



T.Ü FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ
TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ**

Sevim GAYTANCIOĞLU

Yüksek Lisans Tezi

Zootekni Anabilim Dalı

Danışman : Yrd.Doç.Dr.Hasan AKYÜREK

1999

T.C TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

84757

**TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ
TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ**

Sevim GAYTANCIOĞLU
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zootekni Anabilim Dalı

Danışman : Yrd.Doç.Dr. Hasan AKYÜREK

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Tekirdağ-1999

T.C TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

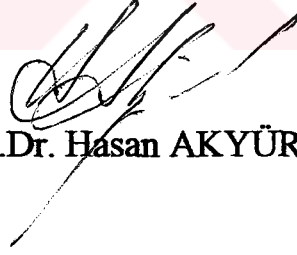
**TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ
TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ**

Sevim GAYTANCIOĞLU
YÜKSEK LİSANS TEZİ

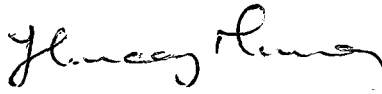
Bu tez 17.02.1999 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Tarafından Oybirliği ile
Kabul Edilmiştir.



Yrd.Doç.Dr.Cemal POLAT



Yrd.Doç.Dr. Hasan AKYÜREK



Yrd.Doç.Dr. Yahya TUNCAY TUNA

TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ

	Sayfa
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR ÖZETİ	2
2.1 Kırmızı ve Beyaz Etin Yapısal Özelliklerini İnceleyen Araştırmalar	2
2.2 Türkiye’de Kırmızı ve Beyaz Et Tüketimini İnceleyen Araştırmalar	2
2.3 Türkiye’de Kırmızı ve Beyaz Et Sanayiinin Durumunu İnceleyen Araştırmalar	4
3. MATERYAL ve YÖNTEM	7
3.1 Materyal	7
3.2 Yöntem	7
3.2.1 Örneklem ve Veri Toplama Yöntemleri	7
3.2.2 Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler	8
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA	9
4.1 Kırmızı Et Tüketimine İlişkin Bulgular	9
4.1.1 Kırmızı Et Tüketim Miktarları	9
4.1.2 Kırmızı Et Tüketim Şekli	10
4.1.3 Kırmızı Etin Pişirilme Şekli	11
4.2 Beyaz Et Tüketimine İlişkin Bulgular	11
4.2.1 Balık Eti Tüketimine İlişkin Bulgular	10
4.2.2 Tavuk Eti Tüketimine İlişkin Bulgular	13
4.2.2.1 Tavuk Eti Tüketim Miktarları	13
4.2.2.2 Tavuk Etinin Pişirilme Şekli	14
4.2.2.3 Tavuk Etinin Satın Alınma Şekli	15
4.2.2.4 Tavuk Etinden Elde Edilen Ürünlerin Tercih Edilme Durumu	16
4.2.2.4.1 Tavuk Kıyması Hakkında Tüketicilerin Tutum ve Davranışları	16
4.2.2.4.2 Tavuk Bifteği, Şiş, Şnitzel ve Tavuk Köftesi Kullanımı	18
4.2.2.4.3 Tavuk Salamı ve Tavuk Sosisi Kullanımı	18
4.2.3 Hindi, Kaz ve Ördek Etinin Kullanımı	19

4.3 Et Tüketimi İle Fiyat Arasındaki İlişkiler	19
4.3.1 Kırmızı Et Fiyatı İle Tavuk Eti Fiyatı Arasındaki İlişkiler	20
4.3.2 Kırmızı Et Fiyatı İle Balık Eti Fiyatı Arasındaki İlişkiler	20
4.3.4 Tüketici Geliri İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler	21
4.3.5 Eğitim Düzeyi İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler	22
4.3.6 Bölgesellik İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler	23
5. SONUÇ	25



ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 4.1 Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Kırmızı Et Tüketim Miktarı (kg/kişi/yıl)

Çizelge 4.2 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Kırmızı Et Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Çizelge 4.3 Kırmızı Etin Tüketilme Şekli

Çizelge 4.4 Kırmızı Etin Pişirilme Şekli

Çizelge 4.5 Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Balık Eti Tüketim Miktarı (kg/kişi/yıl)

Çizelge 4.6 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Balık Eti Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Çizelge 4.7 Tüketicilerin Yeterince Balık Eti Tüketmemelerinin Nedenleri

Çizelge 4.8 Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Tavuk Eti Tüketim Miktarı (kg/kişi/yıl)

Çizelge 4.9 Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Balık Eti Tüketim Miktarı

Çizelge 4.10 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Tavuk Eti Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Çizelge 4.11 Tavuk Etinin Pişirilme Şekli

Çizelge 4.12 Tavuk Etinin Satın Alınma Şekli

Çizelge 4.13 Parçalanmış Tavuk Eti Satın Almada Tercih Edilen Parça

Çizelge 4.14 Tavuk Kıyması Kullanılma Sıklığı

Çizelge 4.15 Tavuk Kıyması Kullanımının Az Olmasının Nedenleri

Çizelge 4.16 Tavuk Kıyması Tüketiminin Artmasına Yardımcı Olabilecek Öneriler

Çizelge 4.17 Tavuk Bifteği, Şiş, Şnitzel ve Tavuk Köftesi Kullanım Sıklığı

Çizelge 4.18 Tavuk Salamı ve Tavuk Sosisi Kullanım Sıklığı

Çizelge 4.19 Hindi, Kaz ve Ördek Etleri Kullanım Sıklığı

Çizelge 4.20 Tavuk Eti Fiyatı Yükseldiği Taktirde Tüketici Davranışlarının İncelenmesi

Çizelge 4.21 Tavuk Eti Fiyatı İle Kırmızı Et Fiyatının Eşitliği Durumunda Tüketici Tutumu

Çizelge 4.22 Balık Eti Fiyatı İle Kırmızı Et Fiyatının Eşitliği Durumunda Tüketici Tutumu

Çizelge 4.23 Tüketici Geliri ve Et Tüketim Miktarları (kg/ay)

Çizelge 4.24 Tüketici Geliri İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

Çizelge 4.25 Eğitim Düzeyi ve Et Tüketim Miktarları (kg/ay)

Çizelge 4.26 Eğitim Düzeyi İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

Çizelge 4.27 Tekirdağ Merkez İlçede Yaşayan Tüketicilerin Bölgelerine Göre Et Tüketim Miktarları (ankete katılanların %'si olarak)

Çizelge 4.28 Bölgesellik İle Et Tüketimleri Arasındaki İlişkiler

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ

Sevim GAYTANCIOĞLU

Trakya Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Zootekni Anabilim Dalı

Danışman : Yrd.Doç.Dr.Hasan AKYÜREK

1999, Sayfa : 27

Jüri : Yrd.Doç.Dr.Cemal POLAT,

Yrd.Doç.Dr.Hasan AKYÜREK

Yrd.Doç.Dr.Yahya Tuncay TUNA

Bu araştırmanın amacı Tekirdağ merkez ilçede kişi başına düşen kırmızı ve beyaz et tüketimini hesaplamaktır. Ayrıca et tüketimini etkileyen faktörler de bu araştırma ile beraber incelenmiştir.

Tekirdağ merkez ilçede 271 tüketiciye anket uygulanarak yapılan tüketicilerin kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tüketimlerine ilişkin araştırma sonuçlarına göre, Tekirdağ'da kişi başına tavuk ve balık eti tüketimi Türkiye ortalamasının üzerinde, kırmızı et tüketimi ise yaklaşık % 31 oranında altındadır. Tekirdağ'da kişi başına kırmızı et tüketimi Türkiye ortalaması olan (1995) 20.4 kg'ın oldukça altında bir rakam olan 15.6 kg'dır. Buna karşın tavuk ve balık eti tüketimi Türkiye ortalamasının yaklaşık 2 katıdır. Bunun nedenleri araştırıldığında kırmızı et tüketiminin az olmasının en büyük nedeninin kırmızı etlerin kolesterol, damar sertliği ve kalp hastalığı risklerini artırmasından ötürü beyaz etlere göre pek tercih edilmemesi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca kırmızı etler tavuk ve balık etlerine göre pahalı olduğundan tüketiciler tarafından yeterince tercih edilmemektedirler.

Tüketicilerin gelir seviyeleri arttıkça daha fazla tavuk eti tükettiklerini araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Gelir seviyesinin artması tavuk etinin tersine olarak kırmızı et tüketimini fazla arttırmamaktadır. Özellikle gelir seviyesi arttıkça parça tavuk etine olan ilgi de artmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri Tekirdağ merkez ilçede çok sayıda tavuk ve ürünleri satan firmaların bulunmasıdır.

ANAHTAR KELİMELER : Tavuk eti, kırmızı et, balık eti, tüketim, tercih

SUMMARY

Thesis of Master

TEKİRDAĞ MERKEZ İLÇEDE KANATLI ETİ TÜKETİM DÜZEYİNİN İNCELENMESİ

Sevim GAYTANCIOĞLU

The University of Trakya, The Faculty of Agriculture in Tekirdağ

Dept. of. Animal Science

Advisor : Ass.Prof.Hasan AKYÜREK

1999, Pages : 27

Jury : Ass.Prof. Cemal POLAT,

Ass.Prof. Hasan AKYÜREK

Ass.Prof. Yahya Tuncay TUNA

The intention of this research is to calculate the red and white meat consumption per person in Tekirdağ central city. Furthermore, the factors that affect meat consumption have also been examined within this study.

According to the results of the survey that has been carried out by surveying 271 consumers in Tekirdağ central city, in order to determine their consumption of red meat, poultry and fish in Tekirdağ, poultry and fish consumption is above Turkey average and red meat consumption is a proximately 31 % below. In Tekirdağ red meat consumption per person is 15.6 kg which is a figure quite below the Turkey average which is 20.4 kg (1995). On the other hand, fish and meat consumption is approximately twice the Turkey average. When the reasons are examined, it is seen that the main reason for red meat consumption being low, is its not being preferred over poultry and fish due to the fact that it increases cholesterol, arteriosclerosis and heart diseases. Besides, red meat is more expensive than poultry and fish making it less preferable by consumers.

It is understood from the survey results that as the income levels of the consumers increase, they consume more poultry. The increase in the level of income does not increase red meat consumption, unlike poultry consumption. As the level of income increases, especially poultry by pieces is preferred. One of the main reasons for that is the presence of several companies in Tekirdağ central city, that sell poultry and side products

KEY WORDS : Poultry, red meat, fish meat, consumer, consumption

1. GİRİŞ

Bir toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik yönden gelişmesi, özlenen uygarlık düzeyine erişebilmesi, varlığını huzurlu ve güçlü bir şekilde sürdürebilmesi için temel koşullardan biri o toplumdaki bireylerin yeterli ve dengeli beslenmeleridir. İnsanların kendilerinden beklenen bilgi ve becerileri gösterebilmeleri, onların fiziksel ve ruhsal yönden sağlıklı olmalarıyla gerçekleşebilir. Sağlıklı olmanın yolu da yeterli ve dengeli beslenmeden geçer. Yani bir toplumun kalkınması o toplumun beslenmesi ile doğrudan ilgilidir.

Yetersiz ve dengesiz beslenen toplumlarda; bebek ve çocuk ölüm hızı yükselir, büyüme ve gelişme geriliği, doğrudan beslenmeye dayalı hastalıklar, enfeksiyonlara dirençsizlik, kronik dejeneratif hastalıklara duyarlılık ve iş veriminde düşüklük görülür. Tedavi harcamaları artar (Hasipek, 1991).

Son yıllarda gıda ve beslenme biliminin ışığı altında, beslenme kurallarının geniş ölçüde değişmesi sonucu, insanlar daha ziyade beslenme açısından büyük öneme sahip olan et ve etli gıdalara yönelmişlerdir. Özellikle gelişmiş ülkelerde et ve et ürünleri üretimi ve tüketimi büyük boyutlara ulaşmıştır. Bu ülkelerde et ve mamülleri 250 kadar değişik türde üretilirken bu sayı ülkemizde 10 civarında olup, kişi başına tüketilen et ve mamul miktarı da gelişmiş ülkelere göre çok düşük orandadır. Bunun yanında gelişmiş ülkelerde et ve mamülleri modern imalathanelerde, modern aletlerle üretilmekte, ülkemizde ise bazı işletmeler dışında üretim hala ilkel denilebilecek yöntem ve koşullarda yapılmaktadır. Ayrıca gelişmekte olan ülkeler arasında bulunan ülkemizde yetersiz ve dengesiz beslenmeye ilişkin sorunların halen güncelliğini koruması, bu sorunların çözümüne daha dikkatle eğilmeyi gerektirmektedir.

Bu araştırmanın amacı Tekirdağ merkez ilçede kişi başına düşen kırmızı ve beyaz et tüketimini hesaplamaktır. Ayrıca et tüketimini etkileyen faktörler de bu araştırma ile beraber incelenecektir. Araştırma yeri olarak Tekirdağ merkez ilçenin seçilmesinin nedeni; özellikle tavuk eti ve balık eti tüketiminin Türkiye ortalamasının çok üzerinde olacağı ön izlenimdir. Bu ön izlenimin nedenleri arasında Tekirdağ merkez ilçede oldukça fazla tavuk eti satıcısının bulunması ve Tekirdağ'ın bir sahil kenti olmasından ötürü balık eti tüketiminin yüksek olacağıdır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Tüketicilerin kırmızı et ve beyaz et tüketimlerini araştıran ve tesbit edebilen araştırmaların sayısı oldukça azdır. Araştırma bölgesi olan Tekirdağ'da ise böyle bir çalışma ilk defa yapılmaktadır. Direkt olarak araştırma konusu ile ilgili olmayan ancak konuya benzer nitelikte bulunan birkaç araştırma sonuçları aşağıda gösterilmiştir. Bu araştırma sonuçlarını kırmızı ve beyaz etin yapısal özelliklerini inceleyen araştırmalar, Türkiye'de kırmızı ve beyaz et üretim ve tüketimlerini inceleyen araştırmalar ve kırmızı ve beyaz et sanayiini inceleyen araştırmalar olmak üzere 3 grupta inceleyebiliriz.

2.1 Kırmızı ve Beyaz Etin Yapısal Özelliklerini İnceleyen Araştırmalar

İnal, T., (1992) "Besin Hijyeni Hayvansal Gıdaların Sağlık Kontrolü", isimli araştırmasında kırmızı et, tavuk eti ve balık etinin fiziksel ve kimyasal özelliklerini inceleyerek besin değerleri açısından söz konusu etleri birbirleri ile karşılaştırmıştır.

Gökalp, H.Y., Kaya, M. ve Zorba Ö., (1997) "Et Ürünleri İşleme Mühendisliği" isimli çalışmasında özellikle kırmızı etin işlenmesi ile ilgili konuları içeren bilgileri bir ders kitabında toplamışlardır. Bu ders kitabında et ürünleri üretiminde kullanılan katkı maddeleri ve et işleme teknolojisi de ayrıntılı olarak incelenmiştir.

2.2 Türkiye'de Kırmızı ve Beyaz Et Tüketimini İnceleyen Araştırmalar

Yalçın, S., Aktaş, N., Hasipek, S., Koçak, Ç., (1993) "Etlik Piliç Üretiminin Geliştirilmesi Açısından İç Tüketicinin İncelenmesi ve İrdelenmesi" adlı çalışmalarında İzmir ve Ankara'da tüketiciler ile yaptıkları anket sonuçlarına göre kişi başına tüketilen kırmızı et, tavuk eti ve balık etlerini analiz etmişlerdir. Bu araştırmaya göre kırmızı et tüketimini günlük 37-70 g arasında tüketenlerin oranını Ankara'da % 26.3, İzmir'de % 45.8 olarak bulunmuştur. Kırmızı eti 81 g'dan fazla tüketenlerin oranı Ankara'da % 18.3, İzmir'de % 7.9, hiç tüketmeyenlerin oranı ise sırası ile % 8.4 ve % 5.2'dir. Ankara'da bulunan tüketicilerin tavuk eti tüketiminin % 28.4'ü İzmir'deki tüketicilerinde % 45.8'i 37-70 gramlar arasında olmaktadır. Balık etinin tüketim oranı Ankara'da % 9.8-26.3, İzmir'de % 3.6-43.4 arasında değişmiştir. Yine bu araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin ekonomik düzeyleri dikkate alınarak et tüketimleri incelendiğinde kırmızı et tüketiminin gelir düzeyi ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Buna karşılık tavuk eti ile balık eti tüketimi gelir ile ilişkili bulunmamıştır.

Tatlıdıl, F., Gülçubuk, B., Çelik, H. (1993) "Farklı Gelir Düzeyindeki Ailelerin Tavuk Eti Tüketimi ve Bunu Etkileyen Faktörler" isimli çalışmalarında Ankara ili Çankaya ilçesinde

yaşayan, farklı gelir düzeyindeki ailelerin tavuk eti tüketimini ve bunu etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Yapılan bu araştırma sonucunda ailelerin gelir düzeyi ile haftalık et tüketimleri arasındaki ilişkinin doğru orantılı olduğu yani gelir arttıkça tavuk eti tüketiminin de arttığı sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak bu artış kırmızı ette tavuk etine nazaran daha fazladır. Bunun nedeni olarak kırmızı et çeşitliliğinin fazlalığı ve kırmızı etin tavuk etine göre daha lezzetli olması gösterilmiştir.

Çivi, H., Gürler, Z., Esengün, K., Karacığer, O., (1993) “ Tokat İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Kırmızı Et Tüketim Durumu” isimli çalışmalarında Tokat ilinde yaşayan tüketicilerden anket yoluyla bilgiler toplanmıştır. Toplanan bu bilgiler özellikle hane halklarının et tüketimleri ile ilgili bilgiler olup yapılan analizler sonucu en fazla kırmızı et tüketiminin koyun etinde olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca bu çalışmada kırmızı et tüketiminin önemli düzeyde hane halklarının gelir ve eğitim düzeyleri ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır.

İşbilen, Y., (1995)“Edirne İli Merkez İlçesi Kırmızı Et ve Et Ürünleri Pazarlaması” adlı çalışmasında Edirne ili merkez ilçede faaliyet gösteren 37 kasap ve 90 tüketiciden anket yoluyla bilgiler toplamıştır. Bu çalışmada daha çok Edirne ili merkez ilçede kırmızı et ve et ürünlerinin pazarlamasının genel yapısı ortaya konmuştur. Ayrıca anket uygulanan tüketicilerin 22.62 kg/yıl et tüketimi ile Türkiye ortalamasının (20.3 kg/yıl) biraz üzerinde kırmızı et tükettikleri bulunmuştur. Kırmızı et tüketiminde Edirne ilindeki tüketiciler daha çok dana etini (% 27.8) tercih etmekte ve et satın almada daha çok kıyma şeklinde (%48.64) alım yapıldığı da araştırma sonucunda ortaya çıkan bir bulgudur. Ayrıca bu çalışmada et tüketimi ile gelir düzeyi arasında doğru yönde bir ilişki de tesbit edilmiştir. Buna göre tüketicilerin gelirleri arttıkça et tüketimleri de artmaktadır. Yine bu araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin % 90’ı kırmızı eti kasaptan satın almaktadır.

Aksoy, T., Aksoy, Ş., (1995) “Trakya Bölgesinde Hindi-Kaz-Ördek Tüketim ve Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmalarında Trakya Bölgesinde yer alan üç ildeki (Edirne, Kırklareli, Tekirdağ) tüketicilerin Hindi, Kaz ve Ördek tüketimlerini incelemişlerdir. Bu illerdeki veriler, ailenin beslenmesinde birinci derecede rol oynayan ev hanımları ile anketler sonucu elde edilmiştir. Yapılan örnekleme çalışmaları sonucu Trakya bölgesini temsil eden 240 örnek ile anket yapılmış bu anketler çeşitli istatistiki analizler (khi-kare, hipotez testleri) ile analiz edilmiştir. Bu araştırmalar sonucunda Trakya Bölgesinde yer alan illerde yaşayanların yılda en az bir veya daha fazla pişirdikleri hindi, kaz ve ördek oranı sırasıyla % 61.3, % 32.9 ve

% 55.8'dir. Ayrıca söz konusu etlerin daha kolay ulaşılabilir hale gelmesi sonucunda tüketimin artacağı saptanmıştır.

2.3 Türkiye’de Kırmızı ve Beyaz Et Sanayiinin Durumunu İnceleyen Araştırmalar

Kızıloğlu, S., (1995) “1980’li Yıllardan 1993’e Uzanan Çizgide Kırmızı Et ve Et Mamülleri Sanayimizin Ülke Ekonomisine Etkileri ve Üretim Projeksiyonları” isimli bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de üretilen toplam etin % 24’ünün imalat sanayiinde yer alan modern işletmelerde et ve et mamülleri üretiminde kullanıldığını tespit etmiştir. Ayrıca hayvancılığın sorunlarını gidermek için öncelikli olarak yapısal politikalar izleyerek hayvancılığın teşvik edilmesinin gerektiğini ifade etmiştir.

Gündoğmuş, E. ve Tanrıvermiş, H., (1995) “Türkiye’de Hayvansal Ürünler Sanayi ve Sanayi-Üretici İlişkilerinin Geliştirilmesi” isimli bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada Türkiye’de hayvansal ürünler sanayi hakkında birçok istatistiki bilgiler (işletme sayıları, kapasite oranları, kesimhane sayıları, kırmızı et, beyaz et ve sakatat üretimleri vb) verilerek kırmızı et ve beyaz et sanayi genel olarak tanıtılmıştır. Ayrıca kırmızı ve beyaz et sanayiinde görülen sanayici-üretici ilişkilerinin geliştirilmesi için gerekli olan önlemler ve bu konuda alınabilecek yasal tedbirler üzerinde durulmuştur.

Dünya (1998) “Cumhuriyetin 75.Yılında Türkiye Ekonomisi” isimli 915 sayfalık ekte, tavukçuluk sanayi kapsamlı olarak incelenmiştir. Bu bölümde yumurta üretimi, tavuk eti dış ticareti ve tavuk eti üretimi rakamları ayrıntılı bir biçimde açıklanarak tavukçuluk sanayinin sorunları genel olarak incelenmiştir. Aynı ekte, kırmızı et sektörü de incelenmiştir. Kırmızı et üretimi, kesilen hayvan sayılarına ait istatistiki bilgiler verildikten sonra kırmızı et sanayiinin içinde bulunduğu sorunlar ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Öztan, A., (1998) “Hayvansal Üretimde Entegrasyon Modelleri” isimli bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada Türkiye’deki beyaz ve kırmızı et üretimine ilişkin istatistiki bilgiler ile et ve et ürünleri dış ticareti hakkında önemli bilgiler verilerek piyasada et fiyatlarının oluşumu değerlendirilmiştir. Ayrıca kırmızı et üretiminde entegrasyonun önemi üzerinde durularak kırmızı et entegrasyonun, beyaz ettekine benzer bir şekilde yapılmasının Türkiye ekonomisine getireceği faydalar yorumlanmıştır.

Gökalp vd., (1997), “Et Ürünleri İşleme Mühendisliği”, isimli çalışmasında et sanayiinin tarihsel gelişimini incelemiştir. Et Balık Kurumu kurulması, et kombinalarının Türkiye genelindeki dağılımı ve kapasiteleri ile ilgili sayısal veriler çalışmada verilmiştir. Türkiye’de

kurulu bulunan et sanayi işletmelerinin sorunları hakkında genel bilgiler verilmiştir. En önemli sorunlar arasında Türkiye’de et sanayii tesislerinin çoğu modern ve teknolojik yapılanmadan yoksun ve genel sağlık koşulları bakımından da yetersiz kuruluşlar olmasının ön plânda olduğu belirtilmiştir.

Akbay, vd., (1995), "Tavukçuluk Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri" isimli çalışmasında Türkiye'deki tavukçuluğun bir tarımsal işletme kavramı içerisinde ele alınışını tarihsel açıdan incelemiştir. Tavukçuluğun özellikle 1956 yılında Yem Sanayii T.A.Ş.’nin kurulması ile rasyonel beslenme şartları oluşmaya başlamıştır. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak 1960’lı yılların başında eldeki genetik materyalin yetersizliği anlaşılarak ilk defa 1963 yılında hibrit ebeveyni ithalleri başlamış ve böylece modern tavukçuluğun temelleri atılmıştır. 1970’lerde modern işletmelerin sayılarında artış görülmeye başlanmışsa da, bu konudaki önemli atılımlar 1980’den itibaren tavuk ürünleri ihracatının başlaması ile ortaya çıkmıştır. 1980 yılına kadar, ebeveyn ithalleri sadece ana ve baba hatları kapsadığı halde, 1980 yılından itibaren büyük ebeveyn ana ve baba hatları da ithal edilmeye başlanmış ve büyük ebeveyn işletmeleri, ana damızlık işletmeleri adı altında ebeveyn üretimine geçmişlerdir. 1990’lı yılların ikinci yarısında olduğumuz şu günlerde tavukçuluk sektörü teknolojik olarak çok iyi bir yerdedir. Buna karşılık birimlerdeki yapılanma, iç ve dış pazar potansiyeli, pazar organizasyonu, birimlerdeki yapılaşma ve örgütlenme düzeyleri ile fiziki ve yasal altyapısı diğer önemli konular da halen istenilen seviyeye gelinememiştir.

2.4 Kırmızı Et ve Beyaz Etin Fiziksel Bakımından Karşılaştıran Araştırmalar

H.Y.Gökalp, (1984) "Genel Et Bilimi ve Teknolojisi", isimli çalışmasında kırmızı eti fiziksel özelliklerine göre değerlendirmiştir. Bu çalışmada kırmızı et, et proteinleri, ette bulunan yağlar, et vitaminleri, ette bulunan mineral maddeler, et karbonhidratları açısından incelenmiştir. Çalışmada etin insan gıdası olarak bileşimi hakkında bilgiler verilerek, pişirilmiş etlerin bileşimi ve besin değerleri ile işlenmiş ve kür edilmiş etlerin besin değerleri ve donmuş etlerin kimyasal kompozisyonu ve besin maddeleri içerikleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bu çalışmada sakatatların bileşimi ve insan beslenmesindeki önemi de geniş kapsamlı olarak incelenmiştir.

İnal, T., (1992), "Besin Hijyeni" isimli çalışmasında, beyaz etin fiziksel özelliklerini incelemiştir. Beyaz et kapsamında kanatlı etleri ve balık etini incelemiştir. Kanatlı etlerinin kimyasal bileşimi ile kanatlı etlerindeki mineral maddeler, vitamin miktarları ve iz elementler hakkında yapılan araştırmaların sonuçları çalışmada yer almıştır.

Aktaş, N., (1988), "Çeşitli Yöntemlerle Pişirmenin Tavuk Etlerinin Bazı Besin Öğeleri Kapsamlarına Etkisi", isimli çalışmasında çeşitli etlerde yapılan pişirmeler sonucunda etlerin amino asit kompozisyonlarının karşılaştırılması yapılmıştır. Yine bu çalışma bünyesinde, çeşitli kümes hayvan etlerinin doymuş ve doymamış yağ içerikleri hakkında yapılan araştırma sonuçları hakkında bilgiler verilmiştir.

İnal, T., (1992), "Besin Hijyeni" isimli çalışmasında, balık etinin protein değerlerini çeşitli gıdalarla karşılaştırmıştır. Yapılan bu karşılaştırma sonucunda balık etinin anne sütüne yakın bir protein değerine sahip olduğu anlaşılmıştır. Balık etinde bulunan vitaminlerin ortalama miktarları da araştırma kapsamında incelenmiştir.



3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1 Materyal

Bu araştırmada, Tekirdağ ili merkez ilçede yaşayan insanların kırmızı et ve beyaz et tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Konu ile ilgili materyaller, yapılan örnekleme çalışmaları sonucunda Tekirdağ merkez ilçeyi temsil eden örnek kitleye anket uygulanarak elde edilen birincil verilere dayanmaktadır. Yapılan anketler bilgisayarda çeşitli programlar (Excel 7.0 ve MSTAT) yardımıyla değerlendirilmiş ve sonuçları analiz edilmiştir.

Araştırmada, ayrıca Türkiye'deki kırmızı et ve beyaz et üretim, tüketim, ithalat ve ihracat gibi ikincil veriler yer almaktadır. Bu veriler çeşitli kurumların (DİE, DPT) yayınlarından elde edilmiştir.

3.2 Yöntem

3.2.1 Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemleri

Tekirdağ merkez ilçede 1997 yılı nüfus sayımı sonuçlarına göre 92 710 kişi yaşamaktadır (DİE; 1998). Populasyondan çekilen örnek, % 5 hata payı ile örnekleme çalışmaları sonucu Tekirdağ ilini temsil eder hale getirilmiştir. Bu amaçla çekilen bu örneğin kırmızı et ve beyaz et tüketim sonuçlarını en iyi yansıtabilecek ve doğru bilgi alınabilecek bilinçli tüketiciler olması gerçeğinden hareket edilmiştir. Bilinçli tüketici olarak genelde 18 yaşından büyük tüketiciler anlaşılmaktadır.

Araştırma amacına göre araştırma kapsamından çekilecek örneğin hacmi şu şekilde hesaplanmıştır (Güneş ve Arıkan, 1988).

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{D} \right]^2 p.q$$

n = Örnek sayısı

$Z_{\alpha/2}$ = z değeri (1.645)

p = Tüm ailelerin et tüketme alışkanlığı*

q = $1-p$

D = Hata Payı = (% 5)

Tekirdağ'daki tüketicilerin et tüketimlerine ilişkin daha önceden yapılmış bir araştırma bulunmadığından bu tip örnekleme türünde uygulanan genel kural (p) = (q) = 0.5 kabul edilmiştir. Bu durumda sabit bir örnekleme hatası ve güvenilirlik derecesi mümkün olan en büyük örnek

hacmi elde edilmektedir. Örnekleme hatası (D) % 5 ve güvenilirlik derecesi % 90 ($z_{\alpha/2} = 1.645$) kabul edilirse yapılması gereken anket sayısı (örnek hacmi),

$$n = \left[\frac{1.645}{0.05} \right]^2 0.5 \cdot 0.5 = 270.6 \cong 271 \checkmark$$

Örneklemede kullanılan bu formül sayesinde Tekirdağ merkez ilçede ana popülasyonu temsil eden 271 kişiye anket uygulanmıştır. Anket uygulanan kişilerin evli bayan olmasına dikkat edilmiştir. Genelde alışverişleri bayanların yönlendirmesi ve yemekleri bayanların hazırlaması, örnek kitlenin bunun üzerine yoğunlaştırılmasına neden olmuştur.

Ankete katılanlar; eğitim düzeyleri, gelir grupları ve nereli oldukları dikkate alınarak et tüketimleri çizelgelerde değerlendirilmiştir. Bu amaçla anket formu hazırlamada ve anketlerin yapılmasında tüketicilerin et tüketim miktarları yanında demografik bilgileri de öğrenilmiştir.

3.2.2 Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Araştırma kapsamına giren 271 adet tüketici ile yapılan anketler için, Excel 7.0 paket programında genel bir veri tabanı oluşturulmuş ve sorulan sorulara göre genel bir kodlama plânı yapılmıştır. Tüketicilerin anket formundaki bazı sorulara verdikleri cevaplar için (örneğin etleri pişirme ve satın alma şekli) sadece oranlardan yararlanılmış ve çizelgeler halinde yorumlanmıştır.

Değişik sosyal sınıflar ile kişi başına kırmızı ve beyaz et tüketim miktarları arasında olabilecek ilişkilerin araştırılmasında khi-kare testleri yapılmıştır. Tüketicilerin et satın alırken tüketici gözünde belirli özellikler açısından algılanması ve kişi başına et tüketim miktarları bakımından değişik gelir grupları arasındaki farkların test edilmesi için de korelasyon katsayısından yararlanılmıştır.

Çizelge 4.1'den de anlaşılacağı gibi ankete katılanların % 4.1'i hiç kırmızı et tüketmediklerini belirtmişlerdir. Hiç kırmızı et yemeyen tüketiciler ya vejeteryan olduklarını, ya da kırmızı et yerine beyaz et yemeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir. Ankete katılan tüketicilerin çoğunluğu ayda kişi başına 0.6-1 kg arasında et tükettiklerini belirtmişlerdir. Ankete katılanların et tüketimi ortalaması ise 15.6 kg/yıl'dır. Bu tüketim Türkiye ortalamasının altındadır. Bu durum Çizelge 4.2'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.2 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Kırmızı Et Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Tüketim Miktarı (kg/yıl/kişi)	Tekirdağ Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Türkiye Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Fark (%)
Kırmızı et (kuzu, keçi ve sığır eti, kıyması veya parça ve sakatat)	15.6	20.4	- 31

Çizelge 4.2'den de anlaşılacağı gibi Tekirdağ'da kişi başına kırmızı et tüketimi 15.6 kg/yıl'dır. Bu rakam Tekirdağ'da 1995 Türkiye ortalaması olan 20.4 kg'a göre % 31 daha az kırmızı et tüketildiğini göstermektedir.

4.1.2 Kırmızı Et Tüketim Şekli

Kırmızı etin ne şekilde tüketildiğini tespit edebilmek için tüketicilere "kırmızı eti daha çok ne şekilde tüketirsiniz?" diye bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 6.3'de gösterilmiştir. Bu soruda dikkat edilmesi gereken nokta en çok tercih edilen tüketim şeklidir. Örneğin kıyma satın alan bir kişi aynı zamanda parça et veya sakatat da satın alabilmektedir. Çünkü tüketiciler genelde kendilerine sunulan seçeneklerin birçoğunu tüketmektedir. Ama bu soruda tüketicinin en çok tercih ettiği kırmızı et şeklinin ne olduğu öğrenilmeye çalışılmıştır.

Çizelge 4.3 Kırmızı Etin Tüketilme Şekli

Kırmızı Et Çeşitleri	Sayı	Oran (%)
Parça	39	14.4
Kıyma	212	78.2
Salam, sosis, sucuk	3	6.2
Sakatat	17	1.2
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.3'den de anlaşılacağı gibi tüketicilerin % 78.2 gibi önemli bir bölümü kırmızı eti daha çok "kıyma" şeklinde tüketmektedir. Kırmızı et daha sonra "parça et" şeklinde tüketilmekte olup, en az sakatat şeklinde tüketilmektedir.

4.1.3 Kırmızı Etin Pişirilme Şekli

Kırmızı etin pişirilme şekli de araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu amaçla tüketicilere “kırmızı eti daha çok ne şekilde pişirirsiniz ?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.4’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.4 Kırmızı Etin Pişirilme Şekli

Piştirilme Şekli	Sayı	Oran (%)
Çoğunlukla tek başına	118	43.6
Çoğunlukla yemeğin içinde	153	56.4
TOPLAM	271	100.0

Kırmızı et daha çok yemeklerle birlikte kullanılmaktadır (% 56.4). Kırmızı eti daha çok yemeğin içinde kullanmanın en önemli nedeninin pahalılığından ötürü olduğu anketlerin yapılması sırasında tüketicilerle yapılan görüşmelerden anlaşılmıştır. Birçok tüketici “eti bir defada pişirip bitireceğime, yemeklerde kullanır, et ihtiyacımı karşılar idare ederim” şeklinde konuşmuşlardır.

4.2 Beyaz Et Tüketimine İlişkin Bulgular

Bu bölümde eti beyaz olan hayvanlardan elde edilen hayvansal ürünlere karşı tüketicilerin tutum ve davranışları incelenmiştir. Beyaz et kapsamında daha çok balık eti ve tavuk etine ait sorulara yanıtlar aranmış bu etlerin dışında hindi, kaz ve ördek eti tüketimine ilişkin bazı sorular da tüketicilere sorulmuştur.

4.2.1 Balık Eti Tüketimine İlişkin Bulgular

Tekirdağ merkez ilçede, kişi başına balık eti tüketim miktarını tespit edebilmek için tüketicilere “yılın ortalamasını dikkate alarak aylık balık eti tüketiminiz kaç kg’dır ?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar Çizelge 4.5’de görülmektedir. Kişi başına balık eti tüketim miktarı hesaplanırken kırmızı et hesaplama yöntemine paralel hareket edilmiştir. Balık eti tüketim miktarı hesaplanırken sadece deniz ve göllerde tutulan balıklar değil konserve olarak tüketilen balık etleri de hesaplama dahil edilmiştir. Çünkü son yıllarda konserve

balıkçılık konusunda birçok firma faaliyete geçmiş ve tüm bakkal ve marketlerde balık eti konserveleleri rahatça bulunur hale gelmiştir.

Çizelge 4.5 Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Balık Eti Tüketim Miktarı (kg/kişi/yıl)

Tüketim Miktarı (kg)	Sayı	Oran (%)
Hiç tüketmiyorum	35	12.9
0.5 kg'a kadar	55	20.3
0.6-1 kg	125	46.1
1.1-1.5 kg	22	8.2
1.6-2.0 kg	10	3.7
2 kg'dan fazla tüketiyorum	24	8.8
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.5'den de anlaşılacağı gibi ankete katılanların % 12.9'u hiç balık eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Ankete katılan tüketicilerin çoğunluğu ayda kişi başına 0.6-1 kg arasında et tükettiklerini belirtmişlerdir. Ankete katılanların balık eti tüketimi ortalaması ise 11.8 kg/yıl'dır. Kırmızı et tüketiminin tersine, balık eti tüketiminde Tekirdağ ortalaması Türkiye ortalamasının üzerindedir. Bu durum Çizelge 4.6'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.6 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Balık Eti Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Tüketim Miktarı (kg/yıl/kişi)	Tekirdağ Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Türkiye Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Fark (%)
Balık eti	11.8	8.0	+ 48

Çizelge 4.6'dan da anlaşılacağı gibi Tekirdağ'da kişi başına balık eti tüketimi 11.8 kg/yıl'dır. Bu rakam 1995 Türkiye ortalaması olan 8.0 kg'a göre Tekirdağ'da % 48 daha fazla balık eti tüketildiğini göstermektedir. Bunun da en önemli nedeni Tekirdağ'ın bir deniz kenti olmasıdır.

Anketler yapılırken birçok tüketicinin (%12.9) hiç balık eti tüketmediği anlaşılmıştır. Bunun balık etini sevmemekten mi yoksa başka bir nedenden mi kaynaklandığını anlayabilmek için tüketicilere "Yeterince balık eti tükettiğinize inanıyor musunuz?" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Tüketicilerin % 63.4 gibi büyük bir çoğunluğu yeterince balık eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Bunun nedeni tüketicilere sorulmuş ve alınan yanıtlar Çizelge 4.7'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.7 Tüketicilerin Yeterince Balık Eti Tüketmemelerinin Nedenleri

Nedenler	Sayı	Oran (%)
Pahalı olduğu için	48	17.7
Hazırlaması zor	61	22.4
Her zaman aynı kalitede bulamıyorum	117	43.2
Alışkanlığım yok	45	16.7
TOPLAM	271	100.0

Yeterince balık eti tüketilmemesinin en önemli nedeni olarak(% 43.2) tüketiciler “her zaman aynı kalitede bulamıyorum” şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu soruya yine önemli oranda (% 22.4) tüketici ise “hazırlamasının zor” olduğunu söylemiştir. Anketlerin tamamının bayanlarla yapılması, bayanların balık eti pişirmeyi sevmediklerini göstermektedir.

4.2.2 Tavuk Eti Tüketimine İlişkin Bulgular

4.2.2.1 Tavuk Eti Tüketim Miktarları

Tekirdağ merkez ilçede, kişi başına tavuk eti tüketim miktarını tespit edebilmek için tüketicilere “yılın ortalamasını dikkate alarak aylık tavuk eti tüketiminiz ne kadardır?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Alınan yanıtlar Çizelge 4.8’de görülmektedir.

Kişi başına tavuk eti tüketimi de hesaplanırken kırmızı et ve balık etindeki yöntemle göre hareket edilmiştir. Tavuğun yenilebilen tüm organları (ciğer, taşlık vb.) ve tavuk ürünleri (tavuk kıyması, köftesi vb.) tavuk eti olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 4.8 : Tekirdağ Merkez İlçede Kişi Başına Tavuk Eti Tüketim Miktarı (kg/kişi/yıl)

Tüketim Miktarı (kg)	Sayı	Oran (%)
Hiç tüketmiyorum	9	3.3
0.5 kg’a kadar	29	10.7
0.6-1 kg	124	45.8
1.1-1.5 kg	43	15.9
1.6-2.0 kg	37	13.7
2 kg’dan fazla tüketiyorum	29	10.6
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.9'dan da anlaşılabacağı gibi tüketicilerin büyük çoğunluğu ayda kişi başına 0.6-1 kg arası tavuk eti tüketmektedirler. Ankete katılanların tavuk eti tüketimi ortalaması ise 13.6 kg/yıl'dır. Kırmızı et tüketiminin tersine, tavuk eti tüketiminde Tekirdağ ortalaması Türkiye ortalamasının üzerindedir. Bu durum Çizelge 4.10'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.10 Tekirdağ İle Türkiye Yıllık Tavuk Eti Tüketim Miktarının Karşılaştırılması (kg/kişi)

Tüketim Miktarı (kg/yıl/kişi)	Tekirdağ Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Türkiye Tüketim Miktarı Ortalaması (kg/yıl/kişi)	Fark (%)
Tavuk eti	13.6	7.0	+ 98

Çizelge 4.10'dan da görüldüğü gibi Tekirdağ'da kişi başına tavuk et tüketimi 13.6 kg/yıl'dır. Bu rakam 1995 Türkiye ortalaması olan 7.0 kg'a göre yaklaşık iki katıdır. Tekirdağ'daki tüketiciler Türkiye ortalamasının % 98 daha üzerinde tavuk eti tüketmektedirler. Bunun en önemli nedeni Tekirdağ merkez ilçede çok sayıda tavuk eti satan mağazanın bulunması ve tavuk etinin özellikle kırmızı ete göre ve balığın az bulunduğu aylarda balık etine göre daha ucuz olmasıdır.

4.2.2.2 Tavuk Etinin Pişirilme Şekli

Tavuk etinin pişirilme şekli de araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu amaçla tüketicilere "tavuk etini (yenilebilir iç organlarda dahil) en çok ne şekilde pişiriyorsunuz?" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.11'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.11 Tavuk Etinin Pişirilme Şekli

Piştirilme Şekli	Sayı	Oran (%)
Çoğunlukla tek başına	230	84.9
Çoğunlukla yemeğin içinde	41	15.1
TOPLAM	271	100.0

Tavuk eti daha çok (% 84.9) tek başına pişirilmektedir. Buna neden olarak tüketiciler tavuk ve tavuk ürünlerinin genelde "tek bir yemek" olarak düşünüldüğünü ve bu yemeğin yanına genellikle pilav veya çorba gibi tamamlayıcı bir yemek yapıldığını söylemişlerdir. Yemeklerin içerisinde tavuk eti katan tüketiciler ise genelde tavuğun artan parçalarını (boyun, göğüs) yemekle birlikte değerlendirdiklerini belirtmişlerdir.

4.2.2.3 Tavuk Etinin Satın Alınma Şekli

Tekirdağ'da tavuk eti tüketiminin Türkiye ortalamasına göre çok fazla olması, tavuk eti konusunda biraz daha ayrıntılı araştırma yapılmasına neden olmuştur. Bu amaçla tüketicilerin tavuk eti satın alma şekilleri öğrenilmek istenmiş ve bu amaçla “tavuk etini daha çok ne şekilde satın alırsınız ?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.12’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.12 Tavuk Etinin Satın Alınma Şekli

Satın alma şekli	Sayı	Oran (%)
Çoğunlukla bütün	75	27.8
Çoğunlukla parçalanmış	146	53.8
Yarısı bütün yarısı parçalanmış	50	18.4
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.12’de de görüldüğü gibi Tekirdağ’da tavuk eti daha çok “parçalanmış” olarak satılmaktadır. 1970’li ve hatta 1980’li yılların ilk yarısına kadar tavuk eti “parçalanmış” olarak değil, daha çok “bütün” olarak satılmakta iken, tavuk eti sanayinin gelişmesi ile birlikte birçok entegre tavuk eti sanayi kurulmuş ve tavuk eti “bütün” olarak satılabildiği gibi “parçalanmış” olarak da satılmaktadır. Ev hanımları parçalanmış tavuk etini tercih etmelerindeki en büyük nedeninin “sadece ailede sevilen parçayı/parçaları satın alıyorum, bunun dışındakileri almıyorum” şeklinde olduğunu belirtmişlerdir.

Ev hanımlarının tavuk eti satın alırken genellikle hangi parçaları satın aldıklarını öğrenebilmek için tercih ettikleri parçalar sorulmuş ve alınan yanıtlar Çizelge 4.13’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.13 Parçalanmış Tavuk Eti Satın Almada Tercih Edilen Parça

Parça Çeşidi	Sayı	Oran (%)
But	180	66.5
Göğüs	47	17.0
Kanat	24	8.7
Boyun	5	1.9
Ciğer, taşlık, yürek	15	5.9
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.13’den de anlaşılacağı gibi tüketiciler parçalanmış tavuk etinde en fazla (% 66.5) “but” tercih etmektedirler. Daha sonra “göğüs”(% 17) tercih edilmektedir. En az tercih edilen ise (% 1.9) “boyun” dur.

4.2.2.4 Tavuk Etinden Elde Edilen Ürünlerin Tercih Edilme Durumu

Bu bölümde tavuk etinin çeşitli işlemlerden geçirilerek yeni ürünlere dönüştüğü ürünlere (tavuk kıyması, tavuk bifteği, şiş, şnitzel, tavuk köftesi, tavuk salamı, tavuk sosisi) karşı tüketicilerin davranışları incelenmiştir. Bu ürünler,

1. Tavuk kıyması,
2. Tavuk bifteği, şiş, şnitzel, tavuk köftesi
3. Tavuk salamı ve tavuk sosisi olmak üzere 3 grupta incelenmiştir.

4.2.2.4.1 Tavuk Kıyması Hakkında Tüketicilerin Tutum ve Davranışları

1990’lı yılların başından itibaren tavukçuluk sektörünün daha entegre olmasıyla birlikte faaliyet vermeye başlayan tavuk ve tavuk ürünleri satan dükkanların çoğalması, tavuğun bütün olarak değil çeşitli tavuk ürünlerine parçalanarak hatta çeşitli işlemlerden geçirilerek satılmasına neden olmuştur. Bu ürünlerden biri de tavuk kıymasıdır.

Araştırma başlangıcında yapılan deneme anketlerinde bazı tüketicilerin tavuk kıymasından haberi olmadığına dikkat çekilerek anketlere “tavuk kıyması kullanıyor musunuz?” sorusundan önce “tavuk kıymasını biliyor musunuz ? şeklinde bir sorunun sorulma nedenini ortaya çıkarmıştır.

”Tekirdağ merkez ilçede yaşayan tüketicilerin % 72’si tavuk kıymasından haberleri olduğunu belirtmişlerdir. Tavuk kıyması olduğunu bilmeyen tüketicilerin % 28 gibi azımsanmayacak bir oran olması bu ürünün yeterince tanınmamasından kaynaklanmaktadır.

Çizelge 4.14 Tavuk Kıyması Kullanılma Sıklığı

Kullanılma Sıklığı	Sayı	Oran (%)
Hiç kullanmıyorum	119	44.0
Çok seyrek kullanıyorum	129	47.6
Sıkça kullanıyorum	23	8.4
TOPLAM	271	100.0

Tavuk kıyması kullanmış tüketicilerin kullanım yaygınlığını öğrenebilmek için “tavuk kıyması kullanıyor musunuz?” sorusu tüketicilere yöneltilmiş ve bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.14’de gösterilmiştir. Tavuk kıyması kullanmış tüketicilerin % 44 gibi önemli bir kısmı tavuk kıymasını bir defa denedikten sonra bir daha kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu soruya çoğunlukla(% 47.6) verilen yanıt ise tavuk kıymasının çok seyrek kullanıldığı şeklindedir.

Tavuk kıyması kullanımının ya hiç ya da çok az olmasının nedenleri tüketicilere sorulmuş ve bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.15’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.15 Tavuk Kıyması Kullanımının Az Olmasının Nedenleri

Kullanılmama Nedenleri	Sayı	Oran (%)
Bulunması zor	22	8.1
Alışkanlığım yok	232	85.6
Güvenmiyorum, çabuk bozulabilir	17	6.3
TOPLAM	271	100

Tavuk kıyması kullanımının az olmasına tüketiciler büyük bir oranda (% 85.6) “alışkanlığım yok” şeklinde yanıt vermişlerdir. Bunun üzerine tüketicilere “şu önlemlerden hangisi tavuk kıyması tüketiminizi artırır ?” diye bu konuya ilişkin başka bir soru yöneltilmiş ve Çizelge 4.16’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.16 Tavuk Kıyması Tüketiminin Artmasına Yardımcı Olabilecek Öneriler

Tavuk kıyması tüketimini artırabilecek önlemler	Sayı	Oran (%)
Fiyatı düşerse	64	23.6
Daha iyi ambalajlanırsa	21	7.8
Satıcı gözümün önünde hazırlarsa	186	68.6
TOPLAM	271	100

Çizelge 4.16’dan da anlaşılacağı gibi tavuk kıymasının fiyatı cezbedici bir unsur değildir. Buna karşın tüketiciler tavuk kıymasının önceden hazırlanmış olarak satılmasından şikayetçidirler. Çünkü tavuk kıymasının hazırlanmasını ve içine hangi parçaların konduğunu bizzat görmek istemektedirler. Bu nedenle eğer satıcılar, tüketicilerin gözünün önünde tavuk kıymasını hazırlarsa tavuk kıyması kullanımı yaygınlaşabilir.

4.2.2.4.2 Tavuk Bifteği, Şiş, Şnitzel ve Tavuk Köftesi Kullanımı

Tavuk etinden elde edilen ürünlerden olan tavuk bifteği, şiş, şnitzel ve tavuk köftesi gibi ürünlerin kullanım yaygınlığı öğrenabilmek için tüketicilere bu ürünleri hangi sıklıkla kullandığı sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.17’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.17 Tavuk Bifteği, Şiş, Şnitzel ve Tavuk Köftesi Kullanım Sıklığı

Kullanım Sıklığı	Sayı	Oran (%)
Hiç tüketmem	117	43.2
Çok seyrek	88	32.5
15 günde bir	45	16.6
Ayda bir defa	21	7.7
TOPLAM	271	100.0

Tavuk kıyması gibi, tavuk bifteği, şiş, şnitzel ve tavuk köftesi kullanımının da pek yaygın olmadığı Çizelge 4.17’den de anlaşılmaktadır. Genelde bu ürünlerin kullanımının çok az olduğu anlaşılmaktadır.

4.2.2.4.3 Tavuk Salamı ve Tavuk Sosisi Kullanımı

Yine tavuk etinin çeşitli işlemlerden geçirilmesi ile elde edilen ürünlerden olan tavuk salamı ve tavuk sosisinin kullanımının yaygınlığını öğrenabilmek için bu ürünlerin satınalma sıklıkları tüketicilere sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.18’de görülmektedir.

Çizelge 4.18 Tavuk Salamı ve Tavuk Sosisi Kullanım Sıklığı

Kullanım Sıklığı	Sayı	Oran (%)
Hiç tüketmem	169	62.4
Çok seyrek	81	29.9
15 günde bir	17	6.2
Ayda bir defa	4	1.5
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.18’den de anlaşılabacağı tavuk salamı ve tavuk sosisi kullanımı da çok yaygın değildir. Tüketicilerin çoğunluğu (% 62.4) bu ürünleri hiç kullanmamaktadır.

4.2.3 Hindi, Kaz ve Ördek Etinin Kullanımı

Araştırma kapsamında beyaz et olarak hindi, kaz ve ördek etlerinin de kullanımının tespit edilmesi istenmiştir. Bu ürünlerin kullanımının ne düzeyde olduğunu öğrenebilmek için “tavuk eti dışında tükettiğiniz kümes hayvanları eti var mıdır?” şeklinde bir soru yöneltilerek kullanım sıklığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.19’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.19 Hindi, Kaz ve Ördek Etleri Kullanım Sıklığı

	Hindi		Kaz		Ördek	
Kullanım Sıklığı	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Hiç kullanmıyorum	180	66.6	240	88.6	255	94.2
Yılda 1 kez kullanıyorum	80	29.4	19	7.0	10	3.6
Yılda 2-3 kez kullanıyorum	9	3.3	12	4.4	4	1.5
Yılda 2-3’den daha fazla kullanıyorum	2	0.7	-	0.0	2	0.7
TOPLAM	271	100.0	271	100.0	271	100.0

Çizelge 4.19’dan da anlaşılacağı gibi Tekirdağ merkez ilçede hindi, kaz ve ördek etlerinin kullanımı yaygın değildir. Sadece hindi etinin yılda 1 defa kullanımının fazla olduğunu görüyoruz. Bunun da nedeni yılbaşında hindi tüketiminin artması ile açıklanabilir.

4.2.4 Et Tüketimi İle Fiyat Arasındaki İlişkiler

Tüketicilerin beğenisine sunulan etlerin fiyatları birbirinden farklıdır. Araştırmanın yapıldığı 1998 yılı Temmuz ayında Tekirdağ merkez ilçede araştırma kapsamında incelenen etlerin fiyatları;

- Kırmızı et 1 800 000 TL/kg,
- Tavuk eti 1 000 000 TL/kg
- Balık eti 700 000 TL/kg şeklinde bulunmaktaydı.

Tüketicilerin et seçiminde bulunmalarında, alternatif etlerin fiyatlarının ne derece etkili olduğunu öğrenebilmek için bu etler arasında et fiyatı ve tüketici tercihi arasında birtakım ilişkiler aranarak çeşitli konu başlıklarında incelenmiştir. Et denilince akla genelde kırmızı et geldiği için kırmızı et baz alınarak bu etin tavuk eti ve balık eti ile fiyat yönünden ilişkileri incelenmiştir.

4.2.4.1 Kırmızı Et Fiyatı İle Tavuk Eti Fiyatı Arasındaki İlişkiler

Tekirdağ merkez ilçede yaşayan tüketicilerin kırmızı ve tavuk eti tüketimlerinin fiyata bağlı değişiklikler gösterebileceği dikkate alınarak “Şu anda (Temmuz 98) kırmızı et fiyatı 1 800 000 TL, tavuk eti fiyatı 1 000 000 TL’dir. Eğer aradaki fiyat farkı azalsa tavuk eti tüketiminiz de azalır mı ? Örneğin kırmızı et 1 800 000, tavuk eti 1 400 000 TL olursa ne yaparsınız ?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.20’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.20 Tavuk Eti Fiyatı Yükseldiği Taktirde Tüketici Davranışlarının İncelenmesi

Tavuk eti fiyatı yükselirse kırmızı et tüketiminiz azalır mı?	Sayı	Oran (%)
Azalır	59	21.8
Azalmaz	212	78.2
TOPLAM	271	100.0

Tavuk eti fiyatının artması durumunda tüketicilerin % 78.2 gibi önemli bir bölümü tavuk eti tüketimlerini azaltmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir. Bu da gerçekten tavuk etinin tüketiminin fiyata bağlı olmayıp, bilinçli bir şekilde yapıldığının bir göstergesidir. Fiyata bağımlılığın gerçekten olmadığını daha iyi anlayabilmek için bu defa kırmızı et ve tavuk etinin aynı fiyattan satılması durumunda tüketicilerin tercihini öğrenebilmek için “kırmızı et ve tavuk eti aynı fiyattan satılsa ne yaparsınız ?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.21’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.21 Tavuk Eti Fiyatı İle Kırmızı Et Fiyatının Eşitliği Durumunda Tüketici Tutumu

Tavuk eti fiyatı ile kırmızı et fiyatı eşit olursa ?	Sayı	Oran (%)
Tavuk etini hiç tüketmem	5	1.8
Tavuk etini çok seyrek tüketirim	42	15.5
Tavuk etini şu andakinden daha az tüketirim	62	22.9
Tavuk etini şu anki düzeyde tüketirim	162	59.8
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.21’den de anlaşılacağı gibi tavuk eti ve kırmızı et fiyatının eşit olması durumunda dahi tüketicilerin büyük bir bölümü (% 59.8) tavuk etinden vazgeçmeyi düşünmemektedirler.

4.2.4.2 Kırmızı Et Fiyatı İle Balık Eti Fiyatı Arasındaki İlişkiler

Tekirdağ'ın bir deniz kenti olması nedeniyle Tekirdağ'da balığın bol tüketildiği kişi başına balık tüketiminin yüksek olmasından da anlaşılmaktadır. Ancak Tekirdağ'ın deniz şehri olmasına rağmen balık eti sürekli bulunmamaktadır. Artan deniz kirliliği balıkların neslinin giderek azalmasına neden olmakta ve balık etinin sürekli bulunması söz konusu olamamaktadır. Bu nedenle tavuk etinde olduğu gibi kırmızı et fiyatları ile balık eti fiyatları arasında bir paralellik kurmak mümkün olamamaktadır. Çünkü balığı her zaman bulmak mümkün değildir.

Özellikle hava koşullarının iyi gittiği zamanlarda balığın bol bulunması olası iken hava koşullarının bozulmasıyla balık avı yapılamamaktadır. Bu nedenle tüketicilere sadece "kırmızı et ve balık eti fiyatı eşit olsa ne yapardınız ?" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen yanıtlar Çizelge 4.22'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.22 Balık Eti Fiyatı İle Kırmızı Et Fiyatının Eşitliği Durumunda Tüketici Tutumu

Balık eti fiyatı ile kırmızı et fiyatı eşit olursa ?	Sayı	Oran (%)
Balık etini tercih ederim	41	15.2
Kırmızı etini tercih ederim	63	23.2
İkisini de şu anki gibi tüketirim	167	61.6
TOPLAM	271	100.0

Çizelge 4.22'den de anlaşılabacağı gibi balık eti tüketimi ile balık eti veya kırmızı et fiyatı arasında pek önemli bir ilişki bulunmamaktadır. Balık eti kendine özgü bir lezzete sahip bulunduğundan neredeyse fiyatı ne kadar olursa olsun tüketilebilme özelliğine sahiptir.

4.2.5 Tüketici Geliri İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

Gerek kırmızı et, gerek tavuk eti ve gerekse de balık eti tüketiminde, tüketici gelirinin büyük etkisi vardır. Tüketicilerin gelirleri aylık, 50 milyon TL'nin altında, 50-70 milyon arası, 71-100 milyon arası, 101-150 milyon TL arası ve 151 milyondan fazla olmak üzere 5 gruba ayrılmış ve et tüketimleri incelenmiştir.

Çizelge 4.23'de tüketici geliri ile aylık et tüketim miktarları görülmektedir. Çizelge 4.24'de de tüketici geliri ile et tüketimi arasında yapılan khi-kare analizi ve korelasyon katsayısı sonuçları gösterilmiştir.

Çizelge 4.23 Tüketici Geliri ve Et Tüketim Miktarları (kg/ay)

Gelir grupları	Kırmızı Et Tüketimi	Tavuk Eti Tüketimi	Balık Eti Tüketimi
50 milyonun altında	0.60	0.83	0.75
51-70 milyon arası	0.86	0.99	0.92
71-100 milyon arası	0.96	1.18	1.25
101-150 milyon arası	1.33	1.68	1.63
150 milyonun üzerinde	1.70	1.58	1.36

Çizelge 4.23'den de anlaşılacağı gibi tüketici geliri arttıkça et tüketimi de artmaktadır. Bu artışı istatistiki açıdan da kanıtlayabilmek için tüketici geliri ile et tüketimleri arasında khi-kare analizi ve korelasyon katsayısını kullanarak kantitatif analiz yapılmış ve bu sonuçlar Çizelge 4.24'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.24 Tüketici Geliri İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

	KHİ-KARE ANALİZİ			KORELASYON KATSAYISI	
	Hesaplanan χ^2 değeri	χ^2 Tablo Değeri (%1)	Sonuç	Hesaplanan (r değeri)	Sonuç
Kırmızı Et Tüketimi-Gelir	32.2	5.81	Önemli	0.99	İlişki var
Tavuk Eti Tüketimi-Gelir	32.7	5.81	Önemli	0.92	İlişki var
Balık Eti Tüketimi-Gelir	25.6	5.81	Önemli	0.81	İlişki var

Çizelge 4.24'deki sonuçlardan da anlaşılacağı gibi tüketici geliri ile tüm et çeşitlerinin tüketimleri arasında doğru orantılı bir ilişki bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Yani tüketici geliri arttıkça tüm etlerin tüketimi artmaktadır. Tüketici geliri ile balık eti tüketimindeki artış ise kırmızı et ve tavuk etine göre daha az ilişkilidir. Balık eti tüketiminin tüketici gelirine önemli derecede bağlı olmadığı korelasyon katsayısı(r) değerinin düşüklüğünden (0.81) anlaşılmaktadır.

4.2.6 Eğitim Düzeyi İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

Araştırma kapsamındaki tüketicilerin eğitim durumlarına göre et tüketim miktarları Çizelge 4.25'de incelenmiştir. Çizelge 4.25'den de anlaşılacağı gibi eğitim düzeyi arttıkça et tüketimi de artmaktadır.

Çizelge 4.25 Eğitim Düzeyi ve Et Tüketim Miktarları (kg/ay)

Eğitim Düzeyi	Kırmızı Et Tüketimi	Tavuk Eti Tüketimi	Balık Eti Tüketimi
İlkokul	1.05	1.11	0.89
Ortaokul	1.18	1.19	0.94
Lise	1.26	1.03	1.22
Üniversite	1.34	1.25	1.12

Eğitim düzeyi ile et tüketimi arasında khi-kare analizinden yararlanılarak istatistiki açıdan bir ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Bu hesaplamalara ilişkin sonuçlar Çizelge 4.26’da gösterilmiştir.

Çizelge 4.26 Eğitim Düzeyi İle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

	Hesaplanan χ^2 değeri	χ^2 Tablo Değeri (%1)	Sonuç
Kırmızı Et Tüketimi-Eğitim	3.94	2.09	Önemli
Tavuk Eti Tüketimi-Eğitim	3.68	2.09	Önemli
Balık Eti Tüketimi-Eğitim	13.94	2.09	Önemli

Çizelge 4.26’dan da anlaşılabacağı üzere eğitim düzeyi ile et tüketimi arasında doğru yönde bir ilişki olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle balık eti tüketimi ile eğitim düzeyi arasındaki ilişki daha kuvvetli bir şekildedir.

4.2.7 Bölgesellikle Et Tüketimi Arasındaki İlişkiler

Bu araştırmada Tekirdağ’da yaşayan tüketicilere nereli oldukları da sorulmuştur. Anket uygulanan tüketicilerin % 55.4’ü Tekirdağ’lı, % 20.4’ü Trakya’lı (Edirne, Kırklareli) ve % 24.2’si de Trakya dışındaki bölgelerden olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bulgulara göre tüketicilerin yaklaşık % 45’i Tekirdağ’ın dışında doğmuş ancak Tekirdağ’a yerleşmiştir. Tüketilen kırmızı ve beyaz etlerin tüketilme oranları ve tüketicilerin bölgelerine göre kırmızı et, tavuk ve balık eti tüketimleri arasında khi-kare analizi uygulanmıştır. Çizelge 4.27’de bu bulgular özetlenmiştir.

Çizelge 4.27 incelendiğinde, kırmızı et tüketiminde Tekirdağlı tüketicilerin diğer grupta yer alanlara göre daha çok 0.6-1.0 kg arası tüketimi tercih ettiği görülmektedir (% 51.9). Buna

karşılık diğer bölgelerden olan tüketicilerin daha çok 1.1-1.5 kg arası tüketimi tercih ettiği görülmektedir.

Çizelge 4.27 Tekirdağ Merkez İlçede Yaşayan Tüketicilerin Bölgelerine Göre Et Tüketim Miktarları (ankete katılanların %'si olarak)

Tüketim (kg/ay)	Kırmızı Et			Tavuk Eti			Balık Eti		
	T.dağlı	Trakyalı	Diğer	T.dağlı	Trakyalı	Diğer	T.dağlı	Trakyalı	Diğer
0.5 kg'den az	18.3	17.9	20.4	17.3	17.5	13.7	28.6	35.1	42.3
0.6-1.0	51.9	38.4	34.7	41.3	37.5	47.1	46.7	43.2	32.7
1.1-1.5	14.4	23.0	20.4	27.9	32.5	25.5	10.5	8.1	15.4
1.6-2.0	3.8	7.7	16.3	5.8	7.5	7.8	7.5	5.4	7.7
2 kg'dan fazla	11.5	12.8	8.2	7.8	5.0	5.9	6.7	8.1	1.9
TOPLAM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Et tüketimi ile bölgesellik arasında istatistiki açıdan bir ilişki kurulmak istenmiş ve bu amaçla khi-kare testi yapılmıştır. Khi-kare analizine ait bulgular Çizelge 4.28'de özetlenmiştir.

Çizelge 4.28 Bölgesellik İle Et Tüketimleri Arasındaki İlişkiler

	Hesaplanan χ^2 Değeri	Tablo χ^2 Değeri (%1)	Sonuç
Kırmızı Et Tüketimi-Bölgesellik	3.711	1.64	Önemli
Tavuk Eti Tüketimi-Bölgesellik	5.046	1.64	Önemli
Balık Eti Tüketimi-Bölgesellik	3.964	1.64	Önemli

Çizelge 4.28'den de anlaşılacağı gibi tüketicilerin bölgelerine göre et tüketimleri arasında pek önemli bir ilişki bulunmamaktadır. Çünkü tüm tüketicilerin bölgeleri ile et tüketimleri arasında doğru yönde bir ilişki vardır. Ancak tavuk eti tüketimi ile bölgesellik arasında bu ilişki daha kuvvetlidir.

5. SONUÇ

Tekirdağ merkez ilçede 271 tüketiciye anket uygulanarak yapılan tüketicilerin kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tüketimlerine ilişkin araştırma sonuçlarına göre, Tekirdağ'da kişi başına tavuk ve balık eti tüketimi Türkiye ortalamasının üzerinde, kırmızı et tüketimi ise yaklaşık % 31 oranında altındadır. Tekirdağ'da kişi başına kırmızı et tüketimi Türkiye ortalaması olan (1995) 20.4 kg'ın oldukça altında bir rakam olan 15.6 kg'dır. Buna karşın tavuk ve balık eti tüketimi Türkiye ortalamasının yaklaşık 2 katıdır.

Bunun nedenleri araştırıldığında kırmızı et tüketiminin az olmasının en büyük nedeninin kırmızı etlerin kolesterol, damar sertliği ve kalp hastalığı risklerini artırmasından ötürü beyaz etlere göre pek tercih edilmemesi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca kırmızı etler tavuk ve balık etlerine göre pahalı olduğundan tüketiciler tarafından yeterince tercih edilmemektedirler.

Tüketicilerin gelir seviyeleri arttıkça daha fazla tavuk eti tükettiklerini araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Gelir seviyesinin artması tavuk etinin tersine olarak kırmızı et tüketimini fazla arttırmamaktadır. Özellikle gelir seviyesi arttıkça parça tavuk etine olan ilgi de artmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri Tekirdağ merkez ilçede çok sayıda tavuk ve ürünleri satan firmaların bulunmasıdır.

6. KAYNAKLAR

Akbay, R., Ülker M., Elibol, O., 1995,"Tavukçuluk Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri", IV.Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, T.C Ziraat Bankası Kültür Yayınları No : 26, s.771-787, Ankara

Aksoy, T., Aksoy, Ş., 1995, "Trakya Bölgesinde Hindi-Kaz-Ördek Tüketim ve Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma" Yutav 95 Uluslararası Tavukçuluk Fuarı ve Konferansı Bildiriler Kitabı, s. 493-499, İstanbul

Aktaş, N., 1988,"Çeşitli Yöntemlerle Pişirmenin Tavuk Etlerinin Bazı Besin Öğeleri Kapsamlarına Etkisi", A.Ü.Z.F Yayınları : 1058, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler : 560, Ankara

Altan, Ö., Yalçın, S., Koçak, Ç.,1993 "Toplumun Değişik Kesimlerinde Yumurta Tüketim Alışkanlığı ve Tüketimi Etkileyen Etmenler" Uluslararası Tavukçuluk Kongresi 93, s.178-187, İstanbul

DİE, 1993, "Genel Nüfus Sayımı, Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri-Tekirdağ, DİE Matbaası, Yayın No : 1571, Ankara

DİE, 1997, "1995 Yılı S u Ürünleri İstatistikleri", Yayın No: 1666, Ankara

Dünya Gazetesi, 1998, "Cumhuriyetin 75.Yılında Türkiye Ekonomisi", Dünya Gazetesi Eki, İstanbul

Eraktan, G., 1995, "Avrupa Birliği İle Gümrük Birliğine Geçişin Türkiye Tavukçuluğuna Etkileri", Uluslararası Tavukçuluk Fuarı ve Konferansı, İstanbul

Gökalp, H.Y, Kaya, M., Zorba, Ö., 1997, "Et Ürünleri İşleme Mühendisliği", Atatürk Üniversitesi Yayınları No : 786, Ders Kitabı No : 70, Erzurum

Gündoğmuş, E., ve Tanrıvermiş, H.,1995, "Türkiye’de Hayvansal Ürünler Sanayi ve Sanayici-Üretici İlişkilerinin Geliştirilmesi", "Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu", T.C Ziraat Bankası Kültür Yayınları, No : 27, s.60-66, İzmir

Güneş, T.ve Arıkan, R.1988, "Tarım Ekonomisi İstatistiği", A.Ü.Z.F Yayınları : 1049, Ders Kitabı : 305, Ankara

Güneş, T., Türkoğlu, M., Albayrak, M., Elibol, O., Giray, H.F., 1995, "Değişik Sosyal Çevrelerde İlkokul Öğrencilerinin Yumurta Tüketim Durumları ve Eğitimin Tüketimin Arttırılması Üzerine Etkileri" Yutav 95 Uluslararası Tavukçuluk Fuarı ve Konferansı Bildiriler Kitabı, s. 655-666, İstanbul

Güneş, T., Giray, H.F., 1997, "Avrupa Birliği ve Türkiye Hayvancılığı Entegrasyon Sorunları ve Gümrük Birliği Sürecinin Etkileri", "Trakya Bölgesi II.Hayvancılık Sempozyumu", 9-10 Ocak 1997, Tekirdağ

Hasipek, S., Aktaş, N., 1991,"Ülkemizde Tavuk Etinin Beslenmemizdeki Yeri ve Önemi", Animal Enformasyon ve Hayvancılık Dergisi Sayı : 5, s.48, İstanbul

Hasipek, S. ve Sürücüoğlu, M.S.,1998, "Belenmede Tüketim Kalıplarının Değişimi ve Hayvansal Ürün Talebi", TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası "Hayvansal Üretimi Artırmada Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu", T.C Ziraat Bankası Kültür Yayınları No :34, s.303, Ankara

İGEME, 1994, Ürün Profili " Su Ürünleri" 1994 Tarım Sayı 2, Ankara

İnal, T., 1992, "Besin Hijyeni Hayvansal Gıdaların Sağlık Kontrolü", Final Ofset Basımevi, İstanbul

Kızıloğlu, S., 1995, "1980'li Yıllardan 1993'e Uzanan Çizgide Kırmızı Et ve Et Mamülleri Sanayimizin Ülke Ekonomisine Etkileri ve Üretim Projeksiyonları", "Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu", T.C Ziraat Bankası Kültür Yayınları, No : 27, s.51-59, İzmir

Tatlıdil, F., Gülçubuk, B., Çelik, H., 1993 "Farklı Gelir Düzeyindeki Ailelerin Tavuk Eti Tüketimi ve Bunu Etkileyen Faktörler" Uluslararası Tavukçuluk Kongresi 93, s.448-458, İstanbul

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**