



Diyarbakır ilinde İthal Et Tüketimine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi

Examination of Factors Affecting Imported Meat Consumption in Diyarbakır Province

 Emine İKİKAT TÜMER ¹

 Seda GÜRÜN ¹

 Mizgin CİHAN ¹

¹: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,
Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü,
Kahramanmaraş, TÜRKİYE

ÖZ

Kırmızı et miktarından ve fiyatından kaynaklanan sorunlar nedeniyle Türkiye, canlı hayvan ve karkas et ithalatına yönelmiştir. Buna bağlı olarak ithal etin tüketiminin incelenmesi önemli bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada, kırmızı et tüketen bireylerin ithal et tüketme durumlarını etkileyen faktörler ve tüketim tercihlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Diyarbakır ilinde 2019 yılında 384 tüketici ile anket yapılmış olup elde edilen veriler Tanımlayıcı istatistiklerle ve Ki-kare testi ile analiz edilmiştir.

Araştırma bölgesinde ithal et tüketimini yaş, et ve et ürünlerine ilişkin haber ve reklamlardan etkilenme düzeyi, ithal et satın alma tercihi, ithal ve yerli eti ayırt etme, ithal et fiyatına yerli et satın alma istekliliği, ithal et kesimine ilişkin görüş, ithal etin üretildiği yeri bilme durumu, ithal ve yerli et fiyatlarını karşılaştırma durumları gibi faktörlerin etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İthal ve yerli etin tüketiciler tarafından ayırt edilebilmesi önemli bir konudur. Özellikle ambalajlı et satın alımında paket üzerinde ithal veya yerli olma durumuna ilişkin detaylı bilgi içeriğine sahip etiketlerin bulunması gereklidir. Yerli üretimin teşvik edilmesi ve üretim koşullarının iyileştirilmesi önerilmektedir. Yerli üreticinin korunmasına özen gösterilerek et fiyatlarını düşürmeye yönelik politikalar uygulanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: İthal et, kırmızı et, tüketim, Diyarbakır

ABSTRACT

Due to the problems arising from the amount and price of red meat, Türkiye has turned to the import of live animals and carcass meat. Accordingly, examining the consumption of imported meat has become an important issue. In this study, it was aimed to examine the factors affecting the consumption of imported meat and consumption preferences of individuals who consume red meat. A survey was conducted with 384 consumers in Diyarbakır province in 2019, and the data obtained was analyzed with descriptive statistics and Chi-square test.

In the research region, imported meat consumption is determined by age, number of working family members, level of influence from news and advertisements about meat and meat products, preference for purchasing imported meat, distinguishing between imported and domestic meat, willingness to purchase domestic meat at the price of imported meat, opinion on slaughtering imported meat. It has been concluded that factors such as knowing where imported meat is produced and comparing imported and domestic meat prices affect the meat prices. It is an important issue that consumers can distinguish between imported and domestic meat. Especially when purchasing packaged meat, it is necessary to have labels on the package with detailed information about whether it is imported or domestic. It is recommended to encourage domestic production and improve production conditions. Policies to reduce meat prices should be implemented, paying attention to the protection of domestic producers.

Keywords: Imported meat, red meat, consumption, Diyarbakır



Bu çalışma Cihan MİZGİN adlı yazarın lisans tezinden üretilmiştir.

Geliş Tarihi/Received 01.06.2024
Kabul Tarihi/Accepted 27.06.2024
Yayın Tarihi/Publication Date 01.07.2024

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Seda GÜRÜN
E-mail: sedagurun@gmail.com

Cite this article: İkikat Tümer E., Gürün S., Cihan M. (2024). Examination of Factors Affecting Imported Meat Consumption in Diyarbakır Province. *Journal of Animal Science and Economics*, 3(2), 51-57.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

GİRİŞ

Bireylerin sağlıklı bir hayat sürebilmeleri için dengeli beslenmesi ve yeterli miktarda karbonhidrat, yağ, vitamin, mineral ve protein tüketmesi gereklidir. Soya ürünleri, tahıllar, baklagiller ve fasulye bitkisel proteinleri; yumurta, balık, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ise hayvansal proteinleri oluşturmaktadır (İkikat Tümer ve ark., 2016). Özellikle et ve et ürünlerinin sıklıkla tüketilmesi protein ve önemli mikro besinlerin alımında etkilidir (McAfee ve ark., 2010, Millward ve Garnett, 2010). Et ve et ürünleri tüketiminde ülkeler arası ve ülke içi farklılıklar olabilmektedir (Furnols ve Guerrero, 2014). Beslenme, yaşam standartları, hayvancılık üretimi ve tüketici fiyatları başta olmak üzere makroekonomik belirsizlik ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) şokları et tüketimi üzerinde etkili faktörlerdir. Üretim maliyetinin diğer ürünlere kıyasla çok yüksek olduğu bilinen kırmızı et, aynı zamanda yüksek çıktı fiyatlarına sahip bir üründür. Et tüketim miktarı bin ton karkas ağırlığı ve kişi başına kilogram perakende ağırlığı cinsinden hesaplanmaktadır (OECD, 2024).

2022 yılı Dünya dana eti tüketimi 57.380 ton iken küçükbaş kırmızı et tüketimi 463.840 ton, kişi başına küçükbaş kırmızı et tüketimi 5.5 kg olarak tespit edilmiştir. Son yıllarda kırmızı ete olan talep artışı nedeniyle toplam kırmızı et tüketimi artış göstermiştir (TEPGE, 2023). Türkiye iklim ve coğrafi şartlarının sağladığı avantajlara bağlı olarak hayvancılık faaliyetleri için oldukça elverişlidir. Büyükbaş hayvancılık birçok bölgede yapılmakta olan yaygın bir ekonomik faaliyet koludur (İkikat Tümer ve ark., 2022). Türkiye'nin toplam kırmızı et tüketimi 2 milyon 36 bin ton olup kişi başına tüketim miktarı 23.9 kg, büyükbaş kırmızı et tüketim miktarı kişi başına 18.44 kg'dır. Kişi başına küçükbaş et tüketimi ise 5.5 kg olarak tespit edilmiştir (TEPGE, 2023).

İspanya, Almanya, Hollanda ve ABD ülkeleri kırmızı et ihracatı yapan önemli ülkelerdir. Çin, İtalya, Almanya ve Polonya ise en büyük ithalatçı ülkeler olarak tanımlanmaktadır. "Türkiye'nin kırmızı et ihracat ve ithalatındaki payı (%0,01) oldukça düşüktür" (Ertaş, 2023). Kırmızı et ürünlerinin ülke içi fiyatlarının düşürülmesinin sağlanması ve arz-talep dengesinin korunması gibi amaçlar doğrultusunda Türkiye'de karkas ve canlı hayvan ithalatını artırmaya yönelik çalışmalar yürütülmektedir (Aktaş, 2020). Türkiye'nin kırmızı et miktarında ve fiyatında yaşadığı sorunlar uzun yıllara dayanmakta olup kişi başına et tüketimi fiyatlardaki artışa bağlı olarak daha da düşmektedir (Lorcu ve Bolat, 2012).

Türkiye, 2010 yılından itibaren canlı hayvan ve karkas et ithalatı yapmaktadır (Aktaş, 2020). Canlı hayvan ithalatı 2023 yılında 1 milyar 195 milyon 977 bin dolar olarak gerçekleştirilmiş olmasına rağmen et fiyatlarında artış yaşanmıştır (TÜİK, 2023). İşlenmemiş toplam kırmızı et ithalatı 37 bin tondur ve bu ithalatın %90'ı Polonya ve

Fransa'dan yapılmıştır. Türkiye'nin büyükbaş hayvan eti ithalatı 2023 yılında 36.546 ton, küçükbaş hayvan eti ithalatı ise 520 tondur (ESK, 2023).

Türkiye'de kırmızı et tüketimini etkileyen faktörlere yönelik (Yaylak ve ark., 2010; Şeker ve ark., 2011; Akçay ve Vatansever, 2013; Sevimli ve Gülçubuk, 2018; Kibar ve ark., 2019; Taşköprü, 2022; Gürbüz ve ark., 2023) farklı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada, tüketicilerin ithal et tüketimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

MATERYAL ve YÖNTEM

Bu araştırmanın ana materyalini Diyarbakır ilinde yaşayan 384 tüketici ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Anket çalışması 2019 yılında tamamlanmıştır. Örneklem sürecinde ortalamadan izin verilen hata payı %5 ve %95 güven derecesinde çalışılmıştır. Örnek büyüklüğünün hesaplanmasında Oransal Örneklem yöntemi kullanılmıştır (Newbold, 1995).

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) * \sigma_p^2 + p * q} = \frac{1362708 * 0.5 * 0.5}{(1362708 - 1) * 0.00065 + 0.5 * 0.5} \cong 384$$

$$\sigma_p^2 = \left(\frac{r}{Za} \right)^2 = \left(\frac{0.05}{1.96} \right)^2 = 0.00065$$

Formülde;

n:Örneğin büyüklüğü,

N: Popülasyondaki hanehalkı sayısı

σ_p^2 : Oranın varyansı,

p: Tüketici sayısının popülasyondaki oranını (%5) göstermektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen anket verileri Tanımlayıcı istatistikler ve Ki-kare testi ile analiz edilmiştir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmaya katılanların yaş ortalaması 36.13 yıl olup %47.9'u 30-44 yaş aralığındaki bireylerdir. Erkek katılımcıların oranı %64.6, evli olanların oranı %76.6'dır. Katılımcıların %16.7'si okuryazar, %19.0'u ilkökul, %26.6'sı lise, %32.6'sı üniversite mezunudur. Ailedeki birey sayısı ortalama 5.52, çocuk sayısı ortalama 2.59, ailede aktif çalışan birey sayısı ortalama 1.58 olarak hesaplanmıştır (Tablo 1). Boz (2019) Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesinde yaptığı çalışmada tüketicilerin yaş ortalamasının 37.37 yıl, %76.0'sının evli bireyler olduğunu, %47.33'ünün hanesinde 2-3 kişinin yaşadığını belirlemiştir.

Aylık toplam hane halkı gelir düzeyi ortalama 3,632 TL, aylık toplam hane halkı gıda harcaması ortalama 1,151 TL olarak saptanmıştır (Tablo 2). Kaya ve Yıldırım (2021) araştırmalarında 2017 yılında, Şanlıurfa ilinde katılımcıların aylık gelir ortalamalarının 3,610 TL, aylık gıda harcamaları ortalamalarının ise 1,165 TL olduğunu tespit etmişlerdir.

Tablo 1. Tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri
Table 1. Socio-demographic characteristics of consumers

		N	%
Yaş	≤29	122	31,8
	30-44	184	47,9
	≥45	78	20,3
	Toplam	384	100,0
Cinsiyet	Kadın	136	35,4
	Erkek	248	64,6
	Toplam	384	100,0
Medeni Durum	Bekar	90	23,4
	Evli	294	76,6
	Toplam	384	100,0
Eğitim Durumu (Yıl)	Okur-yazar	64	16,7
	İlkokul	73	19,0
	Ortaokul	20	5,2
	Lise	102	26,6
	Üniversite	125	32,6
Toplam	384	100,0	
Aile birey sayısı	≤ 5 kişi	212	55,2
	≥ 6 kişi	172	44,8
	Toplam	384	100,0
Ailedeki çocuk sayısı	≤ 2	213	55,5
	≥ 3	171	44,5
	Toplam	384	100,0
Ailedeki çalışan sayısı	1 kişi	237	61,7
	≥ 2 kişi	147	38,3
	Toplam	384	100,0

Tablo 2. Tüketicilerin ekonomik özellikleri
Table 2. Economic characteristics of consumers

		N	%
Aylık toplam hane halkı gelir düzeyi (TL)	≤2499	145	37,8
	2500-4999	132	34,4
	≥5000	107	27,8
	Toplam	384	100,0
Aylık toplam hane halkı gıda harcaması (TL)	≤999	156	40,6
	1000-1999	164	42,7
	≥2000	64	16,7
	Toplam	384	100,0

Et ve et ürünleri tüketiminde haberler/reklamlardan etkilenenlerin oranı %30,2, etkilenmeyenlerin %69,8'dir. "Kırmızı et ürünlerinin üretiminden tüketimine kadar olan tüm aşamalarında denetlenip tüm sağlık risklerinin minimuma indirildiği, kesinlikle güvenilir bir kurum tarafından onaylanması" durumunda tüketicilerin %51,6'sı fazla ödeme yapmayı istemektedirler. Katılımcıların %52,6'sı işlenmiş veya işlenmemiş et ürünlerini ambalajsız (açıkta) almayı tercih etmektedirler. Kırmızı et fiyatlarının yüksek olması durumunun kırmızı et üretiminin az, tüketiminin fazla olmasından kaynaklandığı görüşünde olanların oranı

%50,0'dir (Tablo 3). Onurlubaş (2015) araştırmasında Tokat ilindeki bireylerin %40,6'sının sağlıklı olduğu kesinlikle güvenilir bir kurum tarafından onaylanmış ürünlere fazla para ödeme yapmak istediklerini belirlemiştir. Değirmenci ve Yavuz (2019) çalışmalarına katılanların %55,0'inin et ve et ürünleri satın alımında ambalaj olmasına çok önem verdiklerini tespit etmişlerdir.

Tablo 3. Kırmızı et tüketimine ilişkin genel bilgiler
Table 3. General information about red meat consumption

		N	%
Et ve et ürünleri ile ilgili haberlerden etkilenme durumu	Hayır	268	69,8
	Evet	116	30,2
	Toplam	384	100,0
Denetlenmiş kırmızı et ürünleri için fazla ödeme yapma istekliliği	Hayır	186	48,4
	Evet	198	51,6
	Toplam	384	100,0
Kırmızı et ürünlerinde satın alma tercihi	Ambalajlı	182	47,4
	Açıkta satılan	202	52,6
	Toplam	384	100,0
Kırmızı et fiyatlarının yüksek olmasının nedenlerine yönelik görüşler*	Üretim az olması	192	50,0
	Yanlış politikalar	130	33,9
	Yüksek maliyet	127	33,1
	Aracının fazla olması	51	13,3

*Birden fazla yanıt alınmıştır.

İthal etin karkas olarak ithal edilmesi gerektiğini düşünenlerin oranı %96,4, ithal etin helal kesim olduğunu düşünenlerin oranı ise %53,9 olarak saptanmıştır. Ankete katılanların %57,3'ü Türkiye Et ve Süt Kurumu tarafından piyasaya sürülen etlerin ithal olduğundan haberdardır. İthal ambalajlı etin markasına önem verenlerin oranı %84,9'dur, İthal etin ambalaj bilgilerinde menşei/üretim yeri bilgilerinin bulunmasını isteyenlerin oranı %96,1'dir. Tüketicilerin %96,1'inin ithal ambalajlı et/et ürünleri üzerinde renkli etiket (ithal et olduğunu belirten bir etiket) bulunmasını istediği belirlenmiştir (Tablo 4). Özyürek ve ark., (2019) çalışmalarına katılanların tamamının satılan kırmızı etin ithal veya yerli olduğunun tüketiciye belirtilmesi gerektiği görüşüne sahip olduklarını incelemiştir.

Diyarbakır ilinde araştırmaya dahil edilen tüketicilerin %40,4'ü ithal et tüketmekte olup %54,2'si ithal et ile yerli eti ayırt edememektedir. Katılımcıların %29,9'unun ithal et fiyatının yerli et fiyatına göre düşük olması durumunda tüketebilecekleri, %70,1'inin ise tüketmek istemediği incelenmiştir. Yerli kırmızı et ve ithal kırmızı et için fiyat karşılaştırması yapanların oranı %41,7'dir. İthal eti tercih ederken katılımcıların etin kokusuna (%68,5), görseline (%18,5) daha fazla dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 5).

Tablo 6 Tablo 6'da araştırmaya katılan bireylerin kırmızı ithal et tüketme durumlarını etkileyen faktörlerin dağılımı verilmiştir. Katılımcıların %59.6'sı ithal et tüketmemekte, %40.4'ü ise tüketmektedir. Kırmızı ithal et tüketimi üzerinde etkili faktörlerin incelenmesi amacıyla Ki-kare analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre ithal et tüketme durumu ile yaş, kırmızı et ürünleri tüketiminde haberler ve reklamlardan etkilenme, ürünlere yönelik satın alım tercihi, ithal ve yerli eti ayırt etme, ithal et fiyatına yerli et satın alma, ithal etin helal kesim olduğunu düşünme, ithal etin üretildiği ülkeyi bilme, ithal ve yerli et fiyatlarını karşılaştırma durumları arasında istatistiki açıdan anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 4. Tüketicilerin ithal et üretimine yönelik görüşleri
Table 4. Consumers' opinions about imported meat production

		N	%
İthal etin ne şekilde ithal edilmesi gerektiğine yönelik görüş	Canlı	14	3,6
	Karkas	370	96,4
	Toplam	384	100,0
İthal etin helal kesim olduğunu düşünme durumu	Hayır	177	46,1
	Evet	207	53,9
	Toplam	384	100,0
Et ve Süt Kurumu etlerinin ithal olduğundan haberdar olma durumu	Hayır	164	42,7
	Evet	220	57,3
	Toplam	384	100,0
İthal ambalajlı etin markasına dikkat etme durumu	Hayır	227	59,1
	Evet	157	84,9
	Toplam	384	100,0
İthal etin ambalaj bilgilerinde menşei/üretim yeri olmalıdır görüşü	Hayır	12	3,1
	Evet	372	96,9
	Toplam	384	100,0
İthal ambalajlı et/et ürünleri üzerinde renkli etiket bulunmalıdır görüşü	Hayır	15	3,9
	Evet	369	96,1
	Toplam	384	100,0

İthal et tüketme durumu ile yaş grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark saptanmıştır ($p < .01$). İthal et tüketmeyenlerin çoğunluğu 45 yaş ve üzerindeki bireyler olup 29 ve altı yaş grubundaki bireylerde ithal et tüketme oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 6).

İthal et tüketme durumu ile et ve et ürünleri ile ilgili haberlerden ve reklamlardan etkilenme durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir ($p < .01$). İthal et tüketenlerin %46.3'ü haber ve reklamlardan etkilenirken, ithal et tüketmeyenlerin %65.3'ü etkilenmemektedir (Tablo 6).

İthal et tüketme durumu ile kırmızı et satın alım tercihi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($p < .10$). Et satın alımında ithal et tüketmeyenlerin %64.3'ünün ambalajlı et ürünü tercih ettiği tespit edilmiştir (Tablo 6).

Salman (2019) çalışmasında tüketicilerin ambalajlı ithal kırmızı et tüketme durumu üzerinde gelir ve eğitimin etkili faktörler olduğunu belirlemiştir.

İthal et tüketme durumu ile ithal et ve yerli eti ayırt etme değişkenleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark saptanmıştır ($p < .01$). İthal et tüketmeyenlerin %65.9'unun ithal et ve yerli et arasında ayırım yapabildiği incelenmiştir (Tablo 6).

Tablo 5. Tüketicilerin ithal et tüketim tercihleri
Table 5. Consumers' imported meat consumption preferences

		N	%
İthal et tüketme durumu	Hayır	229	59,6
	Evet	155	40,4
	Toplam	384	100,0
İthal et ile yerli eti ayırt edebilme durumu	Hayır	208	54,2
	Evet	176	45,8
	Toplam	384	100,0
İthal et fiyatının yerli et fiyatına göre düşük olması durumunda tüketme istekliliği	Hayır	269	70,1
	Evet	115	29,9
	Toplam	384	100,0
Yerli kırmızı et ve ithal kırmızı et fiyatlarını kıyaslama durumu	Hayır	224	58,3
	Evet	160	41,7
	Toplam	384	100,0
İthal eti tercih ederken dikkat edilen faktörler	Renk	28	7,3
	Koku	263	68,5
	Görseli	71	18,5
	Tadı	22	5,7
	Toplam	384	100,0

İthal et tüketme durumu ile ithal et fiyatına yerli et satın alma istekliliği arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p < .01$). İthal et tüketmeyenlerin %75.8'i ithal et fiyatına yerli et satın almak istememektedir. İthal et tüketenlerin %78.3'ünün ithal et fiyatına yerli et almak istedikleri belirlenmiştir (Tablo 6).

İthal et tüketme durumu ile ithal etin helal kesim olduğunu düşünme durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark saptanmıştır ($p < .01$). İthal et tüketmeyenlerin %71.2'si helal kesim olmadığını düşünürken ithal et tüketenlerin %50.2'si helal kesim olduğunu düşünmektedir (Tablo 6).

İthal et tüketme durumu ile ithal etin üretildiği ülkeyi bilme durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark saptanmıştır ($p < .05$). İthal et tüketmeyenlerin %61.9'u ithal etin üretildiği ülkeler hakkında bilgi sahibi değilken ithal et tüketenlerin %53.6'sı bilgi sahibidir (Tablo 6).

İthal et tüketme durumu ile ithal et ve yerli et fiyatlarını karşılaştırma durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark saptanmıştır ($p < .01$). İthal et tüketmeyenlerin %77.2'si kıyaslama yapmamakta olup ithal et tüketenlerin %65.0'i fiyat karşılaştırması yapmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6. Tüketicilerin kırmızı ithal et tüketimlerini etkileyen faktörlerin analizi (%)
Table 6. Analysis of factors affecting consumers' red imported meat consumption (%)

	İthal et tüketmeyen	İthal et tüketen	Toplam	Ki-kare değeri (P değeri)
Yaş (Yıl)				
≤29	50.0	50.0	100.00	
30-44	60.9	39.1	100.00	9.613***
≥45	71.8	28.2	100.00	(0.008)
Toplam	59.6	40.4	100.00	
Haber ler ve reklamlardan etkilenme durumu				
Hayır	65.3	34.7	100.00	
Evet	46.6	53.4	100.00	11.820***
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.001)
Satın alım tercihi				
Ambalajlı	64.3	35.7	100.00	
Açıkta satılan	55.4	44.6	100.00	3.108*
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.078)
Ayırt etme durumu				
Hayır	54.3	45.7	100.00	
Evet	65.9	34.1	100.00	5.313***
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.000)
İthal et fiyatına yerli et satın alma istekliliği				
Hayır	75.8	24.2	100.00	
Evet	21.7	78.3	100.00	97.941***
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.000)
İthal etin helal kesim olduğunu düşünme durumu				
Hayır	71.2	28.8	100.00	
Evet	49.8	50.2	100.00	18.200***
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.000)
İthal etin üretildiği ülkeyi bilme durumu				
Hayır	61.9	38.1	100.00	
Evet	46.4	53.6	100.00	4.750**
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.029)
İthal ve yerli et fiyatlarını karşılaştırma durumu				
Hayır	77.2	22.8	100.00	
Evet	35.0	65.0	100.00	69.154***
Toplam	59.6	40.4	100.00	(0.000)

SONUÇ ve ÖNERİLER

Diyarbakır ilinde kırmızı et tüketen bireylerin ithal et tüketme durumları üzerinde etkili olan faktörlerin incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, ithal et tüketimine yönelik önemli bulgular elde edilmiştir. Katılımcıların et ve et ürünleri ile ilgili yapılan haberlerden etkilenme oranı düşük olmasına rağmen özellikle üreticilerin ve tüketicilerin aktif bir şekilde erişim sağladıkları televizyon, telefon ve sosyal medya ağları aracılığıyla et üretimine ve tüketimine ilişkin doğru ve güvenilir bilgilerin aktarılması önemlidir. Buna bağlı olarak güvenilir bir kurum tarafından denetlenmesi yapılan üretim koşullarının tüketicilere sunulmasının, hijyen kurallarına dikkat edilmesinin ve bireylerin sağlığını riske atacak üretim koşullarının iyileştirilmesinin önemi tüketicilere kazandırılmalıdır. Araştırma bölgesinde bu faktörlere ilişkin farkındalık düzeyinin hedeflenen seviyede olmadığı ve denetlenmiş et ürünleri için fazla ödeme yapma istekliliği

konusunda bireylerin kararsızlığı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca et ve et ürünlerinin daha çok ambalajsız (açıkta) alındığı tespit edilmiş ve tüketicilerin ürünlerin kimyasal ve fiziksel tehlikelere maruz kalmasına ilişkin tehditleri göz ardı ettiği değerlendirilmiştir.

Tüketiciler, üretimin az tüketimin ise fazla olmasından kaynaklı olarak et fiyatlarının yüksek olduğu görüşüne sahip olup katılımcıların çoğunluğu ithal etin karkas et olarak ithal edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Buna rağmen ithal etin helal kesim olup olmadığına dair net bir ayırım yapamamaktadırlar. Tükettikleri et ile ilgili ithal edilen ülkeye ilişkin bilgilerin verilmesi, ithal et tüketiminde dikkat edilmesi gereken öncelikli kriterlerin belirlenmesi, tüketim aşamasında yerli ve ithal eti ayırt edebilme ve hatta fiyat karşılaştırması yapabilme durumlarına olumlu yönde katkı sağlayacak bilinçli tüketim düzeyinin oluşturulması gereklidir.

Ankete katılanların ithal et tüketme durumları üzerinde; yaş, et ve et ürünlerine ilişkin haber ve reklamlardan etkilenme düzeyi, ithal et satın alma tercihi, ithal ve yerli eti ayırt etme, ithal et fiyatına yerli et satın alma istekliliği, ithal et kesimine ilişkin görüş, ithal etin üretildiği yeri bilme durumu, ithal ve yerli et fiyatlarını karşılaştırma durumları gibi faktörlerin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye genelinde ithal kırmızı et pazarlamasının, üretici ve tüketici üzerindeki etkisini inceleyen farklı araştırmaların yapılması teşvik edilmelidir.

Etik Komite Onayı: Yazarlar çalışmanın World Medical Association Declaration of Helsinki "Ethical Principles for Medical Research Involving Human Subjects", (amended in October 2013) prensiplerine uygun olarak yapıldığını beyan etmişlerdir.

Katılımcı Onamı: Bu çalışmaya katılan tüm katılımcılardan sözlü onam alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir-E.İ.T.; Tasarım-S.G.; Denetleme-E.İ.T.; Kaynaklar-S.G.; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi-E.İ.T., S.G., M.C.; Analiz ve/veya Yorum-S.G.; Literatür Taraması-S.G.; Yazıyı Yazan-S.G.*; Eleştirel İnceleme-E.İ.T.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: Authors declared that the research was conducted according to the principles of the World Medical Association Declaration of Helsinki "Ethical Principles for Medical Research Involving Human Subjects", (amended in October 2013).

Informed Consent: Verbal consent was taken from all participants who took part into this study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept -E.İ.T.; Design-S.G.; Supervision-E.İ.T.; Resources-S.G.; Data Collection and/or Processing-E.İ.T., S.G., M.C.; Analysis and/or Interpretation-S.G.; Literature Search-S.G.; Writing Manuscript-S.G.; Critical Review-E.İ.T.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

KAYNAKLAR

- Akçay Y, & Vatansever Ö, (2013). Kırmızı Et Tüketimi Üzerine Bir Araştırma: Kocaeli İli Kentsel Alan Örneği. *Journal of Institute of Social Sciences*, 4(1): 43-60.
- Aktaş G, (2020). Canlı Hayvan Ve Karkas İthalatının Kırmızı Et Fiyatlarına Etkisi: Türkiye’de İthalatın Regülasyonu. *Gümrük Ticaret Dergisi*, 7(21): 12-29.
- Boz V, (2019). Tüketicilerin gelir grupları itibarıyla kırmızı et ve tavuk eti satın alma eğilimlerinin karşılaştırmalı analizi: Tekirdağ Süleymanpaşa ilçesi örneği. *Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*, 97s.
- Değirmenci B, Yavuz E, 2019. Gıda ambalajlarının tüketici satın alma davranışına etkisi. *Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 111s.
- Ertaş N, (2023). Üretim, Tüketim ve Pazarlama Yönleriyle Geçmişten Günümüze Dünya Kırmızı Et Piyasasında Türkiye’nin Yeri. *International Academic Social Resources Journal*, (e-ISSN: 2636- 7637), 8(46): 2191-2214.
- ESK, (2023). 2023 Yılı Sektör Raporu. <https://www.esk.gov.tr/> Erişim tarihi: 06.06. 2024.
- Furnols M.F, & Guerrero L, (2014). Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. *Meat Science*, 98(3): 361-371.
- Gürbüz İ.B, Er S, & Kadağan Ö, (2023). Bursa İlinde Tüketicilerin Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 37(2): 365-386.
- İkikat Tümer E, Akbay C, Koşum T, & Ünal S.A, (2016). Kahramanmaraş İli Kent Merkezinde Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketimi Etkileyen Faktörler. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 19(4): 433-437.
- İkikat Tümer E, Gürün S, & Hayta M, (2022). Besi Sığırları İşletmelerinin Tarımsal Desteklerden Faydalanma Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Dergisi*, 9(3), 666-673.
- Kaya L, & Yıldırım O, (2021). Şanlıurfa il merkezinde gelir dağılımının ve sosyolojik yapının gıda tüketim harcamalarına etkisi. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(7): 118-141.
- Kibar M, Mikail N, & Yılmaz A, (2019). Siirt İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketimi Etkileyen Faktörler. *Türk Tarım ve Doğa Dergisi*, 6(4): 720-728.
- Lorcu F, & Bolat, B.A, (2012). Türkiye’ de Kırmızı İthal Et. *Hayvansal Üretim*, 53(1): 14-20.
- McAfee A.J, McSorley E.M, Cuskelly G.J, Fearon A.M, Moss B.W, Beattie, J.A.M, Wallace, J.M.W, Bonham, M.P, & Strain, J.J., (2011). Red meat from animals offered a grass diet increases plasma and platelet n-3 PUFA in healthy consumers. *British Journal of Nutrition*, 105, 80-89.
- Millward DJ, & Garnett T, (2010). Nutritional dilemmas of greenhouse gas emission reductions through reduced intakes of meat and dairy foods. *Proceedings of the Nutrition Society*, 69, 103- 118.
- Newbold P, (1995). *Statistics for Business ve Economics*. Prentice-Hall International, New Jersey, 867p.
- OECD, (2024). Meat consumption (indicator). doi: 10.1787/fa290fd0-en Erişim tarihi: 05.06.2024.
- Onurlubaş E, (2015). Tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilinç düzeylerinin ölçülmesi: Tokat ili örneği. *Doktora Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*, 132s.
- Özyürek S, Çebi K, Türkyılmaz D, Esenbuğa N, Dağdelen Ü, & Yaprak M, (2019). Erzincan ilinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin ithal kırmızı ete bakış açılarının değerlendirilmesi. *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 12(1): 263-273.
- Sevimli L, & Gülçubuk B, (2018). Kırmızı Et ve Ürünlerinde Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerinde Etkili Olan

- Faktörler. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 25-33.
- 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 Veteriner Fakültesi Dergisi*, 17.(4): 543-550.
- Taşköprü Y, (2022). Hatay İli Antakya İlçesi Kentsel Alanda Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 41s.
- TEPGE, (2023). Kırmızı Et Durum ve Tahmin 2023. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge> Erişim tarihi: 04.06.2024.
- TÜİK, (2023). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> Erişim tarihi: 04.06.2024.
- Yaylak E, Taşkın T, Koyubenbe N, & Konca Y, (2010). İzmir İli Ödemiş İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Hayvansal Üretim*, 51(1): 21-30.