklükte olan yumurtaları satın almaktadır. Küçük boy yumurtayı tercih edenler ile yumurta büyüklüğüne dikkat etmeyen ailelerin oranının çok düşük seviyede olduğu görülmektedir.

Yumurta sarısının koyu renkli olması %94.3 oranındaki bir tüketici kitlesi tarafından istenilmektedir. Koyu renkli yumurta sarısının tercih nedenleri çizelge 7'de verilmiştir. Ankete katılan ailelerin %35.29'luk bir kısmı koyu renkli sarıyı görsel olarak beğenmekte, %39.22'lik kısmı lezzetli olduğunu düşünmekte ve %23.53'lük kısmı besin değerinin yüksek olduğunu tahmin etmektedir.

Yumurta alırken ambalajın görüntüsü %57.2'lik bir oranda etkili olmakta %42.8'lik bir tüketici bundan etkilenmemektedir. Ambalaj çeşitleri ve viyol büyüklüklerinin tercih durumu çizelge 8'de verilmiştir. Ailelerin %57.85'lik bir kısmı viyolde jelatinle kaplı ambalaj çeşidini ve %61.64'lük bir oranda 30'lu viyol büyüklüğünü tercih etmektedir.

Çizelge 4. Öğünlere Göre Yumurta Tüketim Şekilleri

Öğünler	Tüketim Şekli (%)					Toplam
	Haşlama	Sahanda Yumurta	Yemeklerde	Hamur İşlerinde	Diğer	
Sabah	67.93	15.09	1.89	5.66	0.63	91.20
Öğle	0	0.63	0	0.63	0	1.26
Akşam	0	0.63	0	0.63	0	1.26
Değişiyor	1.26	1.26	1.26	2.52	0	6.30
Toplam	69.19	17.61	3.15	9.43	0.63	100

Ekolojik yumurta konusunda ailelerin %87.2'lik kısmının bilgisi bulunmazken, %12.8'lik kısmının bilgisi olduğu belirlenmiştir. Bu konuda bilgisi olan kesimin tercih durumu çizelge 9'da verilmiştir. Ekolojik yumurta konusunda bilgisi olan %12.8 oranındaki ailelerin %60.6'lık kısmı fazla ödeme yapmayı düşünmemekte, diğer %7.6'lık kısmı %10, %16.6'lık kısmı %20 ve

%7.6'lık kısmı %50 oranında daha fazla ödeme yaparak ekolojik yumurtayı tüketmek istemektedirler. 'Diğer' olarak ifade edilen kısımda ise %7.6 oranındaki ailenin ekolojik yumurtaya daha fazla ödeme yapıp yapmama konusunda kararsız olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 5. Yumurta Alırken Dikkat Edilen Hususlar

Yumurtanın Özelliği	Sayı (n)	Oran (%)
Üretici Firma	23	14.65
Renk	7	4.46
Büyükçlük	41	26.12
Üretim Tarihi	74	47.13
Fiyat	12	7.64
Toplam	157	100

Çizelge 6. Yumurta Tercihinin Büyükçlük ve Temin Edildiği Yere Göre Değişimi (%)

Temin Yeri	Yumurta Büyükçlüğü				Toplam
	Büyük Boy	Orta Boy	Küçük Boy	Diğer	
Toptancı	3.19	4.46	0	0	7.65
Market	40.76	38.22	0	0.64	79.62
Pazar	5.73	5.09	1.27	0.64	12.73
Toplam	49.68	47.77	1.27	1.28	100.00

Çizelge 7. Koyu Renkli Yumurta Sarısının Tercih Nedenlerinin Dağılımı

Tercih Nedeni	Sayı (n)	Oran (%)
Görsel olarak beğendiğim için	54	35.29
Lezzetli olduğu için	60	39.22
Pasta ve Börek için	3	1.96
Besin Değeri yüksek olduğu için	36	23.53
Toplam	153	100.00

Çizelge 8. Yumurta Tercihinde Ambalaj Çeşitleri ve Viyol Büyükçlüklerinin Etkisinin Değişimi (%)

Ambalaj Çeşidi	Viyol Büyükçlüğü				Toplam
	6'lı	10'lu	15'li	30'lu	
Viyolde açık	1.26	0	1.89	10.06	13.21
Jelatinle kaplı viyol	0.63	7.55	7.55	42.14	57.85
Kapalı karton viyol	1.89	7.55	6.92	9.43	25.79
Köpüklü Viyol	0	2.52	0	0	2.52
Plastik viyol	0	0	0.63	0	0.63
Toplam	3.77	17.61	16.98	61.64	100.00

Çizelge 9. Ekolojik Yumurta Tercih Durumunun Değişimi

Tercih Durumu	Sayı (n)	Oran (%)
%10 daha fazla öderim	12	7.64
%20 daha fazla öderim	26	16.56
%50 daha fazla öderim	12	7.64
Daha fazla ödemem	95	60.52
Diğer	12	7.64
Toplam	157	100

SONUÇ

Ankara ilinde yumurta tüketimi Türkiye ortalaması civarında seyretmektedir. Yumurta, özellikle sabah kahvaltısında haşlama olarak tüketilmektedir. Tüketimde daha çok kahverengi yumurta tercih edilmektedir. Yumurtanın besleme değeri konusunda toplumumuz yeteri kadar bilgiye sahip değildir, iyi bir reklam kampanyası yapılarak toplumun bilgilendirilmesiyle tüketimde artış sağlamak mümkün olabilir. Tüketiciler yeterli bilgiye sahip olmadığı halde yumurtanın sarısının koyu renkli olmasını istemektedir. Ambalaj tercihe etkili olmakta ve ağırlıklı olarak 30'lu jelatinle kaplı viyolde satılan yumurtalar tercih edilmektedir. Toplumumuz ekolojik yumurta konusunda yeteri kadar bilgiye sahip değildir. Mevcut şartlarda ekolojik yumurtaya daha fazla ödeme yapacak tüketici oranı %4 civarındadır.

KAYNAKLAR

1. Altan, Ö., Yalçın, S., Koçak, Ç., 1993. *Toplumun Değişik Kesimlerinde Yumurta Tüketim Alışkanlığı ve Tüketimi Etkileyen Etmenler. Uluslararası Tavukçuluk Kongresi, 13-14 Mayıs İstanbul. 178-194.*
2. Anonim., 2004. *Kanatlı Bilgileri Yıllığı (Özet). Besd-Bir Yayınları No:5*
3. Anonim., 2006/a. *www.fao.org.*
4. Anonim., 2006/b. *www.eres.usda.gov*
5. Sarıca, M. ve Erensayın, C., 2004. *Tavukçuluk ürünleri. Tavukçuluk Bilimi, Yetiştirme ve Hastalıklar, Editörler, M. Türkoğlu, M. Sarıca, Bey-Ofset Matbaacılık Ltd. Şti., 2. Basım, s., 100-160, 489 s., Ankara.*