



Consumers' Preference and Perception of the Different Broiler Housing and Feeding Systems Among Staff and Students in a State University (Eskişehir Osmangazi University)

Canan Kop-Bozbay^{1,a,*}

¹Department of Animal Science, Faculty of Agriculture, Eskişehir Osmangazi University, 26480 Eskişehir, Turkey

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 17/02/2020 Accepted : 29/07/2020</p> <p>Keywords: Survey Chicken meat Consumption Education University</p>	<p>In this study, an investigation of the preference and perception of the different broiler housing and feeding systems among staff and students of Eskişehir Osmangazi University, Turkey was undertaken. A structured questionnaire was administered with a face-to-face to 790 randomly selected respondents [257 academic staff (academicians), 166 non-academic staff (worker with a secondary school national graduate diploma) and 367 undergraduate students (students)]. Most respondents preferred chicken (63.3%) and beef (32.0%) meats to fish meat (4.7%). The number of academicians preferred broiler meat (16.8%) was lower than those of students (52.6%) and workers (30.6%). There were significant differences among respondents in terms of preference and perception of different production sources of chicken meat. The proportion of academicians who preferred conventional broiler meat (68.2%) was higher than students (25.4%) and workers (6.4%). The impact of mediatic information (disinformation) about broiler meat relating to ingredients and/or feed additives used in broiler nutrition was higher on academics and students compared to workers. The results of the study indicated that as the level of education increases, the negative perception increased due to false media reports about chicken meat production and subsequently, the preference for chicken meat decreased.</p>

Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 8(8): 1643-1649, 2020

Bir Devlet Üniversitesindeki (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi) Personel ve Öğrenciler Arasında Farklı Etlik Piliç Barınma ve Besleme Sistemlerinin Tüketici Tercih ve Algısı

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 17/02/2020 Kabul : 29/07/2020</p> <p>Anahtar Kelimeler: Anket Tavuk eti Tüketim Eğitim Üniversite</p>	<p>Bu çalışmada, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi personeli ve öğrencileri arasında farklı etlik piliç barınma ve besleme sistemlerinin tercih ve algısının bir araştırılması yapılmıştır. Rastgele seçilmiş 801 katılımcıya [257 akademik personel (akademisyenler), 166 akademik olmayan personel (ortaokul mezunları ulusal diplomasına sahip sürekli işçi) ve 367 lisans öğrencisi (öğrenci)] yüz-yüze yapılandırılmış bir anket uygulanmıştır. Katılımcıların çoğu etlik piliç (%63,3) ve sığır (%32,0) etini balık etine (%4,7) tercih etmiştir. Etlik piliç eti tercih eden akademisyen sayısı (%16,8), öğrenci (%52,6) ve sürekli işçi (%30,6) sayısından daha düşük bulunmuştur. Katılımcılar arasında farklı tavuk eti üretim kaynaklarının tercihi ve algısı açısından önemli farklılıklar bulunmuştur. Konvansiyonel etlik piliç etini tercih eden akademisyenlerin oranı (%68,2), öğrenci (%25,4) ve sürekli işçilerin (%6,4) oranından daha yüksek bulunmuştur. Etlik piliç beslemesinde kullanılan yem maddeleri ve/veya katkı maddeleri ile ilgili, etlik piliç eti hakkındaki medyatik bilgilerin (dezenformasyon) etkisinin, akademisyenler ve öğrenciler üzerinde çalışanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçları, eğitim seviyesi arttıkça, tavuk eti üretimi hakkındaki yanlış medya raporları nedeniyle olumsuz algının arttığını ve sonuçta tavuk eti tercihinin azaldığını göstermiştir.</p>

Giriş

Kanatlı et endüstrisi en rekabetçi uluslararası branşlardan biridir ve günümüzde gelişimini tamamlama aşamasındadır. Kanatlı etleri, özellikle etlik piliç eti, içerdiği besin maddeleri (özellikle protein ve doymamış yağ asitleri) ve nispeten ucuz olması bakımından insan beslenmesi için önemli bir gıda kaynağıdır (Gao ve Charter, 2000; Kennedy ve ark., 2004; Shruti ve ark., 2019). Etlik piliçlerin barındırma ve besleme durumu ve üretim düzeyi, etlik piliç etinin fiyatı ve lezzeti kadar, tüketicilerin eğitim ve gelir düzeyleri de tercih ve algılarını etkilemektedir (Durmus ve ark., 2012; Petroman ve ark., 2015; Ayvazoğlu Demir ve Aydın, 2018; Eleroğlu ve ark., 2018). Ayrıca, bilimsel verilere dayanmamasına rağmen, yazılı ve görsel medya haberleri, tüketicilerin etlik piliç eti tüketimlerini, her geçen gün olumsuz etkilemektedir (Kennedy ve ark., 2004; Eleroğlu ve ark., 2018). Gerçekten de, eğitilmiş ve yüksek gelirli tüketiciler, etlik piliç etini insan sağlığı açısından riskli buldukları için yok denecek kadar az tükettiklerini bildirmişlerdir (Ayvazoğlu Demir ve Aydın, 2018).

Tüketicilerin etlik piliç eti hakkındaki tutum ve algıları ile ilgili yapılan araştırmalar (Aral ve ark., 2013; Walley ve ark., 2014, 2015; Vukasovič, 2014; İskender ve ark., 2015), tüketicilerin kararlarını açıklayabildikleri için gıda endüstrisi tarafından ve ticari politikalar tasarlanırken dikkate alınması açısından kritik bir öneme sahip olduğunu göstermiştir. Bu araştırmalarda genellikle bir ilin (Eleroğlu ve ark., 2018; Yıldız ve Arslan Duru, 2019), bölgenin (Tandoğan, 2014) veya ülkenin (Walley ve ark., 2014, 2015; Vukasovič, 2014) tüketicileri belirli kategorilere (eğitim, gelir, vb.) ayrılarak anketler yapılmıştır. Bununla birlikte, etlik piliç bakım ve beslemesi ile ilgili üniversite çalışanları (akademik ve idari personel) ve öğrencilerinin tutum ve algılarının nasıl olduğu hakkında hala yeterli bilgi yoktur. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki bir devlet üniversitesi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi) çalışanları ile öğrencilerinin etlik piliç eti üretimi ve tüketimi ile ilgili tutum ve davranışlarını incelemek ve böylece tüketicilerin kanatlı eti konusundaki tutum ve algılarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktır.

Materyal ve Yöntem

Bu çalışmayı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yerleşkesinde bulunan üç farklı meslek grubuna ait tüketiciler ile yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan veriler oluşturmuştur. Araştırmaya dâhil edilecek katılımcıların belirlenmesinde örneklem alma yoluna gidilmiştir. Bu amaçla Eskişehir Osmangazi Üniversitesi fakültelerinde çalışan tüm akademisyenler öğrenciler ve sürekli işçiler ana kitleyi oluşturmuştur. Meslek grupları bakımından kişiler 3 tabakaya ayrılmış, bunlar içerisinde kaç kişi ile görüşüleceği ise basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Örnekleminin uygulamasında ayrıntıları Yıldız ve Arslan Duru (2019), tarafından açıklandığı şekilde yapılmıştır. Üç farklı meslek grubu belirlenerek, 257 Doktor unvanına sahip öğretim üyesi (akademisyen), 378 lisans öğrencisi (öğrenci) ve 166 sürekli işçi ile anket yapılmıştır. Bununla birlikte, anket konuları ile ilgili herhangi bir soruya cevap vermeyen

katılımcı sayısı toplamdan düşürülerek veriler bu yeni toplam üzerinden hesaplanmıştır.

Anket sonucunda elde edilen veriler Tanımlayıcı İstatistikler prosedürü (frekans tabloları, yüzde hesaplamaları ve ortalamaları) ile (SPSS 17.0), tavuk eti tüketim yapısı, tavuk eti ürün bilgisi ve tavuk eti tüketim trendleri bakımından akademisyen, sürekli işçi ve öğrenciler arasındaki farklılık ise Ki-kare testi ile analiz edilmiştir.

Çalışma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından (03.04.2018/16) onaylanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Tavuk eti üretimi ve tüketimine ilişkin bakış açılarının tüketicilerin eğitim ve meslek gruplarına göre değişebileceği düşüncesinden hareketle araştırma üç meslek grubuna ayrılarak değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında anket çalışmasına katılanların %32,5'i akademisyen, %46,5'i öğrenci ve %21'i sürekli işçidir. Araştırma sonucunda katılımcıların tavuk eti tüketim yapısı, ürün bilgisi ve tüketim trendlerinin meslek gruplarına göre bağımlılığı incelenmiş ve istatistiksel olarak anlamlı bir bağımlılık bulunmuştur ($P < 0,05$).

İncelenen meslek gruplarının tavuk eti tüketim yapısı Çizelge 1'de sunulmuştur. Akademisyen, öğrenci ve sürekli işçilerin haftalık et alımında kırmızı eti tercih etme oranları sırasıyla %65,2, %29,6 ve %5,1 iken tavuk eti tercih etme oranları %16,8, %52,6 ve %30,6'dır. Ayrıca akademisyen ve öğrencilerin balık tükettiği gözlemlenmişken ankete katılan sürekli işçilerden hiçbirinin balık tüketmediği dikkat çekmektedir. Meslek gruplarına göre haftada en az (bir) ve en çok (beş ve üzeri) et tüketenlerin öğrenciler olduğu görülmektedir. Sürekli işçi grubunda ise haftalık dört ve üzerinde et tüketim sıklığı olmadığı tespit edilmiştir. Akademisyenlerde haftalık tavuk eti tüketim sıklığı arttıkça tüketim oranlarında azalma söz konusu iken öğrencilerde artmaktadır. Meslek grupları içerisinde tavuk eti satın alınırken öğrencilerin %69,5'i, akademisyen ve sürekli işçilerin ise sırasıyla %28,3 ve %2,2 oranında organik tavuk etini tercih edeceğini belirtirken aynı şekilde köy tavuğunu öğrenciler %42,6 ile en fazla tercih eden grup olmuştur. Konvansiyonel tavuk etinde ise en yüksek oran (%68,2) akademisyenlerde belirlenmiştir. Katılımcılar arasında kendilerine sunulan tavuk eti alımında tercih edilen hususlar içinde ilk sırada fiyat (%39) yer alırken en son sırada %1 ile ürünün kalite belgesinin olup olmaması yer almıştır. Meslek grupları içerisinde sürekli işçilerin %52,7'si tavuk eti satın alırken fiyata dikkat ederken, akademisyen ve öğrencilerde bu oranlar sırasıyla %24 ve %23,3 olarak belirlenmiştir. Ürünün kalite belgesine sahip olup olmamasının, akademisyen ve sürekli işçiler için dikkat edilen bir husus olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların %52,8'i işlenmiş tavuk eti tükettiğini belirtmiştir. Meslek grupları içerisinde %6,2 ile en yüksek oranda işlenmiş tavuk eti tüketenler öğrenciler iken, en düşük grubu sürekli işçiler oluşturmuştur.

Çizelge 1. Katılımcıların tavuk eti tüketim yapısı

Table 1. Chicken meat consumption structure of the participants

Sorular ve Cevap Seçenekleri	Akademisyen n (%)	Öğrenci n (%)	Sürekli işçi n (%)	Toplam n	χ^2 ve P değeri
Haftalık et alımında en çok hangisini tercih edersiniz?					
Kırmızı et	165 (65,2)	75 (29,6)	13 (5,1)	253	210,04 P<0,001
Tavuk eti	84 (16,8)	263 (52,6)	153 (30,6)	500	
Balık	8 (21,6)	29 (78,4)	0 (0)	37	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Haftalık et tüketim sıklığınız nedir?					
1	21 (18,3)	85 (73,9)	9 (7,8)	115	151,38 P<0,001
2	98 (30,5)	99 (30,8)	124 (38,6)	321	
3	64 (30,3)	114 (54)	33 (15,6)	211	
4	48 (53,9)	41 (46,1)	0 (0)	89	
>5	24 (46,2)	28 (53,8)	0 (0)	52	
Toplam	255 (32,4)	367 (46,6)	166 (21,1)	788	
Haftalık tavuk eti tüketim sıklığınız nedir?					
1	163 (63,2)	67 (26)	28 (10,9)	258	309,59 P<0,001
2	72 (26)	95 (34,3)	110 (39,7)	277	
3	17 (9,7)	130 (74,3)	28 (16)	175	
4	1 (2)	50 (98)	0 (0)	51	
>5	0 (0)	23 (100)	0 (0)	23	
Toplam	253 (32,3)	365 (46,6)	166 (21,2)	784	
Tavuk eti satın alırken tercihiniz hangisi olurdu?					
Organik	63 (28,3)	155 (69,5)	5 (2,2)	223	243,01 P<0,001
Konvansiyonel	118 (68,2)	44 (25,4)	11 (6,4)	173	
Köy tavuğu	76 (19,3)	168 (42,6)	150 (38,1)	394	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Tavuk eti alımında en çok dikkat ettiğiniz husus nedir?					
Satın alınan yer	25 (23,8)	65 (61,9)	15 (14,3)	105	304,61 P<0,001
Fiyat	68 (24)	66 (23,3)	149 (52,7)	283	
Marka	63 (48,8)	64 (49,6)	2 (1,6)	129	
Ambalaj	35 (85,4)	6 (14,6)	0 (0)	41	
Son tüketim tarihi	49 (43)	65 (57)	0 (0)	114	
İyi tarım ibareleri	14 (29,8)	33 (70,2)	0 (0)	47	
Kalite belgesi	0 (0)	7 (100)	0 (0)	7	
Toplam	254 (35)	306 (42,1)	166 (22,9)	726	
İşlenmiş tavuk eti tüketiyor musunuz?					
Hayır	128 (34,3)	116 (31,1)	129 (34,6)	373	98,51 P<0,001
Evet	129 (30,9)	251 (60,2)	37 (8,9)	417	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	

Katılımcıların tavuk eti ürün bilgisi hakkındaki veriler Çizelge 2'de sunulmuştur. Katılımcıların %78'i tavuk eti tüketiminin beslenme açısından önemli olduğunu düşünmektedir. Çok ilginçtir ki, akademisyenlerin %64,9'u tavuk etinin beslenme açısından önemli olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %56,7'si etçi ve yumurtacı tavukların aynı genotipe sahip olmadığını belirtirken, aynı genotipe sahip olduğunu düşünenlerin içinde akademisyenlerin oranı %64,8, öğrencilerin oranı %29,6 ve sürekli işçilerin oranı ise %5,6'dır. Etlik piliç yetiştiriciliğinde besi süresinin etin lezzetini etkilediğini belirtenlerin %21,6'sı akademisyen, %53,7'si öğrenci ve %24,8'si sürekli işçidir. Akademisyenlerin %35,5'i ve öğrencilerin %59,5'i kg tavuk eti fiyatının tavuk eti tüketim güvenilirliği üzerinde etkili olduğunu belirtirken sürekli işçilerde bu oran %5 olarak belirlenmiştir.

Akademisyenlerin %23,3'ü, öğrencilerin %44,8'si ve sürekli işçilerin %31,9'u etlik piliçlerin kesilmediği

takdirde 45 günde öldükleri söyleminin doğru olmadığını (%59,9) belirtmiştir. Günümüzde işçilerin %48,5'i etlik piliç etinin daha kısa sürede pişmesinin nedeninin genetik ilerleme olduğunu düşünmektedir. Akademisyen (%25,2) ve öğrenciler (%26,2) arasında bu doğrultuda düşünenlerin oranı, daha düşük olmuştur. Tavuk etinin insan sağlığı açısından zararlı olan katkıları içerdiğine inananların oranı akademisyenler arasında sırasıyla öğrenci ve işçilere kıyasla daha yüksek olmuştur.

Katılımcıların tavuk eti tüketim trendleri Çizelge 3'de sunulmuştur. Tavuk eti güvenilirliği hakkında akademisyen ve öğrencilerin, işçilere göre daha fazla bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Akademisyenlerin %65,8'i bu konuda uzmanlardan bilgi alırken, öğrenci (%31,6) ve işçiler (%2,6) arasında bilgi edinmeye ihtiyaç duyanların oranı daha düşüktür. Medya araçlarından faydalanma akademisyen ve öğrencilerde birbirine yakın iken sürekli işçiler daha az faydalanmaktadır.

Çizelge 2. Katılımcıların tavuk eti ürün bilgisi

Table 2. Chicken meat product information of the participants

Sorular ve Cevap Seçenekleri	Akademisyen n (%)	Öğrenci n (%)	Sürekli işçi n (%)	Toplam n	χ^2 ve P değeri
Tavuk eti tüketimi beslenmemiz açısından önemli midir?					
Hayır	113 (64,9)	55 (31,6)	6 (3,4)	174	115,407 P<0,001
Evet	144 (23,4)	312 (50,6)	160 (26)	616	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Sizce etçi ve yumurtacı tavuklar aynı genotipe mi sahiptir?					
Bilmiyorum	45 (19,2)	186 (79,5)	3 (1,3)	234	223,368 P<0,001
Hayır	142 (31,7)	149 (33,3)	157 (35)	448	
Evet	70 (64,8)	32 (29,6)	6 (5,6)	108	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Sizce besi süresi etin lezzetini etkiler mi?					
Hayır	102 (63,4)	42 (26,1)	17 (10,6)	161	104,792 P<0,001
Evet	130 (21,6)	323 (53,7)	149 (24,8)	602	
Toplam	232 (30,4)	365 (47,8)	166 (21,8)	763	
Kg fiyatı tavuk eti tüketimi güvenilirliği üzerine etkili midir?					
Etkili değildir	80 (27,5)	70 (24,1)	141 (48,5)	291	218,456 P<0,001
Etkilidir	177 (35,5)	297 (59,5)	25 (5)	499	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Etlik piliçlerin kesilmediklerinde 45 günde öldükleri söylemi sizce doğru mudur?					
Hayır	110 (23,3)	212 (44,8)	151 (31,9)	473	98,506 P<0,001
Evet	147 (46,4)	155 (48,9)	15 (4,7)	317	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Etlik piliçler neden kısa sürede pişiyor?					
Genetik ilerleme	54 (25,2)	56 (26,2)	104 (48,6)	214	166,947 P<0,001
Hormonlu Yem	123 (36,2)	157 (46,2)	60 (17,6)	340	
Bilmiyorum	80 (33,9)	154 (65,3)	2 (0,8)	236	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Sizce tavuk eti hormonlu mudur?					
Hayır	74 (52,9)	54 (38,6)	12 (8,6)	140	36,419 P<0,001
Evet	183 (28,2)	313 (48,2)	154 (23,7)	650	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Sizce tavuk eti GDO'lu mudur?					
Hayır	81 (59,1)	49 (35,8)	7 (5,1)	137	60,054 P<0,001
Evet	176 (27)	318 (48,7)	159 (24,3)	653	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Sizce tavuk eti üretiminde antibiyotik kullanımı var mıdır?					
Hayır	73 (42,9)	79 (46,5)	18 (10,6)	170	18,417 P<0,001
Evet	184 (29,7)	288 (46,5)	148 (23,9)	620	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	

Katılımcıların %70,5'i TV, radyo ve gazetelerde tavuk eti üretiminde insan sağlığına zararlı katkı maddesi kullanımı ile ilgili haberlere rastladıklarını belirtirken meslek grupları içerisinde, akademisyenlerin %32,3'ü, öğrencilerin %48,8'i ve sürekli işçilerin %18,9'u rastladıklarını belirtmiştir. Bu haberler sonrası meslek grupları içerisinde tavuk eti tüketimini azaltanların %46,3'ü akademisyen ve %53,7'si öğrenci iken sürekli işçilerin tavuk eti tüketim miktarının haberlerden etkilenmediği sonucuna varılmıştır (%0). Ayrıca bu haberler sonrası artık tavuk eti tüketmiyorum diyenlerin %93,7'sini akademisyenler oluştururken bu oran öğrencilerde %6,3 ve sürekli işçiler ise tavuk eti tüketmeye devam etmiştir (%0). Tavuk eti tüketimini olumsuz yönde etkileyen ve azaltan ilaç veya katkı maddesi kullanımı şüphesinin önemsiz olduğunu belirtenlerin %8,3'ü akademisyen ve %91,7'si öğrencidir. Bunun aksine çok

önemli olduğunu söyleyenlerin ise %20,4'ü akademisyen, %42,7'si öğrenci ve %36,9'u sürekli işçi grubunda belirlenmiştir.

Tüketicilerin tavuk eti seçimi, genellikle, kültür, din, yaşam tarzı, bilgi, sağlık kaygıları, gelir düzeyi ve medyadan etkilenen gıda eğilimleri dahil birçok faktör tarafından yönetilmektedir (Popa ve ark., 2011). Yapılan çalışmada, haftalık et alımında kırmızı et tercih edenlerin çoğunu akademisyenler oluştururken, tavuk eti tercih edenlerin çoğunluğunu öğrenciler oluşturmaktadır. Sürekli işçi grubunda ise kırmızı et tercihi ve ayrıca haftalık et tüketim miktarları diğer gruplardan daha düşük tespit edilmiştir. Bu durum gelir seviyesi arttıkça kişilerin kırmızı et tüketimlerinin artmasından kaynaklanmış olabilir. Ayrıca haftalık tavuk eti tüketim sıklığının öğrencilerde akademisyenlerden fazla olması da bu düşüncüyü desteklemektedir. Öğrencilerin günlük yaşamda

hızlı bir tempoya sahip oldukları ve zamandan tasarruf etmek için istekli olmaları göz önüne alındığında hayvansal protein kaynağı olarak hazırlaması daha pratik olan tavuk etini tercih ettikleri anlaşılmaktadır (Sucan ve ark., 2012; Marin ve ark., 2013). Nitekim işlenmiş tavuk eti tüketenlerin içerisinde öğrencilerin en yüksek orana (%60,2) sahip olmaları bu tercihin nedenini açıklamaktadır.

Modern endüstriyel tavuk eti üretim uygulamaları, kırmızı etin fiyatının yarısından daha az bir maliyetle et sağlamak için tasarlanmıştır. Yoğun tarım algısı konusunda olumsuz düşüncelere sahip olan tüketicilerin, hayvan refahı standartlarının dikkate alındığı ve takip edildiği sistemlerde üretilen gıdalar için daha fazla ödeme

yapmaya istekli oldukları yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Köbrich ve ark., 2001; Maria, 2006; Bonamigo ve ark., 2012). Öyle ki mevcut çalışmada tavuk eti satın alınırken organik ürünleri tercih edenlerin çoğunluğunu öğrenciler oluştururken, konvansiyonel ürünleri ise akademisyenlerin yüksek oranda tercih ettiği görülmüştür. Benzer şekilde İskender ve ark. (2015), tavuk yetiştirme süresinin öğrencilerin tavuk tüketimlerinde önemli olduğunu, öğrencilerin %48,5'i 80-90 günde büyüyen tavukları tercih ettiklerini ve böyle uzun sürede yetişen tavuklara daha fazla ücret ödeyeceklerini bildirmişlerdir. Bu sonuçlar öğrencilerin üretim ve tüketime verdikleri özel ilgiyi göstermektedir.

Çizelge 3. Katılımcıların tavuk eti tüketim trendleri

Table 3. Chicken meat consumption trends of the participants

Sorular ve Cevap Seçenekleri	Akademisyen n (%)	Öğrenci n (%)	Sürekli işçi n (%)	Toplam n	χ^2 ve P değeri
Son altı ayda tavuk etinin güvenilirliği ile ilgili hangi kaynaklardan bilgi aldınız?					
Gazete ve dergi	55 (60,4)	36 (39,6)	0 (0)	91	338,448 P<0,001
Radyo ve televizyon	104 (49,3)	93 (44,1)	14 (6,6)	211	
Ürün etiketlerini okuyorum	37 (46,8)	41 (51,9)	1 (1,3)	79	
Uzmanlara soruyorum	25 (65,8)	12 (31,6)	1 (2,6)	38	
Yakın çevre	31 (29,2)	65 (61,3)	10 (9,4)	106	
Almadım	5 (1,9)	120 (45,3)	140 (52,8)	265	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
TV, radyo ve gazetelerde tavuk etinde insan sağlığına zararlı katkı maddesi kullanımı ile ilgili haberlere rastladınız mı?					
Hayır	77 (33)	95 (40,8)	61 (26,2)	233	210,037 P<0,001
Evet	180 (32,3)	272 (48,8)	105 (18,9)	557	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	
Bu haberler tavuk eti tüketim miktarınızı ne yönde etkiledi?					
Arttı	1 (4,8)	20 (95,2)	0 (0)	21	203,908 P<0,001
Azaldı	57 (46,3)	66 (53,7)	0 (0)	123	
Değişmedi	63 (18)	182 (52)	105 (30)	350	
Artık Tüketmiyorum	59 (93,7)	4 (6,3)	0 (0)	63	
Toplam	180 (32,3)	272 (48,8)	105 (18,9)	557	
Tavuk eti tüketimini olumsuz yönde etkileyen ve azaltan ilaç veya katkı maddesi kullanımı şüphesi sizin için ne kadar önemlidir?					
Önemli değil	2 (8,3)	22 (91,7)	0 (0)	24	222,351 P<0,001
Biraz önemli	0 (0)	20 (100)	0 (0)	20	
Orta derecede	4 (12,1)	29 (87,9)	0 (0)	33	
Önemli	37 (39,8)	49 (52,7)	7 (7,5)	93	
Oldukça önemli	134 (59)	79 (34,8)	14 (6,2)	227	
Çok önemli	80 (20,4)	168 (42,7)	145 (36,9)	393	
Toplam	257 (32,5)	367 (46,5)	166 (21)	790	

Tüketici gelirlerinin artmasıyla özellikle hayvansal gıdaların tüketim miktarlarının da arttığı değişik araştırmalarda ortaya konmuştur (Cankurt ve ark., 2010; Karakaş, 2010; Lorcu ve Bolat, 2012). Bununla birlikte, birçok tüketici hayvan refahı ile dost üretim sistemlerinde üretilen ürünlerden yüksek fiyat nedeniyle satın almamaktadır (Akaichi, ve Revoredo-Giha, 2016). Mevcut çalışmada tavuk eti satın alınırken en çok dikkat edilen husus fiyat olurken (%39) bunu sırasıyla marka (17,8), son tüketim tarihi (%15,7) ve satın alınan yer (%14,5) izlemiştir. Fiyata dikkat edenlerin yarısından fazlasını sürekli işçi grubu oluşturmuştur. Bu durum sürekli işçi grubunun ortalama gelirinin diğer gruplardan düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Günümüzde tüketiciler gıda üretim sürecine yakından dâhil olmadıkları için, ürüne olan güven büyük ölçüde gıda üretiminde kullanılan hayvanlara empatik yaklaşan hayvan üreticilerine bağlıdır (Fraser, 2014). Bu hayvansal ürünlerin tüketiciye sunulmasına kadar geçen sürede etik standartlara uyulmasını içerir. Kanatlı eti üretim sistemleri günümüzde hayvan refahı için büyük endişe duyulan alanlardan biri olduğu için tüketicilere güvenilir kaynaklardan bilgilendirilme yapılması gerekmektedir. Üretim sistemleri yoğunlaştıkça, tüketicilerin hayvanların refahını değerlendirmesi zorlaşmıştır (Daigle, 2014). Günümüzde tüketiciler tarafından medya haberlerinin doğruluğundaki sorunlar nedeniyle hayvan refahı hakkında çok az şey bilinmektedir. Nitekim araştırmada

katılımcıların tavuk eti ürün bilgisi yetersizliği, hayvansal gıdaların insan yaşamındaki öneminin yeterince özümsemediğinin bir göstergesidir. Yapılan çalışmada tavuk etinin beslenmemiz açısından önemli olmadığını belirtenlerin %64,9'unu akademisyenler oluştururken, %3,4'ünü sürekli işçiler oluşturmuştur. Nitekim katılımcıların tavuk eti ürün bilgisini değerlendirmek için sorulan diğer tüm sorularda öğrenci ve akademisyenlerin sürekli işçilerden daha farklı olarak olumsuz düşüncükleri görülmektedir. Bu olumsuz düşüncelerin sebebi öğrenci ve akademisyenlerin sürekli işçilerden daha fazla medya haberlerine rastladıkları ve bu yanlış haberlerden daha çok etkilendikleri olabilir. Bu durum son zamanlarda medya da tavuk eti üzerine çıkan olumsuz ve gerçeği yansıtmayan eleştirilerin tüketicilerin tavuk eti tüketimini etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Nitekim mevcut araştırmada meslek gruplarına göre medya faktörü, tavuk eti tüketim alışkanlıklarının değişmesinde önemli bir etkide bulunmuştur. Yapılan çalışmada elde edilen sonuçlar medyanın yanlış yönlendirmesi ile kişilerin insan beslenmesinde gerek sağlık gerekse ekonomik yönden önemli bir yere sahip olan tavuk eti hakkında yanlış bilgiler edinmesine, böylece tüketimin azalmasına neden olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. En önemlisi medya haberlerinin etkisi ile Akpınar ve Yurdakul (2001)'un aksine, eğitim seviyesindeki yükselmeye daha bilinçli bir tüketici kitlesine doğru gidişin olmadığı belirlenmiştir.

Sonuç

Sonuç olarak, bir devlet üniversitesi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi) çalışanları ve öğrencileri arasında eğitim seviyesi arttıkça, etlik piliç bakım ve beslemesi hakkındaki yanlış medya raporları nedeniyle olumsuz tüketici algısının arttığı ve sonuçta tavuk eti tercihinin azaldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar, etlik piliç eti pazarlamacıları, politika yapıcılarını ve akademisyenlerin yanı sıra kümes hayvanı sektörünü ilgilendiren diğer kurum ve kuruluşları da ilgilendirecektir. Dolayısıyla, yöneticilerin dikkatlerini ürün kalitesinin çeşitli yönlerine odaklamaları, kalite güvence sistemleri ile standartlarını geliştirmeye ve etlik piliç etinin bu yönlerini tüketiciye tanıtarak itibar yaratmaya çalışmaları önerilir.

Teşekkür

Çalışmanın istatistik analizlerine katkı yapan Dr. H. S. ABACI' ya (Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Zootehni Bölümü) teşekkür ederiz.

Kaynaklar

Akaichi F, Revoredo-Giha C. 2016. Consumers demand for products with animal welfare attributes-Evidence from homescan data for Scotland. *British Food Journal*, 118: 1682-1711.

Akpınar GM, Yurdakul O. 2001. 2000'li yıllarda Türkiye'de gıda tüketici profilindeki değişim. Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 16: 73-82.

Aral Y, Aydın E, Demir P, Akın AC, Cevger Y, Kaya Kuyulu CY, Arıkan MS. 2013. Consumer preferences and consumption situation of chicken meat in Ankara province, Turkey. *Turkish Journal of Veterinary and Animal Sciences*, 37: 582-587.

Avramescu D, Petroman I, Constantin EC, Varga M. 2015. Interdisciplinary use of marketing communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 197: 715-721.

Ayvazoğlu Demir P, Aydın E. 2018. Hormon ve antibiyotik kullanımına ilişkin olumsuz haberlerin tüketicilerin tavuk eti tüketim alışkanlıklarına etkisi (Kars ili örneği). *MAE Veteriner Fakültesi Dergisi*, 3: 55-63.

BESD-BİR. 2020. Türkiye kanatlı eti üretimi (Ton). Erişim: <http://www.besd-bir.org/istatistikler> (Erişim: 11.01.2020).

Bonamigo A, Bonamigo CBSS, Molento CFM. 2012. Broiler meat characteristics relevant to the consumer: Focus on animal welfare. *Revista Brasileira Zootecnia*, 41: 1044-1050.

Cankurt M, Miran B, Şahin A. 2010. Sığır eti tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma: İzmir ili örneği. *Hayvansal Üretim Dergisi*, 51: 16-22.

Cevger Y, Aralı Y, Demir P, Sarıözkan S. 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 55: 189-194.

Daigle CL. 2014. Incorporating the philosophy of technology into animal welfare assessment. *Journal Agriculture Environmental Ethics*, 27: 633-647.

Dumitrescu A, Petroman I, Stefanovic M, Statie C, Petroman C, Marin D, Avramescu D, Souca L. 2012. Marketing management in farm agritourism. *Lucrari stiintifice Management Agricol*, XIV(2), Timisoara.

Durmuş İ, Mızrak C, Kamanlı S, Demirtaş ŞE, Kalebaşı S, Karademir E, Doğu M. 2012. Poultry meat consumption and consumer trends in Turkey. *Bitlis Eren University Journal of Science and Technology*, 2(1): 10-14.

Eleroğlu H, Bircan H, Arslan H. 2018. Yozgat il merkezinde yumurta ve tavuk eti tüketimi üzerine etki eden faktörler. *Türk Tarım Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(6): 756-763.

FAO. 2018. Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets. November 2018. Rome. 104 pp.

Fraser D. 2014. Could animal production become a profession? *Livestock Science*, 169: 155-162.

Gao YC, Charter EA. 2000. Nutritionally important fatty acids in hen yolks from different sources. *Poultry Science*, 79: 921-24.

İskender H, Kanbay Y, Özçelik E. 2015. Artvin Çoruh Üniversitesi öğrencilerinin tavuk eti tüketim tercihleri. *F.Ü. Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi*, 29:9-13.

Karakas G. 2010. Tokat ili kentsel alanda et ve et ürünleri tüketiminde tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, Türkiye.

Kennedy OB, Stewart-Knox BJ, Mitchell PC, Thurnham DI. 2004. Consumer perceptions of poultry meat: a qualitative analysis. *Nutrition & Food Science*, 34(3): 122-129.

Köbrich K, Maino M, Diaz C. 2001. El bienestar animal como atributo de diferenciación en la compra de alimentos de origen animal. *Econ. Agraria*, 6:251-260.

Lorcu F, Bolat BA. 2012. Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9: 71-85.

Maria GA. 2006. Public perception of farm animal welfare in Spain. *Livestock Science*, 6:103, 250-256.

Marin D, Petroman I, Popescu M, Petroman C, Iosim I, Ciolac R, Dumitrescu C, Lozici A. 2013. Factors that influence consumer of rural and farm tourism behaviour. *Lucrari stiintifice Management Agricol*, XV(4), Timisoara.

Petroman C, Bidireac IC, Petroman I, Sukan M, Marin D, Turc B, Merce I, Constantin EC. 2015. The impact of education on the behaviour of the consumer of animal origin food products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 190: 429-433.

Popa A, Draghici M, Popa M. 2011. Consumer choice and food policy: A literature review. *Journal Environmental Protection and Ecology*, 12: 708-717.

- Shruti S, Hussain A, De S, Chowdhury S, Nagarajan L, Surve V, Kumar A, Menezes E. 2019. Role of poultry meat in human diet. Poultry Punch, April 9, 2019.
- Sucan MF, Petroman C, Petroman I, Marin D, Souza L, Dumitrescu A, Statie C. 2012. Notes on the impact of education an vegetal food consumer behaviour in the Timis county 2012, Roania. Lucrari stiintifice Management Agricol, XIV(2),Timisoara.
- Tandoğan M. 2014. Balıkesir, Bolu ve Sakarya İllerinde etlik piliç yetiştiriciliğinin ekonomik ve ekonometrik analizi. Doktora Tezi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hayvan Sağlığı ve Ekonomisi İşletmeciliği Anabilim Dalı, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar, Türkiye.
- Walley K, Parrott P, Custance P, Meledo-Abraham P, Bourdin A. 2014. A review of UK consumers' purchasing patterns, perceptions and decision making factors for poultry meat. World's Poultry Science Journal, 70(3): 493-502.
- Walley K, Parrott P, Custance P, Meledo-Abraham P, Bourdin A. 2015. A review of French consumers purchasing patterns, perceptions and decision factors for poultry meat. World's Poultry Science Journal, 71(1): 5-14.
- Vukasovič T. 2014. European meat market trends and consumer preference for poultry meat in buying decision making process. World's Poultry Science Journal, 70(2): 289-302.
- Yıldız A, Arslan Duru A. 2019. Etlik piliç yetiştiriciliğinin geliştirilmesi açısından tavuk eti tüketim alışkanlıklarının incelenmesi: Uşak İli örneği. Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 7(6): 833-839.