



**T.C.**  
**HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ**  
**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**HATAY İLİ ANTAKYA İLÇESİ KENTSEL ALANDA KIRMIZI ET  
TÜKETİM TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ**

**YASİN TAŞKÖPRÜ**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HATAY**  
**ARALIK - 2022**



T.C.

HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

HATAY İLİ ANTAKYA İLÇESİ KENTSEL ALANDA KIRMIZI ET  
TÜKETİM TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ

Yasin TAŞKÖPRÜ  
ORCID:0000-0001-8857-6175

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman  
Doç. Dr. Oğuz PARLAKAY  
ORCID:0000-0001-6012-0723

HATAY  
ARALIK-2022

02.12.2022

## TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını ve tez üzerinde Yükseköğretim Kurulu tarafından hiçbir değişiklik yapılamayacağı için tezin bilgisayar ekranında görüntülediğinde asıl nüsha ile aynı olması sorumluluğunun tarafıma ait olduğunu beyan ederim.

İmza

**Yasin TAŞKÖPRÜ**

## ÖZET

### HATAY İLİ ANTAKYA İLÇESİ KENTSEL ALANDA KIRMIZI ET TÜKETİM TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ

Bu çalışmada Hatay ili Antakya ilçesinde yaşayan hane halklarının kırmızı et ve et ürünleri satın alınan yer, satın alma şekli, satın alınan yerin özellikleri ve tüketimine etki eden genel faktörler ile gelir düzeyleri, eğitim, yaş ve aile birey sayısına göre kırmızı et tüketimindeki değişimler incelenmiştir. Bu çalışmada kullanılan veriler 2020 yılında 300 tüketici ile yapılan anket ile toplanmıştır. Ankete katılanların 103'ü kadın 197'si ise erkektir. Tüketicilerin aylık 4.39 kg kırmızı et tükettikleri hesaplanmıştır. Tüketicilerin kırmızı et alışverişini haftada bir gün yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Kırmızı et satın alınan yerlerin belirlenmesinde güvenilir olması ve hijyen kriterleri önemli bulunmuştur. Kırmızı eti satın alırken kıyma olarak almayı, evde veya restoranda kırmızı eti ızgarada tüketmeyi tercih etmişlerdir. Hayvan hastalıkları riski tüketimde değişime neden olacak en önemli faktör olarak görülmüştür. Yayın organlarının kırmızı et tüketim alışkanlıklarına önemli bir etkisinin olmadığı gözlenmiştir. Kırmızı ette lezzet kalitesi artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması, hayvan hastalıklarına karşı tedbirlerin artırılması ve fiyatın alım gücü düzeyinde olmasının, kırmızı et tüketimini artırabileceği saptanmıştır.

2022, 42 sayfa

**Anahtar Kelimeler:** Et, tüketim, satın alma, tercih

## ABSTRACT

### RED MEAT CONSUMPTION HABITS in ANTAKYA DISTRICT of HATAY PROVINCE

In this study, the general factors affecting the consumption of red meat and meat products of the households living in the Antakya district of Hatay province, the place of purchase, the type of purchase, the characteristics of the place of purchase, and the changes in red meat consumption according to income levels, education, age and number of family members were examined. The data used in the study were collected through a survey conducted with 300 consumers in 2020. 103 of the respondents were female and 197 were male. It has been calculated that consumers consume 4,39 kg of red meat per month. It has been determined that consumers prefer to shop for red meat once a week. Reliability and hygiene criteria were found to be important in determining the places where red meat is purchased. While purchasing red meat, they preferred to buy it as minced meat and to consume red meat on the grill at home or in the restaurant. The risk of animal diseases has been seen as the most important factor that will cause a change in consumption. It has been observed that media organs do not have a significant effect on red meat consumption habits. It has been determined that conducting studies to increase the flavor quality of red meat, increasing the precautions against animal diseases and keeping the price at the purchasing power level can increase the consumption of red meat.

2022, 42 pages

**Key Words:** Meat, Consumption, Purchase, Preference

## TEŞEKKÜR

Mesleki ve akademik hayatımda önemli kararlar almam gerektiğinde sürekli yanımda olan ve varlığı ile benim için önemli bir rol model oluŐturan gerek tez konumunun belirlenmesinde gerek araŐtırılması ve yazımı sırasında sahip olduğu bilgi birikimi ve tecrübesi ile çalışmalarımı ışık tutan ve yardımını esirgemeyen danışman hocam Doç.Dr. Oğuz PARLAKAY'A sonsuz saygı ve teŐekkürlerimi sunarım.

Tez konusunun belirlenmesi ve çalışmaların takibinde profesyonel yaklaŐımları ve öngöröleri ile yüksek lisans çalışmamı zenginleŐtiren ve yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Nermin BAŐŐI ve Dr.Öđr. Üyesi Nuran TAPKI'ya, tez çalışmalarım sırasında tüm bölüm olanaklarından yararlanmamı sağlayan Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakóltesi Tarım Ekonomisi Bölüm Başkanlığı'na ve Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürlüđu çalışanlarına teŐekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatım boyunca beni manevi olarak destekleyen, güvenen ve daima yanımda olan canım aileme sonsuz minnet ve Őükranlarımı sunarım.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
TEŞEKKÜR.....	III
İÇİNDEKİLER .....	IV
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	V
1. GİRİŞ.....	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	4
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	9
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA .....	12
4.1 Tüketicilerin Demografik Özellikleri .....	12
4.2. Tüketicilerin Aylık Harcama Düzeyleri .....	14
4.3.Tüketicilerin Kırmızı Et ve Beyaz Et Satın Alma Tüketim Tercihleri.....	16
4.3.1.Tüketicilerin Kırmızı ve Beyaz Et Tüketim Miktarları.....	16
4.3.2.Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alma ve Tüketim Sıklığı .....	19
4.4. Ailede Kırmızı Et Alışverişi Yapan Kişi ve Kırmızı Et Alışverişi Yapılan Yer ....	20
4.5. Kırmızı Et Satın Alma ve Tüketim Tercihleri .....	22
4.5.1 Kırmızı Et Satın Alınan Yer Tercihinde Etkili Faktörler .....	23
4.5.2 Tüketicilerin Kırmızı Et Ürünleri Tercihini Etkileyen Faktörler .....	24
4.5.3 Kırmızı Et Tüketiminde Değişime Neden Olabilecek Faktörler.....	25
4.5.4.Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Almasında Medyanın Etkisi .....	28
4.5.5. Önceki Yıllara Göre Kırmızı Et Tüketimi .....	29
4.6. Gelir Düzeylerine Göre Kırmızı Et Tüketim Tercihleri .....	30
4.7. Tüketicilerin Bazı Demografik Özellikleri ile Kırmızı Et Tüketim Miktarı Arasındaki İlişki (Yaş, Eğitim düzeyi, Ailedeki birey sayısı) .....	34
4.8. Tüketicilerin İşlenmiş Kırmızı Et Ürünlerinin Tercihinde Etkili Faktörler.....	35
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	37
KAYNAKLAR .....	39
ÖZGEÇMİŞ .....	42

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 4.1. Tüketicilerin demografik özellikleri .....	13
Çizelge 4.2. Tüketicilerin aylık gıda, kırmızı et, beyaz et ve toplam harcama düzeyleri	15
Çizelge 4.3. Tüketicilerin kırmızı et tüketim miktarı.....	17
Çizelge 4.4. Tüketicilerin beyaz et tüketim miktarı .....	17
Çizelge 4.5. Tüketicilerin kırmızı et satın alma ve tüketim sıklığı .....	19
Çizelge 4.6. Ailede kırmızı et alışverişi yapan kişi ve kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihi.....	21
Çizelge 4.7. Kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihinde etkili faktörler.....	22
Çizelge 4.8. Kırmızı et satın alınan yerin önem dereceleri .....	23
Çizelge 4.9. Tüketicilerin kırmızı et ürünleri tercihini etkileyen faktörler .....	24
Çizelge 4.10. Kırmızı et tüketimine etki eden faktörler .....	25
Çizelge 4.11. Kırmızı et satın alma şekli .....	26
Çizelge 4.12. Pişmiş olarak kırmızı et tüketim şekli.....	27
Çizelge 4.13. Medyanın et tüketimine etkisi.....	28
Çizelge 4.14. Kırmızı et tüketimindeki değişim nedenleri .....	29
Çizelge 4.15. Gelir gruplarına göre ailenin aylık kırmızı et tüketim miktarı.....	31
Çizelge 4.16. Gelir gruplarına göre kırmızı et tüketim sıklığı .....	32
Çizelge 4.17. Tüketicilerin gelir gruplarına göre kırmızı et satın alınan yer tercihi .....	33
Çizelge 4.18. Bazı demografik özelliklere göre kırmızı et tüketim miktarı (kg/ay) .....	34
Çizelge 4.19. Tüketicilerin işlem görmüş kırmızı et ürünlerinin tercihinde belirlenen konuların önem düzeyleri.....	36

## 1. GİRİŞ

Beslenme ihtiyacını yeterli düzeyde sağlayabilmek ülkelerin temel sorunları haline gelmiştir. Dünyada ve Türkiye’de nüfusun giderek artması beslenme sorununu da beraberinde getirmektedir. Beslenme sorunun çözüme ulaşabilmesi için, nüfus artışına paralel olarak gıda üretiminin de ivedi bir şekilde artması gerekmektedir. Ülkeler, vatandaşlarının refahı ve beslenme sıkıntısının büyümeden çözüme ulaştırmanın en hızlı yolunu, üretim ve tüketim verilerini sağlıklı değerlerle analiz ederek ve değerler arasındaki fark büyümeden gerekli plan ve program hazırlığını önceden yaparak önlem almalıdır.

Sağlıklı nesiller yetiştirebilmek için dengeli beslenmenin önemine hassasiyetle özen gösterilmesi gerekmektedir. Sağlıklı ve dengeli beslenme eğitiminin geleceğe aktarılması bu soruna ışık tutacaktır (Karakuş ve ark., 2008).

Et; gıdalar arasında imal etmesi basit olan, vitamin ve mineral bakımından doygun, açlık hissini hızlı gideren, insanın ihtiyacı olan besin elementlerini içerisinde barındıran temel besin kaynaklarından biridir. İçerisinde bolca protein barındırması ve proteinlerin vücudun depolamadığı, dışarıdan vücuda alınan besinlerle eksikliği tamamlanabilen madde olması etin önemini artırmaktadır (Tüzemen, 2012).

Hayvansal gıdaların protein bakımından zengin olması insan sağlığı açısından önemli besin olarak görülmesini sağlamaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine göre sağlıklı bir insanın vücut ağırlığının her kilogramı için günde 1 g protein tüketmesi ve bunun da %42’sinin hayvansal kökenli olması gerekmektedir (Anonim, 2013).

Vücudun sağlıklı bir şekilde gelişmesi için gerekli gıdaların %40’ı veya %50’si hayvansal gıdalardan sağlanmalıdır (Göğüş, 1986). Kırmızı etin Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından önerilen miktarlarda, yani kişi başına haftada 500 gr tüketilmesi, kansızlık oluşumunu ortadan kaldırır (Ostaszewski, 2018).

Kırmızı et tüketimi, fiyatın ve nüfustaki değişimlerin etkisiyle yıllara göre artışlar veya azalışlar göstermektedir. Türkiye’de kişi başına düşen kırmızı et tüketim miktarı 2000 yılında yaklaşık 7.24 kg iken, 2016 yılında 15 kg, 2019 yılında ise 14.5 kg olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2020).

Et tüketimi yıllara göre farklılık göstermekte olup, bu farklılığın sebebini ekonomik nedenler oluşturmaktadır. Et fiyatlarındaki artış ve azalışın sebebi arz ve talep durumuna göre değişmektedir. Dolayısıyla nüfus artışı ete olan talebinde artmasına neden

olmaktadır. Hayvansal ürünlerin tüketim oranı ülkelerin gelişmişlik düzeyini de temsil etmektedir (Kan ve Direk, 2004).

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüketilmesi gereken temel gıdalardan olan kırmızı etin, tüketiminin az olması fiyatlarının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır (Yaylak ve ark., 2010). Kırmızı et tüketimini ekonomik sebeplerden başka yıllık nüfus artışı oranı ve nüfus yapısında meydana gelen değişimler, tüketici tercihleri, ürünlerin kalitesi, dağılımı, tüketicinin eğitimi, etin hijyenik özellikleri, dini inançlar, sağlık sorunları, iklim, gelenekler, gıda ile ilgili reklamlar gibi çok sayıda faktörün etkilediği ifade edilmektedir (Şeker ve ark., 2011).

Kırmızı et tüketimi ile ilgili ülkelerin kırmızı et tüketim verileri araştırıldığında yıllık tüketim miktarlarında farklılık olduğu görülmektedir. Bazı kaynaklardaki farklılığın nedenleri arasında domuz eti tüketiminin dahil edilmemesi de etken olmuştur.

ESK, 2020 yılı verilerine göre yılı verilerine göre bazı ülkelerin kişi başı yıllık kırmızı et tüketim verileri; ABD 27.1 kg, Avusturalya 26.8 kg, Arjantin 40.9 kg, İsrail 21.9 kg, Brezilya 25.1 kg, Rusya 11.7 kg, Japonya 7.6 kg ve dünya geneli ortalaması ise 8.1 kg 'dir (Anonim, 2020a).

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü 2020 yılı verilerine göre Türkiye'de yıllık kişi başı kırmızı et tüketim miktarı 2000 yılında toplam 11.9 kg, 2015 yılında 14.8 ve 2019 yılında 14.5 kg olarak hesaplanmıştır (Anonim, 2020b).

Et ve Süt Kurumu 2020 yılı verilerine göre bazı ülkelerde karkas (sığır ve koyun eti) satış fiyatları çizelge 1.3 ve 1.4'te verilmiştir. 2019 yılı verileri incelendiğinde AB'de sığır karkas fiyatı 3.72 euro, Brezilya'da 2.24 euro, ABD'de 3.66 euro, Avusturalya'da 3.25 euro ve Türkiye'de ise 4.75 euro 'dur. 2019 yılı koyun eti karkas fiyatı ise AB'de 5.07 euro, İrlanda'da 4.73 euro, Yeni Zelanda'da 4.68 euro, Avusturalya'da 4.60 euro, Türkiye'de ise 6.36 euro 'dur (Anonim, 2020a).

Kırmızı ette Türkiye'nin ithalat ve ihracat durumuna da çalışmada yer verilmiştir. TÜİK, 2019 yılı verilerine göre Türkiye 182 ton dana eti ihraç etmiş ve karşılığında 1.689 USD gelir sağlamıştır. İthalat verilerine göre ise 5.037 ton dana eti ithal etmiş ve bunun için 26.555 bin dolar harcama yapmıştır. Koyun ve keçi etinin sadece ihracatı yapılmış olup 2019 yılı verilerine 72 ton ihracat gerçekleşmiş ve bundan 994 bin dolar gelir elde edilmiştir (Anonim, 2020c).

Bazı ülkeler ve Türkiye’de kırmızı et tüketimi ile ilgili OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) 2017 yılı verilerine göre kişi başı yıllık kırmızı et tüketim miktarı Arjantin 51.2 kg, Avustralya 50.5 kg, ABD 45.4 kg, Güney Kore 38 kg, Y. Zelanda 34.3 kg, Rusya 23.4 kg, Japonya 22.1 kg, Türkiye 12.5 kg, Mısır 10.8 kg, S. Arabistan 9.4 kg, Nijerya 3 5 kg, Hindistan 1.2 kg, Dünya geneli ortalaması ise 20.5 kilogramdır. Arjantin, Avustralya, ABD, AB, Kanada ve Yeni Zelanda’da tüketimin dünya ortalaması üzerinde olmasının nedeni bu ülkelerdeki kırmızı et arzının yüksek olmasıdır. Çin, Japonya ve Güney Kore gibi Asya ülkelerinde ise et tüketimi daha çok şehirleşme oranı ve kişisel gelir artışıyla ilişkilidir. Örneğin sığır üretimi yok denecek kadar az olan Hong Kong, tamamen ithalata bağımlı iken tükettiği et miktarı Avusturalya’nın tükettiği kadardır. Bu durum Hong Kong’un, kişi başına düşen milli gelir sıralamasında en yüksek 20 ülke arasında olması ile açıklanabilir. Kırmızı et ihracatında lider olmasına rağmen Hindistan’ın en az kırmızı et tüketen ülkesi olmasında ise kültürel yapısı ve dini inançları etkili olmuştur. Hindistan’ın Mehta, Narrod ve Tiongco eyaletlerinde hane halkının %42’sinin vejetaryen olduğu Hindistan’da et tüketiminin düşük seviyede kalmasını beslenme kültürüyle açıklamaktadır. Nijerya ise kırmızı et endüstrisinin, nüfusa göre daha yavaş büyümesiyle tüketici gelirinin kırmızı ete erişimini desteklememesi nedeniyle et tüketiminde dünya ortalamasının oldukça gerisinde kalmıştır (Aktaş, 2020).

Türkiye’de inanç ve kültürel yapının kırmızı et tüketimine olumlu yönde etkisi olsa da etkisi olsa da tüketicilerin alım gücünün azlığı yeterli düzeyde tüketimin gerçekleşmemesine neden olmaktadır.

Hatay İli Antakya İlçesi kentsel alanda 2019 yılında yapılan bu çalışmada hane başına aylık 5.38 kg, kişi başına yıllık 16.14 kg kırmızı et tüketildiği hesaplanmıştır. OECD 2017 yılı verilerine göre Türkiye’de kişi başı yıllık et tüketiminin 12.5 kg olduğu dikkate alındığında yıllık et tüketimi olan 12.5 kg dikkate alındığında Hatay İli Antakya İlçesi kentsel alandaki kırmızı et tüketiminin 16.14 kg ile ortalamanın üzerinde olduğu hesaplanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, Hatay ili Antakya ilçesi kentsel alanda yaşayan tüketicilerden anket yardımıyla elde edilen verilerden faydalanarak, tüketicilerin kırmızı et tüketim tercihlerinin belirlenmesidir.

## 2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Kırmızı et tüketimi ile ilgili Dünya’da ve Türkiye’de çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Eichholzer ve Bisig (2000) “İsviçre’de (Kırmızı) Et veya Et Ürünlerinin Günlük Tüketimi” başlıklı çalışmalarında; İsviçre’de günlük et ve et ürünü tüketim sıklığını ve kırmızı et tüketim tercihi incelemiştir. İsviçre’de yaşayan tüketicilerin %25’i günlük et tüketirken, tüketicilerin beyaz ete nazaran daha fazla kırmızı et tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca İsviçre nüfusunun belirli alt gruplarında et ve et ürünü tüketiminin hala önerilenden daha fazla olduğu, ancak önceki çalışmalara göre et tüketiminde bir düşüş olduğu belirlenmiştir.

Şeker ve ark (2010) “Elazığ’da Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin Hayvan Refahı Konusundaki Görüşleri” başlıklı çalışmada, Elâzığ ilinde yaşayan tüketicilerin kırmızı et tercihleri ve tüketimleri incelenmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin en fazla sığır eti tükettikleri, hane başına 4 kg’ın altında kırmızı et tüketildiği, alışveriş yapılan yer tercihinde kasapların tercih edildiği ve ızgarada pişirerek tüketmeyi tercih ettikleri sonucuna varılmıştır.

Koç (2010) “Bitlis İli Adilcevaz İlçesinde Kentsel ve Kırsal Alanda Kırmızı Et ve Tavuk Eti Tüketim Yapısı” başlıklı çalışmada, Bitlis ili Adilcevaz ilçesinde yapılan araştırma sonucunda kişi başına düşen yıllık ortalama kırmızı et tüketim miktarı kentsel ve kırsal alandaki hane halkı için sırasıyla 23.03 kg ve 17.01 kg bulunmuştur. Kişi başına düşen yıllık ortalama tavuk eti tüketim miktarı kentsel alandaki hane halkı için 23.42 kg ve kırsal alandaki hane halkı için 20.22 kg olarak hesaplanmıştır.

Yaylak ve ark (2010) “İzmir İli Ödemiş İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmalarında, İzmir ili Ödemiş ilçesinde yaşayanların kırmızı et tüketimlerine etkili faktörleri incelemiştir. Tüketicilerin çoğunluğunun et satın alırken taze olmasına özen gösterdikleri ve hijyen koşullarına büyük önem verdikleri, kıyma halinde satın almayı daha çok tercih ettikleri, kırmızı et tercihlerinde sığır etini daha çok talep ettikleri ve ızgarada pişirerek tüketmeyi tercih ettikleri sonucuna varmışlardır.

Daniel ve ark. (2011) “ABD’de Et Tüketimindeki Eğilimler. Halk Sağlığı Beslenmesi” başlıklı çalışmalarında; ABD’de et tüketicilerinin et tüketim eğilimlerini, dağılımını, potansiyel belirleyicilerini ve halk sağlığına etkilerini incelemiştir. Et

tüketiminin ABD'de ve diğer gelişmiş ülkelerde artmaya devam ettiği saptanmıştır. Her ne kadar kanatlı et tüketimine doğru bir eğilim olsa da, ABD'de yaşayan tüketicilerin %58'inin kırmızı et tükettiği ve tüketilen etin %22'sini işlem görmüş et ve et ürünleri olduğu sonucuna ulaşmışlardır

Ulaş (2011) "Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanatlı Eti Tüketicilerinin Kararları ile Bunları Etkileyen Faktörler" başlıklı çalışmada, Aydın İli kentsel alandaki kırmızı et ve kanatlı eti tüketicilerinin gelir seviyesi, gıda masrafları, kırmızı et ve kanatlı eti tüketim miktarları, karar alma ve satın alma süreçleri ile tüketimi etkileyen faktörleri incelemiştir. Araştırma sonucunda; ekonomik nedenlerle tüketicilerin sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kırmızı et tüketemediği belirlenmiştir.

Lorcu ve Bolat (2012) "Edirne İlinde Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin İncelenmesi" başlıklı çalışmalarında, tüketicilerin gelir düzeylerine göre et tüketim miktarının değiştiği, kırmızı et çeşitleri arasında daha çok dana etinin tercih edildiği, tüketicilerin lezzete çok önem verdikleri, dini usullere uygun kesimi, taze olarak almayı ve kırmızı et satın alırken daha çok kasapları tercih ettiklerini belirlemişlerdir.

Tüzemen (2012) "Konya İli Selçuklu İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı ve Buna Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi" başlıklı çalışmada, Konya ili Selçuklu ilçesinde yaşayan tüketicilerin sığır, koyun ve keçi eti tüketimlerinde etki eden faktörler ile gelir düzeylerine göre kırmızı et tüketim davranışlarını incelemiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin en fazla koyun eti tükettiği, kırmızı et alışveriş yapılan yer tercihinde büyük oranda süpermarketleri tercih ettikleri, kırmızı et satın alınan yerde en çok güvenilirlik kriterine dikkat ettikleri ve reklamların tüketimi arttırdığı sonucuna varmıştır.

Kızıloğlu ve Kızıloğlu (2013) "Erzurum Merkez İlçede Et ve İthal Et Tüketme Durumunu İnceleyen Bir Araştırma" başlıklı çalışmada, Erzurum ili kent merkezindeki tüketicilerin et tüketiminin ve ithal ete bakış açılarının belirlenmesini amaçlamışlardır. Sonuç olarak İlin kent merkezinde yaşayan tüketicilerin gelirlerinin %11.28'ini ete harcadıkları belirlenmiştir. Yerli etin fiyat artışı nedeniyle ithal etin tercih edilmesinin et tüketiminde güven odaklı düşüşe neden olduğu, çözümün et ithal etmek yerine tüketimin azaltılmasıyla da sağlanabileceği neticesine varmışlardır.

Kızılaslan ve Nalinci (2013) "Amasya İli Merkez İlçedeki Hane Halkının Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Kırmızı Et Tüketimini Etkileyen Faktörler" başlıklı

çalışmalarında, Amasya ili merkez ilçede yaşayan katılımcıların kırmızı et tüketim davranışları incelenmiştir. Araştırmaya katılan tüketicilerin ortalama yaşı 40.03 yıl, ortalama aylık gelirleri 2026 TL olarak belirlenmiştir. Bu gelirin yaklaşık %21.07'sini gıda için harcadıkları belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada kişi başına kırmızı et tüketimi 4.09 kg olarak hesaplanmıştır. Araştırmaya göre tüketicilerin ekonomik koşullardan dolayı yeteri kadar kırmızı et tüketemedikleri ve kırmızı ete alternatif olarak beyaz et tercihinde buldukları gözlenmiştir.

Karakaya ve Kızıloğlu (2017) ‘‘ Bingöl İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Kırmızı Et Talebini Etkileyen Faktörlerin Analizi’’ başlıklı çalışmalarında, Bingöl İli Merkez İlçedeki hane halklarının kırmızı et tüketim alışkanlıklarını etkileyen faktörleri incelemiştir. Yapılan çalışmaya göre tüketicilerin kırmızı et alışverişini aile bireylerinin birlikte yaptıkları, ailede en fazla tüketenin baba olduğu, tüketimi etkileyen en önemli faktörün mevsim olduğu, kırmızı eti aylık olarak satın aldıkları ve küçükbaş et tüketiminin fazla olduğu sonucuna varmışlardır.

Küçük (2016) ‘‘Van’da Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı ve Tüketicilerin Hayvan Refahı Konusundaki Görüşleri’’ başlıklı çalışmada, tüketicilerin kırmızı eti diğer etlere oranla daha fazla tercih ettikleri, kırmızı et alışverişini çoğunlukla marketlerden yaptıkları, kırmızı et olarak en fazla koyun eti tükettikleri sonucuna varmıştır.

Ostaszewski (2018) ‘‘2015 -2025 yıllarında dünyada ve Polonya’da kırmızı et tüketimine ilişkin eğilimler ve tahminler’’ başlıklı çalışmada, 2015 yılında kırmızı et, sığır eti, domuz eti, koyun eti tüketim miktarını ve 2025 yılındaki kırmızı et tüketim eğilimlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Dünyadaki mevcut durum ve tahmini tüketimi belirlemek için Merkez İstatistik Ofisi, Eurostat, OECD ve FAO verilerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucuna göre, 2016 yılında kişi başına et tüketimi Avrupa Birliği’nde 65.7 kg olarak gerçekleştirmiştir. OECD tahminlerine göre 2025 yılında dünyadaki et tüketimi kişi başı 30.4 kg kanatlı eti, 23.1 kg domuz eti, 14.3 kg dana eti, 1.3 kg ise koyun eti olacağı tahmin edilmektedir.

Özyürek ve ark (2019) ‘‘Erzincan İlinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin İthal Kırmızı Ete Bakış Açılarının Değerlendirilmesi’’ başlıklı çalışmada Erzincan ilinde yaşayan tüketicilerin kırmızı et tüketim davranışlarını incelemiştir. Katılımcıların kırmızı et alırken tazeliğe önem verdiği, kırmızı et alışverişini haftada bir

defa yaptığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca ithal etin güven sorunundan dolayı tercih edilmediği ve yerli ette de denetimlerin yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır.

Salman (2019) “Ambalajlı İthal Kırmızı Et Tüketiminde Tüketici Tercihleri, Tutum ve Davranışların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Kahramanmaraş İli Örneği” başlıklı çalışmada, tüketicilerin %34.4'ünün ambalajlı ithal kırmızı et tükettiği belirlenmiştir. Yapılan analize göre tüketicilerin ambalajlı ithal kırmızı et tüketme durumu üzerinde gelir ve eğitimin etkili faktörler olduğunu görmüştür. Ambalajlı ithal gıda ürünlerinde ve özellikle ambalajlı ithal kırmızı et ürünlerinin üzerinde menşei/üretim yeri, üretim koşulları bilgisinin bulunması gerektiğini, bununla birlikte tüketicilerde farkındalık oluşturabilecek logolar ya da renkli etiketlerin kullanılması gerektiğini ortaya koymuştur.

Boz (2019) “Tüketicilerin Gelir Grupları İtibariyle Kırmızı Et ve Tavuk Eti Satın Alma Eğilimlerinin Karşılaştırmalı Analizi” başlıklı çalışmada, Tekirdağ ili Süleymanpaşa ilçesi kent merkezinde yaşayan tüketicilerin kırmızı et ve tavuk eti satın alma davranışlarını incelemiştir. Araştırma neticesinde tüketicilerin %96.4'ünün kırmızı et, %94.6'sının kanatlı et tükettiğini, kırmızı et tüketimini ortalama 10.8 kg/yıl, kanatlı et tüketimi ise 14.4 kg/yıl olarak hesaplamıştır.

Palabıçak (2019) “Türkiye’de Kırmızı Et Sektörü ve Geleceğe Yönelik Üretim ve Tüketim Dengesinin Analizi” başlıklı çalışmada, Türkiye’de mevcut kırmızı et sektörü dikkate alınarak yeterli ve dengeli beslenme kurallarına uygun bir tüketimin sağlanabilmesi için gereken talep miktarını karşılayacak üretim arzının ne olması gerektiği amaçlamıştır. Sonuç olarak Türkiye’de mevcut kırmızı et üretiminin büyük bir bölümünü sığır etinin oluşturduğu ve her geçen yıl artan besilik sığır ve kırmızı et ithalatı ile mevcut üretimin desteklenmeye çalışıldığı, kısa vadeli bir çözüm olan ithalatın ülke hayvancılığını daha da dışa bağımlı hale getirdiği sonucuna varmıştır.

Tapkı ve Demetgül (2021) “Hatay İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Satın Alma Tercihleri” başlıklı çalışmada, Hatay ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerin et ve et ürünleri satın alma davranışlarını belirlemek, ürünlerini satın aldıkları yerleri ortaya koymak, tüketim tercihlerini etkileyen faktörler ile ürün satın alırken dikkate alınan kriterini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda tüketicilerin aylık et ve et ürünleri tüketimi ortalama 7.6 kg olarak belirlenmiştir. Gelir düzeyi artışının market ve süpermarketten alışverişi arttırdığı

gözlemlenmiştir. Tüketiciler et ve et ürünleri satın alma sıklığı 15 günde bir iken, kırmızı et satın alırken taze olmasına dikkat etmişlerdir.



### 3. MATERYAL ve YÖNTEM

Bu çalışmanın ana materyalini Hatay ili Antakya içesi kentsel alanda yaşayan 300 tüketiciden anket yöntemiyle elde edilen veriler oluşturmaktadır. Konuyla ilgili hazırlanmış tezler, makaleler, raporlar ve istatistiklerden yardımcı materyal olarak faydalanılmıştır. Araştırmada frekans tablolarından, yüzde hesaplamalardan yararlanılmış ve ki-kare istatistik analizi yapılmıştır. Bazı sorular Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Anket sayısı belirlenirken aşağıdaki formül kullanılmıştır (Çiçek ve Erkan, 1996).

$$n = \frac{N(pq)}{(N-1)*D^2+(pq)} \quad (3.1)$$

Eşitlikte; n = örnek büyüklüğü, N = popülasyon büyüklüğü, p = tahmin oranı, q=1-p, D= d/t (maksimum örnek hacmine ulaşmak için %90 güven aralığında tablo değeri 1.65 ve %5 hata payı ile) olarak ifade edilmektedir. Örnek hacmi 272 hane olarak hesaplanmış ve örneğe alınan tüketiciler tesadüfi olarak belirlenmiştir. Anket sayısı 300'e çıkarılmıştır.

Verilerin analizi aşamasında değişkenler arasındaki ilişkiler frekans tabloları ile özetlenmiştir. Tüketicilerin gelir düzeyleri ile bazı değişkenler arasındaki anlamlılık düzeyleri araştırılmıştır. Bu değişkenler arasındaki anlamlılık düzeyleri incelenirken Ki-kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Çalışmada veriler analiz edilirken ve tüketicilerin bazı tercihleri incelenirken Likert ölçeği kullanılmıştır

Çalışmada kullanılan Ki-kare testi iki ya da daha çok grup arasında incelenen niteliksel özellik yönünden fark olup olmadığının araştırılmasında kullanılmaktadır. Gözlenen frekans değerleri ile beklenen frekans değerlerinin karşılaştırılması yapılmaktadır. Örnekleme yoluyla elde edilen rakamların, popülasyon rakamlarına uygun olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır.

Ki-kare testi çeşitli konularda uygulanan bir analizdir. Örneğin kırdan kente göçün nedenleri ile cinsiyetin bağımlı olup olmadığı, çevreye duyarlılıkta yaş, eğitim, gelir gibi faktörlerin etkili olup olmadığı, sertifikalı tohum kullanım eğitim ve yaş arasında ilişki olup olmadığı konuları için analizlerde Ki-kare testi uygulanmaktadır (Oğuz ve

Karakayacı, 2017). Bu çalışmada da kırmızı et tüketimi ile bazı sosyo-demoğrafik özellikler arasında ilişki olup Ki-kare testi ile analiz edilmiştir

Likert ölçekleri, kişinin belli bir tutum nesnesine ilişkin duygu, düşünce ve davranışlarını belirten ifadelerden oluşur. Likert ölçeklerinde yer alan ifadeler olumlu ve olumsuz olmak üzere iki şekilde kurulur. Olumlu ifade istenen bir durumu belirtir, yani tutum nesnesine ilişkin olumlu bir tutumun var olması durumudur. Olumsuz ifade ise istenmeyen durumdur, bu da tutum nesnesine ilişkin olumsuz durumu yansıtır. Likert ölçeklerinde bu olumlu ve olumsuz durumlar, eşit sayıda madde ile ifade edilirler (Anderson, 1988).

Likert tipi ya da “dereceleme toplamları” tekniğine uygun bir ölçekten alınan puan, genel olarak, ölçekteki maddelere gösterilen tepkilere verilen puanların toplamından oluşur (Tezbaşaran, 1997). Katılımcı ölçekte bulunan her bir maddeye tepkide bulunurken, söz konusu maddeyle ilgili tutumunun derecesini belirtir. Bu dereceye karşılık gelen puan, katılımcının o maddeye ait puanıdır. Test puanı ise her bir madde puanının toplanmasıyla elde edilir.

Beşli derecelemeden oluşan tepki setini kullanan Likert, bireylerin ölçülen tutum nesnesi ile ilgili görüşlerini 1'den 5'e kadar artan şekilde ifade etmelerini temel alarak, bireylerin kendi ifadelerine göre tutumlarının belirlenmesini amaçlamıştır (Oppenheim, 2000). Bu çalışmada tüketicilerin bazı faktörlere verdikleri cevaplar 5'li Likert ölçeğine göre önem dereceleri puanlandırılarak hesaplanmalar yapılmıştır.

Bu çalışmanın ana materyalini, Hatay ili Antakya ilçesinde yaşayan gönüllülük esasına uygun olarak rastgele seçilen ve yukarıda belirtilen hesaplama yöntemi kullanılarak hesaplanan 300 kişi ile yapılan anket verileri oluşturmaktadır. Anket çalışması 2019 yılında gerçekleştirilmiştir. Kullanılan anket formu, birçok tez ve makale incelenerek Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi bölümünde hazırlanmıştır. Anket formu 34 sorudan oluşmaktadır. Ankete katılan tüketicilerin cevap vermediği sorular analize dâhil edilmemiştir.

Ankete katılan tüketiciler gelir gruplarına göre Çizelge 3.1'de gösterilmiştir. Verilerin analizi aşamasında değişkenler arasındaki ilişkiler frekans tabloları ile özetlenmiştir. Tüketicilerin gelir düzeyleri ile bazı değişkenler arasındaki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlılık düzeyleri araştırılmıştır. Tüketicilerin gelir durumunun

kırmızı et tüketiminde artışa veya azalmaya neden olup olmadığı sonucu Ki-Kare analizi kullanılarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3.1. Gelir düzeylerime göre tüketici grupları

<b>Gelir Aralığı (TL)</b>	<b>Gelir düzeyi</b>	<b>Adet(Kişi)</b>	<b>Oran %</b>
0-2500	I.Gelir grubu	57	19.0
2501-5000	II.Gelir grubu	114	38.0
5001-7500	III.Gelir grubu	79	26.3
7500+	IV.Gelir grubu	50	16.7
<b>Toplam</b>		<b>300</b>	<b>100.0</b>

Asgari gelir grupları dönemin asgari ücret tutarı dikkate alınarak 4 grupta incelenmiştir. I. gelir grubu 0-2500TL arası, II. gelir grubu 2501-5000TL arası, III. gelir grubu 5001-7500TL arası, IV. gelir grubu ise 7501TL ve üstü geliri olan tüketicilerden oluşmaktadır.

## **4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA**

### **4.1 Tüketicilerin Demografik Özellikleri**

Hatay ili Antakya merkez ilçesindeki tüketicilerin kırmızı et tüketim tercihlerinin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmada tüketicilerin demografik yapılarına ilişkin bulgular Çizelge 4.1’de özetlenmiştir.



Çizelge 4.1. Tüketicilerin demografik özellikleri

Demografik özellikler	Gruplar	Frekans (Kişi)	%
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	197	65.7
	Kadın	103	34.3
<b>Yaş</b>	36-45	104	34.7
	26-35	103	34.3
	18-25	40	13.3
	45+	53	17.7
	<b>Ortalama (yıl)</b>		<b>37</b>
	<b>Ortanca değer (yıl)</b>		<b>36</b>
<b>Eğitim</b>	Üniversite	157	52.3
	Ortaokul	30	10.0
	İlkokul	39	13.0
	Lise	72	24.0
	Okur Yazar Değil	2	0.7
	<b>Ailedeki Birey Sayısı</b>		
	4-5	166	55.3
	1-3	88	29.3
	5+	46	15.3
	<b>Ortalama (kişi)</b>		
<b>Ailedeki çocuk sayısı</b>	1-3	209	69.7
	Hiç çocuğu olmayan	52	17.3
	4-5	34	11.3
	5+	5	1.7
	<b>Ortalama(çocuk sayısı)</b>		<b>2</b>
<b>Meslek</b>	Memur	118	39.3
	Ev Hanımı	20	6.7
	Serbest M	19	6.3
	Esnaf	15	5.0
	Çiftçi	12	4.0
	Emekli	5	1.7
	İşçi	71	23.7
	Diğer	40	13.3
<b>Medeni durum</b>	Evli	225	75.0
	Bekar	75	25.0
<b>Eşin çalışma durumu</b>	Çalışıyor	115	51.1
	Çalışmıyor	110	48.9

Tüketicilerin demografik yapısı incelendiğinde; %34.3'ünün kadın, %65.7'sinin ise erkek olduğu görülmektedir. 2019 yılı nüfus verilerine göre Hatay ili nüfusunun %49.8'si kadın, %50.2'ü ise erkeklerden oluşmaktadır (Anonim, 2019). Ankete katılan tüketicilerin %34.3'ü 26-35 yaş, %34.7'si 36-45 yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin yarısından fazlasının genç yaş grubunda olduğu anlaşılmaktadır. Tüketicilerin ortalama yaşı 37 yıl, ortanca yaşı ise 36 yıl olarak hesaplanmıştır, TÜİK

2021 yılı nüfus verilerine göre Hatay ilinde yaşayan bireylerin ortanca yaşı 30.4'tür (Anonim, 2021). Tüketicilerin eğitim düzeyleri incelendiğinde %52.3'ünün üniversite mezunu, %24'ünün lise mezunu, %13'ünün ilk okul mezunu, %10'unun ortaokul mezunu ve %0.7'sinin okur yazar olmadığı belirlenmiştir. Ailede yer alan birey sayısı 4-5 kişi aralığında yoğunlaşırken (%55.3), ortalama birey sayısı 4 olarak kişi olarak hesaplanmıştır (Çizelge 4.1). Aile gelirine önemli etkisi olan eşlerin çalışma durumları dikkate alındığında ise tüketicilerin %51.1'inin eşinin çalıştığı %48.9'unun eşinin çalışmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde; çok farklı meslek gruplarından tüketicinin ankete katıldığı göze çarpmaktadır. Tüketicilerin %39.3'ü memur, %23.7'si işçi, %6.7'si ev hanımı, %6.3'ü serbest meslek sahibi, %5'i esnaf %4'ü çiftçi, %13.3'ü ise diğer meslek gruplarından oluşmaktadır (Çizelge 4.1). Ankete katılan tüketicilerin genç, eğitilmiş, çekirdek aile sayılabilecek kadar birey sayısına sahip tüketicilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Çıkan sonuçtan bilinçli bir tüketici profilinin olduğu yorumu yapılabilir.

Hatay ili kentsel alanda yapılan benzer bir çalışmada tüketicilerin %47.1'inin erkeklerden, %52.9'unun ise kadınlardan oluştuğu, yaş grupları dağılımında, 26-35 yaş arasında olanların oranı %30.9, 36-45 yaş arasında olanların oranı %30,6 olarak belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin %61.2'sinin ailelerinin 4-6 kişiden oluştuğu, eğitim düzeyleri bakımından ise %38.5'inin üniversite, %25.5'inin ilköğretim mezunu olduğu, meslek grubu dağılımı açısından %33.8'inin memur, %24.8'inin ev hanımı , %20.5'inin işçi olduğu belirlenmiştir (Tapkı ve Demetgül, 2021).

Aydın İlinde yapılan benzer bir çalışmada tüketicilerin %51.40'mının kadın ve %48.60'mının erkek olduğu, %75'inin evli ve %25'inin bekâr olduğu belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin ortalama yaşının 36.9 olduğu belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

#### **4.2. Tüketicilerin Aylık Harcama Düzeyleri**

Tüketicilerin aylık ortalama harcama düzeyleri ve bu harcama içerisinde gıda, kırmızı et ve beyaz et harcama oranları araştırılarak Çizelge 4.2'de verilmiştir.

Çizelge 4.2. Tüketicilerin aylık gıda, kırmızı et, beyaz et ve toplam harcama düzeyleri

	<b>TL</b>	<b>Adet (Kişi)</b>	<b>Oran (%)</b>
	0-2000	91	30.3
Ailenin toplam	2001-4000	120	40.0
harcaması	4001-6000	56	18.7
	6001+	33	11.0
		<b>Ortalama</b>	<b>3676 TL</b>
	0-750	64	21.3
Ailenin	751-1500	116	38.7
gıda harcaması	1501-2250	52	17.3
	2251+	68	22.7
		<b>Ortalama</b>	<b>1626 TL</b>
	0-100	86	28.7
Ailenin	101-200	86	28.7
kırmızı et harcaması	201-300	63	21.0
	301+	65	21.7
		<b>Ortalama</b>	<b>255.8 TL</b>
	0-100	145	48.3
Ailenin	101-200	92	30.7
beyaz et harcaması	201-300	41	13.7
	301+	22	7.3
		<b>Ortalama</b>	<b>164.2 TL</b>

Tüketiciler tüm ihtiyaçları için aylık ortalama 3676 TL harcama yapmaktadır. Yapılan harcamanın ortalama 1626 TL'sinin gıda harcaması olduğu belirlenmiştir. Gıda harcamasının ise ortalama 256 TL'si kırmızı et için 164 TL'si ise beyaz et için yapılmıştır. Aylık yapılan harcamanın yaklaşık (%44.2) yarısının gıda harcaması olduğu, %7'sinin kırmızı ete, %4.5'inin ise beyaz ete yapıldığı anlaşılmaktadır.

Hatay ili kentsel alanda yapılan benzer bir çalışmada, tüketicilerin ortalama gıda harcamaları 1.387 TL'dir (Tapkı ve Demetgül ,2021). Çalışmamızdan elde edilen aylık gıda harcaması tutarı ile Tapkı ve Demetgül (2021) tarafından yapılan çalışmadan elde edilen tutar benzer bulunmuştur.

Bingöl İli merkez ilçedeki tüketicilerin ortalama aylık harcamalarının 2106.1 TL, ortalama gıda harcamalarının 876.8 TL saptandığı, aylık harcama içerisinde gıda harcamasının oranının ise %41.6 olduğu belirlenmiştir (Karakaya ve Kızıloğlu 2017).

### **4.3.Tüketicilerin Kırmızı Et ve Beyaz Et Satın Alma Tüketim Tercihleri**

#### **4.3.1.Tüketicilerin Kırmızı ve Beyaz Et Tüketim Miktarları**

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı ve beyaz et tüketim miktarları Çizelge 4.3 ve Çizelge 4.4’de verilmiştir.



Çizelge 4.3. Tüketicilerin kırmızı et tüketim miktarı

	Tüketim (Kg/Ay)	Adet (Kişi)	Oran (%)
Ailenin dana eti tüketim miktarı	0-1	94	31.4
	1-2	49	16.3
	2-3	46	15.3
	3+	111	37.0
	<b>Ortalama</b>		<b>3 kg</b>
Ailenin koyun eti tüketim miktarı	0-1	211	70.3
	1-2	35	11.7
	2-3	13	4.3
	3+	41	13.7
	<b>Ortalama</b>		<b>1.11 kg</b>
Ailenin keçi eti tüketim miktarı	0-1	279	93.0
	1-2	9	3.0
	2-3	2	0.7
	3+	10	3.3
	<b>Ortalama</b>		<b>0,28 kg</b>
<b>Toplam kırmızı et tüketim miktarı</b>			<b>4.39 kg/ay</b>

Çizelge 4.4. Tüketicilerin beyaz et tüketim miktarı

	Tüketim (Kg/Ay)	Adet (Kişi)	Oran (%)
Ailenin tavuk eti tüketim miktarı	0-1	49	16.3
	1-2	34	11.3
	2-3	39	13.0
	3+	178	59.3
	<b>Ortalama</b>		<b>4,68 kg</b>
Ailenin balık eti tüketim miktarı	0-1	167	55.7
	1-2	58	19.3
	2-3	23	7.7
	3+	52	17.3
	<b>Ortalama</b>		<b>1.58 kg</b>
Ailenin hindi eti tüketim miktarı	0-1	275	91.7
	1-2	15	5.0
	2-3	2	0.7
	3+	8	2.7
	<b>Ortalama</b>		<b>0.25 kg</b>
<b>Toplam beyaz et tüketim miktarı</b>			<b>6.51 kg/ay</b>

Ankete katılan tüketicilerin aylık kırmızı (dana, keçi, koyun) ve beyaz (tavuk, balık hindi) et tüketim miktarları incelendiğinde tüketicilerin ortalama 4.39 kg kırmızı et, 6.51 kg beyaz et tükettiği belirlenmiştir. Dana eti tüketenlerin %37'si 3 kg ve üzeri, %31.4'ü 0-1 kg arası, koyun eti tüketenlerin %70.3'ü 0-1 kilogram arası, keçi eti tüketenlerin ise %93'ü 0-1 kg aralığında et tükettiği belirlenmiştir. Beyaz et tüketenlerin %59.3'ü 3 kilogramdan fazla tavuk eti tüketirken, %55.7'si 0-1 kg arası balık eti, %91.7'si 0-1 kg arası hindi eti tüketmektedir (Çizelge 4.4).

Ankete katılan tüketicilerin hane başına aylık kaç kilogram et tükettikleri Çizelge 4.3 ve 4.4'te verilmiştir. Kişi başına yıllık et tüketim miktarı hesaplama formülü hesaplama yöntemi aşağıda verilmiştir.

**Yıllık kırmızı/beyaz et tüketimi** = Toplam aylık tüketim \* 12 (ay) / Ortalama hanede yaşayan kişi sayısı

**Yıllık kırmızı et tüketimi** = 4.39(kg)\*12(ay)/4.1(ortalama hanedeki kişi sayısı) = 12.85 kg

**Yıllık beyaz et tüketimi** = 6.51(kg)\*12(ay)/4.1(ortalama hanedeki kişi sayısı) = 19.05 kg

Yapılan hesaplama göre Hatay İli Antakya İlçesi kent merkezinde yaşayanların kişi başı yıllık 12.85 kg kırmızı et tükettiği ve yıllık 19.05 kg beyaz et tükettikleri bulunmuştur.

Tokat ilinde yapılan benzer bir çalışmada kişi başına kırmızı et tüketimi miktarı Tokat İlinde 6.83 kg, kanatlı eti tüketimi 8.15 kg ve balık eti tüketimi miktarı 13.41 kg'dır (Karakaş 2010). Kırmızı et tüketim miktarı Hatay İli Antakya İlçesi kent merkezinde yaşayanların tükettiği kırmızı et miktarının neredeyse yarısı kadardır. Yıllık beyaz et tüketiminde ise Tokat İlinde yaşayanların tüketim miktarı toplamı 21.6 kg olup Hatay İli Antakya kent merkezinde yaşayanlara göre yüksek çıkmıştır.

Aydın İli kentsel alanda yapılan çalışmada kişi başına kırmızı et tüketim miktarı 5.87 kg/yıl olarak hesaplanmıştır (Ulaş, 2011 Bu miktar Antakya ilçesi ile kıyaslandığında (12.85 kg/yıl) oldukça düşük kalmaktadır.

Kahramanmaraş ilinde yaşayan hane halkı aylık olarak, 1.78 kg dana eti, 920 g kuzu eti, 2.76 kg tavuk eti ve 1.04 kg balık eti tükettiği hesaplanmıştır. Hane halkının toplam aylık ortalama et tüketim miktarının 6.5 kg olduğu tespit edilmiştir (Salman, 2019). Elde edilen verilere göre Kahramanmaraş ilinde yaşayan hane halkının toplam et tüketiminin (6.5 kg/ay), Hatay ili Antakya ilçesi kent merkezinde yaşayan hane halkına oranla (10.9 kg/ay) daha az et tükettikleri belirlenmiştir.

#### 4.3.2. Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alma ve Tüketim Sıklığı

Kırmızı et gerekli koşullar sağlanmadığında çabuk bozulabilen gıdalar arasındadır. Belirli ısı derecesi altında muhafaza edilmemesi, ette bozulmalara neden olabilir. Bu nedenle evinde yeterli saklama alanı bulunmayan tüketiciler belirli sıklıkta et satın almaktadırlar. Bunun yanında satın alma gücü ve taze et tüketme istekleri de eti satın alma sıklığında etken olmaktadır. Anketimize katılan tüketicilerin kırmızı et satın alma ve tüketim sıklığı incelenerek Çizelge 4.5’de özetlenmiştir.

Çizelge 4.5. Tüketicilerin kırmızı et satın alma ve tüketim sıklığı

	Sıklık (Ay)	Adet (kişi)	Oran (%)
<b>Kırmızı et satın alma sıklığı</b>	İhtiyaca göre	135	45.0
	Aylık	40	13.3
	15 günde bir	46	15.3
	Haftalık	63	21.1
	Özel Günlerde	12	4.0
	Diğer	4	1.3
<b>Kırmızı et tüketim sıklığı</b>	Ayda bir	62	20.6
	15 günde bir	68	22.7
	Haftada bir	102	34.1
	Haftada 2-3 kez	61	20.3
	Her gün	7	2.3
<b>Ailede eti en fazla tüketen kişi</b>	Anne	14	4.7
	Baba	54	18.0
	Çocuklar	32	10.7
	Tüm Aile	190	63.3
	Diğer	10	3.3

Tüketicilerin kırmızı et satın alma sıklığı incelendiğinde yaklaşık yarısına yakınının (%45) ihtiyaca göre satın aldıkları %21.1'inin haftalık %15.3'ünün ise 15 günde bir kırmızı et satın aldıkları görülmektedir (Çizelge 4.5). Tüketicilerin tüketim sıklığı incelendiğinde ise %34.1'inin haftada bir, %22.7'sinin 15 günde bir, %20.6'sının ise ayda bir kırmızı et tükettikleri belirlenmiştir (Çizelge 4.5). Ailede en fazla kırmızı et tüketim payı %63.3 ile tüm aile bireylerine ait iken onu, %18 ile babanın tüketimi takip etmektedir.

Tekirdağ İli Süleymanpaşa İlçesi'nde yapılan benzer çalışmada kırmızı eti, haftada bir alanları oranı %49.7, 15 günde bir alanların oranı %29.8, ayda bir alanların oranı %12.4 , özel günlerde alanların oranı %5.6, her gün satın alanların oranı ise %2.5 olarak belirlenmiştir (Boz, 2019). Tekirdağ İli Süleymanpaşa İlçesindeki tüketicilerin çoğunluğu (%49.7) haftada bir kırmızı et satın alırken, bu çalışmada haftada bir kırmızı et alışverişi yapanların oranı %21.1 iken, çoğunluğu (%45) ihtiyaca göre kırmızı et alışverişi yapmayı tercih etmişlerdir.

#### **4.4. Ailede Kırmızı Et Alışverişi Yapan Kişi ve Kırmızı Et Alışverişi Yapılan Yer**

Hatay İlinde kasap fırın kültürü yaygındır. Yemek Kültüründe kırmızı etle fırında yapılan yemek çeşidi fazladır. Bu nedenle güvenilen bir kasaptan alışveriş yapan tüketicilerin sayısının fazla olması beklenir. Ailede kırmızı et alışverişi yapan kişi ve kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihi Çizelge 4.6 da verilmiştir.

Çizelge 4.6. Ailede kırmızı et alışverişi yapan kişi ve kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihi

		Adet(Kişi)	Oran (%)
Ailede alışverişi yapan kişi	Anne	35	11.7
	Baba	109	36.3
	Anne – baba birlikte	120	40.0
	Yetişkin Çocuklar	17	5.7
	Diğer	19	6.3
Kırmızı et alışverişi yapılan yer	Kendimiz kesiyoruz	29	9.6
	Belirli bir kasaptan	229	76.3
	Herhangi bir kasaptan	18	6.0
	Marketten	19	6.3
	Diğer	5	1.7

Ankete katılan tüketicilerin %40'ı ailede alışverişi anne-babanın birlikte yaptığını, %36.3'ü ise alışverişi babanın yaptığını ifade etmiştir. Yapılan benzer çalışmalarda ise; Erzurum ilindeki tüketicilerin %51.4'ü anne ile babanın birlikte gıda alışverişi yaptığını ifade etmiştir (Ağcakale, 2018). Aydın İli kentsel alada yaşayan tüketicilerin ailelerinde çoğunlukla anne baba beraber (%45.70) alışveriş yapmaktadırlar (Ulaş, 2011). Çalışmadan elde edilen oransal değer diğer çalışmalardan daha düşüktür..

Kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihinde tüketiciler belirli bir kasaptan satın almayı %76.3, herhangi bir kasaptan almayı %6, marketten almayı ise %6.3 oranında tercih etmişlerdir. Yapılan benzer bir çalışmada tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldığı yerlere göre dağılımları incelendiğinde, ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%49.1) ve kasaptan (%46.7) aldığı, en az ise (%0.1) seyyar satıcıdan aldığı belirlenmiştir (Sevimli ve Gülçubuk, 2018). Yine yapılan benzer bir çalışmada Gaziantep'te kırmızı etin satın alınan yer olarak en fazla (%42.2) belirli bir kasabın tercih edildiği belirlenmiştir. Elde edilen bulgular bu çalışma ile benzerlik göstermektedir (Karakuş ve ark, 2008).

Kırmızı et ve ürünlerinde tüketicilerin satın alma tercihlerinde etkili olan faktörler üzerine yapılan bu çalışmada süpermarketlerden yapılan alışveriş oranının kasaplardan yapılan alışveriş oranına göre yüksek çıktığı görülmektedir. Hatay İli Antakya İlçesi kent merkezinde yapılan çalışmada tüketicilerin büyük bir kısmının (%76.3) kırmızı eti belirli bir kasaptan aldığı belirlenmiş olup, bu tercihin yemek kültüründen kaynaklandığı söylenebilir.

Tüketicilerin alışveriş zamanlarının kısıtlılığı, her türlü ürünü bir arada bulabilme avantajları perakendeci işletmelerin özellikle süpermarketlerin ve hipermarketlerin tercih edilebilirliğini artıran unsurlardır (Okumuş ve Bulduk, 2003). Bu düşüncenin aksine araştırmaya katılan tüketiciler güvendikleri belirli bir kasaptan almayı tercih etmişlerdir. Bu tercihlerinde yemek kültürünün baskın olduğu ifade edilebilir.

Aydın İli kentsel alanda kırmızı eti tüketicilerin %51.43'ü kasaplardan, %43.57'si marketlerden satın aldığını, %5'i ise canlı hayvan alıp kesmeyi tercih ettiğini belirtmiştir (Ulaş, 2011). Tekirdağ İli Süleymanpaşa İlçesi'ndeki tüketicilerin %60.3'ü kırmızı eti kasaptan, %29.8'i market/süper marketten, %8.7'si kasap/lokantadan satın aldıklarını belirtmişlerdir (Boz, 2019). Çalışmamızda %76.3 ile belirli bir kasaptan alışveriş yapıldığı ve söz konusu çalışmalarla benzerlik gösterdiği saptanmıştır.

#### 4.5. Kırmızı Et Satın Alma ve Tüketim Tercihleri

Kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihinde etkili faktörler Çizelge 4.7'de verilmiştir.

Çizelge 4.7. Kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihinde etkili faktörler

	Adet(kişi)	Oran (%)	
Güvenilir Olması	205	68.3	
Ucuz olması	20	6.7	
Alışkanlık	17	5.7	
<b>Kırmızı et satın alınan yer tercihinde etkili faktörler</b>	Hijyen	37	12.3
	Yakın mesafede olması	14	4.7
	Kredi kartı ile satış yapılabilmesi	1	0.3
	Çeşit fazlalığı	3	1.0
	Diğer	3	1.0

Kırmızı et alışverişi yapılan yer tercihinde ise tüketicilerin %68.3'ü güvenilir olmasına önem verirken %12.3'ü ise hijyen kriterine önem vermiştir.

Van İlinde yapılan başka bir çalışmada ise et satın alınan yer tercihinde dikkat edilen özellikler; güvenli olması (%46.6), istediği türden et bulabilme (%31.2), ucuz olması (%15.1) olarak belirlenmiştir (Küçük, 2016). Kırmızı et satın alınan yerin güvenilir olması tüketicilerin tercihinde önemli bulunmuş ve yapılan çalışmada elde edilen bulgularla örtüşmektedir.

#### 4.5.1 Kırmızı Et Satın Alınan Yer Tercihinde Etkili Faktörler

Tüketicilerin kırmızı et satın aldığı yer tercihinde dikkat ettiği özellikler Likert ölçeğine göre hesaplanarak Çizelge 4.8’de verilmiştir. Tüketicinin en fazla dikkat edebileceği konuların; eve veya iş yerine uzaklık, satın alınan yerde ürün çeşitliliğinin çok olması, fiyatların uygun olması, satış yerinin hijyenik olması, kredi kartı ile ödeme imkânı, hizmet kalitesi, ürünlerde kalite garantisi ve tüm alışverişin bir arada yapılabileceği yer olması gibi faktörler olabileceği düşüncesinden yola çıkarak tüketicilere bu faktörlerin etkisi sorulmuştur

Çizelge 4.8. Kırmızı et satın alınan yerin önem dereceleri

Faktörler	%					Puan	Std. Sapma
	1	2	3	4	5		
Hijyen	4.0	3.0	22.3	20.0	50.6	<b>4.10</b>	1.01
Kalite garantisi	2.7	2.7	29.0	19.3	46.3	<b>4.04</b>	0.92
Kalite	4.0	3.0	29.3	21.7	42.0	<b>3.95</b>	0.84
Fiyat	10.0	17.0	39.0	12.0	22.0	<b>3.19</b>	0.47
Tüm alışverişin bir arada yapılan yer olması	27.30	14.00	25.70	9.70	23.30	<b>2.88</b>	0.38
Kredi kartı ile ödeme	27.0	16.0	26.7	12.7	17.7	<b>2.78</b>	0.27
Bol çeşit	15.0	22.7	44.7	8.3	9.3	<b>2.74</b>	0.46
Yakınlık	28.0	20.3	37.3	5.0	9.3	<b>2.47</b>	0.36

1. Önemli değil, 2. Biraz önemli, 3. Önemli, 4. Oldukça önemli 5.Çok önemli

Tüketiciler kırmızı et satın alınan yer seçiminde; satış yeri koşullarının hijyenik olmasını (4.10), kalite garantisinin olmasını, (4.04), hizmet kalitesini ve (3.95) oldukça önemli bulmuşlardır. Bu bulgulardan tüketicilerin kırmızı et tüketiminde hijyen koşullarını ürün ve hizmet kalitesini daha fazla önemsedikleri anlaşılmaktadır.

Amasya İli Merkez İlçedeki hane halkının kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve kırmızı et tüketimini etkileyen faktörler üzerine yapılan benzer bir çalışmada, tüketicilerin kırmızı et temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok tazelik ve kaliteye %62.26 oranında önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık kriterine %17.42 olarak, hijyen %10.65 olarak ve alışveriş merkezinin yakın mesafede bulunması %5.48 olarak hesaplanmıştır (Kızılaslan ve Nalinci, 2013). Hijyen

kriterine verilen önem, Hatay ili Antakya ilçesi kent merkezinde yaşanan tüketicilere göre çok az olduğu görülmektedir.

#### 4.5.2 Tüketicilerin Kırmızı Et Ürünleri Tercihini Etkileyen Faktörler

Tüketicilerin kırmızı et ürünleri tercihinde dikkat ettiği faktörler 5’li Likert ölçeği ile hesaplanarak Çizelge 4.9’da verilmiştir. Tüketicinin en fazla dikkat edebileceği faktörlerin; tazelik, fiyat, ambalaj, ürün kalitesi, üretici firma, reklam, damak zevki, imal tarihi, etin yağsız olması gibi faktörler olabileceği düşüncesinden yola çıkarak tüketicilere bu faktörlerin etkisi sorulmuştur.

Çizelge 4.9. Tüketicilerin kırmızı et ürünleri tercihini etkileyen faktörler

Faktörler	%					Puan	Std. Sapma
	1	2	3	4	5		
Damak zevki	3.0	2.0	21.3	14.0	59.7	<b>4.25</b>	1.22
Kalite	3.3	2.0	24.7	15.7	54.3	<b>4.16</b>	1.10
Tazelik	2.3	5.0	22.3	17.3	53.0	<b>4.13</b>	1.06
Üretici Firma	8.0	7.0	32.3	14.0	38.7	<b>3.68</b>	0.76
Ambalaj	9.3	8.7	31.0	19.0	32.0	<b>3.56</b>	0.61
Fiyat	4.0	14.3	35.7	14.7	31.3	<b>3.55</b>	0.61
Etin yağsız olması	9.3	13.3	30.0	18.7	28.6	<b>3.44</b>	0.53
İmal tarihi	27.3	14.0	25.7	9.7	23.3	<b>2.88</b>	0.39
Reklam	45.7	15.3	15.3	9.3	14.3	<b>2.31</b>	0.84

1. Önemli değil, 2. Biraz önemli, 3. Önemli, 4. Oldukça önemli 5.Çok önemli

Kırmızı et tercihini etkileyen faktörler 5’li Likert ölçeğine göre hesaplanmış olup, tüketicilerin kırmızı et ürünlerini tercih ederken; damak zevkine hitap etmesini (4.25), kaliteli olmasını (4.16), taze olmasını (4.13), üretici firmayı (3.68), ürünün ambalajını (3.56), ve ürünün fiyatını (3.55) oldukça önemli bulmuşlardır. Tüketiciler reklam ve imal tarihini ise biraz önemli bulmuşlardır. Kültürel olarak etin önemli yer tuttuğu Hatay ili Antakya İlçesi kent merkezi konulu çalışmamızda, tüketicilerin damak zevkine uygun olan ve kaliteli olan kırmızı et ürünlerine önem verdikleri belirlenmiştir.

İzmir İlinde yapılan benzer bir çalışmada tüketicilerin kırmızı et ürünlerini alırken, %46.3’ü tazeliğe, %30.9’u yağsız olmasına, %7.6’sı fiyatına ve %15.2’si ise hepsine dikkat ettiklerini belirtmiştir (Yaylak ve ark 2010). Bu çalışmada tüketiciler kırmızı et satın alırken, en fazla etin taze olmasına ve yağsız olmasına dikkat ettikleri görülmüştür.

### 4.5.3 Kırmızı Et Tüketiminde Değişime Neden Olabilecek Faktörler

Ankete katılan tüketicilere kırmızı et tüketiminize etkili olan faktörler nelerdir sorusu yöneltilmiş ve 5’li likert ölçeğine göre verilen cevaplar çizelge 4.10’da ifade edilmiştir. Buna göre hayvanlarda hormon ve antibiyotik kullanımı çok önemli(4.34), Hayvan hastalıkları riski oldukça önemli(4.19), yağ oranı önemli (3.52), kolesterol düzeyi önemli (3.44), Fiyat düzeyi önemli (3.17), tv, gazete ve internet haberleri ise biraz önemli (2.64) olarak bulunmuştur. Buradan sağlık üzerine etkili olabilecek faktörlerin tüketiciler üzerinde daha çok etkisi olduğu söylenebilir.

Çizelge 4.10. Kırmızı et tüketimine etki eden faktörler

Faktörler	%					Puan	Std. Sapma
	1.0	2.0	3.0	4.0	5.0		
Hayvanlarda hormon ve antibiyotik kullanılması	2.0	2.3	17.0	17.0	61.7	<b>4.34</b>	1.27
Hayvan hastalıkları riski	1.3	3.0	23.3	20.0	52.3	<b>4.19</b>	1.05
Yağ oranı	6.0	11.7	33.7	21.7	27.0	<b>3.52</b>	0.54
Kolesterol düzeyi	6.7	12.7	37.0	17.3	26.3	<b>3.44</b>	0.53
Fiyat düzeyi	11.7	16.7	36.7	13.3	21.7	<b>3.17</b>	0.44
TV, gazete ve internet haberleri	31.0	16.3	27.3	8.7	16.7	<b>2.64</b>	0.27

1. Önemli değil, 2. Biraz önemli, 3. Önemli, 4. Oldukça önemli 5.Çok önemli

Adana İlinde yapılan benzer çalışmada tüketicilerin önem dereceleri 1-5 arasında numaralandırılmış 1 önemsiz 5 ise oldukça önemli olarak belirlenmiştir. Elde edilen verilere göre hayvanlarda görülen hastalıklar 4.02, hayvansal hormon kullanılması 3.98, medyada etlerin güvenilir olmadığına dair haberler 3.84, hayvanların tedavisinde antibiyotik kullanımı 3.78 olarak puanlanmıştır. Sağlık, etiketleme, hayvanın ve etin özellikleri, ekonomik faktörler, kırmızı et ve ürünleri satın alma kararında başlıca etkenlerdir. Ekonomik faktörler olarak adlandırılan fiyat ve promosyon/reklam gibi kriterler her ne kadar satın alma kararı üzerinde etkili olsa da kırmızı et ve ürünleri için kişinin sağlık endişesi ve etin sağlıklı olduğuna dair göstergeler satın alma kararında en etkili faktör olmuştur (Mutlu, 2007). Hayvansal hormon kullanılması, hayvanlarda görülen hastalıklar, kırmızı et tüketimine etkisi konusunda benzer sonuçlar elde edilmiş, tv, gazete internet haberleri çalışmamızda biraz önemli bulunmuştur. Tüketicilerin

kırmızı et tüketimine etki eden faktörlere yönelik yapılan bu çalışmada hayvanlarda hormon ve antibiyotik kullanılması gibi insan sağlığına etkisi olan faktörün, kırmızı et tüketiminde değişime neden olacağı belirlenmiş olup, benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Tüketiciler, sağlık üzerinde negatif etki yaratacak antibiyotik, kimyasal ilaç ve hormon kalıntılarında arındırılmış gıda ve sağlık güvencesi kontekstine uygun gıdaları tercih etmektedirler (Topçu ve Uzundumlu, 2012). Tüketicilerin kırmızı et tüketimi ile ilgili tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerin üzerine yapılan bu çalışmada da insan sağlığına olumsuz yönde etki eden gıdalar yerine, bunlardan arındırılmış gıdaların tüketiciler tarafından daha çok edilebileceği yönünde benzer sonuçlar elde edilmiştir.

#### 4.5.4. Kırmızı Et Satın Alıma ve Tüketim Şekli

Katılımcılara kırmızı eti satın alırken ne şekilde tercih ettikleri sorulmuş ve tercihleri Çizelge 4.11’de verilmiştir. Kırmızı et ve et ürünleri tüketicilerinin %52.7’si kıyma, %29’u kuşbaşı, %14’ü parça et, %2.7’si sakatat ve %1.7’si ise salam, sucuk, sosis olarak satın almayı tercih etmişlerdir.

Çizelge 4.11. Kırmızı et satın alma şekli

	Kırmızı et çeşitleri	Adet(Kişi)	Oran (%)
Kırmızı et ve ürünleri satın alma tercihi	Kıyma	158	52.7
	Kuşbaşı	87	29.0
	Parça et	42	14.0
	Sakatat	8	2.70
	Salam-sucuk-sosis	5	1.60
	<b>Toplam</b>		<b>300</b>

Yapılan benzer çalışmada Erzurum İlindeki tüketicilerin %61.8’inin ise kıyma şeklinde satın aldığı ve %28.6’sının kırmızı eti parça şeklinde satın aldığı tespit edilmiştir. (Ağcakale, 2018). Çalışmada da diğer kırmızı et satın alma çeşitlerine göre kıyma daha fazla tercih edilmiş (%52.7) ve Erzurum ili örneği ile benzer sonuç elde edilmiştir.

Tüketicilerin kırmızı eti evde ve restoranda tüketim şekli incelenerek Çizelge 12’de verilmiştir. Tüketicilerin %32.3’ü ızgara olarak, %22.7’si sebzeli yemeklerde tüketirken, %22’si fırında tüketmeyi tercih etmişlerdir. Restoranda ise %60.7’si ızgara olarak,

%13.7'si fırında tüketmeyi tercih etmişlerdir. Tüketicilerin ev ve restoranda kırmızı eti daha çok ızgara olarak tüketmeyi tercih ettikleri belirlenmiştir.

Çizelge 4.12. Pişmiş olarak kırmızı et tüketim şekli

	<b>Kırmızı et tüketim çeşitleri</b>	<b>Adet(Kişi)</b>	<b>Oran(%)</b>
Evde kırmızı et tüketim tercihi	Izgara	97	32.3
	Sebzeli yemeklerde	68	22.7
	Fırında	66	22.0
	Kavurma	34	11.3
	Haşlama	18	6.0
	Diğer	17	5.7
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
Restoranda kırmızı et tüketim tercihi	Izgara	182	60.7
	Fırında	41	13.7
	Et döner	27	9.0
	Kavurma	14	4.7
	Diğer	14	4.6
	Haşlama	10	3.3
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

Yapılan benzer çalışmada Gaziantep İli Merkez İlçesinde ailelerin kırmızı eti %38.4'ü ızgara, %8.5'i haşlama, %6.2'si fırında, %6.2'si sebzeli, %4.3'ü yağda kızartma şeklinde tercih ettiği, %25'i ise "fark etmez" diyerek bir tercih ortaya koymadıkları belirlenmiştir (Karakuş ve ark., 2008). Çalışmamızda tüketicilerin kırmızı eti ızgara olarak tüketme tercihleri Gaziantep ili Merkez ilçe örneği ile benzerlik gösterirken sebzeli yemeklerde tüketim oranı farklılık göstermiştir

Van ilinde yapılan benzer çalışmada kırmızı et tüketim şekli olarak haşlama (%13.5), fırında (%12.4), yağda kızartma (%18.0), sebzeli (%17.6), fark etmez (%38.4) olarak belirlenmiştir (Küçük, 2016). Yapılan bu çalışmada tüketiciler kırmızı eti yağda kızartarak ve sebzeli yemeklerde tüketmeyi tercih etmişlerdir.

#### 4.5.4. Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Almasında Medyanın Etkisi

Tüketim alışkanlığına etki eden faktörlerden olan medyada yapılan olumlu veya olumsuz haber veya reklamların tüketicilerin et tüketimine etkisi incelenerek Çizelge 4.13'te verilmiştir.

Çizelge 4.13. Medyanın et tüketimine etkisi

		Adet(Kişi)	Oran(%)
<b>Medyadan aldığınız haberler nedeniyle tüketim alışkanlığını değiştirse ne şekilde değişir</b>	Sadece kalite garantisi olan gıda ürünlerini tercih ederim.	112	37.3
	Etiketi daha dikkatli okumaya başladım	80	26.7
	Diğer	57	19.0
	Ürünü almaktan vazgeçerim	51	17.0
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

Medyadan alınan haberle tüketim alışkanlığı ne şekilde değişir sorusuna katılımcılar %37.3 ile sadece kalite garantisi olan ürünleri tercih ederim yanıtını vermiş, %26.7'si ise etiketi daha dikkatli okumaya başladım yanıtını vermiştir. Ürünü almaktan vazgeçerim diyenlerin oranı ise %17 olmuştur.

#### 4.5.5. Önceki Yıllara Göre Kırmızı Et Tüketimi

Tüketicilerin önceki yıllara göre kırmızı et tüketim miktarının değişip değişmediği sorularak cevapları Çizelge 4.14’te verilmiştir.

Çizelge 4.14. Kırmızı et tüketimindeki değişim nedenleri

		Adet (Kişi)	Oran (%)
Bir önceki yıla göre et tüketiminiz değişti mi?	Değişmedi	159	53.0
	Azaldı	104	34.7
	Arttı	37	12.3
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
Yeteri kadar et tükettiğinizi düşünüyor musunuz?	Hayır	151	50.3
	Evet	149	49.7
	<b>Toplam</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>
Hayır ise nedeni	Pahalı olması	101	66.9
	Ailedeki gelirin düşük olması	15	9.9
	Aile kalp damar hastalığı olması	10	6.6
	Yemek kültüründe sebzenin fazlaca yer alması	10	6.6
	Diğer	10	6.6
	Piyasadaki etlerin güvenli olmaması	5	3.3
	<b>Toplam</b>	<b>151</b>	<b>100.0</b>

Et tüketim miktarında tüketicilerin %12.3’ü bir önceki yıla göre artış, %34.7’si azalış, %53’ü ise bir değişim olmadığını belirtmişlerdir. Tüketicilere yeteri kadar et tüketip tüketmedikleri sorulduğunda ise yarısı (%49.7) evet, diğer yarısı ise hayır (%50.3) cevabını vermişlerdir. Yeteri kadar et tüketmediğini düşünenlere nedeni sorulduğunda ise %67’si pahalı olduğu için, %9.9’u aile gelirin düşüklüğü nedeniyle yeteri kadar et

tüketmediklerini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin, ekonomik nedenlerden dolayı tükettiği et miktarını yeterli bulmadıkları anlaşılmaktadır.

Aydın ili kentsel alanda yapılan benzer bir çalışmada tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda et tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %49.25'i yeterli, %50.75'i yetersiz et tükettiklerini belirtmişlerdir. Sağlıkları için yeterli miktarda kırmızı et tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %58.53 gibi büyük bir oranda gelir yetersizliği gerekçe göstermiş, %12.20 ile de eşit paylı olarak önemsememe, sağlık sorunları ve ailede sevmeyen olması yanıtı alınmış ve et fiyatlarının yüksekliği kırmızı et tüketimindeki değişimin en büyük etken olarak görülmüş olup, çalışmamızla benzer sonuçlar elde edilmiştir (Ulaş, 2011).

Van İlinde yapılan benzer bir çalışmada tüketicilere kırmızı et tercih etmeme nedenlerinin neler olduğu sorusuna katılımcılar en çok pahalı (%33.3) olduğu yanıtını vermişlerdir (Küçük, 2016). Yapılan bu çalışmayla benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Amasya İlinde yapılan çalışmada ise, tüketicilerin %49,03'ü kırmızı et fiyatlarını pahalı bulurken, %36.45'i fiyatı normal karşılamış, %13.55'i ise çok pahalı bulmuştur. (Kızılaslan ve Nalinci 2013). Yapılan çalışmada kırmızı et fiyatını pahalı bulanların oranı, kırmızı etin fiyatının normal ve ucuz olduğunu düşünenlere oranla oldukça fazladır. Elde edilen sonuçlar benzerlik göstermektedir.

#### **4.6. Gelir Düzeylerine Göre Kırmızı Et Tüketim Tercihleri**

Tüketicilerin gelir durumlarının kırmızı et tüketimine etkisi incelenmiş olup, gelir gruplarına göre ailelerin kırmızı et tüketim miktarları Çizelge 4.15'te verilmiştir. I. Gelir grubunun %45.6'sının, II. Gelir grubunun %48.2'sinin III. Gelir grubunun %49.4'ünün IV. Gelir grubunun ise %32'sinin aylık 3 kg ve altında kırmızı et tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir grupları ile aylık kırmızı et tüketim miktarları arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan ki-kare analizinde anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. (p=0.467)

Çizelge 4.15. Gelir gruplarına göre ailenin aylık kırmızı et tüketim miktarı

Gelir grupları	Ailenin aylık kırmızı et tüketim miktarı									
	< 3 kg		3.00-4.99		5.00-9.99		10.00-20.00		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
I. Grup	26	45.6	8	14.0	16	28.1	7	12.3	57	100.0
II. Grup	55	48.2	11	9.6	27	23.7	21	18.4	114	100.0
III. Grup	39	49.4	12	15.2	20	25.3	8	10.1	79	100.0
IV. Grup	16	32.0	8	16.0	18	36.0	8	16.0	50	100.0
Toplam	136	45.3	39	13.0	39	27.0	44	17.7	300	100.0
$\chi^2 = 8.687$		Sd =9				P = 0. 467				

Tüketicilerin gelir gruplarına göre kırmızı et tüketim sıklığı incelenerek Çizelge 4.16'da verilmiştir. Gelir gruplarına göre kırmızı et tüketim sıklıklarına bakıldığında I. Gelir grubundakiler daha çok 15 günde bir (%49.1), II. Gelir grubundakiler daha çok haftada bir (%30.7), III. Gelir grubundakiler haftada bir (%40.5) ve VI. Gelir grubundakiler daha çok haftada 2-3 kez (%40) kırmızı et tüketmektedir. Yapılan bu çalışmada gelir grupları ile et tüketim sıklıkları arasında istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Hane gelirleri yüksek olan grupların, hane geliri düşük olan guruplara göre kırmızı et alışverişini daha sık yaptıkları hesaplanmıştır.

Çizelge 4.16. Gelir gruplarına göre kırmızı et tüketim sıklığı

Gelir grupları	Kırmızı et tüketim sıklığı											
	Ayda bir		15 günde bir		Haftada bir		Haftada 2-3 kez		Her gün		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
I. Grup	28	49.1	11	19.3	12	21.1	6	10.5	0	0.0	57	100.0
II. Grup	29	25.4	35	30.7	33	28.9	15	13.2	2	1.8	114	100.0
III. Grup	5	6.3	20	25.3	32	40.5	20	25.3	2	2.5	79	100.0
IV. Grup	0	0.0	2	4.0	25	50.0	20	40.0	3	6.0	50	100.0
<b>Toplam</b>	62	20.7	68	22.7	102	34.0	61	20.3	7	2.3	300	100.0
$\chi^2 = 82.105$		Sd = 12		P = 0.000								

Tüketicilerin kırmızı et satın aldıkları yer tercihi Çizelge 4.17’de verilmiştir. Tüketicilerin %74.3’ünün kırmızı eti belirli bir kasaptan aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin kırmızı et satın aldığı yerin gelir gruplarına göre değişiklik göstermediği, I. Gelir grubundaki tüketicilerin %68.4’ü, II. Gelir grubundaki tüketicilerin %73.7’si, III. Gelir grubundaki tüketicilerin %72.2’si ve IV. Gelir grubundaki tüketicilerin ise %86’sının ise kırmızı eti belirli bir kasaptan almayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Gelir gruplarına göre kırmızı et satın alma yeri tercihi değişmemiş, tüm gelir gruplarının büyük bir oranda belirli bir kasaptan kırmızı et almayı tercih ettikleri görülmüştür.

Çizelge 4.17. Tüketicilerin gelir gruplarına göre kırmızı et satın alınan yer tercihi

Gelir	Kendimiz kesiyoruz		Belirli bir kasaptan		Herhangi bir kasaptan		Market		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
I. Grup	7	12.3	39	68.4	6	10.5	5	8.8	57	100.0
II Grup	11	9.6	84	73.7	11	9.6	8	7.0	114	100.0
III. Grup	8	10.1	57	72.2	6	7.6	8	10.1	79	100.0
IV. Grup	6	12.0	43	86.0	1	2.0	0	0.0	50	100.0
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>10.7</b>	<b>223</b>	<b>74.3</b>	<b>24</b>	<b>8.0</b>	<b>21</b>	<b>7.0</b>	<b>300</b>	<b>100,0</b>
<b><math>\chi^2 = 9.563</math></b>			<b>Sd = 9</b>			<b>P = 0.367</b>				

Hatay ili kentsel alanda yapılan benzer çalışmada tüketicilerin et ve et ürünlerini satın alma yerleri ve gelir grupları arasındaki ilişkileri incelenerek, 3.000 TL ve altında geliri olanların et ve et ürünlerini satın alma yeri olarak %10.6 oranında market ve süpermarketleri tercih ettikleri belirlenmiştir. İkinci gelir grubundakilerin (3001TL-5000TL) %9.4 oranında market/süpermarketleri, %90.6 oranında ise kasap ve üreticileri tercih ettikleri belirlenmiştir (Tapkı ve Demetgül, 2021). Her iki çalışmada benzer sonuçlar elde edilmiş, gelir gruplarına göre yüksek oranda kasaplardan alışveriş yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Hatay İlinde tüketicilerin eti gerek çiğ gerekse pişmiş olarak aldıkları kasap fırın kültürü yaygındır. Bu nedenle tüketiciler genellikle eti bu kasap fırınlardan almaktadırlar. Elde Edilen bulgular bu görüşü desteklemektedir.

#### 4.7. Tüketicilerin Bazı Demografik Özellikleri ile Kırmızı Et Tüketim Miktarı Arasındaki İlişki (Yaş, Eğitim düzeyi, Ailedeki birey sayısı)

Bazı demografik özelliklere göre kırmızı et tüketim miktarı Çizelge 4.18’de incelenmiştir.

Çizelge 4.18. Bazı demografik özelliklere göre kırmızı et tüketim miktarı (kg/ay)

Demografik özellikler	< 3 kg		3.00-4.99		5.00-9.99		10.00-20.00		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
<b>Yaş</b>										
18-25	16	40.0	3	7.5	15	37.5	6	15.0	40	100.0
26-35	47	45.6	11	10.7	29	28.2	16	15.5	103	100.0
36-45	50	48.1	14	13.5	25	24.0	15	14.4	104	100.0
45+	23	43.4	11	20.8	12	22.6	7	13.2	53	100.0
<b>Toplam</b>	136	45.3	39	13.0	81	27.0	44	14.7	300	100.0
$\chi^2 = 6.828$	Sd = 9	P = 0.655								
Eğitim	< 3 kg		3.00-4.99		5.00-9.99		10.00-20.00		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
Okuryazar değil	1	50	0	0	0	0	1	50	2	100.0
İlkokul	19	48.7	4	10.3	8	20.5	8	20.5	39	100.0
Ortaokul	15	50.1	4	13.3	9	30.0	2	6.7	30	100.0
Lise	35	48.6	9	12.5	16	22.2	12	16.7	72	100.0
Üniversite	66	42.0	22	14.0	48	30.6	21	13.4	157	100.0
<b>Toplam</b>	136	45.3	39	13.0	81	27.0	44	14.7	300	100.0
$\chi^2 = 8.319$	Sd = 12	P = 0.760								
Ailedeki birey sayısı	< 3 kg		3.00-4.99		5.00-9.99		10.00-20.00		Toplam	
	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%	Kişi	%
1-3	48	54.5	8	9.1	19	21.6	13	14.8	88	100.0
4-5	72	43.4	23	13.9	50	30.1	21	12.7	166	100.0
5 +	16	34.8	8	17.4	12	26.1	10	21.7	46	100.0
<b>Toplam</b>	136	45.3	39	13.0	81	27.0	44	14.7	300	100.0
$\chi^2 = 8.324$	Sd = 6	P = 0.215								

Tüketicilerin yaşları ile kırmızı et tüketim miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde; tüm yaş gruplarında tüketicilerin yarıya yakınının (%40.0 ile %48.1 arasında değişen oranlarda) 3 kg’dan az kırmızı et tükettiği görülmektedir. Tüketicilerin yaşlarıyla kırmızı et tüketim miktarı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı saptanmıştır (Çizelge 4.18).

(P = 0.215)

Tüketicilerin eğitim durumları ile kırmızı et tüketim miktarı arasındaki ilişki incelendiğinde de; tüm eğitim düzeylerinde tüketicilerin yarıya yakınının (%42.0 ile %50.1 arasında değişen oranlarda) 3 kg'dan az kırmızı et tükettiği görülmektedir (Çizelge 4.18). Tüketicilerin eğitim düzeyleri ile kırmızı et tüketim miktarı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı saptanmıştır (P = 0.215)

Ailedeki birey sayısı ile kırmızı et tüketim miktarı arasında ilişki olup olmadığı incelendiğinde ise ailedeki birey sayısı arttıkça kırmızı et tüketim miktarında az bir artış olduğu görülmektedir. Ancak bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. (p = 0.215)

Benzer bir çalışmada Edirne İlindeki tüketicilerin eğitim durumuna göre halkın et tüketim miktarında farklılık olduğu tespit edilmiştir (Lorcu ve Bolat 2019). Bu araştırma sonuçları ile araştırma alanında belirlenen konuların benzerlik göstermediği görülmektedir.

Amasya ili Merkez ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları üzerine yapılan benzer bir çalışmada kırmızı et tüketimi ile ve yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (Kızılaslan ve Nalinci, 2013). Bu çalışma sonuçları ile yapılan çalışmada benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir

#### **4.8. Tüketicilerin İşlenmiş Kırmızı Et Ürünlerinin Tercihinde Etkili Faktörler**

Zamanın giderek önem kazandığı günümüzde yemek için ayrılan süreyi en aza indirmek için işletmeler tüketicilerin hızlı bir şekilde pişirerek/ısıtarak tüketilebilecekleri gıda ürünlerini elde etme yoluna gitmişlerdir. Kırmızı et gibi pişirim süresi uzun olan gerek lezzeti gerek besin değeri yüksek olan gıdalar için daha çabuk tüketilebilen ısıtılabilir işlem görmüş ve içerisinde kırmızı etin yoğun olduğu sucuk, salam, sosis gibi gıda ürünleri üretilmiştir. Üretilen bu ürünler hem çabuk pişmekte hem de lezzeti ile tüketicilerden yoğun talep görmektedir.

2009 yılı Gıda Sanayii Envanterine göre, kırmızı et sektöründe faaliyet gösteren 387 ısıtılabilir işlem görmüş sucuk benzeri ürün, 206 fermente sucuk, 201 salam, 169 sosis ve 100 pastırma firması bulunmaktadır. En fazla üretilen kırmızı et ürünleri ise köfte, sucuk, salam ve sosistir (Tosun, 2016).

Çizelge 4.19. Tüketicilerin işlem görmüş kırmızı et ürünlerinin tercihinde belirlenen konuların önem düzeyleri

Faktörler	%					Puan	Std. Sapma
	1	2	3	4	5		
Sağlıklı olması	4.3	3.7	29.3	14.7	48.0	3.98	0.96
Lezzetli olması	5.0	2.7	29.7	17.3	45.3	3.95	0.91
Ekonomik olması	8.7	16.7	39.7	9.7	25.3	3.27	0.54
Ürün Çeşitliliği	10.3	13.0	44.3	12.0	20.3	3.19	0.52
Alışkanlık	15.0	15.0	37.3	10.0	22.7	3.10	0.47
Pratik olması	12.7	16.7	43.3	8.6	18.7	3.04	0.49
Reklamın etkisi	36.7	21.7	23.7	4.7	13.3	2.37	0.21

1. Önemli değil, 2. Biraz önemli, 3. Önemli, 4. Oldukça önemli 5.Çok önemli

Tüketicilerin işlem görmüş kırmızı et ürünlerinin tercihinde belirtilen konuların önem düzeyi Likert ölçeğine göre hesaplanmıştır. Tüketiciler işlem görmüş kırmızı et ürünlerini tercih ederken sırasıyla sağlıklı olmasını (3.98), lezzetli olmasını (3.95), ekonomik olmasını (3.27), ürün çeşitliliğini (3.19), alışkanlık (3.10), pratik olmasını (3.04) önemli bulurken, reklamın etkisini biraz önemli bulmuşlardır.

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Hatay ilinde tüketicilerin kırmızı et satın alma ve tüketici tercihlerinin belirlenmesini amaçlayan çalışmada elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlar ve bu sonuçlara göre sunulan öneriler.

Bilinçli denebilecek bir tüketici kitlesinden oluştuğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tüketicilerin aylık ortalama 3676 TL harcama yaptıkları, bu harcamanın yaklaşık yarısını gıda için; %7'sini kırmızı et, %4.5'ini ise beyaz et için yaptıkları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte tüketicilerin yıllık kişi başına 12.85 kg kırmızı et, 19.05 kg ise beyaz et tükettikleri belirlenmiştir.

Hatay ilinde kasap-fırın kültürü yaygındır. Hatay yemek kültüründe kırmızı etle fırında yapılan yemek çeşidi fazladır. Bu nedenle Hatay ilinde güvenilen bir kasaptan et ürünlerini satın alan tüketicilerin sayısının fazla olması beklenir. Çıkan sonuç bunu desteklemektedir.

Bu çalışma ile Hatay ili Antakya ilçesi kentsel alanda yaşayan tüketicilerin kırmızı et satın alma ve tüketim tercihleri araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle tüketicilerin sosyo-demografik yapısı incelenmiştir. Daha sonra kırmızı et satın alma ve tüketim tercihleri, gelir düzeyleri ve sosyo-demografik özelliklerine göre değerlendirilmiştir. Tüketicilerin hane başına aylık ortalama 3kg dana eti 1.11 kg koyun eti ve 280g keçi eti tükettikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin kırmızı et ürünleri satın alma yeri büyük oranda belirli bir kasaptan olurken, satın alma sıklığının ağırlıklı olarak ihtiyaca göre değiştiği belirlenmiştir. Tüketiciler için kırmızı et satın alınan yerin güvenilir olması, satılan etin kaliteli ve taze olması oldukça önemlidir. Tüketiciler kırmızı et satın alırken en fazla kıyma almaktadır ve kırmızı eti daha çok ızgara olarak tüketmektedirler. Tüketicilerin kırmızı et tüketiminde değişikliğe sebep olan faktörler içinde hayvanın hastalıklı olma riski, hormon ve antibiyotik kullanımı ve sağlık problemleri oldukça önemli bulunmuştur. Tüketicilerin kırmızı et tercihinde ve tercihlerin değişiminde; etin sağlıklı olması ve tüketici gelirinin belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumu, yaş ve ailedeki birey sayısı ile kırmızı et tüketimi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Hatay ili Antakya kent merkezindeki tüketicilerin bütçesinde kırmızı et tüketiminin önemli bir yer aldığı, ancak et tüketiminin yeterli miktarda olmadığı sonucuna varılmıştır. Medyanın kırmızı et tüketimine etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Tüketicilerin bir önceki yıla göre kırmızı et tüketim miktarında azalma olduğu

belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir düzeyleriyle kırmızı et tüketim miktarı arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin gelirleriyle tüketim sıklığı arasında da anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Etin insan hayatı için dengeli ve sağlıklı beslenmedeki önemi her geçen gün yapılan araştırmalar ve bulgularla öne çıkmaktadır. Hatay ili et tüketimi Türkiye geneli et tüketimine göre ortalamanın üstündedir, fakat yine de yeteri kadar tüketilmediği, sebebinin ise kırmızı et fiyatını yüksek olmasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Hayvan sayılarının ve hayvansal üretimin artırılması için hayvan başına verilen desteklemelerin, et ve süt üretimi için prim desteklemelerinin artırılması veya yeniden düzenlenmesi, yada ek desteklemelerin getirilmesi önerilebilir.

Yapılan bu çalışmadan da anlaşıldığı gibi Hatay'da yaşayan hanelerin çoğunluğu orta gelir grubunda yer almaktadır. Et fiyatlarındaki her artış, tüketimde ciddi oranda düşüşe neden olmakta ve yeterli ve dengeli beslenme sıkıntısını beraberinde getirmektedir. Et fiyatındaki yükselmelerin ana sebebi mera alanlarının yeteriz olması ve yem fiyatlarındaki ciddi artışlardır. Her ne kadar et tüketiminin önemi toplum tarafından bilinse de alım gücünün düşmesi tüketimin yetersiz olmasına neden olmaktadır. Et fiyatlarının yüksek olması tüketicinin alım gücünün yeterli olmaması nedeni ile tüketiciler yeterince et satın alamamaktadır. Bu nedenle et fiyatlarında istikrarın sağlanması için et arzının mümkün olduğunca artırılması ve bu konuda üreticilerin desteklenmesi gerekmektedir. Et arzının artması et fiyatlarının düşmesi için önemli bir etkidir. Aynı zamanda girdi maliyetlerinin yüksek olması nedeni ile üretici hayvancılığı zamanla terk etmek arzusundadır. Bu nedenle girdi desteğinde üreticiler açısından oldukça önemlidir. Yapılan araştırma, et tüketiminin yeterli düzeye ulaşabilmesi için toplumsal refah düzeyinin sağlanmasının ana etmen olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmaya göre tüketicilerin yeterli düzeyde et tüketmemesinin önündeki engeller, et fiyatlarının yüksek ve tüketici gelirlerinin düşük olmasıdır.

## KAYNAKLAR

- Anonim, 2013. Hayvancılık Sektör Raporu 2013. Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) Ankara [www.tigem.gov.tr](http://www.tigem.gov.tr) (Erişim tarihi: 05.08.2020)
- Anonim, 2019. Hatay ili nüfus ve dağılımı. Hatay Valiliği. Resmi web sayfası [www.hatay.gov.tr/nufus-ve-dagilimi](http://www.hatay.gov.tr/nufus-ve-dagilimi) (Erişim tarihi: 11.10.2019)
- Anonim, 2020a. Sektörel Değerlendirme Raporları. Et ve Süt Tüketim Kurumu (ESK) [www.esk.gov.tr](http://www.esk.gov.tr) (Erişim tarihi: 09.08.2020)
- Anonim, 2020b. Kişi başı kırmızı et tüketim verileri. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE). <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge> (Erişim tarihi: 11.08.2020)
- Anonim, 2020c. Tarımsal istatistikleri Türkiye İstatistik Kurumu Kayıtları. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr). (Erişim Tarihi: 22.10.2020)
- Anonim, 2021. Nüfus ve demografik yapı. Türkiye istatistik kurumu (TÜİK) [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (Erişim tarihi: 17.09.2021)
- Agcakale F. 2018. Kırmızı et talep tahmini: Erzurum İli üzerine bir uygulama. **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü** Yüksek lisans tezi, 148s. Erzurum
- Aktaş, G., 2020. Canlı Hayvan ve Karkas İthalatının Kırmızı Et Fiyatlarına Etkisi: Türkiye’de İthalatın Regülasyonu’ **Gümrük Ticaret Dergisi** 7(21) 12-29
- Anderson, L.W., 1988. **Tutumlar ve ölçümleri**. Eğitim araştırması, metodolojisi ve ölçümü. Uluslararası bir el kitabı, 421-426.
- Boz, V., 2019. Tüketicilerin gelir grupları itibariyle kırmızı et ve tavuk eti satın alma eğilimlerinin karşılaştırmalı analizi Tekirdağ Süleymanpaşa İlçesi örneği **Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi 97s. Tekirdağ
- Çiçek, A., Erkan, O., 1996. **Tarım ekonomisinde araştırma ve örnekleme yöntemleri**. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları, (12).
- Daniel, C. R., Cross, A. J., Koebnick, C. and Sinha, R., 2011. ABD’de et tüketimindeki eğilimler. **Halk sağlığı beslenmesi dergisi**, 14(4), 575-583s. Kaliforniya ABD.
- Eichholzer, M., and Bisig, B., 2000. İsviçre’de günlük kırmızı et veya et ürünleri tüketimi: 1992/93 sonuçları, İsviçre sağlık araştırması. **Avrupa klinik beslenme dergisi**, 54.2: 136-142s.
- Gögüş, A., K., 1986. Et Teknolojisi. **Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi dergisi** 243-991s.
- Karakaya, E., ve Kızıloğlu, S., 2017. Bingöl İl merkezinde yaşayan hane halklarının kırmızı et talebini etkileyen faktörlerin analizi. **Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi** 169-180s. Bingöl.
- Karakaş, G., 2010. Tokat İli Kentsel alanda et ve et ürünleri tüketiminde tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma **Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü** Tarım Ekonomisi Anabilimdalı yüksek lisans tezi 81s. Tokat.
- Karakuş, K., Aygün, T., ve Alarslan, E., 2008. Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. **Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi** 18(2): 113-120s. Gaziantep.
- Kan, A., ve Direk, M., 2004. Konya İlinde kırmızı et fiyatlarındaki gelişmeler” **Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi dergisi** 18(34): (2004) 35-40s. Konya.

- Kızılaslan, H., ve Nalinci, S., 2013. Amasya İli Merkez İlçedeki hane halkının kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve kırmızı et tüketimini etkileyen faktörler. **Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi** 76-99s. Amasya.
- Kızıloğlu, S., ve Kızıloğlu, R., 2013. Erzurum Merkez İlçede et ve ithal et tüketme durumunu inceleyen bir araştırma üzerine makale, **Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü dergisi** 3(1): 61-68s. Erzurum.
- Koç, S. 2010. Bitlis ili Adilcevaz İlçesinde kentsel ve kırsal alanda kırmızı et ve tavuk eti tüketim yapısı **Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**, yüksek lisans tezi, 58s. Van.
- Küçük, M., 2016. Van' da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. **Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü** 50s. Van
- Lorcu, F., ve Bolat, B., A., 2012. Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi, **Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi** 71-85s. Tekirdağ.
- Mutlu, S., 2007. Gıda güvenirligi açısından tüketici davranışları (Adana kentsel kesimde kırmızı et tüketimi örneği). **Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü** doktora tezi 205s. Adana.
- Oğuz, C., ve Karakayacı Z., 2017. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklem Metodolojisi. **Atlas Akademi Yayınları**. ISBN: 978-605-82785-2-3. Konya.
- Okumuş, B., A., ve Bulduk, S., 2003. "Tüketicilerin süpermarketlerdeki alışveriş alışkanlıkları ve ürün seçimini etkileyen etmenler." **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** 70-83s. İzmir.
- Oppenheim, N., A., 2000. Anket tasarımı, görüşme ve tutum ölçümü. **Bloomsbury Yayıncılık** London ve New York
- Ostaszewski, M., 2018. 2015-2025 yıllarında dünyada ve Polonya'da kırmızı et tüketimine ilişkin eğilimler ve tahminler. **Doğa Bilimleri Fakültesi, Doğa ve Beşeri Bilimler Üniversitesi**, Polonya.
- Özyürek S., Çebi K., Türkyılmaz D., Esenboğa N., Dağdelen Ü., Yaprak M., 2019. "Erzincan ilinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin ithal kırmızı ete bakış açılarının değerlendirilmesi." **Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi** 263-273s. Erzincan.
- Palabıçak, M., A., 2019. Türkiye'de kırmızı et sektörü ve geleceğe yönelik üretim ve tüketim dengesinin analizi **Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü** yüksek lisans tezi 156s. Şanlıurfa.
- Salman, M., 2019. Kahramanmaraş ambalajlı ithal kırmızı et tüketiminde tüketici tercihleri, tutum ve davranışlarının belirlenmesi. **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fenbilimleri Enstitüsü** yüksek lisans tezi 49s. Kahramanmaraş
- Şeker, İ., Özen, A., Güler, H., Şeker, P., Özden, İ., 2011. Elâzığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. **Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi** 17 (4): 543-550s.
- Sevimli, L., ve Gülçubuk, B., 2018. Kırmızı Et ve Ürünlerinde Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerinde Etkili Olan Faktörler. **Tarım Ekonomisi Araştırma Dergisi** 4(2);25-33s.
- Tapkı, N., ve Demetgül, Z., 2021. Hatay ili kentsel alanda tüketicilerin et ve et ürünleri tüketiminde satın alma tercihleri **Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi**, 8(72), 1779-1788s. Hatay.

- Tezbaşaran, A., 1997. Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu. Ankara: **Türk Psikologlar Derneği Yayınları**.
- Topçu, Y., ve Uzundumlu, A., 2012. Tüketicilerin Kırmızı Et Tüketimi ile İlgili Tutum ve Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Erzurum İli Örneği **Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Fen Bilimleri Enstitüsü** Tarım Ekonomisi Bölümü 932s. Erzurum
- Tosun, D., 2016. Türkiye’de Kırmızı Et Arzının Sürdürülebilirliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi üzerine bir araştırma: İzmir ve Afyonkarahisar İlleri Örneği” **Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü** Doktora Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilimdalı 163s. İzmir,
- Tüzemen, E., 2012. Konya İli Selçuklu İlçesinde kırmızı et tüketim alışkanlığı ve buna etki eden faktörlerin belirlenmesi. **Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü** yüksek lisans tezi Tarım Ekonomisi Anabilimdalı, 61s. Konya.
- Ulaş, B., 2011. Aydın İli kentsel alanda kırmızı et ve kanatlı eti tüketicilerinin kararları ile bunları etkileyen faktörler. **Gazi Osman Paşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**, 81s. Tokat
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N., Konca, Y., 2010. İzmir İli Ödemiş İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Davranışları. **Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Hayvansal Üretim Dergisi** 51, 1, 21-30 s. İzmir.