



T.C.
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
ZOOOTEKNİ ANABİLİM DALI

HATAY İL MERKEZİNDE YAŞAYAN HALKIN ET TÜKETİMİ
ALİŞKANLIKLARI

HATİCE GÜZEY

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Antakya/HATAY

TEMMUZ-2012

MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

HATAY İL MERKEZİNDE YAŞAYAN HALKIN ET TÜKETİMİ
ALİŞKANLIKLARI

HATİCE GÜZEY
YÜKSEK LİSANS TEZİ
ZOOTEKNİ ANABİLİM DALI

Yrd. Doç. Dr. Sabri GÜL danışmanlığında hazırlanan bu tez 03/07/2012 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Yrd.Doç.Dr.Sabri GÜL
Başkan

Prof.Dr.Mahmut KESKİN
Üye

Yrd.Doç.Dr.Oğuz PARLAKAY
Üye

Bu tez Enstitümüz Zootečni Anabilim Dalında hazırlanmıştır.

Kod No:

Prof. Dr. İlhan ÜREMİŞ
Enstitü Müdürü

Bu çalışma Mustafa Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca desteklenmiştir.

Proje No: 1105 Y 0143

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
ÇİZELGELER DİZİNİ	III
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	IV
1. GİRİŞ	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	4
3. MATERYAL VE YÖNTEM	8
3.1. Materyal.....	8
3.2. Yöntem	9
3.2.1. Örnekleme Yöntemi	9
3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem	10
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	11
4.1. Cinsiyet ve Yaş.....	11
4.2. Eğitim Durumu, Mesleği ve Aile Fert Sayısı	12
4.3. Ailenin Aylık Geliri.....	15
4.4. Aylık Gıda Harcaması	17
4.5. Et Tüketim Tercihleri ve Et seçimi	18
4.6. Kırmızı Et Tüketim Sıklığı, Tür Tercihi ve Kırmızı Et Tüketim Şekli.....	21
4.7. Kırmızı Et Satın Alınan Yerler	24
4.8. Kırmızı Et Satın Alınan Yerlerin Temizliği ve Et seçimi	25
4.9. Ette Fiyatı Belirleyen Unsurlar.....	28
4.10. Et Tüketiminde Sağlık.....	29
4.11. Et Mamulleri Tüketimi	30
4.12. Sakatat Tüketimi.....	31
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	36
KAYNAKLAR	38
TEŞEKKÜR.....	40
ÖZGEÇMİŞ	42
EKLER.....	43
EK-1 Et tüketimi anket formu	43

ÖZET**HATAY İL MERKEZİNDE YAŞAYAN HALKIN ET TÜKETİMİ
ALİŞKANLIKLARI**

Bu çalışmada, Hatay İli Merkezinde ikamet eden tüketicilerin et tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Çalışmada kullanılan veriler, 666 hane ile yapılan tüketici anketleri ile elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde frekans tabloları, yüzde (%) hesaplamalar ve grafiklerden yararlanılmıştır.

Elde edilen sonuçlardan; ankete katılan tüketicilerin % 49'unun düşük (0-1500 TL), % 42'sinin orta (1501-3000 TL arası) ve % 9'unun ise yüksek (3001 TL ve üzeri) gelir grubunda yer aldıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte ankete katılan tüketicilerin % 28'inin tavuk eti, % 26'sının kırmızı et, % 10'unun balık eti ve % 22'sinin ise üçünü de tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin % 57'sinin haftada bir, % 19'unun 15 günde bir, % 13'ünün ise ayda bir defa et tükettiği belirlenmiş olup, gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin kırmızı et tüketim miktarının yüksek, gelir düzeyi düşük olan tüketicilerin ise tavuk eti tüketim miktarının yüksek olduğu bulunmuştur.

Sonuç olarak; tüketiciler çoğunlukla tavuk etini tercih etmekte olup, et satın alırken damak tadının uygunluğuna dikkat etmektedirler.

2012, 46 sayfa

Anahtar Kelimeler: Hatay, et tüketim alışkanlıkları

ABSTRACT**MEAT CONSUMPTION PATTERNS OF THE PEOPLE LIVING IN THE
CENTRAL OF HATAY PROVINCE**

Meat consumption patterns of people living in the central district of Hatay had been analyzed. Datas used in this study gathered up from the surveys of 666 houses. Frequency tables, per cent (%) calculations and graphics being used to analyze datas of this survey.

Determined proportion of families were 49, 42 and 9 % for lower (0-1500 TL), medium (1501-3000 TL) and higher (more than 3001 TL) income levels, respectively. Proportion of participants prefer chicken meat, red meat and fish were 27.5, 25.5 and 9.8, respectively. Ratio, preferring all there were 22 %. Besides that, proportion of meat consumption times once a week, once two weeks and once a month were 57, 19 and 13 %, respectively. Its concluded that families in higer income group mostly prefer red meat whereas lower income group prefer chicken meat.

As a result, comsumers mostly prefer chicken meat and taste is the main reference of people while buying red meat.

2012, 46 pages

Keywords : Hatay, meat consumption

ÇİZELGELER DİZİNİ**Sayfa**

Çizelge 4.1. Cinsiyete göre yaş grupları	11
Çizelge 4.2. Ankete katılan kişilerin eğitim durumları	12
Çizelge 4.3. Anket yapılan kişilerin melek grupları	13
Çizelge 4.4. Aile fert sayısı	14
Çizelge 4.5. Ailelerin aylık ortalama gelirleri.....	15
Çizelge 4.6. Ailelerin gelir durumuna göre gruplandırılması	16
Çizelge 4.7. Gelir gruplarına göre ailelerin gıda harcaması.....	17
Çizelge 4.8. Gelir durumuna göre ailelerin aylık satın aldıkları et miktarı (kg).....	17
Çizelge 4.9. Ankete katılan aile bireylerinin et alım tercihleri sıralaması	19
Çizelge 4.10. Et çeşidi tercihi	20
Çizelge 4.11. Ailelerin et tüketim sıklığı	21
Çizelge 4.12. Tüketilen kırmızı et tercihleri	22
Çizelge 4.13. Kırmızı et alırken dikkat edilen özellik	22
Çizelge 4.14. Kırmızı et tüketme şekilleri	23
Çizelge 4.15. Tüketicilerin et satın alım yerleri	24
Çizelge 4.16. Et satın alınan yerlerin sağlık ve hijyen durumu	26
Çizelge 4.17. Ambalajlı et ürünleri alırken dikkat edilen noktalar	26
Çizelge 4.18. Et satın alım tercihleri.....	28
Çizelge 4.19. Ette fiyatı oluşturmaya gereken unsurlar	29
Çizelge 4.20. Kolesterolle sebep olan et türü.....	29
Çizelge 4. 21. Salam, sucuk, sosis, pastırma tüketme sıklığı.....	31
Çizelge 4.22. Sakatat tercih etmeme sebebi.....	32
Çizelge 4.23. Sakatat tüketme sebebi.....	33
Çizelge 4.24. Tüketicilerin en çok beğendikleri sakatatlar	33
Çizelge 4.25. Sakatat tüketme sıklığı	34
Çizelge 4.26. Sakatat satın alınan yerler	35
Çizelge 4.27. Sakatat satın alırken dikkat edilen özellikler	35

ŞEKİLLER DİZİNİ**Sayfa**

Şekil. 3.1. Hatay il haritası.....	8
Şekil.4.1. Kadın bireyler yaş dağılımı.....	11
Şekil.4.2. Erkek bireyler yaş dağılımı.....	12
Şekil 4.3. Eğitim durumu	13
Şekil 4.4. Meslek grupları	14
Şekil 4.5. Aile fert sayıları	15
Şekil 4.6. Ailelerin ortalama aylık gelirleri.....	16
Şekil 4.7. Gelir seviyesine göre et aylık tüketimi (kg).....	18
Şekil 4.8. Kişilerin et tüketim tercihleri	20
Şekil 4.9. Kırmızı et alımında cinsiyeti seçme nedeni	23
Şekil 4.10. Tüketicilerin et satın aldıkları yerlerin dağılımı	25
Şekil 4.11. Etin sağlıklı koşullarda üretilmesi ve yetkili kişilerce kesildiğine güvenme oranı.....	27
Şekil 4.12. Kolesterolle sebep olan et türlerinin oranları.....	30
Şekil 4.13. Kırmızı et satın alınan yerlerin dağılımı	31
Şekil 4.14. Sakatat tüketim sıklığı	34

1. GİRİŞ

Bir toplumun beslenme kültürü; coğrafyası, iklimi, tarımı ve sanayileşmesi gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenerek değişmekte ve gelişmektedir. Fakat insanların beslenmesinde, özellikle hayvancılık sektörünün önemli ve sürekli bir görevi bulunmaktadır (Hanta ve Yurdakul, 1994).

İnsanların, beden ve zihin faaliyetlerini devam ettirebilmek için, içerisinde azot bulunan besin maddelerini mutlak suretle ve mümkün olduğunca düzenli olarak almalıdır. Bebek ve çocukların gelişiminde önemli bir yeri olan, proteinlerin yapı taşlarını oluşturan ve içerisinde azot içeren aminoasitlerin bir kısmı, vücutta kendiliğinden sentezlenmektedir. Bunun yanı sıra vücut için elzem olan bazı aminoasitlerin ise vücutta sentezlenemedikleri için dışarıdan alınması gerekmektedir. Beslenme açısından hayvansal kökenli besin maddeleri arasında önemli bir yere sahip olan et; lipitleri, mineral maddeleri ve vitaminleri (A ve B kompleks) önemli oranda içerir. Ayrıca et proteini biyolojik değer yönünden bitkisel proteinlere nazaran daha değerlidir. Zira et proteininin vücutta emiliminin % 90 üzerinde olduğu bilinmektedir.

Dünyada beslenme alışkanlıkları; çevre koşulları, gelenekler ve özellikle de gelire bağlı olarak değişim göstermektedir. Bu faktörlerin de etkisi ile bazı ülkelerde yetersiz bazı ülkelerde de dengesiz beslenme sorunları bulunmaktadır. Dengeli beslenmede günlük tüketilmesi gereken proteinin % 40'ının hayvansal ürün kaynaklı olması gerekirken Türkiye'de bu değer %25 civarındadır (Dernek, 2005).

Günümüzde hayvansal ürün tüketim düzeyi, ülkelerin gelişmişlik göstergesi olarak ele alınmaktadır. Bunun nedeni; et, süt, yumurta gibi hayvansal proteinli gıdaların insan beslenmesindeki önemidir. Gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmelerine paralel olarak hayvansal ürün tüketim yapısı değişmekle birlikte tüketim miktarları da artmaktadır (Kan ve Direk, 2004).

Ülkemizde daha çok koyun, sığır, tavuk, deniz ürünleri ve av hayvanlarının etleri kullanılmaktadır. İslam dini yasakladığından, batı ülkelerinde çok kullanılan domuz eti ile farklı inanç ve kültürde uygun olan at ve eşek etinin ülkemizde ancak birkaç şehirde çok az miktarda tüketildiği bilinmektedir. Din ve inançlar, insanların neyi yiyip neyi yemeyeceğine ilişkin çerçeveler kurmuşlardır. Bu yüzden insanların yedikleri ya da yemekten kaçındıkları besinler genellikle dinsel inançlarıyla sıkı sıkıya ilişkilidir.

Pek çok inanç sisteminde belirli hayvan ya da bitkilere simgesel bir anlam yüklenir; bu anlamlar besinlerin kutsal bağlamlara yerleştirilmesine ya da ondan kesinlikle kaçınmayı gerektiren tabulara işaret eder. Örneğin İslam'da domuz tabusu, Hinduizm'de inek tabusu vardır. Bu tabular nedeniyle söz konusu hayvanların kesilip yenmesi kesin biçimde yasaktır (Şahin, 2010).

Hayvansal gıdalardan et ve et ürünleri üretimini artırmaya yönelik çabaların yanında et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi büyük bir öneme sahiptir. Türkiye nüfusu hızlı bir şekilde artarken, beslenmede kullanılan kaynakların daha verimli bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesi zorunludur. İnsanımızın sağlıklı ve dengeli beslenmesi için günlük protein tüketimimizin % 40-50'sinin hayvansal kaynaklı proteinlerden karşılanması sağlanmalıdır (Gökalp, 1986; Göğüş, 1986; Odabaşoğlu ve ark., 1995).

Türkiye'de et talebini ve tüketimini etkileyen faktörlerin başında tüketicinin gelir seviyesinin durumu, etin fiyatı ve tüketici tercihleri gelmektedir (Alpan ve ark., 1993). Buna ek olarak tüketici alışkanlıklarında, bölgenin sosyal ve ekonomik yapısının da etkili olduğu söylenebilir. Et üretimini artırmaya yönelik projeler geliştirilirken tüketicilerin et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve dikkate alınması büyük bir öneme sahiptir. Türkiye'de son dönemlerde yaşanan fiyat artışı nedeniyle yıllık kişi başına düşen kırmızı et tüketiminin 12 kilogramın altına indiği öne sürülmektedir. Sağlıklı beslenme ve beyin gelişimi için süt, yumurta ve beyaz ete ilave olarak yeterli miktarda kırmızı et tüketmek de gerekmektedir.

Gıda tüketim yapısı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Türkiye geleneksel tarım tipi gıda tüketim yapısına sahip bir ülkedir. Fakat bahsedilen faktörlerin etkisiyle batı tüketim modeli yönünde değişim göstermektedir (Akdemir, 1989). Türk halkının beslenme durumuna bakıldığında Türkiye'de temel besin ekmek ve diğer tahıl ürünleridir (Arslan, 2002).

Öteden beri, Türk toplumunun gıda ve beslenme yelpazesi içinde başlıca protein kaynağı olan kırmızı etin önemli bir yeri vardır. 2009 yılı verilerine göre, yıllık kişi başı et tüketimi; Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 123 kg, Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde (15 ülke) 91 kg ve Dünya ortalaması ise 39 kg iken, Türkiye'de bu miktar 20 kg'dır. Kişi başı günlük 90 g kırmızı et tüketiminin gerekli hayvansal proteini sağladığı düşünülecek olursa, kişi başı yıllık tüketimin 33 kg olması gerekmektedir.

Yıllık kişi başına sığır eti tüketimleri ise Dünya’da 9 kg, ABD’de 41 kg ve AB’de 19 kg olmasına karşılık Türkiye’de 4 kg gibi düşük bir düzeydedir (Anonymous, 2009). Ülkemizde toplam kırmızı et üretimi 59.493 tondur. Bunun 51.502 tonu sığırdan, 6.211 tonu koyundan, 1.690 tonu ise keçiden elde edilmektedir (Anonim, 2012).

Hatay, Türkiye'nin en güneyinde yer alan ilidir. Yüzölçümü 5831,36 km² olan Hatay ili, ülke topraklarının % 0.7'sini kaplamaktadır. Akdeniz'in doğu şeridinde 35° 52' - 37° 4' kuzey enlemleri ile 35° 40' - 36° 35' boylamları arasında yer alan Hatay'ın batısında İskenderun körfezi, doğusunda ve güneyinde Suriye, batısında Akdeniz, kuzeybatısında Adana, kuzeyinde Osmaniye ve kuzeydoğusunda Gaziantep bulunur. Toplam nüfusu 1.474.223'dir (Anonim, 2012).

Çok eski tarihe sahip olan ve çeşitli dini ve kültürel gruplara ev sahipliği yapan Hatay, önemli bir turizm bölgesidir. Ayrıca Hatay’ın bir sınır ili olması ve Türkiye’nin Ortadoğu’ya açılan kapı vazifesi görmesi ilin stratejik önemini artırmıştır. Hatay ilinin sosyal yapısı, Türkiye’nin sosyal yapısı ile benzerlik göstermektedir. İlin gerek bir sınır ili olması, gerekse Akdeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinin kesişme noktasında bulunması, ilin sosyal yapısında çeşitliliğin var olmasına neden olmuştur. Hatay ili 1950–1985 yılları arasında göç alan bir il konumunda iken, son yıllarda göç veren bir il konumuna gelmiştir. Bu göç olgusunun nedenleri olarak; toprak sahibi olamama, tarımda faal nüfus payının genişlemesi, ilin yeterli ekonomik imkândan yoksun oluşu, geçim zorluğu ve işsizlik olarak gösterilmektedir (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2002).

Hatay insanının dini ve kültürel farklılıkları da dikkate alındığında ilde kırmızı et tüketim alışkanlıkları bakımından farklılıklar söz konusudur (Şahin, 2010).

Tüm bu bilgilere ve gözlemlere dayalı olarak var olduğunu düşündüğümüz kırmızı et tüketim alışkanlıkları farklılıklarının, bilimsel olarak ortaya konulması için yapılan bu anket çalışmasında, Hatay İl merkezinde farklı semtlerde yaşayan halkın et tüketimi alışkanlıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Özkan (2001), Antalya ilinde tüketicilerin süpermarket seçimi ve satın alma davranışlarını incelemiş olduğu çalışmasında, 482 tüketici ile görüşme yapmıştır. Ailelerin toplam harcaması içerisinde gıda ürünlerinin payını % 40.2, yapılan gıda harcamaları içinde süpermarketlerin payının ise % 67.2 olduğunu saptamıştır.

Türk ve Şahin (2004)'in bildirdiğine göre, beslenmeyi dolayısıyla da yemek kültürünü etkileyen çeşitli etmenler bulunmaktadır. Yapılan bir çalışmada beslenme kültürünü oluşturan başlıca etmenlerin: coğrafik, demografik, etnografik, ekonomik ve eğitim düzeyi olduğu bildirilmiştir (Baysal ve Yücecan, 1982).

Atay ve ark. (2004), Aydın ili Çine ilçesi kentsel alanında kırmızı et tüketim alışkanlıklarını incelemek amacıyla 2004 yılı mart ayı içerisinde 175 katılımcı ile bir anket çalışması yapmışlardır. Ankete katılanların % 33.1'inin öncelikli olarak kırmızı eti tercih ettiği ve en çok tercih edilen kırmızı et türlerinin sırasıyla sığır (% 80.0), koyun (% 8.6) ve keçi (% 5.7) olduğu belirlenmiştir. Kırmızı eti öncelikli olarak lezzetli olduğu için tercih edenlerin oranı % 40.0 iken, bunu sırasıyla besleyici olduğu için (% 26.3), alışkanlıktan dolayı (% 26.3) ve kolay bulunabildiği için (% 2.9) tercih edenler izlemektedir. Kırmızı et tüketen ailelerin % 46.9'u kırmızı eti kıyma olarak satın almayı öncelikli olarak tercih ederken bunu porsiyonluk (% 36.0), kemikli (% 12.6) ve karkas (% 4.6) olarak satın alma takip etmektedir. Tüketim şekli olarak % 33.1 oranında sebzeli, % 25.7 oranında ızgara, % 14.9 oranında haşlama tercih edildiği, %20.6 oranında ise kesin bir tercih ortaya koyulmadığı görülmüştür. Kırmızı eti belli bir kasaptan alanların oranı % 63.4'tür. Etin sağlıklı koşullarda kesilip yetkili kişilerce denetlendiğini düşünenlerin oranı % 64.0'tür. Kırmızı et tüketen ailelerden % 42.9'u koyun eti, % 54.9'u ise keçi eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Kırmızı et tüketen ailelerin % 63.4'ünün ayda 3 kg'dan az et tükettikleri bildirmişlerdir.

Çopur ve ark. (2006), Hatay il merkezinde tüketici gelirinin tavuk eti ve ürünleri tercihi üzerine yaptıkları çalışmada ailelerin sosyo-ekonomik durumları ve tavuk eti alım ve tüketim davranışlarını incelemişlerdir. Aileleri gelir seviyelerine göre üç gruba ayırmışlar ve buna göre tüketicilerin % 39.92'si 0 ile 500 TL arasında, % 47.64'ü 501 ile 1000 TL arasında, % 12.44'ü ise 1001 TL ve üzeri gelire

sahip olduklarını bildirmişlerdir. Hatay merkezde kişi başına tavuk eti tüketimini 15.3 kg ile 19.7 kg arasında, ortalama ise 17.4 kg olarak tespit etmişlerdir.

Mutlu (2007), yaptığı çalışmada yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilerin kırmızı et ve et ürünleri tüketim miktarlarının düşük gelirliyle kıyasla daha fazla olduğunu belirlemiştir.

Karakuş ve ark. (2008), Gaziantep İli Merkez ilçede Kırmızı et tüketim alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada, anket çalışmasına katılanların % 50.6'sının kırmızı eti tercih ettiği, % 1.7'sinin ise kırmızı et tüketmediğini belirlenmiştir. En çok tercih edilen kırmızı et türünün sırasıyla koyun (% 77.9), sığır (% 6.2) ve keçi (% 2.3) olduğu görülmüştür. Kırmızı et tüketen ailelerin % 56.2'si kırmızı eti porsiyonluk olarak satın almayı öncelikli olarak tercih ederken bunu kemikli (% 14.5), karkas (% 9.7) ve kıyma (% 9.3) olarak satın alma takip etmektedir. Kırmızı et tüketen ailelerin % 51.9'unun ayda 3 kg'dan az ve % 10.1'inin ise ayda 5 kg'dan fazla kırmızı et tükettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, kırmızı etin hijyenik koşullarda kesilip yetkili kişilerce denetlendiğini düşünenlerin oranı % 61.8 olarak bildirmişlerdir.

Büyüknisan (2008), Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı'nı araştırdığı Yüksek Lisans tezinde ailelerin aylık ortalama gelirlerinin %2,55'ini oluşturan 36,16 TL'sini tavuk eti tüketimine ayırdığını bildirmiştir. Ayrıca aileleri gelirlerine göre gruplamış ve ortalama kişi başına tavuk eti tüketimini belirlemiştir. Çalışmada aylık geliri 1000 TL'den az olanlar düşük, 1001-1500 TL arası olanlar orta ve 1501 TL ve üzeri olanlar yüksek gelir grubunda yer almışlardır. Buna göre yüksek gelir grubunda yer alan ailelerin kişi başına tavuk eti tüketimleri daha yüksek bulunmuştur.

Tosun ve Hatırlı (2009), Antalya ilinde yaşayan ailelerin kırmızı et satın alım yerlerini incelediği çalışmada, aileleri gelirlerine göre 3 gruba ayırmış 900 TL'nin altında geliri olanları I. grup, 901-1900 TL arasında olanları II. grup, 1901 TL'den fazla geliri olanları ise III. grup olarak isimlendirmiştir. Ailelerin ortalama aylık gelirini 1518 TL, aylık ortalama tüketim harcamasını 1.026,79 TL, ortalama gıda harcamasını 401,61 TL ve ortalama süpermarket harcaması ise 228,63 TL olarak belirlemiştir. Ayrıca, incelenen ailelerin % 41.05'inin kırmızı et alışverişleri için kasapları, % 58.95'inin de kasap dışındaki alışveriş yerlerini tercih ettiklerini belirtmiştir. Ankete katılan ailelerin

gelir gruplarına göre kırmızı et tüketim durumu incelendiğinde, ailelerin % 4.04'ünün kırmızı et tüketmediği ve %95.96'sının kırmızı et tükettiği belirlenmiştir. Gelir grupları itibari ile kişi başına aylık ortalama kırmızı et tüketim miktarı 0.52 kg/ay ile 0.83 kg/ay arasında değişmekte olup, ortalama ise 0.70 kg/ay olarak belirlenmiştir. Türkiye'de kişi başına kırmızı et tüketiminin 0.88 kg/ay olduğu dikkate alınır ise araştırma alanında kişi başına kırmızı et tüketiminin Türkiye ortalamasına yakın olduğunu söylemiştir. Görüşülen ailelerde kırmızı et türleri içinde hane başına en fazla 0.79 kg/ay ile koyun eti tüketilmekte, bunu sırasıyla keçi eti (0.67 kg/ay) ve sığır eti (0.66 kg/ay) takip etmektedir. Kırmızı et harcamasının gıda harcaması içerisindeki payı I. gelir grubunda % 4.10, II. ve III. gelir gruplarında ise sırasıyla % 9.40 ve % 8.00 olarak hesaplanmıştır.

Cankurt ve ark. (2010), yaptıkları çalışmada, İzmir ilinde sığır eti tüketimini cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, hanedeki kişi sayısı ve hanede hasta varlığının etkilediğini, ailede kalp hastası olmaması durumunda sığır eti tüketme olasılığının 1.20 kat yükseldiğini, sığır eti tüketme olasılığı en düşük gelir grubuna göre (<500 TL) diğer üst gelir gruplarında 2.52 ile 8.10 kat arasında arttığını bildirmişleridir.

Şeker ve ark. (2011), Elazığ ili Merkez ilçedeki kırmızı et tüketim alışkanlığını ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşlerini belirlemek amacıyla 463 kişi üzerinde anket uygulamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların % 58.4'ünün öncelikli olarak kırmızı eti tercih ettiği ve en çok tercih edilen kırmızı et türünün de sırasıyla sığır (% 55.3), koyun (% 15.3), keçi (% 11.7) olduğu görülmüştür. Kırmızı etin satın alındığı yer olarak % 66.6'lık oranla "kasap" ilk sırada yer almıştır. Ayrıca tüketicilerden satın aldıkları kırmızı eti güvenilir bulanların oranı % 78.8 olarak belirlenmiştir.

Türk (2010)'ün bildirdiğine göre, dişi hayvan eti yemek Aleviler ve bir kısım Sünnilerce yasak olarak kabul edilmektedir. Bazı Hristiyanlarda bu inançtan etkilendikleri için, adaklarında dişi hayvan kesmezler. Dişi hayvan eti yenmesine dair yasak, özellikle Nusayriler arasında geçmişte olduğu kadar bugün de geçerliliğini koruyan, katı bir kuraldır. Dişi keçi, koyun ve inek eti yemek yasaktır. Dişi hayvanların doğurganlık özelliğinden dolayı yenmesinin yasak olduğu belirtilmiştir.

Karakaş (2010), Tokat ili kentsel alanda et ve et ürünleri tüketiminde tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine yaptığı çalışmada tüketicilerin ortalama yaşını 34.19 ve ortalama hane halkı popülasyonunu 4.17 olarak hesaplamıştır.

Tüketicileri üç farklı gelir grubuna göre incelemiş, ortalama aylık gelirlerini 1608 TL ve bu gelirin yaklaşık % 29.34'unu gıda harcamalarına ayırmakta olduklarını belirtmiştir. Tüketicilerin ortalama aylık gıda masraflarını 492.63 TL olarak hesaplamıştır. Araştırma bulgularına göre kişi başı yıllık kırmızı et tüketimini 6.83 kg, kanatlı eti tüketimini 8,15 kg ve balık tüketimini 13.41 kg, en çok tercih edilen kırmızı et çeşitlerini ise dana eti (% 49.06) kuzu eti (% 23.22) ve koyun eti (% 15.36) olarak bildirmiştir. Kırmızı et tüketenlerin % 55.06'sı Kanatlı eti tüketenlerinin % 64.41'i Balık tüketenlerin % 46.67'si fiyat karşılaştırması yaptığını tespit etmiştir.

Yaylak ve ark. (2010), İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine yaptıkları çalışmada, ankete katılanların % 87.1'inin kırmızı et tükettiği, %12.9'unun ise tüketmediğini saptamışlardır. Kırmızı et tüketenler, etin elde edildiği hayvan türüne göre tercihlerini sırasıyla; sığır (% 66.7), koyun (% 16.7), keçi (% 8.6) ve fark etmez (% 8.0) olarak belirtmişlerdir. Kırmızı eti tüketicilerin % 50.6'sı kıyma, % 38.5'i parça et, % 10.9'u ise kemikli et olarak almayı tercih etmektedir.

Lorcu ve Bolat (2012), fiyat artışı ve ithalat nedeni ile gündemde olan kırmızı et tüketim miktar ve tercihlerinin Edirne ilindeki durumunun araştırıldığı çalışmada, ankete katılanların % 25.5'i en çok ilköğrenim mezunu, % 23.1 ortaöğrenim mezunu ve % 51.1'nin de yükseköğrenim mezunu olduğu belirlenmiştir. Gelir seviyesi de diğer illere göre oldukça yüksek olan Edirne'de ankete katılanların ancak % 2.8'i 500 TL altında, % 34'ü 500-1.500 TL'den az, % 33.6'si 1.500-2.500 TL'den az, % 29.6'sı da 2.500 TL'nin üzerinde bir gelire sahip olduğu görülmüştür.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini Hatay İl Merkezinde (Antakya) ikamet eden tüketicilerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Veriler, yüz yüze anket yoluyla derlenmiştir. Araştırma ikincil verilerle desteklenmiş, konu ile ilgili daha önce yapılmış tezler, makaleler ve araştırma raporlarından faydalanılmıştır.

Çalışma, Hatay il merkezinde (Antakya) farklı mahallerde yaşayan toplam 666 aileden oluşmuştur. Çalışmanın yürütüldüğü Hatay ili, Türkiye'nin en güneyindeki ilidir. Yüzölçümü 5831,36 km² olup ülke topraklarının % 0,7'sini kaplamaktadır. Akdeniz'in doğu şeridinde 35° 52' - 37° 40' kuzey enlemleri ile 35° 40' - 36° 35' boylamları arasında yer alan Hatay'ın batısında İskenderun körfezi, doğusunda ve güneyinde Suriye, batısında Akdeniz, kuzeybatısında Adana, kuzeyinde Osmaniye ve kuzeydoğusunda Gaziantep bulunur. Toplam nüfusu 1.474.223'dir (Anonim, 2012). (Şekil. 3.1).



Şekil. 3.1. Hatay il haritası

3.2. Yöntem

Hatay il merkezinde farklı mahallelerde yaşayan halkın et tüketim alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla 42 sorudan oluşan bir anket hazırlanmış (Ek-1) ve toplam 666 adet anket uygulanmıştır. Ankette, kişilerin eğitim durumu, gelir seviyesi, aile fert sayısı gibi genel sorularla birlikte, farklı türlerden elde edilen et ve et ürünlerinin tüketimine yönelik sorular yöneltmiştir. Bireylerin beyanına göre alınan cevaplarda, et tüketim alışkanlıkları tespit edilmiştir. Anket çalışmasının Hatay merkezde yaşayan aileleri eşit temsil etmesi amacıyla önce TÜİK Hatay Bölge Müdür'ü ile yüz yüze görüşme yapılmış, bunun neticesinde mahalleler tespit edilmiş ve Sümerler, Şehitler, Gültepe, Esentepe, Kavaslı, Kanatlı, Ürgenpaşa, Altınevler, Esenlik, Şirince, Bağrıyanık, Akevler, Armutlu, Cebrail, Cumhuriyet, Duttibi, Elektrik, Emek, Haraparası, Fevzi Çakmak, Hacı Ömer Alpagot, Kışlasaray, Karaköprü, Aksaray, Saraykent, Akasya, Havuzlar, Akbayır, Kışlasaray, Akdeniz mahallelerinden örnekleme yapılmaya çalışılmıştır. Anket 2011 yılının Aralık ayında başlamış ve 2012 yılının Ocak ayında sona ermiştir. Ankete sadece aileler dâhil edilmiştir. Anket verileri analiz edilirken bazı değerleri hesaplamak için aileler, Düşük, Orta ve Yüksek gelir olmak üzere 3 gruba ayrılmıştır.

3.2.1. Örnekleme Yöntemi

Hatay ili merkezde yaşayan hane halkı, araştırmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Bu halkın et tüketim alışkanlıklarının incelenmesi amacı ile yapılmış olan anket çalışması için bu ana kitleyi temsil eden örneklem seçilmiştir. Araştırmanın örnek hacmi, “Anakitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme” yöntemiyle belirlenmiştir. Bu örnekleme yöntemi tüketiciye yönelik hane halkı çalışmalarında sıkça kullanılmaktadır. Buna göre araştırmada kullanılmış olan örnekleme yöntemi aşağıda yer alan eşitlikte verilmiştir (Malhotra, 2004; Hair ve ark., 2000; Mutlu, 2007).

$$n = z^2 \frac{(pq)}{d^2}$$

n: Örnek hacmi,

z: 1.96 (% 95 güven düzeyine karşılık gelen standart z-değeri),

p : İncelenen konuyla ilgili ön bilgi veya tahmine dayalı olarak belirli bir özelliğe sahip ana kitle oranı. Bu çalışmada incelenen ana kitle konusunda ön bilgi bulunmamaktadır. Böyle durumlarda, örnek büyüklüğünün mümkün olduğu kadar büyük olmasını sağlamak için p (1-p) çarpımında en yüksek değeri verecek olan p değerinin % 50 alınması önerilmektedir.

q : (1-p) İlgili özelliğe sahip olmayan ana kitle oranı.

d : Kabul edilen hata tolerans düzeyi. Bu araştırmada $\pm$ % 5 olarak kabul edilmiştir.

Buna göre örnekleme hacmi;

$$n = 1.96^2 \frac{(0.50 \times 0.50)}{0.05^2} = 384$$

Buna göre, 384 kişinin yetecek olmasına rağmen, ana kitleyi daha iyi ifade edebilmek amacıyla, anket sayısı mümkün olduğunca yükseltilmeye çalışılmış ve bu rakam 666 adete ulaşmıştır.

3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Anket çalışması ile elde edilen verilerin analizinde frekans tabloları, yüzde hesaplamalar ve grafiklerden yararlanılmıştır. Tüketicilerden elde edilen veriler bilgisayara girilmeden önce kontrol edilerek gerekli hesaplamalar yapılmıştır. Veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir (Kinnear and Gray, 1994).

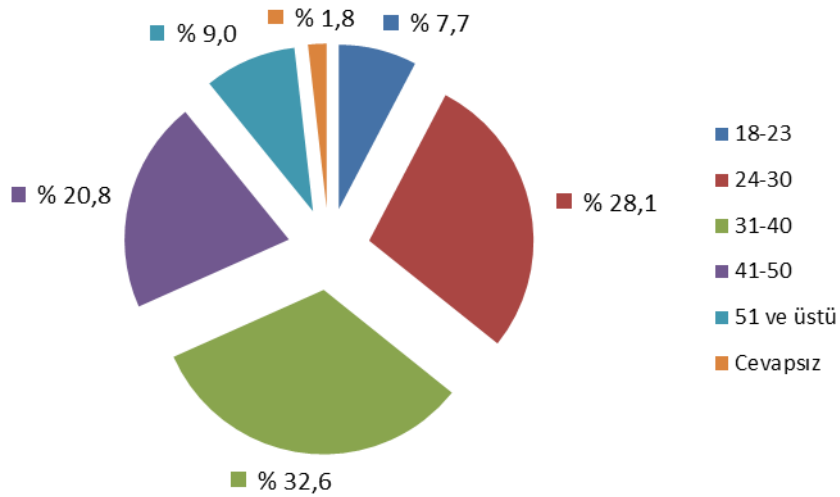
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

4.1. Cinsiyet ve Yaş

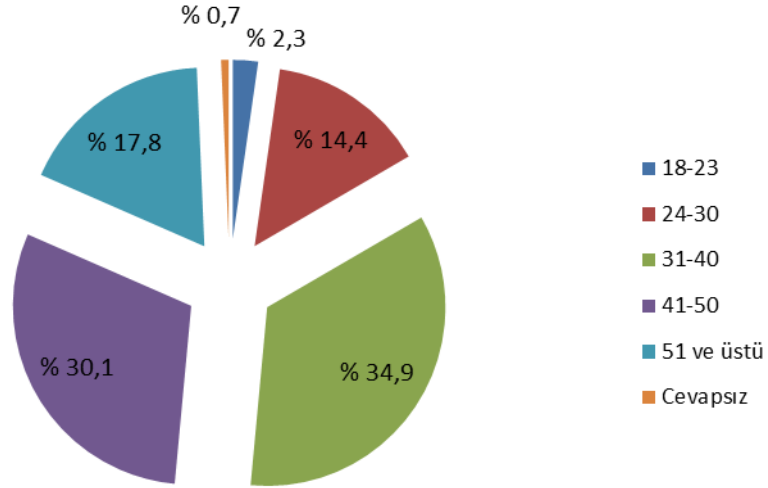
Hatay il merkezinde yaşayan ve ankete katılan tüketicilerin % 33.2'si kadın (221 kişi), % 66.8'i ise erkeklerden (445 kişi) oluşmaktadır. Erkek ve kadınlara ait yaş grupları çizelge 4.1'de verilmiştir.

Çizelge 4.1. Cinsiyete göre yaş grupları

Yaş grupları	Kadın		Erkek	
	Frekans	%	Frekans	%
18-23	17	7.7	10	2.2
24-30	62	28.1	63	14.2
31-40	72	32.6	153	34.4
41-50	46	20.8	132	29.7
51 ve üstü	20	9.0	78	17.5
Cevapsız	4	1,8	3	0,1
Toplam	221	100	445	100



Şekil.4.1. Kadın bireyler yaş dağılımı



Şekil.4.2. Erkek bireyler yaş grubu

Çizelge 4.1'i incelendiğinde, ankete katılan tüketicilerin yaklaşık üçte birinin 31-40 yaş grubunda yer aldıkları belirlenmiştir (Şekil 4.1 ve Şekil 4.2).

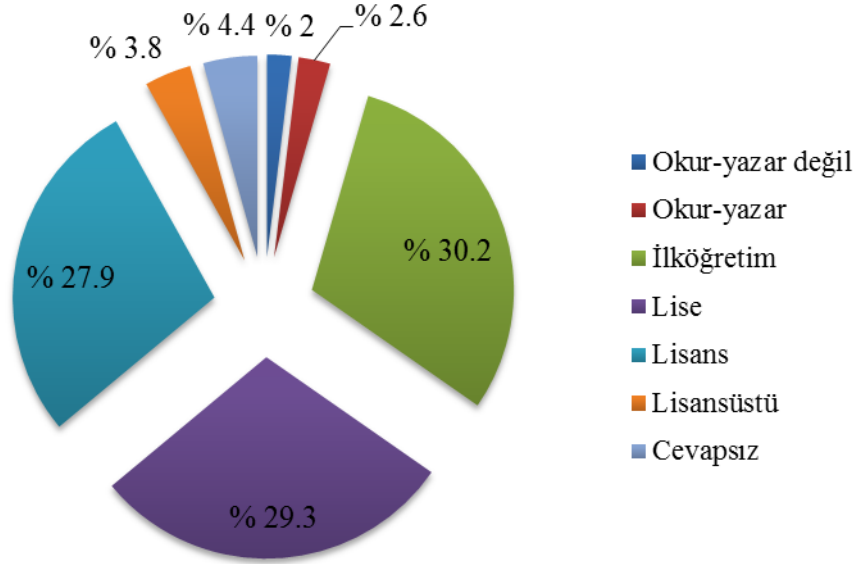
4.2. Eğitim Durumu, Mesleği ve Aile Fert Sayısı

Ankete katılan kişilerden % 2'si okur-yazar olmadığını belirtirken, % 2.6'sı okur-yazar, % 30.2'sinin ilköğretim mezunu olduklarını bildirmişlerdir (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2. Ankete katılan kişilerin eğitim durumları

Eğitim durumu	Frekans	%
Okur-yazar değil	13	2.0
Okur-yazar	17	2.6
İlköğretim	201	30.2
Lise	195	29.3
Lisans	186	27.9
Lisansüstü	25	3.7
Cevapsız	29	4.3
Toplam	666	100

Anket yapılan kişilerden % 27.9'u üniversite mezunu olduğunu söylerken, 25 kişi bir üniversite programından lisansüstü mezunu olduklarını beyan etmişlerdir. 25 kişi ise bu soruya cevap vermek istememiştir (Şekil 4.3).

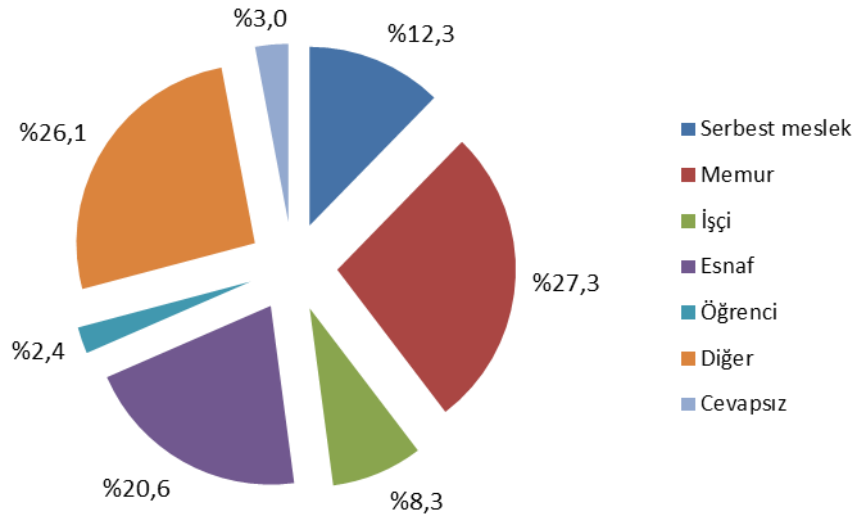


Şekil 4.3. Eğitim durumu

İl merkezinde farklı semtlerde ikamet eden ve anket sorularını yönelttiğimiz fertlerden, 82 kişi serbest meslek (%12,3), 182 kişi memur (% 27.3), 55 kişi işçi (% 8.3), 137 kişi esnaf (% 20.6), 16 kişi öğrenci (% 2.4) ve 174 kişinin diğer meslek grubuna (ev hanımı, gündelikçi vb.) dâhil olduklarını bildirmişlerdir (Çizelge 4.3). Ayrıca 20 kişi bu soruya yanıt vermemiştir (Şekil 4.3).

Çizelge 4.3. Anket yapılan kişilerin meslek grupları

Meslek grubu	Frekans	%
Serbest meslek	82	12.3
Memur	182	27.3
İşçi	55	8.3
Esnaf	137	20.6
Öğrenci	16	2.4
Diğer	174	26.1
Cevapsız	20	3.0
Toplam	666	100



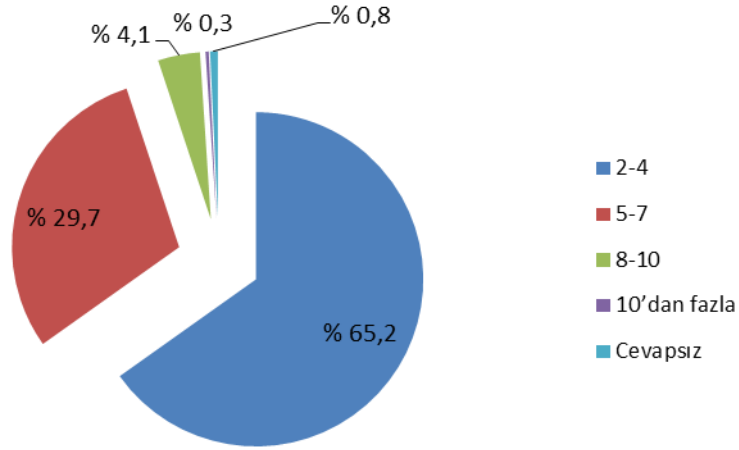
Şekil 4.4. Meslek grupları

Et tüketim alışkanlıklarını tespit etmek amacıyla anket yatığımız tüketicilere aile birey sayısı sorulmuş ve alınan cevaplara göre ailelerin % 65.2'lik (434 kişi) kısmının 2-4 kişi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca % 29.7'lik kısım 5-7 kişi, % 4.1'lik dilim ise 8-10 kişilik aile bireylerinden oluştuğunu söylemiştir (Çizelge 4.4).

Çizelge 4.4. Aile fert sayısı

Aile fert sayısı	Frekans	%
2-4	434	65.2
5-7	198	29.7
8-10	27	4.1
10'dan fazla	2	0.3
Cevapsız	5	0.7
Toplam	666	100

Çalışmamıza katılanlar aile bireylerinden 2 kişi (% 0.3) aile fert sayısını 10'dan fazla olduğunu bildirirken 5 kişi de (% 0.7) bu soruyu cevapsız bırakmıştır (Şekil 4.5).



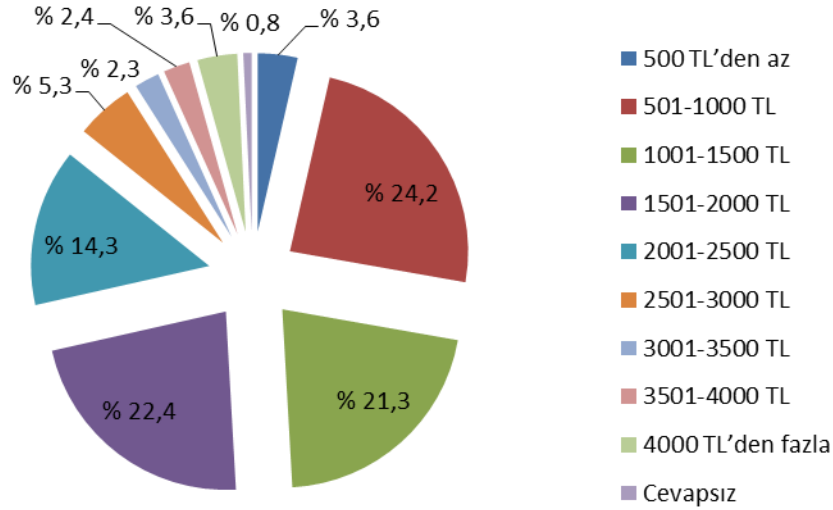
Şekil 4.5. Aile fert sayıları

4.3. Ailenin Aylık Geliri

Hatay kent merkezinde yaşayan vatandaşlarla yapılan araştırmaya katılan aile fertlerine aylık ortalama gelirleri sorulmuştur. Alınan cevaplara göre 500 TL'den az gelire sahip aile sayısı 24 (%3.6), 501-1000 TL olan aile sayısı 161 (% 24.2), 1001-1500 TL olan aile sayısı 142 (% 21.3) ve 1501-2000 TL olan aile sayısı ise 149 (%22.4)'tür (Çizelge 4.5).

Çizelge 4.5. Ailelerin aylık ortalama gelirleri

Aylık gelir	Frekans	%
500 TL'den az	24	3.6
501-1000 TL	161	24.2
1001-1500 TL	142	21.3
1501-2000 TL	149	22.4
2001-2500 TL	95	14.3
2501-3000 TL	35	5.3
3001-3500 TL	15	2.3
3501-4000 TL	16	2.4
4000 TL'den fazla	24	3.6
Cevapsız	5	0.6
Toplam	666	100



Şekil 4.6. Ailelerin ortalama aylık gelirleri

Ankete katılan kişilerin % 5.3'ü aylık gelirini 2501-3000 TL, % 2.3'ü 3001-3500 TL, % 2.4'ü 3501-4000 TL ve % 3.6'sı ise 4000 TL'den daha fazla gelirlerinin olduklarını beyan etmişlerdir (Şekil 4.6).

Aileler gelir gruplarına göre Düşük, Orta ve Yüksek olmak üzere 3 gruba ayrılmış ve bazı değerler bu gruplara göre hesaplanmıştır (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. Ailelerin gelir durumuna göre gruplandırılması

Gelir grupları	Gelir miktarı	Frekans	%
Düşük	0-1500 TL	327	49.1
Orta	1501-3000 TL	279	41.9
Yüksek	3001'den fazla	55	8.2
Cevapsız	-----	5	0.8
Toplam		666	100.0

Çizelge 4.6'dan da görüleceği gibi ailelerin % 49.1'i düşük gelir (0-1500 TL arası), % 41.9'u orta gelir (1501-3000 TL arası) ve % 8.2'si ise yüksek gelir (3000 TL'den fazla) grubunda yer almaktadır. Elde edilen bulgulara yola çıkılarak, ankete katılan tüketicilerin yaklaşık olarak yarısının düşük gelire sahip oldukları tespit edilmiştir.

4.4. Aylık Gıda Harcaması

Aile bireylerine toplam gelirleri içerisindeki aylık gıda harcamaları sorulmuştur. Buna göre aileler verdikleri cevaplara göre dahil oldukları gruplara göre değerlendirilmiştir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Gelir gruplarına göre ailelerin gıda harcaması

Gelir gruplar	Aylık ortalama gıda harcaması	Frekans
Düşük	403.8 ± 10.02	327
Orta	626.4 ± 14.96	279
Yüksek	1058.6 ± 78.42	55

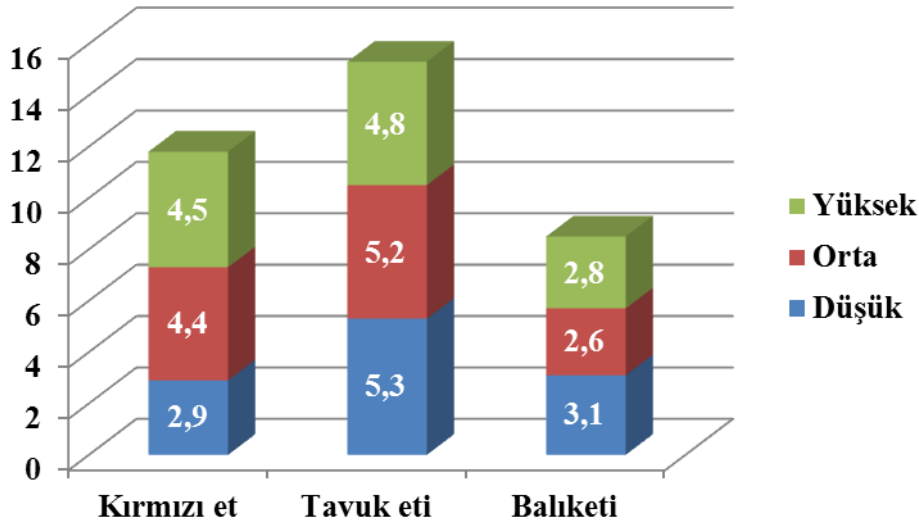
Çizelge 4.7’den de görüleceği gibi düşük gelir grubunda olanlar aylık 403.8 ± 10.02 TL, orta gelir grubunda olanlar 626.4 ± 14.96 TL, yüksek gelir grubunda olanlar ise 1058.6 ± 78.42 TL aylık gıda harcaması yaptıklarını beyan etmişlerdir. Elde edilen bulgulara gelir arttıkça masraflar içerisinde gıda harcamalarının da arttığı tespit edilmiştir.

Et tüketimi, ailelerin aylık gelirleri ile doğru orantılı olarak artmakta veya azalmaktadır. Ankete katılan ve gelir seviyelerine göre gruplandırılan ailelerin aylık et tüketim miktarları ve türleri çizelge 4.8’de verilmiştir.

Çizelge 4.8. Gelir durumuna göre ailelerin aylık satın aldıkları et miktarı (kg)

Gelir grupları		Kırmızı et	Tavuk eti	Balıketi
Düşük	Tüketim miktarı	2.9	5.3	3.1
	Frekans	306	322	244
	Cevapsız	21	5	83
Orta	Tüketim miktarı	4.4	5.2	2.6
	Frekans	273	271	209
	Cevapsız	6	8	70
Yüksek	Tüketim miktarı	4.5	4.8	2.8
	Frekans	54	54	50
	Cevapsız	1	1	5

Çizelge 4.8’den de görüleceği gibi düşük gelir grubunda olan aileler aylık 2.9 kg kırmızı et tüketirken, orta gelir grubundakiler 4.4 kg, yüksek gelir grubundakiler 4.5 kg kırmızı et tüketmektedirler. Ailelerde gelir seviyesi yükseldikçe kırmızı et tüketim miktarı artmakta, tavuk ve balıketi tüketim miktarı ise azalmaktadır. Bu durum bireylerin kırmızı eti daha çok tercih ettiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Tavuk eti tüketimi düşük gelir seviyesinde olanlarda 5.3 kg, orta gelir seviyesinde olanlar 5.2 kg, yüksek gelir seviyesinde olanlar ise 4.8 kg olarak hesaplanmıştır. Diğer yandan tavuk ve balıketinin kırmızı ete göre daha ucuz olması düşük ve orta gelir grubundaki ailelerin bu etlere yönelmesine neden olduğu söylenebilir (Şekil 4.7).



Şekil 4.7. Gelir seviyesine göre aylık et tüketimi (kg)

4.5. Et Tüketim Tercihleri ve Et seçimi

Tüketicilere en çok hangi eti tercih edersiniz sorusu yöneltildiğinde ankete katılanlardan 183 kişi (% 27.5) tavuk eti, 170 kişi kırmızı et (% 25.5), 149 kişi hepsini (% 22.4), 65 kişi ise (% 9.8) balık etini tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.10).

Ankete katılanlardan 6 kişi hiç et tüketmediğini söylerken 4 kişi de bu soruyu cevapsız bırakmıştır (Şekil 4.8).

Anket yapılan tüketicilere et alırken tercihlerini neye göre yaptıkları sorulmuş ve % 11.3'lük bir kısım “damak tadına uygunluk”, % 10.7'lik kısım ise “sağlıklı olması” yanıtını vermişlerdir. Aynı zamanda ankete katılan kişilerin % 4.5'i fiyatı, %

5.3'ü yemek türü, % 1.9'u etin türü, % 1.5'i ise alışkanlık olduğunu söylemişlerdir (Çizelge 4.9).

Bireylere birden fazla tercih yapabilme hakkı tanınan bu soruda tüketicilerin daha çok ilk sırada fiyatı seçtikleri ve bunu sağlık tercihinin takip ettiği görülmektedir. Özellikle ülkemizde son birkaç yıldan beri yaşanan kırmızı et problemi, orta ve daha düşük gelir seviyesinde olan insanların alım gücünü düşürmüş bundan dolayı da bu insanları, et tüketmeme, az et tüketme ya da ucuz veya farklı türdeki etleri tüketme yollarına sevk etmiştir. Bunun yanı sıra aşırı yağlı ya da fazla et tüketiminden kaynaklandığı düşünülen kalp-damar rahatsızlıkları, yüksek tansiyon, şeker hastalığı gibi hastalıklara yakalanmamak için insanlar daha çok kulaktan duyma, herhangi bir bilimselliği olmayan yada herhangi bir uzmana danışmadan daha sağlıklı olduğunu düşündükleri etleri tüketme yoluna gitmektedirler. Bu durumlar göz önüne alındığında, ankete katılan kişilerin et seçiminde yukarıda sayılan etkenlerin büyük rol oynadığı kanısına varılmıştır. Zira fiyat ve sağlık seçeneklerinin dışında ilk sırada damak tadı ve yemek türü seçeneklerinin olduğu da görülmektedir.

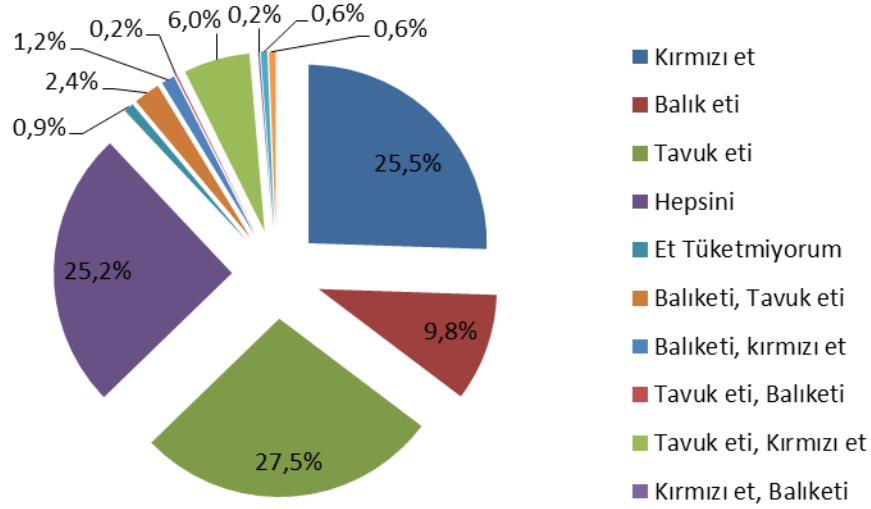
Çizelge 4.9. Ankete katılan aile bireylerinin et satın alım tercihleri sıralaması

Et tercih nedenleri*	Frekans	%
Fiyatı	77	4.5
Sağlık	183	10.7
Damak tadı	193	11.3
Yemek türü	91	5.3
Alışkanlık	26	1.5
Etin türü	33	1.9
Diğer	45	4.0
Cevapsız	9	0.5
Toplam	666	100

* Tüketiciler birden fazla tercih nedeni belirtmişlerdir.

Çizelge 4.10. Et çeşidi tercihi

Et tüketimi tercih sıralaması	Frekans	%
Kırmızı et	170	25.5
Balıketi	65	9.8
Tavuk eti	183	27.5
Hepsini	168	25.2
Et Tüketmiyorum	6	0.9
Balıketi, Tavuk eti	16	2.4
Balıketi, kırmızı et	8	1.2
Tavuk eti, Balıketi	1	0.2
Tavuk eti, Kırmızı et	40	6.0
Kırmızı et, Balıketi	1	0.2
Kırmızı et, Tavuk eti	4	0.6
Cevapsız	4	0.6
Toplam	666	100



Şekil 4.8. Kişilerin et tüketim tercihleri

Ankete katılan tüketicilerin %36'sının pahalı olduğu, %15'inin kolesterole neden olduğu, %7'sinin ise kokusundan dolayı kırmızı eti ilk sırada tercih etmediği belirlenmiştir.

4.6. Kırmızı Et Tüketim Sıklığı, Tür Tercihi ve Kırmızı Et Tüketim Şekli

İl merkezinde yaşayan ve ankete katılan kişilere evlerinde et tüketim sıklığı sorulmuş ve alınan cevaplar Çizelge 4.11’de verilmiştir.

Çizelge 4.11. Ailelerin et tüketim sıklığı

Et tüketim sıklığı	Frekans	%
Her gün	29	4.4
Haftada 1 defa	382	57.4
15 günde bir defa	125	18.7
Ayda bir defa	85	12.7
2-3 ayda bir defa	16	2.4
Yılda bir defa	8	1.2
Cevapsız	21	3.2
Toplam	666	100

Çizelge 4.11 incelendiğinde tüketicilerin % 4.4’ünün her gün, % 57.4’ünün haftada 1, % 18.7’sinin 15 günde bir, % 12.7’sinin ayda bir, % 2.4’ünün 2-3 ayda bir ve % 3.2’sinin ise yılda bir defa et tükettikleri görülmektedir.

Kırmızı et tüketiminde sağlık, fiyat gibi kriterlerin yanı sıra tür seçimi de hem etin lezzeti, hem de toplumların alışkanlıklarına göre değişmektedir. Bilindiği gibi koyun eti, sığır ve keçi etine göre daha yağlı olmaktadır. Ayrıca kırsal alanda yaşayan halk daha çok küçükbaş hayvan etini tercih ederken büyükşehirlerde, lokanta ve otellerin çoğunda büyükbaş hayvan eti tercih edilmektedir.

Bu çalışmada ankete katılan tüketicilerin % 36.5’inin (244 kişi) sadece sığır eti tercih ettikleri, % 17.6’sının (118 kişi) ise sadece koyun etini tercih ettikleri belirlenmiştir. Yalnızca keçi eti tercih edenlerin oranı % 1.1, hepsini de yerim ayırım yapmam diyenlerin oranı ise % 8.6 olarak belirlenmiştir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Tüketilen kırmızı et çeşitleri

Tür tercihleri*	Frekans	%
Sığır	244	36.5
Koyun	118	17.6
Keçi	7	1.1
Hepsi	58	8.6
Sığır, Koyun	110	16.4
Sığır, Keçi	5	0.8
Koyun, Sığır	48	7.2
Koyun, Keçi	5	0.8
Keçi, Koyun	3	0.5
Hepsi	54	8.4
Cevapsız	14	2.1
Toplam	666	100

* Tüketiciler bu soruya birden fazla cevap vermişlerdir.

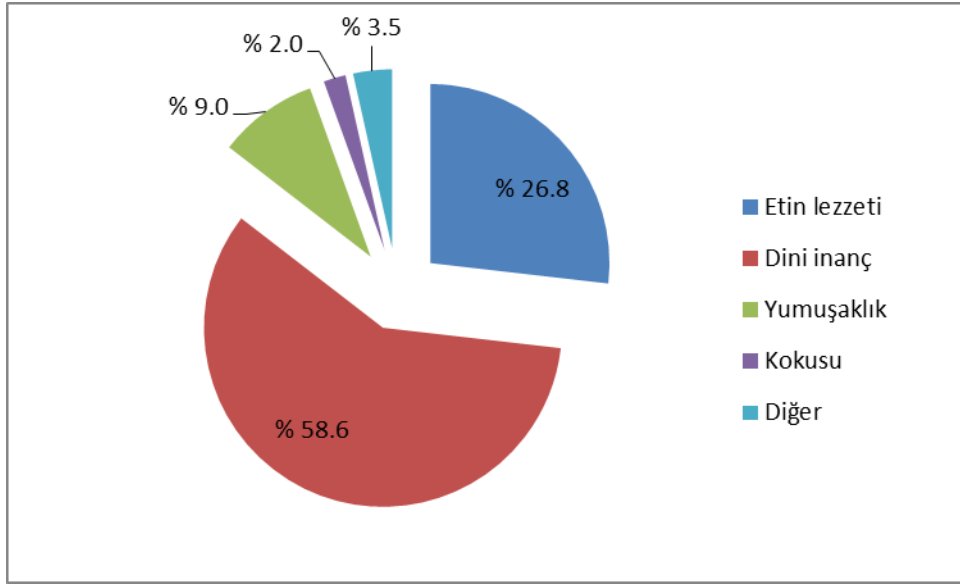
Tüketicilerden, birden fazla seçeneği işaretlemesi istenen bu kısımda % 16.4'lük bir kesim (110 kişi) ilk iki tercihini, Sığır ve Koyun eti, % 7.2'lik kesim Koyun ve Sığır eti, % 3'lük bir kesim ise Keçi ve Koyun etini sevdiklerini ifade etmişlerdir.

Çizelge 4.13. Kırmızı et alırken dikkat edilen özellik

Özellikler	Frekans	%
Fiyat	73	11.0
Lezzet	236	35.4
Alışkanlık	63	9.5
Hayvanın yaşı	28	4.2
Etin kokusu	20	3.0
Hayvanın beslenme şekli	38	5.7
Etin rengi	18	2.7
Etin ambalajlı olması	25	3.8
Cinsiyeti	147	22.0
Cevapsız	18	2.7
TOPLAM	666	100

Kırmızı et satın alırken tüketicilerin % 35.4'ü etin lezzetli olmasını, % 22'si etin elde edildiği hayvanın cinsiyetini ve % 11'i ise etin fiyatını dikkate almışlardır (Çizelge 4.13). Cinsiyeti seçen kişilere neden cinsiyeti seçtiğini sorusu sorulmuş ve bu

kişilerin % 58.6' sını dini inançları gereği olduğunu söylemişlerdir (Şekil 4.9). Türk (2010), Dişi hayvan eti yemek Aleviler ve bir kısım Sünnilerce yasak olarak kabul edilmektedir. Bazı Hristiyanlarda bu inançtan etkilendikleri için, adaklarında dişi hayvan kesmezler. Dişi hayvan eti yenmesine dair yasak, özellikler Nusayriler arasında geçmişte olduğu kadar bugün de geçerliliğini koruyan, katı bir kuraldır. Dişi keçi, koyun ve inek eti yemek yasaktır. Dişi hayvanların doğurganlık özelliğinden dolayı yenmesinin yasak olduğu belirtilmiştir.



Şekil 4.9. Kırmızı et alımında cinsiyeti seçme nedeni

Ankete katılan kişilere kırmızı et tüketme şekilleri sorulmuş ve alınan cevaplar Çizelge 4.14'te verilmiştir.

Çizelge 4.14. Kırmızı et tüketme şekilleri

Yemek türleri	Frekans	%
Izgara	409	35.8
Fırında	280	24.5
Yağda kızartma	65	5.7
Haşlama	107	9.4
Sebzeli	257	22.5
Diğer	12	1.0
Cevapsız	14	1.2
Toplam	1144*	100

* Tüketiciler bu soruya birden fazla cevap vermişlerdir.

Çizelge 4.14 incelendiğinde, tüketicilerin kırmızı eti daha çok ızgara (% 35.75), fırında (% 14.47) ve sebzeli (% 22.47) olarak tükettikleri belirlenmiştir.

Anket yapılan kişilerin % 9.3'ünün bir önceki yıla göre et tüketim miktarının arttığı, % 33.0'ünün azaldığı, % 42'sinin ise değişmediği belirtmiştir. 103 birey (% 15.7) bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

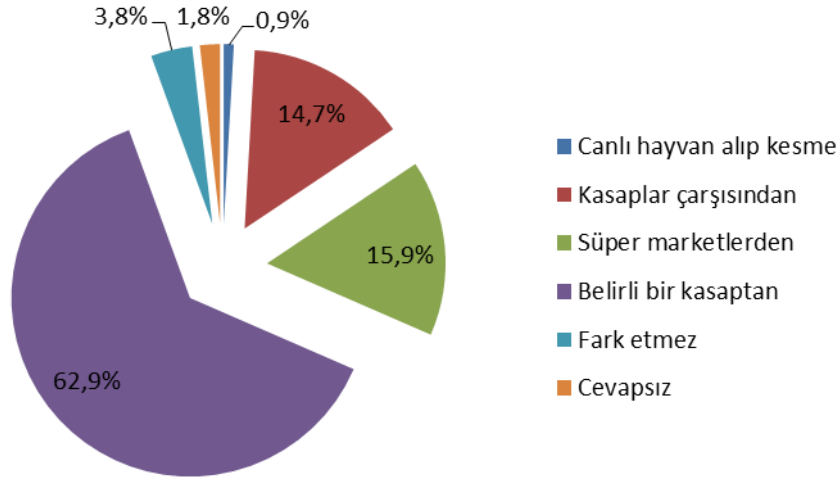
4.7. Kırmızı Et Satın Alınan Yerler

Ülkemizde tüketicilerin kırmızı et veya et ürünleri satın alım yerleri, sosyo-ekonomik faktörlerdeki değişimlere göre önemli ölçüde değişiklik göstermektedir (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. Tüketicilerin et satın alım yerleri

Et satın alınan yerler	Frekans	%
Canlı hayvan alıp kesme	6	0.9
Kasaplar çarşısından	98	14.7
Süper marketlerden	106	15.9
Belirli bir kasaptan	419	62.9
Fark etmez	25	3.8
Cevapsız	12	1.8
Toplam	666	100

Ankete katılanların % 62.9'u eti belirli bir kasaptan aldıklarını, % 15.9'u süper marketlerden, % 14.7'si kasaplar çarşısından aldıklarını söylemiş, % 3.8'i fark etmez cevabını vermiştir. Altı tüketici (% 0.9) ise canlı hayvan alıp kestiklerini söylemişlerdir (Şekil 4.10).



Şekil 4.10. Tüketicilerin et satın aldıkları yerlerin dağılımı

Et tüketicilerinin % 72.4'ü, et alırken yeterli bilgi ve deneyime sahip olduğunu belirtirken, % 25.8'i herhangi bir bilgi ve deneyimi olmadığını belirtmiş, 12 tüketici (% 1.8) ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

4.8. Kırmızı Et Satın Alınan Yerlerin Temizliği ve Et seçimi

Et satış yerlerinin sağlıklı ve hijyenik olması, hem tüketici sağlığı açısından hem de etin kalitesi üzerine etkisi bakımından büyük öneme sahiptir. Her ne kadar ülkemizde et satış yerleri, ilgili kurumlar tarafından denetlense de işyeri sahiplerinin dikkat etmediği birçok nokta bulunmaktadır. İnsanlar eti sadece vitrinlerde görmekte, kesimhaneler ve et hazırlama birimleri hep arka planda kalmaktadır. Hatay il merkezinde yaşayan ve anketimize katılan kişilere et satın aldıkları yerlerin sağlık ve hijyeni konusunda bir fikirlerinin olup olmadığı sorulmuş ve bunların % 40.4'ü işyerlerinin sağlık ve hijyen yönünden oldukça yeterli olduğunu düşündüklerini söylemişlerdir (Çizelge 4.16).

Çizelge 4.16. Et satın alınan yerlerin sağlık ve hijyen durumu

Et satın alınan yerlerin temizliği	Frekans	%
Hiç yeterli değil	29	4.4
Az yeterli	78	11.7
Orta derece yeterli	197	29.6
Oldukça yeterli	269	40.4
Çok yeterli	80	12.0
Cevapsız	13	2.0
Toplam	666	100

Bireylerin % 29.6'sı, işyerlerinin temizlik bakımından orta derecede yeterli, % 12'si çok yeterli, % 11.7'si az yeterli olduğunu düşünürken % 4.4'ü ise hiç yeterli olmadığını düşündüklerini bildirmişlerdir.

Et ürünlerini dış etkilere korumak, daha uzun süre muhafaza etmek ve sağlıklı ürünler pazarlamak amacıyla farklı materyallerden yapılmış ambalaj malzemeleri kullanılmaktadır. Ambalajlar ülkelerin gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak kabul edilirken, ambalajlı ürün tüketimi de toplumların kültürel gelişimlerinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ankete katılan aile fertlerine ambalajlı et ürünleri alırken nelere dikkat ettikleri sorulmuştur. Bireyler % 64.6'lık bir oranla üretim ve son kullanma tarihi seçeneğini seçmişlerdir (Çizelge 4.17). Bu sıralamayı oransal olarak, taze veya dondurulmuş olmasına göre (% 9.5), içeriğine bakarak (% 7.8) ve fiyatına bakarak (% 6.8) satın alan tüketiciler takip etmektedir.

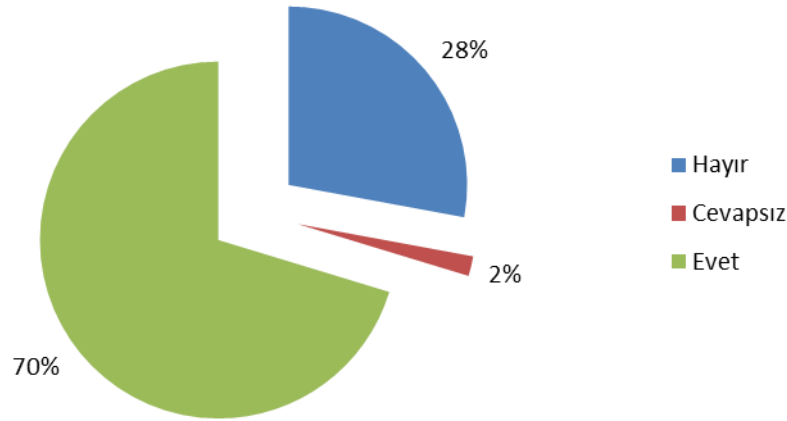
Çizelge 4.17. Ambalajlı et ürünleri alırken dikkat edilen noktalar

Özellikler	Frekans	%
Fiyatı	45	6.8
Görünümü	34	5.1
Ambalaj şekli	16	2.4
İçeriği	49	7.4
Üretim ve son kullanma tarihi	430	64.6
Taze veya dondurulmuş olması	63	9.5
Diğer	9	1.3
Cevapsız	20	2.9
Toplam	666	100

Ambalajlı et ürününün görünümüne bakarak alan bireylerin oranı % 5.1, ambalaj şekline dikkat edenlerin oranı % 2.4, diğer nedenleri (büyük oranda ürünün markasını dikkate aldıklarını belirtmişlerdir) seçenlerin oranı ise % 1.4'tür. Diğer yandan ankete katılan tüketicilerin % 59.5'i et ürünlerinin ambalajlı olarak satılmasını uygun bulurken, % 37.8'i ise bunun uygun olmadığını söylemişlerdir.

Et ve et ürünleri, bakterilerin kolayca bulaşabildiği bir özelliğe sahip olduğundan dolayı kesim, işleme, paketlenme ve depolama aşamalarının tümünde ya da herhangi bir kısmında aşırı dikkat etmek gerekmektedir. Bunun için hem kesen kişilerin konunun uzmanı olması hem de kesim ve işleme aşamalarının yapıldığı ünitelerin, sağlık ve hijyen kurallarına uygun özelliklere sahip olması gereklidir.

Yaptığımız anket çalışmasında tüketicilerin % 70.3'ü etin satış noktasına gelene kadar sağlıklı ortamlarda ve uzman kişilerce kesildiğini ve denetlendiğini düşünürken, % 27.9'u bu durumun titizlikle yapılmadığını düşündüklerini söylemişlerdir. 12 tüketici (% 1.8) herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirterek soruya cevap vermemiştir (Şekil 4.11).



Şekil 4.11. Etin sağlıklı koşullarda üretilmesi ve yetkili kişilerce kesildiğine güvenme oranı

İnsanlar genelde kasap, market, süpermarket vb. yerlerden, yapılacak yemek türüne göre et satın almaktadır. Çizelge 4.18'de aile fertlerinin evlerine et alırken et alım şekilleri verilmiştir.

Çizelge 4.18. Et satın alım tercihleri

Et satın alım şekli	Frekans	%
Karkas (Tam veya yarım)	28	4.2
Parça et	25	3.8
Kemikli et	36	5.4
Kıyma	174	26.1
Pirzola	29	4.4
Bonfile	8	1.2
Biftek	11	1.7
Kuşbaşı	136	20.4
Yemek türüne göre	201	30.2
Cevapsız	18	2.7
Toplam	666	100

Çizelge 4.17 incelendiğinde ankete katılan tüketicilerin % 30.2'si et satın alırken yemeğin türünü dikkate almakta iken, % 26.1'i kıyma, % 20.4'ü kuşbaşı, % 5.4'ü kemikli et % 4.2'si karkas satın aldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca % 4.4'ü pirzola, % 3.8'i parça et, % 1.7'si biftek, % 1.2'si ise bonfileyi tercih ettiklerini bildirmişlerdir. % 2.7'i ise bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

4.9. Ette Fiyatı Belirleyen Unsurlar

Ülkemizde et satışları genellikle tür bazında tek fiyat üzerinden yapılmaktadır. Yani genç hayvan eti ile yaşlı hayvan eti, erkek hayvan eti ile dişi hayvan eti, yağlı ve yağsız karkas, iyi konformasyonlu karkas ile kötü konformasyonlu karkas, pazarda aynı fiyata satılmaktadır. Oysaki gelişmiş ülkelerde et satış fiyatı oluşturulurken bu işi yapan kuruluşlar etkin rol oynamaktadır. Etler öncelikle yağlılık, konformasyon, yaş, cinsiyet ve tür gibi faktörler dikkate alınarak sınıflandırılmakta, daha sonra ise bu kuruluşlardaki uzman kişiler etleri bu kriterlere göre fiyatlandırmaktadırlar.

Hatay kent merkezinde ikamet eden tüketiciler, “ette fiyatı belirleyen unsur ne olmalıdır?” sorusuna, % 53.8 oranında etin çeşidi, % 13.3 oranında etin verildiği bölge ve % 10.9 oranında yağlılık cevabını vermiştir (Çizelge 4.19).

Çizelge 4.19.Ette fiyatı oluşturmaları gereken unsurlar

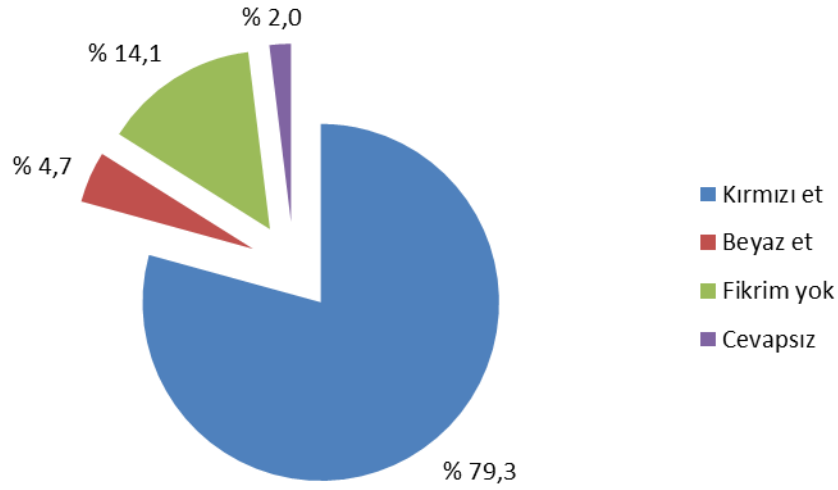
Fiyat unsurları	Frekans	%
Etin verildiği bölge	89	13.3
Hayvanın yaşı	63	9.5
Hayvanın cinsiyeti	67	10.1
Etin yağlılığı	73	10.9
Etin türü	358	53.8
Cevapsız	16	2.4
Toplam	666	100

4.10. Et Tüketiminde Sağlık

Canlılarda yaşam süresini etkileyen faktörlerin başında düzenli ve dengeli beslenme gelmektedir. İnsanlar, zaman zaman yaptıkları yanlış ve dengesiz beslenme şekillerinden kaynaklanan sağlık problemlerini de maalesef yedikleri gıdalarla ilişkilendirmektedir. Özellikle son yıllarda artan kalp-damar, tansiyon, şeker, kolesterol gibi hastalıkların sebebi, yağlı et tüketimi, kırmızı et tüketimi gibi nedenlere bağlanmaktadır. Anket yaptığımız kişiler arasından 528 kişi (% 79.3) kolesterole kırmızı etin sebep olduğunu söylemişlerdir (Çizelge 4.20).

Çizelge 4.20. Kolesterolle sebep olan et türü

Kolesterolün nedeni	Frekans	%
Kırmızı et	528	79.3
Beyaz et	31	4.7
Fikrim yok	94	14.1
Cevapsız	13	2.0
Toplam	666	100



Şekil 4.12. Kolesterolle sebep olan et türlerinin oranları

Tüketicilerin % 4.7'si kolesterolle beyaz etin neden olduğunu düşünürken 94 kişi (% 14.1) bu konuda herhangi bir fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir (Şekil 12). Ankete katılan kişilerin % 30.9'u kuyruk yağı tüketirken, % 67.1'i tüketmediğini belirtmiş, % 2'si ise bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

4.11. Et Mamulleri Tüketimi

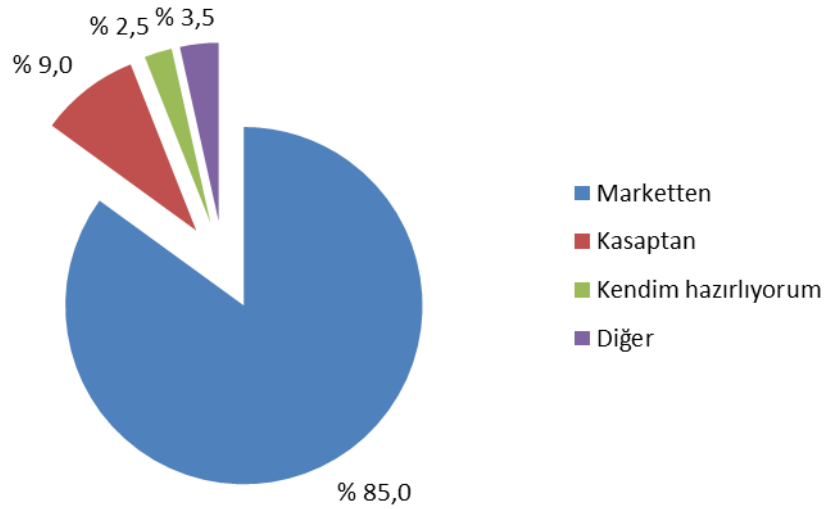
Ülkemizde en fazla üretilen et ürünleri sucuk, salam, sosis ve pastırmadır. Sucuk ve benzeri ürünler; kıyma makinesinde veya kuterde kıyılmış et ve yağın tuz, şeker, çeşitli baharatlar ve çok az miktardaki diğer katkı maddeleri ile karıştırılıp, doğal veya yapay kılıflara doldurulması ve belirli bir sıcaklık derecesinde, oransal nem, hava cereyanı ve sürede olgunlaştırılması ile elde edilen fermente kuru et ürünleridir (Gökalp ve ark., 1998). Salam ve sosis ise emülsifiye tip et ürünü olup, belirli miktarlarda hayvansal yağ, et ve su karışımından oluşmaktadır (Arslan, 2002).

Yapılan bu çalışmada tüketicilere “kırmızı et ürünlerinden salam, sucuk, sosis, pastırma gibi et ürünlerini tüketir misiniz”? sorusu sorulmuştur (Çizelge 4.21).

Çizelge 4. 21. Salam, sucuk, sosis, pastırma tüketme sıklığı

Tüketim süresi	Frekans	%
Düzenli olarak	50	7.5
Ara sıra	296	44.4
Hayır	305	45.8
Cevapsız	15	2.3
Toplam	666	100

Tüketicilerin % 45.8'i kırmızı et ürünlerini tüketmediklerini belirtirken, % 44.8'i ara sıra, % 7.5'i ise düzenli olarak tükettiklerini bildirmişlerdir. Kırmızı et ürünlerini tüketenlerin % 85'i bu ürünleri marketten, % 9'u kasaptan satın aldıklarını, % 2.5'i kendilerinin hazırladıklarını söylemişlerdir (Şekil 4.13). Ayrıca marketten alınan et mamullerinin % 67.0'si güvenilir olduğunu düşünürken, % 33.0'ü güvenli olmadığını düşünmektedir.



Şekil 4.13. Kırmızı et satın alınan yerlerin dağılımı

4.12. Sakatat Tüketimi

Etin içerdiği protein, insan vücudu için en iyi nitelikli proteinler arasındadır. Öte yandan sakatatın da besin değeri ve içerdiği vitaminler bakımından üstünlüğü tespit edilmiştir. Bu sebeple, etler ve sakatat, temel besinler arasındadır. İnsanların

beslenmesinde, çocuklar ile gençlerin bedensel ve zihinsel gelişimlerinde büyük öneme sahip bulunan, et ve et ürünlerinin, kişi başına düşen tüketim miktarının en azından fizyolojik gereksinimler doğrultusunda yeterli bir düzeye çıkarılması gerekmektedir (Cevger ve ark., 2005).

Bu çalışmaya katılan kişilerden % 21.5'i sakatat tüketirken, % 75.8'i sakatat tüketmedikleri tespit edilmiştir. Ankete katılan 18 kişi (% 2.7) bu soruya cevap vermemiştir.

Türk mutfağında sakatat ile yapılan pek çok lezzetli yemek bulunmakta ve birçok kişi tarafından büyük bir istekle tüketilmektedirler. Hayvanlar tarafından dışardan alınan tüm kimyasal maddeler, metabolizmada çeşitli reaksiyonlara girerek hayvan vücudunda birikebilmektedir. Bu birikme, toksik maddenin fiziksel ve kimyasal özelliklerine ve organın bağlama kapasitesine paralel olarak başta karaciğer olmak üzere akciğer, beyin, böbrek, kemik dokuları gibi sakatat olarak ifade edilebilen tüm hayvansal organlarda olabilmektedir. Çalışmamıza katılan tüketicilere sakatat tüketmeme nedenleri sorulduğunda 150 kişi (% 43.1) kırmızı veya beyaz eti tercih ettiğini, % 22.4'ü kolesterole neden olduğunu, % 20.1'i ise kokusu nedeniyle olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. Sakatat tercih etmeme sebebi

Sakatat tercih etmeme sebebi	Frekans	%
Kolesterol	78	22.4
Kırmızı veya beyaz eti tercih ederim	150	43.1
Kokusu nedeniyle	70	20.1
Diğer	50	14.4
Toplam	348	100

Sakatatların kolesterol ve doymuş yağ içeriğinin yüksek olması nedeniyle kalp damar sağlığını olumsuz yönde etkilediği de bilinmektedir. Yani bir yanıyla sakatatlar önemli sağlık risklerinin odağıdır. Diğer taraftan, özellikle vücut depo organları olmaları nedeniyle protein, A vitamini, B grubu vitaminlerinden beslenme için esansiyel olan B1 (thiamine), B2 (riboflavin), niasin, folasin, B6 (pyridoksin) ve B12 vitaminleri ve mineraller (potasyum, sodyum, demir, fosfor, selenyum vb.) yönünden oldukça zengin gıdalardır.

Çizelge 4.23. Sakatat tüketme sebebi

Sakatat tercih etme nedeni	Frekans	%
Lezzetli	102	70.3
Alışkanlık	18	12.4
Besleyici	19	13.1
Diğer	6	4.2
Toplam	145	100

Hatay kent merkezinde yaşayan ve anketimize katılan aile fertleri içerisinde sakatat tüketenler, sakatat tüketme sebeplerini oransal sıralamaya göre, lezzetli olduğu için (% 70.3), besleyici olduğu için (% 13.1), alışkanlık (% 12.4) olarak bildirmişlerdir (Çizelge 4.23).

Sakatat tüketen bireylere en çok beğenerek tükettikleri sakatat hangisidir sorusu yöneltilmiştir (Çizelge 4.24).

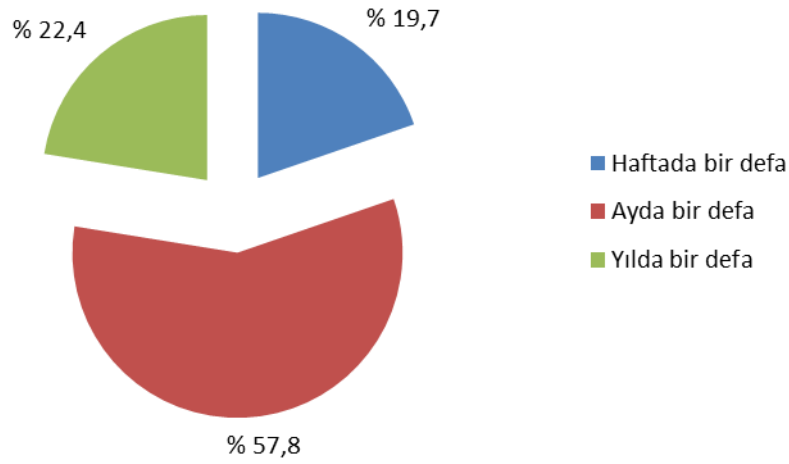
Çizelge 4.24. Tüketicilerin en çok beğendikleri sakatatlar

Sakatatlar	Frekans	%
Karaciğer	74	50.7
Yürek	3	2.1
Mumbar	18	12.3
Böbrek	5	3.4
Dalak	8	5.5
İşkembe	18	12.3
Kelle-paça	20	13.7
Toplam	146	100

Alınan cevaplar içerisinde en fazla (% 50.7) karaciğer tüketildiği belirlenmiştir. Bunu, % 13.7 ile kelle-paça, % 12.3'erlik paylarla mumbar ve işkembe, % ile 5.5 dalak, % 3.4 ile böbrek, % 2.1 ile yürek takip etmiştir. Sakatat sevenlerin % 57.5'i ayda bir defa, % 22.6'sı ise yılda bir defa tükettiğini belirtmiştir (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.25. Sakatat tüketme sıklığı

Tüketim sıklığı	Frekans	%
Haftada bir defa	29	19.7
Ayda bir defa	85	57.8
Yılda bir defa	33	22.5
Toplam	146	100



Şekil 4.14. Sakatat tüketim sıklığı

Haftada bir defa sakatat tüketenlerin sayısı 29 (% 19.9) iken günlük sakatat tüketen hiç kimse bulunmamaktadır (Şekil 4.14).

Anket yapılan tüketiciler sakatatları genellikle belli bir kasaptan satın alırken (% 78.7) bunlardan 19 tüketici (% 13.0) süpermarketlerden, 3'ü (% 2.1) et kombinalarından satın aldıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Sakatat satın alınan yerler

Sakatat satın alınan yerler	Frekans	%
Belirli bir kasaptan	115	78.7
Süpermarketlerden	19	13.0
Et kombinalarından	3	2.1
Fark etmez	9	6.2
Toplam	146	100

Sakatat tüketen bireyler damak zevki, alışkanlık, besleyicilik gibi tercihlerini dikkate alarak sakatlatları farklı yerlerden satın almaktadırlar (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Sakatat satın alırken dikkat edilen özellikler

Özellikler	Frekans	%
Hangi türe ait olduğuna	40	27.4
Taze olmasına	101	69.1
Ucuzluğuna	3	2.1
Diğer	2	1.4
Toplam	146	100

Ürünlerin alımında en çok tazeliğe önem verilirken, (% 69.1), % 27.4 hayvanın türünü, % 2.1'i ise fiyatını göz önünde bulundurdıklarını söylemişlerdir. Bu tüketicilerin % 47.3'ü koyun, % 4.1'i keçi, % 47.3'ü ise sığır sakatatlarına öncelik verdiklerini bildirmişlerdir. “Sağlıklı bir yaşam için sakatat tüketimini uygun buluyormusunuz?” sorusuna tüketicilerin % 83.6'sı evet derken % 16.4'ü hayır yanıtını vermişlerdir. Ayrıca bu kişilerin % 66.4'ü satın aldıkları sakatatların sağlık koşullarda ve yetkili kişilerce denetlendiğine inanırken, % 33.6'sı ise güvenmediklerini bildirmişlerdir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de halkımızın beslenme alışkanlıklarında son yıllarda görülmekte olan değişimlerde ekonomik nedenlerle et ve et ürünlerinin tüketiminde yaşanan sorunlar, yetersiz ve dengesiz beslenme ile ortaya çıkan sağlık problemleri, bilinçsizce uygulanan diyet ve rejim programları önemli rol oynamaktadır. Oysaki doğru bir beslenme için et, süt, yumurta gibi hayvansal proteinlerin, gerek çocukların gelişiminde gerekse yetişkinlerin beslenmesindeki önemi yadsınamaz bir gerçektir. Et ve et ürünleri üretiminde, işyerlerinde uyulması gereken temizlik ve hijyen kuralları Avrupa Birliği uyum sürecinde yasal olarak yeniden değerlendirilmiş ve düzenlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin eskiye göre daha bilinçli olması, eğitim seviyelerinin yükselmesi, gıda seçiminde çok fazla seçeneğinin olması üreticileri de daha kaliteli ve farklı ürünleri üretmeye zorlamaktadır.

Çok geniş bir alan üzerinde yer alan ülkemizde farklı coğrafi bölgelerin farklı yemek kültürleri vardır. Türk, Arap ve Fransız mutfak kültürünün etkilerinin sıklıkla gözlemlendiği Hatay mutfağında etin özel bir yeri bulunmaktadır.

Bu anket çalışmasında Hatay ili Antakya merkez ilçesinde yaşayan tüketicilerin et tüketim alışkanlıkları elde edilen bulgulara göre aşağıdaki gibi özetlenebilir;

1. Ankete katılan tüketicilerin % 30.2’si ilköğretim mezunu, % 29.3’ü lise mezunu, % 27.9’u ise üniversite mezunudur. Bu durum eğitim seviyesinin yüksek olduğunun bir göstergesidir. Yüksek eğitim seviyesine sahip tüketicilerin daha bilinçli tercih yapabilecekleri kanısına varılabilir.

2. Kent merkezinde yaşayan ve anket yapılan bireyler büyük oranda memurlardan oluşmakta ve aile sayısı 2-4 kişi arasında değişmektedir..

3. Ailelerin aylık ortalama gelirleri 501-1000 TL arasındadır. Ankete katılan tüketicilerin genellikle düşük gelir düzeyine sahip oldukları söylenebilir.

4. Aylık geliri düşük düzeyde olan aileler 403.8 TL, orta düzeyde olanlar 626.4 TL, yüksek düzeyde olanlar ise 1058.6 TL gıda harcaması yapmaktadırlar. Gelir seviyesi arttıkça yapılan gıda harcaması miktarı artmaktadır.

5. Düşük gelir grubunda olan aileler aylık 2.9 kg kırmızı et tüketirken, orta seviyedekiler 4.4 kg, yüksek seviyedekiler 4.5 kg kırmızı et tüketmektedirler. Orta ve yüksek gelir grubundaki tüketicilerin kırmızı et tüketim miktarları daha fazladır.

6. Bireyler et satın alırken en çok damak tadına önem vermektedirler.
7. Tüketiciler en çok tavuk etini tercih etmekte, bunu kırmızı et takip etmektedir.
8. Ankete katılan tüketicilerin önemli bir kısmı haftada bir defa et tüketmektedirler.
9. Kırmızı et seçiminde ilk sırayı sığır eti almaktadır.
10. Kırmızı et alımında lezzete önem verilmektedir.
11. Et tüketirken en beğenilen pişirme şekli ızgaradır.
12. Ankete katılan kişiler eti genelde belirli bir kasaptan almaktadırlar.
13. Tüketiciler et satın alınan yerlerin yeterli temizlik ve hijyene sahip olduğunu düşünmektedirler.
14. Ambalajlı et ürünü alırken üretim ve tüketim tarihi titizlikle kontrol edilmektedir.
15. Et satın alınırken hangi yemekte ne şekilde kullanılacağı dikkate alınmaktadır.
16. Aile bireyleri ette fiyatı belirlerken türün esas alınmasının doğru olduğunu düşünmektedirler.
17. Ailelerin önemli bir kısmı sakatat tüketmemektedir.

Farklı kültürlerin bulunduğu Hatay ili kent merkezinde yaşayan ailelerin, kırmızı et tüketim alışkanlıklarının da farklılıklar gösterdiği söylenebilir. Bunun yanında işletme bazında yapılacak besilerde daha çok büyükbaş hayvanların besiye alınması ve lokanta hizmetlerinde ızgaraya önem verilmesi tüketici alışkanlıkları açısından daha uygun olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Akdemir, Ş., 1989. Dünya ve Türkiye’de gıda tüketim yapısı. **Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, Sayı:6, Adana.
- Alpan, O., Ertuğrul, M., Bayraktaroğlu, E.A., 1993. 2000’li yıllar ve Türkiye kırmızı et üretimi. **Hayvancılık 2000 “2000’lere Doğru Türkiye Hayvancılığı” Kongresi Tebliğleri**, 9-10 Haziran 1993, Ankara.
- Anonim, 2012. www.tuik.gov.tr (erişim tarihi, 01.06.2012).
- Anonymous, 2009. www.fao.org (erişim tarihi, 01.06.2012)
- Arslan A. 2002. **Salam ve sucuk üretimi, Et Muayenesi ve Et Ürünleri Teknolojisi**. Medipres yayıncılık, Malatya, Türkiye, 344-353 s.
- Atay, O., Gökdal, Ö., Aygün, T. ve Ülker, H. 2004. Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları. **4. Ulusal Zootečni Bilim Kongresi**, 1-4 Eylül, Isparta, s. 348-354.
- Baysal, A. ve Yücecan, S. 1982. Yöresel yemeklerimiz, geleneksel Türk yemekleri ve beslenme. **Geleneksel Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri**, Turizm Derneği Yayınları, Konya.
- Büyüknisan, O. 2008. **Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı**. Çukurova Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Adana.
- Cankurt, M., Miran, B. ve Şahin, A. 2010. Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. **Hayvansal Üretim** 51(2): 16-22.
- Çopur, G., Dağıstan, E. ve Parlakay, O. 2006. Hatay il merkezinde tüketici gelirinin tavuk eti ve ürünleri tercihine etkileri üzerine bir araştırma. **Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 21(4): 77-82. Adana.
- Dernek, Z., 2005. Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği. Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, No:56, Isparta.
- Gayan, P. 1998. **Food and Culture**, New York.
- Göğüş, A.K., 1986. **Et Teknolojisi**. Ankara Üniv. Ziraat Fak. Yay. No: 991, 243 s., Ankara.
- Gökalp, H.Y., 1986. **Et Bilimi**. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ders Notu, Erzurum.
- Hair, J.F., Bush, R.P., and Ortina, U.D.J. 2000. **Marketing Research (A Practical Approach for the New Millennium)**. McGraw- Hill International Editions, 666s.
- Hanta, B., Yurdakul, O., 1994. Adana İli Kentsel Alanda Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı. **Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 10 (2), Adana, 169-184.
- Kan, A., Direk, M. 2004. Course of red meat prices in the Konya province. **Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 18(34): 35-40.
- Karakaş, G. 2010. **Tokat İli Kentsel Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma**. Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 81.s. Tokat.

- Karakuş, K., T. Aygün ve E. Alarşlan, 2008. Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. **Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.)**, 18 (2): 113-120.
- Kinnear, P.R., ve Gray, C.D.,1994. SPSS for Windows. Department of Psychology Univ. of Aberdeen, UK.
- Lorcu, F. ve Bolat, B.A. 2012. Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi. **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi**, 9 (1): 71-85.
- Malhotra, N. K., 2004. **Marketing Research (An Applied Orientation)**. PearsonPrentice Hill. Fourth Edition. 713s.
- Mutlu, S. 2007. **Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları (Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketimi Örneği)**. Doktora Tezi (Basılmamış), Çukurova Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Adana.
- Odabaşıoğlu, F., Kayardı, S., Yılmaz, O. 1995. Melez sığır karkaslarından elde edilen etlerin kaliteye göre sınıflandırılması ile bu etlerin fiziksel ve kimyasal analizi. **Hayvancılık Araştırma Dergisi** 5(1-2): 35- 38.
- Özkan, B., 2001. Antalya ilinde tüketicilerin süpermarket seçimi ve satın alma davranışları. **Tarım Ekonomisi Dergisi**, Mayıs 2001 sayı 6, 1- 5.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2002. **Hatay Sanayi Potansiyeli ve Yatırım Alanları Araştırması**: Ankara.
- Şahin, K. 2010. **Dini kimliğin inşasında kutsal ve tabu olan yiyecek ve içeceklerin işlevleri: Antakya örneği**. Doktora Tezi (Yayınlanmamış), Hacettepe Üniversitesi Sos. Bil. Enst., Ankara.
- Şeker, İ., Özen, A., Güler, H., Şeker, P. ve Özden, İ. 2011. Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. **Kafkas Üniv. Vet. Fak. Dergisi**, 17(4): 543-550.
- Türk, H. 2010. **Anadolu'nun Gizli İnancı Nusayrilik, İnanç Sistemleri ve Kültürel Özellikleri**. Kaknüs yayınları, 301 s. İstanbul.
- Türk, H. ve Şahin, K. 2004. Antakya Geleneksel Yemek Kültürü. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. Cilt 1, sayı: 2; s, 115-132.
- Tosun, Ö.O. ve Hatırlı, S.A. 2009. Tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi: Antalya ili örneği. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14 (2): 433-445.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubebe, N. ve Konca, Y. 2010. İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. **Hayvansal Üretim** 51(1): 21-30.
- Yücecan, S. 1997. Ankara ili, ilçe ve köylerinde yaşayan ailelerin beslenme alışkanlıklarını etkileyen sosyo-kültürel etmenler. **5. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Maddi kültür seksiyon bildirileri**, T.C. Kültür Bakanlığı yayınları Ankara.

TEŞEKKÜR

Özellikle bu konuyu seçmemde ve çalışmayı yürütmemde büyük bir özveriyle yardımlarını esirgemeyen, bilimsel katkılarının yanında manevi desteği ile her zaman yanımda olan tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Sabri GÜL'e anket verilerinin bilgisayara girilmesinde yardımcı olan eşim Yrd. Doç. Dr. Yusuf Ziya GÜZEY'e, çalışmamın anket çalışmasında bana yardımcı olan Zootekni 2. sınıf ve Harbiye Meslek Yüksekokulu Tarımsal Ürünlerin Muhafazası ve Depolanması öğrencilerine, her zaman yanımda manevi değerini hissettiğim tüm aileme, çalışmaya maddi destek sağlayan Mustafa Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Başkanlığına teşekkür ederim.

ÖZGEÇMİŞ

1981 yılında Balıkesir İlinde doğdum. İlk ve orta öğrenimimi Balıkesir İli Bigadiç İlçesinde tamamladıktan sonra 2001 yılında Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümünü kazandım ve 2005 yılında bu bölümden Ziraat Mühendisi unvanı ile mezun olduktan sonra 2010 yılı Eylül ayında Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Zootečni Anabilim Dalında Yüksek Lisans öğrenimime başladım.

EKLER

EK-1

HATAY İLİ MERKEZ İLÇEDE KIRMIZI ET TÜKETİM ALIŞKANLIĞI

Tarih...../...../.....

ANKETİ YAPAN:

Anket yapılan mahalle:

1. Cinsiyeti: ☐ Bayan ☐ Bay
2. Yaşı: ☐ 18-23 ☐ 24-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51 ve yukarı
3. Öğrenim Durumu: ☐ Okuryazar değil ☐ Okuryazar ☐ İlköğretim
☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Lisansüstü
4. Mesleği : ☐ Serbest ☐ Memur ☐ İşçi ☐ Esnaf ☐ Öğrenci
☐ Diğer
5. Birlikte yaşadığı ailedeki (evdeki) birey sayısı;
☐ 2-4 ☐ 5-7 ☐ 8-10 ☐ 10'dan fazla
6. Gelir Durumu (Aylık)
☐ 500 TL'den az ☐ 501-1000 ☐ 1001-1500 ☐ 1501-2000 ☐ 2001-2500
☐ 2501-3000 ☐ 3001-3500 ☐ 3501-4000 ☐ 4000 TL'den fazla
7. Ailenin aylık gıda harcaması ne kadardır? TL
8. Et tercihinizi neye göre yapıyorsunuz?
☐ fiyatı ☐ sağlık ☐ damak tadı ☐ yemek türü ☐ alışkanlık ☐ etin türü
☐ Diğer.....
9. Ailenizin aylık ortalama et tüketim miktarınızı belirtiniz? (*Yaklaşık olarak*).
Kırmızı et:.....
Tavuk eti:.....
Balık eti:.....
10. Hangi eti daha çok tercih edersiniz?
☐ Balık eti ☐ Tavuk eti ☐ Hepsini ☐ Et tüketmiyorum
☐ Kırmızı et **(12. Soruya geçiniz).**
11. Kırmızı et yememe nedeniniz?
☐ Pahalı olduğu için ☐ Vejetaryenim ☐ Beyaz eti tercih ederim
☐ Kolesterol ☐ Kokusu nedeniyle ☐ Diğer
12. Kırmızı eti tercih etme nedeniniz? (*Lütfen öncelik sırasını belirtiniz*)
☐ Lezzetli olduğu için ☐ Besleyici ☐ Alışkanlık ☐ Kolay bulunabilme
☐ Diğer
13. Kırmızı et tüketim sıklığınız nedir? (Birini seçiniz).
☐ Her gün ☐ Haftada 1 defa ☐ 15 günde 1 defa ☐ Ayda 1 defa
☐ 2-3 ayda 1 defa ☐ Yılda 1 defa

14. Kırmızı et olarak hangi tür hayvanı tercih edersiniz?
() Sığır () Koyun () Keçi () Hepsi
15. Sığır/Koyun/keçi eti seçiminde neye dikkat edersiniz?
() Fiyatı () Lezzeti () Alışkanlık () Yaşı () Kokusu () Beslenmesi
() Rengi () Ambalajlı olması () Cinsiyeti **(16. Soruyu cevaplayınız).**
16. Kırmızı ette cinsiyeti seçme nedeniniz nedir?
() Etin lezzeti () Dini inanç () Yumuşaklığı () Kokusu
() Diğer
17. Kırmızı eti daha çok nasıl tüketirsiniz?
() Haşlama () Fırında () Yağda kızartma () Izgara () Sebzeli
() Diğer.....
18. Bir önceki yıla oranla kırmızı et tüketiminiz?
() Arttı () Azaldı () Değişmedi
19. Kırmızı eti nerelerden satın alıyorsunuz?
() Canlı hayvan alır keserim () Kasaplar çarşısından () Süper marketlerden
() Belirli bir kasaptan () Kombinadan () Fark etmez
20. Et satın alırken yeterli bilgi ve deneyime sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?
() Evet () Hayır
21. Kırmızı et satın aldığınız yerlerin sağlıklı ve hijyenik olup olmadığına dair yeterli bilginiz var mı?
() Hiç yeterli değil () Az yeterli () Orta derecede yeterli () Oldukça yeterli
() Çok yeterli
22. Ambalajlı et veya et ürünleri satın alırken ilk dikkat ettiğiniz şey nedir?
() Fiyatı () Görünümü () Ambalaj Şekli () İçeriği
() Üretim ve son kullanma tarihi () Taze veya dondurulmuş olması
() Diğer.....
23. Etin ambalajlı olarak satılması doğru bir uygulamamı?
() Evet () Hayır
24. Satın aldığınız etin sağlıklı koşullarda ve yetkili kişilerce kesilip denetlendiğine inanıyor musunuz?
() Evet () Hayır
25. Porsiyonluk et satın alırken öncelikle hangisini tercih edersiniz?
() Karkas (tam veya yarım karkas) () Parça et () Kemikli () Kıyma
() Pirzola () Bonfile () Biftek () Kuşbaşı () Yemek türüne göre
() Diğer
26. Kırmızı ette fiyat neye göre belirlenmelidir?
() Etin verildiği bölgeye göre () Hayvanın yaşına göre () Hayvanın cinsiyetine göre
() Etin yağlılığına göre () Etin türüne (koyun, keçi, sığır oluşuna göre)
27. Size göre kolesterol kırmızı ette mi beyaz ette mi daha fazladır?
() Kırmızı et () Beyaz et () Fikrim yok

28. Kuyruk yağı tüketiyor musunuz?
() Evet () Hayır
29. Kırmızı etten yapılan salam, sucuk, sosis, pastırma gibi ürünlerden tükettirmisiniz?
() Düzenli olarak () Ara sıra () Hayır **(32. Soruya geçiniz).**
30. Evde tükettiğiniz salam/sosis/sucukları nereden alıyorsunuz?
() Marketten () Kasaptan () Kendim hazırlıyorum
() Diğer.....
31. Marketlerden almış olduğunuz salam, sosis ve sucukların güvenli olduğunu düşünüyor musunuz?
() Evet () Hayır
32. Sakatat tüketiyor musunuz ?
() Evet **(34. Soruya geçiniz)** () Hayır
33. Sakatat tüketmeme nedeniniz? **(Anketi bitiriniz).**
() Kolesterol () Kırmızı et veya beyaz eti tercih ederim. () Kokusu nedeniyle
() Diğer.....
35. Sakatat tercih etme nedeniniz?
() Lezzetli olduğu için () Alışkanlık () Besleyici () Diğer
36. Aşağıdaki sakatatlardan hangisini daha beğenerek tüketirsiniz?
() Karaciğer () Yürek () Mumbar () Böbrek () Dalak () İşkembe
() Kelle-paça
37. Sakatat tüketim sıklığınız?
() Her gün () Haftadadefa () Aydadefa () Yıldadefa
38. Sakatatı nerelerden satın alıyorsunuz?
() Belirli bir kasaptan () Süper marketlerden () Kombinadan () Farketmez
39. Sakatat satın alırken nelere dikkat edersiniz? (Lütfen öncelik sırasınız belirtiniz)
() Hangi türe ait olduğuna () Taze olmasına () Ucuzluğuna () Diğer
40. Sakatat tüketirken hangi tür hayvanı tercih edersiniz?
() Koyun () Keçi () Sığır
41. Sağlıklı yaşam için sakatat tüketimini sağlıklı buluyormusunuz?
() Evet () Hayır
42. Satın aldığınız sakatatların sağlıklı koşullarda ve yetkili kişilerce denetlendiğine inanıyor musunuz?
() Evet () Hayır