

T.C.  
YÜZÜNCÜYIL ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

**ELAZIĞ İLİ MERKEZ İLÇEDE ET, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ  
TÜKETİM YAPISI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN: FİRDEVS ASLI MALATACIK (TAHTALI)  
DANIŞMAN : DOÇ.DR. İBRAHİM YILDIRIM

VAN-2006

T.C.  
YÜZÜNCÜYIL ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

**ELAZIĞ İLİ MERKEZ İLÇEDE ET, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ  
TÜKETİM YAPISI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN: FİRDEVS ASLI MALATACIK (TAHTALI)

VAN-2006

## KABUL VE ONAY SAYFASI

Doç. Dr. İbrahim YILDIRIM danışmanlığında, F.Aslı MALATACIK tarafından hazırlanan Elazığ İli Merkez İlçede Et, Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Yapısı isimli bu çalışma 12.10.2006 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. İbrahim YILDIRIM İmza:

Üye: Yrd. Doç. Dr. Hacer ÇELİK ATEŞ İmza:

Üye: Yrd. Doç. Dr. Rengin AK İmza:

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun .... / .... / 2006 Gün ve  
..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

.....  
Enstitü Müdürü

## ÖZET

### ELAZIĞ İLİ MERKEZ İLÇEDE ET, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİM YAPISI

MALATACIK, Firdevs Aslı  
Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı  
Danışman: Doç. Dr. İbrahim Yıldırım  
Eylül 2006, 46 sayfa

Bu çalışmanın amacı Elazığ ili Merkez ilçede et, süt ve süt ürünleri tüketim yapısının incelenmesidir. Araştırmanın esas materyalini, Elazığ ili merkez İlçede 96 aileden anket yoluyla toplanan orijinal nitelikli veriler oluşturmuştur. Anket çalışması 5 Mart- 25 Nisan 2006 tarihleri arasında yapılmıştır. Anket yapılan hane halkının ortalama yıllık geliri 18.045 YTL olup, bu miktar gelir gruplarına göre 5.021 YTL ile 40.426 YTL arasında değişmektedir. Hane halkının yarısından fazlası (% 53.13) etlerini marketlerden sağlamaktadır. Kişi başına düşen ortalama yıllık kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tüketim miktarları sırasıyla 21.13 kg, 16.47 kg ve 10.04 kg'dır. Genel olarak, et tüketim miktarları gelir gruplarına orantılı bir şekilde artmaktadır. Hane halkının sırasıyla % 42.68'i ve % 32.26'sı haftada bir kez kırmızı et ve beyaz et satın almaktadır. Kişi başına düşen yıllık ortalama açık süt ve pastörize süt tüketim miktarları sırasıyla 53.32 litre ve 28.12 litredir. Bu miktarlar gelir gruplarına paralel bir şekilde artmaktadır. Anket yapılan hane halklarının % 42.71 sadece günlük açık süt tüketmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Beyaz et, Elazığ ili, Kırmızı et, Süt ürünleri, Tüketim yapısı.



## ABSTRACT

### THE CONSUMPTION STRUCTURE OF MEAT, MILK AND DAIRY PRODUCTS IN CENTER TOWN OF ELAZIĞ PROVINCE

MALATACIK, Firdevs Aslı  
MSc, Agricultural Economics  
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. İbrahim Yıldırım  
September 2006, 46 pages

The aim of this study was to investigate the meat and milk and milk products consumption structures of households in Elazığ Province. The data were collected from 96 households by questionnaires between 5 March and 25 April, 2006. The average yearly income per households was YTL 18.045 and ranged from YTL 5.021 to YTL 40.426 according to income groups. More than half of households (53.13 %) purchased the meat from the markets. The average yearly consumption per head of red meat, white meat and the fish meat was 21.13 kg, 16.47 kg and 10.04 kg, respectively. Generally, these figures increased in proportion to income groups. Out of total households 42.68 and 32.26 %, respectively consumed the red meat and white meat once per week. The average yearly open and pasteurized milk per head was 53.32 and 28.12 litre, respectively. These figures increased in parallel with income groups. Of total households 42.71 % consumed only open milk.

**Key words:** White Meat, Fish Meat, Elazığ Province, Red Meat, Consumption Structure.



## İÇİNDEKİLER

	sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	v
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
EKLER DİZİNİ	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Önemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	2
1.3. Elazığ İli Hakkında Genel Bilgiler	2
2. LİTERATÜR BİLDİRİŞLERİ	3
3. MATERYAL ve YÖNTEM	5
3.1. Materyal	5
3.2. Yöntem	5
3.2.1. Örnek seçiminde uygulanan yöntem	5
3.2.2. Veri toplama aşamasında uygulanan yöntem	5
3.2.3. Verilerin değerlendirilmesinde uygulanan yöntem	5
4. ARAŞTIRMA BULGULARI	7
4.1. Tüketicilerin Sosyo- Ekonomik Yapısı	7
4.2. Tüketicilerin Et ve Ürünleri Tüketim Yapısı	11
4.2.1. Kırmızı et tüketim yapısı	14
4.2.1.1. Kırmızı et tüketim miktarı	14
4.2.1.2. Kırmızı et satın alma sıklığı	15
4.2.1.3. Kırmızı et satın alma şekli	16
4.2.1.4. Kırmızı et tüketim şekli	16
4.2.2. Beyaz et tüketim yapısı	16
4.2.2.1. Tavuk eti tüketim yapısı	17
4.2.2.1.1. Tavuk eti tüketim miktarı	17
4.2.2.1.2. Tavuk eti satın alma sıklığı	17
4.2.2.1.3. Tavuk eti satın alma şekli	18
4.2.2.1.4. Tavuk eti tüketim şekli	18
4.2.2.2. Balık eti tüketim yapısı	19
4.2.2.2.1. Balık eti tüketim miktarı ve mevsimsel dağılımı	19
4.2.2.2.2. Balık eti tüketim şekli	20
4.2.2.2.3. Balığın taze olarak tüketilme nedenleri	20
4.2.2.2.4. Konserve balığı tüketenlerin marka tercihleri	21
4.3. Tüketilen Et Miktarının Yetersizliğinin Nedenleri	22
4.4. Süt Tüketim Yapısı	24
4.4.1. Süt tüketim miktarları ve tüketilen süt tipi	24
4.4.2. Açık sütün temin edildiği yerler	25
4.4.3. Açık süt tercih etme nedenleri	26
4.4.4. Açık sütü satın alma sıklığı	26
4.4.5. Pastörize süt tercih nedenleri	27
4.4.6. Pastörize sütü satın alma sıklığı	27
4.4.7. Pastörize sütte tercih edilen markalar	28
4.4.8. Pastörize sütte marka tercih nedenleri	28
4.4.9. Uzun ömürlü sütü tercih etme nedenleri	29

4.4.10. Uzun ömürlü sütü satın alma sıklığı	29
4.4.11. Süt tüketim şekilleri	30
4.5. Yoğurt ve Peynir Tüketim yapısı	31
4.5.1. Yoğurt tüketim yapısı	31
4.5.1.1. Yoğurt tüketim miktarı	31
4.5.1.2. Yoğurdu temin şekli	31
4.5.1.3. Yoğurdun satın alındığı yerler	31
4.5.1.4. Yoğurt satın alınırken dikkate alınan faktörler	32
4.5.1.5. Yoğurdun tüketim şekilleri	32
4.5.2. Peynir tüketim yapısı	33
4.5.2.1. Peynir tüketim miktarı	33
4.5.2.2. Peynir satın alma şekli	33
4.5.2.3. Peynirin satın alınmasında dikkate alınan özellikler	34
4.5.2.4. Tüketilen peynir türleri	34
4.5.2.5. Peynir tüketim şekli	35
5. SONUÇ	36
KAYNAKLAR	38
EKLER	40
ÖZGEÇMİŞ	46

## ÇİZELGELER DİZİNİ

	<b>sayfa</b>
Çizelge 4. 1. Anket yapılan hane halkının yıllık ortalama gelir miktarları ve hane halkı başına düşen ortalama kişi sayısı	7
Çizelge 4. 2. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin cinsiyet dağılımı	7
Çizelge 4. 3. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin yaş dağılımı	7
Çizelge 4. 4. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin medeni durumu	8
Çizelge 4. 5. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin eğitim düzeyleri	8
Çizelge 4. 6. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin meslek dağılımı	9
Çizelge 4. 7. Gelir gruplarına göre hane halkının yaşam dönemi	9
Çizelge 4. 8. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin oturdukları evin mülkiyet durumu	10
Çizelge 4. 9. Gelir gruplarına göre hane halkında en çok gıda alışverişini yapan kişi dağılımı	10
Çizelge 4.10. Anket yapılan tüketicilerin yıllık ortalama gelirlerini harcama durumu	11
Çizelge 4.11. Gelir gruplarına göre hane halkının tükettikleri et türü dağılımı	11
Çizelge 4.12. Gelir gruplarına göre hane halkının et türünü tercih nedenleri	12
Çizelge 4.13. Gelir gruplarına göre hane halkının eti temin ettikleri yer dağılımı	13
Çizelge 4.14. Gelir gruplarına göre hane halkının eti temin ettikleri yeri tercih etme nedenleri	14
Çizelge 4.15. Ortalama hane genişliği, hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama kırmızı et tüketim miktarları (Kg)	15
Çizelge 4.16. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı eti satın alma sıklığı	15
Çizelge 4.17. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı eti satın alma şekli	16
Çizelge 4.18. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı et tüketim şekli	16
Çizelge 4.19. Ortalama hane genişliği, hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama tavuk eti tüketim miktarları (Kg)	17
Çizelge 4.20. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti satın alma sıklığı	18
Çizelge 4.21. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti satın alma şekli	18
Çizelge 4.22. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti tüketim şekli	19
Çizelge 4.23. Ortalama hane genişliği, hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama balık eti tüketim miktarları	19
Çizelge 4.24. Gelir gruplarına göre hane halkının balık eti tüketiminin mevsimsel dağılımı	20

Çizelge 4.25. Gelir gruplarına göre hane halkının balık eti tüketim şekli	20
Çizelge 4.26. Gelir gruplarına göre hane halkının balık etini taze tüketme nedenleri	21
Çizelge 4.27. Gelir gruplarına göre konserve balık tüketen hane halkının marka tercihi	21
Çizelge 4.28. Gelir gruplarına göre konserve balık tüketen hane halkının bu markayı tercih nedenleri	22
Çizelge 4.29. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede et tüketimi konusundaki görüşleri	22
Çizelge 4.30. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede kırmızı et tüketimini yetersiz bulma nedenleri	23
Çizelge 4.31. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede tavuk eti tüketimini yetersiz bulma nedenleri	23
Çizelge 4.32. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede balık eti tüketimini yetersiz bulma nedenleri	23
Çizelge 4.33. Gelir gruplarına göre hane halkının ortalama yıllık süt tüketim miktarları	24
Çizelge 4.34. Gelir gruplarına göre kişi başına düşen ortalama yıllık süt tüketim miktarları	24
Çizelge 4.35. Gelir gruplarına göre hane halkının tükettikleri süt tipi	25
Çizelge 4.36. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü temin ettiği yerler	26
Çizelge 4.37. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü tercih etme nedenleri	26
Çizelge 4.38. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü satın alma sıklığı	27
Çizelge 4.39. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütü tercih etme nedenleri	27
Çizelge 4.40. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütü satın alma sıklığı	28
Çizelge 4.41. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütte tercih ettiği markalar	28
Çizelge 4.42. Gelir gruplarına göre pastörize süt tüketen hane halkının bu markayı tercih nedenleri	29
Çizelge 4.43. Gelir gruplarına göre hane halkının uzun ömürlü sütü tercih etme nedenleri	29
Çizelge 4.44. Gelir gruplarına göre hane halkının uzun ömürlü sütü satın alma sıklığı	30
Çizelge 4.45. Gelir gruplarına göre hane halkının süt tüketim şekilleri	30
Çizelge 4.46. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurt tüketim miktarı (Kg)	31
Çizelge 4.47. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu temin şekli	31
Çizelge 4.48. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu satın aldığı yerler	32
Çizelge 4.49. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurt alırken en çok dikkat ettiği özellikler	32
Çizelge 4.50. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu tüketme şekli	33

Çizelge 4.51. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir tüketim miktarları (Kg)	33
Çizelge 4.52. Gelir gruplarına göre hane halkının peyniri satın alma şekli	34
Çizelge 4.53. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir alırken en çok dikkat ettiği özellikler	34
Çizelge 4.54. Gelir gruplarına göre hane halklarının tükettikleri peynir türleri	35
Çizelge 4.55. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir tüketim şekli	35



## **EKLER DİZİNİ**

	<b>sayfa</b>
<b>EK 1. ANKET</b>	40

## 1. GİRİŞ

### 1.1. Araştırmanın Önemi

Günümüzde kişi başına tüketilen ortalama yıllık hayvansal ürün miktarları toplumların gelişmişlik düzeyinin ölçütleri arasında yer almaktadır. Gerçekten de sağlıklı bir toplumun oluşturulması bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıda maddelerinin dengeli bir şekilde tüketilmesi ile mümkün olmaktadır. Dengeli bir beslenme için hayvansal kaynaklı besin maddelerinin tüketim oranının toplam besin maddeleri tüketim oranı içindeki oranın % 40'lar düzeylerinde olması gerektiği (Paksoy, 1998) ve gelişmiş ülkelerde de bu oranın yakalandığı bilinmektedir. Oysa Türkiye'de hayvansal kaynaklı besin maddeleri tüketim oranının % 30' lar düzeyinde olduğu belirtilmektedir (Yalçınkaya, 1999). Ülkemizde kişi başına düşen hayvansal protein tüketim miktarının düşük olmasının nedenleri arasında hayvansal gıda fiyatlarının bitkisel gıdalara göre görece olarak yüksek olması, düşük gelir düzeyi ve beslenme alışkanlıkları sayılabilir (Yıldırım ve ark., 1998).

Kırmızı et tüketim miktarı, talebin fiyat ve gelir esnekliğine bağlı bir seyir izlemektedir. Et ve et türevlerinin gelir esnekliğinin yüksek olması, tüketicilerin gelir seviyelerindeki her bir birimlik artış sonucunda, et mamullerinin daha yüksek oranda tüketildiğini göstermektedir. Dengeli beslenme için kişi başına ortalama yıllık et tüketim miktarının 54 kg olması gerektiği, ancak Türkiye'de bu miktarın yaklaşık olarak 20 kg olduğu belirtilmektedir. Avrupa Birliği ülkeleri ortalamasında kişi başına yıllık ortalama et tüketim miktarının 92 kg olduğu dikkate alındığında, Türkiye'de et tüketimi bakımından dengeli bir beslenme düzeyinin olduğu söylenemez (Anonim, 1996).

Et tüketimini etkileyen faktörler arasında, ürünün fiyatı, hane halkı geliri, hane halkı büyüklüğü, ürünün kalitesi, eğitim, yaş, meslek, kadının çalışması, ikamet edilen ve çalışılan yer, inanç ve tutumlar, güvenilirlik ve sağlık sayılmaktadır (Akbaş, 2001; Yurdakul ve Koç, 1995).

Et ve süt tüketim yapısının araştırılması; talep projeksiyonlarının tahmin edilmesi ve üretim-tüketim dengesinin kurulması ile ilgili etkin politikaların izlenmesi bakımından önemlidir (Yurdakul ve Akdemir., 1989). Planlamada kullanılacak verilerin elde edilmesi et ve süt tüketim yapısının araştırılmasını zorunlu kılmaktadır (Yalçınkaya, 1999). Et ve süt ürünleri tüketim yapısının heterojen bir yapı oluşturan bölgeler ve yöreler itibarıyla incelenmesi; bölgeler arası veya yöresel olarak tüketim yapısındaki farklılıkların belirlenmesi ve belirlenen yapıya uygun politikaların saptanması ve uygulanması açısından önem arz etmektedir.

Tüketicilerin satın alma davranışlarına yönelik araştırmalar, firmaların pazarlama yönetimi için vazgeçilmez bir temel bilgi kaynağı durumundadır. Firmalar ilave yatırım, ürün çeşitlendirme, ürün geliştirme ve daha geniş pazarlama karması oluşturma konusunda karar verirken, tüketici çalışmalarından sağlanan bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Diğer yandan söz konusu ürünün sosyo-ekonomik gruplardaki tüketim düzeyi ve tüketim üzerindeki etkili faktörler, devlet ve tüketici örgütlerini de yakından ilgilendirir. (Akbaş ve ark., 1999). Bu bakımdan yöresel olarak yapılan bu tip çalışmalar önemli görülmektedir

## 1.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın başlıca amacı Elazığ İli Merkez İlçe’de tüketicilerin et, süt, peynir ve yoğurt tüketim yapısı ve satın alma eğilimlerinin belirlenmesidir. Bu kapsamda, hane halkı ve kişi başına düşen kırmızı et, tavuk eti ve balık eti ile süt, yoğurt ve peynir tüketim miktarlarının yanında, bu ürünlerin talep miktarını belirleyen faktörler, ürünlerde aranılan özellikler ve satın alma sıklıkları, ürünlerin sağlandığı yerlerin seçiminde tüketicilerin dikkate aldıkları faktörler gibi tüketici davranışları incelenmektedir.

## 1.3. Elazığ İli Hakkında Genel Bilgiler

Elazığ ili Doğu Anadolu Bölgesinin güneybatısında Yukarı Fırat bölümünde yer almaktadır. Yüzölçümü 9 281 km<sup>2</sup> olup, bunun 8 455 km<sup>2</sup>’ si kara, 826 km<sup>2</sup>’ si baraj ve doğal göl alanlarından oluşmaktadır. Elazığ ili coğrafi konum itibarıyla, Doğu Anadolu Bölgesi’ni batıya bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmaktadır. İli, doğudan Bingöl, kuzeyden Keban Baraj Gölü aracılığıyla Tunceli, batı ve güneybatıdan Karakaya Baraj Gölü vasıtasıyla Malatya, güneyden ise Diyarbakır illerinin arazileri çevrelemektedir (Anonim, 2006).

Elazığ topraklarının % 50’si çayır ve meralar, % 28’i tarım arazisi, % 12’si orman arazisi, % 10’u su yüzeyi (baraj ve göller) ile kaplıdır. Tarım arazisinin % 87’si sulanabilir tarım arazisidir. (Anonim, 2006).

İlde karasal iklim egemen olup, kışlar soğuk ve yağışlı, yazlar ise sıcak ve kurak geçmektedir. Geçmişte karasal iklimin hüküm sürdüğü Elazığ, yapılan ve yapılmakta olan barajların etkisiyle ılıman bir iklime geçiş yapmıştır. (Anonim, 2006).

2000 yılı genel nüfus sayımına göre Elazığ ilinin toplam nüfusu 569 616 kişi olup, bu nüfusun 287 687’si erkek, 281 929’u kadındır. 1990–2000 döneminde yıllık ortalama nüfus artış hızı % 0.13 olup, Türkiye ortalaması olan % 0.18’den düşük bulunmaktadır (Anonim, 2005). Elazığ ili 8 455 km<sup>2</sup>’ lik yüzölçümü ile Türkiye’nin yaklaşık % 1.10’unu oluşturmaktadır. Kilometrekareye düşen kişi sayısı 67 olup, Türkiye ortalaması olan 88 kişinin altında bulunmaktadır. Elazığ Merkez ilçede ortalama hane büyüklüğü 5.2 kişidir (Anonim, 2006).

Elazığ ilinde okuma ve yazma oranı yüksek olup, erkek nüfusun % 92.00’ı ve kadın nüfusun % 72.50’si okuma yazma bilmektedir. Erkek nüfusun % 10.1’i, kadın nüfusun ise %3.4’ü yüksek öğretim mezunudur. 2000 yılı itibarıyla 15-49 yaş grubu kadın başına düşen çocuk sayısı 4.6 kişidir (Anonim, 2002).

İlde 2000 yılı itibarıyla erkek ve kadın nüfusun işgücüne katılma oranı sırasıyla % 63.8 ve % 36.70 düzeyinde bulunmaktadır. Kadın nüfusun işgücüne katılmayan kısmının % 74.50’sini ev hanımları oluşturmaktadır. İldeki işsizlik oranı % 10.70 düzeyindedir. Çalışan erkek işgücünün % 43.00’ı ücretsiz aile işçisi, %35.6’sı ücretli, %19.7’si kendi hesabına ve %1.7’si ise işveren kesiminden oluşmaktadır. Çalışan kadın nüfusun % 83.4’ü ücretsiz aile işçisi olarak çalışmaktadır (Anonim, 2002).

## 2. LİTERATÜR BİLDİRİŞLERİ

Arıkan (2000), İstanbul'un Kadıköy ilçesinde 378 hane halkının süt tüketimi ve tüketici tercihlerini incelediği çalışmasında, kişi başına düşen haftalık süt tüketim miktarının 1.07 litre olduğunu, genel olarak gelir düzeyi arttıkça kişi başına tüketilen süt miktarının arttığını ifade etmiştir. Çalışmada ayrıca gelir düzeyi arttıkça dayanıklı süt tüketenlerin oranının arttığı ve açık süt tüketim oranlarının azaldığı belirtilmiştir.

Atay ve ark. (2004), Aydın'ın Çine İlçesinde 175 hane halkının et tüketim yapısını inceledikleri çalışmalarında, hane halklarının % 46.3'ünün tavuk etini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin tavuk etini tercih etmelerinin temel nedeninin kırmızı ete göre daha az kolesterol içermesi olduğunu ifade etmişlerdir.

Ceylan (1995), Van ili Kentsel ve Kırsal alanda 191 hane halkının et ve ürünleri tüketim yapısı ve satın alma eğilimlerini incelediği çalışmasında, kentsel alanda hane başına yıllık ortalama kırmızı et, beyaz et ve balıketi tüketim miktarlarını sırasıyla 71.23 kg, 103.33 kg ve 12.90 kg; kırsal alanda ise hane başına yıllık ortalama kırmızı et, beyaz et ve balık eti tüketim miktarlarının 70.40 kg, 118.04 kg ve 16.17 kg olduğunu belirtmiştir.

Çivi ve ark. (1993), Tokat ili merkezinde yaşayan hane halklarının beyaz et tüketimi üzerine yaptıkları bir araştırmada, kişi başına düşen ortalama tavuk eti tüketiminin 6.17 kg olduğunu ve tavuk tüketim şekilleri arasında tavuğun kesilmiş ve temizlenmiş olarak tüketim şeklinin % 61.15 ile birinci sırada yer aldığını belirtmişlerdir.

Demirulus (1997), Van ili Merkez İlçede 189 hane halkının tavuk eti tüketim yapısını incelediği çalışmasında, tüketicilerin eğitim ve gelir düzeyi arttıkça tavuk eti satın alırken, tazelik ve kalite faktörlerine daha fazla önem verdiklerini belirtmiştir.

Dransfield (2005), Güvenli et ve et ürünleri talebinin oluşturulmasında tüketicinin önemini incelediği çalışmasında, kırmızı etin kalitesi ile tüketicilerin tutum, kültür ve yaşam tarzlarının tüketicilerin kırmızı eti tercih etmeleri üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir.

Gaol ve Spreen (1994), Amerika'da et talebinin mikro ekonomik analizini yaptıkları çalışmada, kırmızı et tüketimini etkileyen en önemli faktörlerin hane halkı büyüklüğü, şehirleşme, bölgesel farklılıklar olduğunu; tüketicilerin tavuk eti tüketimine yönelmelerinin temel nedeninin ise sağlık konusundaki kaygılar olduğunu belirtmişlerdir.

Gaytancıoğlu (1999), Tekirdağ İli Merkez İlçe'de 271 tüketici ile yaptığı anket çalışmasında kişi başına ortalama yıllık kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tüketim miktarlarının sırasıyla 15.6 kg, 13.6 kg ve 11.8 kg olduğunu belirtmiştir.

Gül ve Şahin (1998), Adana İli Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde 300 ailenin tavuk eti tüketim yapısını inceledikleri çalışmalarında, kişi başına düşen aylık ortalama tavuk eti tüketiminin 1.5 kg olduğunu ve tavuk eti satın alımında tüketicilerin en fazla dikkat ettikleri faktörlerin başında tazelik (% 36.9), fiyat (% 24.0) ve kalitenin (% 20.1) geldiğini belirtmişlerdir.

Hanta (1994), Adana İli kentsel alanda 200 ailenin hayvansal gıda tüketim yapısını incelediği çalışmasında, toplam hayvansal gıda maddeleri tüketim harcamalarının % 39.4'ünü kırmızı et, % 15.1'ini tavuk eti, % 15.1'ini süt, %

18.1'ini süt mamulleri ve % 12.3'ünü de yumurta harcamalarının oluşturduğunu belirtmiştir.

Hayman (2004), tavuk etinde müşteri memnuniyetine yönelik yaptığı çalışmada tavuk eti tercihini etkileyen başlıca faktörlerin damak tadı (lezzet), tazelik ve yumuşaklık olduğunu belirtmiştir.

Jimin ve ark. (2004), Çin'de hayvansal ürünlerin tüketimini inceledikleri çalışmalarında, Çin'de hane halklarının tavuk eti tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin gelir düzeyi ve yöresel farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir.

Kennedy ve ark. (2004), Tavuk etinde tüketici davranışlarına yönelik kantitatif analiz yaptıkları çalışmalarında, tüketicilerin tavuk eti tercihlerinde fiyat, tazelik ve sağlık kaygıları faktörlerinin önemli rol oynadığını belirtmişlerdir.

Rimal (2005), Tüketici davranışları ve et tüketim modeli isimli çalışmada, Amerika Birleşik Devletlerinde etiketleme ve paketlemenin tüketicilerin % 70'inin tavuk eti tüketimlerini arttırdığını belirtmiştir.

Şahin ve ark. (2001), Van İli kentsel alanda 196 ailenin otlu peynir ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını araştırdıkları çalışmalarında, ailelerin aylık ortalama açık süt ve pastörize süt tüketim miktarlarının sırasıyla 17.5 kg ve 4.6 kg olduğunu belirtmişlerdir.

Uluat (2002), Van İli merkez ilçede 120 ailenin hayvansal gıda tüketim yapısını incelediği çalışmada, kişi başına düşen yıllık ortalama kırmızı et, tavuk eti ve süt tüketim miktarlarını sırasıyla 63.85 kg, 40.70 kg ve 33.02 litre olarak bulmuştur. Çalışmada, toplam hayvansal gıda harcamalarının % 38.49'unun kırmızı et, % 14.72'sinin tavuk eti ve % 11.79' unun süt harcamalarından oluştuğu; ailelerin gıda maddeleri alımında etkili olan başlıca faktörlerin gelir düzeyi, kültür durumu, ucuzluk, kalite ve hijyenin olduğunu belirtmiştir.

Verhoef (2005), Hollandalı tüketicilerin organik et satın alma konusundaki tutumlarına yönelik çalışmada, Hollanda'da tüketicilerin organik et tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin kalite, fiyat, dağıtım kanalları gibi ekonomik faktörler ile duygusal ve psikolojik faktörler olduğunu belirtmiştir.

Vural (2001), Antalya İlin' de 499 ailenin süt ve süt ürünleri tüketici profilini incelediği çalışmada, sütü içmek için satın alanların oranının % 94 olduğu ve deneklerin % 63'üne göre sütün günlük olmasının önemli olduğunu belirtmiştir.

Yıldırım ve ark. (1998), Van İli merkez ilçede 120 ailenin kırmızı et tüketim yapısını inceledikleri çalışmalarında, ailelerin ortalama yıllık gelirlerinin (386 milyon TL) % 6'sını kırmızı et tüketimine ayırdıklarını belirtmişlerdir. Gelir düzeyi yükseldikçe et alım sıklığının arttığı ve et tüketim harcamalarının toplam gelir içindeki göreceli payının azaldığı ifade edilmiştir.

Yalçinkaya (1999), Van İli Erçiş ilçesinde 140 ailenin süt ve süt mamulleri tüketim yapısını incelemiştir. Çalışmada kişi başına düşen ortalama yıllık süt, yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim miktarlarını sırasıyla 59.27 litre, 30.43 kg, 9.63 kg ve 2.46 kg olduğunu ve ortalama yıllık gelirlerinin %1.62' sini süt tüketimine ayırdıklarını belirtmiştir.

### 3. MATERYAL ve YÖNTEM

#### 3.1. Materyal

Araştırmanın materyalini, Elazığ İli Merkez İlçeye bağlı beş mahallede (Üniversite, Nailbey, Abdullahpaşa, Sürsürü, Cumhuriyet) toplam 96 aileden anket yöntemi ile toplanan orijinal veriler oluşturmaktadır. Veriler 2006 yılına ait olup, 5 Mart-25 Nisan tarihleri arasında toplanmıştır.

#### 3.2. Yöntem

##### 3.2.1. Örnek seçiminde uygulanan yöntem

Çalışmanın ana kitesini Elazığ İli Merkez İlçesi kentsel alanda yaşayan hane halkları oluşturmaktadır. 2000 Yılı Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre, Merkez İlçedeki hane sayısı 51.249'dur (Anonim, 2002).

Ana kitleyi temsil eden örnek hacmi sonlu ana kitleler için örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Örnek hacmi % 95 güven aralığı ve % 10 hata payı dikkate alınarak hesaplanmıştır (Miran, 2003). Uygulanan örnekleme yöntemiyle ana kitleyi temsil eden örnek hacmi 96 hane olarak hesaplanmıştır.

$$n = \frac{N_p*(1-P)}{(N-1)*\hat{\sigma}^2 P_x + P*(P-1)}$$

N = Ana kitle (51 249 hane halkı)

P = İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı (% 50 alınmıştır)

$\hat{\sigma}$  = Oranın varyansı

##### 3.2.2. Veri toplama aşamasında uygulanan yöntem

Örnek hacmi belirlenen mahallerinin nüfuslarına orantılı bir şekilde dağıtılmıştır. Ankete çıkılmadan önce, anket sorularının doğru ve anlaşılabilir olup olmadığını test etmek için ön anket çalışması yapılmıştır. Belirlenen mahallerde ailelerle anket çalışması tesadüfi yöntem kullanılarak yapılmıştır.

##### 3.2.3. Verilerin değerlendirilmesinde uygulanan yöntem

Yıllık gelirin yüzdesel dağılımı dikkate alınarak hane halkları 5 gruba ayrılmıştır. I. gelir grubunu ortalama yıllık geliri 6 000 YTL ve daha düşük gelire sahip olan hane halkları (14 hane halkı), II. gelir grubunu 6 001 YTL-12 000 YTL arası gelire sahip hane halkları (29 hane halkı), III. gelir grubunu 12 001- 18 000 YTL arası gelire sahip olan hane halkları (19 hane halkı), IV. gelir grubunu 18 001-24 000 YTL arası gelire sahip olan hane halkları (17 hane halkı) ve V. gelir

grubunu da 24.001 YTL ve üstü gelire sahip hane halkları (17 hane halkı) oluşturmaktadır. Buna göre, anket yapılan toplam 96 hane halkının % 14.5' i I. gelir grubu, % 30.2' si II. gelir grubu, % 19.7' si III. gelir grubu, % 17.8' i IV. gelir grubu ve % 17.8' i ' de V. gelir grubu içinde yer almaktadır.

Veriler ortalamalar ve oranlardan yararlanılarak yoruma hazır hale getirilip çizelgeler halinde sunulmuştur. Sonuçlar belirlenen gelir grupları itibariyle karşılaştırılmıştır. Hane başına ve kişi başına düşen kırmızı et, beyaz et ve süt tüketim miktarları bakımından gelir grupları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Kruskal-Wallis istatistiksel analizi; tüketici davranışları ile ilgili bazı değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için ise Khi-kare analizi yapılmıştır.

Kruskal-Wallis testi parametrik olmayan tek yönlü varyans analizi yöntemidir. K bağımsız örnekten elde edilen verilerin tek bir toplumun ana eğilimini gösteren veriler olup olmadığını analiz etmek için kullanılır. K-W testi parametrik tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan alternatifidir. Kruskal-Wallis analizi yapılmadan önce verilerin normal dağılıma uygunluk gösterip göstermediğini test etmek için Kolmogorov-Smirnov (KS) analizi yapılmıştır. Kolmogorov-Smirnov (KS) testi tek ve çift örnek durumlarında frekans dağılımını ele alarak varsayılan herhangi bir teorik dağılım ile uygunluğunu analiz etmekte kullanılan bir testtir.(Özdamar, 2004)

## 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

### 4.1. Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik Yapısı

Anket yapılan hane halkı başına düşen ortalama kişi sayısı 3.66 kişidir. Hane halkı başına düşen kişi sayısı III. gelir grubunda 3.89 kişi ile en yüksek ve V. gelir grubunda ise 3.47 kişi ile en düşüktür. Anket yapılan hane halkının ortalama yıllık gelir 5.021 YTL ile 40.426 YTL arasında değişmektedir (Çizelge 4. 1).

Çizelge 4.1. Anket yapılan hane halkının yıllık ortalama gelir miktarları ve hane halkı başına düşen ortalama kişi sayısı

Gelir Grupları	Ortalama Yıllık Hane Halkı Geliri (YTL)	Hane Halkı (Adet)	Örnek İçindeki Payı (%)	Ortalama Yıllık Gelir (YTL)	Ortalama Birey Sayısı
I.	6000<=	14	14.5	5.021	3.57
II.	6001-12000	29	30.2	9.974	3.65
III.	12001-18000	19	19.7	16.022	3.89
IV.	18001-24000	17	17.8	22.419	3.70
V.	24001>=	17	17.8	40.426	3.47
Ortalama	-	96	100	18.045	3.66

Anket yapılan tüketicilerin % 54.17'sini kadınlar ve % 45.83'ünü erkekler oluşturmuştur. Anket yapılan kadınların oranı II. gelir grubunda % 41.38 ile en düşük ve V. gelir grubunda ise % 64.71 ile en yüksek düzeyde bulunmaktadır (Çizelge 4. 2).

Çizelge 4.2. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin cinsiyet dağılımı

	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V.G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kadın	8	57.14	12	41.38	11	57.89	10	58.82	11	64.71	52	54.17
Erkek	6	42.86	17	58.62	8	42.11	7	41.18	6	35.29	44	45.83
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

Anket yapılan tüketicilerin yarısından fazlasını (% 56.25) 35-50 yaş grubu tüketiciler oluşturmaktadır. Bunu, % 19.79 ile 51 ve üstü yaş grubu ve % 15.63 ile 28-34 yaş grubu tüketiciler izlemektedir (Çizelge 4.3).

Çizelge 4.3. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin yaş dağılımı

Yaş	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
16-27	-	-	4	13.79	1	5.26	2	11.76	1	5.88	8	8.33
28-34	6	42.86	4	13.79	3	15.79	1	5.88	1	5.88	15	15.63
35-50	6	42.86	16	55.17	12	63.16	12	70.59	8	47.06	54	56.25
51 ve üstü	2	14.29	5	17.24	3	15.79	2	11.76	7	41.18	19	19.79
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin % 91.67'si evlidir. Bunu % 4.17 ile bekâr olan tüketiciler ve % 4.17 ile dul olan tüketiciler izlemektedir (Çizelge 4. 4).

Çizelge 4.4. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin medeni durumu

Medeni Durum	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Evli	13	92.86	26	89.66	17	89.47	17	100.00	15	88.24	88	91.67
Bekar	-	-	1	3.45	2	10.52	-	-	1	5.88	4	4.17
Dul	1	7.14	2	6.90	-	-	-	-	1	5.88	4	4.17
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin tamamına yakını ( % 98.96) okuma-yazma bilmektedir. Tüketicilerin % 16.67'si ilkokul, % 12,50'si ortaokul, % 35.42'si lise, % 34.38'i üniversite ve dengi düzeyinde eğitim görmüşlerdir. (Çizelge 4.5). Gelir artışıyla birlikte lise ile üniversite ve dengi okul mezunlarının oranının artmakta olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.5. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin eğitim düzeyleri

Eğitim Düzeyi	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Okur-yazar değil	1	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.04
İlkokul	8	57.14	6	20.69	2	10.52	-	-	-	-	16	16.67
Ortaokul	2	14.29	3	10.34	2	10.52	3	17.65	2	11.76	12	12.5
Lise	3	21.43	15	51.72	7	36.84	5	29.41	4	23.53	34	35.42
Üniversite ve dengi	-	-	5	17.24	8	42.10	9	52.94	11	64.71	33	34.38
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin % 34.38'i ev hanımıdır. Bunu % 31.25 ile memurlar izlemektedir. Toplam tüketiciler arasında ev hanımı olanların oranı I. gelir grubunda % 50 ile en yüksek ve IV. gelir grubunda % 23.53 ile en düşüktür (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin meslek dağılımı

Meslek	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
İşçi	4	28.57	4	13.79	1	5.26	1	5.88	-	-	10	10.42
Memur	-	-	8	27.59	8	42.11	6	35.29	8	47.06	30	31.25
Çiftçi	1	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Serbest	2	14.29	5	17.24	2	10.53	3	17.65	2	11.76	14	14.58
Emekli	-	-	1	3.45	2	10.53	3	17.65	2	11.76	8	8.33
Ev hanımı	7	50.00	11	37.93	6	31.58	4	23.53	5	29.41	33	34.38
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin % 67.71'i birden fazla çocuğa sahiptir. Bu oran tüm gelir gruplarında birinci sırayı almakta olup, III. gelir grubunda % 73.68 ile en yüksek ve V. gelir grubunda ise % 58.82 ile en düşüktür. Gerek kentleşmenin gerekse üniversite ve dengi mezunlarının sayıca fazla olması nedeniyle anket yapılan tüketicilerin birden fazla çocuğu olduğu ancak kırsal alanlardaki gibi bu çocuk sayısının beş veya altı yerine genelde iki olduğu tespit edilmiştir. Birden fazla çocuğa sahip olan aileleri % 18.75 ile bir çocuklu aileler ve % 7.29 ile çocukları evlenmiş aileler izlemektedir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Gelir gruplarına göre hane halkının yaşam dönemi

Yaşam Dönemi	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Bekâr	-	-	1	3.45	1	5.26	-	-	1	5.88	3	3.13
Yeni evli	1	7.14	2	6.90	-	-	-	-	-	-	3	3.13
Bir çocuklu	2	14.29	5	17.24	2	10.53	4	23.53	5	29.41	18	18.75
Birden fazla çocuklu	9	64.29	20	68.97	14	73.68	12	70.59	10	58.82	65	67.71
Çocukları evlenmiş	2	14.29	1	3.45	2	10.53	1	5.88	1	5.88	7	7.29
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin yarısı (% 50.00'si) kiralık evlerde oturmaktadır. Tüketicilerin % 42.71'i kendi evlerinde oturmaktadır. Lojmanda kalanların oranı % 7.29'dur (Çizelge 4.8). Anket yapılan tüketiciler içinde memurların görece olarak fazla olması kiracılık oranını arttırmaktadır. Bunun yanı sıra yerli halk içerisinde de gelir düzeyi yüksek olanların kendi evinde oturduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.8. Gelir gruplarına göre anket yapılan tüketicilerin oturdukları evin mülkiyet durumu

Evin Mülkiyeti	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kendimizin	7	50.00	14	48.28	6	31.58	6	35.29	8	47.06	41	42.71
Kira	7	50.00	14	48.28	12	63.16	7	41.18	8	47.06	48	50.00
Lojman	-	-	1	3.45	1	5.26	4	23.53	1	5.88	7	7.29
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan hane halkında gıda alışverişini % 56.25 ile en çok anne ve baba birlikte yapmaktadır. Bunu % 22.92 ile tek başına anne ve % 15.63 ile tek başına baba izlemektedir. I. gelir grubunda gıda alışverişini % 42.86 ile en çok annenin tek başına yaptığı dikkati çekmektedir (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. Gelir gruplarına göre hane halkında en çok gıda alışverişini yapan kişi dağılımı

Gıda Alışverişi Yapan Kişi	I. Gelir Grubu		II. Gelir Grubu		III. Gelir Grubu		IV. Gelir Grubu		V. Gelir Grubu		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Anne	6	42.86	7	24.14	5	26.31	1	5.88	3	17.65	22	22.92
Baba	3	21.43	4	13.79	2	10.52	2	11.76	4	23.53	15	15.63
Birlikte Yetişkin çocuklar	5	35.71	16	55.17	12	63.15	13	76.47	8	47.06	54	56.25
Kendi yapıyor	-	-	1	3.45	-	-	1	5.88	2	11.76	4	4.17
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet

Anket yapılan tüketicilerin ortalama yıllık hane halkı geliri 18.045 TL'dir. Gıda harcamaları % 39.91'lik payla birinci sırayı almaktadır. Bunu sırasıyla % 14.11 ile eğitim harcamaları, % 12.76 ile giyim harcamaları, % 11.10 ile barınma harcamaları ve % 3.60 ile sağlık harcamaları izlemektedir. Bunların dışında kalan harcamaların oranı % 18.51 düzeyinde bulunmaktadır. Gıda harcamalarının yüksek gelir gruplarında oransal olarak azalması beklenirken, bu oranın yüksekliğinin nedenleri arasında yüksek gelir ile birlikte tüketicilerin görece olarak daha pahalı olan markalı et ve süt ürünlerini daha fazla tüketmeleri ve dışarıda yemek yeme sıklığının görece olarak yüksekliği sayılabilir. Yıllık barınma harcamalarının toplam gelir içindeki payı gelir gruplarına orantılı olarak azalmaktadır. Bu oran % 22.50 ile I. gelir grubunda en yüksek iken, V. gelir grubunda % 7.12 ile en düşüktür (Çizelge 4.10). Tüm gelir gruplarında sağlık harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı düşük olup % 5'in altındadır. Bunun temel nedeni tüketicilerin büyük ölçüde sosyal güvenlik sistemi içinde sigortaya sahip olmasıdır.

Çizelge 4.10. Anket yapılan tüketicilerin yıllık ortalama gelirlerini harcama durumu (%)

Harcama Durumu	I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	IV. Gelir Grubu	V. Gelir Grubu	Toplam
Gıda harcaması	41.70	42.58	36.55	43.71	38.01	39.91
Barınma harcaması	22.50	12.70	13.65	11.42	7.12	11.10
Giyim harcaması	7.61	12.84	9.96	12.26	15.26	12.76
Eğitim harcaması	4.98	14.24	13.46	13.34	16.07	14.11
Sağlık harcaması	4.89	2.27	4.12	2.37	4.55	3.60
Diğer harcamalar	18.32	15.37	22.27	16.91	19.00	18.51
Ortalama yıllık gelir (YTL)	5.021	9.974	16.022	22.419	40.426	18.045

## 4.2. Tüketicilerin Et ve Ürünleri Tüketim Yapısı

Bu bölümde anket yapılan hane halkının tükettikleri et türü, et türü tercihlerinde etkili olan faktörler, eti temin ettikleri yerler ile bu yerleri tercih etme nedenleri incelenmiştir.

Anket yapılan hane halkının % 66.67'lik bir kesimi kırmızı et, tavuk ve balığı birlikte tüketmektedir. Bunu % 18.75 ile kırmızı et ve balığını birlikte tüketen hane halkı ve % 8.33 ile sadece tavuk eti tüketen hane halkı izlemektedir. Yalnız kırmızı et tüketen hane halkının oranı % 1.04 düzeyinde kalmaktadır. Sadece tavuk eti tüketen hane halkı I.gelir grubunda % 35.71 düzeyinde olması dikkat çekmektedir (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11. Gelir gruplarına göre hane halkının tükettikleri et türü dağılımı

Et Türü	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kırmızı et	-	-	-	-	-	-	1	5.88	-	-	1	1.04
Tavuk eti	5	35.71	3	10.34	-	-	-	-	-	-	8	8.33
Kırmızı et ve tavuk	3	21.43	5	17.24	3	15.79	3	17.65	4	23.53	18	18.75
Kırmızı et ve balık	1	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Kırmızı et, tavuk ve balık	4	28.57	19	65.52	15	78.95	13	76.47	13	76.47	64	66.67
Tavuk ve balık	1	7.14	2	6.90	1	5.26	-	-	-	-	4	4.17
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Anket yapılan tüketicilerinin et türü tercihlerine etki eden en önemli faktör % 31.25 ile alışkanlık faktörüdür. Bunu % 17.71 ile ucuzluk faktörü, % 10.42 ile besin değerinin yüksekliği ve % 10.42 ile sağlık faktörleri izlemektedir (Çizelge 4.12). Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, tüketilen et türü tercihleri bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır (P>0.05). Tüketicilerin et türü tercihlerinde gelirin etkisi olmadığı yaptığımız istatistiksel analizle de ortaya çıkmıştır. Gelirden ziyade alışkanlığın et türü tercihinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.12. Gelir gruplarına göre hane halkının et türünü tercih nedenleri

Et Türünün Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Alışkanlık	3	2.43	8	27.59	4	21.05	8	47.06	7	41.18	30	31.25
Ucuz olması	7	50.00	5	17.24	4	21.05	1	5.88	-	-	17	17.71
Besin değeri yüksek	2	14.29	4	13.79	3	15.79	-	-	1	5.88	10	10.42
Kaliteli	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Sağlık için	-	-	1	3.45	3	15.79	3	17.65	3	17.65	10	10.42
Alışkanlık ve besin değeri yüksek	-	-	2	6.90	-	-	1	5.88	2	11.76	5	5.21
Ucuz olması – sağlık	1	7.14	2	6.90	1	5.26	-	-	-	-	4	4.17
Besin değeri yüksek ve sağlık için	1	7.14	2	6.90	1	5.26	-	-	-	-	4	4.17
Alışkanlık ve kaliteli	-	-	-	-	1	5.26	-	-	1	5.88	2	2.08
Alışkanlık – ucuz olması	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Alışkanlık, , kaliteli ve kolay ulaşılması	-	-	-	-	-	-	1	5.88	-	-	1	1.04
Kaliteli ve sağlık için	-	-	1	3.45	1	5.26	1	5.88	-	-	3	3.13
Besin değeri yüksek, kaliteli ve sağlık için	-	-	-	-	1	5.26	-	-	1	5.88	2	2.08
Sevdiğimiz için	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.88	1	1.04
Alışkanlık ve kolay ulaşılması	-	-	1	3.45	-	-	1	5.88	1	5.88	3	3.13
Alışkanlık ve sağlık için	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Alışkanlık, besin değeri yüksek ve kaliteli	-	-	-	-	-	-	1	5.88	-	-	1	1.04
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Anket yapılan hane halkının eti temin ettikleri yerlerin başında % 53.13 ile marketler gelmektedir. Bunu % 37.50 ile kasaptan et satın alan hane halkı izlemektedir (Çizelge 4.13).

Çizelge 4.13. Gelir gruplarına göre hane halkının eti temin ettikleri yer dağılımı

Etin Temin Edildiği Yer	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kendi kesiyor	1	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Kasaptan	5	35.71	6	20.69	8	42.11	10	58.82	7	41.18	36	37.50
Marketten	8	57.14	21	72.41	8	42.11	6	35.29	8	47.06	51	53.13
Kasaptan ve marketten	-	-	-	-	1	5.26	-	-	-	-	1	1.04
Kasap ve et balık kurumu	-	-	2	6.90	2	10.53	1	5.88	2	11.76	7	7.29
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Anket yapılan hane halklarının % 38.95'i etine güvendiği için et satan iş yerini tercih etmektedir. Bunu % 9.47 ile eti sağlıklı bulanlar ve % 4.26 ile kaliteli ve taze bulunları izlemektedir (Çizelge 4.14). Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, et temin yeri bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $P>0.05$ ).

Çizelge 4.14. Gelir gruplarına göre hane halkının eti temin ettikleri yeri tercih etme nedenleri

Tercih Nedeni	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kaliteli	-	-	2	6.90	1	5.26	-	-	2	11.76	5	5.26
Taze	1	7.69	1	3.45	2	10.53	1	5.88	-	-	5	5.26
Ucuz	2	15.38	2	6.90	-	-	-	-	-	-	4	4.21
Etine güven	4	30.77	9	31.03	10	52.63	9	52.94	5	29.41	37	38.95
Alışkanlık	2	15.38	1	3.45	1	5.26	-	-	-	-	4	4.21
Sağlıklı buluyor	1	7.69	2	6.90	2	10.53	2	11.76	2	11.76	9	9.47
Etine güven alışkanlık	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.88	1	1.05
Taze, sağlıklı	-	-	2	6.90	1	5.26	-	-	-	-	3	3.16
Kaliteli ve taze	1	7.69	3	10.34	-	-	-	-	1	5.88	5	5.26
Kaliteli, etine güven, sağlıklı	-	-	3	10.34	-	-	-	-	-	-	3	3.16
Kaliteli ve etine güvendiği için	-	-	1	3.45	-	-	1	5.88	1	5.88	3	3.16
Kaliteli, taze, etine güven ve sağlıklı	-	-	-	-	-	-	1	5.88	1	5.88	2	2.11
Kaliteli, taze ve etine güven	-	-	-	-	1	5.26	1	5.88	2	11.76	4	4.21
Kaliteli ve sağlıklı buluyor	2	15.38	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2.11
Taze ve etine güven	-	-	-	-	1	5.26	2	11.76	-	-	3	3.16
Taze, etine güven, sağlıklı	-	-	1	3.45	-	-	-	-	1	5.88	2	2.11
Taze, alışkanlık	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5.88	1	1.05
Etine güven, sağlıklı	-	-	2	6.90	-	-	-	-	-	-	2	2.11
<b>Toplam</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>95</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.1. Kırmızı et tüketim yapısı

##### 4.2.1.1. Kırmızı et tüketim miktarları

Anket yapılan tüketicilerin hane halkı genişliği 3.67 kişi olup, bu genişlik gelir gruplarına göre önemli bir değişiklik göstermemektedir. Hane halkı ve kişi başına düşen ortalama yıllık kırmızı et tüketim miktarı sırasıyla 77.56 kg ve 21.13 kg'dır. Hane halkı başına ve kişi başına düşen yıllık ortalama kırmızı et tüketim miktarı III gelir grubu hariç, gelir gruplarına paralel olarak artmaktadır. Bu miktarlar sırasıyla I. gelir grubunda 44.57 ve 12.48 kg iken, V. gelir grubunda 121,41 ve 34.99 kg düzeyine çıkmaktadır (Çizelge 4.15). Kırmızı et fiyatlarının beyaz et fiyatlarına oranla yüksek olması düşük gelir gruplarında kırmızı et tüketimini sınırlandırmaktadır. Kişi başına düşen kırmızı et miktarı Van ili Merkez ilçede 12.29 kg (Uluat, 2002), Van ili Erçiş ilçesinde 24.53 kg (Yalçınkaya, 1999), Tokat ilinde 18.36 kg (Çivi ve ark., 1993), Adana ilinde 19.42 kg (Hanta, 1994) ve Tekirdağ ilinde ise 15.6 kg (Gaytancıoğlu, 1999), Van ili kentsel alanda 10.41 kg (Ceylan, 2006) düzeyinde olduğu belirtilmiştir.

Yapılan Kruskal-Wallis istatistik analizine göre, hane halkı başına ve kişi başına düşen kırmızı et miktarları bakımından gelir grupları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmuştur ( $P<0.05$ ). Gelir artışı ile birlikte tüketilen kırmızı et miktarı da artış göstermektedir.

Çizelge 4.15. Ortalama hane genişliği, hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama kırmızı et tüketim miktarları (Kg)

	I. G.G.	II. G.G.	III. G.G.	IV. G.G.	V. G.G.	G. O.
Ortalama hane halkı büyüklüğü	3.57	3.66	3.89	3.71	3.47	3.67
Hane halkı başına düşen	44.57	65.74	59.00	82.94	121.41	77.56
Kişi başına düşen	12.48	17.96	15.17	22.36	34.99	21.13

G.G.: Gelir Grubu, G.O.: Genel Ortalama

#### 4.2.1.2. Kırmızı et satın alma sıklığı

Anket yapılan hane halkının % 42.68'is haftada bir kez kırmızı et satın almaktadır. Bunu % 24.39 ile haftada 2-3 kez ve % 20.73 ile 15 günde bir kez kırmızı et satın alan hane halkları izlemektedir. Haftada 2-3 kez kırmızı et satın alanların oranı III. gelir grubu hariç gelir gruplarına göre artmaktadır. I. gelir grubunda haftada 2-3 kez kırmızı et satın alan hane halkı bulunmazken, V. gelir grubunda hane halklarının % 41.18'i haftada 2-3 kez kırmızı et satın almaktadır. Öte yandan V. gelir grubunda ayda bir kez kırmızı et satın alan hane halkı bulunmazken, I. gelir grubunun % 28.57'si kırmızı eti ayda bir kez satın almaktadır (Çizelge 4.16). Van ili kırmızı et tüketicilerinin % 40'ı 15 günde bir defa (Uluat, 2002) ve Van ili Erçiş ilçesi tüketicilerinin % 51'i ise haftada bir defa kırmızı et satın almaktadır (Yalçınkaya, 1999). Adana ilinde tüketicilerinin % 53.50'si haftada bir defa kırmızı et satın almaktadır (Hanta, 1994).

Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, kırmızı et satın alma sıklığı bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $P>0.05$ ). Gelir artışının kırmızı et satın alma sıklığı üzerinde etkili olmadığı görülmektedir.

Çizelge 4.16. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı eti satın alma sıklığı

	I.G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Haftada bir	4	57.14	8	34.78	10	55.56	5	29.41	8	47.06	35	42.68
Haftada 2-3	-	-	5	21.74	3	16.67	5	29.41	7	41.18	20	24.39
15 günde bir	1	14.29	5	21.74	4	22.22	5	29.41	2	11.76	17	20.73
Ayda bir	2	28.57	4	17.39	1	5.56	2	11.76	-	-	9	10.98
Özel günlerde	-	-	1	4.35	-	-	-	-	-	-	1	1.22
Toplam	7	100.00	23	100.00	18	100.00	17	100.00	17	100.00	82	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.1.3. Kırmızı et satın alma şekli

Anket yapılan hane halkının yarısı kırmızı eti parça et ve kıyım şeklinde satın almaktadır. Kırmızı eti sadece parça et şeklinde satın alanların oranı %13.41 iken, sadece kıyım şeklinde satın alanlar oranı ise % 17.07'dir (Çizelge 4.17).

Çizelge 4.17. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı eti satın alma şekli

Tercih Nedeni	I. G.G.		II. G. G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Parça	2	28.57	6	26.09	2	11.11	3	17.64	1	5.88	14	17.07
Kıyım	2	28.57	5	21.74	5	27.78	-	-	2	11.76	14	17.07
Parça+Kıyım	3	42.86	11	47.83	9	50.00	10	58.82	8	47.06	41	50.00
Parça, kıyım, sosis salam, sucuk	-	-	-	-	1	5.56	3	17.64	6	35.29	10	12.20
Kıyım+sakat	-	-	1	4.35	-	-	1	5.88	-	-	2	2.44
Parça+Kıyım+Sakat	-	-	-	-	1	5.56	-	-	-	-	1	1.22
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>82</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.1.4. Kırmızı et tüketim şekli

Anket yapılan hane halkının % 73.17'si kırmızı eti hem sebze yemeklerde hem de sade et yemeği olarak tüketmektedir. Hane halkının % 21.95'i eti sadece sebze yemeklerde ve % 4.88'i sadece et yemeği olarak tüketmektedir. I. gelir grubundaki hane halkının yarısından fazlası (% 57.14) eti sadece sebze yemeklerde tüketmektedir. Bu oran V. gelir grubunda % 5.88 düzeyindedir (Çizelge 4.18).

Çizelge 4.18. Gelir gruplarına göre hane halkının kırmızı eti tüketim şekli

Tüketim Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sebze yemeklerde	4	57.14	5	21.74	5	27.78	3	17.65	1	5.88	18	21.95
Sade et yemeği	1	14.29	-	-	1	5.56	-	-	2	11.76	4	4.88
Her iki şekilde	2	28.57	18	78.26	12	66.67	14	82.35	14	82.35	60	73.17
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>23</b>	<b>100.00</b>	<b>18</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>82</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2. Beyaz et tüketim yapısı

Bu bölümde beyaz et tüketim yapısı içerisinde Elazığ ili merkez ilçede anket yapılan tüketicilerin tavuk eti tüketim yapısı ile balık eti tüketim yapısı ele alınmıştır. Beyaz etin bu şekilde sadece beyaz et ve balık eti olarak seçilmesinin nedeni hindi, ördek gibi kanatlı et türlerinin bölgede hiçbir şekilde tüketilmemesi ve beyaz et tüketicilerin yaygın bir şekilde balık ve tavuk olarak algılaması etkili

olmuştur. Beyaz et tüketim yapısında tavuk etinin ele alınmasında etkili olan bir başka faktörde tavuk etinin dağıtım kanallarının yörede yaygınlığı ve kolay ulaşılabilmesidir.

#### 4.2.2.1. Tavuk eti tüketim yapısı

##### 4.2.2.1.1. Tavuk eti tüketim miktarı

Hane başına ve kişi başına düşen yıllık ortalama tavuk eti tüketim miktarı sırasıyla 60,45 kg ve 16,47 kg'dır. Hane başına ve kişi başına düşen yıllık ortalama tavuk eti tüketim miktarı I. gelir grubunda sırasıyla 37,38 kg ve 10,47 kg ile en düşüktür (Çizelge 19). Kişi başına düşen ortalama yıllık tavuk eti tüketim miktarı Van ilinde 7,83 kg (Uluat, 2002), Van ili Erçiş ilçesinde 11,30 kg (Yalçınkaya, 1999), Adana ilinde 15,88 kg (Hanta, 1994), Tokat ilinde 6,7 kg (Çivi ve ark., 1993), Tekirdağ ilinde 13,6 kg (Gaytancıoğlu, 1999), Van ili kentsel alanda hane halkı başına düşen yıllık ortalama kanatlı et tüketim miktarı 103,33 kg kırsal alanda ise 118,04 kg , toplamda ise 110,68 kg (Ceylan, 2006) olarak belirtilmiştir.

Yapılan Kruskal-Wallis istatistik analizine göre, hane halkı başına ve kişi başına düşen tavuk eti tüketim miktarları bakımından gelir grupları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmamıştır ( $P > 0.05$ ). Gelir artışının tavuk eti tüketiminde etkili olmadığı görülmektedir.

Çizelge 4.19. Ortalama hane genişliği, hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama tavuk eti tüketim miktarları (Kg)

Tüketim Miktarı	I. G.G.	II. G.G.	III. G. G.	IV. G. G.	V. G.G.	Toplam
Ortalama hane halkı büyüklüğü	3.57	3.66	3.89	3.71	3.47	3.67
Hane halkı başına düşen	37.38	68.28	65.68	62.25	57.00	60.45
Kişi başına düşen	10.47	18.66	16.88	16.78	16.43	16.47

G.G.: Gelir Grubu

##### 4.2.2.1.2. Tavuk eti satın alma sıklığı

Anket yapılan hane halkının % 32,26'sı haftada bir kez ve yine % 32,26'sı on beş günde bir kez tavuk eti satın almaktadır. Haftada 2-3 kez ve ayda bir kez tavuk satın alan hane halkının oranları sırasıyla % 23,66 ve % 10,75'tir (Çizelge 20). Van ili Merkez ilçede haftada bir kez tavuk eti satın alma sıklığı kentsel ve kırsal alanda sırasıyla % 34,73 ve % 40,00 olarak belirtilmiştir (Ceylan, 2005). Van ili Erçiş ilçesinde ve Adana ilinde bu oran sırasıyla % 42,1 ve % 40,40 olarak belirtilmiştir (Yalçınkaya, 1999; Hanta, 1994). Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, tavuk eti satın alma sıklığı bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $P > 0.05$ ).

Çizelge 4.20. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti satın alma sıklığı

Satın Alma Sıklığı	I. G.G		II G.G.		III G.G.		IV. G.G		V. G.G		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Haftada bir	2	15.38	10	34.48	7	36.84	6	37.5	5	31.25	30	32.26
Haftada 2-3 kez	2	15.38	5	17.24	9	47.37	3	18.75	3	18.75	22	23.66
15 günde bir	8	61.54	11	37.93	2	10.53	3	18.75	6	37.50	30	32.26
Ayda bir	1	7.69	2	6.90	1	5.26	4	25.00	2	12.50	10	10.75
Özel günlerde	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.08
Toplam	13	100.00	29	100.00	19	100.00	16	100.00	16	100.00	93	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.1.3. Tavuk eti satın alma şekli

Anket yapılan hane halkının % 41.30'u tavuk etini parça ve bütün olarak satın almaktadır. Bunu % 38.04 ile sadece parça olarak ve % 18.48 ile sadece bütün olarak satın alan hane halkı izlemektedir. Tavuk etini bütün olarak satın alan hane halkı % 38.46 ile en fazla I. gelir grubunda bulunmaktadır. Bu oran, V. gelir grubunda % 6.25 düzeyindedir (Çizelge 4.21). I. Gelir grubunda bütün olarak tavuk etinin satın alınmasındaki temel etken kendi besledikleri tavukları tüketmeleridir.

Çizelge 4.21. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti satın alma şekli

Satın Alma Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Parça	2	15.38	11	39.29	9	47.37	6	37.50	7	43.75	35	38.04
Bütün	5	38.46	4	14.29	4	21.05	3	18.75	1	6.25	17	18.48
Parça ve bütün	6	46.15	11	39.29	6	31.58	7	43.75	8	50.00	38	41.30
Kıyma ve bütün	-	-	1	3.57	-	-	-	-	-	-	1	1.09
Parça, kıyma ve bütün	-	-	1	3.57	-	-	-	-	-	-	1	1.09
Toplam	13	100.00	28	100.00	19	100.00	16	100.00	16	100.00	92	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.1.4. Tavuk eti tüketim şekli

Anket yapılan hane halkının % 63.44'ü tavuk etini hem sebzeli yemeklerde hem de sade olarak ızgara şeklinde tüketmektedir. Tavuk etini sadece et yemeği olarak tüketen hane halkının oranı % 25.81 ve sadece sebzeli yemeklerde tüketenlerin oranı ise % 10.75'tir. Tavuk etini sebzeli yemeklerde tüketenlerin oranı % 38.46 ile I. gelir grubunda en yüksektir. V. gelir grubundaki hane halkının yarısı ve IV. gelir grubundaki tüketicilerin % 31.25'si tavuk etini sadece et yemeği (ızgara dâhil) şeklinde tüketmektedir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. Gelir gruplarına göre hane halkının tavuk eti tüketme şekli

Tüketim Şekli	I. G.G		II. G.G		III. G.G		IV. G.G		V. G.G		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sebzeli yemeklerde	5	38.46	2	6.90	1	5.26	1	6.25	1	6.25	10	10.75
Sade et yemeği	3	23.08	4	13.79	4	21.05	5	31.25	8	50.00	24	25.81
Her iki şekilde	5	38.46	23	79.31	14	73.68	10	62.5	7	43.75	59	63.44
Toplam	13	100.00	29	100.00	19	100.00	16	100.00	16	100.00	93	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.2. Balık eti tüketim yapısı

##### 4.2.2.2.1. Balık eti tüketim miktarları ve mevsimsel dağılımı

Anket yapılan hane halkı ve kişi başına düşen ortalama yıllık balık eti tüketim miktarı sırasıyla 36.85 kg ve 10.04 kg'dır. II. gelir grubu hariç hane halkı başına ve kişi başına düşen ortalama yıllık balık eti tüketim miktarı gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır (Çizelge 4.23). Yapılan Kruskal-Wallis istatistik analizine göre, hane halkı başına ve kişi başına düşen balık eti tüketim miktarları bakımından gelir grupları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmamıştır ( $P > 0.05$ ).

Çizelge 4.23. Ortalama hane genişliği ve hane halkı ve kişi başına düşen yıllık ortalama balık eti tüketim miktarları (Kg)

Tüketim Miktarı	I. G.G.	II. G.G.	III. G.G.	IV. G. G.	V. G. G.	Toplam
Ortalama hane halkı büyüklüğü	3.57	3.66	3.89	3.71	3.47	3.67
Hane halkı başına düşen	28.00	29.73	35.63	48.92	42.00	36.85
Kişi başına düşen	7.84	8.12	9.16	13.19	12.10	10.04

G.G.: Gelir Grubu

Anket yapılan hane halklarının yarısından fazlası (% 57.33) balığı kış mevsiminde tüketmektedir. Bunu % 13.33 ile yaz ve kış aylarında tüketenler; % 12.00 ile sonbahar ve kış aylarında tüketenler izlemektedir. Balığı sadece yaz ve sonbahar aylarında tüketen hane halklarının oranı % 4 düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.24). Tüm gelir gruplarında kış mevsiminde balık eti tüketenlerin oranı diğer mevsimlerde balık tüketenlerin oranına göre yüksektir.

Çizelge 4.24. Gelir gruplarına göre hane halkının balık tüketiminin mevsimsel dağılımı

Mevsimsel Dağılım	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Yaz	-	-	-	-	2	11.76	-	-	1	7.14	3	4.00
Sonbahar	1	14.29	-	-	1	5.88	-	-	1	7.14	3	4.00
Kış	5	71.43	15	62.50	9	52.94	10	76.92	4	28.57	43	57.33
Her mevsim	-	-	3	12.50	2	11.76	-	-	2	14.28	7	9.33
Sonbahar ve kış	1	14.29	3	12.50	1	5.88	2	15.38	2	14.29	9	12.00
Yaz ve kış	-	-	3	12.50	2	11.76	1	7.69	4	28.57	10	13.33
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>24</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.2. Balık eti tüketim şekli

Anket yapılan hane halkının % 88'i balığı sadece taze olarak ve % 12'si ise hem taze hem de konserve olarak tüketmektedir. I. gelir grubundaki hane halkının tamamı ile II. gelir grubundaki hane halklarının % 95.83'ü balığı taze olarak tüketmektedir. V. gelir grubundaki hane halklarının % 28.58'i balığı hem taze ve hem de konserve olarak tüketmektedir (Çizelge 4.25). Taze balık tüketiminin yüksek olmasında Elazığ ilinde bulunan Hazar Gölü ile barajların etkili olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.25. Gelir gruplarına göre hane halkının balık eti tüketim şekli

Tüketim Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Taze balık	7	100.00	23	95.83	15	88.24	11	84.62	10	71.42	66	88.00
Taze ve konserve balık	-	-	1	4.17	2	11.76	2	15.38	4	28.57	9	12.00
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>24</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.3. Balığın taze olarak tüketilme nedenleri

Anket yapılan hane halklarının yarısından fazlası ( % 53.33) balığı lezzetli olması nedeniyle taze olarak tükettiklerini belirtmişlerdir. Balığı taze olarak tüketen hane halkının % 12.00 'si ise alışkanlıkla birlikte lezzetli olması dolayısıyla tükettiklerini belirtmişlerdir. I. grup hane halkının % 28.58'i balığı daha ucuz olduğu için taze olarak tükettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Gelir gruplarına göre hane halkının balıkini taze tüketme nedenleri

Taze Tüketilme Nedenleri	I. G. G.		II. G. G.		III. G. G.		IV. G. G.		V. G. G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Lezzetli olması	2	28.57	12	50.00	15	88.24	6	46.15	5	35.71	40	53.33
Ucuz olması	2	28.57	1	4.17	-	-	-	-	1	7.14	4	5.33
Kolay bulunması	1	14.28	1	4.17	-	-	-	-	2	14.28	4	5.33
Alışkanlık	-	-	1	4.17	-	-	2	15.38	1	7.14	4	5.33
Lezzetli ve ucuz	2	28.57	3	12.50	1	5.88	-	-	-	-	6	8.00
Lezzetli ve alışkanlık	-	-	2	8.33	-	-	4	30.77	3	21.43	9	12.00
Lezzetli, kaliteye güven, alışkanlık	-	-	3	12.50	-	-	1	7.69	1	7.14	5	6.67
Lezzetli, kaliteye güven	-	-	1	4.17	1	5.88	-	-	1	7.14	3	4.00
<b>Toplam</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>24</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.2.2.2.4. Konserve balığı tüketenlerin marka tercihleri

Konserve balığı tüketen hane halklarının % 70'i sadece Dardanel marka balığı ve % 30'u Dardanel ve Süperfresh marka balığı birlikte tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Gelir gruplarına göre konserve balık tüketen hane halkının marka tercihi

Marka Tercihi	I. G. G.		II. G. G.		III. G. G.		IV. G. G.		V. G. G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Dardanel	1	100.00	1	100.00	1	50.00	1	50.00	3	75.00	7	70.00
Dardanel ve süperfresh	-	-	-	-	1	50.00	1	50.00	1	25.00	3	30.00
<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Konserve balık tüketimini gerçekleştiren hane halkının bu markayı tercih etmelerindeki öncelikli faktör (% 40 oranında) markanın kalitesine güven, (% 20 oranında) söz konusu konserve markasının balığının daha taze ve lezzetli olmasıdır. Konserve balık tüketen hane halkı taze, lezzet ve kalitenin yanı sıra, konservenin ambalajı ile konserve balığa ulaşımın kolay olmasının da bu tüketimi gerçekleştirmelerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir.(Çizelge 4.28).

Çizelge 4.28. Gelir gruplarına göre konserve balık tüketen hane halkının bu markayı tercih nedenleri

Marka Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Taze, ve lezzetli olması	-	-	-	-	-	-	1	50.00	1	25.00	2	20.00
Kaliteye güven	1	100.00	1	100.00	-	-	1	50.00	1	25.00	4	40.00
Taze lezzetli, kolay bulunması	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25.00	1	10.00
Taze, lezzetli kaliteye güven	-	-	-	-	1	50.00	-	-	-	-	1	10.00
Taze, lezzetli, Kaliteye güven, alışkanlık	-	-	-	-	1	50.00	-	-	-	-	1	10.00
Taze- lezzetli, ambalajı kolay bulunması	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25.00	1	10.00
<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

### 4.3. Tüketilen Et Miktarının Yetersizliğinin Nedenleri

Tüketicilerin % 63.54'ü dengeli bir beslenme için yeterli düzeyde et tükettiklerini belirtmişlerdir. I. gelir grubundaki tüketicilerin % 14.29'u dengeli bir beslenme için yeterli düzeyde et tükettiklerini belirtmişlerdir. Bu oran, IV. ve V. gelir gruplarında sırasıyla % 88.24 ve % 82.35 düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.29).

Çizelge 4.29. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede et tüketimi konusundaki görüşleri

Görüşler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Yeterli	2	14.29	18	62.07	12	63.16	15	88.24	14	82.35	61	63.54
Yetersiz	12	85.71	11	37.93	7	36.84	2	11.76	3	17.65	35	36.46
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Dengeli beslenme için yeterli düzeyde kırmızı et tüketemedikleri görüşünde olan tüketicilerin % 86.67'si buna neden olarak gelirinin yetersizliğini belirtmiştir. I. gelir grubunda yeterli düzeyde kırmızı et tüketemediklerini düşünen tüm tüketiciler buna neden olarak gelir yetersizliğini belirtmişlerdir. V. gelir grubunda yeterli düzeyde kırmızı et tüketilmemesinin nedeni olarak % 50 oranında eti sevmeme ve % 50 oranında sağlık nedenleri belirtilmiştir (Çizelge 4.30).

Çizelge 4.30. Gelir gruplarına göre hane halkının dengeli beslenmede kırmızı et tüketimini yetersiz bulma nedenleri

Nedenler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sevmiyor	-	-	-	-	1	14.29	-	-	1	50.00	2	6.67
Sağlık nedeni ile	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50.00	1	3.33
Geliri yetersiz	12	100.00	9	100.00	5	71.43	-	-	-	-	26	86.67
Diğer	-	-	-	-	1	14.29	-	-	-	-	1	3.33
<b>Toplam</b>	<b>12</b>	<b>100.00</b>	<b>9</b>	<b>100.00</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Dengeli beslenme için yeterli düzeyde tavuk eti tüketemedikleri görüşünde olan tüketicilerin % 88.89'u buna neden olarak gelir yetersizliğini göstermiştir (Çizelge 4.31).

Çizelge 4.31. Gelir gruplarına göre hane halklarının dengeli beslenmede tavuk eti tüketimini yetersiz bulma nedenleri

Nedenler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sevmiyor	-	-	-	-	-	-	2	100.00	-	-	2	7.41
Gerekli değil	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.00	1	3.70
Geliri yetersiz	11	100.00	9	100.00	4	100.00	-	-	-	-	24	88.89
<b>Toplam</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>9</b>	<b>100.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>27</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

Yeterli düzeyde balık eti tüketemediklerini düşünen tüketicilerin % 45.45'i buna neden olarak gelir yetersizliğini belirtmiştir. Bunu % 36.36 ile balık etini sevmeme ve % 18.18 ile mevsiminde bulamama gibi diğer nedenler izlemektedir (Çizelge 4.32).

Çizelge 4.32. Gelir gruplarına göre hane halklarının dengeli beslenmede balık eti tüketimini yetersiz bulma nedenleri

Nedenler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sevmiyoruz	3	27.27	2	20.00	1	14.29	1	50.00	2	66.66	9	27.27
Sevmiyor	-	-	1	10.00	1	14.29	1	50.00	-	-	3	9.09
Geliri yetersiz	8	72.73	6	60.00	1	14.29	-	-	-	-	15	45.45
Diğerleri	-	-	1	10.00	4	57.14	-	-	1	33.33	6	18.18
<b>Toplam</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>3</b>	<b>100.00</b>	<b>33</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4. Süt Tüketim Yapısı

##### 4.4.1. Süt tüketim miktarları ve tüketilen süt tipi

Anket yapılan tüketicilerde hane halkı başına düşen yıllık ortalama açık süt, pastörize süt ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları sırasıyla 195.69 litre, 103.20 litre ve 147.96 litredir. Hane başına düşen ortalama yıllık açık süt miktarı I. gelir grubunda 169,71 kg ile en düşük ve IV. gelir grubunda 220,80 kg ile en yüksektir. Hane başına düşen yıllık ortalama pastörize ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır. I. gelir grubunda pastörize ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları en düşük olup sırasıyla 24 ve 90 litre düzeyinde bulunmaktadır. V. gelir grubunda hane başına düşen uzun ömürlü süt tüketim miktarı 190,40 kg düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.33). Yapılan Kruskal-Wallis istatistik analizine göre, hane halkı başına ve kişi başına düşen beyaz et miktarları bakımından gelir grupları arasında istatistiksel olarak önemli bir farklılık bulunmamıştır ( $P > 0.05$ ).

Çizelge 4.33. Gelir gruplarına göre hane halkının ortalama yıllık süt tüketim miktarları (Litre)

Tüketim Miktarı	I. G.G.	II. G.G.	III. G. G.	IV. G.G.	V. G.G.	Toplam
Açık süt	169.71	201.27	197.45	220.80	192.00	195.69
Pastörize süt	24.00	44.00	123.00	192.00	-	103.20
Uzun ömürlü süt	90.00	138.00	152.67	110.77	190.40	147.96

G.G.: Gelir Grubu

Kişi başına düşen yıllık ortalama açık süt, pastörize süt ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları sırasıyla 53.32 litre, 28.12 litre ve 40.32 litredir. Kişi başına düşen yıllık ortalama açık süt, pastörize süt ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları gelir gruplarına paralel olarak önemli düzeyde artmaktadır. I. gelir grubunda açık, pastörize ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları sırasıyla 47.53 litre, 6.72 litre ve 25.21 litre iken, bu miktarlar V. gelir grubu için sırasıyla 59.67 litre, 51.89 litre ve 29.93 litre düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.34). Yalçınkaya (1999), Van İli Erçiş ilçesi kentsel alanda kişi başına düşen ortalama yıllık süt miktarının 59.27 litre olduğunu belirtmiştir. Arıkan (2000), İstanbul'da kişi başına düşen haftalık süt tüketim miktarının 1.07 litre olduğunu, ve gelir arttıkça dayanıklı süt tüketen hane halkı oranının arttığını belirtmiştir. Şahin ve ark. (2001), Van İli kentsel alanda ailelerin ortalama açık süt ve pastörize süt tüketim miktarlarının sırasıyla 17.5 kg ve 4.6 kg olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 4.34. Gelir gruplarına göre kişi başına düşen ortalama yıllık süt tüketim miktarları (Litre)

Tüketim Miktarı	I. G.G.	II. G.G.	III. G.G.	IV. G.G.	V. G.G.	Toplam
Açık süt	47.54	54.99	50.76	59.51	55.33	53.32
Pastörize süt	6.72	12.02	31.62	51.75	-	28.12
Uzun ömürlü süt	25.21	37.70	39.25	29.86	54.87	40.32

G.G.: Gelir Grubu

Anket yapılan hane halklarının % 42.71 sadece günlük açık süt tüketmektedir. Bunu % 30.21 ile sadece uzun ömürlü süt tüketen hane halkları izlemektedir. Hane halklarının % 14.58'i günlük açık süt ve uzun ömürlü sütü birlikte; ve % 9.38'i günlük açık süt ve pastörize sütü birlikte tüketmektedir. Sadece günlük süt tüketenlerin oranı I. gelir grubunda % 85.71 iken, bu oran V. gelir grubunda % 17.65'te kalmaktadır. Sadece uzun ömürlü süt tüketen hane halkları I. gelir grubunda % 7.14 iken, bu oran V. gelir grubunda % 47.06 düzeyine çıkmaktadır (Çizelge 4.35).

Çizelge 4.35. Gelir gruplarına göre hane halkının tükettikleri süt tipi

Tüketilen Süt Tipi	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Açık süt	12	85.71	18	62.07	6	31.58	2	11.76	3	17.65	41	42.71
Pastörize süt	-	-	-	-	1	5.26	1	5.88	-	-	2	2.08
Uzun ömürlü süt	1	7.14	7	24.14	7	36.84	6	35.29	8	47.06	29	30.21
Açık süt ve uzun ömürlü süt	-	-	1	3.45	2	10.53	7	41.18	4	23.53	14	14.58
Açık süt ve pastörize süt	-	-	3	10.34	3	15.79	1	5.88	2	11.76	9	9.38
Pastörize süt, Uzun ömürlü süt, açık süt	1	7.14	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.2. Açık sütün temin edildiği yerler

Açık süt tüketen hane halklarının % 47.69'u sütü açık süt satan sütçülerden temin etmektedir. Bunu % 29.23 ile köylerden, % 9.23 kendi hayvanlarından ve % 7.69'u bakkaldan temin eden hane halkları izlemektedir. I. gelir grubundaki hane halkları açık sütün % 38.46'sını kendi hayvanlarından temin etmektedir. III. IV. ve V. gelir grubundaki hane halkları açık sütün sırasıyla % 72.73, % 70 ve % 44.44'ünü açık süt satan sütçülerden temin etmektedir. V. gelir grubundaki hane halklarının % 44.44'ü açık sütü köylerden temin etmektedir (Çizelge 4.36). Hane halklarının sütü açık süt satan sütçülerden sütü satın almalarının başlıca nedeni sütçülerin sütü ailelerin kapılarına kadar getirmeleri ve ailelerin bu süte olan güvenleridir. Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, açık sütün temin edildiği yerler bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $P>0.05$ ).

Çizelge 4.36. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü temin ettiği yerler

Temin Yerleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Satıcı	3	23.08	9	40.91	8	72.73	7	70.00	4	44.44	31	47.69
Bakkal	2	15.38	2	9.09	1	9.09	-	-	-	-	5	7.69
Köy	3	23.08	7	31.82	2	18.18	3	30.00	4	44.44	19	29.23
Kendi hayvanları	5	38.46	2	9.09	-	-	-	-	-	-	7	10.77
Satıcı ve köy	-	-	1	4.55	-	-	-	-	1	11.11	2	3.08
Bakkal ve köy	-	-	1	4.55	-	-	-	-	-	-	1	1.54
Toplam	13	100.00	22	100.00	11	100.00	10	100.00	9	100.00	65	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.3. Açık sütü tercih etme nedenleri

Hane halkının açık sütü tercih etmesinin başlıca nedeni % 34.92 ile pastörize ve uzun ömürlü süte göre fiyatının düşük olmasıdır. Bunu % 14.29 ile alışkanlık, % 12.70 ile taze olması, % 11.11 ile ailelerin süt hayvanlarına sahip olmaları izlemektedir. I. gelir grubundaki hane halklarının yarısından fazlası (% 54.55) açık sütü daha ucuz olduğu ve % 36.36'sı kendi süt hayvanlarına sahip için tercih etmektedir (Çizelge 4.37). Yapılan Khi-kare istatistiksel analizine göre, açık sütü tercih etme nedenleri bakımından gelir grupları arasında önemli bir farklılık bulunmuştur ( $P<0.05$ ).

Çizelge 4.37. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü tercih etme nedenleri

Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Ucuz olduğundan	6	54.55	8	36.36	5	45.45	1	10.00	2	22.22	22	34.92
Taze olduğu için	1	9.09	2	9.09	-	-	3	30.00	2	22.22	8	12.70
Alışkanlık nedeniyle	-	-	4	18.18	2	18.18	2	20.00	1	11.11	9	14.29
Daha temiz + kaliteli ve sağlıklı	-	-	3	13.64	-	-	1	10.00	1	11.11	5	7.94
Hayvanları var	4	36.36	2	9.09	-	-	-	-	1	11.11	7	11.11
Katkısız olduğu için	-	-	-	-	1	9.09	1	10.00	-	-	2	3.17
Tadını seviyor	-	-	-	-	1	9.09	-	-	1	11.11	2	3.17
Yoğurt yapımı için	-	-	-	-	-	-	1	10.00	-	-	1	1.59
Satıcısının olması	-	-	3	13.64	2	18.18	1	10.00	1	11.11	7	11.11
Toplam	11	100.00	22	100.00	11	100.00	10	100.00	9	100.00	63	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.4. Açık sütü satın alma sıklığı

Anket yapılan hane halkının % 70.31'i açık sütü haftada bir kez satın almaktadır. Bu oran I. gelir grubunda % 53.85 ile en düşük ve V. gelir grubunda %

87.5 ile en yüksektir. Hane halklarının % 14.06'sı haftada 2-3 kez ve % 10.94'ü her gün açık süt satın almaktadır (Çizelge 4.38).

Çizelge 4.38. Gelir gruplarına göre hane halkının açık sütü satın alma sıklığı

Açık Süt Satın Alma Sıklığı	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Her gün	3	23.08	1	4.55	2	18.18	-	-	1	12.5	7	10.94
Haftada bir	7	53.85	17	77.27	7	63.64	7	70.00	7	87.5	45	70.31
Haftada 2-3	2	15.38	3	13.64	2	18.18	2	20.00	-	-	9	14.06
15 günde bir	1	7.69	1	4.55	-	-	1	10.00	-	-	3	4.69
Toplam	13	100.00	22	100.00	11	100.00	10	100.00	8	100.00	64	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.5. Pastörize süt tercih nedenleri

Anket yapılan hane halkının % 40'ı hijyenik olduğu için ve % 40'ı da tadını sevdiği için pastörize süt tercih etmektedir (Çizelge 4.39). Pastörize süt kullanımı daha çok 3. gelir grubunda görülmektedir. Pastörize süt tüketiminde gelirin etkili olmadığı daha çok sağlığa uygun olması ve tadının tüketiciler tarafından sevilmesinin etkili olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.39. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütü tercih etme nedenleri

Pastörize Süt Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Tadını seviyor	-	-	1	33.33	2	50.00	1	50.00	-	-	4	40.00
Hijyenik olduğundan	-	-	2	66.67	1	25.00	1	50.00	-	-	4	40.00
Çocuk için	1	100.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	10.00
Tadını seviyor ve hijyenik olduğu için	-	-	-	-	1	25.00	-	-	-	-	1	10.00
Toplam	1	100.00	3	100.00	4	100.00	2	100.00	-	-	10	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.6. Pastörize sütü satın alma sıklığı

Anket yapılan hane halkının yarısı haftada bir kez ve % 40'ı da on beş günde bir pastörize süt satın almaktadır (Çizelge 4.40).

Çizelge 4.40. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütü satın alma sıklığı

Satın Alma Sıklığı	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Her gün	-	-	-	-	1	25.00	-	-	-	-	1	10.00
Haftada bir	1	100.00	1	33.33	2	50.00	1	50.00	-	-	5	50.00
15 Günde bir	-	-	2	66.67	1	25.00	1	50.00	-	-	4	40.00
Toplam	1	100.00	3	100.00	4	100.00	2	100.00	-	-	10	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.7. Pastörize sütte tercih edilen markalar

Anket yapılan hane halklarının % 44.65'i Pınar Süt markasını tercih etmektedir. Bunu % 26.79 ile Ülker İçim Süt markası izlemektedir (Çizelge 4. 41).

Çizelge 4.41. Gelir gruplarına göre hane halkının pastörize sütte tercih ettiği markalar

Tercih Edilen Markalar	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Pınar süt	-	-	6	50.00	4	30.76	7	46.67	8	53.34	25	44.65
Ülker(içim süt)	1	100.00	4	33.33	4	30.77	3	20.00	3	20.00	15	26.79
Sek süt	-	-	-	-	-	-	1	6.67	-	-	1	1.79
Danone	-	-	1	8.33	-	-	-	-	-	-	1	1.79
Ülker ve Danone	-	-	-	-	-	-	3	20.00	-	-	3	5.36
Pınar ve Ülker	-	-	-	-	3	23.08	-	-	3	20.00	6	10.71
Sütaş	-	-	-	-	1	7.69	-	-	-	-	1	1.79
Nestle	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.67	1	1.79
Halk süt	-	-	-	-	1	7.69	-	-	-	-	1	1.79
Aytaç süt	-	-	1	8.33	-	-	-	-	-	-	1	1.79
Danone ve Nestle	-	-	-	-	-	-	1	6.67	-	-	1	1.79
Toplam	1	100.00	12	100.00	13	100.00	15	100.00	15	100.00	56	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.8. Pastörize sütte marka tercih nedenleri

Pastörize sütte marka tercih nedenlerinin başında % 38.60 ile markaya olan güven ve % 19.30 ile bu markaya sahip olan sütün tadının sevilmesi gelmektedir. Hane halkının % 12.28'i güven ve tadın yanında dayanıklılık süresinin uzun olmasının marka tercihlerinde etkili olduğunu belirtmiştir (Çizelge 4.42).

Çizelge 4.42. Gelir gruplarına göre pastörize süt tüketen hane halkının bu markayı tercih nedenleri

Marka Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Markanın bulunabilirliği	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6.67	1	1.75
Tadını seviyor	-	-	1	7.69	3	23.08	4	26.67	3	20.00	11	19.30
Güven	-	-	7	53.85	4	30.77	5	33.33	6	40.00	22	38.60
Daha hesaplı	1	100.00	1	7.69	1	7.69	1	6.67	-	-	4	7.02
Dayanıklı	-	-	-	-	1	7.69	1	6.67	-	-	2	3.50
Güven, dayanıklı	-	-	1	7.69	1	7.69	1	6.67	1	6.67	4	7.02
Güven, dayanıklı tadını seviyor	-	-	2	15.38	2	15.38	1	6.67	2	13.33	7	12.28
Tadını seviyor , güven	-	-	1	7.69	1	7.69	2	13.33	2	13.33	6	10.52
<b>Toplam</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	<b>57</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.9. Uzun ömürlü sütü tercih etme nedenleri

Anket yapılan hane halklarının % 40'ı uzun ömürlü sütü sağlıklı ve güvenli buldukları için; % 28.89'u kullanımı pratik olduğu için; % 15.56'sı tadı lezzetli olduğu için ve % 11.11'i her an ulaşılabilirdiği için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. I. gelir grubundaki hane halklarının yarısı her an ulaşılabilirdiği için; IV. ve V. gelir gruplarındaki hane halklarının sırasıyla % 53.85 ve % 40'ı sağlıklı ve güvenli olduğu için uzun ömürlü süt tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.43).

Çizelge 4.43. Gelir gruplarına göre hane halkının uzun ömürlü sütü tercih etme nedenleri

Tercih Nedenleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kullanımı pratik	1	50.00	1	12.50	3	42.86	4	30.77	4	26.67	13	28.89
Sağlıklı ve güvenilir	-	-	4	50.00	1	14.29	7	53.85	6	40.00	18	40.00
Tadı lezzetli	-	-	2	25.00	2	28.57	1	7.69	2	13.33	7	15.56
Her an ulaşılabilir	1	50.00	-	-	-	-	1	7.69	3	20.00	5	11.11
Kullanımı pratik, sağlıklı ve güvenilir	-	-	1	12.50	1	14.29	-	-	-	-	2	4.44
<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>8</b>	<b>100.00</b>	<b>7</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>	<b>45</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.10. Uzun ömürlü sütü satın alma sıklığı

Anket yapılan hane halkının % 51.06'sı haftada bir kez, % 31.91'i haftada 2-3 kez ve % 10.64'ü ayda bir kez uzun ömürlü süt satın almaktadır (Çizelge 4.44).

Çizelge 4.44. Gelir gruplarına göre hane halkının uzun ömürlü sütü satın alma sıklığı

Satın Alma Sıklığı	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Haftada bir	2	100	3	37.5	7	77.78	4	30.77	8	53.33	24	51.06
Haftada 2-3	-	-	5	62.5	1	11.11	3	23.08	6	40.00	15	31.91
Haftada 3-4	-	-	-	-	-	-	1	7.69	-	-	1	2.13
15 günde bir	-	-	-	-	1	11.11	1	7.69	-	-	2	4.26
Ayda bir	-	-	-	-	-	-	4	30.77	1	6.67	5	10.64
Toplam	2	100.00	8	100.00	9	100.00	13	100.00	15	100.00	47	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.4.11. Süt tüketim şekilleri

Anket yapılan hane halkının % 31.25'i sütü içmek, yemek yapmak, tatlı ve hamur işlerinde kullanmaktadır. Sütü bu amaçla kullanan hane halkı gelir gruplarına paralel olarak artmaktadır. Bu oran I. gelir grubunda % 7.14 iken, IV. ve V. gelir gruplarında % 41.18 düzeyinde bulunmaktadır. Sütü sadece içmek amacıyla kullanan hane halkının oranı % 19.79'dur. Bu oran I. gelir grubundaki hane halkında % 42.86 iken, V. gelir grubunda % 5.88 düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.45). Vural (2001), Antalya ilinde hane halklarının % 94'ünün sütü içmek amacıyla satın aldıklarını belirtmiştir.

Çizelge 4.45. Gelir gruplarına göre hane halkının süt tüketim şekilleri

Süt Tüketim Şekilleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
İçmek için	6	42.86	5	17.24	5	26.32	2	11.76	1	5.88	19	19.79
Yemek, tatlı ve hamur işlerinde	1	7.14	4	13.79	-	-	-	-	-	-	5	5.21
İçmek, yoğurt, yemek, tatlı ve hamur işlerinde	-	-	10	34.48	4	21.05	6	35.29	3	17.65	23	23.96
İçmek için ve yoğurt yapımında	2	14.29	1	3.45	3	15.79	2	11.76	5	29.41	13	13.54
İçmek için, yemek, tatlı ve hamur işlerinde	1	7.14	8	27.59	7	36.84	7	41.18	7	41.18	30	31.25
İçmek, yoğurt, peynir yapımı, yemek, hamur işlerinde	4	28.57	1	3.45	-	-	-	-	1	5.88	6	6.25
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

## 4. 5. Yoğurt ve Peynir Tüketim Yapısı

### 4.5.1. Yoğurt tüketim yapısı

#### 4.5.1.1. Yoğurt tüketim miktarı

Anket yapılan tüketicilerin hane başına ve kişi başına düşen ortalama yıllık yoğurt tüketim miktarları sırasıyla 154 kg ve 41.96 kg'dır. Hane başına düşen yoğurt tüketim miktarları gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır. I. gelir grubunda hane başına yıllık ortalama yoğurt tüketim miktarı 130.29 kg iken, bu miktar IV. ve V. gelir gruplarında sırasıyla 178.59 kg ve 170.82 kg düzeyindedir. Kişi başına düşen yıllık ortalama yoğurt tüketim miktarı I. gelir grubunda 36.50 kg ile en düşük ve V. gelir grubunda 49.23 kg ile en yüksektir (Çizelge 4.46).

Çizelge 4.46. Gelir Gruplarına göre hane halkının yoğurt tüketim miktarları (Kg)

Tüketim Miktarı	I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	IV. Gelir Grubu	V. Gelir Grubu	Toplam
Hane halkı başına	130.29	146.07	146.53	178.59	170.82	154.00
Kişi başına	36.50	39.91	37.67	48.14	49.23	41.96

#### 4.5.1.2. Yoğurdu temin şekli

Anket yapılan hane halkının yarısından fazlası (% 57.89) ev yapımı hazır yoğurt satın almaktadır. % 38.95 ise ambalajlı yoğurt satın almaktadır. I. ve II. gelir grubundaki hane halkının ev yapımı hazır yoğurdu satın alma oranları sırasıyla % 76.92 ve % 65.52 olup, diğer gelir gruplarına göre yüksektir. Gelir düzeyi arttıkça genel olarak ambalajlı yoğurdu tüketme eğiliminin arttığı görülmektedir (Çizelge 4.47).

Çizelge 4.47. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu temin şekli

Yoğurdu Temin Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Ev yapımı yoğurt	10	76.92	19	65.52	10	52.63	7	41.18	9	52.94	55	57.89
Ambalajlı yoğurt	3	23.08	8	27.59	9	47.37	9	52.94	8	47.06	37	38.95
Ev yapımı ve ambalajlı yoğurt	-	-	2	6.90	-	-	1	5.88	-	-	3	3.16
Toplam	13	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	95	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.1.3. Yoğurdun satın alındığı yerler

Anket yapılan hane halkının % 40'ı yoğurdu marketlerden temin etmektedir. Bunu % 39.58 ile yoğurdu kendisi yapan hane halkı izlemektedir. I. gelir grubundaki hane halkının % 21.43'ü yoğurdu marketlerden satın almaktadır. Bu gruptaki hane halkının % 35.71'i yoğurdu kendisi evde yapmakta olup, % 21.43'ü

komşularının yaptığı hazır yoğurdu satın almakta ve % 14.29'u köylerden satın almaktadır. V. gelir grubundaki hane halkının % 47.06'ı yoğurdu marketlerden satın alırken, kalan % 52.94'ü kendi evinde yapmaktadır (Çizelge 4.48).

Çizelge 4.48. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu satın aldığı yerler

Yoğurdun Satın Alındığı Yerler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kendi yapıyor	5	35.71	12	41.38	8	42.11	4	23.53	9	52.94	38	39.58
Marketten	3	21.43	9	31.03	9	47.37	10	58.82	8	47.06	39	40.63
Komşulardan	3	21.43	1	3.45	1	5.26	-	-	-	-	5	5.21
Diğer(köyden) Marketten	2	14.29	2	6.90	-	-	-	-	-	-	4	4.17
ve kendi yapıyor	1	7.14	5	17.24	1	5.26	3	17.65	-	-	10	10.42
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.1.4. Yoğurt satın alınırken dikkate alınan faktörler

Ambalajlı yoğurt satın alınırken hane halkının % 26.32'si yoğurdun tazeliğine, % 22.81'i kalitesi ve tazeliğine, %12.28'i kalite ile birlikte markasına, % 10.53'ü markasına ve yine %10.53'ü tazeliğine ve fiyatına dikkat etmektedir. V. gelir grubunda ambalajlı yoğurdun kalitesine ve tazeliğine dikkat edenlerin oranı % 44.44 düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4.49).

Çizelge 4.49. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurt alınırken en çok dikkat ettiği özellikler

Tercih Edilen Özellikler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kalitesi	-	-	1	5.88	1	7.69	-	-	2	22.22	4	7.02
Tazeliği	2	40.00	5	29.41	5	38.46	1	7.69	2	22.22	15	26.32
Fiyatı	1	20.00	1	5.88	-	-	-	-	-	-	2	3.51
Markası	1	20.00	1	5.88	1	7.69	3	23.08	-	-	6	10.53
Tazeliği ve fiyatı	1	20.00	3	17.65	1	7.69	1	7.69	-	-	6	10.53
Kalitesi ve tazeliği	-	-	3	17.65	3	23.08	3	23.08	4	44.44	13	22.81
Kalitesi, tazeliği ve markası	-	-	1	5.88	1	7.69	1	7.69	1	11.11	4	7.02
Kalitesi ve markası	-	-	2	11.76	1	7.69	4	30.76	-	-	7	12.28
<b>Toplam</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>	<b>9</b>	<b>100.00</b>	<b>57</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.1.5. Yoğurdun tüketim şekilleri

Anket yapılan hane halkının % 47.92'si yoğurdu sade ve yemeklerin yapımında tüketmektedir. Yoğurdu sadece yemeklerin yanında veya içinde tüketen

hane halkının oranı % 43. 75 iken, yoğurdu sade olarak tüketenlerin oranı % 8.33 düzeyindedir (Çizelge 4.50).

Çizelge 4.50. Gelir gruplarına göre hane halkının yoğurdu tüketme şekli

Tüketim Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Sade	3	21.43	2	6.90	1	5.26	1	5.88	1	5.88	8	8.33
Yemeklerin yanında, içinde	8	57.14	11	37.93	13	68.42	5	29.41	5	29.41	42	43.75
Sade ve yemeklerin yanında, içinde	3	21.43	16	55.17	5	26.32	11	64.71	11	64.71	46	47.92
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.2. Peynir tüketim yapısı

##### 4.5.2.1. Peynir tüketim miktarı

Anket yapılan hane halklarında hane başına ve kişi başına düşen ortalama yıllık peynir tüketim miktarları sırasıyla 61.06 kg ve 16.64 kg'dir. Hane başına düşen peynir tüketim miktarları gelir gruplarına orantılı olarak artmaktadır. I. gelir grubunda hane başına yıllık ortalama peynir tüketim miktarı 35.14 kg iken, bu miktar V. gelir grubunda 118.24 kg'dir. Kişi başına düşen yıllık ortalama yoğurt tüketim miktarı I. gelir grubunda 9.84 kg ile en düşük ve V. gelir grubunda 34.07 kg ile en yüksektir (Çizelge 4.51).

Çizelge 4.51. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir tüketim miktarları (Kg)

Tüketim Miktarı	I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	IV. Gelir Grubu	V. Gelir Grubu	Toplam
Hane halkı başına	35.14	49.66	52.74	54.00	118.24	61.06
Kişi başına	9.84	13.57	13.56	14.56	34.07	16.64

##### 4.5.2.2. Peyniri satın alma şekli

Anket yapılan hane halkının yarısına yakını (% 48.96) peyniri köylerden satın almaktadır. Bunu % 29.17 ile marketten satın alanlar izlemektedir. Peyniri köyden satın alan hane halkı oranları I. grupta % 71.42 ile en yüksek ve V. gelir grubunda % 23.53 ile en düşüktür (Çizelge 4.52). Peynirin köyden alınmasındaki en önemli neden Şavak peynir türünün Elazığ'ın köylerinde yapılması ve yerli halkın bu peyniri lezzetli bulup tüketmesidir.

Çizelge 4.52. Gelir gruplarına göre hane halkının peyniri satın alma şekli

Peynir Satın Alma Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kendi yapıyor	4	28.57	1	3.45	-	-	-	-	2	11.76	7	7.29
Marketten	-	-	6	20.69	9	47.37	6	35.29	7	41.18	28	29.17
Köyden	10	71.42	15	51.72	8	42.11	10	58.82	4	23.53	47	48.96
Marketten, köyden	-	-	5	17.24	2	10.53	1	5.88	4	23.53	12	12.50
Kendi yapıyor, köyden	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Kendi yapıyor, marketten, köyden	-	-	1	3.45	-	-	-	-	-	-	1	1.04
Toplam	14	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	96	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.2.3. Peynirin satın alınmasında dikkate alınan özellikler

Anket yapılan hane halklarının % 33.70'i peynir satın alırken tazeliğine dikkat etmektedir. % 28.26'sı peynirin taze ve kaliteli olmasına dikkat etmektedir(Çizelge 4.53). Elazığ ili merkez ilçede daha çok Şavak peyniri olarak bilinen salamura peyniri tüketilmektedir. Bu peynirin alımında tazelik ve kalite öncelikli olarak tüketicilerin dikkat ettikleri özellikler içerisinde iken tek başına fiyatın etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Çizelge 4.53. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir alırken en çok dikkat ettiği özellikler

Özellikler	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kalitesi	-	-	1	3.45	3	15.79	-	-	3	17.65	7	7.61
Tazeliği	6	60.00	9	31.03	6	31.58	7	41.18	3	17.65	31	33.70
Fiyatı	1	10.00	2	6.90	-	-	-	-	-	-	3	3.26
Markası	-	-	2	6.90	1	5.26	-	-	1	5.88	4	4.35
Tazeliği ve fiyatı	1	10.00	3	10.34	3	15.79	-	-	1	5.88	8	8.70
Kalitesi ve tazeliği	1	10.00	6	20.69	4	21.05	7	41.18	8	47.06	26	28.26
Kalitesi, tazeliği ve fiyatı	1	10.00	5	17.24	1	5.26	1	5.88	-	-	8	8.70
Kalitesi, tazeliği ve markası	-	-	-	-	1	5.26	1	5.88	1	5.88	3	3.26
Kalitesi, tazeliği, fiyatı, ambalajı	-	-	1	3.45	-	-	1	5.88	-	-	2	2.17
Toplam	10	100.00	29	100.00	19	100.00	17	100.00	17	100.00	92	100.00

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.2.4. Tüketilen peynir türleri

Anket yapılan hane halkının % 32.29'u salamura peynir tüketmektedir. Bunu % 27.08 ile tulum peyniri, salamura ve kaşar peyniri tüketen hane halkı izlemektedir. Sadece beyaz peynir (kiloluk kutu) tüketen hane halklarının oranı %

4.17 ve sadece kaşar ve beyaz peynir tüketenlerin oranı % 10.42 düzeyindedir. Tüketicilerin %13.54'ü ise tulum peyniri ve salamura peynirini birlikte tüketmektedir.(Çizelge 4.54).

Çizelge 4.54. Gelir gruplarına göre hane halklarının tükettikleri peynir türü

Tüketilen Peynir Türleri	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Salamura	7	50.00	12	41.37	7	36.84	2	11.76	3	17.65	31	32.29
Tulum peyniri, salamura	4	28.57	5	17.24	-	-	2	11.76	2	11.76	13	13.54
Tulum peyniri, salamura, kaşar	-	-	9	31.03	4	21.05	8	47.06	5	29.41	26	27.08
Beyaz peynir	1	7.14	-	-	2	10.53	-	-	1	5.88	4	4.17
Kaşar, beyaz peynir	-	-	3	10.34	2	10.53	2	11.76	3	17.65	10	10.42
Salamura, beyaz peynir	1	7.14	-	-	2	10.53	2	11.76	1	5.88	6	6.25
Tulum peyniri, salamura,kaşar	1	7.14	-	-	2	10.53	1	5.88	2	11.76	6	6.25
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

#### 4.5.2.5. Peynir tüketim şekli

Anket yapılan hane halkının % 75'i peyniri kahvaltıda ve hamur işlerinde ve kalan % 25'si sadece kahvaltıda tüketmektedir. Peyniri sadece kahvaltıda tüketenlerin oranı I. gelir grubunda % 57.14 düzeyinde iken, peyniri kahvaltıda ve hamur işlerinde tüketen hane halklarının oranı V. gelir grubunda % 82.35 düzeyine çıkmaktadır (Çizelge 4.55).

Çizelge 4.55. Gelir gruplarına göre hane halkının peynir tüketim şekli

Peynir Tüketim Şekli	I. G.G.		II. G.G.		III. G.G.		IV. G.G.		V. G.G.		Toplam	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Kahvaltıda	8	57.14	7	24.14	4	21.05	2	11.76	3	17.65	24	25.00
Kahvaltıda ve hamur işlerinde	6	42.86	22	75.86	15	78.95	15	88.24	14	82.35	72	75.00
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>19</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>96</b>	<b>100.00</b>

A: Adet, G.G.: Gelir Grubu

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada Elazığ İli Merkez İlçe'ye bağlı beş mahallede et, süt ve süt ürünleri tüketim yapısını ortaya koymak için 96 aileyle anket çalışması yapılmıştır. Ailelerin sosyo-ekonomik özellikleri, kırmızı et, tavuk eti ve balık eti ile süt, yoğurt, peynir tüketim yapısı gelir grupları itibarıyla incelenmiştir. Anket yapılan tüketicilerin et, süt ve süt ürünlerine yönelik satın alma eğilimleriyle birlikte bu ürünlere yönelik olarak tüketicinin satın alma davranışları incelenmiştir.

Anket yapılan aileler yıllık gelirlerine göre beş gruba ayrılmıştır. Aile başına düşen yıllık ortalama gelir 5.021 YTL ile 40.426 YTL arasında değişmekte olup hane halkının yıllık ortalama geliri 18.045 YTL 'dir. Toplam hane halkı gelirinin % 39.91'i gıda harcamalarına ayrılmaktadır. % 14.11'i eğitim harcamalarına ayrılmaktadır. Eğitim harcamalarının ikinci sırada yer almasında ki en önemli faktör ildeki eğitim düzeyinin yüksek olması ve ailelerin çocuklarını üniversite sınavını kazanmaları amacıyla dershaneye gönderip özel ders aldirmaları etkili olmaktadır. Sağlık harcamalarının ise % 3.60 gibi oldukça düşük olmasının nedeni ailelerin büyük ölçüde sosyal güvenlik sistemi içinde sigortaya sahip olmalarıdır.

Anket yapılan tüketicilerin % 54.17'si kadınlardan, %45.83'de erkeklerden oluşmaktadır. Tüketicilerin yarısından fazlası % 56.25'i 35ile 50 yaş arasında yer almakta olup, % 91.67'si evlidir.

Öğrenim düzeyinin yüksek olduğu Elazığ ili merkez ilçede anket yapılan tüketicilerin % 69.80'i lise ile üniversite ve dengi okul mezunudur.

Çalışmanın yapıldığı bölgede tüketicilerin % 56.25'i gıda alışverişini birlikte yapmaktadır. Alışverişin birlikte yapılmasının nedenleri arasında tüketicilerin eğitim düzeyinin yüksek olmasının yanı sıra erkek ve kadının çalışma hayatı içersine yer alması süper markette dayalı tüketim alışkanlığı nedeniyle genellikle alışverişin hafta sonlarında tüm aile fertlerinin katılımıyla gerçekleşmesi etkili olmaktadır.

Anket yapılan hane halkının % 66.67'si kırmızı et, tavuk eti ve balık etini birlikte tüketmektedir. Hane halkının et türü tercihinde belirleyici değişken % 30.21 ile alışkanlık faktörüdür. Bunu % 17.71 ile ucuzluk, % 10.42 ile besin değeri % 10.42 ile sağlık faktörleri izlemektedir. Et türleri arasındaki fiyat paritesi önemli düzeyde değişmedikçe ve hane halkının reel satın alma gücünde önemli değişmeler olmadığı sürece alışkanlık faktörünün hane halklarının et tercihleri üzerinde etkili olacağı söylenebilir.

Hane halklarının yarısından fazlası (% 53.13) etlerini marketlerden sağlamaktadır. Son dönemlerde Türkiye'de hızla büyüyen Süpermarket zincirleri tüketicileri büyük ölçüde bu marketlerden alış veriş yapmaya yöneltmiştir. Marketlerden et satın alan tüketicilerin % 38.95'i bu alışveriş merkezlerine güvendiğini belirtmiştir.

Kişi başına düşen ortalama yıllık kırmızı et tüketim miktarı 21.13 kg olup bu miktar Türkiye'de kimi araştırmalarda bulunan değerlerden yüksektir. Kişi başına düşen kırmızı et tüketiminde gelir düzeyi belirgin bir etkiye sahiptir. Nitekim V. gelir grubunda kişi başına düşen ortalama yıllık et tüketimi (34.99 kg) I. gelir grubuna göre 1.80 kat fazladır (I. gelir grubunda 12.48 kg). Gelirin yanı sıra bölge

halkının beslenme alışkanlığı ile bir takım yöresel yemeklerin kırmızı etle yapılması bölgedeki kırmızı et tüketimini arttıran faktörlerdendir.

Anket yapılan hane halkının % 42.68'i haftada bir kez kırmızı et satın almaktadır. Haftada bir defa kırmızı et satın alma sıklığı Van ili Erçiş İlçesi ve Adana ili için belirtilen değerlere (sırasıyla % 51 ve % 53.50) benzerlik göstermektedir.

Kişi başına düşen ortalama yıllık tavuk eti tüketim miktarı 16.47 kg olup, bu miktar I. gelir grubunda 10.47 kg düzeyinde kalmaktadır. Kişi başına düşen tavuk eti tüketimi Türkiye'de yapılan kimi çalışmalardan bulunan değerlerden yüksektir. Son dönemlerde özellikle sağlık kaygıları nedeniyle tavuk eti tüketiminde görece olarak bir artışın olduğu bilinmektedir. Tavuk eti genellikle bütün olarak tüketildiği için hane halkının %32.26'sı haftada bir ve yine % 32.26'sı da 15 günde bir tavuk eti satın almaktadır.

Kişi başına düşen ortalama yıllık balık eti tüketim miktarı 10.04 kg olup, bu miktar III. gelir grubu hariç, gelir gruplarına orantılı bir şekilde artmaktadır. Balık eti tüketimi ağırlıklı olarak kış mevsiminde olmaktadır. Hane halklarının yarısından fazlası (% 57.33) balığı kış aylarında tüketmektedir.

Dengeli bir beslenme için tüketilen et miktarının yeterliliği konusunda gelir grupları arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. I. gelir grubundaki hane halkının % 85.11'i yeterli düzeyde et tüketmedikleri görüşünde iken, bu oran IV. ve V. gelir grupları için sırasıyla % 11.76 ve 17.65 düzeyinde kalmaktadır. Bununla birlikte, yüksek gelir gruplarında bile ortalama yıllık et tüketiminin Avrupa Birliği ülkeleri ortalamasının altında kaldığını belirtmek gerekir. Yeterli düzeyde kırmızı et tüketemeyen tüketicilerin % 86.67'si ve beyaz et tüketemeyen tüketicilerin % 88.89'u buna neden olarak gelir yetersizliğini göstermiştir. Bu nedenle, tüketicilerin satın alma güçlerinde meydana gelecek artışların et tüketim düzeyini olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir.

Kişi başına düşen yıllık ortalama açık süt, pastörize süt ve uzun ömürlü süt tüketim miktarları sırasıyla 53.32 litre, 28.12 litre ve 40.32 litredir. Bu miktarlar gelir düzeyi arttıkça (gelir gruplarına paralel bir şekilde) önemli düzeyde artmaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin gelirlerinde meydana gelecek artışlarla süt tüketim miktarında önemli artışların olabileceği düşünülmektedir. I. gelir grubunda açık süt tüketen hane halkı oranı % 85.71 iken, bu oran V. gelir grubunda % 17.65'tir. V.gelir grubundaki hane halklarının yarısına yakını (% 47.96) uzun ömürlü süt tüketmektedir. Gelir düzeyi arttıkça pastörize ve uzun ömürlü sütlerin daha ağırlıklı bir şekilde tüketildiği dikkate alındığında, gelir artışının süt tüketim miktarı yanında, süt tüketim yapısında da değişikliğe yol açacağı söylenebilir.

Çalışmanın yapıldığı bölgede kişi başına düşen ortalama yıllık yoğurt tüketim miktarı 41.96 kg'dır. Gelir artışı ile birlikte yoğurt tüketiminin de arttığı görülmektedir. Yüksek gelir grupları ambalajlı yoğurt tüketirken, düşük gelir grupları daha çok ev yapımı hazır yoğurt tüketmektedir.

Anket yapılan hane halkının hane başına ve kişi başına düşen yıllık ortalama peynir tüketim miktarı sırasıyla 61.06 kg ile 16.64 kg'dır. Tüketicilerin % 32.29'u salamura peynir olarak yöre halkı tarafından yapılan ve tercih edilen Şavak peynirini tüketmektedir. Şavak peyniri taze, kaliteli olmasının yanı sıra alışkanlık nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Akbay, C., 2001. *Türkiye’de hane halkı gıda tüketimi ve gıda tüketimine etki eden faktörlerin analizi*, Yurtdışından Dönen Akademik Personel Konferansları, Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi Rektörlüğü, Yayın No.86.
- Akbay, Ö., Aktaş, A., Koç, A., 1999. Konsantre meyve suyu talebinin Tobit Modeli ile Analizi. *TÜBİTAK Türk Tarım ve Ormancılık Dergisi*, Cilt 23, Sayı 5, Ankara.
- Anonim., 1996. *Gıda Sektörü*, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Araştırma Müdürlüğü, Sektör Araştırmaları Serisi, No.9, s.168.
- Anonim., 2002. 2000 *Genel Nüfus Sayımı Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri*, Elazığ, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yay. N: 25.96. Ankara, s.203.
- Anonim., 2005. *Türkiye İstatistik Yılığ 2005*, T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu Yay. N: 3009. Ankara, s.35-37.
- Anonim., 2006. www.elazig.gov.tr, (22.10.2006).
- Arıkan, E., 2000. *Türkiye’de Süt Tüketimi ve Tüketici Tercihleri İle İlgili Bir Uygulama* (yüksek lisans tezi, basılmamış). İ Ü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atay, O., Gökdağ, Ö., Aygün, T., Ülker, H., 2004. Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi*, 01-03 Eylül 2004, Isparta. 348-354.
- Ceylan, M., 2006. *Van İli Kentsel ve Kırsal Alanda Et Ve Ürünleri Tüketim Yapısı Ve Tüketicilerin Satın Alma Eğilimleri* (yüksek lisans tezi).Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Çivi, H., Gürler, A. Z., Esengün, K., Karkacıoğlu, O., 1993a. Tokat il merkezinde yaşayan hane halklarının kırmızı et tüketim durumu üzerine bir araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, **10**(1): 108-115.
- Çivi, H., Gürler, A., Z., Esengün, K., Karkacıoğlu, O., 1993b. Tokat il merkezinde yaşayan hane halklarının beyaz et tüketimi üzerine bir araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, **10**(1): 116-123.
- Demirulus, H., Aydın, A., Kara, K., 1997. Broiler yetiştiriciliğinin geliştirilmesi açısından tavuk eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve irdelenmesi. *Trakya Bölgesi 2. Hayvancılık Sempozyumu*, 9-10 Ocak 1997, Tekirdağ. 315-318.
- Dransfield, E., 2005. Consumer Importance in Creating Demands for Meat and Meat Product Safety. *Tehnologija Mesa*, **46** (1/2): 3-10.
- Gaol, X.M., Spreen, T., 1994. A Micro Econometric Analysis of the U.S. Meat Demand. *Canadian Journal of Agricultural Economics*, **42**(3): 397.
- Gaytancıoğlu, S., 1999. *Tekirdağ Merkez İlçede Kanatlı Eti Tüketim Düzeyinin İncelenmesi* (yüksek lisans tezi). T Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Gül, A., Şahin, K., 1998. Adana ilinde ailelerin tavuk eti alım ve tüketimi üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, **13**(1): 71-80.
- Hanta, B., 1994. *Adana İli Kentsel Alanda Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı* (yüksek lisans tezi, basılmamış). Ç Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Hayman, S., 2004. Consumers' Satisfaction with Chicken. *WATT Poultry USA*, **(9)**, 22-29.

- Jimin, W., Yue, Z.Z., Cox, R.J., 2004. *Animal Product Consumption in China*. Asian Agribusiness Research Centre (AARC), AARC Working Paper Series No.35, Orange, Australia, 38 pp.
- Kennedy, O.B., Stewart, B.J.K., Mitchell, P.C., Thurnham, D.I., 2004. Consumer perceptions of poultry meat: a qualitative analysis. *Nutrition and Food Science*, **34** (3/4):122.
- Miran, B., 2003. *Temel İstatistik*. Ege Üniversitesi Basım Evi, İzmir. 297.
- Özdamar, K., 2004. *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*. Kaan Kitabevi, Eskişehir. 494.
- Paksoy, M., 1998. Türkiye’de gıda tüketim yapısının gelişimi ve tüketim eğilimlerindeki değişim. *Türkiye 3. Tarım Ekonomisi Kongresi*, 7-8 Ekim 1998, Ankara. 249-254.
- Rimal, A., 2005. Consumer Attitude and Meat Consumption Pattern. *International Journal of Consumer Studies*, **29** (1): 47-54.
- Şahin, K., Andiç, S., Koç, Ş., 2001. Van ili kentsel alanda ailelerin otlu peynir ve süt ürünleri alım ve tüketim davranışları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, *Tarım Bilimleri Dergisi*, **11**(2): 67-73
- Uluat, Ş., 2002. *Van İli Merkez İlçede Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı* (yüksek lisans tezi).Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Verhoef, P.C., 2005. Explaining Purchases of Organic Meat by Dutch Consumers. *European Review of Agricultural Economics*, **32** (2): 245.
- Vural, N.Y., 2001. *Antalya İli Süt ve Süt Ürünleri Tüketici Profili Çalışması*, (yüksek lisans tezi, basılmamış). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya
- Yalçınkaya, O., 1999. *Van İli Erciş İlçesinde Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı*, (yüksek lisans tezi), Y Y Ü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Yıldırım, İ., Acar, İ., Uluat, Ş., 1998. Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim yapısı. *Doğu Anadolu Tarım Kongresi*, 14-18 Eylül 1998, Erzurum. 1636-1644
- Yıldırım, İ., Yalçınkaya, O., 2000. Süt ve mamulleri tüketim yapısı: Van ili kentsel alan örneği. *Türkiye 4. Tarım Ekonomisi Kongresi*, 6-8 Eylül 2000, Tekirdağ. 42.
- Yurdakul, O., Akdemir, Ş., 1989. Adana'da yumurta tüketimi ve gelir tüketim esnekliği. *Çukurova Üniversitesi Ziraat Fak. Dergisi*, **6** (4): 126-136.
- Yurdakul, O., Koç, A., 1995. *Gıda Ürünleri Pazarlaması*. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi, Ders Kitapları Yayın No:34, Adana.

**EKLER**  
**EK 1**

**ELAZIĞ İLİ MERKEZ İLÇEDE ET, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİM YAPISI**

**Anket yapan kişi:**  
**Anket tarihi:**  
**Anket yapılan ilçe:**  
**Anket yapılan köy:**  
**Anket yapılan mahalle:**  
**Anket no:**

**1-SOSYO-EKONOMİK NİTELİKLER:**

1-Cinsiyetiniz?

1-Kadın ( )                      2-Erkek ( )

2-Yaşınız?

3-Medeni durumunuz?

1-Evli ( )      2-Bekar ( )      3-Dul ( )      4-Boşanmış ( )

4. Hanehalkı ortalama aylık geliriniz .....YTL

4a-Eğitim durumunuz?

1-Okur-yazar değil ( )  
2-Okur-yazar ( )  
3-İlkokul ( )  
4-Ortaokul ( )  
5-Lise ( )  
6-Üniversite ve dengi ( )

5-Mesleğiniz?

1-İşçi ( )  
2-Memur ( )  
3-Çiftçi ( )  
4-Serbest ( )  
5-Emekli ( )  
6-Ev hanımı ( )  
7-İşsiz ( )  
8-Diğer(belirtiniz) ( )

6-Ailede toplam kaç kişi var?

Yaşı	Cinsiyeti	Mesleği	Eğitim durumu	Geliri

7-Ortalama aylık geliriniz ne kadardır?

- 1-500 milyon ve daha az ( )  
 2-500 milyon-1 milyar ( )  
 3-1 milyar-2 milyar ( )  
 4-2 milyar ve üstü ( )

8-Oturduğunuz evin mülkiyeti nasıl?

- 1-Kendimizin ( ) 2-Kira ( ) 3-Diğer ( )

9-Kaç yıldır şehirde oturuyorsunuz?

- 1- 0-1 yıl ( ) 2- 1-2 yıl ( ) 3- 2-3 yıl ( ) 4- 3-4 yıl ( ) 5- 4 + yıl ( )

10-Ailenizin yaşam dönemi nasıldır?

- 1-Bekar ( ) 2-Yeni evli ( ) 3-Bir çocuklu ( )  
 4-Birden fazla çocuklu ( ) 5-Çocukları evlenmiş ( ) 6- Diğer ( )

## 2-AİLENİN ET TÜKETİM YAPISI:

1-Ailenin gıda alışverişini genellikle kim yapıyor?

- 1-Anne ( ) 3-Birlikte( anne-baba) ( )  
 2-Baba ( ) 4-Yetişkin çocuklar ( )

2-Hane halkının aylık gıda harcaması .....milyon TL

3-Aylık gelirinizin harcanma biçiminiz nasıldır?

- Barınma.....YTL. Giyim.....YTL Eğitim.....YTL.  
 Sağlık..... YTL Diğer.....YTL

4-Hangi et türünü tüketiyorsunuz? Öncelik sırasına göre belirtiniz.

- 1-Kırmızı et (dana,koyun,keçi) ( )  
 2-Beyaz et (tavuk,hindi) ( )  
 3-Balık eti ( )

5- Tükettiğiniz et türünü tercih nedeniniz?

- 1-Alışkanlık ( )  
 2-Ucuz olması ( )  
 3-Besin değerinin yüksekliği ( )  
 4-Kaliteli ( )  
 5-Kolay ulaşılması ( )  
 6-Sağlık için ( )  
 7-Diğer(belirtiniz) ( )

6-Eti nereden temin ediyorsunuz?

- 1-Kendimiz kesiyoruz ( )  
 2-Kasaptan alıyoruz ( )  
 3-Et-Balık Kurumundan ( )  
 4-Marketten ( )  
 5-Diğer ( )

7-Neden burayı tercih ediyorsunuz?

- 1-Kaliteli ( ) 4-Etine güvendiğim için ( ) 7-Diğer ( )  
 2-Taze ( ) 5-Alışkanlık ( )  
 3-Ucuz ( ) 6-Sağlıklı buluyorum ( )

8-Ayda ortalama tükettiğiniz et miktarı ne kadardır?

	Kırmızı et	Tavuk Eti	Balık Eti
Miktar(kg)			

9-Eti ne kadar zamanda bir alıyorsunuz?

Satın alma periyodu	Kırmızı et (kg)	Tavuk Eti (kg)	Balık Eti (Kg)
Haftada bir			
Haftada 2-3			
15 günde bir			
Ayda bir			
Özel günlerde			

10-Kırmızı eti ne şekilde satın alıyorsunuz?

- 1-Parça ( ) 2- Kıyma ( ) 3-Salam,soşis,sucuk ( ) 4-Sakatat ( )

11-Beyaz eti ne şekilde satın alıyorsunuz?

- 1-Parça ( ) 2-Kıyma ( ) 3-Salam,soşis,sucuk ( ) 4-Sakatat ( ) 5-Bütün ( )

12-Kırmızı eti ne şekilde tüketiyorsunuz?

- 1-Sebzeli yemeklerde ( )  
 2-Sade et yemeği olarak(ızgara dahil) ( )  
 3-Her iki şekilde ( )

13-Beyaz eti ne şekilde tüketiyorsunuz?

- 1-Sebzeli yemeklerde ( )  
 2-Sade et yemeği olarak(Izgara dahil) ( )  
 3-Her iki şekilde ( )

14-Balık etini genellikle yılın hangi dönemlerinde tüketiyorsunuz?

- 1-İlkbahar ( ) 2-Yaz ( ) 3-Sonbahar ( ) 4-Kış ( )

15-Bu dönemde ortalama kaç kilo balık eti tüketiyorsunuz?

16-Balık etini ne şekilde tüketiyorsunuz?

- 1-Taze ( ) 2-Konserve ( )

17-Eğer taze tüketiyorsanız neden?

- 1-Taze ve lezzetli olması ( ) 2-Kolay bulunması ( )  
 3-Ucuz olması ( ) 4-Kaliteye güven ( )  
 5-Alışkanlık ( ) 6-Diğer(belirtiniz) ( )

18-Konserve alırken markaya dikkat eder misiniz?

- 1- Evet ( ) 2-Hayır ( )

19-Eğer cevap evet ise tercih ettiğiniz markalar nelerdir?.....

20-Bu markaları tercih etme nedenleriniz nelerdir? Öncelik sırasına göre belirtiniz.

- 1-Taze ve lezzetli olması ( ) 4-Kolay bulunması ( )  
 2-Ambalajının iyi olması ( ) 5-Kaliteye güven ( )  
 3-Ucuz olması ( ) 6-Alışkanlık ( )  
 7-Diğer(belirtiniz) ( )

21-Dengeli beslenme adına sizce ailede yeterli miktarda et tüketebiliyor musunuz?

- 1-Evet ( ) 2-Hayır ( )

22-Cevap hayır ise nedenleri nelerdir? (Birden çok sık belirtilebilir)

Nedenleri	Kırmızı et	Beyaz et	Balık eti
Sevmiyoruz			
Bazıları sevmiyor			
Gerekli değil			
Sağlık nedeniyle			
Gelirim yetersiz			
Diğer			

### 3-AİLENİN SÜT VE ÜRÜNLERİ TÜKETİM YAPISI:

1-Ne tip süt alıyorsunuz? (Birden çok şık belirtilebilir. Öncelik sırasına göre belirtiniz).

1-Günlük açık süt ( )      2-Günlük pastörize süt ( )      3-Uzun ömürlü süt ( )

2-Günlük açık sütü nerden alıyorsunuz?

1-Açık süt satan sütçülerden ( )      4-Kendi hayvanlarımızdan ( )  
2-Bakkaldan ( )      5-Diğer (belirtiniz) ( )  
3-Köyden ( )

3. Neden Açık süt tercih ediyorsunuz?

3a. Neden Pastörize sütü tercih ediyorsunuz?

3b. Neden uzun ömürlü sütü tercih ediyorsunuz?

3c-Aylık ortalama süt tüketim miktarınız ne kadar?

	Günlük açık süt	Günlük pastörize süt	Uzun ömürlü süt
Miktar (Litre)			

3d-Sütü ne sıklıkta alıyorsunuz?

	Günlük açık süt	Günlük pastörize süt	Uzun ömürlü süt
Hergün			
Haftada 1			
Haftada 2-3			
Diğer(belirtiniz)			

4-Süt alırken nelere dikkat edersiniz? (Birden fazla şık belirtebilirsiniz. Öncelik sırasına göre belirtiniz).

1-Kalitesine ( )      4-Markasına ( )  
2-Tazelğine ( )      5-Ambalajına ( )  
3-Fiyatına ( )      6-Diğer(belirtiniz)( )

5. Hangi süt markasını tercih ediyorsunuz?

5a- Markayı tercih nedeniz.

1-TV reklamları ( )  
2-En çok bu markaları bulabiliyorum ( )  
3-Tadını seviyorum ( )  
4-Güven ( )  
5-Diğerlerine göre daha hesaplı ( )  
6-Diğerlerine göre dayanıklılık süresi uzun ( )  
7-Diğer (belirtiniz) ( )

6-Aldığınız sütü nasıl tüketirsiniz? (Birden fazla şık belirtebilirsiniz).

- 1-İçmek için ( )  
 2-Yoğurt yapımında ( )  
 3-Peynir yapımında ( )  
 4-Yemek, tatlı ve hamur işlerinde ( )  
 5-Diğer (belirtiniz) ( )

7-Yoğurdu nerden alıyorsunuz?

- 1-Kendim yapıyorum ( )  
 2-Marketten ( )  
 3-Komşulardan ( )  
 4-Diğer( belirtiniz) ( )

8-Eğer dışardan alıyorsanız alırken özellikle neye dikkat edersiniz?

- 1-Kalitesine ( ) 4-Markasına ( )  
 2-Tazeliliğine ( ) 5-Ambalajına ( )  
 3-Fiyatına ( ) 6-Diğer(belirtiniz) ( )

9-Aylık ortalama yoğurt tüketim miktarınız ne kadar?.....

10-Genelde ne tür yoğurt tüketirsiniz?

11-Yoğurdu nasıl tüketirsiniz?

- 1- Sade ( ) 2- Yemeklerin yanında veya içinde ( ) 3-Diğer(belirtiniz) ( )

12-Peyniri nerden alıyorsunuz?

- 1-Kendim yapıyorum ( )  
 2-Marketten ( )  
 3-Komşulardan ( )  
 4-Köyden ( )  
 5-Diğer(belirtiniz) ( )

13-Peyniri alırken özellikle neye dikkat edersiniz?

- 1-Kalitesine ( ) 4-Markasına ( )  
 2-Tazeliliğine ( ) 5-Ambalajına ( )  
 3-Fiyatına ( ) 6-Diğer(belirtiniz) ( )

14-Aylık ortalama peynir tüketim miktarınız ne kadar?.....

15-Genelde ne tür peynir tüketirsiniz?

16-Peyniri nasıl tüketirsiniz?

- 1-Kahvaltıda ( )  
 2-Hamur işlerinde ( )  
 3-Diğer ( )

## **ÖZGEÇMİŞ**

1979 yılında Elazığ'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Elazığ'da tamamladı. 1996 yılında girdiği İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümün'den 2000 yılında mezun oldu. 2001 yılında Bilecik Bozüyük Eczacıbaşı Artema yan sanayide çalıştı.