



Araştırma/Research

Anadolu Tarım Bilim. Derg./Anadolu J Agr Sci, 32 (2017)

ISSN: 1308-8750 (Print) 1308-8769 (Online)

doi: 10.7161/omuanajas.320425



Bingöl İl merkezinde yaşayan hanehalklarının kırmızı et talebini etkileyen faktörlerin analizi

Ersin Karakaya^{a*}, Semiha Kızıloğlu^b

^aBingöl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Bingöl

^bAtatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Erzurum

Sorumlu yazar/corresponding author: karakayaersin@hotmail.com

Geliş/Received 14/10/2016

Kabul/Accepted 22/11/2016

ÖZET

Bu çalışmada, Bingöl ili merkez ilçedeki hanehalklarının kırmızı et ve et ürünleri tüketim alışkanlıkları ile bunları etkileyen faktörlerle birlikte, Bingöl ili merkez ilçedeki hanehalklarının gelir seviyeleri, gıda harcamaları, kırmızı et tüketim miktarları, kırmızı et satın alımına ilişkin karar alma ve satın alma süreçleri ele alınmıştır. Örnek hacminin belirlenmesinde oransal örnekleme yöntemi kullanılmış ve örnek hacmi 175 olarak hesaplanmıştır. Veriler, tesadüfi olarak seçilmiş olan bireylerden yüz yüze yapılan anketlerle toplanmıştır. Değişkenler arası ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlılığının değerlendirilmesinde ki-kare testi (χ^2) ve F-testinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; hanehalklarında kırmızı etin tüketilme oranı % 88 olarak saptanmış, kırmızı et tüketim durumuyla gelir seviyesi arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur ($P<0.05$). Hanehalklarının kırmızı et tüketim sıklığını değiştiren en önemli neden % 35.6 ile mevsim olarak belirlenmiştir. Hanehalklarının kırmızı eti tercih etme nedenleri arasında “lezzet” faktörü (% 48.9) öne çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler:

Kırmızı et
Hanehalkı
Tüketim
Tüketim alışkanlıkları

Analysis of factors affecting red meat demand of households living in Bingöl city center

ABSTRACT

In this study consumption habits of meat and meat products and the factors influencing them are investigated for households in the central province of Bingöl. Level of the household income spending on food, quantities of red meat consumption, decision-making and purchasing processes regarding red meat are put forward. In the determination of sample size, proportional sampling method was used and the sample size was calculated as 175. Data were collected through face to face interviews with randomly selected individuals using a structured questionnaire. Chi-square test (χ^2) and F-test were used in assessing the statistical significance of the relationship between variables. According to the survey; it was found that 88 % of the participants consumed meat. Significant correlations were found between red meat consumption state and income level ($P<0.05$). Season, with 35.6 %, is defined to be the most important reason that raises the red meat consumption frequency of households. “Being delicious” factor is found to be largely effective (48.9 %) in red meat preference of households.

Keywords:

Red meat
Household
Consumption
Consumption habits

© OMU ANAJAS 2017

1. Giriş

İnsanların sağlıklı beslenmeleri için bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıdaları yeterli miktarlarda tüketmeleri gerekir. Dünya genelinde bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıdaların yeterli miktarda üretilmesinde bir sorun yaşanmazken, gıdaların ülkelere ve kıtalara göre tüketiminde bir dengesizlik söz konusudur. Artan dünya nüfusu ve dünya genelinde

zaman zaman yaşanan kuraklıklar bu dengesizliğin boyutunun daha da genişleyeceğine işaret etmektedir. Kişi başına hayvansal kaynaklı gıdaların tüketiminde gelişmiş ülkelerle gelişme yolundaki ülkeler arasında önemli bir farklılığın olduğu bilinmektedir. Gelecekte de gelişmiş ülkelerde hayvansal kaynaklı gıdalara olan talepte önemli bir artış beklenmezken, 2020’li yıllarda nüfusu hızla artan gelişme yolundaki ülkelerde et ve süte olan talebin 2 kat artacağı bildirilmektedir

(Hocquette ve Gigli, 2005; Anonim, 2015). Toplumların beslenmesinde hayvancılık sektörünün önemli ve sürekli bir görevi bulunmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin bir ölçüsü kişi başına tüketilen et miktarıdır. Nüfusun hızla arttığı ve ekonomik kalkınma çabalarının yoğun olarak sürdürüldüğü Türkiye’de dengeli ve yeterli beslenmenin sağlanabilmesi için hayvansal gıdaların en önemli grubunu oluşturan et ve et mamullerinin daha fazla tüketiminin sağlanması, verimli bir düzeye getirilmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu durum hayvansal üretimin artırılmasını zorunlu kıldığı gibi, tüketicilerin gelir

seviyesinin artırılmasını ve bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazandırılmasını da zorunlu kılar. Bu açıdan dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı konusunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ile daha isabetli sonuçlar alınabilecektir (Karakaya, 2010; Nalinci, 2013).

Türkiye’de toplam kırmızı et üretimi ve türlerin payına bakıldığında; 2013 yılında 996 bin ton olan üretimimizde % 87 ile sığır kesimlerinden elde edilen kırmızı etin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Daha sonra % 10 ile koyun eti, % 2 ile keçi eti ve % 0.1 ile manda etinin geldiği görülmektedir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Türkiye Toplam Kırmızı Et Üretimi ve Türlerin Payı

Yıllar	Toplam üretim (ton)	Toplam üretimdeki payı (%)			
		Koyun	Sığır ve dana	Keçi	Manda
2010	780.719	17.4	79.2	3.0	0.4
2011	776.915	13.8	83.0	3.0	0.2
2012	915.844	10.6	87.3	1.9	0.2
2013	996.155	10.3	87.3	2.4	0.1

Kaynak: TÜİK, Hayvansal Üretim Veri Tabanı, 2014.

Pek çok ülkede yapılan araştırmalarda özellikle kırmızı et tüketimindeki dikkat çekici düşüşlerin yapısal değişikliklerden (tüketicinin tercih desenindeki farklılıklar ya da beğenisindeki değişiklikler) kaynaklandığı vurgulanırken, ülkemizde bu değişikliğin temel nedenlerinden biri olarak artan kırmızı et fiyatları gösterilmektedir (Verbeke ve Viaene 1999; İçöz, 2004; Lorcu ve Bolat 2011). Günümüzde, tüketici tercihlerinin dinamik bir yapıda olmasının yanı sıra sosyo-ekonomik faktörlerde meydana gelebilecek değişimler gıda talebini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Dengeli ve yeterli beslenme ile kalkınma arasındaki pozitif ilişki dikkate alındığında, toplumun dengeli beslenmesini sağlamak için uygulanacak olan gıda politikalarına ilişkin alınacak kararlar bakımından talep çalışmaları büyük önem arz etmektedir. Ayrıca, ülkelerin tarım sektörüne yön verme ve dış ticaret politikalarının vb. oluşturulmasında talep tahmin çalışmalarından yararlanılmaktadır. Diğer taraftan, işletmelerde üretim-yatırım ve pazarlama gibi stratejilerin belirlenmesinde talep çalışmaları ayrı bir öneme sahiptir (Aktaş, 2008).

Bu çalışmada, Bingöl ili Merkez ilçesinde ikamet eden hane halkları ile yüz yüze görüşülerek tüketicilerin kırmızı et ve et mamullerini tüketim tercihleri, tüketim şekilleri ve tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Materyal

Bu araştırmanın materyalini, Bingöl ili Merkez ilçede 2016 yılında toplam 175 kişiyle yüz yüze yapılan anket uygulamasından elde edilen yatay kesit verileri oluşturmuştur. Bingöl İli merkez ilçesinde kırmızı et

tüketim davranışlarının belirlenmesi amacıyla veri toplama aracı olarak toplam 30 soruyu içeren Nalinci (2013) tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Bu anketlerden elde edilen bilgiler çalışmanın birincil veri kaynağını oluştururken tarım il ve ilçe müdürlükleri, internet kaynakları, yerli ve yabancı kaynaklardan derlenen genel bilgiler, konuyla ilgili istatistik veriler araştırmanın ikincil kaynaklarını oluşturmuştur.

2.2. Yöntem

Anket uygulaması yapılan hane sayısının belirlenmesinde, oransal örnek hacmi formülünden yararlanılmıştır (Newbold, 1995; Miran, 2003). Bu yöntem birçok araştırmada kullanılmıştır (Engindeniz ve Çukur, 2003; Işın ve Koçak, 2003; Pazarlıoğlu ve ark., 2007; Armağan ve Akbay, 2007; Günden ve Miran, 2007; Uzunöz ve ark., 2008; Akçay ve Vatansver, 2010; Karakaya, 2010; Ulaş, 2011; Kızıloğlu ve Kızıloğlu, 2013).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_p^2 + p(1-p)}$$

n= örnek büyüklüğü, N= popülasyon büyüklüğü (TÜİK, 2011), p= tahmin oranı (0.5 maksimum örnek büyüklüğü için), σ_p^2 = oran varyansı (% 95 güven aralığında tablo değeri 1.96 ve % 5 hata payı ile). Ana kitleyi oluşturan hanehalklarının özellikleri başlangıçta bilinmediği için, örnek hacmini maksimum kılacak şekilde p=0.5 olarak alınmış ve örnek hacmi 175 hanehalkı olarak bulunmuştur. Görüşülecek hanehalkı sayısının yerleşim birimlerine dağılımında, yerleşim birimlerinin toplam popülasyon içindeki payları esas

alınmış ve örneğe alınan hanehalkları tesadüfi olarak belirlenmiştir.

Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır. Çalışmada tek yönlü varyans analizden yararlanılmıştır. Tek yönlü varyans analizi normal dağılım gösteren k popülasyondan alınan k bağımsız grup denemelerinden elde edilen nicel verilerin analizinde kullanılan bir yöntemdir. k bağımsız grup ortalamalarının birbirlerine eşitliğini test eder. Normal dağılım gösteren verilere uygulanan tek yönlü varyans analizi ile aşağıdaki hipotezler test edilir (Özdamar, 2004; İlhan, 2011).

$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$ (ortalamalar arasında fark yoktur)

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \neq \mu_k$ (en az bir ortalama diğerlerinden farklıdır)

Hanehalklarının özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni

durum, eşin çalışma durumu, gelir düzeyi) ile kırmızı et tüketilme durumu arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla Khi kare (X^2) analizi yapılmıştır. X^2 'nin formülü aşağıdaki gibidir (Gujarati, 1995; Mirer, 1995):

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Formülde; X^2 =Khi kare değeri, O_i =Gözlenen frekans değeri, E_i =Beklenen frekans değeridir.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Hane halklarının sosyo-ekonomik nitelikleri

İncelenen hanehalklarının bazı sosyo ekonomik ve demografik özellikleri Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2. Hanehalklarının bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri

Özellikler	Sayı	Oran (%)	
Cinsiyet	Kadın	71	40.5
	Erkek	104	59.5
	Toplam	175	100.0
Yaş	18-30	73	41.7
	31-43	54	30.8
	44 ve üstü	48	27.5
	Toplam	175	100.0
Eğitim durumu	Okur-yazar değil	10	5.7
	Okur-yazar	13	7.4
	İlköğretim	19	10.8
	Ortaöğretim	54	30.8
	Yükseköğretim	79	45.3
Toplam	175	100.0	
Medeni durum	Evli	120	68.5
	Bekâr	55	31.5
	Toplam	175	100.0
Eşin çalışma durumu	Çalışan	55	45.8
	Çalışmayan	65	54.2
	Toplam	120	100.0
Meslek	İşçi	16	9.1
	Memur	48	27.4
	Çiftçi	3	1.7
	Esnaf	31	17.7
	Serbest	22	12.5
	Emekli	3	1.7
	Ev hanımı	23	13.1
	Diğer	20	11.4
	İşsiz	9	5.1
	Toplam	175	100.0
Araç mülkiyet durumu	Araç sahibi	92	52.5
	Araç sahibi değil	83	47.5
	Toplam	175	100.0
Evin mülkiyet durumu	Ev sahibi	126	72.0
	Kiracı	49	28.0
	Toplam	175	100.0

Görüşülen bireylerin % 59.5'i erkeklerden, % 40.5'i ise kadınlardan oluşmuştur. Görüşülen bireylerin ortalama yaşı 35.7 olarak hesaplanırken, 18-30 yaş arasında olan hanehalkı oranı % 41.7, 31-43 yaş arasında olan hanehalkı oranı % 30.8 ve 44 yaş ve üstünde olan hanehalkı oranı ise % 27.5 olarak belirlenmiştir. Hanehalklarının eğitim durumları incelenmiş, okur yazar olmayan bireylerin oranı % 5.7, okur yazar olan bireylerin oranı % 7.4, ilköğretim mezunu olan bireylerin oranı % 10.8, ortaöğretim mezunu olan bireylerin oranı % 30.8 ve yükseköğretim mezunu olma oranı % 45.3 olarak belirlenmiştir. Hanehalklarının % 68.5'i evli, % 31.5'i ise bekâr olarak belirlenmiştir. İncelenen ailelerde eşin çalışmama oranı % 54.2 olarak bulunmuştur. Hanehalklarının meslek grupları itibarıyla dağılımlarında ilk sıralarda % 27.4 oranında memur, % 17.7 oranında esnaf, % 13.1 oranında ise ev hanımı olduğu görülmüştür. İncelenen

ailelerin % 72'sinin ev sahibi olduğu ve % 52.5'inin araç sahibi olduğu belirlenmiştir. Türkiye tüketici profili ve bilinç seviyesi araştırmasına göre, Araştırmaya alınan tüketicilerin % 50.1'i kadın, % 49.9'u erkek olup, bunların % 61'i evlidir. Ortalama hane büyüklüğü 3.5'tir. Araştırmaya alınan tüketicilerin % 43.6'sı 34 yaşın altında, % 32.9' u 35-49 yaş aralığında ve geriye kalan % 23.5 'i 50 yaş ve üstündedir. Araştırmaya katılanların yarıya yakını (% 46.2) ilköğretim mezunudur. Ortalama hane geliri: 2167.9 TL'dir. Araştırmaya alınanların yarıdan fazlası (% 51.8) ücretli olarak, % 14.7'si kendi hesabına çalışırken, % 33.6'lık bir oranı da herhangi bir işte çalışmamaktadır (Anonim, 2014). Çalışmamızın bulguları Türkiye tüketici profili ve bilinç seviyesi araştırması bulgularıyla kısmen benzer kısmen de farklı sonuçlar ortaya koymuştur.

Çizelge 3'te tüketicilerin bazı özelliklerinin minimum ve maksimum aralıkları verilmiştir.

Çizelge 3. Hanehalklarının bazı özelliklerinin minimum ve maksimum aralıkları

Nitelikler	Sayı	Minimum	Maksimum	Ortalama
Yaş	175	18	70	35.7
Hanehalkı	175	1	9	4.87
Ortalama aylık gelir (TL)	175	1000	10000	3551.5
Ortalama aylık harcama (TL)	175	500	6000	2106.1
Ortalama gıda harcaması (TL)	175	100	3000	876.8
Ortalama aylık et tüketimi (kg)	154	1	35	4.40
Etin ortalama fiyatı (TL)	154	15	36	29.7

Tüketicilerin yaş ortalaması 35.7, hanehalkı büyüklüğü ortalama 4.9 kişi, ortalama aylık gelirleri 3551.5 TL, ortalama aylık harcamaları 2106.1 TL, ortalama gıda harcamaları 876.8 TL ve ortalama aylık et tüketimleri 4.40 kg olarak saptanmıştır. Hanehalkları aylık gelirlerinin ortalama olarak % 59.3'ünü harcamaya ayırırken, aylık harcama içerisinde gıda harcamasının oranı ise % 41.6 olarak hesaplanmıştır. Ortalama gıda harcaması içinde ortalama kırmızı et harcamasının oranı % 13.2 olarak belirlenmiştir. TÜİK (2014) hanehalkı bütçe araştırması sonuçlarına göre; hanehalkı başına aylık ortalama tüketim harcaması 2013 yılında 2 bin 572 TL iken 2014 yılında 2 bin 848 TL olarak tahmin edilmiş, Türkiye genelinde hanehalklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde % 19.7'sinin gıda ve alkolsüz içeceklerden oluştuğu bildirilmiştir. Nalinci (2013) tarafından Amasya ili merkez ilçede yapılan çalışmada ise aylık ortalama harcamanın % 29.20'si gıda harcaması olarak belirlenmiştir. Tokat ili kentsel alanda yapılan başka bir çalışmada, incelenen ailelerin ortalama aylık geliri 1608.71 TL, aylık ortalama tüketim harcaması 1186.21 TL, ortalama gıda harcaması 492.63 TL olarak belirlenmiştir (Karakaş, 2010). Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada, incelenen ailelerin ortalama aylık geliri 1805.41 TL, aylık ortalama tüketim harcaması 1219.36 TL, ortalama gıda harcaması 494.50 TL olarak belirlenmiştir (Ulaş, 2011). Karakaya ve İnci (2014) tarafından Bingöl'de yapılan bir çalışmada aylık

ortalama gelir 2183.12 TL, aylık ortalama gıda harcaması 486.0 TL olarak belirlenmiştir. Çalışmamızın bu bulguları diğer çalışmaların bulgularından daha yüksek bulunmuştur.

İncelenen hanehalklarının gelir grupları itibarıyla aylık ortalama gelir, ortalama gıda harcaması, ortalama et tüketimi ve et harcaması, ortalama gıda harcamasının ortalama gelir içindeki payı ve ortalama et harcamasının ortalama gıda harcaması içindeki payı Çizelge 4'te verilmiştir.

Hanehalklarının % 35.4'ü 1. Gelir grubunda (≤ 2000 TL) ve aylık gelirleri ortalama 1744.35 TL, % 38.9'u 2. Gelir grubunda (2001-4000 TL) ve aylık gelirleri ortalama 3292.28 TL, % 25.7'si ise 3. Gelir grubunda (≥ 4001 TL) ve aylık gelirleri ortalama 6433.33 TL olarak saptanmıştır. Gelir grupları itibarıyla hanehalklarının aylık gelirlerinin ortalamaları arasındaki farklar istatistiksel olarak önemlidir ($P < 0.05$). Gelir grupları itibarıyla aylık ortalama gelir arttıkça aylık ortalama gıda harcamasının da arttığı, buna karşın aylık ortalama gıda harcamasının ortalama gelirdeki payının azaldığı görülmüştür. Ailelerin aylık ortalama gıda harcaması 876.89 TL, aylık ortalama gıda harcamasının aylık ortalama gelirdeki oranı ise % 24.6 olarak hesaplanmıştır. Gelir gruplarına göre aylık ortalama et tüketim durumu incelendiğinde gelir arttıkça aylık et tüketiminin de arttığı ve aylık ortalama et tüketiminin yaklaşık olarak 4.5 kg olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Aylık ortalama et tüketimi ve aylık ortalama et

harcaması 3. Gelir grubunda diğer gruplara göre daha yüksek bulunmuştur ($P<0.05$). Nalinci (2013) tarafından Amasya ili merkez ilçede yapılan çalışmada I. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 910.95 TL, II. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 1799.78

TL ve III. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 3625.23 olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir düzeyinin artmasıyla gıda harcamalarının gelir içindeki oranı azalmaktadır.

Çizelge 4. Aylık gelir grupları itibari ile aile sayısı, aylık ortalama gelir, aylık gıda harcaması ve aylık ortalama et tüketimi

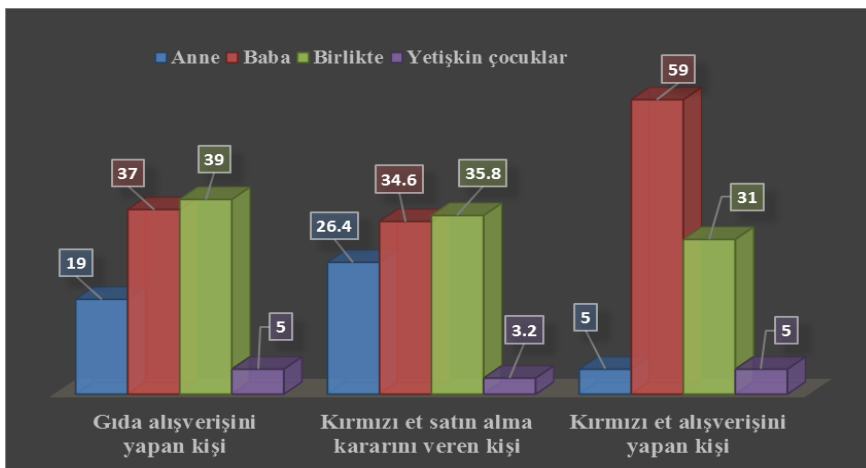
Gelir grupları	Hanehalkı sayısı (adet)	Örnek içindeki payı (%)	Ort.Gelir (ay/TL) (a)	Ort.Gıda harcaması (ay/TL) (b)	(b)/(a) oranı (%)	Ort.Et tüketimi (ay/kg)	Et harcaması (ay/TL) (c)	(c/b) oranı (%)
≤2000 TL	62	35.4	1744.35 ^a	577.42 ^a	33.1	3.05 ^a	81.22 ^a	14.0
2001-4000 TL	68	38.9	3292.28 ^b	829.56 ^b	25.1	3.35 ^a	82.30 ^a	9.9
≥4001 TL	45	25.7	6433.33 ^c	1361.00 ^c	21.1	7.84 ^b	229.94 ^b	16.8
Toplam/ ort.	175	100.0	3551.57	876.89	24.6	4.40	116.73	13.3

Ort: Ortalama, ^{a-c}: aynı sütunda farklı harflerle gösterilen ortalamalar arasındaki farklar istatistiki olarak önemlidir.

I. Gelir Grubunda bulunan bir tüketicinin gıda harcaması (276.49 TL) gelirinin % 30.35, II. Gelir Grubundaki tüketicinin gıda harcaması (416.49 TL) gelirinin % 23.14'ü ve III. Gelir Grubundaki tüketicinin gıda harcaması (617.57 TL) gelirinin % 17.04'ü olduğu belirlenmiştir. Edirne merkez ilçede yapılan bir çalışmada, hane halkı aylık kırmızı et tüketim miktarının ortalama 2.27 kg olduğu bildirilmiştir (Lorcu ve Bolat, 2012). Erdoğan ve Çiçek (2015) yaptıkları çalışmada, hanelerin aylık ortalama geliri içerisindeki gıda harcaması oranını yaklaşık % 24 olarak bildirmişlerdir. Aydın ili Çine ilçesinde yapılan bir çalışmada, Gelir düzeyi ile aylık et tüketimi arasında çok önemli bir ilişki bulunduğu saptanmış ($P<0.01$), gelir arttıkça aylık ortalama et tüketiminin de arttığı sonucuna varılmıştır (Atay ve ark., 2004). Tosun ve Hatırlı (2009) Antalya il merkezinde yaptıkları çalışmada ailelerin aylık ortalama tüketim harcamasını 1026.79 TL/ay, gıda harcamasını 401.61 TL/ay olarak saptamış, gelir seviyesi arttıkça ailelerin tüketim, gıda, süpermarket ve kırmızı et harcamalarının artmakta olduğunu bildirmişlerdir. İncelenen ailelerin toplam gelirleri içerisinde gıda harcamasına ayırdıkları payın,

gelir seviyeleri arttıkça mutlak olarak arttığı, buna karşın oransal olarak azaldığı belirlenmiştir. Ailelerin gıda harcamasının toplam harcamalar içerisindeki payı % 38.80 (397.24 TL) olarak belirlenmiştir. Erzurum ili merkez ilçede kentsel alanda hanehalklarının aylık ortalama toplam harcamalarının hane geliri içindeki oranı % 28.55, Ortalama hanehalkı harcamaları içinde gıda harcamalarının oranı % 36.59 iken, aylık ortalama kırmızı et tüketim miktarı 4.98 kg olarak bulunmuştur. Hanehalklarında aylık hayvansal ürünler tüketim harcamaları değerinin mutlak olarak gelir düzeyi ile artmakta olduğu gözlenirken, oransal olarak bir azalma olduğu gözlenmiştir (Kızıloğlu ve Kızıloğlu 2013). Çalışmamızın bulguları gelir, gıda harcaması ve kırmızı et harcamaları arasındaki ilişkilerin yönü açısından yapılan diğer çalışmalarla benzer sonuçlar ortaya koyarken, çalışmamızdaki değerler diğer çalışmalarda ortaya çıkan değerlerden genel olarak yüksek çıkmıştır.

Şekil 1'de hanehalklarının gıda alışverişini yapan kişinin, ailede kırmızı etin satın alınma durumuna karar veren kişinin ve kırmızı et alışverişini yapan kişinin oransal dağılımları verilmiştir.



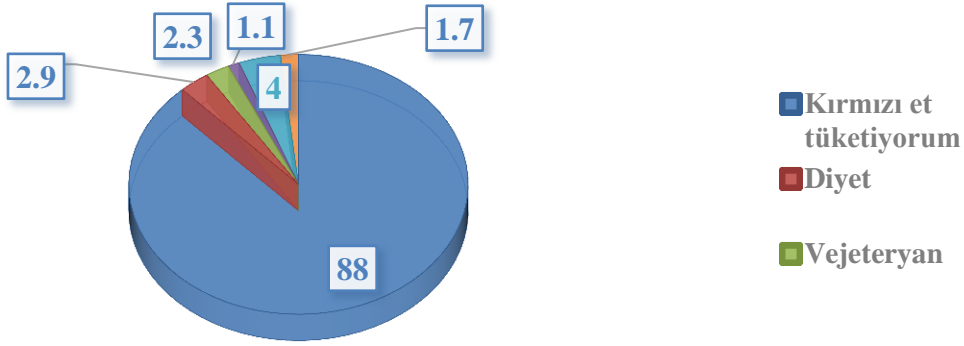
Şekil 1. Ailelerde gıda alışverişini yapan, kırmızı et satın alma kararını veren ve kırmızı et alışverişini yapan kişi

İncelenen hanehalklarında gıda alışverişi % 39 oranında hanehalkı bireyleri tarafından “birlikte” yapılırken, kırmızı etin satın alınması konusunda da ailelerde genel itibariyle % 35.8 oranında “birlikte” karar verildiği, kırmızı etin alışverişinde ise hanehalklarında % 59 oranında “baba”nın karar verici olduğu saptanmıştır. Nalinci (2013) Amasya ili merkez ilçede yapmış olduğu çalışmada, tüketicilerin ailelerinde çoğunlukla babanın (% 38.16) gıda alışverişi yaptığını, kırmızı et satın alma kararını veren kişinin % 31.93 oranında baba olduğunu ve kırmızı et alışverişine % 50 ile babanın karar verdiğini bildirmiştir. Aydın ilinde yapılan araştırmada; tüketici ailelerinde çoğunlukla %45.70 anne ve babanın beraber gıda ürünleri alışverişi yaptıkları, kırmızı et satın alma kararının %42.54 oranında birlikte alındığı ve kırmızı et alışverişini gerçekleştiren kişinin %43.75 oranla baba olduğu bildirilmiştir (Ulaş, 2011). Ceylan (2006) tarafından Van ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; gıda

alışverişinin baba tarafından yapılma oranının % 58.33 olduğu bildirilmiştir. Tokat ilinde yapılan bir araştırmaya göre tüketici ailesinde %47 birlikte, %35.67 baba, % 12.33 anne, % 5 yetişkin çocuklar gıda ürünlerini satın almaktadırlar (Karakaya, 2010). Önceki çalışmalarda elde edilen bulguların çeşitlilik arz ettiği gözlenmektedir. Çalışmamızın bu konudaki sonuçları itibariyle Ulaş’ın bulgularıyla büyük ölçüde benzerlik gösterdiği ve Nalinci’nin bulgularıyla kısmen uyumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

3.2. Hanehalklarının kırmızı et ve et ürünleri tüketim durumu

İncelenen hanehalklarında kırmızı etin tüketilme oranı % 88, tüketilmeme oranı ise % 12 olarak saptanmıştır (Şekil 2).



Şekil 2. Hanehalklarında kırmızı et tüketilme durumu

Kırmızı et tüketmeyen hanehalklarında “ekonomik” nedenlerden dolayı tüketmeyen hanehalkı oranı % 33.3, “diyet” ten dolayı tüketmeyenlerin oranı % 23.8, “vejeteryanlık” nedeninden dolayı tüketmeyen hanehalkları oranı % 19, “diğer” nedenlerden dolayı tüketmeyenlerin oranı % 14.3 ve “sağlık” nedeniyle tüketmeyenlerin oranı ise % 9.5 olarak tespit edilmiştir. Tokat ilinde yapılan bir çalışmada, kırmızı et tüketmeyen tüketicilerin % 54.55’i ekonomik nedenler, % 24.24’ü diyetle olmaları ve % 21.21’i vejeteryan olmaları nedeniyle kırmızı et tüketmediklerini belirtmişlerdir (Karakaya, 2010). Aydın ilinde yapılan bir çalışmada, kırmızı et tüketmeyen tüketicilerin % 33.33’ü ekonomik nedenler, % 33.33’ü sağlık, % 16.67’si vejeteryan ve % 16.67’si diyetle olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmediklerini belirtmişlerdir (Ulaş, 2011). Nalinci (2013) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin % 57.14’ünün ekonomik nedenlerle, % 21.43’ünün kırmızı et sevmeyişi, % 14.28’inin sağlık, % 4.29’unun vejeteryan olmaları ve % 2.86’sının diyetle olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmedikleri ortaya çıkmıştır. Çalışmamızın sonuçları

yaşanan diğer çalışmaların sonuçlarıyla kısmen uyumlu bulunmuştur.

Sağlık için kırmızı etin yeterli miktarda tüketilip tüketilmeme durumuyla ilgili soruda hanehalklarının % 56.5’i “evet sağlık için yeterli miktarda kırmızı et tüketiyorum” cevabını verirken, “hayır sağlık için kırmızı et tüketim miktarım yeterli değildir” cevabını veren hanehalklarının oranı ise % 43.5 olarak bulunmuştur. Sağlık için kırmızı et tüketimini yetersiz bulanların en önemli neden olarak ilk sırada yaklaşık % 60 oranında “gelirim yetersiz” faktörünü ifade ettikleri saptanırken, bu faktörü sırasıyla, % 13.7 ile “ailede kırmızı eti sevmeyen var”, % 9.6 ile “sağlık”, % 8.2 ile “önemsemiyoruz”, % 6.8 ile “kırmızı eti sevmiyoruz” ve % 1.4 ile de “diğer” faktörlerin izlediği belirlenmiştir. Sağlık için tüketilen kırmızı et miktarını yeterli bulan ve bulmayan hanehalklarının oranını Yaylak ve ark (2010) İzmir ili ödemiş ilçesi için sırasıyla % 91.4 ve % 8.6, Ulaş (2011) Aydın ili kentsel alanda % 49.2 ve % 50.8, Nalinci (2013) Amasya ili merkez ilçe için % 73.5 ve % 26.5 olarak bildirmişlerdir.

Çizelge 5. Hanehalkları özellikleri itibariyle kırmızı et tüketilme durumu arasındaki ilişki (%)

Özellikler		Tüketen	Tüketmeyen	Toplam
Cinsiyet	Kadın	87.3	12.7	100.0
	Erkek	88.5	11.5	100.0
	Ortalama	87.9	12.1	100.0
	X²= 0.052, P=0.820			
Yaş	18-30	91.8	8.2	100.0
	31-43	81.5	18.5	100.0
	44 ve üstü	89.6	10.4	100.0
	Ortalama	87.6	12.4	100.0
X²= 3.275, P=0.194				
Medeni durum	Evli	87.5	12.5	100.0
	Bekâr	89.1	10.9	100.0
	Ortalama	88.3	11.7	100.0
	X²= 0.090, P=0.764			
Eşin çalışma durumu	Çalışan	87.3	12.7	100.0
	Çalışmayan	87.7	12.3	100.0
	Ortalama	87.5	12.5	100.0
	X²= 0.005, P=0.945			
Gelir grupları	≤2000 TL	91.9	8.1	100.0
	2001-4000 TL	76.5	23.5	100.0
	≥4001 TL	95	5	100.0
	Ortalama	87.8	12.2	100.0
X²= 15.605, P=0.000				

3.3. Kırmızı et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi

Hanehalklarının özellikleri ile kırmızı et tüketip tüketmeme durumu arasındaki ilişki Çizelge 5'de verilmiştir.

Kırmızı et tüketenlerin oranı erkeklerde kadınlara göre daha fazladır. Kırmızı et tüketmeme oranının 31-43 yaş grubundaki hanehalklarında 18-30 yaş ve 44 yaş ve üstündeki bireylere nazaran daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Kırmızı et tüketenlerin oranının, bekâr bireylerde evli olanlara göre daha yüksek, eşi çalışmayan bireylerin ise eşi çalışan bireylere nazaran azda olsa daha yüksek olduğu saptanmıştır. Gelir grupları ile kırmızı etin tüketilme durumu arasında anlamlı bir ilişki saptanmış, kırmızı et tüketenlerin oranının yüksek gelir grubunda diğer gelir gruplarına göre daha yüksek olduğu, kırmızı et tüketmeme oranının ise orta gelir grubunda diğer gruplara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Erdoğan ve Çiçek (2015) tarafından yapılan araştırmada da, hanelerin aylık ortalama gelir düzeyi ile sığır-dana eti tüketimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (P<0.05). Kırmızı et tüketimi ile gelir düzeyi arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Atay ve ark., 2004; Karakaş, 2010; Ulaş, 2011; Nalinci, 2013). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

(Lorcu ve Bolat, 2012). Kırmızı et tüketimi ile eğitim durumu arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilirken, (Karakaş, 2010; Nalinci, 2013) bir diğer

çalışmada ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Lorcu ve Bolat, 2012). Nalinci (2013) yaptığı çalışmada, kırmızı et tüketimi ile meslekler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu bildirmiştir. Karakaş (2010) tarafından yürütülen çalışmada, kendisi çalışan tüketicinin eşinin de çalışması sonucu kırmızı et tüketiminde önemli ölçüde artış gözlenmiştir. Eşin çalışma durumu ile kırmızı et tüketimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Eşi çalışan tüketicilerin, et tüketim miktarının eşi çalışmayanlara oranla daha fazla olduğu belirlenmiştir.

3.4. Hanehalklarının kırmızı et tüketim tercihleri

Cinsiyetler itibariyle hanehalklarının kırmızı et tüketim alışkanlığını değiştiren en önemli neden % 35.6 ile mevsim olurken bu nedeni sırasıyla % 29.1 ile indirim günleri, % 20.2 ile gelir artışı ve %15.1 ile çevre etkisi nedenleri izlemiştir (Çizelge 6).

Kırmızı et tüketim miktarını değiştiren nedenler ile cinsiyet grupları arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır. Medeni durum grupları itibariyle kırmızı et tüketim alışkanlığını arttıran nedenler arasındaki farklılık anlamlı bulunmuş, "kırmızı et tüketim alışkanlığını arttıran en önemli neden nedir?" sorusuna evli bireylerin "mevsim" ve "gelir artışı" nedenlerini bekârlara göre daha yüksek oranda cevap olarak verdikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 6. Cinsiyet ve medeni durum itibariyle kırmızı et tüketim alışkanlık nedeni

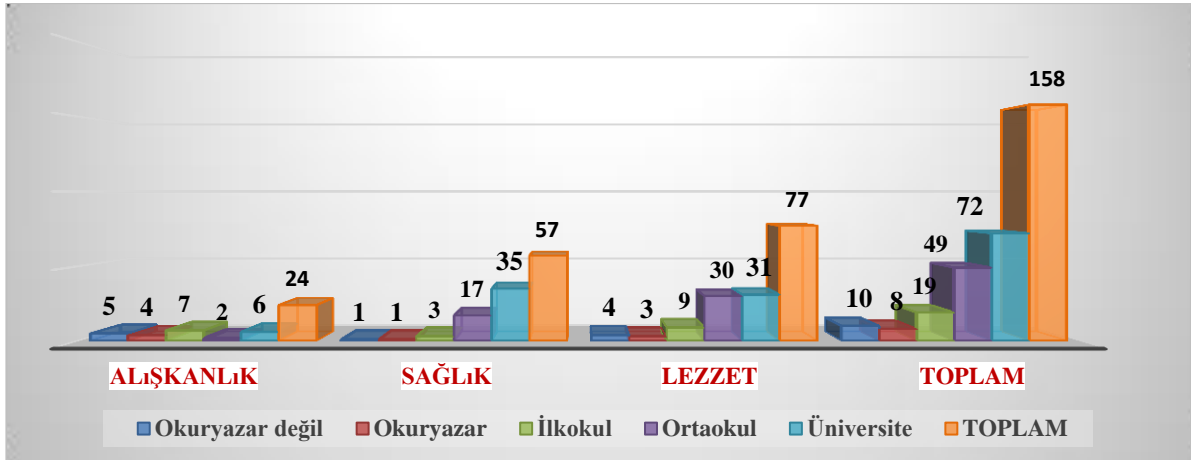
Özellikler		Kırmızı et tüketim alışkanlığını arttıran en önemli neden				
		Çevre etkisi	İndirim günleri	Mevsim	Gelir artışı	Toplam
Cinsiyet	Kadın	9	22	24	9	64
	Erkek	15	24	32	23	94
	Toplam ve %	24 (15.1)	46 (29.1)	56 (35.6)	32 (20.2)	158
Medeni durum*	Evli	7	26	45	27	109
	Bekâr	17	20	11	5	49
	Toplam ve %	24 (15.1)	46 (29.1)	56 (35.6)	32 (20.2)	158

*:P<0.05

Bekâr bireyler kırmızı et tüketim alışkanlığının artmasında “çevre etkisini” evli bireylere nazaran daha yüksek oranda önemli neden olarak görmektedirler. Ulaş (2011) tarafından Aydın ilinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin kırmızı et tüketim miktarını arttıran en önemli nedenler sırasıyla; % 33.59 ile mevsim, % 23.88 ile gelir düzeyinin artması ve % 22.38 ile sosyal çevre olarak belirlenmiştir. Nalinci (2013)

tarafından yapılan bir başka çalışmada ise tüketicilere kırmızı et tüketim miktarını arttıran en önemli neden sorulduğunda % 40.32’si gelir düzeyinin artmasını, % 26.77’si mevsimi, % 20.97’si indirim günlerini ve % 10.65’i sosyal çevreyi neden olarak göstermişlerdir.

Eğitim grupları itibariyle kırmızı et tercihinde öncelikli nedenin dağılımı Şekil 3’de verilmiştir.



Şekil 3. Eğitim grupları itibariyle kırmızı eti öncelikli tercih nedeni

Örneğin geneli için kırmızı et tercihinde “alışkanlık” faktörünün öncelikli neden olma oranı % 15.1, “sağlık” faktörünün öncelikli neden olma oranı % 36 ve “lezzet” faktörünün öncelikli neden olma oranı ise % 48.9 olarak bulunmuştur. Kırmızı et tercihinde “alışkanlık” faktörünün öncelikli neden olması daha çok okuryazar olan ve olmayan eğitim gruplarında görülürken, “sağlık” ve “lezzet” faktörlerinin öncelikli neden olması ise daha çok ilkokul, ortaokul ve üniversite eğitim gruplarında görülmektedir. Atay ve ark. (2004) yaptıkları çalışmada hanehalklarının kırmızı et tercihinde öncelikli neden olarak lezzet faktörünün %40, sağlık ve alışkanlık faktörlerini ise % 26.3 oranında benimsediklerini bildirmişlerdir. İzmir ili Ödemiş ilçesinde yapılmış bir araştırmada, kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin % 52.2’si kırmızı eti lezzetli olması sebebiyle, % 20.9’u besleyici olması sebebiyle, % 17.2’si alışkanlık sebebiyle tercih ettiklerini ifade etmişlerdir (Yaylak ve ark., 2010). Nalinci (2013) tarafından yapılan çalışmada da, kırmızı

et tercihindeki öncelikli nedenlerin sırasıyla % 52.2 lezzet, % 25.4 sağlık ve % 19 alışkanlık olduğu belirlenmiştir. Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; ailelerin kanatlı ya da kırmızı eti tercih etmelerindeki en önemli nedenin sağlıklı olması olduğu (% 60) daha sonra zevk ve alışkanlıkların önemli rol oynadığı (% 38.67), bunu lezzet (% 25.33) ve diğer nedenlerin (%3.33) izlediği tespit edilmiştir (Gündüz ve ark., 2006). Ulaş (2011) tarafından Aydın ili kentsel alanda yapılan çalışmada ise, kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin % 52.24’ü kırmızı eti sağlık, % 28.36’sı lezzetli olması sebebiyle, % 17.91’i alışkanlık ve % 1.49’u da kolay temin edilmesinden dolayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Hanehalklarının kırmızı et tüketim alışkanlığını değiştiren en önemli nedenin % 35.6 ile mevsim olduğu Çizelge 6’da ortaya konmuş, bireylerin hangi mevsimde kırmızı eti daha çok tükettiği ise Şekil 4’de verilmiştir. Hanehalklarının kırmızı eti satın alma tercihinde kış mevsimi % 53 ile ilk sırada yer alırken kış mevsimini

sırasıyla % 35 ile yaz mevsimi, % 9 ile sonbahar ve % 3 ile de ilkbahar mevsimi izlemiştir. Hanehalklarının kırmızı eti satın alırken mevsim tercihlerinde kış mevsimi için sağlık nedeniyle (hastalıklardan korunmak) yaz mevsimi için ise zevk ve tercihler (piknik, mangal vb gibi) faktörlerin etkili olduğu sonucu belirlenmiştir. Nalinci (2013) yaptığı çalışmada aynı değerleri sırasıyla % 47.1, % 31.2 % 10.9 ve % 10.6 olarak bildirmiştir.

3.5. Hanehalklarının kırmızı et satın alma yapısı

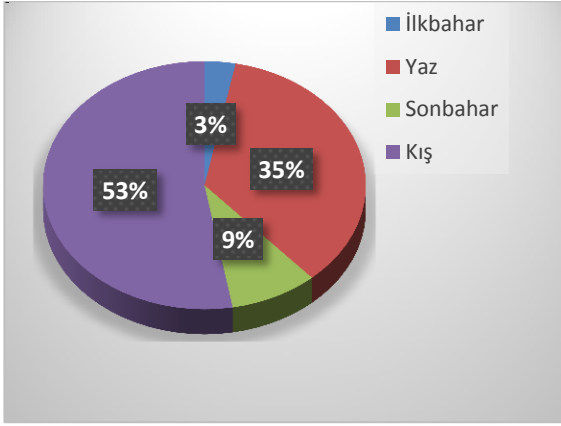
Hanehalklarının kırmızı et satın alma yapısına ilişkin kırmızı etin satın alındığı yer, yerin tercih edilme nedeni, tüketilen kırmızı etin çeşidi, satın alınma şekli ve satın alınma sıklığı ile ilgili sonuçlar Çizelge 7' de sayı ve oran olarak verilmiştir.

Çizelge 7. Hanehalklarının kırmızı et satın alma yapısı

	Sayı	Oran
Kırmızı etin satın alındığı yer		
Kasap	95	59.9
Market-süpermarket	42	26.4
Kendimiz kesiyoruz	13	8.1
Diğer	9	5.6
Toplam	159	100.0
Satın alınan yerin tercih nedeni		
Tazelik-kalite	61	38.3
Diğer	28	17.6
Alışkanlık	25	15.7
Ucuzluk	23	14.4
Yakın mesafe	12	7.5
Hijyen	10	6.2
Toplam	159	100.0
Tüketilen kırmızı et çeşidi		
Koyun	56	35.2
Keçi	44	27.6
Dana	35	22.0
Kuzu	18	11.5
Sığır	6	3.7
Toplam	159	100.0
Kırmızı etin satın alınma şekli		
Parça/kıyım	49	30.8
Parça	40	25.1
Kıyım	35	22.2
Sucuk-salam-sosis	20	12.5
Sakatat	15	9.4
Toplam	159	100.0
Kırmızı etin satın alınma sıklığı		
Aylık	99	62.2
Özel günlerde	31	19.4
15 günde bir	15	9.6
Haftalık	14	8.8
Toplam	159	100.0

Hanehalkları, kırmızı eti en çok kasaplardan (% 59.9) temin etmektedirler. Bireylerin % 26.4'ü market-süpermarketlerden kırmızı et satın alırken, % 8.1'i canlı hayvan alıp kesmeyi, % 5.6'sı ise diğer yerleri (et ve süt kurumu) tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Yapılmış olan birçok çalışmada kırmızı etin kasaptan satın alınması yüksek oranda ilk tercih olarak ortaya çıkmış ve çalışmamız diğer çalışmalarla uyumlu bulunmuştur (Atay ve ark., 2004; Aygün ve ark., 2004; Tosun, 2006; Karakuş ve ark., 2008;

Karakaş, 2010; Yaylak ve ark., 2010; Ulaş, 2011; Nalinci, 2013). Kırmızı et satın alınan yer tercihinde tazelik kalite faktörüne önem veren hanehalklarının oranı % 38.3, alışkanlık faktörüne önem veren hanehalklarının oranı % 15.7, hijyen faktörüne önem veren hanehalklarının oranı % 6.2, ucuzluk faktörüne önem veren hanehalklarının oranı % 14.4, yakın mesafede olması faktörüne önem veren hanehalklarının oranı % 7.5 ve diğer faktörlere (veresiye olanağının olması) önem veren hanehalklarının oranı ise % 17.6



Şekil 4. Kırmızı et tüketim tercihinin mevsimlere göre dağılımı

olarak tespit edilmiştir. Van ilinde yapılan bir araştırmada; tüketicilerin eti temin ettikleri yerin seçimine etkili olan faktörlerin başında % 36.6 ile ucuzluğun geldiği saptanmıştır. Tokat'ta yapılan bir çalışmada, ailelerin % 60'ı, Aydın ili kentsel alanda yapılan çalışmada ailelerin % 60.4'ü, Amasya'da yapılan çalışmada ise ailelerin % 62.2'si kırmızı et satın alınan yerin tercih nedeni olarak tazelik-kalite faktörünü ilk sırada belirtmişlerdir (Gündüz ve ark., 2006; Ulaş, 2011; Nalinci, 2013). Çalışmamızdaki ucuzluk faktörünün oranının diğer çalışmalara göre Yaylak ve ark (2010) (% 4.5), Ulaş (2011) (% 7.4) yüksek çıkmasının en önemli nedeni et ve süt kurumunun hanehalkları tarafından tercih edilmesidir. Kırmızı et satın alınan yerin tercihinde diğer faktörüne 2. sırada önem verilmesinde ise veresiye olanağının olması büyük etken olarak saptanmıştır. Hanehalklarının % 35.2'sinin koyun eti, % 27.6'sının keçi eti, %22'sinin dana eti, % 11.5'inin kuzu eti tüketmeyi tercih ettikleri saptanmış, sığır eti tüketmeyi tercih edenlerin oranı ise %3.7 olarak belirlenmiştir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkları üzerinde yapılan çalışmada; tüketicilerin büyük bir kısmı dana eti (% 64.84) tüketmektedirler. Ayrıca tüketicilerin % 19.68'i sığır eti, % 7.42'si koyun eti, % 5.16'sı kuzu eti ve % 2.90'ı keçi eti tüketmeyi tercih etmektedirler (Nalinci, 2013). Bazı çalışmalarda en fazla sığır etinin tercih edildiği (Atay ve ark., 2004; Karakaş ve ark., 2008; Yaylak ve ark., 2010; Şeker ve ark., 2011; Ulaş, 2011; Uzundumlu ve ark., 2011), bazı çalışmalarda en fazla dana etinin tercih edildiği (Karakaş, 2010; Lorcu ve Bolat, 2011), bazılarında ise en fazla koyun etinin tercih edildiği saptanmıştır (Aygün ve ark.,2004). Çalışmamızda tüketilen kırmızı et çeşidinde küçükbaş hayvanların (koyun, kuzu ve keçi) yüksek oranda tercih edilmesinin en önemli sebepleri Bingöl ilinde küçükbaş hayvan varlığının fazla olması ve özellikle keçi etinin fiyatının ucuz olmasından kaynaklandığı sonucuna varılmıştır. Hanehalklarının kırmızı et satın alma şekillerinde parça/kıyma % 30.8

ile ilk sırada yer alırken bunu sırasıyla % 25.1 ile parça, % 22.2 ile kıyma, % 12.5 ile sucuk-salam-sosis ve % 9.4 ile de sakatat izlemektedir. Yapılan bir çok çalışmada da kırmızı etin satın alınma şeklinde parça ve kıyma ilk sırada gelirken sakatat ve diğer şekillerin (sucuk-salam-sosis) tüketimi daha düşük oranda belirlenmiştir (Atay ve ark., 2004; Karakaş, 2010; Yaylak ve ark., 2010; Ulaş, 2011; Nalinci, 2013). Çalışmamızda hanehalklarının sakatat ve diğer (pastırma) satın alma şeklinde et ve süt kurumunun ürünlerinin önemli bir rolü olduğu yapılan anketlerde açıkça ortaya çıkmıştır. Kırmızı et alışverişini hanehalklarının büyük bir kısmı (% 62.2) aylık olarak yaparken, küçük bir kısmı (% 8.8) haftalık olarak yapmaktadırlar. Yapılmış bazı çalışmalarda kırmızı et satın alma sıklığının en fazla ayda bir (Ceylan, 2006; Ulaş, 2011; Uzundumlu ve ark., 2011; Nalinci, 2013), bazılarında ise kırmızı et satın alma sıklığının en fazla on beş günde bir olduğu saptanmıştır (Uluat, 2002; Kızıloğlu ve Kızıloğlu, 2013).

4. Sonuç ve Öneriler

Hanehalklarının % 59.5'inin erkek, % 68.5'inin evli, % 45.3'ünün yükseköğretim mezunu, % 27.4'ünün memur, % 72'sinin ev sahibi ve % 52.5'inin araç sahibi olduğu belirlenmiştir. Görüşülen bireylerin yaş ortalaması 35.7 olarak hesaplanmıştır. İncelenen ailelerde eşin çalışmama oranı % 54.2 olarak bulunmuştur.

Hanehalkı sayısı ortalama 4.8 kişi, ortalama aylık gelirleri 3551.5 TL, ortalama aylık harcamaları 2106.1 TL, ortalama gıda harcamaları 876.8 TL ve ortalama aylık et tüketimleri 4.40 kg olarak saptanmıştır. Hanehalkları ortalama aylık gelirlerinin % 59.3'ünü ortalama aylık harcamaya ayırırken, ortalama aylık harcama içerisinde ortalama gıda harcamasının oranı ise %41.6 olarak hesaplanmıştır. Ortalama gıda harcaması içinde ortalama kırmızı et harcamasının oranı % 13.2 olarak belirlenmiştir.

Gelir grupları itibari ile aylık ortalama gelir arttıkça aylık ortalama gıda harcamasının da arttığı, buna karşın aylık ortalama gıda harcamasının ortalama gelirdeki payının azaldığı görülmüştür (P<0.05). Gelir arttıkça aylık et tüketiminin de arttığı ve aylık ortalama et tüketiminin yaklaşık olarak 4.5 kg olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

İncelenen hanehalklarında gıda alışverişi % 39 oranında "birlikte" yapılırken, kırmızı etin satın alınma durumunda da % 35.8 oranında "birlikte" karar verildiği, kırmızı etin alışverişinde ise (kırmızı etin tüketilen çeşidi ve satın alınma şekli) hanehalklarında % 59 oranında "baba"nın karar verici olduğu belirlenmiştir.

İncelenen hanehalklarında kırmızı etin tüketilme oranı % 88 olarak saptanmış, kırmızı etin tüketilmemesinde % 33.3 ile "ekonomik" nedenler ilk sırada yer almaktadır. Hanehalklarının % 56.5'i kırmızı et tüketim miktarını yeterli bulurken, % 43.5'i ise

yetersiz bulmakta; bu durumun en önemli nedeni olarak ilk sırada yaklaşık % 60 oranında “gelirim yetersiz” faktörünü ifade ettikleri saptanmıştır.

Hanehalklarının kırmızı et tüketim alışkanlığını değiştiren en önemli neden % 35.6 ile mevsim olarak belirlenmiştir. Hanehalkları kırmızı eti sağlık nedeniyle (hastalıklardan korunmak) için % 53 oranında kışın, %35 oranında ise açık havada aile yemekleri nedeniyle yazın satın aldıklarını belirtmişlerdir. Hanehalklarının kırmızı eti tercih nedenleri arasında lezzet faktörü (%48.9) öne çıkmaktadır.

Hanehalkları, kırmızı eti en çok kasaplardan (% 59.9) temin etmektedirler. Kırmızı et satın alınan yer tercihinde % 38.3 ile ilk sırada tazelik kalite faktörüne önem verildiği belirlenmiştir. Çalışmamızda kırmızı etin satın alınma yapısının ortaya çıkmasında veresiye kavramının ve ilde bulunan et ve süt kurumunun önemli rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Küçükbaş hayvan varlığının Bingöl ilinde fazla olması ve özellikle keçi etinin fiyatının ucuz olmasından dolayı çalışmamızda küçükbaş et tüketimi yaklaşık olarak % 75 oranında saptanmıştır. Hanehalklarının kırmızı eti satın alma şekilleri içinde parça/kıyma şeklinde satın alım % 30.8 ile ilk sırada yer alırken, kırmızı et satın alınmasının genellikle (% 62.2) aylık olarak yapıldığı belirlenmiştir.

Kırmızı et ve et ürünleri sektörünün üretici-sanayici ve tüketici boyutuyla ele alınarak organize olarak geliştirilecek stratejilerle tüketim alışkanlıklarında bir değişim oluşturulabilir. Bu sayede özellikle kırmızı et tüketiminin mevsimlerle sınırlı kalmaması tüm yıla yayılması sağlanabilir. Kırmızı et tüketiminde gelir faktörü ve ekonomik nedenlerin etkili olduğu düşünüldüğünde bu soruna çözüm olması açısından bireylerin kırmızı et satın alma yapısını etkileyen et ve süt kurumunun Bingöl ilinde Pazar payının artırılması kırmızı et tüketimini olumlu yönde arttırabilir. Bingöl ili kırmızı et ve et ürünleri sektöründeki karar vericiler bu verileri doğru okuyarak tüketici tanımlamasını güncelleyerek üretimden pazarlamaya kadar geçen sürecin etkin çalışması sağlanmalı ve sürdürülebilir olması hedeflenmelidir.

Kaynaklar

Akçay, Y., Vatansever, Ö., 2010. Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 4(1): 043-060.

Aktaş, R.A., 2008. Kentsel alanda et talep analizi: Batı Akdeniz bölgesi örneği. T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi. Isparta, 2008.

Anonim, 2014. Türkiye Tüketici Profili ve Bilinç Seviyesi Araştırması. T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. Tüketici ve Çevre Eğitim Vakfı. Ankara, 2014.

Anonim, 2015. Türkiye’de Hayvancılığın Durumu ve Et İthalatı (<http://www.zmo.org.tr>)

Armağan, G., Akbay, C., 2007. An econometric analysis of urban households’ animal products consumption in Turkey, Applied Economics: 1-8.

Atay, O., Gökdal, Ö., Aygün, T., Ülker, H., 2004. Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Isparta.

Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Ülker, H., 2004. Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlığı. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniversitesi. Ziraat. Fakültesi, Isparta.

Ceylan, M., 2006. Van ili kentsel ve kırsal alanda et ve et ürünleri tüketim yapısı ve tüketicilerin satın alma eğilimleri (Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.

Engindeniz, S., Çukur, F., 2003. İzmir ili Kemalpaşa ilçesinde şeftali üretiminin teknik ve ekonomik analizi üzerine bir araştırma. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 40(2): 65-72.

Erdoğan, N., Çiçek, H., 2015. Hayvansal gıdaların tüketim yapısı ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Üniversite Personeli Örneği. Kocatepe Veteriner Dergisi (2015) 8(1): 25-31.

Gujarati, N.D. 1995. Basic econometrics. McGraw-Hill. Third Edition. USA.

Günden, C., Miran, B., 2007. Bulanık eşli karşılaştırma yöntemiyle çiftçilerin amaç hiyerarşisinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 20(2): 183-191.

Gündüz, O. Esengün, K., Göktoğra, Z.,G., 2006. Ailelerin et tüketimleri üzerine bir araştırma: Tokat ili örneği. VII. Tarım Ekonomisi Kongresi Cilt II. 13-15 Eylül 2006, Antalya S.1152-1160.

Hocquette, J.F., S. Gigli., 2005. Challenge of quality. indicators of milk and beef quality. EAAP Publication No: 112.

Işın, Ş., Koçak, E., 2003. İzmir ilinde farklı üretim teknikleri uygulayan zeytin sıkma tesislerinin ekonomik analizi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 40(1): 127-134.

İçöz, Y., 2004. Talep kavramı, kırmızı et ve et ürünlerinde talebi etkileyen faktörler. Tarımsal Ekonomi Araştırmalar Enstitüsü, T.E.A. E. Bakış 7 (1): 1-4.

İlhan G.M., 2011. Tekirdağ ilinde kırmızı et tüketim alışkanlıklarının analizi. T.C. Namık Kemal Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ, 2011.

Kalaycı Ş, Albayrak AS, Eroğlu A, Küçükşille E, Ak B, Karaltı M, Keskin HÜ, Çiçek E, Kayış A, Öztürk E, Antalya ÖL, Uçar N, Demirgil H, İşler DB, Sungur O 2005. SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti Yayınları, 1. Baskı, Ankara.Prentice Hall, USA.

Karakuş, G., 2010. tokat ili kentsel alanda et ve et ürünleri tüketiminde tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. (Yüksek Lisans Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.

Karakaya, E., İnci, H., 2014. Bingöl ili merkez ilçesi hane halkının kanatlı eti tüketim tercihleri. U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 2014, Cilt 28 (1): 53-64

Karakuş, K., Aygün, T., Alarslan, E., 2008. Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi 18(2): 113-120.

Kızıloğlu, S., Kızıloğlu, R., 2013. Erzurum merkez ilçede et ve ithal et tüketme durumunu inceleyen bir araştırma. Iğdır Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 3(1): 61-68.

- Lorcu F., Bolat, B.A., 2011. Edirne merkez ilçede tüketicilerin ithal kırmızı et satın alma tercihlerini etkileyen faktörler. *Akademik Gıda* 9(6): 38-45.
- Lorcu, F., Bolat, B.A., 2012. Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(1): 71-85.
- Miran, B., 2003. *Temel istatistik*. Ege Üniversitesi Basımevi, ISBN 975-9308800 Bornova İzmir.
- Mirer, T.W., 1995. *Economic statistic and econometrics*. 3rd Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Nalinci, S., 2013. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörler. *Yüksek Lisans Tezi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Tokat*, 2013.
- Newbold, P., 1995. *Statistics for Business and Economics*. Prentice-Hall International, New Jersey.
- Özdamar, K., 2004. *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Genişletilmiş 5. Baskı.
- Pazarlıoğlu, M.V., Miran, B., Ucdođruk, S., Abay, C., 2007. Using econometric modelling to predict demand for fluid and farm milk: A case study from Turkey. *Food Quality and Preference*, 18: 416-424.
- Şeker, İ., Özen, A., Güler, H., Şeker, P., Özden, İ., 2011. Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 17(4): 543-550.
- Tosun, Ö.O., 2006. Antalya ilinde tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisans tezi*. 54s.
- Tosun, Ö., Hatırlı, A., 2009. Tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 2: 433-445.
- TÜİK, 2011. *Tarımsal Üretim İstatistikleri*, www.tuik.gov.tr (Erişim tarihi: 15.03.2016)
- TÜİK, 2014. *Tarımsal Üretim İstatistikleri*, www.tuik.gov.tr (Erişim tarihi: 15.03.2016)
- Ulaş, B., 2011. Aydın ili kentsel alanda kırmızı et ve kanatlı eti tüketicilerinin kararları ile bunları etkileyen faktörler (Yüksek Lisans Tezi). *GOP Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat*.
- Uluat, Ş., 2002. Van ili merkez ilçede hayvansal gıda tüketim yapısı (Yüksek Lisans Tezi). *Yüzüncü yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Van*.
- Uzundumlu, A. S., Işık, H. B., Kırılı, M. H., 2011. İstanbul ili Küçükçekmece ilçesinde en uygun et tipinin belirlenmesi. *Alınteri Ziraat Bilimler Dergisi*, 2(2): 40-48.
- Uzunöz, M., Büyükbay, E.O., Bal, G., 2008. Kırsal kadınların gıda güvenliği konusunda bilinç düzeyleri (Tokat İli Örneği). *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 2008, Cilt 22, Sayı 2, 35-46.
- Verbeke, W., Viaene, J., 1999. Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat consumption in Belgium: empirical evidence from a consumer survey. *Food Quality and Preference* 10: 437-445.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N., Konca, Y., 2010. İzmir ili ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Hayvansal Üretim* 51(1):21-30.