

Kırıkkale ilinde hindi eti tüketim alışkanlıklarının ve tüketicilerin gıda hijyeni konusundaki bilinç düzeylerinin araştırılması*

Şeyma USLU**, Naim Deniz AYAZ***

Öz: Bu çalışmada, Kırıkkale ilindeki katılımcıların hindi eti tüketim alışkanlıkları ve gıda hijyeni konusundaki bilinç düzeylerinin belirlenmesi amacıyla, 219 kişiyle 25 sorudan oluşan bir anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Ayrıca katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslekleri, aylık gelir miktarları, aylık gıda harcamaları ve hindi eti tüketim sıklıkları istatistiksel olarak ki-kare testi ile ayrı ayrı incelenmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların eğitim seviyeleri ve gıda hijyeni konusundaki bilinç düzeyleri istatistiksel olarak ki-kare testi ile belirlenmiştir.

Yapılan anket çalışmasında elde edilen verilerin değerlendirilmesi sonucunda, katılımcıların hindi eti tüketme oranı %27,9 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların hindi eti tüketim alışkanlıklarının yaş, aylık gelir miktarı ve aylık gıda harcamalarına göre farklılık gösterdiği görülmüştür. Çalışmamızda katılımcıların %97,7'sinin gıda alışverişi yaptıkları yerlerin hijyenik şartlarına dikkat ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların gıda alışverişi yaparken genel olarak dikkat ettiği

hususların başında son kullanma tarihi, hijyen ve fiyat yer aldığı gözlenmektedir. Elde edilen veriler neticesinde hindi etinin lezzetli, düşük kalorili ve besin değerinin yüksek oluşunun hindi eti tüketimini arttıran faktörler arasında yer aldığı görülmektedir. Hindi etinin yılın belirli dönemlerinde değil yıl boyunca satış raflarında yer almasının sağlanmasının ve tüketicilere yönelik hindi eti ile ilgili tanıtım günleri, organizasyon, reklam vs. gibi bilgilendirmelerin yapılmasının toplumun hindi eti tüketimi alışkanlığına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Anahtar sözcükler: Gıda hijyeni, hindi eti, Kırıkkale, tüketim alışkanlıkları

Turkey meat consumption habits in Kırıkkale and the investigation of the consumer's awareness about food hygiene

Abstract: Due to the increasing population of Turkey, the closure of increasing animal protein shortage enhance the importance of consumption of turkey meat day by day. In this study, a questionnaire study consisting of 219 people and 25 questions was conducted in order to determine the participants' turkey meat consumption habits and the level of consciousness on food hygiene

* Bu çalışma aynı isimli Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

** Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Kırıkkale İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Kırıkkale

*** Kırıkkale Üniversitesi Veteriner Fakültesi Gıda Hijyeni ve Teknolojisi Bölümü, Yahsihan, KIRIKKALE

in Kırıkkale province. The results were assessed using the SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) program. In addition, sex, age, marital status, education status, occupations, monthly income amounts, monthly food expenditures and turkey meat consumption frequency were statistically examined by chi-square test separately. Participants' level of education and level of consciousness on food hygiene were also statistically determined by chi-square test.

As a result of evaluating the data obtained in the survey, turkey meat consumption rate of participants was determined as 27,9 %. Participants' turkey meat consumption habits varied according to age, monthly income and monthly food expenditures. In this study, it was determined that 97,7 % of the participants were paying attention to the hygienic conditions of the places where they buy food. Also, it was observed that the most common points that participants pay attention are an expiration date, hygiene and price. Based on the obtained results, the taste of the turkey meat, the low-calorie formation and the high nutritional value are among the factors that increase turkey meat consumption. Ensuring turkey meat to be on shelves throughout the year rather than at certain periods and holding promotional days, organization, advertisements etc. about turkey meat for consumers are thought to contribute to the consumption habits of turkey meat in the society.

Keywords: Food hygiene, turkey meat, Kırıkkale, consumption habits

Giriş

Toplumunu oluşturan bireylerin sağlıklı ve güçlü olarak yaşamasında, ekonomik ve sosyal yönden gelişmesinde, refah düzeyinin artmasında, huzurlu ve güven altında varlığını sürdürebilmesinde yeterli ve dengeli beslenme temel koşullardan biri, belki de en önemlisi olarak değerlendirilebilir (5). İnsan sağlığının korunması ve sağlıklı gelecek nesiller yetiştirmek için yeterli ve dengeli beslenmenin önemi ve gerekliliği konusunda gereken hassasiyetin gösterilmesi gerekmektedir. Bu açıdan dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı konusunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ile daha isabetli sonuçlar alınabilecektir (15). İnsanların yeterli ve dengeli bir şekilde beslenmesi için gerekli olan ekzojen aminoasitler yeterli ve dengeli bir biçimde yalnızca hayvansal gıdalarda bulunmaktadır. Hayvansal proteinler, içerdikleri aminoasitlerden dolayı, insanın büyüme, gelişme ve sağlıklı kalabilmesinin yanı sıra mental gücünün gelişmesi bakımından da önemlidir (16). Özellikle çocuk ve genç yaşta nüfusun hayvansal kökenli gıdalar açısından yeterli beslenmesi, fiziksel büyüme yanında zihinsel gelişim açısından da son derece önemlidir (19).

Toplumun hayvansal gıda tüketim düzeyi, ülkelerin gelişmişlik ve refah düzeyi göstergesi olarak ele alınmaktadır. Bunun nedeni; et, süt, yumurta gibi hayvansal protein içeren gıdaların insan beslenmesindeki önemidir. Gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak hayvansal gıda tüketim miktarları da giderek artmaktadır (14). Dünya nüfusu hızlı bir şekilde artarken, beslenme için kullanılan kaynakların

da aynı şekilde arttırılması, verimli bir düzeye getirilmesi ve değerlendirilmesi zorunludur (15).

Türkiye'de, kırmızı et sektörünün girdi sağlayıcı temel unsuru olan hayvancılıkta yaşanan kaba yem açığı, etkin örgütlenememe ve ölçek ekonomisinde üretimin yurt dışında yeterince yaygınlaşamamış olması nedeniyle yüksek girdi maliyetleri gibi sorunlar ülkemizde et fiyatlarında artışa neden olmuştur (1). Türkiye'de hayvancılık sektörüne yönelik desteklemeler özellikle son 10 yılda önemli düzeyde artmış, desteklemelerin artmasının hayvancılık sektörüne olumlu etkileri olmuştur. Bununla birlikte hayvancılıkta halen temel yapısal sorunlar devam etmektedir. Dolayısıyla mevcut durumda kırmızı et üretimi toplumun hayvansal protein ihtiyacını karşılamaktan uzaktır.

Kanatlı etlerinin yüksek besleyici değere sahip, ekonomik ve kolay hazırlanabilir olması, tüketimine ilişkin dini bir kısıtlamanın bulunmaması tüm dünyada kanatlı eti tüketimini arttıran unsurlardandır (11). Türkiye'de son yıllarda hayvansal üretimde gelişmeye açık sektörlerden biri olan ve kanatlı eti üretiminde önemli bir alternatif halini alan hindi eti üretimi ve tüketim alışkanlıkları ile ilgili yapılan çalışmaların sektörle ilgili ileriye dönük politikaların belirlenmesine ve sektörün kalkınmasına katkıda bulunabileceğine inanılmaktadır. Ülkemizin de hindi eti üretimini arttırmak için pratik ve sürdürülebilir politikalara ihtiyacı olduğu ortaya çıkmaktadır (18).

Kanatlı eti üretiminde dünya genelinde üretim ve tüketim açısından ilk sırayı tavuk eti, ikinci sırayı ise hindi eti almaktadır. Ancak tüketim alışkanlıklarındaki farklılıktan dolayı hindi etinin

talebi ülkeler arasında değişkenlik göstermektedir (9). Bütün veya parçalanmış hindi karkasına olan talep yılın belirli dönemlerinde farklılıklar göstermektedir. Birçok ülkede yılbaşı ve özellikle ABD'de şükran günü menülerinde bütün hindi tüketimi vazgeçilmeyen bir alışkanlık halindedir (9). Ülkemizin de içinde bulunduğu, kırmızı ete daha fazla rağbet eden ülkelerde hindilerin but ve kanat kısımlarına talebin yüksek olduğu, Avrupa'da ve Amerika'da ise genellikle göğüs etinin tercih edildiği bilinmektedir. Avrupa'da göğüs etinin daha fazla tercih edilmesinde, kolesterol düzeyinin göğüs etinde hemen hemen hiç olmaması ve yağ miktarının düşüklüğü etkin olan faktörlerdir (9). Hindi eti pazarının ülkemizde gelişmesinde, kırmızı et fiyatlarındaki artışlar ile hindi etinin daha sağlıklı olduğu gerçeği etkili olmaktadır. Hindi etinde yağ oranının ve kolesterol düzeyinin diğer etlerden düşük olması ve özellikle deri alındığında bu seviyenin çok düşük düzeylerde kalması bu etin sağlık açısından en önemli özelliklerindedir. Kendine özgü bir aromasının olması, özellikle but kısmının aroma ve besin değeri bakımından kırmızı ete yakınlığı, geniş bir kitle tarafından talep edilmesine neden olmaktadır (9, 12). Son yıllarda Türkiye'de çeşitli firmalar entansif hindi yetiştiriciliğine yönelmiş olup ürünlerini bütün, parça, kıyma ve salam, sosis, jambon gibi ileri işlenmiş ürünler şeklinde piyasaya sunmaktadır (4).

İnsanların fiziksel bir ihtiyacı olan beslenme; büyüme, yaşamın sürdürülmesi ve sağlığın korunması amacıyla çeşitli gıdaların tüketilmesi olarak tanımlanabilir. İnsanların sağlıklarını

koruyabilmeleri için sadece yeterli ve dengeli beslenmeleri yeterli olmamakta, alınan gıdaların insan sağlığını tehdit etmemesi ve güvenli olması da gerekmektedir. Bu bağlamda, gıda güvenliği ve hijyen gibi konuların önemi günümüzde giderek artmaktadır (7).

Gıda güvenliğinin sağlanması ve halk sağlığının korunması ile gıda kayıplarının en az düzeye indirilmesi için, üretimden tüketime kadar olan tüm aşamalarda uygun hijyenik ve teknolojik koşulların sağlanarak istenilen kalitede üretim yapılması, tüketicinin bilinçlendirilmesi ve ulusal/uluslararası düzeyde yasa ve yönetmelikler çerçevesinde gıda kontrol mekanizmalarının en etkin şekilde çalıştırılması gereklidir (11).

İnsan sağlığının korunması ve gelecek nesillerin sağlıklı bir şekilde yetiştirilmesi amacıyla; hayvansal kökenli gıda tüketiminin yeteri miktara çıkarılmasının yanı sıra gıda güvenliğinin de sağlanması gerekmektedir. Son zamanlarda; ülkemizde kırmızı et fiyatlarının giderek artması, tavuk etinin insan sağlığı üzerindeki etkisiyle ilgili çıkan haksız spekülasyonlar nedeniyle alternatif hayvansal protein kaynağı olarak hindi etinin önemi artmaktadır. Bunun sonucunda, hindi eti tüketimini yaygınlaştırmak için, üretimini arttırma çalışmalarıyla beraber tüketicilerin hindi eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada; Kırıkkale il merkezindeki tüketicilerin hindi eti tüketme eğilimleri ve gıda hijyeni konusundaki bilinç düzeyleri araştırılmıştır.

Gereç ve Yöntem

Bu çalışmada, Kırıkkale ilinde hindi eti tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin gıda hijyeni konusunda bilinç düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmış olup; buna bağlı olarak tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri, tüketim alışkanlıkları, tercihleri ve konu hakkındaki bilgi düzeylerinin etkileri araştırılmıştır. Çalışmada temel verileri elde etmekte kullanılan anket formu, üç bölüm ve 25 sorudan oluşmaktadır. Birinci kısımda tüketicilerin demografik özellikleri, gelir miktarları ve gıda harcamaları ile ilgili sorular yer almaktadır. İkinci kısımda hindi eti tüketim alışkanlıkları ile ilgili sorular yer alırken; üçüncü kısımda ise gıda hijyeni konusundaki bilinç düzeyleri ile ilgili sorular bulunmaktadır.

Bu çalışmanın temel verileri, tesadüfi olarak belirlenen 219 haneden birer kişi ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Yaptığımız anket çalışmasına katılan katılımcıların hane nüfusu göz önüne alındığında çalışmanın 799 kişiyi kapsadığı görülmektedir. Kırıkkale Merkezini temsil edebilmesi açısından anket çalışmamıza dahil edilen katılımcıların ikamet ettiği bölgeler Ovacık, Yaylacık ve Yeni Mahalle olarak belirlenmiştir. Çalışmada basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen hane sayısının, %5 kabul edilebilir hata payı ve %95 güven seviyesi ile en az 207 kişinin evrenin temsil gücünü sağlayabileceği hesaplanmıştır (3, 6). Çalışmaya dahil edilen 219 hane örneklem grubunun 0,80 örnekleme gücünü sağlayacağı, yapılan ki-kare (X^2) testleri için etki büyüklüğü düzeyinin 0,38 olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada

hesaplanan güç düzeyi ve etki büyüklüğü hesaplamaları G*Power 3.1.7 ile tespit edilmiştir. Anket çalışması neticesinde elde edilen veriler tek tek incelenmiş ve hesaplamalar SPSS 22.0 istatistik paket programından yararlanılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır (13, 22).

Bulgular

Kırıkkale ilinde yapılan anket çalışmasında; “hindi eti tüketiyor musunuz?” sorusuna 219 katılımcıdan 61’i “evet” cevabını verirken, 158 kişi “hayır” cevabı vermiştir. Buna göre katılımcıların %27,9’unun hindi eti tükettiği, %72,1’inin ise tüketmediği belirlenmiştir. Hindi eti tüketmeyen katılımcıların %24’ünün damak tadına uygun olmadığından dolayı tüketmediği, %43’ünün hindi eti tüketme alışkanlığı olmadığı için ve %33’ünün diğer farklı nedenlerden dolayı tüketmediği değerlendirilmiştir. Hindi eti tüketen katılımcıların ise %54,7’si lezzetli olmasından dolayı tükettiğini belirtirken, %18’i kolesterol miktarının düşük olmasından, %18’i besin değerinin yüksek olmasından ve %6,6’sı da düşük fiyatlı olmasından dolayı tercih ettiklerini ifade etmiştir.

Çalışmada katılımcıların %37,7’sinin yılda bir, %44,3’ünün ayda bir ve %18’inin haftada bir veya daha fazla sıklıkla hindi eti tükettiği gözlenmiştir. Katılımcıların bir yılda tükettikleri hindi eti miktarları araştırıldığında, hindi eti tüketen katılımcıların %5,1’i yarım kg veya daha az tüketirken, %30,5’inin 1 kg, %23,7’sinin 2 kg ve %40,7’sinin 2 kg’dan fazla tüketmekte olduğu belirlenmiştir. Hindi eti tüketen katılımcıların %88,5’i hindi etini taze et olarak tüketirken, %

11,5’inin şarküteri ürünleri olarak tükettiği tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşlarının hindi eti tüketimi üzerinde etkili olup olmadığının test edilmesi amacı ile ki-kare (X^2) analizi uygulanmış olup katılımcıların hindi eti tüketiminin yaşa göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($X^2=5,70$, $p<0,05$). Buna göre 40-55 yaş arası ve 55 yaş üzerinde olan grupların, 18-25 ve 25-40 yaş gruplarına göre daha yüksek oranlarda hindi eti tükettiği belirlenmiştir.

Ki-kare (X^2) analizine göre, katılımcıların hindi eti tüketimlerinin aylık gelirlerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($X^2=9,32$, $p<0,05$). Buna göre, 750-1000 TL ve 3500 TL üzerinde geliri olan grupların, 1000-2000 TL ve 2000-3500 TL arası gelire sahip olan katılımcılara göre hindi eti tüketiminin daha yüksek düzeyde olduğu ortaya konmuştur.

Katılımcıların aylık ortalama gıda tüketim harcama tutarlarının hindi eti tüketimi üzerinde etkili olup olmadığı araştırıldığında, katılımcıların aylık ortalama gıda tüketim harcamalarının hindi eti tüketimleri üzerinde etkili olduğu istatistiksel olarak tespit edilmiştir ($X^2=17,29$, $p<0,05$). Buna göre, 250 TL ve 500 TL’den fazla gıda tüketim harcaması yapan grupların hindi eti tüketimlerinin 500 TL ve 250 TL’den az gıda tüketim harcaması yapan gruplara göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür.

Çalışmada ayrıca, Kırıkkale ilinde tüketicilerin gıda hijyeni bilinç düzeyleri de araştırılmış olup katılımcıların %97,7’si gıda alışverişi yaptığı yerlerin hijyenine dikkat ettiğini ifade etmiştir.

Çalışmada “gıda hijyeni nedir?” sorusuna 162 kişi cevap verirken 57 kişi ise cevap vermemiştir. Katılımcıların %33,9’u gıda hijyenini tanımlarken “gıdanın sağlıklı olması”, %27,2’si “gıdanın temiz olması” ve %10,5’i “gıdanın temiz koşullarda üretilip-üretildiği” ifadelerini kullanmıştır.

Ankete katılanların iyi gıda uygulamaları hakkında bilgi sahibi olma oranının %67,1 olduğu belirlenmiştir. “Sizce gıda üretiminin daha çok hangi aşamasında hijyen eksiklikleri mevcuttur?” sorusuna katılımcıların %47,0’i üretim aşamasında, %21,9’u depolamada, %20,5’i personelde ve %10,5’i satış aşamasında olduğunu bildirmiştir.

Çalışmasında; katılımcıların %17,4’ü gıda zehirlenmesi geçirdiğini, %82,7’si ise gıda zehirlenmesi geçirmediğini ifade etmiştir. “Gıda zehirlenmelerinin daha çok hangi gıdalardan kaynaklandığını düşünüyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %47,5’i et ve et ürünlerinden, %47,6’sı süt ve süt ürünlerinden, %3,7’si ise sebzelerden kaynaklandığını ifade etmiştir.

Katılımcıların gıda alışverişi yaparken en çok önem verdikleri hususların sırasıyla; son kullanma tarihi (%29,7), hijyen (%14,6) ve fiyat (%10,5) olduğu bunları temizlik (%10,5), marka (%6,8), kalite (%5,9), tazelik (%3,7), ambalaj-paket (%1,9), TSE belgesi (%1,8), helal belgesi (%1,4), satış yeri (%1,4), güvenilirlik (%0,9), sağlıklı olması (%1,0), içerik (%0,9), besin değeri (%0,5), doğallık (%0,5), etiket (%0,5), ihtiyaçlar (%0,5), lezzet (%0,5), saklama koşulları (%0,5), üretim tarihi (%0,5) ve görselliğin (%0,5) takip ettiği belirlenmiştir.

Katılımcıların “iyi gıda üretim uygulamaları” hakkında bilgiye sahip olma

durumlarının eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak önemli bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($X^2=4,98$, $p>0,05$). Katılımcıların gıda zehirlenmesi geçirme durumları ile eğitim düzeyleri karşılaştırıldığında ($X^2=16,73$, $p<0,05$) doktora derecesine sahip katılımcıların diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek oranda gıda zehirlenmesi geçirdiğini ifade ettikleri belirlenmiştir. Çalışmada, katılımcıların eğitim seviyelerinin “gıda zehirlenmelerine sıklıkla neden olan gıdalar nelerdir?” sorusuna verdikleri yanıtlarda etkili olduğu tespit edilmiştir ($X^2=24,90$, $p<0,05$). Bu soruyu, okur-yazar olan katılımcılar, diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek oranda et ve et ürünleri olarak cevaplarırken, yüksek lisans mezunları diğer katılımcılara göre daha yüksek oranda süt ve süt ürünleri, doktora mezunlarının ise daha yüksek oranda sebze şeklinde yanıtladıkları görülmüştür. Gıda üretim aşamalarında görülebilecek hijyen eksiklikleri konusunda, katılımcıların eğitim durumlarının etkili olmadığı, farklı eğitim düzeylerine sahip olan katılımcıların benzer oranda üretim, depolama, personel ve satış aşamalarında hijyen anlamında sorunlar olabileceğini düşündükleri belirlenmiştir ($X^2=0,11$, $p>0,05$).

Tartışma ve Sonuç

Kırıkkale ilinde 219 kişiyle yapılan anket çalışmasıyla katılımcıların hindi eti tüketim alışkanlıkları ve gıda hijyeni konusundaki bilgi düzeyleri araştırılmıştır. Hindi eti üretimi kanatlı eti üretiminin içerisinde gelecek vaat eden bir üretim kolu olarak belirtilmiştir (20). Tüketici tercihlerinin belirlenmesi konusunda; gerek

kırmızı et tüketimi, gerekse tavuk eti tüketimi konusunda birçok çalışma yapılmış olup, hindi eti tüketim tercihlerinin belirlenmesi konusu ile ilgili oldukça az olan çalışma sayısı arttırılmalıdır.

Yapılan bu çalışmada, katılımcıların gelir miktarlarının aylık ortalama gıda harcamaları üzerinde etkili olduğu, katılımcıların aylık gelir düzeylerinin artmasının aylık gıda harcamalarını arttırdığı tespit edilmiştir ($X^2=52,97$, $p<0,05$). Elde ettiğimiz bulgulara benzer olarak, Erdoğan (10) yaptığı analiz sonuçlarına göre hanelerdeki gelir artışı ile birlikte gıda harcamasında artışlar görüldüğünü bildirmiştir.

Bu çalışmada, katılımcıların %27,9'u hindi eti tükettiği cevabını verirken, %72,1'i tüketmediği cevabını vermiştir. Elde edilen bulgulara benzer olarak, Durmuş ve ark. (8) Türkiye genelinde yaptıkları bir çalışmada, ailelerin %25,3'ünün hindi eti tükettiğini, %74,7'sinin ise hindi eti tüketmediğini bildirmiştir.

Bu çalışmada, hindi eti tüketen katılımcıların %54,7'si "lezzetli" olmasından dolayı tükettiği cevabını verirken, %18'i "kolesterol miktarının düşük olması", %18'i "besin değerinin yüksek olması" ve %6,6'sı "düşük fiyatlı" olmasından dolayı tükettiğini belirtmiştir. Benzer olarak İzmir ilinde yapılan bir çalışmada, hanelerde hindi etinin en cazip özelliği olarak sağlıklı oluşu ifade edilmiştir. Buradan hareketle çalışmada, hindi eti tüketenlerin hindi etini sağlıklı olması ve ucuz bir et türü olması nedeniyle tercih ettikleri bildirilmiştir (21). Bu çalışmada, katılımcıların aylık gelir düzeylerinin hindi eti tüketimi üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmış olup, katılımcıların hindi

eti tüketimlerinin aylık gelirlerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($X^2=9,32$, $p<0,05$). Buna göre 750-1000 TL ve 3500 TL üzerinde geliri olan grupların 1000-2000 TL ve 2000-3500 TL arası gelire sahip olan katılımcılara göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda, hindi eti ve hindi eti ürünlerinin farklı gelir grupları tarafından tüketilebilen önemli bir hayvansal protein kaynağı olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmada, hindi tüketim sıklıkları açısından katılımcıların %37,7'sinin yılda bir, %44,3'ünün ayda bir ve %18'sinin haftada bir veya daha fazla tükettiği tespit edilmiştir. Bu bulgulara benzer olarak Durmuş ve ark. (8) yaptıkları çalışmada ailelerin %59,6'sının yılda bir defa özellikle yılbaşında, %21,4'ünün ayda bir, %6,8'nin ayda iki, %5,0'ünün ayda üç ve %7,1'inin ise üçten fazla hindi eti tükettiğini tespit etmişlerdir.

Bu çalışmada, katılımcıların %97,7'sinin gıda alışverişi yaptıkları yerlerin hijyenine dikkat ettiği belirlenmiştir. Elde ettiğimiz bulgulara benzer olarak Topuzoğlu ve ark. (21), katılımcıların %92'sinin gıda satış yerlerinin hijyen koşullarını önemseydiğini bildirirken, %84,4'ün üretim yeri hijyenini önemseydiğini bildirmişlerdir. Başka bir çalışmada ise Mutlu (17), son yıllarda hijyene önem verilmeyen sağlıksız ortamlarda üretilen gıdaların, ciddi hastalıklara, hatta ölümlere neden olduğu konusunda çıkan haberlerin, tüketicileri bu konuda daha bilinçli hale getirmekte olduğunu bildirmiştir.

Çalışmada, katılımcıların gıda zehirlenmesi geçirme oranı %17,4 olarak belirlenmiştir.

Bulgulara benzer olarak Aktan (2) çalışmasında, katılımcıların %86'sının kendinin veya bir aile yakınının herhangi bir gıda zehirlenmesi geçirmediğini bildirmiştir. Aynı çalışmada, anket yapılan kişilerin %14'ünün kendisinin ya da ailesinden bir bireyin gıda zehirlenmesi geçirdiği bildirilmiştir.

Bu çalışmada, katılımcıların "gıda alışverişi yaparken dikkat ettiğiniz ilk üç husus nelerdir?" sorusuna verdikleri cevapları değerlendirmizde; katılımcıların sırasıyla son kullanma tarihi, hijyen, fiyat, temizlik, marka, kalite, tazelik, ambalaj-paket, TSE belgesi, helal belgesi, satış yeri, güvenilirlik, sağlıklı olması, içerik, besin değeri, doğallık, etiket, ihtiyaçlar, lezzet, saklama koşulları, üretim tarihi ve görselliğe önem verdikleri gözlenmiştir. Yapılan bir başka çalışmada, Topuzoğlu (21), katılımcıların %77,2'sinin katkı maddesi kullanılmamasını, %71,9'unun besleyiciliği olmasını, %67,1'inin ambalaj üzerindeki talimatlara uyulmasını, % 67,1'inin hormonsuz ürünlere fazla ödeme yapmayı, %65,1'inin kaliteli ürünlere kolay ulaşabilmeyi, %64,7'sinin sağlıklı ambalaj malzemesini, %64,7'sinin ürün fiyatını, % 64,7'sinin dengeli öğünler hazırlamayı, % 61,1'inin besin değerini önemseydiğini bildirmiştir.

Sonuç olarak, Türkiye'de giderek artan hayvansal protein açığının kapatılması için alternatif olarak hindi etinin önemi artmaktadır. Hindi eti sektöründe 2011 yılından bu yana üretim bazında sürekli artış gözlenmesine rağmen üretim miktarı istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Elde edilen verilere dayanarak, katılımcıların hindi eti tüketimini arttıran faktörler arasında;

hindi etinin lezzetli oluşu, düşük kalorili oluşu ve besin değerinin yüksek oluşu yer almaktadır. Buna karşın hindi eti üretiminin yeterli düzeyde olmaması ile birlikte toplumun hindi eti tüketim alışkanlığının diğer et türlerine kıyasla istenen seviyede olmaması ve büyük bir bölümünün sadece yılın belli bir döneminde tüketmeyi tercih etmeleri nedeniyle hindi eti tüketiminde istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Bu nedenle ürün çeşitliğini artırarak hindi etinin yılın belirli dönemleri için değil, yıl boyunca satış raflarında yer almasının sağlanması, ayrıca tüketicilere yönelik hindi eti ile ilgili tanıtım günleri, organizasyonlar, reklamlar vb. gibi bilgilendirmelerin yapılmasının toplumda hindi eti tüketim alışkanlığını geliştirebileceği düşünülmektedir.

Kaynaklar

1. **Akkaya S** (2015): *TRA2 Bölgesi Kırmızı Et Sektörü*. T.C. Serhat Kalkınma Ajansı, Kars, 52-56.
2. **Aktan B** (2014): *Adana ilinde tüketicilerin gıda ürünlerini satın alma ve gıda güvenirliliğini ilişkin tutum ve davranışlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
3. **Arıkan R** (2004): *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
4. **Ayaz ND** (2008): *Hindi kıymalarından Listeria monocytogenes'in immuno manyetik separasyon ve pcr ile tanısı ve antibiyotik duyarlıklarının saptanması*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
5. **Ballhel N** (2009): *Ankara Üniversitesi İbni Sina Hastanesi hemşirelerinde sağlığı geliştirici yaşam biçimi davranışları ve ilişkili faktörler*, Yüksek

Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

6. Çömlekçi N (2001): *Bilimsel araştırma yöntemi ve istatistiksel anlamlılık sınımları*.

Ankara, Bilim Teknik Yayınevi.

7. Durlu Özkaya F, Cömert M (2008): *Gıda zehirlenmelerine etken faktörler*. Türk Hij Deney Biyol Derg, **65**,149-158.

8. Durmuş İ, Mızrak C, Kamanlı S, Demirtaş Ş, Kalebaşı S, Karademir E, Doğu M (2011): *Türkiye'de tavuk eti tüketimi ve tüketici eğilimleri*, 1. Uluslararası Beyaz Et Kongresi, 11-15 Mayıs 2011, Antalya, s 184-195.

9. Eratalar S (2008): *Beyaz hindilerde yerleşim sıklığının performans, karkas kalitesi ve bazı stres parametrelerine etkisi*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Fakültesi, Ankara.

10. Erdoğan N (2013): *Hayvansal gıdaların tüketim düzeyi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: afyon kocatepe üniversitesi personeli örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.

11. Erol İ (2007): *Gıda Hijyeni ve Mikrobiyolojisi*, Pozitif Matbaacılık, Ankara.

12. Gülaç ZN (2016): *Dünya ve Türkiye'de hindi eti*, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE), Ankara.

13. Güngör M, Bulut Y (2008): *Ki-kare testi üzerine*. Doğu Anadolu Araş, **2**, 84-89.

14. Kan A, Direk, M (2004): *Course of red meat prices in the Konya province*. Selçuk Üniv Ziraat Fak Derg, **18**, 35-40.

15. Karakuş K, Aygün T, Alarlan E (2008): *Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları*. Tarım Bil Derg, **18**, 113-120.

16. Kutlu HR, Gül A, Görgülü M (2003): *Türkiye hayvancılığı; sorunlar, çözüm yolları ve politika arayışları, hedef 2023 raporu*, Çukurova Üniversitesi, Adana.

17. Mutlu S (2007): *Gıda güvenliği açısından tüketici davranışları (Adana kentsel kesimde kırmızı et tüketim örneği)*, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

18. Sipahi C (2010): *Entansif hindi yetiştiriciliği işletmelerinde karlılık ve verimlilik analizleri*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

19. Tan S, Dellal İ (2002): *Kırmızı et üretim ve tüketim açığını kapatmak için alternatif bir yaklaşım: hindi üretimi ve sözleşmeli yetiştiricilik modeli*, Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü, Ankara.

20. Tayar M (2011): *Beyaz et ve ürünleri üretiminde gıda güvenliği*, 1. Uluslararası Beyaz Et Kongresi, 11-15 Mayıs 2011, Antalya, s 155-162.

21. Topuzoğlu A, Hıdıroğlu S, Ay P, Önsöz F, İkişık H (2007): *Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları*, TSK Kor Hek Bül, **6**, 253-258.

22. Yazıcıoğlu Y, Erdoğan S (2004): *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Geliş Tarihi:18.01.2018 / Kabul Tarihi: 09.02.2018

Sorumlu Yazar:

Prof. Dr. Naim Deniz AYAZ

Kırıkkale Üniversitesi Veteriner Fakültesi,

Gıda Hijyeni ve Teknolojisi Bölümü,

71450, Yahsihan, Kırıkkale.

e-posta: naimdenizayaz@kku.edu.tr