



**AMASYA İLİ MERKEZ İLÇEDEKİ HANEHALKININ
ET TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE ET TÜKETİMİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Savaş NALINCI

**Yüksek Lisans Tezi
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Halil KIZILASLAN**

**Tokat, 2013
Her hakkı saklıdır**

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

YÜKSEK LİSANS TEZİ

AMASYA İLİ MERKEZ İLÇEDEKİ HANEHALKININ
ET TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE ET TÜKETİMİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Savaş NALINCI

TOKAT
2013

Her hakkı saklıdır

TEZ BEYANI

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkaların eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin içerdiği yenilik ve sonuçların başka bir yerden alınmadığını, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Savaş NALINCI



Doç.Dr.Halil KIZILASLAN danışmanlığında, Savaş NALİNCİ tarafından hazırlanan bu çalışma 08/01/2013 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği/~~oy çokluğu~~ ile Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan:Doç.Dr.Halil KIZILASLAN

İmza:

Üye:Doç.Dr.Gülistan ERDAL

İmza:

Üye:Y.Doç.Dr.Arda YILDIRIM

İmza:

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Doç.Dr.Naim ÇAGMAN

Enstitü Müdürü



ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

AMASYA İLİ MERKEZ İLÇEDEKİ HANEHALKININ ET TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI VE ET TÜKETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Savaş NALINCI

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Halil KIZILASLAN

Bu araştırmada Amasya ili merkez ilçede yaşayan 380 hanehalkından 2012 yılı Mart ve Nisan aylarında yapılan anketlerle elde edilen veriler yardımıyla, et ve et ürünleri tüketim alışkanlıkları ile bunları etkileyen faktörler incelenmiştir. Aynı zamanda, Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti tüketicilerinin gelir seviyesi, gıda harcamaları, kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti tüketim miktarları, karar alma ve satın alma süreçleri ele alınmıştır. Araştırmaya katılan tüketicilerin ortalama yaşı 40,03 yıl ve ortalama hanehalkı genişliği 3,94 kişi olarak hesaplanmıştır. Hanehalkları üç farklı gelir grubuna göre incelenmiştir. Hanehalklarının ortalama aylık gelirleri 2 026 TL'dir. Hanehalkları bu gelirin yaklaşık %21,07'sini gıda harcamalarına ayırmaktadırlar. Tüketicilerin ortalama aylık gıda harcamaları 426,96 TL olarak hesaplanmıştır. Araştırma bulgularına göre kişi başına kırmızı et tüketimi 4,09 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi 5,18 kg/yıl ve balık tüketimi 5,06 kg/yıl olarak tespit edilmiştir. En çok tercih edilen kırmızı et çeşitleri, dana eti (%64,84), sığır eti (%19,68) ve koyun etidir (%7,42). En çok tercih edilen kanatlı eti çeşidi tavuktur (%99,16). En çok tercih edilen deniz balığı çeşidi hamsidir (%77,88). En çok tercih ettiği tatlı su balığı çeşidi ise alabalıktır (%54,73). Tüketicilerin %49,03'ü kırmızı eti pahalı, %36,45'i ise normal bulmaktadır. Kanatlı eti tüketenlerin %80,50'si fiyatların normal olduğunu, %13,09'u ise pahalı olduğunu düşünmektedir. Balık eti tüketenlerin %60,61'i fiyatların normal olduğunu, %30,91'i ise pahalı olduğunu düşünmektedir. Araştırma sonucunda; ekonomik nedenlerle tüketicilerin sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kırmızı et tüketemedikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin kırmızı ete alternatif olarak tavuk etini, kanatlı etine alternatif olarak ise balık etini tercih ettiği tespit edilmiştir.

2013, 162 sayfa

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Et ve et ürünleri, Balık eti, Kanatlı eti, Kırmızı et, Amasya, Tüketici kararları

ABSTRACT

Master Thesis

THE MEAT CONSUMPTION HABITS OF HOUSEHOLDS AND THE FACTORS AFFECTING THEIR MEAT CONSUMPTION IN THE PROVINCE OF AMASYA

Savaş NALINCI

Gaziosmanpasa University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Halil KIZILASLAN

This research is determined the effective factors of consumption habits of meat and meat products in 380 households in Amasya province. Households in this province were investigated and data were collected by a survey method in March and April 2012. This research also examined factors in these households such as: consumers' income, food expenditures, consumption quantities, decision-making and purchasing processes. The mean age of the consumers was 40,03 years of age and the average household population was calculated as 3,94. Households were investigated according to three different income groups. Households' income was calculated as 2 026 TL per month. 21,07% of this is food expenditure of households. Average monthly food expenditure was 426,96 TL. According to the research findings, it is found that red meat consumption per capita was 4.09 kg/year, poultry consumption per capita was 5.18 kg/year and fish consumption per capita was 5.06 kg/year. The most preferred types of red meat were veal (64.84%), beef (19.68%) and mutton (7.42%). The most preferred types of poultry were chicken (99.16%). The most preferred types of sea fish were anchovy at 77.88%. Also the most preferred of freshwater fish was trout (54.73%). While 49,03% of consumers think that red meat is expensive, 36,45% of consumers think it is normal. 80,50% of consumers think that poultry is a normal price; also 13,09% of consumers think it is expensive. On the other hand, 60,61% of consumers think that fish meat is a normal price; 30,91% of consumers think it is expensive. According to the research results, it is defined that consumers could not consume the required amount of red meat for a healthy diet. Consumers prefer chicken as an alternative to red meat and fish meat has been identified as an alternative to poultry.

2013, 162 pages

Keywords: Consumption, Meat and meat products, Fish meat, Poultry, Red meat, Amasya, Consumer decisions

ÖNSÖZ

Çalışma süresince ilgi ve desteğini gördüğüm danışman hocam Doç. Dr. Halil KIZILASLAN'a, tüm Tarım Ekonomisi Bölümü öğretim üyelerine, çalışmada bana yardım eden Yard. Doç. Dr. Ergün ŞİMŞEK'e ve Yard. Doç. Dr. Erdal ÜNSALAN'a, her zaman desteklerini benden esirgemeyen kıymetli mesai arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca hayatımın her aşamasında varlıklarıyla yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen fedakâr aileme sonsuz sevgilerimle.

Savaş NALİNCİ

01.2013

İÇİNDEKİLER

SAYFA

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Önemi	2
1.2. Çalışmanın Kapsamı ve Amacı	4
2. LİTERATÜR ÖZETLERİ	6
3. MATERYAL VE YÖNTEM	23
3.1. Materyal	23
3.2. Örneklem ve Anket Aşamasında Uygulanan Yöntem	24
3.3. Verilerin Değerlendirilmesinde Uygulanan Yöntem	25
4. ARAŞTIRMA BÖLGESİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	28
4.1. Amasya'nın Tarihi	28
4.2. Araştırma Bölgesinin Doğal Yapısı	29
4.2.1. Araştırma bölgesinin coğrafi konumu	29
4.2.2. Araştırma bölgesinin iklim ve toprak özellikleri	30
4.3. Araştırma Bölgesinin Sosyal Yapısı	31
4.3.1. Genel nüfus özellikleri	32
4.3.2. İstihdam durumu	33
4.3.3. Eğitim durumu	35
4.3.4. Sağlık hizmetleri	36
4.3.5. Çevre	36
4.4. Araştırma Bölgesinin Ulaşım Olanakları ve Enerji Kaynakları	37
4.4.1. Ulaşım olanakları	37
4.4.2. Enerji kaynakları	38
4.5. Ekonomik Yapı	39
4.5.1. Tarım sektörü	39
4.5.2. Sanayi ve ticaret sektörü	43
4.5.3. İnşaat sektörü	46
4.5.4. Turizm sektörü	47
5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	49
5.1. Türkiye'de Kırmızı Et, Kanatlı Eti ve Balık Eti Tüketimi	49
5.1.1. Türkiye'de kırmızı et ve kırmızı et ürünleri tüketimi	49
5.1.2. Türkiye'de kanatlı eti ve et ürünleri tüketimi	51
5.1.3. Türkiye'de balık eti ve et ürünleri tüketimi	52
5.2. Amasya Merkez İlçedeki Hanehalkının Kırmızı Et, Kanatlı Eti ve Balık Eti Tüketimi	53
5.2.1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik nitelikleri	53

5.2.2. Tüketici ailesi alışveriş tercihleri	61
5.3. Kırmızı Et ve Et Ürünleri Tüketimi	63
5.3.1. Kırmızı et ve et ürünleri tüketim durumu	63
5.3.2. Kırmızı et satın alma kararı ve alışverişi	68
5.3.3. Kırmızı et tercih nedenleri	70
5.3.4. Kırmızı et satın alma kararında mevsimlerin etkisi	72
5.3.5. Kırmızı et satın alma yerleri ve tercih nedenleri	72
5.3.6. Tüketilen kırmızı et çeşitleri	76
5.3.7. Kırmızı et satın alma şekilleri	77
5.3.8. Kırmızı et satın alma sıklığı	78
5.3.9. Kırmızı et tüketim şekilleri	79
5.3.10. Kırmızı et için fiyat karşılaştırması	80
5.3.11. Tüketicilerin kırmızı et fiyatlarını değerlendirmesi	82
5.3.12. Kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebine olan etkisi ...	83
5.3.13. İşlenmiş kırmızı et ürünleri tüketimi	83
5.3.14. Tüketicilerin kırmızı et ve işlenmiş kırmızı et güvenlik araçlarına duyarlılık düzeyleri	84
5.3.15. Deli dana hastalığının kırmızı et tüketimi ve tüketici tercihleri üzerine etkisi	88
5.3.16. Kurbanlık hayvan tercihleri	89
5.3.17. Kurbanlık hayvanı temin yerleri	90
5.3.18. Kurbanlık etinin tüketicilerin ihtiyacını karşılama süresi	91
5.3.19. İthal kırmızı et tüketim durumu	92
5.3.20. İthal kırmızı et tercih nedenleri	93
5.3.21. Kırmızı et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi	93
5.4. Kanatlı Eti ve Et Ürünleri Tüketimi	97
5.4.1. Kanatlı eti ve et ürünleri tüketim durumu	98
5.4.2. Kanatlı eti satın alma kararı ve alışverişi	103
5.4.3. Kanatlı eti tercih nedenleri	104
5.4.4. Kanatlı eti satın alma kararında mevsimlerin etkisi	105
5.4.5. Kanatlı eti satın alma yerleri ve tercih nedenleri	106
5.4.6. Tüketilen kanatlı eti çeşitleri	107
5.4.7. Kanatlı eti satın alma şekilleri	108
5.4.8. Kanatlı eti satın alma sıklığı	109
5.4.9. Kanatlı eti tüketim şekilleri	110
5.4.10. Kanatlı etinin fiyat karşılaştırması	111
5.4.11. Tüketicilerin kanatlı eti fiyatlarını değerlendirmesi	112
5.4.12. Kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebine olan etkisi ..	113
5.4.13. Ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünleri tüketimi	113
5.4.14. Tüketicilerin kanatlı eti ve dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti güvenlik araçlarına duyarlılık düzeyleri	114
5.4.15. Kuş gribinin kanatlı eti tüketimi ve tüketici tercihleri üzerine etkisi	116
5.4.16. Kanatlı eti tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi	118
5.5. Balık Eti Tüketimi	121
5.5.1. Balık eti tüketim durumu	121
5.5.2. Balık eti satın alma kararı ve alışverişi	124
5.5.3. Balık eti tercih nedenleri	125
5.5.4. Balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi	126

5.5.5. Tüketilen deniz balığı çeşitleri	127
5.5.6. Tüketilen tatlı su balığı çeşitleri	128
5.5.7. Balık eti satın alma sıklığı	130
5.5.8. Balık eti tüketim şekilleri	130
5.5.9. Balık türleri tüketim şekilleri	131
5.5.10. Balık temin şekilleri ve temin etme yeri tercih nedenleri	131
5.5.11. Tüketicilerin balık et fiyatlarını değerlendirmesi	133
5.5.12. Balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebine olan etkisi	134
5.5.13. Balık eti tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi	134
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	137
KAYNAKLAR	149
EKLER	155
ÖZGEÇMİŞ	162

ÇİZELGELER DİZİNİ

SAYFA

Çizelge 3.1. Tüketicilerin gelir gruplarına göre dağılımı	25
Çizelge 4.1. Amasya ili 2010 yılı il-ilçe merkezi ve belde köy nüfusu	33
Çizelge 4.2. Amasya ilinde 2009 yılı istihdama ilişkin İŞ-KUR temel göstergeleri	34
Çizelge 4.3. Amasya ilinde iktisadi faaliyet kollarına göre GSYİH (2009)	40
Çizelge 4.4. Amasya ilinde iktisadi faaliyet kollarının sektörlerine göre dağılımı (2008)	41
Çizelge 4.5. Amasya ilinde bulunan önemli tarımsal işletmeler ve kapasiteleri .	42
Çizelge 4.6. Amasya ilindeki sermaye şirketleri	45
Çizelge 5.1. Tüketicilerin bazı özelliklerinin minimum ve maksimum aralıkları	53
Çizelge 5.2. Tüketicilerin gelir durumu ve gıda harcama durumu	55
Çizelge 5.3. Tüketicilerin gelir gruplarına göre bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri	56
Çizelge 5.4. Tüketicilerin ailelerinde alışveriş yapan bireyler	61
Çizelge 5.5. Kırmızı et tüketim durumu	63
Çizelge 5.6. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık kırmızı et tüketim miktarları (kg/ay)	64
Çizelge 5.7. Gelişmiş ülkeler ve Türkiye’de kişi başına tüketilen kırmızı et miktarı (kg/yıl)	65
Çizelge 5.8. Kırmızı et tüketmeme nedenleri	65
Çizelge 5.9. Tüketicilerin yeterli kırmızı et tüketip tüketmedikleri algısı	66
Çizelge 5.10. Tüketicilerin yeteri kadar kırmızı et tüketmeme nedenleri	67
Çizelge 5.11. Kırmızı et tüketimini arttıran araçlar	68
Çizelge 5.12. Kırmızı et satın alma kararı	69
Çizelge 5.13. Kırmızı et alışverişi	69
Çizelge 5.14. Kırmızı et tercih nedenleri	70
Çizelge 5.15. Kırmızı et satın alma kararında mevsimlerin etkisi	72
Çizelge 5.16. Kırmızı et temin yerleri	72
Çizelge 5.17. Kırmızı et temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri ...	74
Çizelge 5.18. Tüketilen kırmızı et çeşitleri	77
Çizelge 5.19. Kırmızı et satın alma şekilleri	77
Çizelge 5.20. Kırmızı et satın alma sıklığı	79

Çizelge 5.21. Kırmızı et tüketim şekilleri	79
Çizelge 5.22. Kırmızı et için fiyat karşılaştırması	81
Çizelge 5.23. Tüketicilerin kırmızı et fiyatlarını değerlendirmesi	82
Çizelge 5.24. Kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebine olan etkisi	83
Çizelge 5.25. İşlenmiş kırmızı et ürünleri tüketimi	83
Çizelge 5.26. Kırmızı et tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et ambalaj bilgisi dikkat durumu.....	84
Çizelge 5.27. İşlenmiş kırmızı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar ..	85
Çizelge 5.28. İşlenmiş kırmızı et tüketirken dikkat edilen gıda güvenlik araçları	86
Çizelge 5.29. Deli dana hastalığının kırmızı et tüketimine etkisi	88
Çizelge 5.30. Deli dana hastalığının tüketici tercihlerine etkisi	88
Çizelge 5.31. Kurbanlık hayvan tercihleri	89
Çizelge 5.32. Kurbanlık hayvanı temin yerleri	91
Çizelge 5.33. Kurbanlık etinin tüketicilerin ihtiyacını karşılama süresi	92
Çizelge 5.34. İthal kırmızı et tüketim durumu	92
Çizelge 5.35. Tüketicilerin ithal kırmızı et tüketmeme nedenleri	93
Çizelge 5.36. Kırmızı et tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki	94
Çizelge 5.37. Kanatlı eti tüketim durumu	98
Çizelge 5.38. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık kanatlı eti tüketim miktarları (kg/ay)	99
Çizelge 5.39. Gelişmiş ülkeler ve Türkiye’de kişi başına tüketilen kanatlı eti miktarı (kg/ay)	100
Çizelge 5.40. Kanatlı eti tüketmeme nedenleri	100
Çizelge 5.41. Tüketicilerin yeterli kanatlı eti tüketip tüketmedikleri algısı	101
Çizelge 5.42. Tüketicilerin yeteri kadar kanatlı eti tüketmeme nedenleri	101
Çizelge 5.43. Kanatlı eti tüketimini arttıran araçlar	102
Çizelge 5.44. Kanatlı eti satın alma kararı	103
Çizelge 5.45. Kanatlı eti alışverişi	103
Çizelge 5.46. Kanatlı eti tercih nedenleri	104
Çizelge 5.47. Kanatlı eti satın alma kararında mevsimlerin etkisi	105
Çizelge 5.48. Kanatlı eti temin yerleri	106
Çizelge 5.49. Kanatlı eti temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri ...	107

Çizelge 5.50. Tüketilen kanatlı eti çeşitleri	107
Çizelge 5.51. Kanatlı eti satın alma şekilleri	109
Çizelge 5.52. Kanatlı eti satın alma sıklığı	110
Çizelge 5.53. Kanatlı eti tüketim şekilleri	110
Çizelge 5.54. Kanatlı eti için fiyat karşılaştırması	111
Çizelge 5.55. Tüketicilerin kanatlı eti fiyatlarını değerlendirmesi	112
Çizelge 5.56. Kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebine olan etkisi	113
Çizelge 5.57. Ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünleri tüketimi	114
Çizelge 5.58. Kanatlı eti tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ambalaj bilgisi dikkat durumu.....	114
Çizelge 5.59. Dondurulmuş-işlenmiş kanatlı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar	115
Çizelge 5.60. Dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken dikkat edilen gıda güvenlik araçları	116
Çizelge 5.61. Kuş gribinin kanatlı eti tüketimine etkisi	117
Çizelge 5.62. Kuş gribi sonrası tercih edilen et çeşitleri	117
Çizelge 5.63. Kanatlı eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki	119
Çizelge 5.64. Balık eti tüketim durumu	121
Çizelge 5.65. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık balık eti tüketim miktarları (kg/ay)	122
Çizelge 5.66. Gelişmiş ülkeler ve Türkiye’de kişi başına tüketilen balık eti miktarı (kg/ay)	122
Çizelge 5.67. Balık eti tüketmeme nedenleri	123
Çizelge 5.68. Tüketicilerin yeterli balık eti tüketip tüketmedikleri algısı	123
Çizelge 5.69. Tüketicilerin yeteri kadar balık eti tüketmeme nedenleri	124
Çizelge 5.70. Balık eti satın alma kararı	124
Çizelge 5.71. Balık eti alışverişi	125
Çizelge 5.72. Balık eti tercih nedenleri	125
Çizelge 5.73. Balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi	126
Çizelge 5.74. Balık tüketilen öğünler	126
Çizelge 5.75. Tüketilen deniz balığı çeşitleri	127
Çizelge 5.76. Tüketilen tatlı su balığı çeşitleri	129
Çizelge 5.77. Balık eti satın alma sıklığı	130

Çizelge 5.78. Balık eti tüketim şekilleri	130
Çizelge 5.79. Balık türleri tüketim şekilleri	131
Çizelge 5.80. Balık temin şekilleri	132
Çizelge 5.81. Balık temin etme yeri tercih nedenleri	132
Çizelge 5.82. Tüketicilerin balık eti fiyatlarını değerlendirmesi	134
Çizelge 5.83. Balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebine olan etkisi	134
Çizelge 5.84. Balık eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki	135

1. GİRİŞ

Toplumunu oluşturan bireylerin sağlıklı ve güçlü olarak yaşamasında, ekonomik ve sosyal yönden gelişmesinde, refah düzeyinin artmasında, huzurlu ve güvence altında varlığını sürdürebilmesinde yeterli ve dengeli beslenme temel koşullarından biridir (Anonim, 2011a). Yeterli ve dengeli beslenemeyen bir toplumun sağlıklı ve iş görebilir güçte yaşaması, ekonomik ve sosyal refahının artması mümkün değildir.

İnsan sağlığının korunması ve sağlıklı gelecek nesiller yetiştirmek için yeterli ve dengeli beslenmenin önemi ve gerekliliği konusunda gereken hassasiyetin gösterilmesi gerekmektedir. Bu açıdan dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı konusunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ile daha isabetli sonuçlar alınabilecektir (Karakuş ve ark., 2008).

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı 2008 yılı beslenme raporlarına göre, yetişkin bir insanın günlük hayvansal protein gereksinimi 35 g dolayındadır. Buna karşılık dünyada kişi başına ortalama 27 g hayvansal protein tüketilmektedir. Gelişmiş ülkelerde hayvansal protein tüketimi kişi başına ortalama 44 g, gelişmemiş ülkelerde ise 9 g'dır. Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'de kişi başına ortalama günlük hayvansal protein tüketimi 18 g'dır. Türkiye'de beslenme yetersizliğinin başlıca nedeni; toplam protein tüketimi yetersizliği değil, toplam protein içerisinde hayvansal protein tüketiminin az oluşudur. 2008 yılında dünyada kişi başına et tüketimi ortalama 41,6 kg/yıl, gelişmiş ülkelerde 82,9 kg/yıl ve gelişmekte olan ülkelerde 31,1 kg/yıl olarak belirtilmektedir. Türkiye'de kişi başına hayvansal gıdaların tüketiminin (18g/gün) yeterli olmadığı görülmektedir (Anonim, 2011b).

Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre, yıllık kişi başı et tüketimi ABD'de 115 kg, AB ülkelerinde 71 kg ve Türkiye'de yıllık kişi başı et tüketimi 31 kg'dır (Anonim, 2012). Kişi başı günlük 90 g kırmızı et tüketiminin gerekli hayvansal proteini sağladığı düşünülecek olursa, kişi başı yıllık tüketimin 33 kg olması gerekmektedir (Anonim, 2011b).

Yüksek beyin gücüne sahip sağlıklı kuşaklar ve üretken bir toplumun oluşabilmesi için tüketicilerin yeterli miktarda et ve et ürünleri tüketmesi gerekmektedir. Et ve et ürünleri yeterli ve dengeli beslenme açısından vazgeçilmez kaynaklardır. Kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti tüketimi günlük hayatta düzenli tüketilmesi gereken önemli protein kaynaklarıdır. Et tüketim yapısı değişik coğrafi konumlara, bölgelere, illere, sosyo-ekonomik ve kültürel yapılara göre farklılık gösterir.

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

1.1. Çalışmanın Önemi

Toplumların beslenmesinde hayvancılık sektörünün önemli ve sürekli bir görevi bulunmaktadır. Hayvancılık kolları içerisinde, kanatlı sektöründeki yetiştirme ve besleme modelleri, insanların beslenmesine yönelik en sağlıklı çözümü en kısa sürede üretme çabası içerisinde bulunmaktadır (Huyghebaert, 2003).

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin bir ölçüsü kişi başına tüketilen et miktarıdır. Devlet Planlama Teşkilatı'nın verilerine göre ise 2010 yılı için kişi başı hayvansal ürün talebi 13,26 kg'dır. Türkiye'de 2010 yılı için toplam kırmızı et talebi 903 100 ton olup, bu talebin 2013 yılında 950 800 ton olması beklenmektedir. Toplam kanatlı et talebi 2010 yılı için 1 345 000 ton olup, 2013 yılı için 1 561 900 ton olması beklenmektedir. Toplam et talebi 2010 yılı için 2 248 000 ton olup; 2013 yılında 2 512 600 ton olması öngörülmektedir (Anonim, 2011c).

Artan nüfus ve yaşam standartları, beslenmede kullanılan kaynakların daha verimli bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesini zorunlu kılmıştır. Ulusal veya sektörel bazda karar vericiler tarafından bu konular planlanmalı ve politikalar oluşturulmalıdır (Cankurt ve ark., 2010).

Türkiye’de çoğunlukla bitkisel kökenli gıdalarla beslenme hakim olup, gıda tüketiminde tahıl ve tahıl ürünleri ilk sırada, sebze ve sebze ürünleri ise ikinci sırada yer almaktadır (Anonim 2011d).

Nüfusun hızla arttığı ve ekonomik kalkınma çabalarının yoğun olarak sürdürüldüğü Türkiye’de dengeli ve yeterli beslenmenin sağlanabilmesi için hayvansal gıdaların en önemli grubunu oluşturan et ve et mamullerinin daha fazla tüketiminin sağlanması, verimli bir düzeye getirilmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu durum hayvansal üretimin arttırılmasını zorunlu kıldığı gibi, tüketicilerin gelir seviyesinin arttırılmasını ve bilinçli tüketim alışkanlıklarının kazandırılmasını da zorunlu kılar. Bu açıdan dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı konusunda bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ile daha isabetli sonuçlar alınabilecektir (Karakaş, 2010).

Diğer taraftan tüketim alışkanlıkları gerek tüketicilerin satın alma gücü ve eğilimlerinin belirlenmesinde gerekse tüketicileri belirli mal ve hizmetleri almaya ya da belirli yerlerden satın almaya yönlendiren etkenleri ortaya çıkarmayı amaçlar (Korkmaz, 2006).

Tüketici davranışları ve tüketici davranışlarını etkileyen faktörler; pazarlama faaliyetlerini ve satışı arttırıcı çabalara yön veren başlıca faktörlerdir. Bir mal veya hizmeti iyi bir şekilde sunmak için, tüketiciyi etkileyen faktörleri göz önünde bulundurmak, satın alma kararına etki eden faktörleri iyi bilmek ve tüketici satın alma karar sürecini iyi analiz edebilmek, hem işletmenin sürekliliği hem de tüketicilerin tatminine olanak sağlar (Kızılaslan ve Kızılaslan, 2008).

Tüketici davranışları ve eğilimleri hakkında bilgi veren araştırmalar hem işletmelerin stratejilerine yol göstermesi ve yeni pazar alanlarının belirlenmesi hem de belirli bir yerde ya da bölgede yaşayan insanların refahtan aldıkları payı, harcamalarını ortaya koyması bakımından önemlidir (Korkmaz, 2006).

Bu açıdan, et tüketimini yaygınlaştırmak için, üretimini artırmaya yönelik çabaların yanında, et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve bunlara uygun stratejilerin uygulanması da büyük önem arz etmektedir.

Bir toplumun gıda talebi ve tüketim alışkanlıkları; ürünlerin kalitesine, fiyat ve hijyen özelliklerine, ülkedeki milli gelir dağılımına, tüketicinin eğitimi, gelir düzeyi vb. sosyo-ekonomik özelliklerindeki farklılıklara, bunun yanı sıra ırk, cinsiyet, yaş, aktivite durumu, besin ile ilgili bilgi ve deneyimler gibi faktörlere bağlı olarak değişebilmekte ve kompleks bir yapıya sahip bulunmaktadır (Şengül, 2004).

Yukarıda sayılan nedenlerden dolayı böyle bir çalışma Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörleri ortaya koymak amacıyla yapılması bakımından önem arz etmektedir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlardan çıkarılacak önerilerin Amasya ili hayvansal gıda talebi, et tüketim alışkanlıkları ve pazarlamasına ilişkin sorunların çözümüne katkıda bulunması beklenmektedir. Araştırmadan elde edilen sosyo-ekonomik bulguların ildeki gıda kuruluşları ve araştırma kuruluşları tarafından değerlendirilerek bir bütün halinde sorunların çözümüne yönelik girişim ve düzenlemelerde kullanılması durumunda yörede yapılacak çalışmaların gerçekçilik ya da etkinlik kazanmasına olanak sağlayabilecektir. Aynı zamanda Türkiye’de ve Amasya’da tüketilen etin bilinçli, yeterli ve dengeli beslenmede sağlık açısından yerinin ve öneminin anlatılması adına etkili olabileceği söylenebilir.

1.2. Çalışmanın Kapsamı ve Amacı

“Bu tez çalışması Amasya ili merkez ilçede yaşayan hanehalkı ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.” Bu çalışmayla; tüketicilerin kanatlı eti, balık eti, kırmızı et ve et ürünleri tüketim tercihleri, et tüketim şekilleri ve tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla; tüketici kitlesinin kimlerden oluştuğu, et tüketenlerin istek ve ihtiyaçlarının neler olduğu, bu istek ve ihtiyaçların ortaya çıkmasında ne gibi uyarıcıların etkili olduğu, satın alma sürecinin hangi aşamalardan oluştuğu, satın alma öncesi davranışlarının ne olduğu, satın almada nasıl

buldukları, bunları nasıl tükettikleri ve tüketim sonrası tutumlarının neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tüketicilerin gıda güvenlik araçlarına dikkat edip etmeme durumları incelenecek, ayrıca tüketicilerin et çeşitlerine göre fiyat karşılaştırma durumları ele alınmıştır. Son olarak bu çalışma ile tüketicilerin dikkat ettikleri ambalaj bilgileri ve gıda güvenlik araçlarına dikkat etme durumları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulguların nedenlerinin araştırılması ve bazı çözüm önerilerinin geliştirilmesi de bu çalışmanın diğerk amaçları arasında bulunmaktadır.

2. LİTERATÜR ÖZETLERİ

Tuncer (1990), Türkiye’de hayvansal ürünler üretiminin yetersizliği yanında; gelir düzeyinin düşük ve dengesiz olması, beslenme alışkanlıkları gibi nedenlerden ötürü hayvansal ürünler tüketiminde yetersizlikler bulunduğunu belirtmiştir.

Özdoğan (1991), Amasya ilinde üç yüz aile ile bazı beslenme alışkanlıklarını ve besin hazırlama yöntemleri üzerine yaptığı çalışmada; ailelerin %90,3’ünün günde 3 öğün yemek yediğini, % 5,7’sinin eti genellikle ızgara yaparak, %6,7’sinin yağda kızartarak, %11,3’ünün haşlama yaparak, %52,3’ünün sebze yemekleri içinde pişirerek tükettiğini tespit etmiştir.

Alphan ve ark. (1993), ‘2000’li Yıllar ve Türkiye Kırmızı Et Üretimi’ isimli çalışmada Türkiye’de kırmızı et talebi ve miktarının istenilen seviyeye ulaşmamasının sebeplerini araştırmışlardır. Bu sebeplerden bazıları; et fiyatlarının tüketicinin gelirine göre yüksek olması, tüketicinin konuyla ilgili bilgi düzeyi, tüketici tercihleri, etin pazara arzı konusunda yeterli organizasyonun sağlanmamış olması ve benzeri faktörler olarak belirtilmiştir. Araştırmada sağlıklı bir toplum olmada ve yetiştirmede, kaliteli ve dengeli bir beslenmenin önemine dikkat çekmişlerdir. Sonuç olarak, etkin yayım ve eğitim programları ile tüketicinin sağlıklı ve bilinçli beslenmeye yönlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Hanta ve Yurdakul (1994), Adana ili kentsel alanda iki yüz ailenin hayvansal gıda tüketim yapısının araştırıldığı çalışmada; toplam hayvansal gıda tüketim harcamaları içinde kırmızı et, tavuk eti, süt ve süt ürünleri ve yumurta harcamalarının oranlarını %39,4, %15,1, %33,2 ve %12,3 olarak belirlenmiştir.

Aksoy ve Aksoy (1995), ‘Trakya Bölgesinde Hindi-Kaz-Ördek Tüketim ve Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma’ adlı çalışmada Trakya Bölgesinde yer alan üç ildeki (Edirne, Kırklareli, Tekirdağ) tüketicilerin hindi, kaz ve ördek tüketimlerini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda Trakya bölgesinde yer alan illerde yaşayanların yılda bir veya

daha fazla pişirdikleri hindi kaz ve ördek oranları sırasıyla %61,3, %32,9 ve %5,8 olarak tespit edilmiştir.

Koç (1995), doktora tez çalışmasında Türkiye’de kırmızı et ve ürünlerinin talep ve arzının ekonometrik analizi yapmış ve kırmızı et sanayi yapısını ve sektörün işleyişini incelemiştir. Araştırmasında Working Leser modelini, Devlet İstatistik Enstitüsü 1987 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Anketi çalışmasındaki et grubu verilerine uygulamıştır. Toplam kırmızı et gelir harcama esnekliğini 0,98 olarak hesaplamış ve reel fiyatların artan bir eğilimde olduğunu belirlemiştir. Hayvan stok modeli ile üretici eline geçen reel fiyatların Türkiye’nin hayvan varlığını çoğaltacağını tespit etmiştir. Türkiye’de kırmızı et sanayisinin kesim kapasitesinin çok düşük düzeyde olduğunu, sektörün yeni ürün geliştirme düzeyinin düşük ve en önemli dağıtım zincirinin sanayi-perakendeci tüketici şeklinde olduğunu ve işletmelerin ana hammaddeyi genellikle besicilerden tedarik ettiğini tespit etmiştir.

Burton ve Young (1996), İngiltere’de deli dana hastalığı krizinin sığır eti ve diğer et ürünleri talebi üzerine olan etkisini, dinamik AIDS talep modeline deli dana hastalığı krizi haberleri ile ilgili medya indeksini modele dâhil ederek araştırmışlardır. Deli dana hastalığı krizi ile ilgili yayınların, tüketicinin et harcamaları dağılımı üzerine önemli etkileri olduğunu belirlemişlerdir. Kısa dönem etkisi, 1990’lı yılların başlarında sığır eti pazar payının azalması ile gözlenmiş ve uzun dönemde ise 1993 yılından sonra pazar payında %4,5 azalma olduğunu belirlemişlerdir.

Vardarlı (1996), ‘Türkiye’nin Tarım ve Hayvancılık Raporu, Sorunlar ve Çözüm Önerileri’ konulu çalışmasında; bir ülke hayvancılığının tarıma katkısının ekonomi ve pazar koşulları ile de yakından ilgili olduğunu belirtmiştir. Hayvansal ürünlere olan talebin fazla olması bu ürünlerin daha yüksek değerle satılmasını sağlayacağını bunun ise hayvancılığın gelişmesine ve tarım üretimi içindeki payının yükselmesine yol açacağını belirtmiştir. Hayvansal ürünlere olan talebin artmasının ekonomik gelişme düzeyine bağlı olduğu; gelişmiş ülkelerde hayvansal besinlere olan talebin bitkisel besinlere olandan fazla olduğu belirtilmiştir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ise gelir düzeyinin yetersizliğinin beslenmenin daha çok bitkisel besin maddelerine

dayalı olmasına yol açtığı, bundan dolayı bu ülkelerde hayvansal üretimin tarımsal üretim içindeki payının düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Demirulus ve ark. (1997), Van ilinde yüz seksen iki tüketici ile yaptıkları çalışmada, eğitim seviyesinin ve gelir düzeyinin arttıkça tavuk eti talebinde tazelik ve kalite faktörlerinin daha fazla dikkate alındığını tespit etmişlerdir.

Elbek ve ark., (1997), İzmir ve ilçelerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre, kişi başına balık tüketimi kıyı kesimde 36,7 kg/yıl, karasalda ise 13,9 kg/yıl olarak belirtilmiştir. Balık eti, kara hayvanları etlerinde karşılaşılan kıkırdak veya sinirleri içermemesi bakımından kolay sindirilir. Bu yüzden balık, özellikle daha dikkatli beslenmesi gerekli kişilere önerilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Gül ve Şahin (1998), Adana ili Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde ailelerin tavuk eti alımı ve tüketimi için üç yüz aile ile anket çalışması yapmışlardır. Ailelerin gelirleri arttıkça tavuk eti tüketimlerinde artış olduğu ve tüketimin mevsimlere göre farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bu araştırmaya göre, tavuk eti satın alımında dikkat edilen en önemli kıstasların tazelik, fiyat ve kalite olduğunu belirlemişlerdir.

Yıldırım ve ark. (1998), 'Van İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Yapısı' adlı çalışmada ailelerin kırmızı et tüketim yapılarının ve satın alım yeri tercihlerinin analizini amaçlamışlardır. Bu amaçla yüz yirmi hanehalkından elde ettikleri verileri kullanarak şu analiz sonuçlarına varmışlardır; Ailelerin %49,1'inin koyun etini, %34,2'sinin sığır etini tercih ettiklerini, %16,7'sinin ise özel bir tercihlerinin olmadığını belirlemişlerdir. Ailelerin kırmızı et satın alma yerlerinin de incelendiği bu çalışmada, ailelerin %82,5'inin kırmızı et satın alımında kasapları tercih ettiği belirlenmiştir. Ailelerin kırmızı et satın alımında diğer tercih yerlerinin sırasıyla, %12,5 ile süpermarketler, %5 ile et-balık kurumu olduğunu tespit etmişlerdir.

Gaytancıoğlu (1999), Tekirdağ il merkezinde iki yüz yetmiş bir tüketici ile yaptığı anket çalışmasında kişi başına yıllık ortalama kırmızı et tüketim miktarını 15,6 kg, tavuk eti tüketim miktarını 13,6 kg ve balık eti tüketim miktarını da 11,8 kg olarak tespit etmiştir.

Kırmızı et tüketim düzeyinin gelir arttıkça artmamasının nedenleri arasında ise kırmızı etin kolesterol, damar sertliği ve kalp hastalıkları risklerini arttırması konusundaki tüketicilerin duyarlılığını gerekçe göstermiştir.

Sayılı ve ark. (1999), ‘Tokat Merkez İlçede Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi’ adlı çalışmada; Tokat-Merkez ilçede yaşayan haneler ile yapılan anket görüşmesi sonucu hanelerin balık tüketimini araştırmışlardır. Balık tüketim durumu araştırılan hanelerde üç farklı gelir grubu itibariyle incelenmiştir. Balık tüketimi genel olarak, hane başına 33,71 kg/yıl ve kişi başına 9,31 kg/yıl olarak hesaplanmıştır. Balık türleri itibariyle, en fazla deniz balıklarında %70,09 ile hamsi, tatlı su balıklarından ise %61,69 ile alabalık tüketildiği tespit edilmiştir.

Şengül ve Emeksiz (1999), Adana ili kentsel alanda yaptıkları ‘Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Balık Tüketim ve Satın Alma Davranışlarının Analizi’ başlıklı çalışmada, Tobit Modeli ile Satın Alma Seyrekliği Modeli’ni birlikte uygulayarak hanelerin balık tüketim ve satın alma davranışlarını analiz etmişlerdir. Modelde değişken olarak aile geliri, aile reisinin eğitim düzeyi, aile genişliği, balığın besin değeri, tazeliği, güvenilirliği ve fiyatına ilişkin bilgileri kullanmışlardır. Analiz sonuçlarına göre, balık satın alan ailelerden %59’unun semt pazarından, %31’inin süpermarketten, %6’sının kasaptan ve %4’ünün ise diğer alışveriş birimlerinden satın aldıklarını tespit etmişlerdir.

Yıldırım ve Yalçınkaya (1999), Van ili Erciş ilçesinde farklı gelir düzeylerinde yüz kırk aile üzerinde yaptıkları bir anket çalışmasında, gelir düzeyinin artmasıyla tavuk eti tüketiminin de arttığını belirlemişlerdir. Ayrıca incelenen ailelerin tavuk eti satın alırken, öncelikli olarak %37,1’inin tavuğun tazeliğine, %30,1’inin tavuğun kalitesine, %13,6’sının tavuğun markasına, %10’unun tavuğun fiyatına dikkat ettiğini tespit etmişlerdir.

Yücecan (1999), ‘Besin Tüketimindeki Değişimler ve Yeni Eğilimler’ isimli çalışmasında, bir toplumun beslenme eğilimleri ve besin tüketimindeki değişimleri etkileyen birçok etmenin varlığından bahsetmiştir. Nüfus artışı, yapısı ve yerleşim

özelliklerindeki büyük değişmelerin, beslenme ve besin besin tüketimindeki eğilim ve değişmelerle yakından ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Sosyo-ekonomik gelişmeler ve yapıdaki değişikliklerin kaçınılmaz olarak beslenme tarzlarına yansıtacağını belirlemiştir.

Kaabia ve ark. (2001), çalışmalarında günümüzde sağlık uzmanları ve kitlesel medya sayesinde tüketicilerin rahatlıkla sağlık hakkında bilgilere ulaşabildiklerini belirtmişlerdir. Çalışmalarında sağlık ve beslenme arasındaki ilişki hakkında bilgi artışının, İspanya’da et talebine etkisi olup olmadığını araştırmışlardır. Bunun için Medline Database’de yayınlanan makale sayısı sağlık bilgi indeksi olarak oluşturulmuştur. Daha sonra coğrafi bilgi talep sisteminden elde edilen fayda fonksiyonunu bu indekse dahil etmişlerdir. Talep sistemine dahil edilen serilerin stokastik özellikleri araştırılmış ve tüm serilerin durağan olmadığı tespit edilmiştir. Et talebi ve sağlık bilgisi esneklik katsayılarını hesaplamışlar ve sonuç olarak İspanya için sağlık bilgisi esnekliğinin anlamlı bulunduğunu, balık ve kümes hayvanları eti tüketiminin pozitif, sığır eti ve domuz eti tüketiminin ise negatif etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Sanchez ve ark. (2001), çalışmalarında tüketicilerin koyun ve sığır eti satın alma davranışlarını, satın alma deneyimleri ve sağlık üzerine etkileri açısından araştırmışlardır. Bunun yanı sıra her bir pazar bölümünde, gıdaların farklı niteliklerine göre tüketicilerin satın alma istekliliğini tahmin etmişlerdir. Çalışmalarında, İspanya’da iki şehirde tüketicilerle yapılan anketlerle toplanan veriler kullanılmış ve sonuç olarak, sağlık riskine duyarlı tüketicilerle duyarlı olmayan tüketicilerin tercihlerinin benzer olduklarını ve bununla birlikte kalite etiketi olan ürünlerin sığır eti tüketicileri tarafından, bölgesel orijini belli olan ürünlerin ise koyun eti tüketicileri tarafından daha değer verilen ürün özellikleri olduklarını tespit etmişlerdir.

Uluat (2002), ‘Van İli Merkez İlçede Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı’ adlı çalışmasında yüz yirmi aile ile görüşmeler sonucunda; yıllık ortalama hayvansal gıda harcaması içinde kırmızı et ve tavuk etine ayrılan payın sırasıyla %38,49 ve %14,72

olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada ayrıca hanehalkı başına yıllık ortalama kırmızı et tüketiminin 63,85 kg ve tavuk eti tüketiminin ise 40,70 kg olduğu belirtilmiştir.

Özçiçek (2003), Adana ilinde üç yüz iki aile ile yaptığı çalışmada, alınan kalorinin %83'ünün bitkisel, %17'sinin hayvansal kaynaklı olduğu tespit edilmiştir. Ürün tüketimini etkileyen başlıca faktörlerin ebeveynin eğitim düzeyi ve statüsü ile hanehalkı genişliği olarak belirtilen çalışmada, tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen başlıca faktörler arasında; fiyat, marka, promosyon ve içeriğin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Taşkın (2003), 'Gaziantep İli Nizip İlçesinde Tüketicilerin Tavuk Eti ve Yumurta Tüketim Düzeyleri ile Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma' adlı çalışmada; tavuk eti ve yumurta tüketim yapısının araştırılması ve gelir başta olmak üzere, tüketicilerin özelliklerine göre davranışlarının incelenerek, tüketici davranışlarının tüketim üzerine etkilerini tespit etmeye çalışmıştır. Buna göre tüketici tercihlerine göre oluşan pazarda, üreticileri de korumaya yönelik politikaların oluşturulmasına katkıda bulunmayı amaçlamıştır. İlgili çalışmada kişi başına tavuk eti tüketiminin 12,5 kg/yıl olarak belirlenmiştir. Ayrıca, tavuk eti tüketim düzeyinin farklı gelir ve eğitim gruplarında değişiklik gösterdiğini; tüketicilerin gelir ve eğitim düzeyine bağlı olarak tavuk eti tüketim düzeylerinin de arttığı saptanmıştır.

Alfnes (2004), Norveçli tüketicilerin sığır eti için ülke orijini ve ette hormon kullanımına karşı tercihlerini araştırmış ve sosyo-ekonomik kümelerini tanımlamıştır. Ortalama olarak tüketiciler yerli üretimden sonra, komşu ülke olan İsveç'ten gelen etleri diğer ülkelerden gelen etlere ve gelişmiş ülkelerden gelen etleri, gelişmekte olan ülkelerden gelen etlere tercih etmişlerdir. Amerika'dan gelen hormonsuz sığır etinin, İrlanda eti kadar iyi olduğunu ancak Amerika'dan gelen hormonlu etin ise düşük güvenilirlik düzeyinde olarak algılandığını tespit etmiştir. Tahmini yapılan Mixed Logit model sonuçları, İskandinav olmayan alternatif etlerin ithalata açık pazar bölümü için yakın ikame olduklarını göstermektedir.

Atay ve ark. (2004), 'Aydın İli Çine İlçesi Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları' adlı çalışmada; kentsel alanda kırmızı et tüketim alışkanlıklarını araştırmışlardır.

Araştırmada Kurban Bayramı'nda kırmızı et tüketiminin önemli ölçüde arttığı bir dönem olduğu belirtilmiştir. Bu döneminin et tüketim ortalamasının yükselmesinde önemli ölçüde etkisinin varlığı gözlenmiştir. Bu anlamda Aydın ili Çine ilçesinde ankete katılanlara kurban bayramında hangi hayvanı kurbanlık olarak tercih ettikleri sorulmuş ve %45,2'si koyunu, %3,7'si sığırı, %13,7'si keçiyi tercih ettiklerini, %7,4'ü hiç kurban kesmediklerini belirtmişlerdir. Araştırma bulgularına göre, görüşülen ailelerin %33,1'inin öncelikli olarak kırmızı eti tercih ettiği belirlenmiş ve en çok tercih edilen kırmızı et türlerinin sırasıyla, sığır (%80,0), koyun (%8,6) ve keçi (%5,7) eti olduğu tespit edilmiştir. İncelenen ailelerin %63,4'ü ayda 3 kg'dan daha az, %32,6'sı 3-5 kg/ay arasında ve %4'ü de 5 kg/ay'dan daha fazla kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir.

Aygün ve ark. (2004), 'Van İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı' adlı çalışmada; verilerini Van ili merkez ilçedeki üç yüz on altı kişiyle yaptıkları anketler yoluyla elde etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, tercih edilen kırmızı et türlerini önem sırasına göre koyun (%51), sığır (%40,5) ve keçi (%1,9) olarak belirlemişlerdir. Ayrıca, ailelerin %52,2 gibi önemli bir bölümünün satın aldıkları eti güvenilir bulmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kırmızı et tüketen ailelerin %34,5'inin ayda 3 kg'dan az kırmızı et tükettikleri tespit etmişlerdir. Anket çalışmasının sonucuna göre, tüketilen kırmızı eti lezzetli bulanların oranı %76,3 olmuştur. Ailelerin et tüketiminde öncelikli tercihleri %38,3 kırmızı et ve %23,4 tavuk eti olarak belirlenmiştir.

Enneking (2004), Alman et sektöründe son yıllarda uygulanan kalite garanti düzenlemeleri için tüketicilerin ödeme istekliliğini araştırmıştır. Özellikle Q&S kalite ve güvenilirlik etiketi olan ürünler için tüketiciler ile tercih denemeleri yapılmıştır. Tüketicilerden altı markadan birinin seçmesi istenmiştir. Araştırma bulgularında, tüketicilerin tercihinde, kalite etiketlerin önemli düzeyde etkili olduğu ve ödeme istekliliği tahminlerinin markalar arasından önemli düzeyde varyasyon gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle, Almanya'da bilinen bir markaya Q&S etiketinin eklendiğinde tüketicilerin 0,34 Euro, az bilinen bir markada ise 0,11 Euro daha fazla ödemeye istekli olduğu tespit edilmiştir.

Hatırlı ve ark. (2004), 'Isparta İlinde Ailelerin Balık Tüketiminin Analizi' adlı çalışmada, Isparta ilinde yaşayan ailelerin balık tüketim tercihlerinde etkili olan sosyo-ekonomik faktörlerin analizini yapmışlardır. Logit Modeli'ni kullanılarak yaptıkları analiz sonuçlarına göre, modele dahil edilen değişkenlerden ailelerin aylık ortalama geliri ile balık tüketim tercihi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca, ailede 10 ve daha küçük yaşta çocuk bulunması ile tüketim tercihi arasında pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir. Buna göre, 10 ve daha küçük yaşta çocuk bulunan ailelerin, bulunmayan ailelere göre %4,67 oranında daha fazla balık tükettiklerini ortaya koymuşlardır.

İçöz (2004), 'Talep Kavramı, Kırmızı Et ve Et Ürünlerinde Talebi Etkileyen Faktörler' isimli çalışmasında, Türkiye'deki hayvansal ürünlerin çeşitli gelir gruplarındaki tüketim miktarlarının farklılıklar gösterdiğini tespit etmiştir. Kırmızı et tüketiminin en düşük gelir gruplarında günlük 14 g, ortalama gelir grubunda 60 g ve üst gelir grubunda ise 120 g olduğunu belirtmiştir. Gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki miktarının düşük gelir gruplarında % 80'den fazla iken, yüksek gelir gruplarında %40'ın altında bulunduğunu belirtmiştir. Yüksek nüfus artışının, yetersiz üretimin, gelir dağılımındaki adaletsizliğin, üretimdeki verimsizliğin Türk insanının yeterince kırmızı et tüketememesine neden olduğunu ve bu durumun gelişme bozukluklarına, ileriki yaşlarda sağlık harcamalarının artmasına ve işgücünde yetersiz verime yol açtığını tespit etmiştir.

Kara ve ark. (2004), 'Van'da Et ve Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları' üzerine yaptıkları araştırmada; Van'da ortalama aile başına aylık et tüketiminin 5,5 kg/ay, kişi başına aylık et tüketimini ise 980 g olarak belirlemişlerdir. İncelenen ailelerin et tüketiminin eğitim düzeyine göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, çalışmada erkeklerin daha çok kırmızı eti, bayanların ise beyaz eti tercih ettiklerini tespit etmişlerdir.

Rızaoğlu (2004), son yirmi yıl içinde tüketiciler açısından iki çarpıcı gelişme gözlendiğini; bu gelişmelerden birinin, ekonomik sistem açısından tüketicilere dayalı bir anlayış ve yaklaşımın oluşması gerektiğini belirtmiştir. Tüketicisi, hatta toplum ve

fiziki-sosyal çevrenin işletmelerin odak noktası haline geldiğini; tüketici davranışlarının tesadüflerin bir eseri olarak ele alındığı için uzun bir süre ihmal edildiğini, günümüzde ise tüketici davranışının bilimsel inceleme ve araştırmanın en önemli konular arasında yer aldığını tespit etmiştir. Bu nedenle işletmelerin tüketicilerin çeşitli gereksinim ve isteklerine uygun mal ve hizmetleri geliştirmeye zorlandığını belirlemiştir. Günümüzün gelişmelerinden bir diğerinin ise tüketicinin eğitilmesinin hem gerekli hem de arzu edilir olarak kabul görmesi gerektiğini belirtmiş ve bir üreticinin çeşitli mal ve hizmet seçenekleri karşısında zorlandığını; tüketicilerin çeşitli seçenekleri değerlendirmesi ve satın alma kararı vermesinin çok güç bir iş olduğunu ifade etmiştir. Bunun için tüketici eğitim programlarının geliştirilmesinin gerek devlet gerekse firmalar tarafından gittikçe artan bir ilgi topladığını; günümüzde tüketicilerin korunması ile ilgili düzenlemelerin yapılmasının ise bu gelişmelerin bir diğer yönünü teşkil ettiğini saptamıştır.

Demirel ve Yoldaş (2005), 'Yeni Ekonomide Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler' isimli çalışmada; toplumda bilinçli tüketici sayısının gittikçe artmasının tüketici davranışları kavramının önemini gittikçe arttırdığını belirtmişlerdir. Tüketici davranışlarının kişilerin ihtiyaçlarını gidermek amacı ile satın aldıkları mal ve hizmetleri neden, nasıl ve ne zaman aldıklarını gösterdiğini, tüketici davranışlarının tam olarak belirlenmesinin, tüketici ihtiyaç ve isteklerinin yönünün de doğru olarak saptanmasının sağlandığını vurgulamaktadırlar.

Miran ve Akgüngör (2005), deli dana korkusunun dana eti tüketimi ve satış kaybı üzerine etkisini incelemişlerdir. Yoğun yazılı basın haberlerinin yol açtığı deli dana (BSE) korkusunun sığır eti tüketimine etkisini araştırmışlardır. Ocak 1995 ile Şubat 1997 arasındaki aylık veriler kullanılarak İzmir ili için bir talep modeli tahmin etmişlerdir. Sığır eti satışları, deli dana haberlerinin medyada yer almaya başladığı 1996 Nisan ayında aniden düşmüş ve bu düşüş medya haberlerinin sona erdiği 1996 Haziran ayına kadar devam etmiştir. Ekonometrik model sonuçları deli dana krizinin yaşanmamış olsaydı sığır eti satışlarının %36,4 daha fazla olacağını göstermiştir. Ayrıca, tüketicilerin deli dana bulaşığı olmayan ete yılda kişi başına 0,5224 ABD doları ödemeyi kabul ettiği tespit edilmiştir.

Ceylan (2006), girdi maliyetlerinin yüksekliğinin ve verim düşüklüğünün hayvansal ürünlerin yurtiçi arz miktarının daralmasına neden olduğunu, bundan dolayı arzın talebi karşılayamaması nedeniyle yurtiçi fiyatların yükseldiğini tespit etmiştir. Talebi karşılamak için ithal edilen hayvansal ürünlerin bir yandan döviz kaybına neden olurken, bir yandan da yerli üreticileri yabancı üreticilerin rekabetiyle karşı karşıya bıraktığını belirlemiştir. Gelişmiş ülkelerde hayvancılığın önemli desteklere sahip olduğunu, bu ülkelerde hayvansal ürünlerde verimliliğin yüksek olması ve maliyetlerin görece olarak düşük olması nedeniyle fiyatların da görece olarak düşük olduğunu, bundan dolayı da ithalata dayanan et ürünleri politikanın uzun vadede Türkiye'deki üreticiler üzerinde hayvansal üretimden başka üretim dallarına kayma yönünde olumsuz etkileri olacağını ve hayvansal üretimdeki daralmaların bu ürünlerin tüketimini de olumsuz etkileyeceğini belirtmiştir.

Gündüz ve ark. (2006), 'Ailelerin Et tüketimleri Üzerine Bir Araştırma: Tokat İli Örneği' adlı çalışmada; aileler 3 farklı gelir grubu ile incelenmiştir. Aileler ortalama 4,45 kişiden oluşmakta, ortalama aylık gelirleri 1 065 TL ve bu gelirin yaklaşık %25'ini gıda harcamalarına ayırmaktadırlar. Ailelerin et tüketim değerleri, gıda harcamaları içerisinde ikinci sırayı almaktadır. Et tüketimi içerisinde ise kırmızı et tüketim değeri oldukça yüksektir. Ailelerin kanatlı ya da kırmızı eti tercih etmelerindeki en önemli nedenin %60 oranında sağlık olduğunu, daha sonra zevk ve alışkanlıkların %38,67 oranında önemli rol oynadığını, bunu %25,33 oranı ile lezzetin takip ettiğini ve %3,33 oranı ile diğer nedenlerin izlediğini belirlemişlerdir.

Lebe (2006), 'Tüketici Davranış ve Tercihlerinin Analizi: Erzurum İçin Bir Uygulama' adlı çalışmada insanoğlunun yaşamını iç (kişisel, psikolojik) ve dış (ekonomik, sosyo-ekonomik) faktörlerin etkisi altında sürdürdüğünü; çoğu zaman, bu iç ve dış faktörlerin insan davranışlarında belirleyici duruma geldiğini; tüketici rolündeki insan davranışının da aynı faktörlerin etkisi altında olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, her ne kadar insan davranışlarının, dolayısıyla tüketici davranışlarının psikolojik faktörler (içsel dürtüler vb.) nedeniyle ortaya çıktığı kabul edilmekte ise de, tüketici davranışlarının oluşmasında kişisel, ekonomik ve sosyo-ekonomik faktörlerin etkisinin de göz ardı edilemeyeceğini vurgulamıştır.

Özgül ve Aksulu (2006), ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler üzerine yaptığı çalışmada, işletmelerin ürün konusunda verdikleri bilgilerin tüketicileri koruma, tüketicilerin karar verme süreçlerine etkileri ve işletmeler arası rekabet açısından önemli olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bilgi aktarımının en önemli ve en yaygın biçimi olan etiketlerin, ürün bileşimi, fiyatı, son kullanma tarihi, kullanma süresi, menşei ve özellikle son yıllarda gıda ürünlerinin etiketinde yer alan besleyicilik değerine ilişkin değerli bilgiler taşıması nedeniyle tüketicilerin sağlıklı ve bilinçli seçim yapmasını kolaylaştırdığını belirtmişlerdir.

Saygı ve ark. (2006), 'İzmir Merkez İlçelerinde Kamuoyunun Balık Tüketimi ve Balık Yetiştiriciliğine Yaklaşımı' isimli çalışmada; İzmir metropol ilçelerinde yaşayan ailelerin balık yetiştiriciliği hakkındaki düşüncelerinin tespit edilmesi planlanmıştır. Bunun için İzmir metropole bağlı Bornova, Buca, Çiğli, Gaziemir, Karşıyaka, Konak ve Narlıdere ilçeleri tabaka olarak kabul edilmiş ve seçimi rastgele yapılmış 1 183 kişiden anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Anket uygulanan bireylerin 25-45 yaş grubunda yoğunlaştığı, %70 oranında ağırlıklı olarak beyaz et, %19 oranında ağırlıklı olarak kırmızı et tükettikleri belirlenmiştir. Bu bireylerin %72'sinin en az ayda 2 defa balık tükettiği tespit edilmiştir. Denizlerimizdeki görsel ve kimyasal kirlilik açısından yetiştirme tesislerine etkisinin diğer faktörlerin yanında son sırada olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte ankete katılan bireylerin %28'i yetiştiricilik çalışmalarının sürmesi ile ilgili olumlu görüşe sahipken %12'sinin olumsuz görüşe sahip olduğu saptanmıştır. Geriye kalan %60'lık kesimin ise konuyla ilgili fikirlerinin netleşmediği belirlenmiştir.

Sayılı (2006), 'Kuş Gribinin Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi Tokat İli Örneği' adlı çalışmada; kuş gribi sonrası, incelenen ailelerin tavuk eti tüketimlerinde farklı etkilenme durumları ortaya çıkmıştır. İncelenen ailelerin yarıdan fazlası (genel ortalama %57,14) hastalığın olacağını ve/veya insanlara bulaşmayacağını düşündüklerinden dolayı, kuş gribi sonrasında tavuk eti tüketimlerinde bir değişikliğin olmadığını belirtmişlerdir. Buna karşın tüketicilerin bir bölümü (%42,86) kuş gribi bulaşan etlerin sağlıksız olduğunu düşündüklerinden dolayı et tüketimlerini azaltmışlardır. Bununla birlikte, kuş gribi vakaları sonrasında tavuk eti

fiyatı önemli ölçüde düşmüştür. Kuş gribi vakalarından önce, incelenen ailelerin aylık et tüketimi toplamı 9,48 kg iken, kuş gribinden sonra 8,69 kg'a düştüğü tespit edilmiştir.

Tosun (2006), 'Antalya İlinde Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alım Yerleri Tercihlerinin Analizi' adlı çalışmasında, kırmızı et satın alım yerleri tercihlerini etkileyen başlıca sosyo-ekonomik faktörlerin analizini amaçlamıştır. Bu amaçla Logit modelini kullanmış ve aileler ile yüz yüze görüşme yoluyla yaptığı anketlerden elde ettiği verileri analiz ederek model tahmin etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre incelediği ailelerin ortalama aylık gelirini 1 518 TL, aylık ortalama tüketim harcamasını 1 026,79 TL, ortalama gıda harcamasını 401,61 TL, ortalama süpermarket harcamasını 228,63 TL olarak tespit etmiştir. Ailelerin %41,05'inin kırmızı et alışverişleri için kasapları, %58,95'inin de süpermarketleri tercih ettiklerini saptamıştır. Ayrıca, ailelerin kırmızı et satın almalarında süpermarketleri tercih etmelerindeki en önemli faktörlerin; tazelik, hijyen, etle birlikte diğer ihtiyaçların temin imkanı ve güvenilirlik olarak belirlenmiştir.

Çakı (2007), 'Tavukçuluk Sektörünün Türk Ekonomisindeki Yeri ve Durumu' adlı çalışmasında; Türk ekonomisi içinde bir hayli önemli hale gelen tavukçuluk sektörünün Türkiye ve dünya ekonomisindeki yerini, üretim, tüketim, ihracat ve ithalat açısından araştırarak, sektörün gelişim seyrine göre sorun ve sıkıntıları ortaya koymaya yönelik çözüm önerileri getirmiştir.

Çetin (2007), 'Yetişkin Tüketicilerin Besin Tercihleri ve Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutumları Üzerine Cinsiyet Faktörünün Etkisi' adlı çalışmasında, araştırmaya katılan tüketicilerin et tüketim durumlarını incelemiş ve kırmızı etin en çok köfte ve ızgara, tavuk etinin ızgara ve haşlama, hindi etinin ise çoğunluk tarafından tüketilmediğini tespit etmiştir.

Mutlu (2007), 'Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları: Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketim Örneği' adlı doktora tezinde; tüketicilerin kırmızı et ve ürünleri için gıda güvenirliği açısından tüketim kararlarını etkileyen unsurları çeşitli yönleriyle araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre sertifikalandırılmış kırmızı et ve

ürünleri için tüketicilerin ödeme istekliliğinin mevcut fiyattan %20 daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Sarıözkan ve ark. (2007), 'Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Hayvansal Ürün Tüketim Yapısı ve Alışkanlıkları' isimli çalışmada gelir düzeyi ve cinsiyete göre et, süt, yumurta gibi başlıca hayvansal ürünlerin yanı sıra, et ve süt mamullerine ait tüketim yapısı ve alışkanlıklarını incelemişlerdir. Araştırmanın temel materyalini 2006-2007 eğitim-öğretim yılında yüz iki gönüllü öğrenci ile yüz yüze yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler oluşturmaktadır. Öğrencilerin hayvansal kaynaklı gıda tüketiminin özellikle düşük gelir düzeyine sahip olan gruplarda daha belirgin olmak üzere; genel anlamda yetersiz olduğu ve tüketimin gelir düzeyine, tüketim alışkanlıklarına ve bazı ürünlerde cinsiyete bağlı olduğunu tespit etmişlerdir. Bu nedenle öğrencilerin hayvansal ürün tüketimini arttırabilmek ve daha sağlıklı nesiller yetiştirebilmek için, hayvansal ürünlerde üretim maliyetlerini düşürücü, ürün piyasasını düzenleyici ve tüketimi teşvik edici tedbirlerin alınmasının çok büyük önem taşıdığına ve öğrencilerde hayvansal kaynaklı gıdaların tüketimi yönünden gelir ve/veya tüketim alışkanlıklarına bağlı olarak yetersizlikler olduğu sonucuna varmışlardır.

Büyüknisan (2008), 'Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı' adlı çalışmasında; Adana ili kentsel alanda tavuk eti tüketimi ile gelirin tüketim üzerine olan etkisini belirlemek amacıyla üç yüz aileye anket uygulamıştır. Araştırmadaki bulgulara göre aileler aylık ortalama gelirinin %2,55'ini oluşturan 36,16 YTL'sini tavuk eti tüketimine ayırmaktadırlar. Gelir-harcama esnekliği 0,27 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın sonucunda tüketicilerin aylık gelirlerinde meydana gelecek %1'lik bir artışın, aylık tavuk eti harcamalarında %0,27 oranında bir artışa neden olacağı tespit edilmiştir.

Erdal ve Esengün, (2008), 'Tokat İlinde Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Model ile Analizi' adlı çalışmalarında yüz yüze görüşme tekniği ile elde edilen yatay kesit verileri kullanılmış ve verilerin elde edilmesinde oransal tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada, ailelerin balık tüketim miktarlarının etkileyen faktörleri analiz etmek için logit model kullanılmıştır. Logit model

sonuçlarına göre, ailelerin balık tüketim miktarlarını mevsim ve sosyal statü değişkenlerinin istatistiksel olarak etkilediği belirlenmiştir.

Karakuş ve ark. (2008), ‘Gaziantep İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları’ adlı çalışmada; Gaziantep ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketim alışkanlığını ortaya koymak amacıyla 2006 yılı Kasım-Aralık ayları içerisinde beş yüz on altı örnek üzerinde anket yapmışlardır. Anket çalışmasına katılanların %50,6’sının kırmızı eti tercih ettiği, %1,7’sinin ise kırmızı et tüketmediği saptanmıştır. En çok tercih edilen kırmızı et türünün sırasıyla koyun (%77,9), sığır (%6,2) ve keçi (%2,3) olduğu belirlenmiştir. Kırmızı et tüketen ailelerin %56,2’si kırmızı eti porsiyonluk olarak satın almayı öncelikli olarak tercih ederken bunu kemikli (%14,5), karkas (%9,7) ve kıyma (%9,3) olarak satın alma takip etmektedir. Kırmızı et tüketen ailelerin %51,9’unun ayda 3 kg’dan az ve %10,1’inin ise ayda 5 kg’dan fazla kırmızı et tüketmektedirler. Bu çalışmanın sonucuna göre, tüketilen kırmızı eti lezzetli bulanların oranı %83,1 ve kırmızı etin hijyenik koşullarda kesilip yetkili kişilerce denetlendiğini düşünenlerin oranı %61,8 olarak tespit edilmiştir.

Kızılaslan ve Kızıkaslan (2008), ‘Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri ile İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumları: Tokat İli Örneği’ isimli çalışmada, bir toplumda üretim-pazarlama- tüketim zincirinin insanların zorunlu olarak içerisinde buldukları bir yapı olduğunu belirtmişlerdir. Toplumun kalkınması için bilinçli, sorumlu ve eğitilmiş üreticilere, pazarlamacılara ve tüketicilere ihtiyacının bulunduğunu ve özellikle tüketicilerin eğitilmiş ve bilinçli olmasının hem üretim kalıplarını hem de pazarlama sektörünün kalıplarını etkileyeceğini, ekonominin ve toplumun değişmesini sağlayacağını belirtmişlerdir.

Adıgüzel ve ark. (2009), ‘Tokat İli Almus İlçesinde Ailelerin Balık Tüketim Durumu’ adlı çalışmada; Tokat-Almus ilçesinde hanelerin balık tüketim durumları incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre kişi başına yıllık balık tüketim miktarı 14,71 kg olup en fazla iç su balıkları (özellikle alabalık ve sazan) tüketilmektedir. Tüketilen balıklar daha çok sabit satıcıdan satın alınmaktadır. Ailelerin çoğunluğunun balık tüketimlerinin normal olduğu ve daha çok kışın balık tükettikleri tespit edilmiştir. Balığın taze olması

en önemli satın alınmasındaki en önemli faktör olarak belirlenmiştir. Ailelerin büyük çoğunluğu %90,43 oranında balığı taze olarak tüketmektedirler.

Yılmaz ve ark. (2009), ‘Gıda Ürünlerine İlişkin Tüketici Davranışı Dinamiklerinin Belirlenmesi: Trakya Örneği’ adlı çalışmada; Trakya bölgesinde yaşayan insanların gıda maddesi satın alırken ve tüketirken sağlıkları ile ilgili riskler karşısındaki bilgi düzeyi ve tutumlarının ne olduğunun ortaya konulmasını ve satın almada en fazla önem verdikleri faktörlerin ortaya konmasını hedeflemişlerdir. Araştırmalarında Trakya bölgesinde bulunan Tekirdağ, Kırklareli, Edirne illerinde kentsel ve kırsal kesimde yaşayan tüketicilerin gıda ürünlerine ilişkin davranış dinamiklerini belirlemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, Trakya bölgesindeki köylerde ve kentlerde yaşayan tüketicilerin gıda alışverişinde dikkate aldıkları faktörlerin önem derecelendirmelerinde istatistiki yönden anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Kentsel ve kırsal alandaki tüketicileri en çok “deli dana ve kuş gribi” hastalıklarının endişelendirdiği tespit edilmiştir.

Cankurt ve ark. (2010), ‘Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği’ adlı çalışmanın ana materyalini iki bin sekiz yüz on tüketiciden anket yöntemiyle toplanan veriler oluşturmuştur. Uygulanan lojistik regresyon yöntemiyle sığır eti tüketme olasılığını etkileyen altı değişken belirlenmiştir. Sığır eti tüketme olasılığını cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, hanedeki kişi sayısı ve hanede hasta varlığının etkilediği ve ailede kalp hastası olmaması durumunda sığır eti tüketme olasılığını 1,20 kat yükselttiği belirlenmiştir. Sığır eti tüketme olasılığı en düşük gelir grubuna göre (<500 TL) diğer üst gelir gruplarında 2,52 ile 8,10 kat arasında artmakta olduğu tespit edilmiştir.

Karakaş (2010), ‘Tokat İli Kentsel Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma’ adlı çalışmada üç yüz hanehalkına anket uygulamıştır. Araştırmadaki bulgulara göre kişi başına kırmızı et tüketiminin 6,83 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi 8,15 kg/yıl ve balık tüketimi 13,41 kg/yıl olduğunu belirlemiştir. Khi kare testinde kırmızı et tüketimi ile gelir düzeyi, toplam masraflar, eşin çalışma durumu ve eğitim düzeyi arasında önemli bir ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Tüketicinin gelirinin artması ile birlikte aylık kırmızı et tüketiminin

arttığı, buna paralel olarak eğitim durumunun artması ile kırmızı et tüketim miktarının da arttığını tespit etmiş ve tüketicinin gelire ilişkili olarak yaptığı harcama miktarı artarken, bu tüketim harcamasında et tüketiminin de arttığını belirtmiştir.

Yaylak ve ark. (2010), ‘İzmir İli Ödemiş İlçesinde Et Tüketim Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma’ adlı çalışmada dört yüz doksan yedi kişiye anket uygulamışlardır. Ankete katılanların %87,1’nin kırmızı et tükettiği, %12,9’unun ise tüketmediğini tespit etmişlerdir. Kırmızı et tüketenler, etin elde edildiği hayvan türüne göre tercihlerini sırasıyla; sığır (%66,7), koyun (%16,7), keçi (%8,6) ve fark etmez (%8,0) olarak belirtmişlerdir. Kırmızı eti tüketicilerin %50,6’sı kıyma, %38,5’i parça et, %10,9’u ise kemikli et olarak almayı tercih etmişler ve kırmızı etin pişirme yöntemi olarak, görüşülen tüketicilerin % 19,3’ü ızgara, %16,8’i haşlama, %8,6’sı fırında, % 8,2’si yağda kızartarak ve %15,4’ü sebze yemeklerinin içinde tükettiklerini belirtmişlerdir. Ankete katılanların %62,3’ü hayvanların hijyenik koşullarda kesildiğini düşünürken, %9,6’sı aynı düşüncede olmadıklarını, %27,2’i ise bir fikri olmadığını belirtmişlerdir.

Şeker ve ark. (2010), ‘Elazığ’da Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin Hayvan Refahı Konusundaki Görüşleri’ adlı çalışmada 2010 yılı Mart ayında dört yüz altmış üç kişiye anket uygulamışlardır. Ankete katılanların %58,4’ünün öncelikli olarak kırmızı eti tercih ettiği ve en çok tercih edilen kırmızı et türünün de sırasıyla “sığır” (%55,3), “koyun” (%15,3), “keçi” (%11,7) olduğunu belirlemişlerdir. Kırmızı et tüketen ailelerin %44,3’ünün “ayda 4 kg’dan az” kırmızı et tükettikleri ve tüketilen kırmızı eti “lezzetli” bulanların oranı ise %49,2 olarak tespit edilmiştir. Kırmızı etin satın alındığı yer olarak %66,6’lık oranla “kasap” ilk sırada yer almış, ayrıca tüketicilerden satın aldıkları kırmızı eti güvenilir bulanların oranı %78.8 olarak belirlenmiştir.

Ulaş (2011), ‘Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanatlı Eti Tüketicilerinin Kararları İle Bunları Etkileyen Faktörler’ adlı çalışmasında yüz kırk hanehalkına anket uygulamış ve ekonomik nedenlerle tüketicilerin sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kırmızı et tüketmediği belirtilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Aydın ili kentsel alanda kişi başına kırmızı et tüketimi 5,87 kg/yıl, kanatlı eti tüketimi ise 10,91 kg/yıl

olarak belirlenmiştir. En çok tercih edilen kırmızı et tüketimi çeşitleri %70,91 oranıyla sığır eti, %27,27 oranıyla koyun eti ve %1,82 oranıyla keçi eti olduğunu ve en çok tercih edilen kanatlı eti çeşidinin ise %97,79 oranıyla tavuk olduğunu belirlemiştir. Tüketicilerin %67,90'nının kırmızı eti pahalı bulduğunu ve %20,15'nin ise çok pahalı bulduğunu, buna karşılık kanatlı eti tüketenlerin %70,59'nun fiyatları normal bulduğunu ve %19,12'sinin pahalı bulduğunu tespit etmiştir.

Uzundumlu ve ark. (2011), 'İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde En Uygun Et Tipinin Belirlenmesi' adlı çalışmada dört yüz hanehalkına anket uygulamışlardır. Araştırmadaki tüketicilerin %59,75'ini bayanlar ve %40,25'ini erkekler oluşturmaktadır. Elde ettikleri verilerden kırmızı et tüketiminin yıllık kişi başına 6,59 kg, kanatlı eti tüketiminin 13,79 kg ve balık eti tüketiminin 4,50 kg olduğu belirlenmiştir. Hanelerin %13,75'i bir veya iki bireye, %66,50'si üç veya dört bireye ve %19,75'i beş ve üzeri bireye sahip oldukları tespit edilmiştir. Hanehalkı ortalama 3,65 bireyden oluşmaktadır. Tüketicilerin %19'u fiyata, %28'i besin içeriğine, %24'ü hijyene ve %29'u damak tadına daha fazla önem vermektedir. Buna göre, tüketicilerin %30'u için sığır eti, %18'i için koyun eti, %25'i için tavuk eti ve %27'si için ise balık etinin uygun olduğu belirlenmiştir.

Lorcu ve Bolat (2012), 'Edirne İlinde Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi' adlı çalışmada üç yüz yirmi bir hanehalkına anket uygulamışlardır. Araştırmada Edirne merkez ilçede yaşayan tüm hanelerin %95 olasılıkla aylık ortalama kırmızı et tüketimlerinin 1,88 ile 2,28 kg, yıllık tüketimlerinin ise 22,56 ile 27,36 kg arasında olduğu belirlenmiştir. Kişi başı aylık ortalama et tüketiminin ise %95 olasılıkla 0,61 ile 0,75 kg, yıllık ortalama et tüketimlerinin ise 7,34 ile 8,98 kg arasında olduğu tespit edilmiştir. Gelir ve eğitim düzeylerine göre kırmızı et tüketim miktarının değiştiği, çocuk sayısına göre hanehalkı et tüketim miktarında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Tüketicilerin %55'i dana etini tercih ettiği ve kırmızı eti tercih etmelerinin ilk üç nedeni olarak sırasıyla "lezzet" (%53,7), "besleyicilik" (%20,7) ve "sağlıklı olma" (%12,6) tercihlerini belirtmişlerdir. Kırmızı et satın alan tüketicilerin et seçiminde sırası ile "etin hijyenik koşulları sağlmasına" (%32,7), "dini kurallara uygun kesilmesine" (%24,5) ve "tazeliğine" (%17,3) önem verdikleri saptanırken et satın alma yeri tercihinde ise kasapları tercih ettikleri belirlenmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Bu çalışmanın ana materyali tesadüfi olarak belirlenen tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Bu araştırmanın anket formu hazırlanmasında, öncelikle araştırma konusuna benzer konularda yapılmış anket formları ve daha önce yapılmış literatür çalışmaları incelenerek, uzman kişilerin görüşleri de alınarak araştırmanın ana amacına uygun bir şekilde düzenlenmiştir. Anketler uygulanmadan önce pilot anket çalışması yapılarak anketin kullanılabilirliği test edilmiş ve anket soruları tekrar şekillendirilmiştir. Pilot anket çalışmasından sonra 2012 yılı Mart ve Nisan ayında anket çalışması Amasya ili merkez ilçede hanehalkı üzerinde uygulanmıştır.

Araştırmanın anketi dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, hanelerin ekonomik ve demografik özellikleri ile ilgili sorular yer almıştır. İkinci bölümde, hanelerin genel olarak kırmızı et tüketimi ve satın alma davranışları ile ilgili sorular yer almış, üçüncü bölümde, hanelerin genel olarak kanatlı eti tüketimi ve satın alma davranışları ile ilgili sorular yer alırken; dördüncü bölümde ise hanelerin genel olarak balık eti tüketimi ve satın alma davranışları ile ilgili sorular değerlendirilmiştir. Ankette açık uçlu ve kapalı uçlu soru tiplerinden yararlanılmıştır.

Konuyla ilgili çalışmada, daha önce hazırlanmış olan kitaplar, tezler, makaleler, gazete haberleri ve güncel konular, toplantı sonuç bildirgeleri ve üniversite seminer programları, kamu ve özel kuruluşların çalışmaları, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Türkiye İstatistik Kurumu ve uluslararası düzeyde çalışmalar yapan Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) gibi kuruluşların verileri ikincil verileri oluşturmuştur.

3.2. Örneklem ve Anket Aşamasında Uygulanan Yöntem

Bu çalışmada tüm hanehalkı ile anket yapmak mümkün görülmediğinden, araştırmanın kapsamına tüm hanehalkının alınması yerine, anakütleyi temsil eden yeterli hanehalkı bilimsel örneklem yöntemlerinden biri kullanılarak belirlenmiştir. Araştırmada örneklem hacminin belirlenmesinde uygun hata payı ve güvenilirlik sınırları içinde çalışılmıştır.

Anket uygulaması yapılan hane sayısının belirlenmesinde, sınırlı popülasyonlarda maksimum örnek büyüklüğüne ulaşmak için kullanılan oransal örnek hacmi formülünden yararlanılmıştır (Newbold, 1995).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{px}^2 + p(1-p)}$$

Formülde,

n= Örnek hacmi

N= Anakütle

p= Örneklem girecek hanehalkı oranı (0,5 maksimum örnek büyüklüğü için)

σ_{px}^2 = Oranın varyansı

Ana kütle oluşturulan tüketicilerin özellikleri başlangıçta bilinmediği için, örnek hacmini maksimum kılacak şekilde p=0.5 olarak alınmış ve uygun örnek hacmi belirlenmiştir. %95 güven aralığı, %5 hata payı esas alınarak örneklem hacmi 380 olarak tespit edilmiştir.

Anket uygulanacak hane sayısının tespiti amacıyla ilk olarak merkez ilçedeki mahalle sayısı araştırılmıştır. Öncelikle bu mahalleler il merkezini temsil edebilecek coğrafi bölgelere ayrılarak incelenmiştir. Bu mahalleler belirlenirken, tüm gelir ve eğitim gruplarını yansıtabilmesine dikkat edilmiştir. Her yerleşim biriminde görüşülecek tüketici sayısının belirlenmesinde, yerleşim birimlerinin toplam popülasyon içindeki payları esas alınmış (Engindeniz ve Çukur, 2003) ve örneğe alınan tüketiciler Amasya

Belediyesi kayıtlarından elde edilen su abonelerinin mesken bazında hanehalkı dağılımları populasyon tespit çizelgesine göre tesadüfi olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı (28 277) araştırmanın anakütlesini oluşturmaktadır.

3.3. Verilerin Değerlendirilmesinde Uygulanan Yöntem

Araştırmada, seçilen hanelerdeki tüketicilerden, anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Araştırma kapsamında yer alan her bir tüketici için doldurulan anket formları tek tek incelenerek, gerekli kontrol, tamamlama ve düzeltme işlemleri yapılarak anket çalışmasından elde edilen hanehalkına ait veriler, gerekli hesaplamalar yapıldıktan sonra, araştırma amacına uygun olarak çizelgeler oluşturulmuş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Çizelge 3.1’de tüketicilerin gelir gruplarına göre dağılımı verilmiştir.

Çizelge 3.1. Tüketicilerin gelir gruplarına göre dağılımı

GRUP NO	GRUP (TL)	FREKANS	ORTALAMA GELİR	%
I. Gelir Grubu	300-1 300 TL	131	910,95	34,47
II. Gelir Grubu	1 301-2 300 TL	138	1 799,78	36,32
III. Gelir Grubu	2 301 TL- +	111	3 625,23	29,21
Toplam/Ortalama		380	2 026,59	100,00

Araştırmada, hanelerin aylık gelirlerinin frekans dağılımından hareketle, üç farklı gelir grubuna göre değerlendirmelere yer verilmiştir. Çizelge 3.1’de ankete katılan tüketici ailelerinin gelir gruplarına göre dağılımı görülmektedir. I. Gelir Grubu; 300-1 300 TL arasındaki gelir grubu, II. Gelir Grubu; 1 301-2 300 TL arasındaki gelir grubu ve III. Gelir Grubu; 2 301 TL ve üzeri gelir elde eden tüketici gelir grubu olarak sınıflandırılmıştır. Bu araştırma sonuçlarına göre; tüketicilerin %34,47’si I. gelir grubundan, tüketicilerin %36,32’si II. gelir grubundan ve %29,21’i III. gelir grubundandır. Tüketicilerin ortalama geliri 2 026,59 TL olarak belirlenmiştir.

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et ve et ürünleri tüketim yapısını ortaya koymak için tüketicilerin sosyo-demografik, ekonomik, kültürel vb. özellikleri, et ve et ürünleri tüketim tercihleri ve tüketicilerin tüketim kararını etkileyen faktörler analiz edilmiştir. Tüketici kararları gelir grupları itibariyle karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır.

Verilerin analizinde öncelikle hanehalkının sosyo-ekonomik özellikleri ortaya konulmuştur. İncelenen hanehalkının sosyo-ekonomik nitelikleri ile kırmızı et tüketim düzeyleri, kanatlı eti tüketim düzeyleri, balık eti tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıkları arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemede χ^2 (Khi-kare) analizi uygulanmıştır.

Test uygulaması sonucunda elde edilen Khi-kare testi tablolarının bazılarında beklenen değerlerden birkaçı 5'ten küçük olduğunda Khi-kare değeri için yorum yapılamamaktadır. Bu durumda Khi-kare testi Yates düzeltmeli olarak kullanılmaktadır. Araştırmada gerekli durumlarda Yates Düzeltmeli Khi-kare formülü gösterilmektedir (Düzgüneş ve ark.,1983).

$$\text{Yates Düzeltmeli Khi-kare formülü; } \chi^2 = \frac{\sum \frac{[f - f']^2}{0,5}}{f'}$$

Burada, f = Beklenen frekans değeri f' = Gözlenen frekans değeri

Khi-kare analizinde, tüketicilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eşin çalışma durumu, eğitim durumu, meslek durumu, hanehalkı sayısı, gelir seviyesi, toplam masrafları ve gıda harcamaları incelenmiştir. Sonuç olarak Khi-kare hesap değeri, tablo değerinden büyük olduğu durumda hipotez reddedilerek iki olay arasında anlamlı bir ilişki olduğundan söz edilir.

Serbestlik derecesi ; $SD = (R-1) \times (K-1)$

R= Khi-kare frekans tablosundaki satır sayısı

K= Khi-kare frekans tablosundaki sütun sayısı

Bu anlamlı ilişkinin ne oranda güçlü olduğu ise bağımlılık katsayısı ile ortaya konulmuştur. Kontingenz (Coefficient of Contingency) yani bağımlılık katsayısına ilişkin formül aşağıda verilmiştir.

$$CC = \sqrt{\frac{\chi^2}{N + \chi^2}}$$

CC = Bağımlılık katsayısı

χ^2 = Khi-kare değeri

N = Gözlem sayısı (Düzgüneş ve ark.,1983)

Söz konusu ortalamalar arasındaki farkın En Küçük Önemli Fark'tan küçük olması halinde, ele alınan grup ortalamaları arasındaki farkın P=0,05 önem düzeyinde önemli olmadığı, aksi durumda ise önemli olduğu sonucuna varılarak yorumlamaya gidilmiştir.

Araştırmada verilerin analizinin tamamında hesaplamalar, yukarıda belirtilen formüllerin Microsoft Excel çalışma sayfalarına aktarılması suretiyle yapılmıştır. Ayrıca yapılan hesaplamalarda SPSS 16,0 (Statistical Package for Social Sciences) istatistik paket programından da yararlanılarak değerlendirilmiştir.

4.ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

4.1. Amasya'nın Tarihi

Yapılan araştırmalar ve kazılardan elde edilen veriler ışığında Amasya kentinin tarihi Kalkolitik Çağa kadar uzanmaktadır (M.Ö 5500- M.Ö 3800). Günümüze kadar gelen tarihi süreç içerisinde Tunç Çağından itibaren (M.Ö 2800- M.Ö 3200); M.Ö 1680'lerde Hitit, M.Ö 1200'lerde Frig, M.Ö 700'lerde Kimmer-İskit, M.Ö 585'lerde Med-Pers, M.Ö 331 yılından itibaren de Helenistik çağda Pers-Pontus hakimiyetine geçmiş, M.Ö 291'den itibaren ise Amasya, Pers-Pontus Krallığına başkentlik yapmıştır. M.Ö 29 - M.S 395 yılları arasında ise Roma egemenliğinde kaldıktan sonra Melik Ahmet Danişmend Gazi 1075 yılında 700 yıllık Bizans hakimiyetine son vererek şehirde ilk Türk egemenliğini kurmuştur. 1243'de bölge Moğol hakimiyetine girmiş, 1386 yılında şehzade Yıldırım Bayezid tarafından ise Osmanlı topraklarına katılmıştır (Anonim, 2011f).

Amasya Roma ve Bizans dönemlerinin güçlü askeri karargâh şehri iken Türk döneminin ise siyasi ve kültürel merkezlerinden biri olmuştur. Özellikle Osmanlı döneminde şehzade sancağı sayılmasıyla birlikte yönetim organizasyonunun sağlandığı ve şehzadelerin yetiştiği yer olma özelliğinin kazanılması, şehrin görünümünde de etkili olup, kültürel kimlik şekillenmiştir (Gürbüz, 2007).

1386 yılında Osmanlı topraklarına katılan Amasya, Osmanlı padişah ve şehzadelerinin gösterdikleri özel ilgi nedeniyle “Şehzadeler Şehri” olarak da ün yapmıştır. Amasya, Kurtuluş Savaşı sırasında da ön plana çıkmıştır. 19 Mayıs 1919'da Samsun'da başlayan Milli Mücadelenin ilk adımı 12 Haziran 1919'da Mustafa Kemal'in Amasya'ya gelmesiyle devam etmiştir. Kurtuluş Mücadelesinin planları hazırlanmış, Erzurum ve Sivas Kongrelerinin toplanmasına burada karar verilmiş, 22 Haziran 1919'da yayınlanan Amasya Tamimi ile “Milletin İstiklalini yine milletin azim ve kararının kurtaracağı” Amasya'da ilan edilmiştir (Anonim, 2011g).

Amasya’da imzalanan tamim, Mustafa Kemal Paşa önderliğinde Milli Mücadele sürecinin yeni aşamalar kaydetmesi açısından önem taşımaktadır. Amasya’da 12-22 Haziran tarihleri arasında Amasya Genelgesinin yıldönümü nedeniyle Atatürk Kültür ve Sanat Haftası olarak uluslararası festival gerçekleştirilmekte olup, pek çok ülkeden konuklar ağırlanmaktadır. Hem Amasya’nın, hem de Türkiye’nin tanıtımı açısından önemli bir faaliyet olarak kabul edilmektedir.

4.2. Araştırma Bölgesinin Doğal Yapısı

4.2.1. Araştırma bölgesinin coğrafi konumu

Amasya ili; Orta Karadeniz Bölümünün iç kısmında ve Yeşilirmak Havzası olarak adlandırılan bölgenin orta kesiminde yer almaktadır. Doğudan Tokat, güneyden Tokat ve Yozgat, batıdan Çorum, kuzeyden Samsun illeri ile çevrilidir. $34^{\circ} 57' 06''$ - $36^{\circ} 31' 53''$ doğu boylamları ile $41^{\circ} 04' 54''$ - $40^{\circ} 16' 16''$ kuzey enlemleri arasında olup, yüzölçümü $5\ 701\ \text{km}^2$ dir. Bu yüz ölçüm büyüklüğü ile Türkiye’nin toplam yüzölçümünün %7,39’unu teşkil etmektedir. Merkez ilçesi $1\ 730\ \text{km}^2$ yüz ölçüm büyüklüğü ile en büyük yüz ölçüme sahip ilçe olup bu ilçeyi sırasıyla Taşova, Merzifon, Gümüşhacıköy, Göynücek, Suluova ve Hamamözü ilçeleri izlemektedir. Amasya genelinin deniz seviyesinden ortalama yüksekliği (rakım) $1\ 150\ \text{m}$, il merkezinin ise $411,69\ \text{m}$ ’dir. Toplam sınır uzunluğu $492\ \text{km}$ olan ilin Samsun’la $169\ \text{km}$, Tokat’la $165\ \text{km}$, Yozgat’la $6\ \text{km}$, Çorum’la $152\ \text{km}$ sınır uzunluğu vardır.

Ankara’ya $336\ \text{km}$, İstanbul’a $671\ \text{km}$ uzaklıkta olan Amasya’nın komşu illere uzaklıklara ise Çorum’a $92\ \text{km}$, Samsun’a $131\ \text{km}$, Tokat’a $114\ \text{km}$, Yozgat’a ise $196\ \text{km}$ ’dir. Amasya merkezinin ilçelere uzaklıkları; Göynücek $46\ \text{km}$, Gümüşhacıköy $68\ \text{km}$, Hamamözü $90\ \text{km}$, Merzifon $46\ \text{km}$, Suluova $27\ \text{km}$ ve Taşova $48\ \text{km}$ ’dir.

Amasya’nın toplam yüz ölçümü $569\ 000$ hektardır. Arazinin %44,5’i tarım arazilerinden oluşmakta, geriye kalan alanda ise, $87\ 607\ \text{ha}$ ile %15,4 çayır ve meralar, $190\ 409\ \text{ha}$ ile %33,4 orman ve fundalıklar kalan kısım ise bataklık, kayalık ve yerleşim birimleri vs. oluşmaktadır (Anonim, 2011f).

Amasya yer yer engebeli, yer yer de geniş ovalık alanları olan bir ildir. Yeşilirmak geçtiği vadilerde geniş boğazlar oluşturarak dağ dizilerinin iki ayrı grupta toplanmasına neden olmuştur. Amasya topraklarındaki en yüksek nokta, 1 062 m ile Akdağ'dır.

2007 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri Tabanına (ADNKS) göre, Amasya genelinde mevcut 351 köy ve 22 belde ve 220 mezrası bulunmakta olup il merkezine bağlı 101 köy ve 6 beldesi vardır (Anonim, 2011f).

4.2.2. Araştırma bölgesinin iklim ve toprak özellikleri

Amasya Karadeniz Bölgesinin ortasında, Yeşilirmak Havzasında yer aldığından konumu itibariyle Karadeniz iklimi-kara iklimi arasında geçiş iklimine sahiptir. Bu bölgede Karadeniz ardı iklimi etkili olmaktadır. Genellikle ılıman olmakla beraber bazen Karadeniz'in yağışlı, kıyı iklimi özelliklerini, bazen de İç Anadolu'nun yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve yağışlı geçen karasal iklim özelliklerini taşımaktadır. Yıllık ortalama nispi nem %61 ve ortalama sıcaklık 13,6 °C'dir. Temmuz ve Ağustos ayları yılın en sıcak ve en kurak ayları olup sıcaklık ortalaması 23 °C -25 °C iken, Ocak ayı ise 2°C-4°C ortalama sıcaklık değerleriyle yılın en soğuk ayıdır. Yıllık ortalama donlu gün sayısı 50 gündür. İlkbahar en çok yağış alan mevsimdir. Yıllık kilometre kareye düşen yağış ortalaması 445,0 kg/m²'dir (Anonim, 2011f).

Amasya genelinde hakim rüzgar yönü Kuzeydoğudan esen poyraz rüzgarıdır. Ancak il merkezinin topografik yapısı nedeniyle 1. derece hakim rüzgar yönü Kuzeybatıdır. Ortalama rüzgar hızı 1,8 m/sn olup, yıllık ortalama kuvvetli rüzgarlı gün sayısı 65 gün, yıllık ortalama fırtınalı gün sayısı 12 gündür.

Sahip olduğu geçiş ikliminin özelliklerinin yansıması bitki örtüsünü de etkilemektedir. Karasal iklim ve Karadeniz iklimi özelliklerine bağlı olarak bitki örtüsü de kuzey bölgelerde tahrip edilmiş ormanlıklarla birlikte, ilin güneyinde karasal iklimin bitki örtüsü olan geniş stepler yer almaktadır. Merkez ilçedeki ormanlar büyük ölçüde Akdağ bölgesinde yayılış göstermekte, yükseklerde sarıçam, karaçam ve kayın, düşük rakımlarda kızılçam, ardıç, meşe, gürgen ve titrek kavak yayılış göstermektedir. Bunun

yanında yabani ahlat ve erik gibi ağaççıklar, sürünücü ardıç gibi çalı formları da vardır. Güneye bakan yamaçlarda ise Yeşilirmak Vadisi'nden başlayıp yukarılara doğru sırasıyla kızılçam, meşe türleri, karaçam ve sarıçam yer yer saf yer yer de karışık ormanlardan oluşmaktadır. Ayrıca gürgen, kayacık, üvez, kızılıçık, akçaağaç, geyik dikenini, sandal ve fındık gibi ağaç ve ağaççıklar, böğürtlen, eğrelti, yabani gül, katran ardıcı, laden, ısırgan otu ve orman gülü gibi alt florayı teşkil eden bitki örneklerine rastlanmaktadır.

Endemik bitkiler açısından yöre oldukça zengin tür (109) ve çeşitleri (246) içermektedir. Bu türler arasında yöresel adlarıyla hazeran, kuduz otu, akça çiçeği, dolama otu, mürdümük, bac biber ağacı, kaside, geven, yalancı havacıva, tüylü keten sayılabilir (Anonim, 2011f).

4.3. Araştırma Bölgesinin Sosyal Yapısı

Bir ilin kalkınma düzeyini tek bir göstereyle ele almak doğru olmayacaktır. Dolayısıyla Amasya'nın kalkınma düzeyi, sosyo-ekonomik göstergelerle ve bütüncül olarak incelenecektir. Sosyo-ekonomik göstergelerin içinde ise, demografik yapı, eğitim ve sağlık hizmetleri, istihdam, gelir düzeyi ve üretim seviyeleri yer almaktadır.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) Türkiye genelindeki tüm sosyo-ekonomik kriterler açısından yaptığı sıralamada Amasya'nın yerine baktığımız zaman, 2010 yılı rakamları itibari ile Amasya, 38. sırada yer almaktadır. Yeşilirmak Havzası gelişim projesinde bulunan şehirlerde (Samsun, Çorum, Tokat, Amasya) genel olarak durağan bir durum veya gerilemeden bahsedebiliriz. Amasya, Yeşilirmak Havzası projesindeki bu dört şehir arasında gelişmişlik sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır.

Amasya 2004 yılında yapılan sınıflandırma sonucunda gelişmişlik düzeyi açısından 3. derecede gelişmiş şehirler arasında kendine yer bulmuştur. Bu nedenle devlet tarafından yatırımda, birinci öncelikli şehirler arasına alınmıştır. Komşu illerden Samsun ve Çorum da 3. gelişmişlik düzeyinde yer almaktadır. İstatistiki bölge birimleri sıralamasında ise

Amasya'nın da içinde yer aldığı TR83 bölgesi, 26 bölge birimi arasında sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine göre 18. sırada yer almaktadır (Anonim, 2011h).

4.3.1. Genel nüfus özellikleri

1927 yılında gerçekleştirilen genel nüfus sayımı sonuçlarına göre, Amasya ilinin nüfusu, 13 648 270 kişi olan Türkiye nüfusu içinde 115 191 kişi olarak tespit edilmiştir. Söz konusu yılda, Amasya ilindeki toplam nüfusun 85 219'u köylerde iken, nüfusun geri kalan kısmı (29 972 kişi) şehir kesiminde yoğunlaşmıştır. Amasya'nın kentleşme oranı %26,01'dir. Bu tarihte Amasya, nüfus büyüklüğü açısından 63 il arasında 51. sırada yer almıştır. Amasya'da kilometre kareye düşen kişi sayısı 1927 yılında yaklaşık 21 kişi olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2011f).

2000 yılı genel nüfus sayımı sonuçlarına göre, nüfusu 365 231 kişi olan Amasya ili, Türkiye iller sıralaması içerisinde 81 il arasında 53. sırada yer almaktadır. Amasya'da kilometre kareye düşen kişi sayısı 2000 yılında 64 kişiye yükselmiştir.

Nüfus büyüklüğü, bölgesel bazlı olarak incelendiği zaman, ilin nüfusu, Karadeniz Bölgesi nüfusunun %4,33'lük kısmını teşkil etmektedir. Amasya, TR83 (Samsun, Çorum, Tokat, Amasya) bölge birimi kapsamındaki nüfus sıralamasında ise sonuncu sırada yer almaktadır. 1927-2000 yılları arasındaki dönemde, nüfusta 3,17 katlık bir artış meydana gelmekle birlikte, Amasya nüfusu 1985 yılına kadar artış eğilimi göstermiş ancak 1985-1990 döneminde ise artan göçler nedeniyle nüfusta bir düşüş yaşanmıştır. 1985-1990 yılları arasında yaşanan nüfus düşüşünün ardından 1990-2000 yılları arasındaki dönemde nüfus yeniden artış (%1,65 düzeyindeki artış hızı ile) eğilimi göstermiştir. Bu dönemde, şehir nüfusu %19,15 düzeyindeki bir artış hızına sahipken, köy nüfusunda %15,52 hızında bir düşme meydana gelmiştir.

2007 yılında ise, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri Tabanına (ADNKS) göre, Amasya genelinde mevcut 351 köy ve 22 beldede toplam nüfus sayısı, 127 343 olup, bu rakam Amasya toplam nüfusunun % 38'ini oluşturmaktadır. İl merkezine bağlı 101 köy 6 belde olup, nüfus miktarı ise 46 795'dir. Türkiye iller sıralaması içerisinde 81 il

arasında 54. sırada bulunmaktadır. 2007 yılında ise kilometre kareye düşen kişi sayısı 58 kişi olmuştur (Anonim, 2011f).

Çizelge 4.1’de Amasya ili 2010 Yılı ANDKS verilerine göre il, ilçe ve belde, köy nüfusu cinsiyet dağılımına göre verilmiştir.

Çizelge 4.1. Amasya ili 2010 yılı il-ilçe merkezi ve belde köy nüfusu

	İl-İlçe Merkezleri			Belde-Köy			Toplam		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Amasya									
Merkez	99 905	55 820	44 085	43 730	21 704	22 026	143 635	77 524	66 111
Göynücek	2 325	1 149	1 176	9 627	4 738	4 889	11 952	5 887	6 065
G.Hacıköy	14 525	6 999	7 526	10 281	5 073	5 208	24 806	12 072	12 734
Merzifon	52 947	26 060	26 887	16 290	8 020	8 270	69 237	34 080	35 157
Suluova	37 669	18 596	19 073	9 841	4 916	4 925	47 510	23 512	23 998
Taşova	10 759	5 305	5 454	22 379	10 784	11 595	33 138	16 089	17 049
Hamamözü	1 411	687	724	3 097	1 531	1 566	4 508	2 218	2 290
Toplam	219 541	114.616	104.925	115 245	56 766	58 479	334 786	171 382	163 404

Kaynak: Anonim, 2011ı

4.3.2. İstihdam durumu

Amasya’da istihdamın %61,50’sini tarım sektörü oluştururken, hizmet sektörü istihdamın %29,80’nini, sanayi ise %8,50’sini oluşturmaktadır. 2009 Aralık TÜİK verilerine göre, Amasya’da işsizlik oranı %8,20 iken istihdam oranı da %48,70 olmuştur. Türkiye’de aynı dönem için işsizlik oranı %11,00 ve işgücüne katılma oranı %46,90 olarak belirlenmiştir (Anonim, 2011g). Amasya’da ise bu oran % 3,1’dir.

Çizelge 4.2’de Amasya ilinde 2009 yılı istihdama ilişkin İŞ-KUR temel göstergeleri verilmiştir.

Çizelge 4.2. Amasya ilinde 2009 yılı istihdama ilişkin İŞ-KUR temel göstergeleri

	KADIN	ERKEK	TOPLAM
BAŞVURU			
İşsiz	2 050	4 487	6 537
Diğer	111	536	647
AÇIK İŞ			
Kamu	-	-	219
Özel	-	-	516
İŞE YERLEŞTİRME			
Kamu	52	161	213
Özel	44	436	480
Normal	96	597	693
Özürü	10	79	89
Kayıtlı İş Gücü	2 161	5 023	7 184
Kayıtlı İşsiz	2 050	4 487	6 537

Kaynak: Anonim, 2011i

Amasya’da kayıtlı işsiz sayısı 6 537 kişidir. Genç işsizler olarak değerlendirilen 15-29 yaş arası 3 730 kişi, 30-44 yaş arası 1892 kişi, 45 yaş üzeri kişi 448 kişidir. Genç işsizlerin oranı %61’dir. Bu oran, genç işsizlerin sayısını oldukça fazla olarak göstermektedir. Yani ilde sanayi sektörünün azlığı nedeniyle genç nüfusun iş bulma olanakları sınırlıdır dolayısıyla, işsizlik en çok genç nüfusta bulunmaktadır. Aynı zamanda 6 537 işsiz kişinin 5 273 kişisi ilk ve orta öğretim mezunudur. İlköğretim mezunlarının işsizler içerisindeki oranı %39, orta öğretim mezunlarının işsizlerin içerisindeki oranı %41’dir. Bu durumun değerlendirilmesi ve açılacak meslek kazandırma kurslarının öncelikle bu okul mezunlarından mesleği olmayan kişilere yapılması faydalı olacaktır (Anonim, 2011i).

4.3.3. Eğitim durumu

Eğitim Amasya’da her zaman önemli olmuştur. Osmanlılar döneminde eğitim Subyan Okulları, Darul Kurrallar ve Medreseler tarafından yürütülmekteydi. Evliya Çelebi de, Seyahatnamesinde Amasya’daki eğitimi anlatırken çocuk mektepleri, medreseler ve Daru’l Kurrallar’dan (Kur’an Kursları) bahsetmektedir. 1861 yılında Anadolu’da yaptığı gezinin notlarını “Küçük Asya’da Bir Geziden Anılar” isimli eserinde toplayan Fransız Arkeolog Georges Perrot o zamanlar nüfusu 25 000 olan şehirde, 18 medresede okuyan 2 000 öğrenci bulunmasını takdir ederek Amasya’yı Oxford şehrine benzetmiştir (Zeyrek, 2009).

Bugüne gelindiğinde ise, İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nün istatistiklerine bakıldığında 2010-2011 eğitim-öğretim yılında, okul öncesi eğitim gören 5 301 öğrenci, 39 627 ilköğretim okulu öğrencisi, 19 571 orta öğretim öğrencisi vardır. 2000 yılı itibariyle Amasya’da okuma-yazma bilen nüfusun oranı %87,38, Türkiye okuma- yazma oranı ise %87’dir. Amasya nüfusundaki okuma-yazma bilenlerin oranı Türkiye nüfusundaki okuma-yazma bilenlerin oranından yüksektir. İldeki okuma-yazma bilen nüfusun oranı hem erkek hem de kadın nüfusu açısından artış eğilimi içerisindedir.

Amasya’da elli bir ortaöğretim okulundan; sekiz adet Anadolu Lisesi, bir adet Fen Lisesi, üç adet Anadolu Öğretmen Lisesi, iki adet Özel Lise, beş adet Sağlık Meslek Lisesi, bir adet İmam Hatip Lisesi, dört adet Anadolu İmam Hatip Lisesi, üç Çok Programlı Lise, bir adet Güzel Sanat ve Spor Lisesi, yirmi yedi meslek lisesi, bir Özel Eğitim İş Okulu, bir METEM (Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi), bir adet Anadolu Meslek Lisesi bulunmaktadır (Anonim, 2011j).

1974-1975 öğretim yılında Amasya Kız Öğretmen Okulu’nun binalarında Milli Eğitim Bakanlığı Öğretmen Okulları Genel Müdürlüğü’ne bağlı olarak öğretime açılan Amasya Eğitim Yüksekokulu ile Yüksek öğretime başlayan Amasya ili, 1982 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesine bağlanmış olup Amasya Eğitim Fakültesi, Sağlık Yüksek Okulu ve Meslek Yüksek Okulu ile Merzifon ilçesinde Meslek Yüksek Okulu olarak eğitim öğretime 2006 yılına kadar devam etmiştir. İlgili birimler, 2006 yılından itibaren

Amasya Üniversitesi'ne bağlanmış, ayrıca Fen Edebiyat Fakültesi, Mimarlık Fakültesi ve Teknoloji Fakültesi, Gümüşhacıköy Meslek Yüksekokulu, Suluova Meslek Yüksekokulu, Taşova Meslek Yüksekokulu kurulmuştur. Yeni fakülte ve yüksekokullar ile ihtiyaç duyulan diğer birimlerin açılmasına yönelik alt yapı ve atama çalışmaları devam etmektedir.

4.3.4. Sağlık hizmetleri

Amasya'da Sağlık Hizmetleri; ikisi il merkezinde, diğerleri Merzifon, Suluova, Gümüşhacıköy ve Taşova ilçelerinde olmak üzere 6 adet devlet hastanesi, ağız ve diş sağlığı merkezi, il geneline dağılmış 44 adet sağlık ocağı, 85 adet sağlık evi, 3 adet verem savaş dispanseri, 1 adet ana çocuk sağlığı ve aile planlaması merkezi, 2 adet halk sağlığı laboratuvarı ve 7 adet 112 acil sağlık istasyonları ile yürütülmektedir (Anonim, 2011f). 2007 yılından itibaren ilde aile hekimliği uygulamasına geçilmiştir.

4.3.5. Çevre

Su kirliliği; Yeraltı sularının yerüstü sularına göre seyrelme oranı daha düşük olduğundan, çeşitli kaynaklardan ileri gelen kirlenmelerde yerüstü sularına göre daha duyarlıdır. Amasya'da yer altı suyu kirlilik kaynakları çoğunlukla evsel atıkların doğrudan doğaya verilmesi, tarımda kullanılan ilaçlar ile yapay-suni gübreler, arıtılmayan atık sular ve altyapı yetersizliği, yeraltına sızan kirleticilerden kaynaklanmaktadır. DSİ tarafından 2003 yılında TR83 Bölge illerde yapılan il envanteri verilerine göre, Amasya'da Yeşilirmak, Çekerek ve Tersakan akarsularında kirlenme nedenleri hayvancılıktan ileri gelmektedir. Buna karşılık Amasya'da sanayiden kaynaklanan kirlilik daha azdır.

Toprak kirliliği; Amasya'da toprak kirliliğinin en önemli nedenlerinden biri, yoğun kimyasal gübre kullanımı ve katı atık depolama alanlarında oluşan sızıntı suları ve bu katı atıkların sebep olduğu dolaylı toprak kirliliğidir. Özellikle Amasya merkez ilçede ve diğer ilçelerde katı atıkların düzensiz depolama yöntemiyle bertaraf edilmesi bu

soruna neden olmaktadır. Bunların haricinde, özellikle, hammaddesi toprak olan sanayi türleri (tuğla ve kiremit endüstrisi gibi) toprağın yapısını bozmakta, tarıma elverişsiz hale getirmektedir. Ayrıca endüstri, egzoz ya da ısınma kökenli kirletici, zararlı gazların yol açtığı hava kirliliği, toprağın çevreyle ilgili yapısını etkilemektedir. Havaya verilen zehirli gazların neden olduğu asit yağmurları da toprağı kirletmesini sağlamakta olan bir diğer unsurdur.

Hava kirliliği; Hava kirliliği; havada katı, sıvı ve gaz şeklindeki yabancı maddelerin insan sağlığına, canlı hayatına ve ekolojik dengeye zarar verecek miktar, yoğunluk ve sürede atmosferde bulunmasıdır. Çevre ve Orman Bakanlığının Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğüne yayınlanan “Hava Kirliliği Kontrolü 2006/17” No’lu Genelgesinde Amasya il merkezi “Sınır Değerlerin Aşıldığı (I. Grup)”, diğer ilçelerde ise “Sınır Değerlerin Aşılmadığı (II. Grup)” il ve ilçeler kapsamında değerlendirilmiştir. Amasya’da kış aylarında görülen hava kirliliğinin başlıca nedeni ısınma amaçlı kullanılan fosil kaynaklı yakıtlardan kirlilik meydana gelmektedir. Amasya’da ısınma amaçlı olarak kullanılan başlıca yakıtlar; odun, kömür, (Eski Çeltek, Yeni Çeltek, Sibirya Linyiti, Armutlu Kömürleri) Fuel-oil ve LPG’dir (Anonim, 2011k).

Amasya ilinde hava kirliliğine ait ölçümleri, İl Sağlık Müdürlüğü tarafından Amasya İl Sağlık Ocağı ve Merzifon 1 no’lu Sağlık Ocağı olarak iki ayrı noktada yaptırılmakta ve sonuçları ise İl Çevre ve Orman Müdürlüğüne bildirilmektedir.

4.4. Araştırma Bölgesinin Ulaşım Olanakları ve Enerji Kaynakları

4.4.1. Ulaşım olanakları

Merkez ve Taşova İlçesi, Doğu Karadeniz Bölgesinin iç kısımları ile Doğu Anadolu Bölgesinin kuzey kısımlarını özellikle İstanbul’a bağlayan Avrupa-İran Uluslararası Transit Karayolu’nun üzerinde olması açısından önemlidir.

Merkeze 46 km uzaklıkta olan Merzifon ilçesinin özellikle Doğu Karadeniz Bölgesini, İç Anadolu, Ege, Marmara ve Batı Akdeniz'e bağlayan karayolunun üzerinde bulunması, bu ilçeyi önemli bir ulaşım merkezi haline getirmiştir.

Merkez ve Suluova ilçelerinden geçen Sivas-Samsun demiryolu Amasya'yı ülkedeki demiryolu ağına bağlaması, ilin demiryolu taşımacılığındaki önemini de artırmaktadır. Hava yolu taşımacılığında ise Merzifon 5. Ana Jet Üs Komutanlığı Havaalanı sivil havacılık hizmetlerine açılmıştır. Merzifon-İstanbul arası haftanın her günü uçuş seferleri düzenlenmektedir.

Amasya'ya en yakın denizyolu 130 km uzaklıkta bulunan Samsun Limanıdır. Amasya genelinde yolu bulunmayan yerleşim merkezi olmadığı gibi, köy yollarının da %90'ı asfalttır. Amasya'da yaz kış ulaşım sorunu yaşanmamaktadır. (Ünsalan ve Şimşeker, 2006).

4.4.2. Enerji kaynakları

Amasya'da enerji üretimi, Taşova ilçesinde Durucasu Hidroelektrik Santralinde yıllık 3 000 000 kw saat olup, güvenilir enerji üretimi ise 2 000 000 kwsaat/yıl olarak gerçekleşmektedir. Bu üretim Amasya'da tüketilen elektrik enerjisinin %90'ını karşılamaktadır. Ayrıca merkezde bulunan 380 kw kapasiteli Kayabaşı Elektrik Trafosu Türkiye'nin birçok bölgelerine yapılan elektrik dağılımında önemli bir yere sahiptir (Ünsalan ve Şimşeker, 2006). 4628 sayılı "Enerji Piyasası Kanunu" kapsamında özel sektör tarafından yapılan Yavuz Hidroelektrik santralinin yapımı tamamlanmıştır. Yine aynı kanun kapsamında yer alan Midilli Hidroelektrik santralinin iletim kanalları ile ilgili çalışmalar halen devam etmektedir. Yavuz ve Midilli Hidroelektrik santralleri hizmete açıldığında, yıllık 177 342 Mwh elektrik üretmeleri beklenmektedir (Anonim, 2011g).

Bölgedeki en önemli yataklardan biri Gümüşhacıköy gümüşlü kurşun-çinko cevherleşmesidir. Gümüşhacıköy gümüşlü kurşun-çinko yatağı eski bir işletme olup, işletme için açılmış birçok eski galeri mevcuttur. Sahada 200 000 ton kadar bir cüruf

yığıını mevcuttur. Bunun dışında yine Gümüşhacıköy-İmirler ve Merzifon-Bakırçay'da bakır sahaları bulunmaktadır. Gümüşhacıköy ilçesi aynı zamanda seramik-refrakter kil bakımından da zengin potansiyele sahiptir. İlçedeki önemli kil sahaları Keçiköy, Çat mahallesi ve Akpınar civarında bulunmaktadır.

Amasya sınırları içerisinde bilinen önemli kömür oluşumları Suluova, Merzifon, Taşova ve merkez ilçede gözlenmekte olup, bu sahaların bazılarında üretim yapılmaktadır. 19 790 000 ton toplam rezerv tespit edilmiş Merzifon-Yeniçeltek sahasındaki linyitlerin kalorisi 3 500 kcal/kg'dir. Suluova ilçesindeki Armutlu ve Oğulbağı linyit sahalarının toplam muhtemel rezervi ise 4 250 000 ton olup, kalori değerleri 3 587 ile 5 584 arasında değişmektedir. Bununla birlikte Amasya sınırları dahilindeki bir diğer enerji kaynağı ise Gözlek, Terziköy ve Hamamözü jeotermal alanlarıdır. Bu alanlardaki sıcak su kaynaklarının sıcaklıkları 37°C ile 40°C, debileri ise 2-10 lt/sn arasında değişmektedir. Jeotermal alanlarda açılan kuyular sonucunda ise sıcaklıkları 35.5°C ile 42.5°C, debileri 11.5-125 lt/sn arasında değişen akışkanlar görünür hale getirilmiştir (Anonim, 2011h).

Amasya ilinde doğalgaz enerjisinden 2007 yılında faydalanmaya başlanılmıştır. Türkiye-Rusya arasında yapılan Mavi Akım Doğalgaz Projesinin devamında Samsun-Ankara Doğalgaz boru hattının güzergâhı Amasya'dan geçmektedir (Anonim, 2011i).

4.5. Ekonomik Yapı

4.5.1. Tarım sektörü

Amasya'da GSYİH'nın dağılımına bakıldığında tarımın ağırlıklı sektör olduğu görülmektedir. Bununla birlikte çiftçilik ve hayvancılık ön plana çıkmakta, balıkçılık daha düşük bir girdi sağlamaktadır.

Amasya'daki tarım topraklarının büyük bir kısmı, organik madde yönünden fakir durumdadır. Topraklarda organik madde miktarının artırılması için, çiftlik gübresi ve yeşil gübrenin tekniğe uygun hazırlanarak kullanılması gerekmektedir. Amasya'nın

toplam yüzölçümü 551 993 hektardır. Bunun %45,8'i yani 252 750 hektarı tarım alanlarıdır. Yüzölçümünün %33,3'ü kuru tarım alanları olup, bu sahanın 25 860 hektarında nadas uygulanmaktadır. Sulanan araziler ise Amasya yüzölçümünün %12,4'nü 68 715 hektarını kaplamaktadır (Anonim, 2011k).

Genel olarak istihdamın devamlı olarak sanayi ve hizmet sektörlerine kayması nedeni ile tarıma ilgi azalmış, tarımın büyüme hızı yavaşlamaya başlamıştır.

Çizelge 4.3'de Amasya ilinde 2009 yılında iktisadi faaliyet kollarına göre GSYİH verilmiştir.

Çizelge 4.3. Amasya ilinde iktisadi faaliyet kollarına göre GSYİH (2009)

Faaliyet Kolu	Değer (TL)	Sektör Payları (%)	Gelişme Hızı (%)
Tarım	138 151 893	21,7	0,9
Çiftçilik ve hayvancılık	135 700 500	21,4	0,5
Ormancılık	1 656 697	0,3	21,7
Balıkçılık	794 696	0,1	40,4
Sanayi	49 157 897	7,7	45,1
Madencilik ve taş ocakçılığı	5 829 616	0,9	55,5
İmalat sanayi	37 604 290	5,9	38,3
Elektrik, gaz ve su	5 723 992	0,9	95,0
İnşaat sanayi	29 693 461	4,7	48,4
Ticaret	89 241 315	14,0	50,3
Toptan ve perakende ticaret	56 115 724	8,8	45,2
Otel lokanta hizmetleri	33 125 590	5,2	60,0
Ulaştırma ve haberleşme	153 870 178	24,2	58,9

Kaynak: Anonim, 2009a

Amasya ilinde tarımın GSYİH'dan aldığı %21,7'lik payın çok büyük bir kısmını çiftçilik ve hayvancılık faaliyetleri oluşturmaktadır. Çiftçilik ve hayvancılık faaliyetleri GSYİH'yı oluşturan unsurlar içinde %21,4 gibi büyük bir paya sahiptir.

Çizelge 4.4’de Amasya ilinde 2008 yılında iktisadi faaliyet kollarının sektörlere göre dağılımı verilmiştir.

Çizelge 4.4. Amasya ilinde iktisadi faaliyet kollarının sektörlere göre dağılımı (2008)

İKTİSADİ FAALİYET KOLLARI	2007		2008			2008/2007 Artış oranı % (+,-)	
	Tescil olunan	Ticareti terk eden	Tescil olunan	Ticareti terk eden	İl içindeki % oranı	Tescil olunan % oranı	Ticareti terk eden % oranı
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	36	28	45	32	-0,98	25	14
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	18	2	25	2	-0,99	39	0
İmalat Sanayi	41	14	58	20	-0,97	41	43
Enerji	2	1	6	3	-1,00	200	200
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama	180	168	192	171	-0,91	7	2
Turizm	5	0	5	0	-1,00	0	0
İnşaat ve Bayındırlık	41	19	41	29	-0,98	0	53
Eğitim	18	5	24	7	-0,99	33	40
Sağlık	29	20	31	20	-0,99	7	0
Mali Kuruluşlar ve Sigortalar	43	6	68	8	-0,97	58	33
Toplum ve Kişisel Hizmetler	94	13	102	14	-0,95	9	8
Toptan ve Pazarlama Hizmetleri	630	84	716	110	-0,65	14	31
Hizmet Sektörü	176	164	182	164	-0,91	3	0
Diğer	560	514	578	515	-0,72	3	0
TOPLAM	1873	1038	2073	1095	100	11	5

Kaynak: Anonim, 2009b

Misket elmasıyla sadece ülke içinde değil ülke dışında da Amasya, adını duyurmuştur. Ayrıca ülkemizin en çok kiraz üreten ili Amasya ilidir (Güneş, 2002). Amasya’da en çok yetiştirilen diğer tarımsal ürünler; buğday, arpa, mısır, elit, nohut, vişne, üzüm, ceviz, banya, soğan, haşhaş, mercimek, fasulye, tarıma dayalı sanayi ürünleri; şeker, süt mamulleri, yumurta, ayçiçek yağı, havyan yemi, un, kuru maya olarak özetlenebilir. 2009 yılı Tarımsal üretimin parasal değeri 1 098 919 807 TL olup bunun %73,17’si bitkisel üretim değeri, %26,83’ü ise hayvansal üretim değeridir. Amasya topraklarının

%44,4'ü tarım arazisi, %11,6'sı çayır mera arazisi, %35,8'i orman ve fundalık arazi, %8,2'si ile diğer alanlar kapsamaktadır. Türkiye genelinde ise bu oranlar sırası ile %33, %19, %27 ve %21 olarak belirlenmiştir. (Anonim, 2011f).

Amasya ilinde tarıma dayalı sanayi pek gelişmemiştir. Amasya'da bulunan 173 adet tarımsal sanayinin çoğunluğu küçük ölçekli işletmelerden meydana gelmektedir.

Çizelge 4.5'de Amasya ilinde bulunan önemli tarımsal işletmeler ve kapasiteleri verilmiştir.

Çizelge 4.5. Amasya ilinde bulunan önemli tarımsal işletmeler ve kapasiteleri

İşletme Adı	Kapasitesi
Şeker Fabrikası	851 000 ton/yıl şeker pancarı işleme
Öz Maya	6 850 ton/yıl yaş maya üretimi
	16 050 ton/yıl kuru maya üretimi
	3 826 ton/yıl ekmek katkı maddesi üretimi
Meray	15 477 ton/yıl ham yağ üretimi
Pan-et	300 büyükbaş kesim/gün
	2 000 küçükbaş kesim/gün
Mis-yem	20 ton/saat yem üretimi
Mis-un	127 680 ton/yıl un üretimi
Tamek Konektaş	19 750 ton konsantre meyve suyu, 5.000 ton domates salçası işleme

Kaynak: Ünsalan ve Şimşeker, 2006

Amasya ilinde, tarımsal sanayi işletmelerinin büyük çoğunluğunu un ve unlu mamuller oluşturmaktadır. Un ve unlu mamuller üreten işletmeler il genelindeki tarımsal sanayi işletmelerinin %75,1'lik kısmını kapsamaktadır. Un ve unlu mamuller işletmelerinden sonra en fazla sayıda olan işletme %11'lik oranı ile süt ve süt mamulleri işletmeleridir. %5,2'lik kısmını şeker mamulleri üreten işletmeler, %3,5'lik kısmını et ürünleri işletmeleri, %2,9'luk kısmını tuz işletmeleri, %1,2'lik kısmını meyve ve sebze işletmeleri, 0,6'luk kısmını bitkisel yağ üreten işletmeler ve kalanını da diğer gruptaki tarım işletmeleri oluşturmaktadır (Ünsalan ve Şimşeker, 2006).

Araştırma yöresinde başlıca kooperatif faaliyetlerini Tarım Kredi Kooperatifi ve Pancar Ekicileri İstihsal Kooperatifi oluşturmaktadır. Yörede bunların dışında 50 tarımsal

kalkınma kooperatifi, 92 adet sulama kooperatifi, 1 adet Sulama birliği, 1 adet Damızlık Sığır Yetiştiriciler Birliği ve 1 Adet Arı Yetiştiriciler Birliği olmak üzere 146 adet tarımsal örgüt mevcuttur (Anonim, 2011f).

4.5.2. Sanayi ve ticaret sektörü

Amasya'da sanayi; 1926 yılında kurulan Eski Çeltek Kömür İşletmesi ve 1955 yılında kurulan Yeni Çeltek Kömür İşletmesi ile başlamıştır. İlk kurulan fabrika ise 1954 yılında Suluova'da Şeker Fabrikası'dır. Pancar ekiminin artırılması ve Amasya Şeker Fabrikasının kurulması ile başta şeker sanayi olmak üzere gıda sanayinde büyük gelişmelerin başlangıcını oluşturmuştur. 1954 yılında Suluova ilçesinde Şeker Fabrikasının kurulmasıyla ilçede canlılık başlamış, ziraat, hayvancılık ve ulaşım sektörlerinde de katma değer oluşturarak Amasya ekonomisine önemli katkı sağlamıştır (Anonim, 2011f). Bugün de şehirde 4. büyük sektör sanayi sektörüdür.

Sanayi alt sektörlerinden en büyük paya imalat sanayi sahiptir. Şehirde genel olarak mobilya ve elektrikli aletler üretimi önde gelen üretim alanlarıdır. Suluova ilçesi, şeker fabrikası kurulmadan önce 1 110 nüfuslu küçük bir yerleşim yeri iken, şeker fabrikasının kurulması ile gelişerek bugün merkez nüfusu 37 151'ya ulaşmıştır. Suluova ilçesindeki bu gelişim sanayileşme ile olmuştur.

Amasya'da en gelişmiş sanayi kolu madenciliktir. Enerji sektöründe ise Amasya'nın Türkiye içindeki oranının yıllar itibari ile değişme göstermediği görülmüş ve bu oran %0,1'de kalmıştır.

Çizelge 4.4'e bakıldığında ise, madencilik ve taş ocakçılığı, imalat sanayi, elektrik, gaz ve suyu kapsayan sanayi sektörünün, bütün içerisinde %7,7'lik paya sahip olduğu görülmektedir.

Amasya'da Amasya Organize Sanayi Bölgesi, Merzifon Organize Sanayi Bölgesi, Suluova Karma Organize Sanayi Bölgesi ve Suluova Besi Organize Sanayi Bölgesi olmak üzere 4 Organize Sanayi Bölgesi; Amasya merkez'de iki, Merzifon'da iki,

Suluova, Taşova, Gümüşhacıköy ilçelerinde birer adet olmak üzere toplam yedi adet Küçük Sanayi Sitesi bulunmaktadır. Suluova ilçesindeki Karma Organize Sanayi Bölgesi'nin altyapı yapım işleri 2009 yılı sonu itibariyle tamamlanmış olup, Besi Organize Sanayi Bölgesi'nin alt yapı yapım işleri ve AG-YG elektrik şebekesi ve enerji nakil hattı yapım işleri devam etmektedir.

Amasya ekonomisinde, mobilya sektörünün de ciddi katkı payı bulunmaktadır. Hindistan, Suriye, Birleşik Arap Emirlikleri, Libya ve Ürdün'e ofis mobilyaları ihracatı yapılmaktadır.

Merzifon'da 30 000 m² kapalı alanda faaliyet gösteren ankastre ürünler, mutfak aspiratörü ve davlumbaz fabrikası bulunmaktadır. 2008 ve 2009 yıllarında Rusya, Almanya, İngiltere, Yunanistan, Norveç, İsrail'in de aralarında bulunduğu 58 ülkeye ihracat yapılan sektörün öncü kuruluşu Silverline, üretim hacmi bakımından aspiratör ve davlumbaz üretiminde Türkiye lideri, Avrupa ve dünyada ise ilk 10 da yer almaktadır (Anonim, 2011f).

Amasya aynı zamanda mermer yatakları açısından oldukça zengin durumdadır. Dünya mermer üretiminin %10'u, Türkiye mermer rezervin %22'sinin bulunduğu Amasya'da, marka haline gelen "Amasya beji" isimli mermeri 45 ülkeye ihraç edilmektedir. "Amasya Beji" olarak bilinen doğal taş (mermer) türü, kalitesiyle dünya pazarlarında aranan bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. Ayrıca, Ankastre davlumbaz ve aspiratör üretiminde Türkiye'de birinci, Avrupa'da ise ilk onda yer alırken, ilimizde üretilen ankastre ürünler 58 ülkeye ihraç edilmiştir.

Amasya'da üçüncü büyük sektör ticaret sektörüdür. İnsanlar genel itibari ile tarım ürünleri ticareti ile ilgilenmektedirler. Amasya'daki gelirin önemli bölümünü, yetiştirilen tarımsal ürünlerin (tahıllar) yanı sıra sebze ve meyve satışlarından sağlanan gelirler oluşturmaktadır. Köyler bağlı olduğu ilçelerle yoğun ticari ilişki içerisinde. Amasya merkezi ve ilçelerde haftanın belirli günlerinde semt pazarları kurulmakta, ilde yetiştirilen sebze ve meyveler satışa sunulmaktadır. Son yıllarda Merzifon Organize Sanayi Bölgesi'nde elektrikli makine ve ev aletleri (ankastre mutfak ürünleri, aspiratör,

davlumbaz), tarım ve ormancılık makineleri, plastik sanayi, mobilya, metal, tekstil ve gıda sanayinde gelişme kaydedilmiş, ilin ticaretine olumlu yansımalar olmuştur. Tarıma dayalı sanayide un, kuru maya, ayçiçeği yağı, yumurta, et ve süt ürünleri, şeker üretimi önemli yer tutmaktadır.

Amasya'dan; tarımsal ürünler (elma, kiraz, banya, soğan, haşhaş, mercimek, fasulye), tarıma dayalı sanayi ürünleri (şeker, süt mamulleri, yumurta, ayçiçek yağı, havyan yemi, un, kuru maya) ve sanayi ürünleri (kireç, tuğla, mermer, ankastre mutfak ürünleri, mobilya, linyit kömürü, metal sanayi ürünleri ve plastik sanayi ürünleri) yurt içine pazarlandığı gibi ihraç da edilmektedir. Dayanıklı tüketim maddeleri, demir, çimento ve giyim ile narenciye gibi tarımsal ürünler ise Amasya dışından alınmaktadır. Amasya'da ticaretle uğraşanların büyük çoğunluğu perakende ticaret ile uğraşmaktadır. Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü'nün 2009 yılında Amasya'da yapmış olduğu anketin sonuçlarına göre, tarımsal ürünler hariç, Amasya'dan yapılan ihracat tutarı 173 744 238,37 \$'dır. 2009 yılında, 40 ülkeye 54 325 181,75 \$'lık kuru maya ihracatı gerçekleştirilmiştir. Canlı maya ihracatında dünya birincisi olan ülkemizin 2007, 2008 ve 2009 yıllarında tutar ve miktar açısından ihracatının %27'sini Amasya tek başına karşılamıştır.

Çizelge 4.6'da Amasya ilindeki sermaye şirketleri verilmiştir.

Çizelge 4.6. Amasya ilindeki sermaye şirketleri

İlçe adı	Anonim şirket		Limited şirket	
	Faal	Askıda	Faal	Askıda
Merkez	82	0	545	23
Merzifon	83	7	255	35
Suluova	30	8	142	47
Gümüşhacıköy	6	2	42	17
Taşova	6	0	25	1
Göynücek	1	0	8	0
Hamamözü	1	0	0	0

Kaynak: Anonim, 2009a

Amasya'daki faal anonim şirket sayısı 209, limited şirket sayısı ise 1 017'dir. Ayrıca merkez ilçede Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği bulunmakta ve bu birliğe bağlı olarak merkezde 3 397 işyeri, Merzifon'da 2 085, Suluova'da 1 170, Gümüşhacıköy'de 752, Taşova'da 862, Göynücek'te 329, Hamamözü'nde ise, 82 işyeri bulunmaktadır (Anonim, 2009a).

Sanayi ve Ticaret Bakanlığının 2009 yılı saha araştırması sonuçlarına göre, Amasya'da gerçekleştirilen ithalat tutarı 49 264 412 \$, ihracat tutarı ise, 173 744 238,37 \$'dır (Anonim, 2011f).

İthal edilen ürünler: Taşkömürü, LPG, konfeksiyon, buğday, buğday küspesi, gazete kağıdı, ayçiçek küspesi, vana, kamış melası, cam, kereste, saf metil alkol, süper benzin, normal amonyum sülfat, kumaş, astar, kraft kağıt, polipropilen, motorin, benzin, sığır derisi, meşe tomruk, gübre, etiket, viskos ipliğinden elyaf, hurda demir, elektrod, ateşe dayanıklı beton harç ve kok kömürü. İthalatın en çok yapıldığı ülkeleri; Bağımsız Devletler Topluluğu, Almanya, Hollanda, Romanya, Tunus, Mısır, Rusya, Amerika, İtalya, Fransa olarak sıralayabiliriz (Anonim, 2011m).

İhraç edilen ürünler: İş elbisesi, tekstil, mefruşat, vana, patates, hamur mayası, yatak örtüsü, buğday unu, tekstil, iç fındık, kristal toz şeker, kot pantolon, çeltik, kazak, ceket, biçerdöver, motor yağı, yaş maya, mensucat, sentetik ceket, çam parke, makine yağı, un, minibar buzdolabı, mobilya, konik kırıcı, astarlı çuval, kurşunsuz benzin, narenciye, piliç karaciğeri ve limon. Amasya'nın ihracatında ise, ağırlığı komşu ülkeler ile AB ülkeleri oluşturmaktadır. Komşu ülkelere Irak, İran, Rusya Federasyonu ve Azerbaycan'a yapılan ihracat, yaklaşık 30 ülke arasında ilk 10'da yer almaktadır.

4.5.3. İnşaat sektörü

İnşaat sektörü 5. sıradaki sektördür. %4,7'lik paya sahip olan inşaat sektörü %48,4 gibi çok büyük bir büyüme sağlamıştır. İnşaat sektörü ekonomideki en önemli sektör konumundadır. Bu sektörün büyümesi veya küçülmesi, madencilik ve taş ocağından ev

eşyası ve tekstile kadar birçok sektörü etkilemektedir. Sanayi sektörlerindeki kalemler büyük oranda inşaat sektörünün gelişimi ile ivme kazanmaktadır.

2001 yılında Amasya’da konut sahipliğinde %65’lik bir artış sağlanmıştır. Bunun en önemli sebeplerinden bir tanesini de 2001 yılı krizi öncesinde, uzun süreli kredi faizlerinin çok düşük miktarlara gerilemiş olması ve insanların ev almaya başlamalarıdır. Bu da, dolaylı olarak inşaat ve ev eşyaları sektörlerine büyük bir ivme kazandırmıştır.

Mali müesseselerin %1,5’luk pay ile en küçük paya sahip sektör olduğu görülmektedir. Ancak bununla birlikte kriz öncesi iyimser havanın etkileri mali müesseselerde de tekrar görülmüş ve bu sektör %32,3 gibi büyük bir büyüme oranı yakalamıştır. Genel itibari ile sektörlerin bir bütün olarak genel büyüme oranlarına bakacak olursak 2001 yılında Amasya’daki bütün sektörler, GSYİH’nin %78,9’unu oluşturmakta olup %32,7 gibi büyük bir büyüme oranına ulaşmıştır (Anonim, 2011f).

4.5.4. Turizm sektörü

Orta Karadeniz’de, Yeşilirmak vadisi Harşena Dağı eteklerine kurulan Amasya, 7 500 yıllık eski tarihi boyunca krallık başkentliği yapmış, bilim adamları, sanatkarlar, şairler yetiştirmiş, şehzadelerin eğitim gördüğü bir belde olarak ev sahipliği yaptığı uygarlıkların taşınmaz kültür varlıklarını günümüze kadar muhafaza etmesi nedeniyle bir açık hava müzesi özelliğindedir.

13 medeniyete ev sahipliği ve başkentlik yapmış olan Amasya’nın Türkiye kültür turizminde önemli bir yeri bulunmaktadır. Tarihsel yaşamı nedeniyle köklü bir kültür birikimine, ekolojik yapısı itibari ile zengin bir bitki örtüsüne sahiptir. Amasya zengin tarihi ve kültürel birikimi ile uluslararası ölçekte; Kral Kaya mezarları, Aynalı mağarası, Amasya kalesi, cami ve külliyesi, kaplıca ve içmeleri, medrese ve türbeleri ile dünyanın sayılı müze kentlerinden birisidir. Kültür ve Turizm Bakanlığınca marka kent projesi kapsamındaki, 15 il arasına Amasya da alınmış, son yıllarda turizm eksenli düzenleme ve faaliyetlerle ile gelen turist sayısında büyük artış sağlanmıştır.

Amasya'nın vizyonu "Tarım, kültür turizmi ve sanayideki markaları ile rekabet eden bir il olmak" şeklinde belirlenmiştir (Anonim, 2011f).

Tarihi, kültürel, doğal güzellikleri yanında Terziköy, Gözlek ve Hamamözü termal tesisleri ile zengin bir potansiyele sahiptir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırma sonuçlarının sağlıklı bir biçimde değerlendirilebilmesi için Türkiye’de kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti tüketimine ilişkin veriler ortaya konmuştur.

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik hazırlanan anket sorularına katılımcıların verdiği cevaplar çizelgelerde özetlenmiştir. Tüketici kitlesinin kimlerden oluştuğu, bunların istek ve ihtiyaçlarının neler olduğu, bu istek ve ihtiyaçların ortaya çıkmasında ne gibi uyarıcıların etkili olduğu, satın alma sürecinin hangi aşamalardan oluştuğu, satın alma öncesi davranışların ne olduğu, nasıl satın almada buldukları, bunları nasıl tükettikleri ve tüketim sonrası tutumları araştırılmıştır.

Bu bölümde tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve tüketici ailesinin alışveriş tercihleri üzerinde durulmuştur. Kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti tüketimi ayrı ayrı incelenmiştir.

5.1. Türkiye’de Kırmızı Et, Kanatlı Eti ve Balık Eti Tüketimi

5.1.1. Türkiye’de kırmızı et ve kırmızı et ürünleri tüketimi

Türkiye beslenme durumu yönünden hem gelişmekte olan, hem de gelişmiş ülkelerin sorunlarını birlikte içeren bir görünüme sahiptir. Türkiye’de halkın beslenme durumu bölgelere, mevsimlere, sosyo-ekonomik düzeye, kentsel-kırsal yerleşim yerlerine göre önemli farklılıklar, eşitsizlikler göstermektedir. Bunun temel nedenlerinin başında gelir dağılımındaki dengesizlik gelmektedir (Pekcan, 1998).

En kaliteli hayvansal kökenli protein kaynaklarından biri olan et, dengeli ve sağlıklı bir beslenme için son derece önemlidir. Dengeli ve sağlıklı bir beslenmeden söz edebilmek için alınan proteinin niteliği de önem taşımakta, hayvansal protein miktarının günlük

protein alımının yaklaşık %40-50'sini oluşturması önerilmektedir (Karabacak ve Direk, 2007).

Et önemli bir protein kaynağı olup büyüme, gelişme ve fizyolojik fonksiyonların yerine getirilmesinde gerekli olan birçok bileşeni içeren komple bir gıdadır. Ayrıca lezzetli olması, çok çeşitli biçimlerde tüketilebilmesi ve hazım olma derecesinin yüksek olması gibi özelliklere de sahip olan et, dünyanın hemen her yerinde diğer gıdalara oranla pahalıdır. Bu durum yeterli et tüketimini azaltan önemli faktördür (Atay ve ark., 2004).

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin bir ölçüsü kişi başına tüketilen et miktarıdır. Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre Türkiye'de kişi başına tüketilen kırmızı et miktarı 7 kg/yıl olduğu bildirilmektedir (Anonim, 2012).

Türkiye coğrafi özellikleri bakımından her türlü hayvansal ürün üretimi için uygun özelliklere ve potansiyele sahiptir. 1980 yılına kadar Türkiye bu potansiyeli çok iyi değerlendirmiş ve hayvan varlığımız verimlilik yönünden olmasa da sayısal açıdan sürekli artış göstermiştir. Ancak 1980'den sonra istikrarsız tarım politikaları, ırkların yeterince ıslah edilmemesi ve yeterli miktarda ucuz ve kaliteli yem bitkisi ekilişinin yapılmaması sonucu Türkiye hayvancılık sektörü mevcut durumu koruyamadığı gibi hayvan varlığında da ciddi azalmalar yaşamıştır. 2000'li yıllarda bu yetersizlik kendisini yavaş yavaş hissettirmeye başlamıştır (Anonim, 2012).

2011 yılı sonu itibariyle Türkiye'deki toplam büyükbaş hayvan sayısı bir önceki yıla göre %9 artış göstererek 12 483 969 baş olarak gerçekleşmiştir. Büyükbaş hayvanlar arasında yer alan sığır sayısı %8,9 artarak 12 386 337 baş olmuştur. Koyun sayısı 2011 yılı sonu itibariyle bir önceki yıla göre %8,4 artarak 25 031 565 baş, keçi sayısı ise %15,6 artarak 7 277 953 baş olmuştur (Anonim, 2012).

2009 yılında mezbahane ve derisi Türk Hava Kurumu (THK)'na verilen kurban bayramı kesimlerini kapsayan kırmızı et üretimi, 2008 yılına göre toplamda %14,5 oranında azalarak 412 621 ton olmuştur. Bu yıl içerisinde sığır etinde %12,2, koyun etinde %22,9, keçi etinde %15,1 ve manda etinde %24,6 azalış gerçekleşmiştir (Anonim, 2010b).

Ancak, Türkiye’de bu kesimlerin dışında önemli düzeyde kayıt ve denetim dışı kaçak kesimler de yapılmaktadır. Bu nedenle hayvan kesimlerinin gerçek sayısının Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan et üretimine ilişkin sayısal verilerden çok daha fazla olduğu düşünülmektedir.

Tarım ve hayvancılık sektörlerinde gelişmiş ülkeler istikrarı sağlamakta ve ihracatçı konumda yerlerini almaktadırlar. Bunu, bitkisel ve hayvansal üretimi daha akılcı ve ekonomik politikalarla destekleyerek başarmaktadırlar.

Hayvansal gıdalardan et ve et ürünleri üretimini arttırmaya yönelik çabaların yanında et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi büyük bir öneme sahiptir. Türkiye nüfusu hızlı bir şekilde artarken, beslenmede kullanılan kaynakların daha verimli bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesi zorunludur.

5.1.2. Türkiye’de kanatlı eti ve et ürünleri tüketimi

Bedensel ve zihinsel gelişim, sağlıklı ve dengeli beslenme için tüketilmesi gereken hayvansal protein kaynaklarının en önemlilerinden biri de kanatlı etidir. Kanatlı eti sağlığa yararlı olduğu kadar, başka bazı protein kaynaklarına göre düşük maliyetli olduğu için doğru beslenmede önemli ve stratejik bir besin kaynağıdır. Türkiye’nin genç nüfus yapısına sahip olduğu dikkate alındığında, stratejik önem daha da değer kazanmaktadır. Tüm bu veriler üst üste konulduğunda, Türkiye’de kanatlı eti tüketiminin artması gerektiği söylenebilir.

Tüm Dünya’da başta tavuk eti olmak üzere kanatlı et üretimi ve tüketimi son 20 yıldır hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışı etkileyen çeşitli etmenler bulunmaktadır. Üretim sürecinin 45 gün gibi kısa bir sürede olması üreticinin tavuk üretimine yönelmesinde etken olmaktadır. Tüketici açısından ise; başta kalp damar hastalıkları ve şişmanlık gibi beslenmeye dayalı hastalıkların dünya genelinde yaygınlaşması ve bunun sonucunda, ilgili çevrelerin tüketicinin günlük beslenme alışkanlıklarında beyaz ete öncelik vermesi konusundaki uyarıları önemli bir etken olmuştur. Elbette artan üretim sonucu kanatlı et

fiyatlarının kırmızı ete göre daha hesaplı olması ise tüketimi arttıran diğer önemli bir etken olmuştur (Civaner, 2007).

Türkiye’de kanatlı sektörünün, gıda sanayi ve tarıma olan katkısının yanı sıra Türkiye’nin sosyal ve ekonomik gelişimine de katkısı bulunmaktadır. Sektör son 20 yıl içerisinde sürekli gelişim sağlayan, kendi üretim planlamasını yapabilen, ülke ihtiyacını karşılayabilen ve uluslararası standartlarda üretim yapan bir yapıya kavuşmuştur (Civaner, 2007).

Türkiye’de kanatlı et tüketimi önemli bir gelişim göstermiş olup, 2000 yılında kişi başına 11 kg olan tüketim miktarı 2005 yılında 14,1 kg’a, 2011 yılında ise 16 kg’a yükselmiştir (Anonim, 2012).

5.1.3. Türkiye’de balık eti ve et ürünleri tüketimi

Balık etinin insan sağlığı açısından pek çok yararı bulunmaktadır. Vücut açısından çok besleyici olan balık etinin %90’ını kullanabilmektedir. Ayrıca, balık eti, kırmızı ete oranla yok denecek kadar az yağ içermektedir. Balık eti, vücut direncinin artmasını sağladığı gibi, içerdiği yüksek orandaki kalsiyum, fosfor ve iyot ile vücudun mineral dengesinin korunmasına da yardımcı olmaktadır. Vücudun kış mevsiminde daha da artan A, B1, B2 ve D vitamini ihtiyacını da balık tüketimi ile karşılamak mümkündür. Balık etinin protein değeri, içinde bulunan aminoasit oranının fazlalığı nedeniyle diğer protein içeren gıdalardan çok daha fazladır. Bu nedenle ülkemizde yeterince yaygın olmayan, buna karşılık kırmızı ete oranla pek çok eşdeğer ve/veya üstün özelliğe sahip olan balık eti tüketiminin yaygınlaştırılması insanlarımızın dengeli beslenmesi açısından önemli görünmektedir (Şen ve ark., 2008). Su ürünlerinin, hayvansal proteinler içerisinde önemli bir besin kaynağı olması nedeniyle yeterli hayvansal protein tüketiminde önemli bir alternatif olarak kabul edilmektedir (Anonim, 2001b).

Türkiye üç tarafının denizlerle çevrili bir ülke olmasının yanı sıra sahip olduğu gölleri, barajları ve akarsuları ile su ürünleri bakımından önemli bir potansiyele sahiptir.

Nitekim, 8 333 km kıyı uzunluğuna sahip olan ülkemizde yaklaşık 25 milyon hektar su ürünleri üretimine uygun alan bulunmaktadır (Anonim, 2001c).

Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre ABD’de kişi başına ortalama balık tüketimi 20 kg/yıl, Türkiye’de ise 8 kg/yıl civarındadır. AB ülkelerinde bu değer ortalama 24 kg’dır. (Anonim, 2012).

5.2. Amasya Merkez İlçedeki Hanehalkının Kırmızı Et, Kanatlı Eti ve Balık Eti Tüketimi

5.2.1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik nitelikleri

Çizelge 5.1’de tüketicilerin bazı özelliklerinin minimum ve maksimum aralıkları verilmiştir.

Çizelge 5.1. Tüketicilerin bazı özelliklerinin minimum ve maksimum aralıkları

Özellikler	Frekans	Minimum	Maksimum	Ortalama
Yaş	380	18	85	40,03
Hanehalkı	380	1	12	3,94
Ortalama Aylık Gelir	380	300	8 000	2 026,59
Ortalama Aylık Harcama	380	250	6 000	1 462,51
Ortalama Gıda Harcaması	380	50	2 000	426,96

Çizelge 5.1.’de ankete katılan tüketicilerin yaşları 18 ile 85 yaş aralıklarındadır. Ortalama yaş 40,03’dür. Tüketicilerin hanehalkı sayısı 1 ile 12 kişi arasında olup ortalama hanehalkı genişliği 3,94 kişi olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin aylık gelirleri 300 TL- 8 000 TL, ortalama aylık gelir 2 026,59 TL’dir. Aylık harcama 250 TL ile 6 000 TL ve ortalama harcama 1 462,51 TL’dir. Aylık gıda harcamaları 50 TL ile 2000 TL arasında değişmekte ve ortalama gıda harcaması 426,96 TL’dir. Aylık ortalama harcamanın %29,20’si gıda harcaması olarak belirlenirken %70,80’i ise diğer harcamalar olarak belirlenmiştir.

2010 yılı TÜİK hanehalkı bütçe araştırması sonuçlarına göre; Türkiye’de hanehalkı başına aylık ortalama tüketim harcaması 1 843 TL olarak tahmin edilirken, bu rakam kentsel yerlerde 2 023 TL, kırsal yerlerde ise ortalama 1 420 TL olarak tahmin edilmiştir (Anonim, 2011n). Amasya ili merkez ilçede 1 462,51 TL bulunan tüketim harcaması Türkiye’de kırsal alan ortalama tüketim harcamasına yakın bir değere sahiptir (Çizelge 5.1).

Trakya bölgesinde yaşayan tüketicilerin gıda ürünlerine ilişkin davranış dinamiklerinin belirlenmesine yönelik yapılan bir çalışmada; ailelerin %1,8’inin < 350 YTL/ay gelir grubunda yer aldığı, %12,1’inin aylık gelirinin 351-500 YTL, %37,4’ünün 501-1 000 YTL, %26,5’inin 1 001- 1 500 YTL, %22,1’inin ise 1 501 YTL’nin üzerinde aylık gelire sahip olduğu tespit edilmiştir (Yılmaz ve ark., 2009).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada, incelenen ailelerin ortalama aylık geliri 1 608,71 TL, aylık ortalama tüketim harcaması 1 186,21 TL, ortalama gıda harcaması 492,63 TL olarak belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada, incelenen ailelerin ortalama aylık geliri 1 805,41 TL, aylık ortalama tüketim harcaması 1 219,36 TL, ortalama gıda harcaması 494,50 TL olarak belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

2010 yılı TÜİK hanehalkı bütçe araştırması sonuçlarına göre; Türkiye genelinde hanehalklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde en yüksek payı %26,2 oranıyla konut ve kira harcamaları alırken, harcamaların %23,9’u gıda ve alkolsüz içeceklerden oluşmaktadır (Anonim, 2011n). Bu çalışmada Amasya ili merkez ilçedeki ortalama gelirin %21,07’sini gıda harcamalarının oluşturduğu tespit edilmiştir.

Tüketicilerin gelirleri arttıkça gıda harcamalarının da değiştiği bilinmektedir. Hayvansal gıda tüketiminin yapısının araştırılması, hayvansal ürünlere olan tüketici talep eğilimlerinin belirlenmesi, çeşitli ürünlerin rakip ürünlere tercih edilmesinin nedenlerinin araştırılması ve planlamada kullanılmak üzere verilerin elde edilmesi açısından önemlidir (Yıldırım ve Yalçınkaya, 1999).

Gelir gruplarına göre birey veya hanelerin gıda tüketim yapılarının belirlenmesi, fiyat-talep ve gelir-talep esnekliklerinin hesaplanması, gıda politikalarının oluşturulmasında alternatif fiyat politikalarının refah üzerindeki etkisinin değerlendirilmesinde ve gıda yardım programlarının daha etkin olarak hedef gruplara ulaştırılmasını sağlaması bakımından yararlanılacak önemli bilgilerdir (Şengül, 2002).

Bir toplumun beslenme eğilimlerini ve besin tüketimindeki değişimleri etkileyen birçok etmen vardır. Nüfus artışı, yapısı ve yerleşim özelliklerindeki büyük değişimler, beslenme ve besin tüketimindeki eğilim ve değişmelerle yakından ilişkilidir. Sosyo-ekonomik gelişmeler ve yapıdaki değişiklikler kaçınılmaz olarak beslenme tarzlarına yansır (Yücecan, 1999).

Çizelge 5.2’de tüketicilerin gelir durumu ve gıda harcama durumu verilmiştir.

Çizelge 5.2. Tüketicilerin gelir durumu ve gıda harcama durumu

	I. Grup	%	II. Grup	%	III. Grup	%	Ortalama	%
Gıda harcaması	276,49	30,35	416,49	23,14	617,57	17,04	426,96	21,07
Diğer harcama ve/veya tasarruflar	634,46	69,65	1 383,29	76,86	3 007,66	82,96	1 599,63	78,93
Tüketici geliri	910,95	100,00	1 799,78	100,00	3 625,23	100,00	2 026,59	100,00

Çizelge 5.2’de I. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 910,95 TL, II. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 1 799,78 TL ve III. Gruptaki tüketicilerin aylık ortalama gelirleri 3 625,23 olarak belirlenmiştir.

Tüketicilerin gelir durumunun artmasıyla gıda harcamalarının gelir içindeki oranı azalmaktadır. I. Gelir Grubunda bulunan bir tüketicinin gıda harcaması (276,49 TL) gelirinin %30,35, II. Gelir Grubundaki tüketicinin gıda harcaması (416,49 TL) gelirinin %23,14’ü ve III. Gelir Grubundaki tüketicinin gıda harcaması (617,57 TL) gelirinin %17,04’ü olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 5.3’de tüketicilerin gelir gruplarına göre bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri verilmiştir.

Çizelge 5.3. Tüketicilerin gelir gruplarına göre bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri

		I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	Toplam (n)	Toplam(%)
Cinsiyet	Kadın	67	66	53	183	48,20
	Erkek	64	75	58	197	51,80
	Toplam	131	138	111	380	100
Yaş	18-30 Yaş	32	37	29	98	25,80
	31-43 Yaş	48	56	40	144	37,90
	44-+ Yaş	51	45	42	138	36,30
	Toplam	131	138	111	380	100
Eğitim durumu	Okur-yazar değil	8	3	1	12	3,20
	Okur-yazar	7	4	1	12	3,20
	İlköğretim	65	49	31	145	38,20
	Ortaöğretim	42	60	33	135	35,50
	Yükseköğretim	9	22	45	76	20,00
	Toplam	131	138	111	380	100
Medeni durum	Evli	104	103	84	291	76,60
	Bekâr	27	35	27	89	23,40
	Toplam	131	138	111	380	100
Eşin çalışma durumu	Çalışan	51	53	55	159	54,60
	Çalışmayan	53	50	29	132	45,40
	Toplam	104	103	84	291	100
Ailedeki birey sayısı	1-2	27	20	11	58	15,30
	3-4	67	71	56	194	51,10
	5-+	37	47	44	128	33,70
	Toplam	131	138	111	380	100
Meslekler	İşçi	32	21	5	58	15,30
	Memur	3	20	33	56	14,70
	Çiftçi	8	1	2	11	2,30
	Serbest	10	18	10	38	10,00
	Emekli	12	19	10	41	10,80
	Ev hanımı	52	42	33	127	33,40
	Esnaf	7	13	16	36	9,50
	İşsiz	3	0	0	3	0,80
	Diğer	4	4	2	10	2,60
Toplam	131	138	111	380	100	
Araç mülkiyet durumu	Araç sahibi	47	73	82	202	53,20
	Araç sahibi değil	84	65	29	178	46,80
	Toplam	131	138	111	380	100
Oturlan evin mülkiyet durumu	Ev sahibi	83	72	85	240	63,20
	Kiracı	44	61	26	131	34,40
	Diğer	4	5	0	9	2,40
	Toplam	131	138	111	380	100
Ortalama hane genişliği		3,67	3,96	4,24	3,94	
Ortalama geliri (Aylık)		910,95	1 799,78	3 625,23	2 026,59	
Ortalama toplam giderleri (Aylık)		772,18	1 373,91	2 387,39	1 462,51	
Ortalama gıda harcaması (Aylık)		276,49	416,49	617,57	426,96	

Çizelge 5.3’de tüketicilerin %48,20’si kadın, %51,80’i erkektir. Tüketicilerin %76,60’ı evli, %23,40’ı bekâr statüdedir. Tüketicilerin ortalama yaşı 40,03 olarak bulunmuştur. Ankete katılan kadın tüketicilerin ortalama yaşının 38,84, erkeklerin ortalama yaşının 41,13 olduğu belirlenmiştir.

Van ilinde yapılan bir çalışmada; anket yapılan tüketicilerin %65,45’i kadın, %34,55’i erkeklerden oluşmaktadır. Tüketicilerin %23,56’sı 16-27, %24,61’i 28-34, %37,17’si 35-50, %14,66’sı 50 ve üstü yaş grubundadır. Tüketicilerin %89,01’i evli, %9,42’si bekârdır (Ceylan, 2006).

Tokat ilinde yapılan başka bir çalışmada ise anket yapılan tüketicilerin büyük çoğunluğunun (%82,38) erkeklerden oluştuğu ve tüketicilerin genel ortalama yaş %82,86’sının evli olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin yaşları incelendiğinde; ortalama yaş 34,33 olduğu saptanmıştır. Yaş grupları itibariyle en yüksek payın 26-35 yaş grubuna ait olduğu belirtilmiştir (Sayılı, 2006).

Erzurum ilinde yapılan bir çalışmada; anket uygulanan ve değerlendirmeye tabi tutulan 384 yanıtlayıcının 265’i (%69,0) bay, 119’u (%31,0) bayandır. 228 (%59,4) yanıtlayıcı 26-50 arası yaş grubunda, 26 (%6,8) yanıtlayıcı ise 51 yaşından büyüktür. Diğer taraftan, yanıtlayıcıların 208’inin (%54,2) evli, 176’sının (%45,8) bekâr olduğu tespit edilmiştir (Özer ve Lebe, 2008).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada, incelenen ailelerin %48,67’sinin kadın, %51,33’ünün erkek olduğu ve bunlarında %76,67’sinin evli, %23,33’ünün de bekâr olduğu tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada, incelenen ailelerin %51,4’ünün kadın, %48,6’sının erkek olduğu ve bunlarında %75,0’inin evli, %25,0’inin da bekâr olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Tüketici eğitim durumları; okur-yazar olmayanlar, okur-yazar, ilköğretim mezunu, orta öğretim mezunu, yükseköğretim mezunu başlığı altında incelenmiştir. Tüketicilerin

%38,20'sini ilköğretim mezunları, %35,50'sini ortaöğretim mezunları, %20,20'sini yükseköğretim mezunları, %3,20'sini okur-yazarlar oluştururken, %3,20'si okur-yazar olmadığını belirtmiştir (Çizelge 5.3).

Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıklarını belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada; ankete katılanların %7,40'ı okur-yazar değil, %4,60'ı okur-yazar, %66,20'si ilköğretim, %14,90'ı lise ve %6,90'ı üniversite mezunu olarak belirlenmiştir (Atay ve ark., 2004).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; anket uygulanan okur-yazar olmayanlar, okur-yazarlar, ilkokul ve ortaokul mezunları incelenen tüketicilerin %27,67'sini, lise mezunları %41,33'ünü ve üniversite mezunları %31,00'ini oluşturmuştur (Karakaş, 2010).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada anket uygulanan tüketicilerin ilkokul mezunları %30,8'ini, ortaokul mezunları %10,3'ünü, lise %29,2'sini ve üniversite mezunları %29,8'ini oluşturmuştur (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada; anket uygulanan tüketicilerin okur-yazar olmayanlar ve okur-yazarlar %3,6'sını, ilköğretim mezunları %24,3'ünü, ortaöğretim mezunları %26,4'ünü ve yükseköğretim mezunları %45,7'sini oluşturmuştur (Ulaş, 2011).

Tüketicilerin geliri ile hanehalkı genişliği arasında belirgin bir değişiklik gözlenmemiştir. Bunda Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının çekirdek aile yapısı ve az çocuk tercihi etkilidir. Tüketicilerin geliri arttıkça hanehalkı genişliği artmaktadır. I. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,67, II. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,96 ve III. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 4,24 olarak belirlenmiştir. Ailelerdeki ortalama hanehalkı genişliği 3,94'dür (Çizelge 5.3).

Antalya ilinde yapılan bir araştırmada, aile genişliği gelir grupları açısından incelendiğinde, I. gelir grubundaki ailelerin yaklaşık %63'ünün, II. gelir grubundaki

ailelerin yaklaşık %55'inin ve III. gelir grubundaki ailelerin yaklaşık %67'sinin 3-4 bireyden oluştuğu saptanmıştır (Tosun, 2006).

Tokat ilinde yapılan bir araştırmada ise tüketicilerin geliri arttıkça hanehalkı genişliğinin azaldığı belirlenmiştir. I. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 4,39, II. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 4,18 ve III. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,79'tur. Ailelerdeki ortalama hanehalkı genişliği 4,17 olarak tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ilinde yapılan bir araştırmada ise tüketicilerin geliri ile hanehalkı genişliği arasında belirgin bir değişiklik gözlenmemiş ve buna Aydın ili kentsel alandaki hanehalkının çekirdek aile yapısı ve az çocuk tercihinin etkili olduğu tespit edilmiştir. I. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,82, II. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,89 ve III. Gelir Grubu hanehalkı genişliği 3,85'tir. Ailelerdeki ortalama hanehalkı genişliği 3,86 olarak belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Anket yapılan tüketicilerin hanehalkı büyüklüğü üç kategoride incelenmiştir. Tüketici ailelerinin genişlik grupları incelendiğinde, ailelerin yaklaşık %15,30'unun 1 veya 2 bireye sahip olduğu, %51,10'unun 3 veya 4 bireye sahip olduğu ve %33,70'inin 5 ve üzeri bireye sahip olduğu gözlenmiştir (Çizelge 5.3).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan çalışmada; incelenen hanelerin %4,6'sı 1 kişi, %14,9'u 2 kişi, %76,0'ı 3-5 kişi, %3,4'ü 6-8 kişi ve %1,1'i 8 kişiden oluşmaktadır (Atay ve ark., 2004).

Tekirdağ, Kırklareli ve Edirne illerini kapsayan bir araştırmada; hanelerin %79,4'ü 3-5 kişilik ailelerden oluşmaktadır. Öte yandan 9 ve daha fazla bireyden oluşan ailelerin oranı düşük düzeyde olup (%0,3) kırsal alanda yaşamaktadır. Hanehalkında kişi sayısı 4,1'dir (Yılmaz ve ark., 2009).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada, tüketici ailelerinin genişlik grupları incelendiğinde, ailelerin yaklaşık %13,00'ünün 1 veya 2 bireye sahip olduğu,

%50,00'sinin 3 veya 4 bireye sahip olduğu ve %37,00'sinin 5 ve üzeri bireye sahip olduğu tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada, tüketiciler ailelerinin genişlik grupları incelendiğinde, ailelerin yaklaşık %12,10'unun 1 veya 2 bireye sahip olduğu, %62,90'nın 3 veya 4 bireye sahip olduğu ve %25,00'inin 5 ve üzeri bireye sahip olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Tüketiciler mesleklerine göre ele alındıklarında çoğunluğunun ev hanımlarından oluştuğu görülmektedir. Tüketicilerin %33,40'ı ev hanımı, %15,30'u işçi, %14,70'i memur, %10,80'i emekli, %10,00'u serbest çalışan, %9,50'si esnaf, %2,60'ı diğer, %2,30'u çiftçi ve %0,80'i işsizlerdir (Çizelge 5.3).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan çalışmada incelenen ailelerdeki aile reislerinin %17,1'i emekli, %24,6'sı esnaf, %20,0'si memur, %10,30'u işçi, %17,10'u serbest meslek, %12,00'ı çiftçi, %0,6'sı işsiz ve %3,4'ü diğer meslek gruplarından olup, aile reislerinin %12'sinin ek bir iş daha yaptıkları belirlenmiştir (Atay ve ark., 2004)

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada tüketiciler mesleklerine gruplandırılmış; anket uygulanan tüketicilerin %28,33'ü memur, %23,67'si işçi, %9,67'si esnaf, %9,67'si emekli, %9,33'ü serbest çalışanlar, %9,00'u ev hanımı, %5,33'ü işsiz ve %5,00'i çiftçi olarak tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada tüketiciler mesleklerine göre gruplandırıldığında çoğunun memur ve işçilerden oluştuğu, buna göre; tüketicilerin %35,00'i memur, %19,30'u işçi, %12,10'u ev hanımı, %8,60'ı esnaf, %8,60'ı serbest çalışanlar, %7,10'u emekli, %5,70'i çiftçi, %2,9'u işsiz ve %0,70'i diğer meslek gruplarından oluştuğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Tüketiciler eşin çalışma durumuna göre ele alındığında %54,60'ının eşi çalışırken, %45,40'nın eşinin çalışmadığı gözlenmiştir (Çizelge 5.3).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin %37,83'ünün eşi çalışırken, %62,17'sinin eşi çalışmadığı tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin %46,67'sinin eşi çalışırken, %53,33'ünün eşi çalışmadığı tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Tüketicilerin oturdukları evin mülkiyet durumuna göre değerlendirildiğinde; %63,20'sinin ev sahibi olduğu, %34,40'ının kiracı olduğu belirlenmiştir ve %2,40'ı da diğer şekilde belirtmiştir (Çizelge 5.3).

Van ilinde yapılan bir araştırmada, anket yapılan tüketicilerin %82,72'sinin oturdukları evin mülkiyetine sahip olduğu, bu oranın gelir büyüklük grubuna paralel olarak arttığı belirlenmiştir (Ceylan, 2006).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada, tüketicilerin oturdukları evin mülkiyet durumuna göre %58,60'ının ev sahibi oldukları, %40,00'ının kiracı oldukları ve %1,40'ının lojman veya misafirhanede ikamet ettikleri tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Tüketiciler araç mülkiyet durumuna göre değerlendirildiğinde; %53,20'sinin araç sahibi olduğu ve %46,80'inin araç sahibi olmadığı belirlenmiştir (Çizelge 5.3).

5.2.2. Tüketici ailesi alışveriş tercihleri

Çizelge 5.4'de tüketicilerin ailelerinde alışveriş yapan bireyler verilmiştir.

Çizelge 5.4. Tüketicilerin ailelerinde alışveriş yapan bireyler

	Frekans	%
Kendisi	28	7,37
Anne	98	25,79
Baba	145	38,16
Birlikte	90	23,68
Yetişkin çocuklar	19	5,00
Toplam	380	100,00

Tüketicilerin ailelerinde çoğunlukla baba (%38,16) alışveriş yapmaktadırlar. Çoğunlukla baba alışveriş yapan ailelerin ortalama geliri 2 053,31 TL, bu gelirin 435,34 TL'sini gıda harcamaları oluşturmaktadır. Çoğunlukla baba alışveriş yapan ailelerin hanehalkı genişliği 4,18'dir. Çoğunlukla babanın alışveriş yapmadığı durumlarda en çok anne (%25,79) alışveriş yapmaktadır. Tüketici ailesinde anne ve baba birlikte (%23,68) üçüncü sırada alışveriş yaparken, bekâr olup kendisi alışveriş yapanlar (%7,37) ve yetişkin çocuklar (%5,00)'le en az alışveriş yapan gruptur (Çizelge 5.4).

Van ilinde kentsel alanda yapılan bir araştırmada; gıda alışverişinin baba tarafından yapılma oranı %58,33'dür. Annenin tek başına, anne ve babanın birlikte gıda alışverişini yapma oranı sırasıyla %15,63 ve %12,50'dir (Ceylan, 2006).

Afyonkarahisar ilinde yapılan bir çalışmada; tüketici ailesinde kırmızı et satın alma kararını verenler incelenmiştir. Bu araştırmaya göre, tüketici ailesinde %42,2 anne baba birlikte, %25,3 anne, %18,7 baba, %13,8 bazen erkek bazen kadın gıda satın alımını gerçekleştirmektedir (Korkmaz, 2006).

Antalya ilinde yapılan bir çalışmada tüketici ailesinde kırmızı et satın alma kararını verenler incelenmiştir. Bu araştırmaya göre, tüketici ailesinde %44,21 anne, %32,63 anne baba birlikte, %10,53 baba, %4,78 anne baba ve çocuklar birlikte ve tüketicilerin %7,89 kendisi (yalnız kalanlar) alışveriş kararını vermektedirler (Tosun, 2006).

Tokat ilinde yapılan çalışmada tüketici ailesinde gıda satın alımını gerçekleştiren aile bireyleri incelenmiştir. Bu araştırmaya göre tüketici ailesinde %47 anne baba birlikte, %35,67 baba, %12,33 anne, %5 yetişkin çocuklar gıda ürünlerini satın almaktadırlar (Karakaş, 2010).

Aydın ilinde yapılan araştırmada; tüketici ailelerinde çoğunlukla %45,70 anne ve baba beraber, anne babanın alışveriş yapmadığı durumlarda en çok anne %22,90, baba %22,10 ve en az %9,30 ile yetişkin çocuklar gıda ürünleri alışverişini yapmaktadırlar (Ulaş, 2011).

5.3. Kırmızı Et ve Et Ürünleri Tüketimi

Son yıllarda tüketicilerin kırmızı et satın alım yeri tercihleri geleneksel satın alım yerleri olan kasaplardan, süpermarket ve hipermarketlere doğru bir değişim göstermektedir. Tercihlerdeki bu değişimin sebepleri arasında; modern pazarlama anlayışının yaygınlaşması, ürün ve tüketici sağlığı bilincinin artması, self servis alışveriş ve süpermarketlerin yaygınlaşması, ambalaj sanayindeki gelişmeler, pazarda tüketici egemenliğinin artması, gelir seviyesinin yükselmesi, ürün farklılaştırması, ürünlerin raf ömrü ve muhafaza koşulları konularına titizlik gösterilmesi, ailede çalışanların ve özellikle çalışan bayan sayısındaki artışlar ve bunun bir sonucu olarak alışveriş zamanının kısalması, kredi kartı kullanımının yaygınlaşması ve toplu alışveriş imkanı yer almaktadır (Çiçek ve Erkan, 1996).

5.3.1. Kırmızı et ve et ürünleri tüketim durumu

Çizelge 5.5’de tüketicilerin kırmızı et tüketim durumu verilmiştir.

Çizelge 5.5. Kırmızı et tüketim durumu

	Frekans	%	Ortalama gelir TL/ay	Ortalama gıda harcaması TL/ay	Ortalama hanehalkı genişliği
Tüketenler	310	81,58	2 146,90	449,60	4,08
Tüketmeyenler	70	18,42	1 493,79	326,71	3,34
Toplam	380	100,00	2 026,59	426,96	3,94

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kırmızı et tüketenlerin oranı %81,58, tüketmeyenlerin oranı %18,42’dir. Kırmızı et tüketmeyenlerin ortalama gelir seviyesi tüketenlere oranla daha düşüktür. Kırmızı et tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 146,90 TL iken, kırmızı et tüketmeyenlerin gelir seviyesi ortalama 1 493,79 TL’dir (Çizelge 5.5).

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı kişi başına kırmızı et tüketim miktarı 4,09 kg/yıl olarak belirlenmiştir. Kırmızı et tüketenlerin ortalama hanehalkı genişliği 4,08 kişidir.

Kırmızı et tüketmeyenlerin ortalama hanehalkı genişliği 3,34 kişi olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.5).

Van ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketim alışkanlığını ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmada, tüketicilerin %38'inin kırmızı eti tercih ettiği, %1,6'sının ise kırmızı et tüketmediği anlaşılmıştır (Aygün ve ark., 2004).

Antalya ilinde gerçekleştirilen bir çalışmada kırmızı et tüketenlerin oranı %95,96, tüketmeyenlerin oranı ise %4,04 olarak tespit edilmiştir (Tosun, 2006).

Gaziantep ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketim alışkanlığını ortaya koymak amacıyla yapılan başka bir çalışmada, tüketicilerin %50,6'sının kırmızı eti tercih ettiği, %1,7'sinin ise kırmızı et tüketmediği anlaşılmıştır (Karakuş ve ark., 2008).

Tokat ili kentsel alanda gerçekleştirilen bir çalışmada kırmızı et tüketenlerin oranı %89,00, tüketmeyenlerin oranı %11,00 olarak tespit edilmiştir (Karakuş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda gerçekleştirilen bir araştırmada; kırmızı et tüketenlerin oranı %95,70, tüketmeyenlerin oranı %4,30 olarak tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.6'da tüketicilerin gelir gruplarına göre kişi başına aylık kırmızı et tüketim miktarları (kg/ay) verilmiştir.

Çizelge 5.6. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık kırmızı et tüketim miktarları (kg/ay)

	Gelir Grupları		
	I.Grup (kg/ay)	II.Grup (kg/ay)	III.Grup (kg/ay)
Kırmızı Et	0,28	0,32	0,43

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada gelir gruplarına göre kişi başına aylık kırmızı et tüketim miktarları sırasıyla, I. Grup 0,28 kg/ay, II. Grup 0,32 kg/ay, III. Grup 0,43 kg/ay'dır (Çizelge 5.6).

Tekirdağ'da yapılan araştırmada 1999 yılında Türkiye'nin kırmızı et tüketimi ile Tekirdağ ilinin kırmızı et tüketimi karşılaştırılmıştır. Tekirdağ ilinde ortalama kişi başına kırmızı et tüketim miktarı 15,6 kg/yıl, Türkiye tüketim miktarı ortalama 20,4 kg/yıl olarak belirlenmiştir (Gaytancıoğlu, 1999).

Antalya ilinde yapılan bir çalışmada; gelir grupları itibari ile kişi başına aylık ortalama kırmızı et tüketim miktarı 0,52 kg/ay ile 0,83 kg/ay arasında değişmekte olup, ortalama ise 0,70 kg/ay olarak tespit edilmiştir (Tosun, 2006).

Çizelge 5.7'de gelişmiş ülkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen et miktarı (kg/yıl) verilmiştir.

Çizelge 5.7. Gelişmiş lkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen kırmızı et miktarı (kg/yıl)

rn Adı	ABD	AB	Türkiye
	Kişi Başına Kırmızı Et Tüketimi (kg)	Kişi Başına Kırmızı Et Tüketimi (kg)	Kişi Başına Kırmızı Et Tüketimi (kg)
Kırmızı Et	46	24	7

Kaynak: Anonim, 2012

Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre Türkiye'de kişi başına tüketilen kırmızı et miktarı 7 kg/yıl olduğu bildirilmektedir. Bu oran AB lkelerinde 24 kg/yıl, ABD'de 46 kg/yıl düzeyindedir (izelge 5.7).

Çizelge 5.8'de tüketicilerin kırmızı et tk etmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.8. Kırmızı et tk etmeme nedenleri

	Frekans	%	Ortalama gelir	Ortalama gıda masrafı
Diyet	2	2,86	4 250,00	600,00
Vejetaryen	3	4,29	1 093,33	216,67
Sağlık	10	14,28	1 560,00	410,00
Ekonomik	40	57,14	1 227,50	289,25
Kırmızı et sevmiyor	15	21,43	1 872,33	356,67
Toplam	70	100,00	1 493,79	326,71

Tüketicilerin %57,14'ünün ekonomik nedenlerle, %21,43'ünün kırmızı et sevmediği, %14,28'inin sağlık, %4,29'unun vejetaryen olmaları ve %2,86'sının diyetle olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmedikleri ortaya çıkmıştır. Ekonomik nedenlerle düzenli kırmızı et tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %10,53, kırmızı et sevmediğinden düzenli kırmızı et tüketmeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %3,95, sağlık nedeniyle düzenli kırmızı et tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %2,63, vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,79 ve diyetle olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53'lik bir paya sahiptir (Çizelge 5.8).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada kırmızı et tüketmeyen tüketicilerin %54,55'i ekonomik nedenler, %24,24'ü diyetle olmaları ve %21,21'i vejetaryen olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmediklerini belirtmişlerdir (Karakaş, 2010).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada kırmızı et tüketmeyen tüketicilerin %33,33'ü ekonomik nedenler, %33,33'ü sağlık, %16,67'si vejetaryen ve %16,67'si diyetle olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmediklerini belirtmişlerdir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.9'da tüketicilerin yeterli kırmızı et tüketip tüketmedikleri algısı verilmiştir.

Çizelge 5.9. Tüketicilerin yeterli kırmızı et tüketip tüketmedikleri algısı

	Frekans	%
Yeterli	228	73,55
Yetersiz	82	26,45
Toplam	310	100,00

Tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda kırmızı et tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %73,55'i yeterli, %26,45'i yetersiz kırmızı et tükettiklerini belirtmiştir (Çizelge 5.9).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda et tüketip tüketmedikleri

sorulduğunda %91,4'ü yeterli, %8,6'sı yetersiz et tükettiklerini belirtmişlerdir (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda et tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %49,25'i yeterli, %50,75'i yetersiz et tükettiklerini belirtmişlerdir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.10'da tüketicilerin yeteri kadar kırmızı et tüketmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.10. Tüketicilerin yeteri kadar kırmızı et tüketmeme nedenleri

	Frekans	%
Ailenin sevmemesi	4	4,87
Ailede sevmeyen var	10	12,20
Sağlık sorunları	10	12,20
Geliri yetersiz	48	58,53
Önemsememe	10	12,20
Toplam	82	100,00

Sağlıkları için yeterli miktarda kırmızı et tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %58,53 gibi büyük bir oranda gelir yetersizliği gerekçe gösterilmiştir. Bunu %12,20 ile eşit paylı olarak önemsememe, sağlık sorunları ve ailede sevmeyen olması izlemektedir (Çizelge 5.10).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada sağlıkları için yeterli miktarda et tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %69,12 gibi büyük bir oranda ekonomik yetersizlik gerekçe gösterilmiştir. Bunu %13,24 önemsememe ve %11,75 sağlık sorunları ve %4,42 ailede kırmızı eti sevmeyen birey bulunması izlemiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.11'de tüketicilerin kırmızı et tüketimini arttıran araçlar verilmiştir.

Çizelge 5.11. Kırmızı et tüketimini arttıran araçlar

	Frekans	%
Reklamlar	4	1,29
Sosyal çevre	33	10,65
İndirim günleri	65	20,97
Mevsim	83	26,77
Gelir artışı	125	40,32
Toplam	310	100,00

Tüketicilere kırmızı et tüketim miktarını arttıran en önemli neden sorulduğunda %40,32'si gelir düzeyinin artmasını, %26,77'si mevsimi, %20,97'si indirim günlerini ve %10,65'i arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevreyi neden olarak göstermişlerdir. Reklamlar %1,29 ile kırmızı et tüketiminin artmasında tüketiciler üzerinde en az etkiye sahip araçtır (Çizelge 5.11).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilere kırmızı et tüketim miktarını arttıran en önemli nedenleri sırasıyla; %33,59'u mevsim, %23,88'i gelir düzeyinin artması ve %22,38'i arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevre olarak belirlenmiştir. Reklamların kırmızı et tüketiminin artmasında tüketiciler üzerinde en az etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Et ve et ürünlerinin daha fazla tüketilmesi için gazete, radyo ve TV'ler aracılığı ile yayınlar yapılarak, etin yeterli ve dengeli beslenme açısından taşıdığı önemin anlatılması ve halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması gerektiği belirtilmiştir (Anonim 2001a).

5.3.2. Kırmızı et satın alma kararı ve alışverişi

Çizelge 5.12'de kırmızı et satın alma kararını veren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.12. Kırmızı et satın alma kararı

	Frekans	%
Kendisi	18	5,81
Anne	86	27,74
Baba	99	31,93
Birlikte	95	30,65
Yetişkin çocuklar	12	3,87
Toplam	310	100,00

Kırmızı et satın alma kararını %31,93 baba, %30,65 anne ve baba birlikte, %27,74 anne, %5,81 bekâr olup kendisi ve %3,87 yetişkin çocuklar karar vermektedir. Karar verme aşamasında tek başına bekârların ve yetişkin çocukların etkisi sınırlı düzeydedir (Çizelge 5.12).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kırmızı et satın alma kararının %42,54'sini anne-babanın, %38,80'ini annenin, %12,69'unu babanın ve % 5,97'sini yetişkin çocukların karar verdiği ve karar verme aşamasında tek başına babanın ve çocukların etkisinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.13'de kırmızı et alışverişini gerçekleştiren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.13. Kırmızı et alışverişi

	Frekans	%
Kendisi	18	5,81
Anne	68	21,94
Baba	155	50,00
Birlikte	56	18,06
Yetişkin çocuklar	13	4,19
Toplam	310	100,00

Amasya merkez ilçedeki hanehalkının kırmızı et alışverişini sırasıyla; %50,00 ile baba, %21,94'le anne, %18,06 ile anne ve baba birlikte, %5,81'le bekâr olup kendisi ve %4,19'la yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir (Çizelge 5.13).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kırmızı et alışverişini gerçekleştiren aile fertlerinin kırmızı et satın alımını sırasıyla; %43,75'le baba, %30'la anne ve baba

birlikte, %16,45'le anne ve %9,8'le yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.3. Kırmızı et tercih nedenleri

Çizelge 5.14'de tüketicilerin kırmızı et tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.14. Kırmızı et tercih nedenleri

	Frekans	%
Alışkanlık	59	19,03
Ucuzluk	4	1,29
Sağlık	79	25,48
Kolay temin edilebilirlik	3	0,97
Lezzet	162	52,26
Diğer	3	0,97
Toplam	310	100,00

Kırmızı etin insan sağlığı için vazgeçilmez bir kaynak olması, protein değerinin yüksek olması ve damak tadına hitap etmesi kırmızı et tüketiminde önemli bir faktördür. Kırmızı etin lezzetli bir besin olması tüketiminde (%52,26) birinci sırada yer alan bir faktördür. İkinci sırada ise tüketicilerin %25,48'i kırmızı eti besin değerinin yüksek olması yani sağlık nedeni ile tercih etmektedir. Et önemli bir hayvansal protein kaynağı olup büyüme, gelişme ve fizyolojik fonksiyonların yerine getirilmesinde gerekli olan birçok bileşeni içeren komple bir gıdadır. Kırmızı ette insan vücudunun temel ihtiyaç duyduğu protein, yağ, su, karbonhidrat, vitaminler ve madensel tuzlar mevcuttur (Çizelge 5.14).

Alışkanlıklar kırmızı et tüketiminde (%19,03) üçüncü sırada yer alan önemli bir faktördür (Çizelge 5.14). İnsanların tüketim alışkanlıkları uzun vadede ve yavaş oluşmaktadır. Ayrıca lezzetli olması, çok çeşitli biçimlerde tüketilebilmesi ve hazım olma derecesinin yüksek olması gibi özelliklere de sahip olan et, dünyanın hemen her yerinde diğer gıdalara oranla pahalıdır. Bu durumun yeterli et tüketimini azaltan önemli bir faktör olduğu ifade edilebilir.

Hayvan varlığının sürekli azalmasına paralel olarak kırmızı et fiyatları sürekli artmıştır. Bu nedenle araştırmaya katılan bireylerin, kırmızı eti ucuz olması nedeniyle tercih etmeleri (%1,29) dördüncü sırada yer alan bir faktör olmuştur. Kolay temin edilebilirlik ve diğer nedenler ise (%0,97) en son sırada gelen faktörlerdir (Çizelge 5.14).

Et ve Et Ürünleri Sanayi Alt Komisyon Raporunda, temel bir gıda maddesi olan ve yüksek oranda protein içeren et ve et ürünlerinin tüketiminin istenilen seviyelere ulaşmadığı belirtilmiştir (Anonim,2001a).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan bir çalışmada; kırmızı eti öncelikli olarak lezzetli olduğu için tercih edenlerin oranı %40,0 iken, bunu besleyici olduğu için (%26,3), alışkanlıktan dolayı (%26,3) ve kolay bulunabildiği için (%2,9) biçiminde belirtenler izlemektedir (Atay ve ark., 2004).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; ailelerin kanatlı ya da kırmızı eti tercih etmelerindeki en önemli nedenin sağlıklı olması olduğu (%60) daha sonra zevk ve alışkanlıkların önemli rol oynadığı (%38,67), bunu lezzet (%25,33) ve diğer nedenlerin (%3,33) izlediği tespit edilmiştir (Gündüz ve ark., 2006).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %39,33'ü kırmızı eti besin değerinin yüksek olması, %31,84'ü alışkanlık, %22,10'u sağlık, %4,86'sı kolay ulaşılması ve %1,87'si de ucuz olması nedeniyle tercih etmektedirler (Karakaş, 2010).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %52,2'si kırmızı eti lezzetli olması sebebiyle, % 20,9'u besleyici olması sebebiyle, %17,2'si alışkanlık, %2,7'si kolay temin edilmesinden ve hepsini tercih edenlerde (%8,0) şeklinde gerçekleşmiştir (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan diğer bir çalışmada ise kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %52,24'ü kırmızı eti sağlık, %28,36'sı lezzetli olması sebebiyle,

%17,91'i alışkanlık ve %1,49'u da kolay temin edilmesinden dolayı tercih etmektedir. Hayvan varlığının sürekli azalmasına paralel olarak kırmızı et fiyatları sürekli artmıştır. Bu nedenle araştırmaya katılan bireyler arasında, kırmızı eti ucuz olması nedeniyle tercih eden hiç kimse bulunmamaktadır (Ulaş, 2011).

5.3.4. Kırmızı et satın alma kararında mevsimlerin etkisi

Çizelge 5.15'de tüketicilerin kırmızı et satın alma kararında mevsimlerin etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.15. Kırmızı et satın alma kararında mevsimlerin etkisi

Mevsim	Frekans	%
İlkbahar	33	10,64
Yaz	97	31,29
Sonbahar	34	10,97
Kış	146	47,10
Toplam	310	100,00

Amasya'daki tüketicilere kırmızı eti özellikle hangi mevsimde satın alıyorsunuz sorusu sorulduğunda; %47,10'u kış, %31,29'u yaz, %10,97'si sonbahar ve %10,64'ü ilkbahar mevsiminde satın aldıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 5.15).

5.3.5. Kırmızı et satın alma yerleri ve tercih nedenleri

Çizelge 5.16'da tüketicilerin kırmızı et temin yerleri verilmiştir.

Çizelge 5.16. Kırmızı et temin yerleri

	Frekans	%
Kasap	206	66,45
Market-Süpermarket	91	29,35
Kendi kesenler	10	3,23
Diğer	3	0,97
Toplam	310	100,00

Amasya’da kırmızı eti nerelerden satın aldıkları sorulan tüketicilerin %66,45’i kırmızı eti en çok kasaplardan temin etmektedirler. Tüketiciler, kasapları tanıdıklarını ve kesim yerlerini bildikleri için kasaplara güvendiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin %29,35’i marketlerden kırmızı et satın alırken, %3,23’ü kendilerinin canlı hayvan alıp kesmeyi ve %0,97’si de diğer yerleri tercih etmişlerdir (Çizelge 5.16).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan bir çalışmada; kırmızı et tüketenlerin, %4’ü canlı hayvan satın alıp kendisi kesmekte, %21,1’i kasaplar çarşısından satın almakta, %63,4’ü kasaptan almakta olduklarını, kalan grupların ise et satın alma yerlerini önemsemedikleri belirlenmiştir (Atay ve ark., 2004).

Van ilinde kırmızı etin satın alındığı yer ile ilgili çalışmaya katılanların %47,8’i süper market, %40,5’i kasap, %2,5’i canlı hayvan, %1,9’u kombina, %4,7’si ise “fark etmez” cevabını vermişlerdir. Kırmızı et satın alırken erkeklerin çoğunluğu (%33,2) kasabı tercih ederken, kadınların çoğunluğu (%15,5) süper marketi tercih etmektedir (Aygün ve ark., 2004).

Antalya ilinde yapılan bir çalışmada koyun etinin satın alım yerleri incelendiğinde süpermarketlerin (%42,33) ve kasapların (%40,67) en fazla tercih edilen yerler olduğu belirlenmiştir. Ailelerin kırmızı et alımında en çok süpermarketleri tercih etmelerindeki en önemli faktörlerin tazelik, hijyen, etle birlikte diğer ihtiyaçların temin imkanı ve güvenilirlik olduğunu belirlemişlerdir. Aylık ortalama kişi başına tüketim miktarının satın alım yerlerine göre dağılımı incelendiğinde ise başlıca alım yerlerinin market (%35,28), süpermarket (%26,53), hipermarket (%22,28) ve kasaplar (%15,91) olduğu belirlenmiştir. Buna göre araştırma alanında koyun eti satın alım yeri olarak market ve süpermarketlerin ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. Ailelerin keçi etini satın alım yerleri incelendiğinde ilk iki sırayı %52,50 ile kasapların ve %28 ile süpermarketlerin aldığı belirlenmiştir. Keçi etinin aylık ortalama kişi başına tüketim miktarına göre satın alım yerleri incelendiğinde kasaplar (%27,13), hipermarketler (%27,53) ve süpermarketlerin (%26,32) yaklaşık olarak aynı seviyede öneme sahip olduğu belirlenmiştir (Tosun, 2006).

Gaziantep ili merkez ilçede yapılan bir çalışmada tüketicilerin %42,2'si belirli bir kasaptan, %27,1'i süper marketten, %16,9'u kasaplar çarşısından, %0,8'i canlı hayvan, %1,6'sı kombina, %3,9'u ise "fark etmez" cevabını vermişlerdir. Kırmızı et satın alırken erkeklerin çoğunluğu (%45,40) kasabı tercih ederken, kadınların çoğunluğu (%36,31) süper marketi tercih etmektedir (Karakuş ve ark., 2008).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kırmızı eti en çok kasaplardan (%51,31) temin etmektedirler. Tüketiciler, kasapları tanıdıklarını ve kesim yerlerini bildikleri için kasaplara güvendiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin %40,45'i marketlerden kırmızı et satın alırken, %8,24'ü kendilerinin canlı hayvan alıp kesmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Karakaş, 2010).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada kırmızı eti en çok sırasıyla; %79,8'i kasaplardan, %11,7'si marketlerden, %1,2'si ise canlı hayvan alıp kesmeyi tercih ettiklerini ve %7,3'ü de fark etmediğini belirtmişlerdir (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kırmızı eti en çok sırasıyla; %51,43'ü kasaplardan, %43,57'si marketlerden ve %5'i ise canlı hayvan alıp kesmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.17'de tüketicilerin kırmızı et temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.17. Kırmızı et temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri

	Frekans	%
Taze-Kalite	193	62,26
Alışkanlık	54	17,42
Hijyen	33	10,65
Ucuzluk	12	3,87
Yakın mesafede bulunma	17	5,48
Diğer	1	0,32
Toplam	310	100,00

Tüketicilerin kırmızı et temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok tazelik ve kaliteye (%62,26) önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık (%17,42), hijyen (%10,65), alışveriş merkezinin yakın mesafede bulunması (%5,48), ucuzluk (%3,87) ve diğer nedenler (%0,32) tercih nedenleri arasındadır (Çizelge 5.17).

Tüketicinin rasyonel alışveriş davranışlarında ve ürün seçimlerinde “fiyat, kalite ve değer” asıl belirleyicilerdir. Bu belirleyicilerin etkisiyle alışveriş ve tüketim davranışı gösteren tüketiciler, rasyonel etkenlerin etkisiyle hareket etmekte ve haz almadan ekonomik ve faydacı düşüncelerle hareket etmektedirler (Antonides ve Van Raaij, 1998).

Kırmızı et ürünlerinde güven, alışkanlık ve kalite gibi kriterler ön plana çıkmaktadır. Buna göre, satış yeri koşullarının sağlıklı olması, isteklere uygun et bulunması ve satılan ürünlerde kalite garantisinin olması en önemli kriterlerdir. Birçok çalışmada genel olarak gıda ürünleri satın alma yeri tercihinde; yakınlık, reklam, fiyat ve alışveriş saatleri önemli faktörler olarak bulunmuştur (Okumuş ve Bulduk, 2003).

Tüketicilerin satın alma durumları güçlü bir biçimde kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik faktörler tarafından etkilenmektedir. İşletme yöneticilerinin büyük kısmı bu gibi faktörleri kontrol edemeyeceklerini bilmekle birlikte bu faktörleri hesaba katmalıdırlar. Çünkü tüketicilerin davranışları büyük ölçüde demografik, ekonomik, sosyal, durumsal ve teknolojik faktörler gibi dışsal faktörler tarafından belirlenmektedir. Aynı zamanda tüketici davranışları, inançlar, tutumlar, öğrenme, motivasyon ve ihtiyaçlar, kişilik, algı ve değerler gibi içsel faktörlerden de etkilenmektedir (Wu, 2003).

Van ilinde yapılan bir araştırmada; tüketicilerin eti temin ettikleri yerin seçimine etkili olan faktörlerin başında %36,65 ile burada satılan etin fiyatının görece olarak ucuz olmasının geldiğini belirtmişlerdir. Bunu %17,28 ile sağlıklı koşullara sahip olması ve %14,66 ile güven duyulmasının izlediği belirtilmiştir (Ceylan, 2006).

Tokat'ta yapılan bir çalışmada, ailelerin %60,00'ı tazelik, %44,67'si güvenilirlik, %40,00'ı hijyen, %20,00'si uygun fiyat, %17,33'ü kalite, %1,33'ü servisi ve %4,00'ı diğer nedenlerle alışveriş kanalını tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Gündüz ve ark., 2006).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin kırmızı et satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok satın aldıkları yere güvene (%39,33) önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık (%25,09), satılan ürünlerin kaliteli olması (%22,47) ve ucuzluk (%13,11) tüketicilerin tercih nedenleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada kırmızı et satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok satın aldıkları yere güvene (%90,2) önem verdikleri anlaşılmıştır. Kolay bulunabilme (%5,3) ve ucuz olması (%4,5) tüketicilerin tercih nedenleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin kırmızı et satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok tazelik ve kaliteye (%60,45) önem verdikleri ve diğerleri sırasıyla; alışkanlık (%13,43), hijyen (%8,96), ucuzluk (%7,46) ve alışveriş noktasının yakın mesafede bulunması (%7,46) tüketicilerin tercih nedenleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.6. Tüketilen kırmızı et çeşitleri

Çizelge 5.18'de tüketicilerin tükettikleri kırmızı et çeşitleri verilmiştir.

Çizelge 5.18. Tüketilen kırmızı et çeşitleri

Et Çeşitleri	Frekans	%
Koyun eti	23	7,42
Keçi eti	9	2,90
Sığır eti	61	19,68
Dana eti	201	64,84
Kuzu eti	16	5,16
Toplam	310	100,00

Toplumun tüketim kültürünü; inançları, tutumları, alışkanlıkları, mevcut hayvan ve bitki varlığı, hatta arazi yapısı bile etkilemektedir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde yapılan bu çalışmada; ankete katılan tüketicilerin büyük bir kısmı dana eti (%64,84) tüketmektedirler. Ayrıca tüketicilerin %19,68'i sığır eti, %7,42'si koyun eti, %5,16'sı kuzu eti ve %2,90'ı keçi eti tüketmeyi tercih etmektedirler (Çizelge 5.18).

Bazı çalışmalarda en fazla sığır etinin tercih edildiği (Atay ve ark., 2004; Karakuş ve ark., 2008; Yaylak ve ark., 2010; Şeker ve ark., 2011; Ulaş, 2011; Uzundumlu ve ark., 2011), bazı çalışmalarda en fazla dana etinin tercih edildiği (Karakaş, 2010; Lorcu ve Bolat, 2012), bazılarında ise en fazla koyun etinin tercih edildiği saptanmıştır (Aygün ve ark.,2004).

5.3.7. Kırmızı et satın alma şekilleri

Çizelge 5.19'da tüketicilerin kırmızı et satın alma şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.19. Kırmızı et satın alma şekilleri

	Frekans	%
Parça	151	48,71
Kıyma	153	49,35
Sakatat	3	0,97
Diğer	3	0,97
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki tüketicilerin %49,35'i kıyma, %48,71'i parça et ve %0,97'si sakatat olarak tüketmektedirler (Çizelge 5.19).

Türkiye’de et ürünleri tüketimi uzun bir geleneğe sahiptir ve bunun kısa sürede köklü bir değişim geçirmesi olası görünmemektedir. Türkiye’de de Avrupa’da görülen gelişmelere benzer biçimde işlenmiş et ürünleri üretiminin sanayileşmesi ve köfte, hamburger gibi ürünlerin farklı biçim ve ambalajlarla satışa sunulması söz konusudur. Fakat Türkiye’deki kırmızı et tüketiminin başlıca şeklini kıyma ve parça et oluşturmaya devam etmektedir.

Aydın ili Çine ilçesi kentsel alanında yapılan bir çalışmada, anket çalışmasına katılanların tüketicilerin %46,9’u kıyma, %36,0 porsiyonluk, %12,5’i kemikli ve %3,4’ü karkas şeklinde satın aldığı belirlenmiştir (Atay ve ark., 2004).

Gaziantep ilinde yapılan bir çalışmada; kırmızı et tüketen ailelerin %56,2’si kırmızı eti porsiyonluk olarak satın almayı öncelikli olarak tercih ederken bunu kemikli (%14,5), karkas (%9,7) ve kıyma (%9,3) olarak takip etmektedir (Karakuş ve ark., 2008).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; tüketicilerin %36,70’inin kırmızı eti parça ve kıyma olarak, %35,21’inin parça et olarak, %24,34’ünün kıyma olarak ve %3,75’inin sakatat olarak satın aldığı belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada; tüketicilerin %50,6’sı kıyma, %38,5’i parça et ve %10,9’u kemikli veya diğer şeklinde satın aldığı belirlenmiştir (Yaylak ve ark., 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; tüketicilerin %52’sinin kırmızı eti parça ve %48’inin kıyma olarak satın aldığı belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.8. Kırmızı et satın alma sıklığı

Çizelge 5.20’de tüketicilerin kırmızı et satın alma sıklığı verilmiştir.

Çizelge 5.20. Kırmızı et satın alma sıklığı

	Frekans	%
Haftalık	50	16,13
On beş günde bir	94	30,32
Ayda bir	155	50,00
Özel günlerde	11	3,55
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kırmızı et tüketen tüketicilerin %50,00'sinin ayda bir, %30,32'sinin on beş günde bir, %16,13'ünün haftada bir ve %3,55'inin özel günlerde et satın aldıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.20).

Bazı çalışmalarda en fazla kırmızı et satın alma sıklığının ayda bir (Ceylan, 2006; Ulaş, 2011; Uzundumlu ve ark., 2011), bazılarında ise en fazla kırmızı et satın alma sıklığının on beş günde bir olduğu saptanmıştır (Uluat, 2002).

5.3.9. Kırmızı et tüketim şekilleri

Çizelge 5.21'de tüketicilerin kırmızı et tüketim şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.21. Kırmızı et tüketim şekilleri

	Frekans	%
Sebzeli yemeklerde	85	27,42
Sade et yemeği olarak (ızgara,mangal)	26	8,39
Her iki şekilde	199	64,19
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki tüketicilerin %64,19'u hem sebzeli yemeklerde hem de sade et yemeği olarak (ızgara mangal), %27,42'si sebzeli yemeklerde ve %8,39'u sade et yemeği olarak (ızgara mangal) kırmızı et tüketmektedirler (Çizelge 5.21).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan bir araştırmada; kırmızı etin tüketim şekli olarak %33,1 oranında sebzeli, %25,7 oranında ızgara, %14,9 oranında haşlama olarak tercih edildiği, %20,6 oranında ise bir tercih ortaya konulmadığı tespit edilmiştir (Atay ve ark., 2004).

Van ilinde yapılan bir çalışmada; kırmızı et tüketim şekilleri arasında sebzeli tüketim %28,5 oranı ile ilk sırada yer almaktadır. Ancak ankete katılanların %34,5'i "fark etmez" diyerek herhangi bir tercih belirtmemişlerdir. Bu durum bölge halkının hemen tüm yemeklerinde kırmızı eti kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca "fark etmez" seçeneğini belirtenlerin orta gelir düzeyindeki katılımcılarda daha yüksek (%18) olduğu görölmüştür (Aygün ve ark., 2004).

Gaziantep ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketim alışkanlığını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada; kırmızı et tüketen ailelerin kırmızı eti %38,4 oranında ızgara, %8,5 oranında haşlama, %6,2 oranında fırında, %6,2 oranında sebzeli, %4,3 oranında yağda kızartma şeklinde tercih ettiği, %25,0 oranında ise "fark etmez" denilerek bir tercih ortaya koymadıkları tespit edilmiştir (Karakuş ve ark, 2008).

İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırmada; kırmızı et tüketen ailelerin kırmızı eti %19,3 oranında ızgara, %16,8 oranında haşlama, %15,4 oranında yemeklerde, %8,6 oranında fırında, %8,2 oranında yağda kızartma şeklinde tercih ettiği, %31,8 oranında ise "fark etmez" denilerek bir tercih ortaya koymadıkları tespit edilmiştir (Yaylak ve ark., 2010).

Birçok çalışmada tüketicilerin kırmızı eti en fazla hem sade et yemeği olarak hem de sebzeli et yemeklerinde tükettikleri saptanmıştır (Karakauş, 2010; Ulaş, 2011).

5.3.10. Kırmızı et için fiyat karşılaştırması

Çizelge 5.22'de tüketicilerin kırmızı et için fiyat karşılaştırması verilmiştir.

Çizelge 5.22. Kırmızı et için fiyat karşılaştırması

	Frekans	%	Ortalama gelir TL/ay	Ortalama hanehalkı genişliği
Fiyat karşılaştırması yapan	178	57,42	2 093,03	4,11
Fiyat karşılaştırması yapmayan	132	42,58	2 219,55	4,04
Toplam	310	100,00	2 146,90	4,08

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kırmızı et satın alanların %57,42'si fiyat karşılaştırması yaparken, bunların ortalama geliri 2 093,03 TL ve ortalama hanehalkı genişliği 4,11'dir. Geriye kalan %42,58'lik kısım kırmızı et satın alırken fiyat karşılaştırması yapmamaktadırlar. Fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama geliri 2 219,55 TL ve ortalama hanehalkı genişliği 4,04 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.22).

Amasya ili merkez ilçedeki kırmızı et satın alan tüketicilerden fiyat karşılaştırması yapanların ortalama geliri, fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama gelirinden daha düşüktür. Fiyat karşılaştırması yapanların hanehalkı genişliği, fiyat karşılaştırması yapmayanların hanehalkı genişliğinden daha yüksektir. Ayrıca kırmızı et satın alan tüketicilerden fiyat karşılaştırması yapanların gelir durumu ortalama gelirden düşük iken fiyat karşılaştırması yapmayanların gelir durumunun ise ortalama gelirden yüksek olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.22).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerden kırmızı et satın alanların %55,06'sı fiyat karşılaştırması yaparken, fiyat karşılaştırması yapanların ortalama gelirinin 1 568 TL ve ortalama hanehalkı genişliğinin 5,02 olduğu ve geriye kalan %44,94'lük kısmın kırmızı et satın alırken fiyat karşılaştırması yapmadığı, fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama gelirinin 1 894 TL ve ortalama hanehalkı genişliğinin de 4,02 olduğu tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kırmızı et tüketicilerine fiyat karşılaştırması yapıp yapmadıkları sorulduğunda; %55,97'si fiyat araştırması yaptığını, %44,03'ü ise yapmadığını belirtmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.11. Tüketicilerin kırmızı et fiyatlarını değerlendirmesi

Çizelge 5.23’de tüketicilerin kırmızı et fiyatlarını değerlendirmesi verilmiştir.

Çizelge 5.23. Tüketicilerin kırmızı et fiyatlarını değerlendirmesi

	Frekans	%
Ucuz	3	0,97
Normal	113	36,45
Pahalı	152	49,03
Çok Pahalı	42	13,55
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada; tüketicilerin %49,03’ü kırmızı et fiyatlarını pahalı bulurken, %36,45’i fiyatı normal karşılamış, %13,55’i ise çok pahalı bulmuştur (Çizelge 5.23). Kırmızı etin ucuz olduğunu düşünenlerin oranının %0,97 gibi çok düşük bir değerde bulunması tüketimin arttırılması için satın alma gücünün arttırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kırmızı et tüketicilerin %67,90’ı kırmızı et fiyatlarını pahalı bulduğunu, %20,15’i çok pahalı bulduğunu, %11,20’si normal bulduğunu ve %0,75’i de çok ucuz bulduğunu belirtmiştir (Ulaş, 2011).

Türkiye’de sığır, koyun ve keçiden elde edilen etler kırmızı et olarak sınıflandırılmaktadır. Hayvansal üretimde yükselen maliyetler hayvan sayısında ciddi düzeyde azalmaya neden olmuş, bu nedenle kırmızı et fiyatlarında önemli oranda artış yaşanmıştır. Ayrıca hayvan varlığı sayıları azalırken nüfus artışları ve et tüketiminin sağlıklı beslenmedeki öneminin halk tarafından kavranması neticesinde et ürünlerine yönelik talep artmış ve et arzında sıkıntı yaşanmıştır. Bu nedenle Türkiye’de özellikle 2010 ve 2011 yılları içinde et fiyatlarında önemli oranda artış yaşanmıştır.

5.3.12. Kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebine olan etkisi

Çizelge 5.24’de kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebine olan etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.24. Kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebine olan etkisi

	Frekans	%
Tamamen etkiler	87	28,06
Kısmen etkiler	165	53,23
Etkilemez	58	18,71
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %53,23’ü kısmen etkilediğini, %28,06’sı tamamen etkilediğini ve %18,71’i hiç etkilemediğini belirtmiştir (Çizelge 5.24).

5.3.13. İşlenmiş kırmızı et ürünleri tüketimi

Çizelge 5.25’de tüketicilerin işlenmiş kırmızı et ürünleri tüketimi verilmiştir.

Çizelge 5.25. İşlenmiş kırmızı et ürünleri tüketimi

	Frekans	%
Salam	38	12,26
Sucuk	239	77,10
Sosis	21	6,77
Diğer	12	3,87
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada tüketiciler işlenmiş kırmızı et ürünlerinden en çok sucuk tüketmektedirler (%77,10). Salam tüketenler %12,26, sosis tüketenler %6,77 ve diğer tercihi olanlar %3,87 olarak belirlenmiştir (Çizelge 5.25).

Van ilinde yapılan bir çalışmada, “kırmızı etten yapılan salam, sucuk, sosis, pastırma gibi et ürünlerinden tüketir misiniz?” sorusuna katılımcıların %61,4’ü ara sıra, %27,8’i hiç tüketmediklerini ve %8,92’u ise düzenli olarak tükettiklerini ifade etmişlerdir (Aygün ve ark., 2004).

Gaziantep ili merkez ilçede yapılan bir araştırmada, kırmızı etten yapılan salam, sucuk, sosis, pastırma gibi ürünleri ara sıra tüketenler %47,3, hiç tüketmeyenlerin ise %43,0 oranında olduğu tespit edilmiştir (Karakuş ve ark., 2008).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin işlenmiş kırmızı et ürünlerinden en çok sucuk tüketmektedirler (40,07), işlenmiş kırmızı et tüketmeyenler (%22,47), hazır köfte tüketenler (%17,23), salam tüketenler (%9,36), ayırım gözetmeksizin hepsini tüketenler (%4,49), sosis tüketenler (%3,75) ve hazır adana tüketenler (%2,62) olarak tespit edilmiştir (Karakuş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin işlenmiş et ürünlerinden en çok sucuk tüketmektedirler (%61,07). Salam tüketenler %15,27, sosis tüketenler %2,62 ve diğer tercihi olanlar %9,16 olarak belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.14. Tüketicilerin kırmızı et ve işlenmiş kırmızı et güvenlik araçlarına duyarlılık düzeyleri

Çizelge 5.26’da kırmızı et tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et ambalaj bilgisi dikkat durumu verilmiştir.

Çizelge 5.26. Kırmızı et tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et ambalaj bilgisi dikkat durumu

	Frekans	%
Dikkat edenler	228	73,55
Dikkat etmeyenler	82	26,45
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kırmızı et tüketenlerin %73,55'i işlenmiş kırmızı et ambalaj bilgisine dikkat etmekte, %26,45'i işlenmiş kırmızı et ambalaj bilgisine dikkat etmemektedirler (Çizelge 5.26).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kırmızı et tüketicilerinin %56,55'i ambalaja dikkat ettiği, %43,45'inin kırmızı et satın alırken ambalaja dikkat etmediği belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Çizelge 5.27'de işlenmiş kırmızı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar verilmiştir.

Çizelge 5.27. İşlenmiş kırmızı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar

	Frekans	%
Gıda güvenlik araçlarına	19	8,33
Son kullanma tarihine	171	75,00
Tarım Bakanlığı onayı	35	15,35
Diğer	5	1,32
Toplam	228	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketicileri işlenmiş kırmızı etin ambalaj bilgilerinden %75,00'i kırmızı et ürünlerinin son kullanma tarihine, %15,35'i Tarım Bakanlığı onayına, %8,33'ü gıda güvenlik araçlarına, %1,32'si diğer unsurlara dikkat etmektedirler. Hiç dikkat edilmeyen ambalaj bilgisinin ise tabii olunan tebliğ olduğu belirlenmiştir. Bu durum tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilinçsiz olduğunu göstermektedir (Çizelge 5.27).

Antalya'da yapılan bir çalışmada, tüketiciler birinci öncelik sırasında son kullanma tarihine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin gıda satın alma davranışlarındaki asıl dönüşüm, 20. yüzyılın sonlarında belirginleşmiştir. Bu belirginleşme döneminde, tüketicilerin gıda tüketiminde kalite, gıda güvenliği, reklâm, etiketleme, üretim tarihi, son kullanma tarihi ve marka gibi faktörler önemli yer tutmaktadır (Özkan, 2000).

Konya il merkezinde yapılan bir çalışmada; tüketicilerin gıda ürünlerini satın alırken en çok son kullanma tarihine, daha sonra sağlığa uygun olup olmadığına baktıkları saptanmıştır (Okumuş ve Bulduk, 2003).

Sakarya ve Kocaeli illerinde bir yapılan çalışmada; tüketicilerin %60,9'unun gıda ürünü satın alırken son kullanma tarihine dikkat ettiklerini ortaya koymuşlardır (Altunışık ve Çallı, 2004).

İzmir ilinde yapılan çalışmada; 1995 yılına göre 2005 yılında, üretim ve son kullanma tarihi, diğer etiket bilgilerine göre, hâlâ en önemli bilgi olma özelliğini koruduğu bulunmuştur (Özgül ve Aksulu, 2006).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kırmızı et tüketicilerinin ambalaj bilgilerinden %49,01'u kırmızı et ürünlerinin son kullanma tarihine, %15,89'u Tarım Bakanlığı onayına %15,23'ü gıda güvenlik araçlarına, %15,23'ü üretim tarihine ve %15,23'ü tabii olunan tebliğe dikkat ettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Çizelge 5.28'de tüketicilerin işlenmiş kırmızı et tüketirken dikkat ettikleri gıda güvenlik araçları verilmiştir.

Çizelge 5.28. İşlenmiş kırmızı et tüketirken dikkat edilen gıda güvenlik araçları

	Frekans	%
ISO 9001-2000	12	63,16
ISO 22000-HACCP	6	31,58
ISO 14001	1	5,26
Toplam	19	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki kırmızı et tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et tüketirken gıda güvenlik araçlarından %63,16'sı ISO 9001-2000'e, %31,58'i ISO 22000-HACCP'e, %5,26'sı ISO 14001'e dikkat etmektedirler (Çizelge 5.28).

ISO 9001:2000; ISO 9001:1994, ISO 9002:1994 ve ISO 9003:1994 versiyonunun gözden geçirilmiş ve birleştirilmiş şeklidir. İşletmenin verimliliği için sürekli gelişme

kavramını ön plana çıkararak pazarda tüketici ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilecek, işletmeye rekabet avantajı sağlayacak konuma getirmek amaçtır. Ayrıca, kaynak yönetimi, ürün veya hizmetin gerçekleştirilmesi süreci, ölçme, analiz etme, sürekli geliştirme, tüketici tatmini kavramları ön plana çıkmıştır (Gündüz, 2002).

Hazard Analysis Critical Control Point ifadesinin baş harflerinden oluşan ve Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları olarak açıklanabilen HACCP, gıda ürünlerinin güvenliğinde garanti sağlayan sistematik bir işlemdir. Hammaddeden son ürüne kadar bilimsel kontrollerin uygulanmasıyla gıdaların neden olduğu tehlikelerin önlenmesine odaklı bir sistemdir. Bu kavramın içerisinde önceki kontrol sistemlerinden farklı olarak yalnızca son ürün kontrolü değil, gıda üretiminde hammaddeden başlayarak değişik kritik noktalarda kontrol uygulamaların gereği esas alınmaktadır (Dölekoğlu, 2003).

14001 bir performans standardı değil yalnızca Çevre Yönetim Sistemi standartıdır, fakat performans gelişimini sağlayacak uygulamaları içermektedir (Yüksel, 2001). 14001 her türlü işletme için uygun olan standarttır ve önemli çevresel etkileri ve daha çok beklenen etkileri kontrol ederek yönetmek için çerçevedir (Erginel, 2001).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; kırsal alandaki kadınların gıda güvenliği kriterlerine dikkat edip etmeme durumları incelenmiştir. Görüşülen kadınların yarısından fazla bir bölümü (%61,80) gıda güvenliğini kavramını daha önce hiç duymadıklarını belirtmişlerdir. Kırsal alandaki kadınlara, gıda güvenlik araçlarına ait işaretlere bakıp bakmadıkları sorusu yöneltilmiş ve kadınların %70,24'ü hiç dikkat etmediklerini belirtmişlerdir (Uzunöz ve ark., 2008).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kırmızı et tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et tüketirken gıda güvenlik araçlarından %47,83'ü ISO 9001-2000'e, %30,43'ü ISO 22000-HACCP'e, %13,04'ü ISO 14001'e ve %8,70'i 18001 OHSAS'a dikkat ettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.3.15. Deli dana hastalığının kırmızı et tüketimi ve tüketici tercihleri üzerine etkisi

Çizelge 5.29’da deli dana hastalığının kırmızı et tüketimine etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.29. Deli dana hastalığının kırmızı et tüketimine etkisi

Tüketim durumu	Frekans	%
Değişti	135	43,55
Değişmedi	175	56,45
Toplam	310	100,00

1996 Nisan döneminde yazılı ve görsel basında yoğun bir şekilde yer alan deli dana hastalığı haberlerine atıfta bulunarak, tüketicilere bu dönemde kırmızı et tüketim alışkanlıklarındaki değişiklikler sorulmuştur. Tüketicilerin %56,45’i kırmızı et tüketim alışkanlıklarının değişmediğini, %43,55’i ise değiştiğini belirtmiştir (Çizelge 5.29).

Trakya bölgesindeki köylerde ve kentlerde yaşayan tüketicilerin gıda alışverişlerinde dikkate aldıkları faktörlerin önem derecelendirmelerinde istatistiki yönden anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Kentsel ve kırsal alandaki tüketicileri en çok “deli dana ve kuş gribi” hastalıklarının endişelendirdiği görülmüştür (Yılmaz ve ark., 2009).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada deli dana hastalığının ortaya çıkmasıyla tüketicilerin %55,97’sinin kırmızı et tüketim alışkanlıklarının değişmediği, %44,03’ünün ise değiştiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.30’da deli dana hastalığının tüketici tercihlerine etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.30. Deli dana hastalığının tüketici tercihlerine etkisi

	Frekans	%
Kanatlı etine yönelenler	99	73,33
Balık etine yönelenler	29	21,48
Diğer	7	5,19
Toplam	135	100,00

Delî dana hastalığı nedeniyle kırmızı et tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerden %73,33'ü kanatlı etine yönelmiş, %21,48'i balık etine yönelmiş ve %5,19'u da diğer olarak belirtmiştir (Çizelge 5.30). Herhangi bir nedenle tüketicinin kırmızı et ve ürünlerini alamadığı dönemlerde tercihini kanatlı etinden yana kullandığı tespit edilmiştir.

İzmir ilinde yapılan bir araştırmada; delî dana hastalığı korkusunun dana eti ve tüketimi ve satış kaybı üzerine etkisi incelenmiştir. Yoğun yazılı basın haberlerinin yol açtığı delî dana korkusunun sığır eti tüketimine etkisi araştırılmıştır. Sığır eti satışlarının, delî dana haberlerinin medyada yer almaya başladığı 1996 Nisan ayında aniden düştüğü ve bu düşüşün medya haberlerinin sona erdiği 1996 Haziran ayına kadar devam ettiği tespit edilmiştir (Miran ve Akgüngör, 2005).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada delî dana hastalığının ortaya çıkmasıyla kırmızı et tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerden %69,50'sinin kanatlı etine yöneldiği, %30,50'sinin balık etine yöneldiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.16. Kurbanlık hayvan tercihleri

Çizelge 5.31'de tüketicilerin kurbanlık hayvan tercihleri verilmiştir.

Çizelge 5.31. Kurbanlık hayvan tercihleri

	Frekans	%
Keçi	18	5,81
Koyun	55	17,74
Sığır	212	68,39
Almıyoruz	25	8,06
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada Kurban Bayramı'nda kırmızı et tüketimi artmaktadır. Kurbanlık et; yılda bir kez kesilen ve ihtiyaç sahiplerine dağıtılan hayvan etlerine denir. Kurbanlık hayvan tercihlerini sığırdan yana kullananlar %68,39'dur. Bu tercihlerin sebebini ise keçi etinin sert olması, kokusundan hoşlanmamaları ve koyun etinin çok yağlı olması olarak belirtmişlerdir.

Kurbanlık sığır kesimlerinde birkaç aile bir araya gelip sığır almakta, dolayısıyla kişi başına daha çok et düşmekte ve et daha ucuza gelmektedir. İkinci sırada tercih edilen kurbanlık hayvan (%17,74) koyundur. En az tercih edilen kurbanlık hayvan (%4,12) keçidir. Bunların yanında hiç kurban alamayan (%8,61) kesim de bulunmaktadır. Kurban alamayan kesime de komşularının bağış yaptıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.31).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan bir çalışmada kırmızı et tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Kurban Bayramı kırmızı et tüketiminin önemli ölçüde arttığı bir dönem olduğu belirtilmiştir. Bu döneminin et tüketim ortalamasının yükselmesinde önemli ölçüde etkisinin varlığı gözlenmiştir. Bu anlamda Aydın ili Çine ilçesinde ankete katılanlara kurban bayramında hangi hayvanı kurbanlık olarak tercih ettikleri sorulmuş ve %45,2'si koyunu, %33,7'si sığırı, %13,7'si keçiyi tercih ettiklerini, %7,4'ü hiç kurban kesemediklerini belirtmişlerdir (Atay, ve ark., 2004).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada ankete katılan tüketicilere hangi hayvanı kurbanlık olarak tercih ettikleri sorulmuş ve %49,81'inin sığır, %37,45'inin koyun, %4,12'sinin keçi ve %8,61'inin ise hiç kurban alamayan kesim olduğu, kurban satın alamayan bu kesime komşularının bağış yapmakta oldukları belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada ankete katılan tüketicilere hangi hayvanı kurbanlık olarak tercih ettikleri sorulmuş ve %44,80'nun koyun, %32,90'nın sığır, %7,90'nın keçi ve %15,00'inin ise hiç kurbanlık hayvan alamayan kesim olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.17. Kurbanlık hayvanı temin yerleri

Çizelge 5.32'de tüketicilerin kurbanlık hayvanı temin ettiği yerler verilmiştir.

Çizelge 5.32. Kurbanlık hayvanı temin yerleri

	Frekans	%
Pazardan	89	31,23
Yetiştiriciden	181	63,51
Kendisi yetiştiren	15	5,26
Toplam	285	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada tüketicilerin %63,51'i yetiştiriciden, %31,23'ü hayvan pazarından kurbanlık hayvan satın almaktadır. Ayrıca tüketicilerin %5,26'sı kurbanlık hayvanı kendisi yetiştirmektedir. Ankete katılan tüketicilerin %75,00'i kurbanlık hayvan kestğini belirtmiştir (Çizelge 5.32).

Aydın ili Çine ilçesinde yapılan çalışmada; aileler kurbanlık hayvanlarını çoğunlukla doğrudan yetiştiricilerden (%45.1) ve hayvan pazarından (%41.4) satın almayı tercih ederken, kurbanlık hayvanını kendisi yetiştiren ailelerin oranı %12.3 olarak belirlemiştir (Atay ve ark., 2004).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin %59,93'ünün yetiştiriciden, %31,46'sının hayvan pazarından kurbanlık hayvanları satın aldığı, ayrıca tüketicilerin %8,61'inin bağış kabul ettiği için kurbanlık hayvan satın alamadığı belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin %62,50'sinin yetiştiriciden, %35,00'inin hayvan pazarından kurbanlık hayvan satın aldığı, ayrıca tüketicilerin %2,50'sinin kurbanlık hayvanı kendisinin yetiştirdiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.3.18. Kurbanlık etinin tüketicilerin ihtiyacını karşılama süresi

Çizelge 5.33'de kurbanlık etinin tüketicilerin ihtiyacını karşılama süresi verilmiştir.

Çizelge 5.33. Kurbanlık etinin tüketicilerin ihtiyacını karşılama süresi

	Frekans	%
1 ay	42	14,74
2 ay	47	16,49
3 ay	59	20,70
4 ay	39	13,69
5 ay	29	10,18
6 ay	38	13,33
7 ay	7	2,46
8 ay	5	1,75
9 ay	5	1,75
10 ay	5	1,75
12 ay	9	3,16
Toplam	285	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kurbanlık et tüketen tüketicilerin ihtiyacını %20,70'nin 3 ay, %16,49'unun 2 ay, %14,74'ünün 1 ay, %13,64'ünün 4 ay, %13,33'ünün 6 ay, %10,18'inin 5 ay, %3,16'sının 12 ay, %2,46'sının 7 ay ve %1,75'inin 8 ay, 9 ay ve 10 ay karşıladığı belirlenmiştir (Çizelge 5.33).

5.3.19. İthal kırmızı et tüketim durumu

Çizelge 5.34'de tüketicilerin ithal kırmızı et tüketim durumu verilmiştir.

Çizelge 5.34. İthal kırmızı et tüketim durumu

	Frekans	%
İthal kırmızı et tüketenler	46	14,84
İthal kırmızı et tüketmeyenler	264	85,16
Toplam	310	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada ithal kırmızı et tüketenlerin oranı %14,84, tüketmeyenlerin oranı %85,16 olarak belirlenmiştir (Çizelge 5.34).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin %29,11'inin ithal kırmızı et tüketebileceği ve %70,89'unun ise tüketmeyeceği tespit edilmiştir. İthal et hakkındaki öngörülerine göre ise %46,26'sının kırmızı et ithaline karşı olduğu, %25,37'sinin ithal edilmesinde sakınca görmediği, %17,17'sinin bu konuda kararsız olduğu ve %11,20'sinin konuyla ilgili bilgiye sahip olmadığı belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Eylül 2010 döneminde; Türkiye'de et piyasasında arz-talep dengesinin ve fiyatların regülasyonu amacıyla piyasalara ithalat yoluyla müdahale edilmesinin gerekli görüldüğü; Türkiye'de üretim alt yapısının güçlendirilmesi, üretimin sürdürülebilirliği ve üreticilerin teşvik edilmesi amacıyla bir dizi tedbir uygulamaya konularak Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından canlı hayvan ithaline izin verilmiştir.

5.3.20. İthal kırmızı et tercih nedenleri

Çizelge 5.35. Tüketicilerin ithal kırmızı et tüketme nedenleri

Çizelge 5.35. Tüketicilerin ithal kırmızı et tüketme nedenleri

	Frekans	%
Alışkanlık	26	56,52
Ucuzluk	11	23,92
Sağlık	3	6,52
Kolay temin edilebilirlik	1	2,17
Lezzet	5	10,87
Toplam	46	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekteştirilen bu çalışmada tüketicilerin ithal kırmızı eti tercih nedenleri içinde %56,52'si alışkanlık, %23,92'si ucuz olması, %10,87'si de lezzetli olması, %6,52'si sağlık ve %2,17'si kolay temin edilmesi nedeniyle tercih etmektedirler (Çizelge 5.35).

5.3.21. Kırmızı et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi

Çizelge 5.36'da kırmızı et tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki verilmiştir.

Çizelge 5.36. Kırmızı et tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki

		Kırmızı Et				χ^2	P	DF
		Tüketenler		Tüketmeyenler				
		(n)	%	(n)	%			
Gelir düzeyi	300-1300 TL	92	70,23	39	29,77	18,715	0,000 CC=0,217	2
	1301-2300 TL	117	84,78	21	15,22			
	2301 TL +	101	90,99	10	9,01			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Toplam giderleri	250-950	76	67,26	37	32,74	23,656	0,000 CC=0,242	2
	951-1650	130	84,97	23	15,03			
	1651+	104	91,23	10	8,77			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Gıda harcamaları	50-300	124	74,25	43	25,75	11,910	0,003 CC=0,174	2
	301-550	121	85,21	21	14,79			
	551+	65	91,55	6	8,45			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Cinsiyeti	Kadın	145	79,23	38	20,77	1,291	0,256	1
	Erkek	165	83,76	32	16,24			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Medeni durum	Evli	237	81,44	54	18,56	0,015	0,902	1
	Bekâr	73	82,02	16	17,98			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Eşi	Çalışan	132	83,02	27	16,98	0,576	0,448	1
	Çalışmayan	105	79,55	27	20,45			
	Toplam	237	81,44	54	18,56			
Eğitim	Okur-yazar değil	8	66,67	4	33,33	10,609	0,031 CC=0,165	4
	Okur-yazar	7	58,33	5	41,67			
	İlköğretim	118	81,38	27	18,62			
	Ortaöğretim	108	80,00	27	20,00			
	Yükseköğretim	69	90,79	7	9,21			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Meslek	İşçi	36	62,07	22	37,93	23,329	0,003 CC=0,241	8
	Memur	48	85,71	8	14,29			
	Çiftçi	10	90,91	1	9,09			
	Serbest	32	84,21	6	15,79			
	Emekli	35	85,37	6	14,63			
	Ev hanımı	103	81,10	24	18,90			
	Esnaf	35	97,22	1	2,78			
	İşsiz	2	66,67	1	33,33			
	Diğer	9	90,00	1	10,00			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Yaş	18-30 Yaş	80	81,63	18	18,37	1,122	0,571	2
	31-43 Yaş	114	79,17	30	20,83			
	44+ Yaş	116	84,06	22	15,94			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			
Hanehalkı sayısı	1-2	37	63,79	21	36,21	14,938	0,001 CC=0,194	2
	3-4	162	83,51	32	16,49			
	5+	111	86,72	17	13,28			
	Toplam	310	81,58	70	18,42			

Not: Khi-kare testi %5 anlamlılık düzeyine göre incelenmiştir.

Gelir düzeyi ile kırmızı et tüketimi arasında bir ilişki olup olmadığı Khi-kare testi ile analiz edilmiştir (Çizelge 5.36). İstatistiksel olarak analiz 0,000 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,217'dir. Kırmızı et tüketimi ile gelir düzeyi arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir. Çizelge 5.36'da kırmızı et tüketmeyenlerin %55,71'i I. Gelir grubunda, %30,00'u II. Gelir grubunda ve %14,29'u III. Gelir grubunda bulunmaktadır.

Kırmızı et tüketimi ile gelir düzeyi arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Atay ve ark., 2004; Karakaş, 2010; Ulaş, 2011). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Lorcu ve Bolat, 2012).

Kırmızı et tüketimi ile toplam giderler arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı Khi-kare testi ile incelenmiştir (Çizelge 5.36). Yapılan Khi-kare testi 0,000 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,242'dir. Toplam giderlerin artmasıyla kırmızı et tüketimi de artmıştır. Toplam giderleri yüksek olan tüketiciler gelir seviyeleri de yüksek olduğu için kırmızı et tüketmektedirler.

Birçok çalışmada kırmızı et tüketimi ile toplam giderler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Karakaş, 2010; Ulaş, 2011).

Kırmızı et tüketimi ile gıda harcamaları arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Çizelge 5.36). Yapılan Khi-kare testi 0,003 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,174'dür. Kırmızı et tüketimi ile gıda harcamaları arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir.

Kırmızı et tüketimi ile gıda harcamaları arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Ulaş, 2011). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

Kırmızı et tüketiminin cinsiyet ile ilişkisi olup olmadığı istatistiksel açıdan Khi-kare analizi ile incelenmiş, gruplar arasındaki farklılık istenilen önem düzeyinde anlamlı bulunmamıştır (Çizelge 5.36).

Kırmızı et tüketimi ile cinsiyet arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Lorcu ve Bolat, 2012). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

Kırmızı et tüketiminin medeni durum ile ilişkisi olup olmadığı istatistiksel açıdan Khi-kare analizi ile incelenmiş, gruplar arasındaki farklılık beklenen önem düzeyinde anlamlı bulunmamıştır (Çizelge 5.36).

Kırmızı et tüketimi ile medeni durum arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

Kırmızı et tüketip tüketmeme durumu ile eşin çalışma durumu arasındaki ilişkiyi belirlemek için Khi-kare testi yapılmıştır (Çizelge 5.36). Eşin çalışma durumu ile kırmızı et tüketimi arasında istatistiksel olarak gruplar arasındaki farklılık beklenen önem düzeyinde anlamlı bulunmamıştır.

Kırmızı et tüketimi ile eşin çalışma durumu arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Kırmızı et tüketimi ile eğitim durumunun istatistiksel açıdan ilişkisi olup olmadığı Khi-kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 5.36). Yapılan analiz sonucunda kırmızı et tüketimi ile eğitim arasında istatistiksel açıdan bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,165'dir. Eğitim durumu yükseldikçe kırmızı et tüketimi artmaktadır. Bunun sebebi eğitim durumunun artmasıyla tüketicilerin gelir seviyeleri ve bilgi bilinç düzeylerinin de artması olabilir.

Kırmızı et tüketimi ile eğitim durumu arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Karakaş, 2010). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Lorcu ve Bolat, 2012).

Kırmızı et tüketiminin mesleklerle ilişkisi olup olmadığı Khi-kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 5.36). İstatistiksel olarak analiz 0,003 düzeyinde anlamlı

bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,241'dir. Kırmızı et tüketimi ile meslekler arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir.

Kırmızı et tüketimi ile meslekler arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

Kırmızı et tüketiminin yaş ile ilişkisi Khi-kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 5.36). Yapılan Khi-kare analizleri sonucu kırmızı et tüketimi ile yaş ($P>0,05$) arasında istatistiksel olarak bir ilişki saptanamamıştır.

Kırmızı et tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Çizelge 5.36). İstatistiksel olarak analiz 0,001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,194'dür. Kırmızı et tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir. Hanehalkı sayısı arttıkça kırmızı et tüketimi de artmaktadır.

Kırmızı et tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Ulaş, 2011). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

5.4. Kanatlı Eti ve Et Ürünleri Tüketimi

Tavuk eti yağsız, proteince zengin ve liflerinin kısa oluşu nedeniyle çiğnenmesi ve hazmı kolay olan bir gıda olup, ucuzluğu sayesinde bol miktarda tüketilebilecek yegâne protein kaynağıdır (Işıklar, 2010).

Tavuk eti kırmızı ete oranla daha az yağ ve kolesterol içerdiği için özellikle günlük kalori ve kolesterol alımları sınırlandırılan bireylerde tercih sebebi olmaktadır. Türkiye'de yetersiz ve dengesiz beslenme sorunlarıyla en çok karşı karşıya kalan gruplar arasında büyüme çağındaki çocuklar ve gençler bulunmaktadır (Baysal 2003).

5.4.1. Kanatlı eti ve et ürünleri tüketim durumu

Çizelge 5.37’de tüketicilerin kanatlı eti tüketim durumu verilmiştir.

Çizelge 5.37. Kanatlı eti tüketim durumu

	Frekans	%	Ortalama gelir TL/ay	Ortalama gıda harcaması TL/ay	Ortalama hanehalkı genişliği
Tüketenler	359	94,47	2 007,12	424,92	3,99
Tüketmeyenler	21	5,53	2 359,52	461,90	3,10
Toplam	380	100,00	2 026,59	426,96	3,94

Amasya ili merkez ilçede yaşayan tüketicilerin %94,47’si kanatlı eti tüketmektedir. %5,53’lük kısım kanatlı eti tüketmekten kaçınmaktadır. Kanatlı eti tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 007,12 TL iken, değişik nedenlerle kanatlı eti tüketemeyenlerin gelir seviyesi ortalama 2 359,52 TL’dir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada kişi başına tüketilen tavuk eti miktarı 5,18 kg/yıl olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.37).

Önceki çalışmalarda kişi başına yıllık tavuk eti tüketimi; Tokat il merkezinde 6,2 kg (Çivi ve ark., 1993); Adana ilinde 15,88 kg (Hanta ve Yurdakul, 1994); Van ili Erciş ilçesinde 11,30 kg (Yıldırım ve Yalçınkaya, 1999); Şanlıurfa ili kentsel alanda 13,3 kg (Şengül, 2002) olarak saptanmıştır.

Gül ve Şahin (1998) yaptıkları çalışmada, gelir gruplarına göre tavuk eti tüketiminin en az olduğu grup yine düşük gelir grubu olarak bulunmuştur. Bu çalışmada da gelir yükselişine paralel olarak tavuk eti tüketiminin de arttığı gözlenmiş, kişi başına düşen aylık tavuk eti tüketim miktarı 1,51 kg olarak bulunmuştur. Hanta ve Yurdakul (1994) Adana ili kentsel alanda yapmış oldukları çalışmalarında aile başına aylık tavuk eti tüketim miktarını 5,35 kg olarak bulmuştur. Başka bir çalışmada ise, görüşülen ailelerin aylık ortalama tavuk eti tüketim miktarı 7,07 kg olarak bulunmuştur (Gül ve Şahin, 1998).

Tekirdağ'da 1999 yılında yapılan bir araştırmada ortalama tavuk eti tüketimi 13,6 kg/yıl iken Türkiye ortalaması 7,0 kg/yıl olarak hesaplanmıştır (Gaytancıoğlu, 1999).

Gaziantep ili Nizip ilçesinde yapılan araştırmada; kişi başına tavuk eti tüketiminin 12,5 kg/yıl olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, tavuk eti tüketim düzeyinin farklı gelir ve eğitim gruplarında değişiklik gösterdiği; tüketicilerin gelir ve eğitim düzeyine bağlı olarak tavuk eti tüketim düzeylerinin de arttığı belirlenmiştir (Taşkın, 2003).

Antalya ilinde yapılan bir çalışmada kentsel alan için hanehalkı başına düşen yıllık beyaz et miktarı 103,33 kg düzeyindedir (Ceylan, 2006).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; kuş gribi vakalarından önce, incelenen ailelerin aylık et tüketimi toplamı 9,48 kg iken, kuş gribinden sonra 8,69 kg'a düştüğü saptanmıştır (Sayılı, 2006).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerin %93,67'sinin kanatlı eti tükettiği, %6,33'ünün ise tüketmediği belirlenmiştir. Yapılan bu araştırmada kişi başına tüketilen tavuk eti miktarı 8,15 kg/ay olarak hesaplanmıştır (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada; tüketicilerin %97,10'unun kanatlı eti tükettiği, %2,90'unun ise tüketmediği belirlenmiştir. Yapılan bu araştırmada kişi başına tüketilen tavuk eti miktarı 10,91 kg/ay olarak hesaplanmıştır (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.38'de tüketicilerin gelir gruplarına göre kişi başına aylık kanatlı eti tüketim miktarları (kg/ay) verilmiştir.

Çizelge 5.38. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık kanatlı eti tüketim miktarları (kg/ay)

	Gelir Grupları		
	I.Grup (kg/ay)	II.Grup (kg/ay)	III.Grup (kg/ay)
Kanatlı Eti	0,38	0,42	0,50

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada gelir gruplarına göre kişi başına aylık kanatlı eti tüketim miktarları sırasıyla I. Grup 0,38 kg/ay, II. Grup 0,42 kg/ay, III. Grup 0,50 kg/ay'dır (Çizelge 5.38). Bu miktar Türkiye ortalamasından (16 kg/yıl) oldukça düşüktür (Anonim, 2012).

Çizelge 5.39'da Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen kanatlı eti miktarı (kg/yıl) verilmiştir.

Çizelge 5.39. Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen kanatlı eti miktarı (kg/yıl)

Ürün Adı	ABD	AB	Türkiye
	Kişi Başına Kanatlı Eti Tüketimi (kg)	Kişi Başına Kanatlı Eti Tüketimi (kg)	Kişi Başına Kanatlı Eti Tüketimi (kg)
Kanatlı Eti	49	23	16

Kaynak: Anonim, 2012

Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre Türkiye'de kişi başına düşen kanatlı eti miktarı 16 kg/yıl olduğu bildirilmektedir. Bu oran AB ülkelerinde 23 kg/yıl, ABD'de 49 kg/yıl düzeyindedir (Çizelge 5.39).

Çizelge 5.40'da tüketicilerin kanatlı eti tüketmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.40. Kanatlı eti tüketmeme nedenleri

	Frekans	%	Ortalama gelir	Ortalama gıda masrafı
Vejetaryen	2	9,52	1 700,00	375,00
Sağlık	13	61,91	2 803,85	519,23
Kanatlı eti sevmiyor	6	28,57	1 616,67	366,67
Toplam	21	100,00	2 359,52	461,90

Tüketicilerin %61,91'i sağlık, %28,57'si kanatlı eti sevmediğinden ve %9,52'si vejetaryen olmaları nedeni ile kanatlı eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Sağlık nedeniyle düzenli kanatlı eti tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %3,42, kanatlı eti sevmediğinden düzenli kanatlı eti tüketmeyenlerin tüm tüketiciler

içerisindeki oranı %1,58 ve vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53'lük bir paya sahiptir (Çizelge 5.40).

Çizelge 5.41'de tüketicilerin yeterli kanatlı eti tüketip tüketmedikleri algısı verilmiştir.

Çizelge 5.41. Tüketicilerin yeterli kanatlı eti tüketip tüketmedikleri algısı

	Frekans	%
Yeterli	304	84,68
Yetersiz	55	15,32
Toplam	359	100,00

Tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda kanatlı eti tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %84,68'i yeterli, %15,32'si ise yetersiz kanatlı eti tükettiklerini belirtmiştir (Çizelge 5.41).

Van ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada, tüketicilerin %64,58'i hanede tüketilen kanatlı eti miktarının yeterli olduğunu belirtmiştir. Kentsel alanda gelir büyüklük gruplarına paralel olarak kanatlı eti tüketimini yeterli bulan tüketicilerin oranı artmaktadır (Ceylan, 2006).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda kanatlı eti tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %71,32'si yeterli, %28,68'i ise yetersiz kanatlı eti tükettiklerini belirtmişlerdir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.42'de tüketicilerin yeteri kadar kanatlı eti tüketmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.42. Tüketicilerin yeteri kadar kanatlı eti tüketmeme nedenleri

	Frekans	%
Ailede sevmeyen var	9	16,36
Sağlık sorunları	2	3,64
Geliri yetersiz	30	54,55
Önemsememe	14	25,45
Toplam	55	100,00

Sağlıkları için yeterli miktarda kanatlı eti tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %54,55 gibi büyük bir oranda gelir yetersizliği gerekçe gösterilmiştir. Bunu %25,45’le önemsememe, %16,36’le ailede kanatlı etini sevmeyen birey bulunması ve %3,64 ile sağlık sorunları izlemektedir (Çizelge 5.42).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada sağlıkları için yeterli miktarda et tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %66,67 gibi büyük bir oranda ekonomik yetersizlik gerekçe gösterilmiştir. Bunu %20,51 önemsememe ve %12,82 ailede kanatlı etini sevmeyen birey bulunması izlemiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.43’de tüketicilerin kanatlı eti tüketimini arttıran araçlar verilmiştir.

Çizelge 5.43. Kanatlı eti tüketimini arttıran araçlar

	Frekans	%
Reklamlar	6	1,67
Sosyal çevre	39	10,87
İndirim günleri	91	25,35
Mevsim	121	28,13
Gelir artışı	122	33,98
Toplam	359	100,00

Tüketicilere kanatlı eti tüketim miktarını arttıran en önemli neden sorulduğunda %33,98’i gelir düzeyinin artmasını, %28,13’ü mevsimi, %25,35’i indirim günlerini ve %10,87’si de arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevreyi neden olarak göstermişlerdir. Reklamlar %1,67 ile kırmızı et tüketiminin artmasında tüketiciler üzerinde en az etkiye sahip araçtır (Çizelge 5.43).

Aydın ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilere kanatlı eti tüketim miktarını arttıran en önemli nedenleri sırasıyla; %27,94’ü mevsim, %25’i indirim günleri, %22,06’sı arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevre ve %11,03’ü ise gelir düzeyinin artması olarak belirlenmiştir. Reklamların kanatlı eti tüketiminin artmasında tüketiciler üzerinde en az etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.2. Kanatlı eti satın alma kararı ve alışverişi

Çizelge 5.44'de kanatlı eti satın alma kararını veren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.44. Kanatlı eti satın alma kararı

	Frekans	%
Kendisi	23	6,41
Anne	106	29,53
Baba	107	29,80
Birlikte	105	29,25
Yetişkin çocuklar	18	5,01
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki tüketicilerin kanatlı eti satın alma kararını %29,80 baba, %29,53 anne, %29,25 anne ve baba birlikte, %6,41 bekâr olup kendisi ve %5,01 yetişkin çocuklar karar vermektedir. Karar verme aşamasında tek başına yetişkin çocukların ve bekârların etkisi sınırlı düzeydedir (Çizelge 5.44).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kanatlı eti satın alma kararının %47,06'sini anne-babanın, %33,02'sini annenin, %10,30'nu çocukların ve %8,82'sini babanın karar verdiği ve karar verme aşamasında tek başına babanın ve yetişkin çocukların etkisinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.45'de kanatlı eti alışverişini gerçekleştiren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.45. Kanatlı eti alışverişi

	Frekans	%
Kendisi	22	6,13
Anne	86	23,96
Baba	163	45,40
Birlikte	69	19,22
Yetişkin çocuklar	19	5,29
Toplam	359	100,00

Amasya merkez ilçedeki hanehalkının kanatlı eti alışverişini sırasıyla; %45,40 ile baba, %23,96 ile anne, %19,22 ile anne ve baba birlikte, %6,13 ile bekâr olup kendisi ve %5,29 ile yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir (Çizelge 5.45).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kanatlı eti alışverişini gerçekleştiren aile fertlerinin kanatlı eti satın alımını sırasıyla %42,65'le anne-baba, %24,26 ile baba, %22,06 ile anne ve %11,03'le yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.3. Kanatlı eti tercih nedenleri

Çizelge 5.46'da tüketicilerin kanatlı eti tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.46. Kanatlı eti tercih nedenleri

	Frekans	%
Alışkanlık	41	11,42
Ucuzluk	110	30,64
Sağlık	89	24,79
Kolay temin edilebilirlik	13	3,62
Lezzet	105	29,25
Diğer	1	0,28
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, tüketicilerin kanatlı eti tercih nedenleri içinde birinci sırada %30,64'ü kanatlı etini ucuz olması sebebiyle tercih etmektedirler ki kanatlı eti kırmızı ete oranla çok daha ucuzdur. %29,25'i lezzetli olması, %24,79'u sağlık, %11,42'si alışkanlık, %3,62'si kolay temin edilmesinden ve %0,28'i de diğer nedenlerden dolayı tercih etmektedirler (Çizelge 5.46).

Tokat ili kentsel alanda yapılan çalışmada, kanatlı eti tüketim tercih nedenleri arasında birinci sırada kanatlı etine alışkanlık (%34,88) olduğu belirlenmiştir. Kanatlı eti kırmızı ete oranla daha ucuz olması nedeniyle, et tüketim tercihlerinde kanatlı etinin ucuz olması (%24,91) en çok tercih edilen ikinci seçenek olarak belirlenmiştir. Kanatlı eti tüketicilerinde kolesterolü düşük olduğu için tercih edenler (%9,25) bulunmaktadır.

Kanatlı etinin kolay bulunması (%16,73), lezzetli olması (%7,47) ve kaliteye güven (%6,76) kanatlı etin tercihlerinde bulunan diğer tercih nedenleri arasında belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan çalışmada, kanatlı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %38,24'ü kanatlı eti sağlık, %27,21'i ucuz olması, %21,32'si lezzetli olması sebebiyle, %11,76'sı sofrta kültüründe süregelen alışkanlık ve %1,47'si de kolay temin edilmesinden dolayı tercih etmektedir. (Ulaş, 2011).

5.4.4. Kanatlı eti satın alma kararında mevsimlerin etkisi

Çizelge 5.47'de tüketicilerin kanatlı eti satın alma kararında mevsimlerin etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.47. Kanatlı eti satın alma kararında mevsimlerin etkisi

Mevsim	Frekans	%
İlkbahar	48	13,37
Yaz	206	57,38
Sonbahar	29	8,08
Kış	76	21,17
Toplam	359	100,00

Amasya'daki tüketicilere kanatlı eti özellikle hangi mevsimde satın alıyorsunuz sorusu sorulduğunda; %57,38'i yaz, %21,17'si kış, %13,37'si ilkbahar ve %8,08'i sonbahar mevsiminde satın aldıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 5.47).

Tokat ili kentsel alanda yapılan çalışmada, tüketicilerin kanatlı etini tüketirken mevsimleri pek önemsemediği ve her zaman kanatlı etini tükettikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin %67,26'sı mevsim farkı gözetmeksizin her zaman kanatlı eti tüketmekte olduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında tüketicilerin %16,37'sinin yaz mevsimlerinde, %8,54'ünün kış mevsimlerinde, %6,05'inin ilkbaharda ve %17,8'inin sonbaharda kanatlı eti tükettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.4.5. Kanatlı eti satın alma yerleri ve tercih nedenleri

Çizelge 5.48'de tüketicilerin kanatlı eti temin yerleri verilmiştir.

Çizelge 5.48. Kanatlı eti temin yerleri

	Frekans	%
Tavuk Market	174	48,47
Market- Süpermarket	182	50,70
Kendi kesenler	3	0,83
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçede yaşayan tüketicilerin birden fazla noktadan alışveriş yapması nedeniyle aylık alışveriş frekansı değerlendirilmiştir. Kanatlı eti nerelerden satın aldıkları sorulan tüketicilerin %50,70'i marketler-süpermarketlerden, %48,47'si tavuk marketlerden kanatlı eti satın aldığını, %0,83'ü ise kanatlı hayvanını canlı alıp kestiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 5.48).

Adana ilinde yapılan bir çalışmada ailelerin %56,33'ünün tavuk etini marketten, %23,67'sinin süpermarketten, %14,67'sinin kasaptan, %3,00'ünün semt pazarından, %2,33'ünün ise bakkaldan satın aldıkları belirlenmiştir (Büyüknisan, 2008).

Tokat ili kentsel alanda kanatlı eti tüketicilerinin kanatlı etini temin ettiği yerlerin %43,77'si marketlerden, %36,30'u tavuk marketlerden, %16,73'ü kasaplardan temin ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin %3,20'sinin kanatlı hayvanı canlı alıp kestikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda kanatlı eti tüketicilerinin kanatlı eti temin ettiği yerlerin %80,95'i marketler, %16,67'si tavuk marketler olarak belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin %2,38'inin kanatlı hayvanı canlı alıp kestikleri belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.49'da tüketicilerin kanatlı eti temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.49. Kanatlı eti temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedenleri

	Frekans	%
Taze-Kalite	201	55,99
Alışkanlık	57	15,88
Hijyen	37	10,31
Ucuzluk	32	8,91
Yakın mesafede bulunma	30	8,35
Diğer	2	0,56
Toplam	359	100,00

Tüketicilerin kanatlı eti temin yerlerine göre satın alma yeri tercih nedeni incelendiğinde katılımcıların en çok tazelik ve kaliteye (%55,99) önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık (%15,88), hijyen (%10,31), ucuzluk (%8,91), alışveriş noktasının yakın mesafede bulunması (%8,35) ve diğer nedenler (%0,56) tercih nedenleri arasındadır (Çizelge 5.49).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada; tüketicilerin kanatlı eti satın alma yeri tercihlerinin başında satın aldıkları yere olan güven (%32,38), ucuzluk (%23,84), sağlıklı bulma (%17,08), kaliteli olması (%14,95) ve alışkanlık (%11,74) yer almaktadır (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada; tüketicilerin kanatlı eti satın alma yeri tercihlerinin başında tazelik ve kalite (%59,56), alışkanlık (%13,97), hijyen (%8,82), ucuzluk (%8,09) ve alışveriş noktasının yakın mesafede bulunması (%7,35) yer almaktadır (Ulaş, 2011).

5.4.6. Tüketilen kanatlı eti çeşitleri

Çizelge 5.50'de tüketicilerin tükettiği kanatlı eti çeşitleri verilmiştir.

Çizelge 5.50. Tüketilen kanatlı eti çeşitleri

	Frekans	%
Tavuk	356	99,16
Hindi	3	0,84
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçede yaşayan tüketiciler kanatlı etinden en çok tavuk etini (%99,16) tercih etmektedirler. Kanatlı etinin içinde tavuk tüketiminin fazla olması diğerlerine oranla üretiminin ve lezzetinin çok, ulaşımının kolay olmasından kaynaklanmaktadır. Tüketilen diğer kanatlı eti çeşitleri hindi (%0,84) etidir. Araştırmaya katılan tüketiciler içersinde devekuşu, ördek, kaz ve diğer kanatlı eti tüketimine rastlanmamıştır (Çizelge 5.50).

Trakya bölgesinde yapılan bir araştırmada, Trakya Bölgesinde yer alan üç ildeki (Edirne, Kırklareli, Tekirdağ) tüketicilerin hindi, kaz ve ördek tüketimleri incelenmiştir. Araştırma sonucunda Trakya Bölgesinde yer alan illerde yaşayanların yılda bir veya daha fazla pişirdikleri hindi, kaz ve ördek oranları sırasıyla %61,3, %32,9 ve %5,8 olarak tespit edilmiştir (Aksoy ve Aksoy, 1995).

Van ilinde yapılan bir araştırmada; kanatlı eti tüketenlerin tamamına yakınının (%99,47) tavuk eti tükettiği belirlenmiştir (Ceylan, 2006). Tavuk eti tüketiminin bu denli yüksek olmasının nedenleri arasında fiyatının görece ucuzluğu ve yörede pazarının yaygın olmasıdır.

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada; tüketiciler kanatlı etinden en çok tavuk etini (%94,66) tercih etmektedirler. Tüketilen diğer kanatlı eti çeşitleri sırasıyla; hindi (%1,78) devekuşu (%1,78), kaz (%1,02) ve ördek (%0,71) olarak belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada; tüketiciler kanatlı etinden en çok tavuk etini (%97,79) tercih etmektedirler. Tüketilen diğer kanatlı eti çeşidi hindi (%2,21) etidir. Araştırmaya katılan tüketiciler içersinde devekuşu eti tüketimine rastlanmadığı tespit edilmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.7. Kanatlı eti satın alma şekilleri

Çizelge 5.51’de tüketicilerin kanatlı eti satın alma şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.51. Kanatlı eti satın alma şekilleri

	Frekans	%
Parça	170	47,35
Bütün	186	51,81
Sucuk, sosis, salam vb	1	0,28
Sakatat	2	0,56
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçede yaşayan tüketicilerin %51,81'i kanatlı etini bütün olarak satın almakta, %47,35'i parça, %0,56'sı sakatat ve %0,28'i de sucuk, sosis, salam vb olarak tüketmektedir (Çizelge 5.51). Besinlerin bilinçli ve gereksinime uygun olarak tüketilmesinde satın alma davranış biçimleri de önem taşımaktadır. Bu davranış biçimlerinin sistemli ve düzenli bir şekilde yürütülmesiyle besin öğelerinin gerekli miktarda tüketilmesi mümkün olabilir.

Tekirdağ ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilerin %53,80'inin tavuk etini parça olarak, %27,80'inin bütün olarak ve %18,40'nın yarısı parçalanmış olarak satın aldıkları belirtilmiştir (Gaytancıoğlu, 1999).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada tüketicilerin %58,01'i kanatlı etini parça olarak satın almakta, %22,42'si bütün, %3,91'i kıyma ve %15,66'sı parça ve bütün birlikte tükettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada tüketicilerin %56,57'sinin kanatlı etini bütün olarak ve %46,43'ünün de parça olarak tükettikleri belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.8. Kanatlı eti satın alma sıklığı

Çizelge 5.52'de tüketicilerin kanatlı eti satın alma sıklığı verilmiştir.

Çizelge 5.52. Kanatlı eti satın alma sıklığı

	Frekans	%
Haftalık	110	30,64
On beş günde bir	135	37,61
Ayda bir	110	30,64
Özel günlerde	4	1,11
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kanatlı eti tüketen tüketicilerin %37,61'inin on beş günde bir, %30,64'ünün haftada bir ve ayda bir, %1,11'inin de özel günlerde et satın aldıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.52).

Van ili Erciş ilçesinde yapılan bir çalışmada tavuk etini tüketicilerin %42,1'inin haftada bir, %31,4'ünün on beş günde bir, %7,9'unun haftada 2-3 kez, %7,9'unun ayda bir ve %7,1'inin de sadece özel günlerde satın aldığı belirlenmiştir (Yalçınkaya, 1999).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; tüketicilerin %47,79'unun haftada bir, %41,18'inin on beş günde bir ve %11,03'ünün ayda bir kanatlı eti satın aldığı belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.9. Kanatlı eti tüketim şekilleri

Çizelge 5.53'de tüketicilerin kanatlı eti tüketim şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.53. Kanatlı eti tüketim şekilleri

	Frekans	%
Sebzeli yemeklerde	55	15,32
Sade et yemeği olarak (ızgara, mangal)	111	30,92
Pilavlarda	106	29,53
Her üç şekilde	83	23,12
Diğer	4	1,11
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki tüketicilerin %30,92'si sade et yemeği olarak (ızgara mangal), %29,53'ü pilavlarda, %23,12'si hem sebzeli yemeklerde hem sade et yemeği

olarak (ızgara mangal) hem de pilavlarda, %15,32'si sebzeli yemeklerde ve %1,11'i de diğer şekillerde kanatlı eti tüketmektedirler (Çizelge 5.53).

Tekirdağ ilinde yapılan bir çalışmada tüketicilerin %84,9'unun tavuk etini sade et yemeği olarak tükettikleri, %15,1'inin yemeklerin içinde tükettikleri belirtilmiştir (Gaytancıoğlu, 1999).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; tüketicilerin büyük çoğunluğu kanatlı etini her şekilde tüketmekte (%59,07) iken, %15,66'sının sade et olarak (ızgara, mangal v.b) tükettiği, %9,61'inin sebzeli yemeklerde ve %7,12'sinin hem sade hem de pilavlarda kanatlı eti tükettiği belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada; tüketicilerin %61,03'ünün sade et yemeği olarak, %24,26'sının sebzeli yemeklerde ve sade olarak, %14,71'inin ise sebzeli yemeklerde kanatlı eti tükettiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.10. Kanatlı eti için fiyat karşılaştırması

Çizelge 5.54'de tüketicilerin kanatlı eti için fiyat karşılaştırması verilmiştir.

Çizelge 5.54. Kanatlı eti için fiyat karşılaştırması

	Frekans	%	Ortalama gelir TL/ay	Ortalama hanehalkı genişliği
Fiyat karşılaştırması yapan	220	61,28	2 026,86	4,01
Fiyat karşılaştırması yapmayan	139	38,72	1 975,86	3,97
Toplam	359	100,00	2 007,12	3,99

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kanatlı eti satın alanların %61,28'i fiyat karşılaştırması yaparken, bunların ortalama gelir 2 026,86 TL ve ortalama hanehalkı genişliği 4,01'dir. Geriye kalan %38,72'lik kısım kanatlı eti satın alırken fiyat karşılaştırması yapmamaktadırlar. Fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama geliri 1 975,86 TL ve ortalama hanehalkı genişliği 3,97 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.54).

Amasya ili merkez ilçedeki kanatlı eti satın alan tüketicilerden fiyat karşılaştırması yapanların ortalama geliri ve hanehalkı genişliği, fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama geliri ve hanehalkı genişliğinden daha yüksektir. Ayrıca kanatlı eti satın alan tüketicilerden fiyat karşılaştırması yapanların gelir durumu ortalama gelirden yüksek iken fiyat karşılaştırması yapmayanların gelir durumunun ise ortalama gelirden düşük olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.54).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketicilerden kanatlı eti satın alanların %64,41'i fiyat karşılaştırması yaparken, fiyat karşılaştırması yapanların ortalama gelirinin 1 536 TL ve ortalama hanehalkı genişliğinin 4,30 olduğu ve geriye kalan %35,59'luk kısmın kanatlı et satın alırken fiyat karşılaştırması yapmadığı, fiyat karşılaştırması yapmayanların ortalama gelirinin 1 805 TL ve ortalama hanehalkı genişliğinde 4,01 olduğu tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kanatlı eti tüketicilerine fiyat karşılaştırması yapıp yapmadıkları sorulduğunda; %52,21'i fiyat araştırması yaptığını, %47,79'u ise yapmadığını belirtmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.11. Tüketicilerin kanatlı eti fiyatlarını değerlendirmesi

Çizelge 5.55'de tüketicilerin kanatlı eti fiyatlarını değerlendirmesi verilmiştir.

Çizelge 5.55. Tüketicilerin kanatlı eti fiyatlarını değerlendirmesi

	Frekans	%
Ucuz	20	5,57
Normal	289	80,50
Pahalı	47	13,09
Çok Pahalı	3	0,84
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada; tüketicilerin %80,50'si kanatlı eti fiyatlarını normal bulurken, %13,09'u pahalı bulmuş, %5,57'si fiyatı ucuz karşılamış ve %0,84'ü çok pahalı bulduğunu belirtmiştir (Çizelge

5.55). Kanatlı etinin çok pahalı olduğunu düşünenlerin oranının çok düşük değerde bulunması, yüksek fiyattan satılan kırmızı ete alternatif olarak kanatlı etinin güncelliğini uzun dönemde de koruyacağını göstermektedir.

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir çalışmada kanatlı eti tüketicilerin %70,59'u fiyatlarını normal karşıladığını, %19,12'si pahalı bulduğunu, %8,82'si ucuz bulduğunu ve %1,47'si de çok pahalı bulduğunu belirtmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.12. Kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebine olan etkisi

Çizelge 5.56'de kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebine olan etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.56. Kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebine olan etkisi

	Frekans	%
Tamamen etkiler	42	11,70
Kısmen etkiler	218	60,72
Etkilemez	99	27,58
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %60,72'si kısmen etkilediğini, %27,58'i hiç etkilemediğini ve %11,70'i tamamen etkilediğini belirtmiştir (Çizelge 5.56).

5.4.13. Ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünleri tüketimi

Çizelge 5.57'de tüketicilerin ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı et ürünleri tüketimi verilmiştir.

Çizelge 5.57. Ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı et ürünleri tüketimi

	Frekans	%
Bütün piliç	184	51,26
Parça Piliç	154	42,90
Salam	4	1,11
Sucuk	13	3,62
Diğer	4	1,11
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada tüketiciler ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünlerinden en çok bütün piliç tüketmektedirler (%51,26). Parça piliç tüketenler %42,90, sucuk tüketenler %5,27, salam tüketenler %1,11 ve diğer tercihi olanlar %1,11 olarak belirlenmiştir. Tüketiciler ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünlerinden sosis tüketmemektedirler (Çizelge 5.57).

5.4.14. Tüketicilerin kanatlı eti ve dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti güvenlik araçlarına duyarlılık düzeyleri

Çizelge 5.58'de kanatlı eti tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ambalaj bilgisi dikkat durumu verilmiştir.

Çizelge 5.58. Kanatlı eti tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ambalaj bilgisi dikkat durumu

	Frekans	%
Dikkat edenler	321	89,42
Dikkat etmeyenler	38	10,58
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada kanatlı eti tüketicilerinin %89,42'si dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ambalaj bilgisine dikkat etmekte, %10,58'i dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ambalaj bilgisine dikkat etmemektedirler (Çizelge 5.58).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kanatlı eti tüketicilerinin %93,95'inin ambalaja dikkat ettiği ve %6,05'inin de kanatlı eti satın alırken ambalaja dikkat etmediği belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kanatlı eti tüketicilerinin %88,97'sinin ambalaja dikkat ettiği, %11,03'ünün kanatlı eti satın alırken ambalaja dikkat etmediği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.59'da dondurulmuş-işlenmiş kanatlı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar verilmiştir.

Çizelge 5.59. Dondurulmuş-işlenmiş kanatlı etin ambalajlı olmasında dikkat edilen unsurlar

	Frekans	%
Gıda güvenlik araçlarına	16	4,98
Son kullanma tarihine	248	77,26
Tarım Bakanlığı onayı	47	14,64
Diğer	10	3,12
Toplam	321	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki kanatlı eti tüketicileri dondurulmuş-işlenmiş kanatlı etin ambalaj bilgilerinden %77,26'sı son kullanma tarihine, %14,64'ü Tarım Bakanlığı onayına, %4,98'i gıda güvenlik araçlarına ve %3,12'si diğer bilgilere dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Kanatlı etinde hiç dikkat edilmeyen ambalaj bilgisinin ise tabii olunan tebliğ olduğu belirlenmiştir (Çizelge 5.59).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kanatlı eti tüketicilerinin ambalaj bilgilerinden %50,38'i kanatlı eti ürünlerinin son kullanma tarihine, %24,24'ü kanatlı eti üretim tarihine, %10,98'i gıda güvenlik araçlarına, %10,23'ü Tarım Bakanlığı onayına ve %4,17'si tabii olunan tebliğe dikkat ettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kanatlı eti tüketicilerinin ambalaj bilgilerinden %69,12'si kanatlı eti ürünlerinin son kullanma tarihine, %16,18'i kanatlı

eti gıda güvenlik araçlarına, %11,76'sı üretim tarihine, %2,21'i Tarım ve Köyişleri Bakanlığı onayına dikkat ettikleri belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.60'da tüketicilerin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken dikkat ettikleri gıda güvenlik araçları verilmiştir.

Çizelge 5.60. Dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken dikkat edilen gıda güvenlik araçları

	Frekans	%
ISO 9001-2000	11	68,75
ISO 22000-HACCP	4	25,00
ISO 14001	1	6,25
Toplam	16	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki kanatlı eti tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken gıda güvenlik araçlarından %68,75'i ISO 9001-2000'e, %25,00'i ISO 22000-HACCP'e, %6,25'i ISO 14001'e dikkat etmektedirler (Çizelge 5.60).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kanatlı eti tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken gıda güvenlik araçlarından %48,28'i ISO 9001-2000'e, %27,59'u ISO 22000-HACCP'e, %13,79'u ISO 14001'e ve %10,34'ü 18001 OHSAS'a dikkat ettikleri belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.4.15. Kuş gripinin kanatlı eti tüketimi ve tüketici tercihleri üzerine etkisi

Beyaz Et sanayicileri ve Damızlıkçılar Birliği (BESD-BİR) tarafından hazırlanan raporda; kanatlı sektörünün 1994 ve 2001 kriz yılları dışında kalan 1990-2007 döneminde gelişmesini oldukça hızlı bir biçimde sürdürdüğü belirtilmiştir. 2005-2007 yıllarında ise bir durgunluk döneminin yaşandığı ve bu 3 yıldaki durgunluğun kuş gribi vakalarının tüketici üzerinde yarattığı stresin sonucu olduğu belirtilmiştir. Bu büyük badirenin üretimde aşırı düşüşler yaşanmadan, 3 yıllık bir yerinde sayma diye vasıflandırılabilir durgunluk ile atlatılmış olması sektör açısından başarılı bir sonuç olarak değerlendirilmiştir (Anonim, 2007b).

Çizelge 5.61’de kuş gribinin kanatlı eti tüketimine etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.61. Kuş gribinin kanatlı eti tüketimine etkisi

Tüketim durumu	Frekans	%
Değişti	169	47,08
Değişmedi	190	52,92
Toplam	359	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, kuş gribinin ortaya çıkmasıyla kanatlı eti tüketicilerin %52,92’si kanatlı eti tüketim alışkanlıklarının değişmediğini, %47,08’i ise değiştiğini belirtmiştir (Çizelge 5.61).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; kuş gribi vakalarından önce, incelenen ailelerin aylık et tüketimi toplamı 9,48 kg iken, kuş gribinden sonra 8,69 kg’a düştüğü saptanmıştır (Sayılı, 2006).

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kuş gribinin ortaya çıkmasıyla kanatlı eti tüketicilerin %55,88’inin kanatlı eti tüketim alışkanlıklarının değişmediği, %44,12’sinin ise değiştiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

Çizelge 5.62’de tüketicilerin kuş gribi sonrası tercih ettikleri et çeşitleri verilmiştir.

Çizelge 5.62. Kuş gribi sonrası tercih edilen et çeşitleri

	Frekans	%
Kırmızı ete yönelenler	49	28,99
Balık etine yönelenler	102	60,36
Diğer	18	10,65
Toplam	169	100,00

Kuş gribinin ortaya çıkmasıyla kanatlı eti tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerin %60,36’sı balık etine yönelmiş, %28,99’u kırmızı ete yönelmiş ve %10,65’i de diğer olarak belirtmiştir (Çizelge 5.62). Herhangi bir nedenle kanatlı eti

tüketiminin kısıtlandığı dönemlerde, tüketicilerin ucuz ve sağlıklı olması nedeniyle öncelikli olarak balık etine yöneldiği görülmüştür.

Aydın ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada kuş gribinin ortaya çıkmasıyla kanatlı eti tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerden %67,11'inin balık etine yöneldiği, %32,89'unun kırmızı ete yöneldiği belirlenmiştir (Ulaş, 2011).

5.4.16. Kanatlı eti tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi

Çizelge 5.63'de kanatlı eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki verilmiştir.

Çizelge 5.63. Kanatlı eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki

		Kanatlı Eti				χ^2	P	DF
		Tüketenler		Tüketmeyenler				
		(n)	%	(n)	%			
Gelir düzeyi	300-1300 TL	123	93,89	8	6,11	3,327	0,189	2
	1301-2300 TL	134	97,10	4	2,90			
	2301 TL +	102	91,89	9	8,11			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Toplam giderleri	250-950	106	93,81	7	6,19	2,816	0,245	2
	951-1650	148	96,73	5	3,27			
	1651+	105	92,11	9	7,89			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Gıda harcamaları	50-300	161	96,41	6	3,59	2,538	0,281	2
	301-550	133	93,66	9	6,34			
	551+	65	91,55	6	8,45			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Cinsiyeti	Kadın	172	93,99	11	6,01	0,159	0,690	1
	Erkek	187	94,92	10	5,08			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Medeni durum	Evli	275	94,50	16	5,50	0,002	0,966	1
	Bekâr	84	94,38	5	5,62			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Eşi	Çalışan	149	93,71	10	6,29	0,422	0,516	1
	Çalışmayan	126	95,45	6	4,55			
	Toplam	275	94,50	16	5,50			
Eğitim	Okur-yazar değil	11	91,67	1	8,33	1,074	0,898	4
	Okur-yazar	12	100,00	0	0,00			
	İlköğretim	137	94,48	8	5,52			
	Ortaöğretim	128	94,81	7	5,19			
	Yükseköğretim	71	93,42	5	6,58			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Meslek	İşçi	57	98,28	1	1,72	5,244	0,731	8
	Memur	52	92,86	4	7,14			
	Çiftçi	11	100,00	0	0,00			
	Serbest	36	94,74	2	5,26			
	Emekli	37	90,24	4	9,76			
	Ev hanımı	120	94,49	7	5,51			
	Esnaf	33	91,67	3	8,33			
	İşsiz	3	100,00	0	0,00			
	Diğer	10	100,00	0	0,00			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Yaş	18-30 Yaş	95	96,94	3	3,06	1,715	0,424	2
	31-43 Yaş	134	93,06	10	6,94			
	44+ Yaş	130	94,20	8	5,80			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			
Hanehalkı sayısı	1-2	49	84,48	9	15,52	13,100	0,001 CC=0,183	2
	3-4	187	96,39	7	3,61			
	5+	123	96,09	5	3,91			
	Toplam	359	94,47	21	5,53			

Not: Khi-kare testi %5 anlamlılık düzeyine göre incelenmiştir.

Kanatlı eti tüketiminin gelir düzeyi ile arasında bir ilişki olup olmadığı istatistiksel olarak Khi-kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 5.63). Kanatlı eti kırmızı ete oranla daha ucuz olduğu için her kesim tarafından tüketilmektedir. Kanatlı eti tüketimi ile gelir seviyesi arasında istatistiksel açıdan bir ilişki saptanamamıştır.

Kanatlı eti tüketimi ile gelir düzeyi arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Gaytancıoğlu, 1999). Bazı çalışmalarda ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010; Ulaş, 2011).

Kanatlı eti tüketiminin toplam giderlerle ($P>0,05$), gıda harcamalarıyla ($P>0,05$), cinsiyetle ($P>0,05$), eşin çalışma durumuyla ($P>0,05$), eğitimle ($P>0,05$), meslekle ($P>0,05$) ve yaşla ($P>0,05$) bir ilişkisi olup olmadığı istatistiksel olarak Khi-kare analizi ile incelenmiş ve bir ilişki saptanamamıştır (Çizelge 5.63).

Kanatlı eti tüketimi ile toplam giderler, gıda harcamaları, cinsiyet, eşin çalışma durumu, eğitim, meslek ve yaş arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010).

Kanatlı eti tüketiminin medeni durumla alakası olup olmadığı istatistiksel olarak incelenmiştir (Çizelge 5.63). Khi-kare analizleri sonucu kanatlı eti tüketimi ile medeni durum ($P>0,05$) arasında istatistiksel olarak bir ilişki saptanamamıştır.

Kanatlı eti tüketimi ile medeni durum arasında bazı çalışmalarda anlamlı ilişki tespit edilmiştir (Karakaş, 2010).

Kanatlı eti tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Çizelge 5.63). İstatistiksel olarak analiz 0,001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,183'dür. Kanatlı eti tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir. Hanehalkı sayısı arttıkça kanatlı eti tüketimi de artmaktadır.

Birçok çalışmada kanatlı eti tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (Karakaş, 2010; Ulaş, 2011).

Sonuç olarak yapılan Khi-kare testinde tüketicinin hanehalkı sayısı önemli bulunmuştur. Yaş, gelir düzeyi, toplam giderler, gıda harcamaları, cinsiyet, medeni durum, eşin çalışma durumu, eğitim, meslek gibi değişkenler kanatlı eti tüketimini etkilememektedir.

5.5. Balık Eti Tüketimi

Su ürünleri, Türkiye tarım sektörünün ana alt sektörlerinden biri olup; insan beslenmesine katkısı, sanayi sektörüne hammadde sağlaması, istihdam imkânı oluşturması ve yüksek ihracat potansiyeline sahip bulunması nedeniyle önemli bir konumdadır.

Su ürünleri protein, vitamin ve mineral elementler açısından son derece zengin besinler olması nedeniyle insan beslenmesinde önemli ideal unsurlara sahiptir. Balık etinin diğer etlere (kırmızı et) kıyasla daha yüksek protein ve mineral elementler, daha düşük düzeyde yağ içermesi nedeniyle özellikle son yıllarda önemi ve tüketimi artmaktadır (Sayılı ve ark., 1999).

5.5.1. Balık eti tüketim durumu

Çizelge 5.64’de tüketicilerin balık eti tüketim durumu verilmiştir.

Çizelge 5.64. Balık eti tüketim durumu

	Frekans	%	Ortalama gelir TL/ay	Ortalama gıda harcaması TL/ay	Ortalama hanehalkı genişliği
Tüketenler	330	86,84	2 091,89	440,53	4,06
Tüketmeyenler	50	13,16	1 595,60	337,40	3,20
Toplam	380	100,00	2 026,59	426,96	3,94

Amasya ili merkez ilçede yaşayan tüketicilerin %86,84'ü balık eti tüketmektedir. %13,16'lık kısım balık eti tüketmekten kaçınmaktadır. Balık eti tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 091,89 TL iken, değişik nedenlerle balık eti tüketemeyenlerin gelir seviyesi ortalama 1 595,60 TL'dir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada kişi başına tüketilen balık miktarı 5,06 kg/yıl olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.64).

Çizelge 5.65'de tüketicilerin gelir gruplarına göre kişi başına aylık balık eti tüketim miktarları (kg/ay) verilmiştir.

Çizelge 5.65. Gelir gruplarına göre kişi başına aylık balık eti tüketim miktarları (kg/ay)

	Gelir Grupları		
	I.Grup (kg/ay)	II.Grup (kg/ay)	III.Grup (kg/ay)
Balık Eti	0,37	0,44	0,45

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada gelir gruplarına göre kişi başına aylık balık eti tüketim miktarları sırasıyla, I. Grup 0,37 kg/ay, II. Grup 0,44 kg/ay, III. Grup 0,45 kg/ay'dır (Çizelge 5.65).

Çizelge 5.66'da Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen balık eti miktarı (kg/yıl) verilmiştir.

Çizelge 5.66. Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'de kişi başına tüketilen balık eti miktarı (kg/yıl)

Ürün Adı	ABD	AB	Türkiye
	Kişi Başına Balık Eti Tüketimi (kg)	Kişi Başına Balık Eti Tüketimi (kg)	Kişi Başına Balık Eti Tüketimi (kg)
Balık Eti	20	24	8

Kaynak: Anonim, 2012

Et ve Balık Kurumunun 2011 yılı sektör değerlendirme raporuna göre Türkiye'de kişi başına düşen balık eti miktarı 8 kg/yıl olduğu bildirilmektedir. Bu oran AB ülkelerinde 24 kg/yıl, ABD'de 20 kg/yıl düzeyindedir (Çizelge 5.66).

Çizelge 5.67’de tüketicilerin balık eti tüketmeyenler ve et tüketmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.67. Balık eti tüketmeme nedenleri

	Frekans	%	Ortalama gelir	Ortalama gıda harcaması
Vejetaryen	2	4,00	1 350,00	325,00
Ekonomik	17	34,00	1 498,82	347,06
Balık eti sevmiyor	31	62,00	1 664,52	332,90
Toplam	50	100,00	1 595,60	337,40

Tüketicilerin %62,00’si balık eti sevmediğinden, %34,00’ü ekonomik nedenlerle ve %4,00’ü de vejetaryen olmaları nedeni ile balık eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Balık eti sevmediğinden düzenli balık eti tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %8,16, ekonomik nedenlerle düzenli balık eti tüketmeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %4,47 ve vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53’lük bir paya sahiptir (Çizelge 5.67).

Çizelge 5.68’de tüketicilerin yeterli balık eti tüketip tüketmedikleri algısı verilmiştir.

Çizelge 5.68. Tüketicilerin yeterli balık eti tüketip tüketmedikleri algısı

	Frekans	%
Yeterli	241	73,03
Yetersiz	89	26,97
Toplam	330	100,00

Tüketicilere sağlıkları için yeterli miktarda balık eti tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %73,03’ü yeterli, %26,97’si ise yetersiz balık eti tükettiklerini belirtmiştir (Çizelge 5.68).

Çizelge 5.69’da tüketicilerin yeteri kadar balık eti tüketmeme nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.69. Tüketicilerin yeteri kadar balık eti tüketmeme nedenleri

	Frekans	%
Ailenin Sevmemesi	6	6,74
Ailede sevmeyen var	17	19,10
Sağlık sorunları	2	2,25
Geliri yetersiz	42	47,19
Önemsememe	18	20,23
Diğer	4	4,49
Toplam	89	100,00

Sağlıkları için yeterli miktarda balık eti tüketemediğini düşünen tüketicilere bunun nedenleri sorulmuş ve %47,19 gibi büyük bir oranda gelir yetersizliği gerekçe gösterilmiştir. Bunu %20,23'le önemsememe, %19,10'la ailede balık eti sevmeyen birey bulunması, %6,74'le ailenin sevmemesi, %4,49'la diğer nedenler ve %2,25'le sağlık sorunları izlemektedir (Çizelge 5.69).

5.5.2. Balık eti satın alma kararı ve alışverişi

Çizelge 5.70'de balık eti satın alma kararını veren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.70. Balık eti satın alma kararı

	Frekans	%
Kendisi	15	4,54
Anne	68	20,61
Baba	151	45,76
Birlikte	76	23,03
Yetişkin çocuklar	20	6,06
Toplam	330	100,00

Balık eti satın alma kararını %45,76 baba, %23,03 anne ve baba birlikte, %20,61 anne, %6,06 yetişkin çocuklar ve %4,54 bekâr olup kendisi karar vermektedir. Karar verme aşamasında tek başına yetişkin çocukların ve bekârların etkisi sınırlı düzeydedir (Çizelge 5.70).

Çizelge 5.71'de balık eti alışverişini gerçekleştiren aile fertlerine ait veriler verilmiştir.

Çizelge 5.71. Balık eti alışverişi

	Frekans	%
Kendisi	17	5,15
Anne	47	14,24
Baba	210	63,64
Birlikte	33	10,00
Yetişkin çocuklar	23	6,97
Toplam	330	100,00

Amasya merkez ilçedeki hanehalkının balık eti alışverişini sırasıyla; %63,64'le baba, %14,24 ile anne, %10,00 ile anne ve baba birlikte, %6,97 ile yetişkin çocuklar ve %5,15'le bekâr olup kendisi gerçekleştirmiştir (Çizelge 5.71).

5.5.3. Balık eti tercih nedenleri

Çizelge 5.72'de tüketicilerin balık eti tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.72. Balık eti tercih nedenleri

	Frekans	%
Lezzet	145	43,94
Ucuzluk	22	6,67
Kolay temin edilebilirlik	8	2,42
Kaliteye güven	8	2,42
Alışkanlık	21	6,36
Kolesterolü düşük	31	9,40
Besin değeri yüksek	92	27,88
Diğer	3	0,91
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada, balık eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %43,94'ü balık etini lezzetli olması, %27,88'i besin değeri yüksek olması, %9,40'ı kolesterolü düşük olması, %6,67'si ucuz olması, %6,36'sı alışkanlıklarından dolayı, %2,42'si kolay bulunması ve kaliteye güvendiklerinden dolayı ve %0,91'i de diğer nedenlerden tercih etmişlerdir (Çizelge 5.72).

Birçok çalışmada tüketicilerin balık etini en fazla lezzetli olduğu için tercih ettikleri saptanmıştır (Sayılı ve ark., 1999; Adıgüzel ve ark., 2009; Karakaş, 2010).

5.5.4. Balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi

Toplumların sosyo-ekonomik yapılarındaki değişim, tüketim alışkanlıklarına da yansımaktadır. Diğer bir ifadeyle, bir toplumun beslenme kültürü; coğrafya, iklim, tarım, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi çok çeşitli faktörlerden etkilenerek gelişmekte ve değişmektedir (Baysal, 2002).

Çizelge 5.73’de tüketicilerin balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.73. Balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi

Mevsim	Frekans	%
İlkbahar	6	1,82
Yaz	2	0,60
Sonbahar	6	1,82
Kış	316	95,76
Toplam	330	100,00

Amasya ili merkez ilçedeki balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi incelendiğinde, tüketicilerin balığı en çok kış mevsiminde (%95,76) tükettikleri ortaya konmuştur. Tüketicilerin %1,82’si ilkbaharda ve sonbaharda balık tüketirken yaz mevsiminde tüketenlerin oranı %0,60’dır (Çizelge 5.73).

Birçok çalışmada tüketicilerin balık etini en fazla kış mevsiminde tükettikleri saptanmıştır (Erdal ve Esengün, 2008; Adıgüzel ve ark., 2009; Karakaş, 2010).

Çizelge 5.74’de tüketicilerin balık tükettikleri öğünler verilmiştir.

Çizelge 5.74. Balık tüketilen öğünler

Öğünler	Frekans	%
Akşam	313	94,85
Öğle	17	5,15
Toplam	330	100

Bu çalışmada tüketicilerin %94,85'i akşam yemeğinde balık tüketmekte iken %5,15'i öğle yemeğinde balık tüketmektedir. Tüketicilerin sabahları balık tüketmedikleri belirlenmiştir (Çizelge 5.74).

Birçok çalışmada tüketicilerin balığı en fazla akşam yemeğinde tükettikleri saptanmıştır (Adıgüzel ve ark., 2009; Karakaş, 2010).

5.5.5. Tüketilen deniz balığı çeşitleri

Çizelge 5. 75'de tüketicilerin tükettikleri deniz balığı çeşitleri verilmiştir.

Çizelge 5.75. Tüketilen deniz balığı çeşitleri

Balık çeşitleri	Frekans	%
Hamsi	257	77,88
Mezgit	16	4,85
Levrek	5	1,52
İstavrit	11	3,33
Palamut	9	2,73
Barbun	4	1,21
Kefal	2	0,60
Uskumru	2	0,60
Çipura	9	2,73
Lüfer	6	1,82
Çinekop	3	0,91
Somon	6	1,82
Toplam	330	100,00

Amasya ili merkez ilçede en çok tüketilen deniz balığı çeşidi hamsidir. Hamsi fiyatları haftalık hatta günlük değişmektedir. Bu fiyat değişiminin sebepleri ise pazara gelen balıkların hemen satılmak istenmesidir. Sabahları pazara gelen balıkların fiyatları akşama doğru yarı fiyatına kadar düşmektedir. Amasya ilindeki tüketicilerin %69,64'ünün hamsi tükettiği, hamsiyi %4,85'le mezgit, %3,33'le istavrit, %2,73'le çipura ve palamut, %1,82 ile somon ve lüfer, %1,52 ile levrek, %1,21 ile barbun, %0,91'le çinekop ve %0,60 ile kefal ve uskumru izlemiştir (Çizelge 5.75).

Türkiye deniz ürünleri üretiminin %70'den fazlası Karadeniz'de gerçekleşmektedir. Deniz ürünleri üretiminin önemli kısmını oluşturan hamsi, istavrit, sardalye ve palamut pelajik balıklar olup büyük sürüler halinde gezmekte ve çok miktarda avlanabilmektedirler. Yalnız hamsinin toplam deniz ürünleri içindeki payı %60'lar civarındadır. Karadeniz bölgesinden yapılan su ürünleri üretiminde en fazla paya sahip olan hamsi üretiminde görülen azalmalar, toplam üretimde de çok önemli düşüslere yol açmaktadır. Halkımızın beslenmesinde önemli bir yer tutan hamsi, balık unu ve yağı fabrikalarının da en önemli hammaddesidir (Seyhan ve ark., 1996).

Tokat ilinde yapılan bir araştırmada, tüketilen balık miktarlarının %75,38'inin (7,02 kg/kişi) deniz ve %24,62'sinin (2,29 kg/kişi) iç su balıklarından oluştuğu saptanmıştır. 2000 yılında Avrupa'da halkın %86'sı deniz, %11'i ise kültür orijinli balık tüketmişlerdir (Saygı ve ark., 2006).

Tokat ilinde yapılan başka bir çalışmada incelenen ailelere "en fazla hangi balık ya da balıkları tüketirsiniz" diye sorulmuştur. Ailelerin %65'inin yalnızca hamsiyi, %19'unun ise hamsi başta olmak üzere diğer (alabalık, istavrit, çipura, palamut) balıkları da tükettiği, %7'sinin yalnızca alabalık, %9'unun ise hamsi ve alabalık dışında diğer (istavrit, palamut, kefal, mezgıt) balıkları tükettiği belirlenmiştir (Erdal ve Esengün, 2008).

Tokat ili kentsel alanda gerçekleştirilen diğer bir çalışmada; tüketicilerin %69,64'ünün hamsi tükettiği, mezgıt'in %5,85 ortalama kg fiyatı (11,13 TL), çinekop'un %4,46 (8,50 TL), levrek'in %3,90 (7,25 TL), istavrit'in %4,18 (3,5 TL), palamut'un %3,34 (11 TL), kalkan'ın %2,23 (12,5 TL), somon'un %1,95 (12 TL), lüfer'in %1,67 (12,5), kefal'in %1,11 (4,5 TL), barbun'un %0,84 (7 TL) ve uskumru'nun %0,84'lük (17 TL) tüketim payına sahip oldukları belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.5.6. Tüketilen tatlı su balığı çeşitleri

Çizelge 5.76'da tüketicilerin tükettikleri tatlı su balığı çeşitleri verilmiştir.

Çizelge 5.76. Tüketilen tatlı su balığı çeşitleri

Balık çeşitleri	Frekans	%
Sazan	14	9,46
Yayın	43	29,05
Alabalık	81	54,73
Tatlı Su Kefali	5	3,38
Kayabalığı	2	1,35
Gümüş	3	2,03
Toplam	148	100,00

Amasya ili merkez ilçede balık eti tüketenler içinde tatlı su balığı tüketmeyenler de (%55,15) bulunmaktadır. Tatlı su balığı tüketen tüketicilerden %54,73'ü alabalık tüketmektedir. Amasya'da yetişen yayın %29,05 tüketim payına sahiptir. Sazan balığı tüketimi %9,46, tatlı su kefali %3,38, gümüş %2,03 ve kayabalığı tüketimi ise %1,35 olarak belirlenmiştir (Çizelge 5.76).

Adıgüzel ve arkadaşlarının Tokat ilinde yapmış olduğu araştırmada; en fazla iç su balıkları (özellikle alabalık ve sazan) tüketilmektedir. Tüketilen balıklar daha çok sabit satıcıdan satın alınmaktadır. Ailelerin çoğunluğunun balık tüketimlerinin normal olduğu ve daha çok kışın balık tükettikleri belirlenmiştir. Balığın taze olması satın alınmasındaki en önemli faktör olarak belirlenmiştir. Ailelerin büyük çoğunluğu (%90,43) balığı taze olarak tüketmektedirler. Tüm aileler itibariyle iç su balık türlerini tüketen ailelerin %91,36'sı alabalık, %89,33'ü sazan, %100'ü kefal, %72,73'ü yayın, %75'i gümüş, %66,67'si ise kaya balığını tükettikleri tespit edilmiştir (Adıgüzel ve ark., 2009).

Tokat ilinde özellikle Almus barajı civarında tatlı su balıkçılığı yapan işletmelerde alabalık üretildiği ve en çok tüketilen tatlı su balığı çeşidinin alabalık olduğu tespit edilmiştir. Tokat ili kentsel alandaki tüketicilerin %67,00'sinin (6,35 TL) alabalık, %20,00'sinin (3,88 TL) sazan balığı, %5,67'sinin (3,25 TL) tatlı su kefali, %3,33'ünün (10 TL) Almus barajından avlanabilen yayın tükettiği ve Tokat'ta yetişen kızılkanat'ın %4,00 tüketim payına sahip olduğu belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.5.7. Balık eti satın alma sıklığı

Çizelge 5.77’de tüketicilerin balık eti satın alma sıklığı verilmiştir.

Çizelge 5.77. Balık eti satın alma sıklığı

	Frekans	%
Haftalık	98	29,70
On beş günde bir	115	34,85
Ayda bir	105	31,82
Özel günlerde	12	3,63
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada balık eti tüketen tüketicilerin %34,85’inin on beş günde bir, %31,82’sinin ayda bir, %29,70’inin haftada bir ve %3,63’ünün özel günlerde et satın aldıkları belirlenmiştir (Çizelge 5.77).

5.5.8. Balık eti tüketim şekilleri

Çizelge 5.78’de tüketicilerin balık eti tüketim şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.78. Balık eti tüketim şekilleri

	Frekans	%
Taze	330	100,00
Konserve	0	0,00
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada balık eti tüketen tüketicilerin tümü (%100,00) balık etini taze olarak tüketmektedirler. Konserve olarak tüketen tüketici bulunmamaktadır (Çizelge 5.78).

Tokat ili Almus ilçesinde ailelerin balık tüketim durumunu tespit etmek üzere yapılan çalışmada tüketicilerin; %90,43’ünün balığı taze olarak tüketmelerine karşın, %9,57’si işlenmiş (konserve) olarak tükettikleri belirlenmiştir (Adıgüzel ve ark., 2009).

5.5.9. Balık türleri tüketim şekilleri

Çizelge 5.79'da balık türleri tüketim şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.79. Balık türleri tüketim şekilleri

	Frekans	%
Tava	125	37,88
Izgara	109	33,03
Fırın	61	18,49
Kızartma	28	8,48
Buğulama	7	2,12
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada; tüketiciler balığı; %37,88'i tavada pişirmek suretiyle, %33,03'ü ızgara olarak, %18,49'u fırında, %8,48'i kızartma olarak ve %2,12'si buğulama olarak tüketmektedirler (Çizelge 5.79).

Tokat ilinde yapılmış bir çalışmada; ailelerin genel itibariyle daha çok tercih ettikleri balık tüketim şekli ızgara (İstavrit, lüfer, çinekop, palamut, çipura, mezgit, alabalık, sazan, kefal, yayın, gümüş, kayabalığı) olup, kızartma-tava (hamsi, barbunya, sardalye, çipura, gümüş, kayabalığı) ve fırın (levrek) usulü tüketimler de söz konusudur (Adıgüzel ve ark. 2009).

Bazı çalışmalarda balık tüketim şeklinin en fazla ızgara olduğu (Sayılı ve ark., 1999; Erdal ve Esengün, 2008), bazı çalışmalarda en fazla kızartma olduğu (Şen ve ark., 2008), bazılarında ise en fazla tavada pişirildiği saptanmıştır (Karakaş, 2010).

5.5.10. Balık temin şekilleri ve temin etme yeri tercih nedenleri

Çizelge 5.80'de tüketicilerin balık temin şekilleri verilmiştir.

Çizelge 5.80. Balık temin şekilleri

	Frekans	%
Kendi tutan	13	3,94
Sokak satıcısından satın alan	18	5,45
Sabit satıcı	289	87,57
Balık yetiştiricisinden satın alan	8	2,43
Diğer	2	0,61
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada tüketiciler balığı; %87,57'si sabit satıcıdan satın alarak, %5,45'i sokak satıcısından satın alarak, %3,94'ü kendisi tutarak, %2,43'ü balık yetiştiricisinden satın alarak ve %0,61'i de diğer yerlerden satın alarak temin etmiştir (Çizelge 5.80).

Adana ili kentsel alanda yapılan çalışma sonuçlarına göre, balık satın alan ailelerden %59'unun semt pazarından, %31'inin süpermarketten, %6'sının şarküteriden ve %4'ünün ise diğer alışveriş birimlerinden balık satın aldıkları belirlenmiştir (Şengül ve Emeksiz 1999).

Tokat'ta yapılan bir çalışmada; tüketilen deniz balıkları büyük çoğunlukla sabit satıcılardan satın alınmaktadır. Buna karşın iç su balıklarının satın alınmasında ise genellikle seyyar satıcılar tercih edilmektedir (Adıgüzel ve ark., 2009).

Birçok çalışmada tüketicilerin balığı en fazla sabit satıcıdan satın alarak temin ettikleri saptanmıştır (Sayılı ve ark., 1999; Erdal ve Esengün, 2008; Karakaş, 2010).

Çizelge 5.81'de tüketicilerin balık temin etme yeri tercih nedenleri verilmiştir.

Çizelge 5.81. Balık temin etme yeri tercih nedenleri

	Frekans	%
Güvenilir olması	92	27,88
Taze	176	53,33
Ekonomik	13	3,94
Ulaşımı kolay	30	9,09
Alışkanlık	19	5,76
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada tüketiciler balığı satın alma yeri olarak; %53,33'ü taze olmasından, %27,88'i güvenilir olmasından, %9,09'u ulaşımın kolay olmasından, %5,76'sı alışkanlıklarından ve %3,94'ü ekonomik olmasından dolayı tercih etmektedirler (Çizelge 5.81).

Tokat ilinde yapılan bir çalışmada; ailelerin balık satın alırken en fazla sabit balık satıcılarını (%85) tercih etmelerinin nedeni olarak ilk sırada taze olması (%80), ikinci sırada ise kolay bulunabilmesi (%65) gelmektedir. Diğer taraftan seyyar balık satıcılarını tercih eden %12'lik kesim, bu tercihini %61 oranında ucuz olmasından dolayı gerçekleştirdiğini ifade etmiştir (Erdal ve Esengün, 2008).

Tokat ili Almus ilçesinde ailelerin balık tüketim durumunu tespit etmek üzere yapılan çalışmada, balık satın almada etkili olan faktörleri önem düzeyine göre tüketiciler; %4,77'si taze olması, %4,20'si besin değeri, %4,03'ü üretim şekli, %3,66'sı kolay temin edilmesi, %3,45'i fiyatı, %3,41'i alışkanlık ve %3,31'i ağırlığı olarak belirtmişlerdir (Adıgüzel ve ark., 2009).

Tokat ili kentsel alanda yapılan bir araştırmada tüketiciler balık satın alma yeri tercih nedeni olarak en çok balık satın aldıkları yere güvendiklerinden (%29,00) dolayı satış yerini ve balığı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin balık temin yeri tercihlerinde; balığın taze olmasının (%26,00), ekonomik olmasının (%20,33), ulaşımının kolay olmasının (%15,00) ve alışkanlığın (%9,67) etkili olduğu belirlenmiştir (Karakaş, 2010).

5.5.11. Tüketicilerin balık eti fiyatlarını değerlendirmesi

Çizelge 5.82'de tüketicilerin balık eti fiyatlarını değerlendirmesi verilmiştir.

Çizelge 5.82. Tüketicilerin balık eti fiyatlarını değerlendirmesi

	Frekans	%
Ucuz	18	5,45
Normal	200	60,61
Pahalı	102	30,91
Çok Pahalı	10	3,03
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada; tüketicilerin %60,61'i balık eti fiyatlarını normal bulurken, %30,91'i pahalı bulmuş, %5,45'i fiyatı ucuz karşılamış ve %3,03'ü de çok pahalı bulduğunu belirtmiştir (Çizelge 5.82).

5.5.12. Balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebine olan etkisi

Çizelge 5.83'de balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebine olan etkisi verilmiştir.

Çizelge 5.83. Balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebine olan etkisi

	Frekans	%
Tamamen etkiler	48	14,54
Kısmen etkiler	171	51,82
Etkilemez	111	33,64
Toplam	330	100,00

Bu çalışmada balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %51,82'si kısmen etkilediğini, %33,64'ü hiç etkilemediğini ve %14,54'ü tamamen etkilediğini belirtmiştir (Çizelge 5.83).

5.5.13. Balık et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi

Çizelge 5.84'de balık eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki verilmiştir.

Çizelge 5.84. Balık eti tüketimi ile bazı kriterler arasındaki ilişki

		Balık Eti				χ^2	P	DF
		Tüketenler		Tüketmeyenler				
		(n)	%	(n)	%			
Gelir düzeyi	300-1300 TL	108	82,44	23	17,56	4,698	0,095	2
	1301-2300 TL	120	86,96	18	13,04			
	2301 TL +	102	91,89	9	8,11			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Toplam giderleri	250-950	95	84,07	18	15,93	7,028	0,030 CC=0,135	2
	951-1650	128	83,66	25	16,34			
	1651+	107	93,86	7	6,14			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Gıda harcamaları	50-300	136	81,44	31	18,56	8,624	0,013 CC=0,149	2
	301-550	127	89,44	15	10,56			
	551+	67	94,37	4	5,63			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Cinsiyeti	Kadın	159	86,89	24	13,11	0,001	0,981	1
	Erkek	171	86,80	26	13,20			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Medeni durum	Evli	260	89,35	31	10,65	6,823	0,009 CC=0,133	1
	Bekâr	70	78,65	19	21,35			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Eşi	Çalışan	146	91,82	13	8,18	2,259	0,133	1
	Çalışmayan	114	86,36	18	13,64			
	Toplam	260	89,35	31	10,65			
Eğitim	Okur-yazar değil	11	91,67	1	8,33	12,381	0,015 CC=0,178	4
	Okur-yazar	7	58,33	5	41,67			
	İlköğretim	131	90,34	14	9,66			
	Ortaöğretim	119	88,15	16	11,85			
	Yükseköğretim	62	81,58	14	18,42			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Meslek	İşçi	47	81,03	11	18,97	6,305	0,613	8
	Memur	50	89,29	6	10,71			
	Çiftçi	11	100,00	0	0,00			
	Serbest	31	81,58	7	18,42			
	Emekli	36	87,80	5	12,20			
	Ev hanımı	113	88,98	14	11,02			
	Esnaf	31	86,11	5	13,89			
	İşsiz	2	66,67	1	33,33			
	Diğer	9	90,00	1	10,00			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Yaş	18-30 Yaş	81	82,65	17	17,35	2,192	0,334	2
	31-43 Yaş	126	87,50	18	12,50			
	44+ Yaş	123	89,13	15	10,87			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			
Hanehalkı sayısı	1-2	42	72,41	16	27,59	13,873	0,001 CC=0,188	2
	3-4	170	87,63	24	12,37			
	5+	118	92,19	10	7,81			
	Toplam	330	86,84	50	13,16			

Not: Khi-kare testi %5 anlamlılık düzeyine göre incelenmiştir.

Balık eti tüketiminin gelir düzeyiyle ($P>0,05$), cinsiyetle ($P>0,05$), eşin çalışma durumuyla ($P>0,05$), meslekle ($P>0,05$) ve yaşla ($P>0,05$) bir ilişkisi olup olmadığı istatistiksel olarak Khi-kare analizi ile incelenmiş ve bir ilişki saptanamamıştır (Çizelge 5.84).

Balık eti tüketimi ile toplam giderler arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı Khi-kare testi ile incelenmiştir (Çizelge 5.84). Yapılan Khi-kare testi 0,030 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,135'dir. Toplam giderlerin artmasıyla balık eti tüketimi de artmıştır. Toplam giderleri yüksek olan tüketiciler gelir seviyeleri de yüksek olduğu için balık eti tüketmektedirler.

Balık eti tüketimi ile gıda harcamaları arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Çizelge 5.84). Yapılan Khi-kare testi 0,013 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,149'dur. Balık eti tüketimi ile gıda harcamaları arasında doğrusal bir ilişki olduğu söylenebilir.

Balık eti tüketimi ile medeni durum arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı Khi-kare testi ile incelenmiştir (Çizelge 5.84). Yapılan Khi-kare testi 0,009 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,133'dür. Evli olan tüketicilerin bekâr olan tüketicilere göre daha çok balık eti tükettikleri tespit edilmiştir.

Balık eti tüketimi ile eğitim durumunun istatistiksel açıdan ilişkisi olup olmadığı Khi kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 5.84). Yapılan analiz sonucunda balık eti tüketimi ile eğitim arasında istatistiksel açıdan bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,178'dir. Eğitim durumu yükseldikçe balık eti tüketimi artmaktadır. Bunun sebebi eğitim durumunun artmasıyla tüketicilerin gelir seviyeleri ve bilgi bilinç düzeylerinin de artması olabilir.

Balık eti tüketimi ile hanehalkı sayısı arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir (Çizelge 5.84). İstatistiksel olarak analiz 0,001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (CC) 0,188'dir. Hanehalkı sayısı arttıkça balık eti tüketimi de artmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et ve et ürünleri tüketim alışkanlıkları, kırmızı et, kanatlı eti ve balık eti olarak incelenmiştir. Ayrıca tüketicilerin gıda güvenlik araçlarına dikkat edip etmeme durumları karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır.

Amasya ili merkez ilçedeki tüketicilerin ortalama geliri 2 026,59 TL iken ortalama giderleri 1 462,51 TL olarak hesaplanmıştır. Amasya ili merkez ilçedeki tüketim harcaması Türkiye'de kırsal alan ortalama tüketim harcamasına yakın bir değere sahiptir. Tüketicilerin ortalama gıda masrafları 426,96 TL olarak tespit edilmiştir. Tüketicilerin gelir durumu iyileştikçe hanehalkı genişliği artmaktadır.

Tüketicilerin eğitim durumları incelendiğinde ankete katılanların %38,20'sinin ilköğretim mezunu, %35,50'sinin ortaöğretim mezunu, %20,20'sinin yükseköğretim mezunu, %3,20'sini okur-yazarlar olduğu, %3,20'sinin de okur-yazar olmadığı belirlenmiştir. Tüketicilerin ailelerinde ortalama hanehalkı genişliği 3,94 olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin ortalama yaşı 40,03 olarak bulunmuştur. Ankete katılan kadın tüketicilerin ortalama yaşının 38,84, erkeklerin ortalama yaşının 41,13 olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin %48,20'si kadın, %51,80'i erkektir. Tüketicilerin %76,60'ı evli, %23,40'ı bekâr statüdedir.

Tüketiciler mesleklerine göre ele alındıklarında; %33,40'ı ev hanımı, %15,30'u işçi, %14,70'i memur, %10,80'i emekli, %10,00'u serbest çalışan, %9,50'si esnaf, %2,60'ı diğer, %2,30'u çiftçi ve %0,80'i işsizlerdir. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu ev hanımıdır.

Tüketici ailelerin yaklaşık %15,30'unun 1 veya 2 bireye sahip olduğu, %51,10'unun 3 veya 4 bireye sahip olduğu ve %33,70'inin 5 ve üzeri bireye sahiptir. %54,60'ının eş çalışırken, %45,40'nın eşinin çalışmadığı gözlenmiştir.

Tüketicilerin oturdukları evin mülkiyet durumuna göre değerlendirildiğinde; %63,20'si ev sahibi, %34,40'ı da kiracı durumdadır. Araç mülkiyet durumuna göre de; %53,20'si araç sahibi ve %46,80'i de araç sahibi değildir.

Tüketicilerin ailelerinde çoğunlukla baba (%38,16) alışveriş yapmaktadır. Babanın alışveriş yapmadığı durumlarda en çok anne (%25,79) alışveriş yapmaktadır. Tüketici ailesinde anne ve baba birlikte (%23,68) üçüncü sırada alışveriş yaparken, bekâr olup kendisi alışveriş yapanlar (%7,37) ve yetişkin çocuklar (%5,00) ile en az alışveriş yapan gruptur.

Çalışmaya katılan tüketicilerin %81,58'i kırmızı et tüketmekte iken, %18,42'si çeşitli nedenlerle kırmızı et tüketmemektedir. Kırmızı et tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 146,90 TL iken, değişik nedenlerle kırmızı et tüketemeyenlerin gelir seviyesi ortalama 1 493,79 TL'dir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı kişi başına kırmızı et tüketim miktarı 4,09 kg/yıl olarak belirlenmiştir. Aylık gelir gruplarına göre kişi başına kırmızı et tüketim miktarları sırasıyla, I. Grup 0,28 kg/ay, II. Grup aylık 0,32 kg/ay, III. Grup 0,43 kg/ay'dır.

Tüketicilerin %57,14'ü ekonomik nedenler, %21,43'ü kırmızı et sevmediğinden, %14,28'i sağlık, %4,29'u vejetaryen olmaları ve %2,86'sı diyetle olmaları nedeni ile kırmızı et tüketmemektedirler. Ekonomik nedenlerle düzenli kırmızı et tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı da %10,53, kırmızı et sevmediğinden düzenli kırmızı et tüketmeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %3,95, sağlık nedeniyle düzenli kırmızı et tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %2,63, vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,79 ve diyetle olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53'lik bir paya sahiptir.

Tüketicilerden %73,55'i sağlıkları için yeterli miktarda kırmızı et tüketirken, %26,45'i yetersiz kırmızı et tüketmektedirler. Sağlıkları için yeterli miktarda kırmızı et tüketemediğini düşünen tüketicilerin %58,53'i gelir yetersizliğini gerekçe göstermiştir. Bunu %12,20 ile eşit paylı olarak önemsememe, sağlık sorunları ve ailede sevmeyen olması izlemektedir.

Tüketiciler kırmızı et tüketim miktarını arttıran araç olarak; %40,32'si gelir düzeyinin artmasını, %26,77'si mevsimi, %20,97'si indirim günlerini, %10,65'i arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevreyi ve %1,29'u reklamları neden olarak belirtmiştir.

Tüketicilerin kırmızı et satın alma kararını %31,93 baba, %30,65 anne ve baba birlikte, %27,74 anne, %5,81 bekâr olup kendisi ve %3,87 yetişkin çocuklar karar vermektedir. Kırmızı et alışverişini ise sırasıyla; %50,00 ile baba, %21,94'le anne, %18,06 ile anne ve baba birlikte, %5,81'le bekâr olup kendisi ve %4,19'la yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir.

Tüketicilerin kırmızı et tercih nedenleri içinde lezzetli bir besin olması tüketiminde (%52,26) birinci sırada yer alan bir faktördür. İkinci sırada ise tüketicilerin %25,48'i kırmızı eti besin değerinin yüksek olması yani sağlık nedeni ile tercih etmektedir. Alışkanlıklar (%19,03) üçüncü sırada, ucuz olması nedeniyle tercih etmeleri (%1,29) dördüncü sırada yer alan bir faktör ve kolay temin edilebilirlik ve diğer nedenler ise (%0,97) en son sırada gelen faktörlerdir.

Tüketiciler kırmızı eti özellikle %47,10'u kışın, %31,29'u yazın, %10,97'si sonbahar ve %10,64'ü ilkbahar mevsiminde satın almaktadır. Tüketiciler kırmızı eti %66,45'i kasaplardan, %29,35'i marketlerden temin ederken, %3,23'ü canlı hayvan alıp kesmeyi ve %0,97'si de diğer yerleri tercih etmişlerdir.

Tüketicilerin kırmızı et satın alma yeri tercihlerine göre en çok tazelik ve kaliteye (%62,26) önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık (%17,42), hijyen (%10,65), alışveriş merkezinin yakın mesafede bulunması (%5,48), ucuzluk (%3,87) ve diğer nedenler (%0,32) tüketicilerin tercih nedenleri arasındadır.

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde yapılan bu çalışmada; ankete katılan tüketicilerin büyük bir kısmı dana eti (%64,84) tüketmektedirler. Ayrıca tüketicilerin %19,68'i sığır eti, %7,42'si koyun eti, %5,16'sı kuzu eti ve %2,90'ı keçi eti tüketmeyi tercih etmektedirler.

Tüketicilerin kırmızı eti %49,35'i kıyma, %48,71'i parça et ve %0,97'si sakatat olarak tüketmektedirler. Tüketicilerin %50,00'sinin ayda bir, %30,32'sinin on beş günde bir, %16,13'ünün haftada bir ve %3,55'inin özel günlerde kırmızı et satın aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin %64,19'u hem sebzeli yemeklerde hem de sade et yemeği olarak (ızgara mangal), %27,42'si sebzeli yemeklerde ve %8,39'u sade et yemeği olarak (ızgara mangal) kırmızı et tüketmektedirler.

Kırmızı et satın alanların %57,42'si fiyat karşılaştırması yaparken, %42,58'i fiyat karşılaştırması yapmamaktadır. Tüketicilerin %49,03'ü kırmızı et fiyatlarını pahalı bulurken, %36,45'i fiyatı normal karşılamış, %13,55'i ise çok pahalı bulmuştur. Kırmızı etin ucuz olduğunu düşünenlerin oranının %0,97 gibi çok düşük bir değerde bulunması tüketimin artırılması için satın alma gücünün artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Kırmızı et fiyatlarındaki olası bir artışın kırmızı et talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %53,23'ü kısmen etkilediğini, %28,06'sı tamamen etkilediğini ve %18,71'i hiç etkilemediğini belirtmiştir.

Tüketiciler işlenmiş kırmızı et ürünlerinden en çok sucuk tüketmektedirler (%77,10). Salam tüketenler %12,26, sosis tüketenler %6,77 ve diğer tercihi olanlar %3,87 olarak belirlenmiştir.

Kırmızı et tüketicilerinin %73,55'i satın alırken ambalaja dikkat etmekte, %26,45'i ambalaja dikkat etmemektedirler. Ambalaj bilgilerinden ise %75,00'i kırmızı et ürünlerinin son kullanma tarihine, %15,35'i Tarım Bakanlığı onayına, %8,33'ü gıda güvenlik araçlarına, %1,32'si diğer unsurlara dikkat etmektedirler. Kırmızı ette hiç dikkat edilmeyen ambalaj bilgisinin ise tabii olunan tebliğ olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerinin işlenmiş kırmızı et tüketirken gıda güvenlik araçlarından %63,16'sı ISO 9001-2000'e, %31,58'i ISO 22000-HACCP'e, %5,26'sı ISO 14001'e dikkat etmektedirler.

Tüketicilere deli dana hastalığının kırmızı et tüketimine etkileri sorulmuştur ve tüketicilerin %56,45'i kırmızı et tüketim alışkanlıklarının değişmediğini, %43,55'i ise

değiştirdiğini belirtmiştir. Deli dana hastalığı nedeniyle kırmızı et tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerden %73,33'ü kanatlı etine yönelmiş, %21,48'i balık etine yönelmiş ve %5,19'u da diğer olarak belirtmiştir.

Kurbanlık hayvan tercihlerini sığırdan yana kullananlar %68,39'dur. Bu tercihlerin sebebinin ise keçi etinin sert olması, kokusundan hoşlanmamaları ve koyun etinin çok yağlı olması olarak belirtmişlerdir. Kurbanlık sığır kesimlerinde birkaç aile bir araya gelip sığır almakta, dolayısıyla kişi başına daha çok et düşmekte ve et daha ucuza gelmektedir. İkinci sırada tercih edilen kurbanlık hayvan (%17,74) koyundur. En az tercih edilen kurbanlık hayvan (%4,12) keçidir. Bunların yanında hiç kurban almayan (%8,61) kesim de bulunmaktadır. Kurban alamayan kesime de komşularının bağış yaptıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin %63,51'i kurbanlık hayvanı yetiştiriciden, %31,23'ü hayvan pazarından satın alırken %5,26'sı da kurbanlık hayvanı kendisi yetiştirmektedir. Ankete katılan tüketicilerin %75,00'i kurban kestğini belirtmiştir. Kurbanlık et, tüketicilerin %20,70'inin 3 ay, %16,49'unun 2 ay, %14,74'ünün 1 ay, %13,64'ünün 4 ay, %13,33'ünün 6 ay, %10,18'inin 5 ay, %3,16'sının 12 ay, %2,46'sının 6 ay ve %1,75'inin 8 ay, 9 ay ve 10 ay ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

İthal kırmızı et tüketenlerin oranı %14,84, tüketmeyenlerin oranı %85,16'dır. İthal kırmızı eti tercih nedenleri içinde tüketicilerin %56,52'si alışkanlık, %23,92'si ucuz olması, %10,87'si de lezzetli olması, %6,52'si sağlık ve %2,17'si kolay temin edilmesi nedeniyle tercih etmektedirler.

Yapılan Khi kare testinde kırmızı et tüketimi ile gelir düzeyi, toplam giderler, gıda harcamaları, eğitim düzeyi, meslek grupları ve hanehalkı sayısı arasında önemli bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan tüketicilerin %94,47'si kanatlı eti tüketmekte iken, %5,53'ü çeşitli nedenlerle kanatlı eti tüketmemektedir. Kanatlı eti tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 007,12 TL iken, değişik nedenlerle kanatlı eti tüketmeyenlerin gelir seviyesi ortalama 2 359,52 TL'dir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı kişi başına tüketilen tavuk eti miktarı 5,18 kg/yıl olarak hesaplanmıştır. Aylık kişi başı kanatlı eti tüketim

miktarı sırasıyla I. Grup 0,38 kg/ay, II. Grup 0,42 kg/ay, III. Grup 0,50 kg/ay'dır. Bu miktar Türkiye ortalamasından (16,04 kg/yıl) oldukça düşüktür.

Tüketicilerin %61,91'i sağlık, %28,57'si kanatlı eti sevmediğinden ve %9,52'si vejetaryen olmaları nedeni ile kanatlı eti tüketmemektedirler. Sağlık nedeniyle düzenli kanatlı eti tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %3,42, kanatlı eti sevmediğinden düzenli kanatlı eti tüketmeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %1,58 ve vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53'lük bir paya sahiptir.

Tüketicilerden %84,68'i sağlıkları için yeterli miktarda kanatlı eti tüketirken, %15,32'si yetersiz kanatlı eti tüketmektedirler. Sağlıkları için yeterli miktarda kanatlı eti tüketemediğini düşünen tüketicilerin %54,55'i gelir yetersizliğini gerekçe göstermiştir. Bunu %25,45'le önemsememe, %16,36 ile ailede kanatlı etini sevmeyen birey bulunması ve %3,64 ile sağlık sorunları izlemektedir.

Tüketiciler kanatlı eti tüketim miktarını arttıran araç olarak; %33,98'i gelir düzeyinin artmasını, %28,13'ü mevsimi, %25,35'i indirim günlerini, %10,87'si arkadaş, komşu, misafir gibi sosyal çevreyi ve %1,67'si reklamları neden olarak belirtmiştir.

Tüketicilerin kanatlı eti satın alma kararını %29,80 baba, %29,53 anne, %29,25 anne ve baba birlikte, %6,41 bekâr olup kendisi ve %5,01 yetişkin çocuklar karar vermektedir. Kanatlı eti alışverişini ise sırasıyla; %45,40 ile baba, %23,96 ile anne, %19,22 ile anne ve baba birlikte, %6,13 ile bekâr olup kendisi ve %5,29 ile yetişkin çocuklar gerçekleştirmiştir.

Tüketicilerin kanatlı eti tercih nedenleri içinde birinci sırada %30,64'ü kanatlı etini ucuz olması sebebiyle tercih etmektedirler ki kanatlı eti kırmızı ete oranla çok daha ucuzdur. %29,25'i lezzetli olması, %24,79'u sağlık, %11,42'si alışkanlık, %3,62'si kolay temin edilmesinden ve %0,28'i de diğer nedenlerden dolayı tercih etmektedirler.

Tüketiciler kanatlı eti özellikle %57,38'i yazın, %21,17'si kışın, %13,37'si ilkbahar ve %8,08'i sonbahar mevsiminde satın almaktadır. Tüketiciler kanatlı eti %50,70'i marketler-süpermarketlerden, %48,47'si tavuk marketlerden temin ederken, %0,83'ü ise kanatlı hayvanını canlı alıp kesmektedirler.

Tüketicilerin kanatlı eti satın alma yeri tercihlerine göre en çok tazelik ve kaliteye (%55,99) önem verdikleri anlaşılmıştır. Alışkanlık (%15,88), hijyen (%10,31), ucuzluk (%8,91), alışveriş noktasının yakın mesafede bulunması (%8,35) ve diğer nedenler (%0,56) tüketicilerin tercih nedenleri arasındadır.

Tüketiciler kanatlı etinden en çok tavuk etini (%99,16) tercih etmektedirler. Kanatlı etinin içinde tavuk tüketiminin fazla olması diğerlerine oranla üretiminin ve lezzetinin çok, ulaşımının kolay olmasından kaynaklanmaktadır. Tüketilen diğer kanatlı eti çeşitleri hindi (%0,84) etidir. Araştırmaya katılan tüketiciler içersinde devekuşu, ördek, kaz ve diğer kanatlı eti tüketimine rastlanmamıştır.

Tüketicilerin %51,81'i kanatlı etini bütün olarak satın almakta, %47,35'i parça, %0,56'sı sakatat ve %0,28'i de sucuk, sosis, salam vb olarak tüketmektedir ve tüketicilerin %37,61'inin on beş günde bir, %30,64'ünün haftada bir ve ayda bir, %1,11'inin de özel günlerde kanatlı eti satın aldıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin %30,92'si sade et yemeği olarak (ızgara mangal), %29,53'ü pilavlarda, %23,12'si hem sebze yemeklerde hem sade et yemeği olarak (ızgara mangal) hem de pilavlarda, %15,32'si sebze yemeklerde ve %1,11'i de diğer şekillerde kanatlı eti tüketmektedirler.

Kanatlı eti satın alanların %61,28'si fiyat karşılaştırması yaparken %38,72'si fiyat karşılaştırması yapmamaktadır. Tüketicilerin %80,50'si kanatlı eti fiyatlarını normal bulurken, %13,09'u pahalı bulmuş, %5,57'si fiyatı ucuz karşılamış ve %0,84'ü de çok pahalı bulmuştur. Kanatlı etinin çok pahalı olduğunu düşünenlerin oranının çok düşük değerinde bulunması, yüksek fiyattan satılan kırmızı ete alternatif olarak kanatlı etinin güncelliğini uzun dönemde de koruyacağını göstermektedir.

Kanatlı eti fiyatlarındaki olası bir artışın kanatlı eti talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %60,72'si kısmen etkilediğini, %27,58'i hiç etkilemediğini ve %11,70'i tamamen etkilediğini belirtmiştir.

Tüketiciler ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünlerinden en çok bütün piliç tüketmektedirler (%51,26). Parça piliç tüketenler %42,90, sucuk tüketenler %5,27, salam tüketenler %1,11 ve diğer tercihi olanlar %1,11 olarak belirlenmiştir. Tüketiciler ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti ürünlerinden sosis tüketmemektedirler.

Kanatlı eti tüketicilerinin %89,42'si satın alırken ambalaja dikkat etmekte, %10,58'i ambalaja dikkat etmemektedirler. Ambalaj bilgilerinden ise %77,26'sı kanatlı eti ürünlerinin son kullanma tarihine, %14,64'ü Tarım Bakanlığı onayına, %4,98'i gıda güvenlik araçlarına ve %3,12'si diğer bilgilere dikkat etmektedirler. Kanatlı eti tüketicilerinden hiçbiri ambalaj bilgilerinden tabii olunan tebliğe dikkate etmemektedirler. Tüketicilerinin dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tüketirken gıda güvenlik araçlarından %68,75'i ISO 9001-2000'e, %25,00'ü ISO 22000-HACCP'e, %6,25'i ISO 14001'e dikkat etmektedirler.

Tüketicilere kuş gribinin kanatlı eti tüketimine etkileri sorulmuştur ve tüketicilerin %52,92'si kanatlı eti tüketim alışkanlıklarının değişmediğini, %47,08'i ise değiştiğini belirtmiştir. Kuş gribinin ortaya çıkmasıyla kanatlı eti tüketim alışkanlığının değiştiğini belirten tüketicilerden %60,36'sı balık etine yönelmiş, %28,99'u kırmızı ete yönelmiş ve %10,65'i de diğer olarak belirtmiştir. Herhangi bir nedenle kanatlı eti tüketiminin kısıtlandığı dönemlerde, tüketicilerin ucuz ve sağlıklı olması nedeniyle öncelikli olarak balık etine yöneldiği görülmüştür.

Yapılan Khi kare testinde kanatlı eti tüketimi ile sadece hanehalkı sayısı arasında önemli bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan tüketicilerin %86,84'ü balık eti tüketmekte iken, %13,16'sı çeşitli nedenlerle balık eti tüketmemektedir. Balık eti tüketenlerin gelir seviyesi ortalama 2 091,89 TL iken, değişik nedenlerle balık eti tüketemeyenlerin gelir seviyesi ortalama

1 595,60 TL'dir. Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkı üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada kişi başına tüketilen balık miktarı 5,06 kg/yıl olarak hesaplanmıştır. Aylık kişi başı balık eti tüketim miktarı sırasıyla I. Grup 0,37 kg/ay, II. Grup 0,44 kg/ay, III. Grup 0,45 kg/ay'dır.

Tüketicilerin %62,00'si balık eti sevmediğinden, %34,00'ü ekonomik nedenlerle ve %4,00'ü de vejetaryen olmaları nedeni ile balık eti tüketmemektedirler. Balık eti sevmediğinden düzenli balık eti tüketemeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %8,16, ekonomik nedenlerle düzenli balık eti tüketmeyenlerin tüm tüketiciler içerisindeki oranı %4,47 ve vejetaryen olanların tüm tüketiciler içerisindeki oranı %0,53'lük bir paya sahiptir.

Tüketicilerden %73,03'ü sağlıkları için yeterli miktarda balık eti tüketirken %26,97'si yetersiz balık eti tüketmektedirler. Sağlıkları için yeterli miktarda balık eti tüketemediğini düşünen tüketicilerin %47,19'u gelir yetersizliğini gerekçe göstermiştir. Bunu %20,23'le önemsememe, %19,10'la ailede balık eti sevmeyen birey bulunması, %6,74'le ailenin sevmemesi, %4,49'la diğer nedenler ve %2,25'le sağlık sorunları izlemektedir.

Tüketicilerin balık eti satın alma kararını %45,76 baba, %23,03 anne ve baba birlikte, %20,61 anne, %6,06 yetişkin çocuklar ve %4,54 bekâr olup kendisi karar vermektedir. Karar verme aşamasında tek başına yetişkin çocukların ve bekârların etkisi sınırlı düzeydedir. Balık eti alışverişini ise sırasıyla; %63,64'le baba, %14,24 ile anne, %10,00 ile anne ve baba birlikte, %6,97 ile yetişkin çocuklar ve %5,15'le bekâr olup kendisi gerçekleştirmiştir.

Tüketiciler balık eti tercih nedeni olarak %43,94'ü balık etini lezzetli olması, %27,88'i besin değeri yüksek olması, %9,40'ı kolesterolü düşük olması, %6,67'si ucuz olması, %6,36'sı alışkanlıklarından dolayı, %2,42'si kolay bulunması ve kaliteye güvendiklerinden dolayı ve %0,91'i de diğer nedenlerden tercih etmişlerdir.

Balık eti tüketiminde mevsimlerin etkisi incelendiğinde, tüketicilerin balığı en çok kış mevsiminde (%95,76) tükettikleri ortaya konmuştur. Tüketicilerin %1,82'si ilkbaharda ve sonbaharda balık tüketirken yaz mevsiminde tüketenlerin oranı %0,60'dır. Balık tüketilen öğünlere göre tüketicilerin %94,85'i akşam yemeğinde balık tüketirken %5,15'i öğle yemeğinde balık tüketmektedir. Tüketicilerin sabahları balık tüketmedikleri belirlenmiştir.

Amasya ili merkez ilçede en çok tüketilen deniz balığı çeşidi hamsidir. Hamsi fiyatları haftalık hatta günlük değişmektedir. Bu fiyat değişiminin sebepleri ise pazara gelen balıkların hemen satılmak istenmesidir. Sabahları pazara gelen balıkların fiyatları akşama doğru yarı fiyatına kadar düşmektedir. Amasya ilindeki tüketicilerin %69,64'ünün hamsi tükettiği, hamsiyi %4,85'le mezgit, %3,33'le istavrit, %2,73'le çipura ve palamut, %1,82 ile somon ve lüfer, %1,52 ile levrek, %1,21 ile barbun, %0,91'le çinekop ve %0,60 ile kefal ve uskumru izlemiştir.

Balık eti tüketenler içinde tatlı su balığı tüketmeyenler de (%55,15) bulunmaktadır. Tatlı su balığı tüketen tüketicilerden %54,73'ü alabalık tüketmektedir. Amasya'da yetişen yayın %29,05 tüketim payına sahiptir. Sazan balığı tüketimi %9,46, tatlı su kefali %3,38, gümüş %2,03 ve kayabalığı tüketimi ise %1,35 olarak belirlenmiştir.

Balık eti tüketen tüketicilerin %34,85'i on beş günde bir, %31,82'si ayda bir, %29,70'i haftada bir ve %3,63'ü özel günlerde et satın almaktadırlar ve tüketicilerin tümü (%100,00) balık etini taze olarak tüketmektedirler. Konserve olarak tüketen tüketici bulunmamaktadır.

Tüketiciler balığı; %37,88'i tavada pişirmek suretiyle, %33,03'ü ızgara olarak, %18,49'u fırında, %8,48'i kızartma olarak ve %2,12'si buğulama olarak tüketmektedirler.

Tüketiciler balığı %87,57'si sabit satıcıdan satın alarak, %5,45'i sokak satıcısından satın alarak, %3,94'ü kendisi tutarak, %2,43'ü balık yetiştiricisinden satın alarak ve %0,61'i de diğer yerlerden satın alarak temin etmiştir. Balık satın alma yeri tercih nedeni olarak;

%53,33'ü taze olmasından, %27,88'i güvenilir olmasından, %9,09'u ulaşımın kolay olmasından, %5,76'sı alışkanlıklarından ve %3,94'ü ekonomik olmasından dolayı tercih etmektedirler.

Tüketicilerin %60,61'i balık eti fiyatlarını normal bulurken, %30,91'i pahalı bulmuş, %5,45'i fiyatı ucuz karşılamış ve %3,03'ü de çok pahalı bulmuştur. Balık eti fiyatlarındaki olası bir artışın balık eti talebini etkileyip etkilemediği sorulduğunda; tüketicilerin %51,82'si kısmen etkilediğini, %33,64'ü hiç etkilemediğini ve %14,54'ü tamamen etkilediğini belirtmiştir.

Yapılan Khi kare testinde balık eti tüketimi ile toplam giderler, gıda harcamaları, medeni durum, eğitim düzeyi ve hanehalkı sayısı arasında önemli bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Hayvansal gıdalardan et ve et ürünleri üretimini artırmaya yönelik çabaların yanında et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi büyük bir öneme sahiptir. Türkiye nüfusu hızlı bir şekilde artarken, beslenmede kullanılan kaynakların daha yüksek bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesi zorunludur.

Üreticilerin hayvansal ürünleri üretmek amacıyla; doğa, emek, sermaye ve yönetim yeteneği gibi kıt üretim faktörlerini kullanırken yapacakları tercihler konusunda tüketici kararları ile bunları etkileyen faktörlerin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle et ve et ürünleri sanayinde faaliyet gösteren kuruluşların üretim ve satış stratejilerinin öğelerinden birini tüketici ve tüketici davranışları oluşturur. Dolayısıyla sektör yöneticileri tüketicileri iyi tanımak ve onların çeşitli yönlerini incelemek zorundadır. Sektör yöneticilerinin belirtilen bu bilgilere sahip olabilmesi ancak tüketici davranışlarını belirlemeye yönelik araştırmalar yaparak geleceğe yönelik tahminlerde bulunmalarıyla mümkündür.

Amasya ili merkez ilçedeki hanehalkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada tüketici kitlesinin kimlerden oluştuğu, bunların istek ve ihtiyaçlarının neler olduğu, bu

istek ve ihtiyaçların ortaya çıkmasında ne gibi uyarıcıların etkili olduğu, satın alma sürecinin hangi aşamalardan oluştuğu, satın alma öncesi davranışların ne olduğu, nasıl satın almada buldukları ve bunları nasıl tükettikleri araştırılmıştır.

Et ve et ürünleri sektöründeki karar vericilerin oluşturacağı ve uygulayacağı strateji ve politikaların tutarlı olabilmesi için; politikaya konu olan sektörün durumunun çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Üretim faaliyetlerinin gerçekleşmesinde tüketiciler taleplerinin göz önünde bulundurulmasının önemsenmesi gerektiği, aksi halde büyük kaynak ve zaman ayrılarak uygulanan politikaların yerine ulaşamayacağı düşünülmektedir.

Sağlıklı bir toplum olmada ve yetiştirmede, kaliteli ve dengeli bir beslenme önemlidir. Bundan dolayı etkin yayım ve eğitim programları ile tüketicilerin sağlıklı ve bilinçli beslenmeye yönlendirilmesi gerekmektedir.

Et ve et ürünleri tüketimini yeterli miktarlara çıkararak, daha sağlıklı nesiller yetiştirebilmek için; hayvansal ürünlerin üretim maliyetlerini düşürücü, ürün piyasalarını düzenleyici ve tüketime teşvik edici tedbirlerin alınmasının büyük önem taşıyacağı belirtilebilir. Bunun yanı sıra et ve et ürünleri tüketiminin arttırılabilmesi için, milli gelir ve dolayısıyla kişi başına düşen gelir miktarını arttırıcı tedbirler de alınmalıdır.

Amasya ili merkez ilçeden elde edilen bu araştırma bulgularının, politika uygulayıcıları ve sektörde faaliyet gösteren perakendeciler için önemli bilgiler sağlaması beklenmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda, araştırma sonuçlarının özellikle et ve et ürünleri sektörü için üretim-pazarlama-tüketim zincirinin geliştirilmesinde, firmaların pazarlama stratejilerinin ve hedef kitlelerinin belirlenmesinde önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, F., Civelek, O., Sayılı, M. ve Büyükbay, E. O., 2009. Tokat ili Almus ilçesinde ailelerin balık tüketim durumu. GOÜ Ziraat Fak Dergisi, 26 (2), Tokat.
- 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.
- Alfnes, F., 2004. Stated preferences for imported and hormone-treated beef: application of a mixed logit model. European Review of Agriculture Economics, 31 (1), 19-37.
- Alphan, O., Ertuğrul, M. ve Bayraktaroğlu, E. A., 1993. 2000'li yıllar ve Türkiye kırmızı et üretimi. Hayvancılık 2000 "2000'lere Doğru Türkiye Hayvancılığı" Kongresi Tebliğleri, 9-10 Haziran, 1993, Ankara.
- Altunışık, R. ve Çallı, L., 2004. Plansız alışveriş (impulse buying) ve hazcı tüketim davranışları üzerine bir araştırma: satın alma karar sürecinde bilgi kullanımı. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, s. 231-240, Eskişehir.
- Anonim, 2001a. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Et ve Et Ürünleri Sanayi Alt Komisyon Raporu. 2635-ÖİK: 643. s. 98, Ankara.
- Anonim, 2001b. TZOB. Zirai ve İktisadi Rapor 1999-2000, Türkiye Ziraat Odaları Birliği Yayın No: 204, Ankara.
- Anonim, 2001c. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı. Su Ürünleri ve Su Ürünleri Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Su ve Su Ürünleri Sanayi Alt Komisyon Raporu. 2575-ÖİK: 588, Ankara.
- Anonim, 2007a. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013. Balıkçılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu. 2719-ÖİK: 672, Ankara.
- Anonim, 2007b. Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçılar Birliği (BESD-BİR). Beyaz Et Sanayicileri Derneği, Kanatlı Sektörü Özet Raporu.
- Anonim, 2009a. 2009 Yılı Faaliyet Raporu. Amasya Valiliği Yayınları, Amasya.
- Anonim, 2009b. Amasya Ekonomisi. Amasya Sanayi ve Ticaret Odası, Bilfem Ltd. Şti., Amasya.
- Anonim, 2009c. Et ve Balık Kurumu (EBK) 2009 Yılı Sektör Değerlendirme Raporu. s. 1.
- Anonim, 2010a. Türkiye'nin Tarım ve Hayvancılık Alanındaki Yapısal Analizi. İstanbul Ticaret Odası (İTO), s. 20, İstanbul.
- Anonim, 2010b. TÜİK, 2010. Hayvansal Üretim. TÜİK Haber Bülteni Sayı: 87, 18 Mayıs, 2010.
- Anonim, 2011a. <http://www.saglikvakfi.org.tr/html/zyy.asp?id=380> (14.10.2011).
- Anonim, 2011b. www.fao.org (24.10.2011).
- Anonim, 2011c. [www.dpt.gov.tr / Doc Objects/ Download /3175 /oik 670. pdf](http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3175/oik670.pdf), s. 70 (28.10.2011).
- Anonim, 2011d. <http://www.ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik643.pdf> (27.10.2011).
- Anonim, 2011e. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=8448> (14.10.2011).
- Anonim, 2011f. Amasya Valiliği. Amasya İli Stratejik Planı; 2007-2011, http://www.amasya.gov.tr/download/il_stratejik_plani.pdf (19.11.2011).
- Anonim, 2011g. <http://www.oka.org.tr/bolge-de-yatirim-olanaklari.asp?SayfaAltCatId=2> (20.11.2011).

- Anonim, 2011h. http://www.die.gov.tr/yillik/27_IBBS.pdf (19.11.2011).
- Anonim, 2011i. http://www.tuik.gov.tr/AltKategori.do?ust_id=11 (20.11.2011).
- Anonim, 2011i. İşkur: Amasya İli İl İstihdam ve Mesleki Eğitim Kurulu 2009 Yılı Faaliyet Raporu. <http://statik.iskur.gov.tr/tr/UPK2A/rakovski/05%20Amasya%20%20c4%b0li%20Faaliyet%20Raporu%202009.pdf> (20.11.2011).
- Anonim, 2011j. <http://amasya.meb.gov.tr/argeistatistik/istatistik1.asp?OgretimYili=2009&sayfa=ogrsayisi&ilsem=toplam> (20.11.2011).
- Anonim, 2011k. <http://www.cedgm.gov.tr/icdraporlari/amasyaicd2007.pdf> (20.11.2011)
- Anonim, 2011l. http://www.mta.gov.tr/v1.0/turkiye_maden/maden_potansiyel_2010/Amasya_Madenler.pdf (20.11.2011).
- Anonim, 2011m. <http://www.amasyasanayi.gov.tr/devami.asp?id=28> (21.11.2011).
- Anonim, 2011n. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6324> (21.11.2011).
- Anonim, 2012. 2011 Yılı Sektör Değerlendirme Raporu <http://www.ebk.gov.tr/istatistikler-icerik-268-1.htm> (18.11.2012).
- Antonides, G. ve Van Raaij, W. F., 1998. Consumer behaviour: a European perspective, John Wiley & Sons, New York.
- Atay, O., Gökdal, O., Aygün, T., Ülker, H., 2004. Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları. 4. Ulusal Zootehni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül, 2004, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi, s. 348-354, Isparta.
- Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Gökdal, O. ve Ülker, H., 2004. Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlığı. 4. Ulusal Zootehni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi, s. 361-364, Isparta.
- Baysal, A., 2002. Beslenme Kültürümüz. T.C.Kültür Bakanlığı, 3. Baskı, Ankara.
- Baysal, A., 2003. Sosyal eşitsizliklerin beslenmeye etkisi. CÜ Tıp Fak Derg, 25 Ekim, 2005, Biyologlar Derneği, Tam Metinler Kitabı, s. 66-72, Ankara.
- Burton, M. ve Young, T., 1996. The impact of BSE on the demand for beef and other Meats in Great Britain. Applied Economics, 28 (6), 687-693.
- Büyüknisan, O., 2008. Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı (Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Ceylan, M., 2006. Van İli Kentsel ve Kırsal Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketim Yapısı ve Tüketicilerin Satın Alma Eğilimleri (Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncüyıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Cankurt, M., Miran, B. ve Şahin, A., 2010. Sığır eti tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma: İzmir ili örneği. Hayvansal Üretim Dergisi, 51 (2), 16-23.
- Civaner, E., Ç., 2007. Kanatlı Etleri. T.C. Başbakanlık, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME).
- Çakı, S., 2007. Tavukçuluk sektörünün türk ekonomisindeki yeri ve durumu. Ege Akademik Bakış. 7 (1), 153-189, İzmir.
- Çetin, E. C., 2007. Yetişkin Tüketicilerin Besin Tercihleri ve Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutumları Üzerine Cinsiyet Faktörünün Etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çiçek, A. ve Erkan, O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri. GOPÜ., Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12 Ders Notları Serisi No: 6, Tokat.
- Çivi, H., Gürler, A. Z., Esengün, K., Karkacıoğlu, O., 1993. Tokat ili merkezinde yaşayan hanehalkının beyaz et tüketimi üzerine bir araştırma. GOÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 10 (1), 116-122.

- Demirel, Y. ve Yoldaş, M. A., 2005. Yeni ekonomide tüketici satın alma davranışlarını etkileyen faktörler. Pazarlama Dünyası Dergisi, 3, 60-64.
- Demirulus, H., Aydın, A. ve Kara, K., 1997. Broyler yetiştiriciliğinin geliştirilmesi açısından tavuk eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve irdelenmesi. Trakya Bölgesi 2. Hayvancılık Sempozyumu, 9-10 Ocak, 1997, s. 315-318, Tekirdağ.
- Dölekoğlu, Ö. C., 2003. Gıdalarda Kalite Güvenlik Sistemleri, TEAE Bakış, Sayı:3, Nüsha 2, ISSN 1303-8346, Ankara.
- Düzgüneş, O., Kesici, T. ve Gürbüz, F., 1983. İstatistik Metodları I. A.Ü. Ziraat F. Yay., 861, Ders Kitabı: 229. Ankara.
- Elbek, A.G., İşgören Emiroğlu, D. ve Saygı, H., 1997. "Balık tüketimi ve tüketimine yönelik survey". Akdeniz Balıkçılık Kongresi, 9-11 Nisan, 1997, Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi, s. 431-439, İzmir.
- Enneking, U., 2004. Willingness to pay for safety improvements in the German meat sector: the case of the Q&S label. European Review of Agricultural Economics, 31 (2), 205-223.
- Engindeniz, S. ve Çukur, F., 2003. İzmir ili Kemalpaşa ilçesinde şeftali üretiminin teknik ve ekonomik analizi üzerine bir araştırma. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 40 (2), 65-72.
- Erdal, G. ve Esengün, K., 2008. Tokat ilinde balık tüketimini etkileyen faktörlerin logit model ile analizi. E.Ü. Su Ürünleri Dergisi, 25 (3), 203-209.
- Erginel, N., 2001, ISO 14001 neler kazandırıyor? dünyada çevre yönetim sistemleri uygulayan kuruluşların kazanımları neler?. KALDER Forum, Temmuz-Ağustos-Eylül, İstanbul.
- Gaytancıoğlu, S., 1999. Tekirdağ Merkez İlçede Kanatlı Eti Tüketim Düzeyinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Gül, A. ve Şahin, K., 1998. Adana ilinde ailelerin tavuk eti alım ve tüketimi üzerine bir araştırma. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Sayı:1, Adana.
- Gündüz, M., 2002, Tarımda; güvenli, kaliteli, çevreye duyarlı, sosyal sorumluluk taşıyan küresel adil ticarete doğru, İGEME'den bakış. Tarım ve Gıda Özel Sayısı, 6 Ocak-Nisan, Sayı:20, s. 56-63, Ankara.
- Gündüz, O., Esengün, K. ve Göktolga, Z. G., 2006. Ailelerin et tüketimleri üzerine bir araştırma: Tokat ili örneği. VII. Tarım Ekonomisi Kongresi Cilt II. 13-15 Eylül, 2006, s. 1152-1160, Antalya.
- Güneş, S., 2002. Amasya Folklorü. Amasya Valiliği Kültür Yayınları, Nokta Ofset, Ankara.
- Gürbüz, A., 2007. 15-17.yy.'larda Amasya kalesi. Amasya Valiliği Yayınları, I. Amasya Sempozyumu Bildirileri, Amasya.
- Hanta, B. ve Yurdakul, O., 1994. Adana ili kentsel alanda hayvansal gıda tüketim yapısı. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10 (2), 169-184.
- Hatırlı, S. A., Demircan, V. ve Aktaş, A. R., 2004. Isparta ilinde ailelerin balık tüketiminin analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 9 (1), 245-256.
- Huyghebaert, G., 2003. Replacement of antibiotics in poultry. Eastern Nutrition Conference, 8-9 May, 2003, p. 55-78.
- Işıklar, N., 2010. Kırıkkale İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Tavuk Ürünleri Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya

- İçöz, Y., 2004. Talep Kavramı, Kırmızı Et ve Et Ürünlerinde Talebi Etkileyen Faktörler, T.E.A.E. Bakış, 2004. Sayı: 7, Nüsha:1, Aralık, 2004, s.1-4.
- Kaabia, M. B., Angulo, A. M. ve Gil, J. M., 2001. Health information and the demand for meat in Spain. 71st EAAE Seminar, Zaragoza-İspanya.
- Kan, A. ve Direk, M., 2004. Course of red meat prices in the Konya province. Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 18 (34), 35-40.
- Kara, M. K., Eydurhan, E., Özdemir, T. ve Zer, C., 2004. Van'da et ve ürünleri tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi Bildiri Kitabı, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi, s. 361-364, Isparta.
- Karabacak, A. ve Direk, M., 2007. Tarımda küreselleşme ve Türkiye. Journal of Azerbaijani, Studies: 486-499.
- Karakaş, G., 2010. Tokat İli Kentsel Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). GOP Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 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), 113-120.
- Kızılaslan, N. ve Kızılaslan H., 2008. Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Tokat ili örneği). U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), 67-74.
- Koç, A. A., 1995. Türkiye'de Kırmızı Et Arz ve Talebinin Ekonometrik Analizi ve Kırmızı Et Sanayi Yapısı İle İşleyişinin İncelenmesi (Doktora Tezi). Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Koç, A. A., Oğuz, C., 1997. Et tüketimi ve harcama esneklikleri: Konya ili şehir merkezinde bir yatay kesit çalışması. Turkish Journal of Agriculture and Forestry, 21, 157-164.
- Korkmaz, M., 2006. Tüketicilerin Tüketim Davranışları ve Tüketim Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Afyonkarahisar Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Lebe, F., 2006. Tüketici Davranış ve Tercihlerinin Analizi: Erzurum İçin Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Lorcu, F. ve Bolat, B. A., 2012. Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi. Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 9 (1), 71-85.
- Miran, B. ve Akgüngör, S., 2005. The effect of mad cow (BSE) scare on beef demand and sales loss: the case of İzmir. TÜBİTAK Turkish Journal Vet. Animal Science, 29, 225-231.
- Mutlu, S., 2007. Gıda Güvenirliği Açısından Tüketici Davranışları: Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketim Örneği (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Adana.
- Newbold, P., 1995. Statistics for Business and Economics. New Jersey: Prentice Hall.
- Okumuş, B. A. ve S., Bulduk, 2003. Tüketicilerin süpermarketlerdeki alışveriş alışkanlıkları ve ürün seçimini etkileyen etmenler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (4), 70-83.
- Özçiçek, C., 2003. Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği). T.C. Tarım ve Köyüleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yay. No: 105, s. 101, Ankara.

- Özdoğan, B., 1991. Amasya İli Merkez Ocağı Bölgesinde Beslenme Alışkanlıkları (Bilim Uzmanlığı Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Özer H. ve Lebe F., 2008. Çok sınıflı logit model ile Erzurum'da market tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. GÜ Sosyal Bil. D., 7 (2), 241-254.
- Özkan, B., 2000. Tüketicilerin perakendeci seçimi ve satın alma davranışları. Pazarlama Dünyası Dergisi, 82, 52-58.
- Özgül, E. ve Aksulu, İ., 2006. Ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler. Ege Akademik Bakış Dergisi, 6 (1), 1-10.
- Pekcan, G., 1998. Türkiye'de beslenme durumu. 5. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi Bildiri Özetleri, 5-7 Kasım, 1998, 51-53, Ankara.
- Rızaoğlu, B., 2004. Turizm Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık s.70.
- Sanchez, M., Sanjuan, A. I. ve Akl, G., 2001. The influence of experience in consumption and personal attitudes on the purchase of lamb and beef. 71st EAAE Seminar, Zaragoza-İspanya.
- Sarıözkan, S., Cevger Y., Demir, P. ve Aral, Y., 2007. Erciyes üniversitesi veteriner fakültesi öğrencilerinin hayvansal ürün tüketim yapısı ve alışkanlıkları. Sağlık Bilimleri Dergisi, 16 (3), 171-179.
- Saygı, H., Saka Ş., Fırat, K. ve Katağan, T., 2006. İzmir merkez ilçelerinde kamuoyunun balık tüketimi ve balık yetiştiriciliğine yaklaşımı. E.Ü. Su Ürünleri Dergisi, 23 (1-2), 133-138.
- Sayılı, M., Esengün K., Kayım M. ve Akça H., 1999. Tokat merkez ilçede balık tüketimini etkileyen faktörlerin ekonometrik analizi. GOÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 16 (1), 9-27.
- Sayılı, M., 2006. Kuş gribinin tüketicilerin tavuk eti tüketim alışkanlıklarına etkisi (Tokat ili örneği), GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi, 23 (2), 25-31.
- Seyhan, K. E., Düzgüneş, C., Mutlu, C., Şahin, E., Kayalı ve Tiftik, R. E., 1996. Recent changes, uncertainties and management strategies of anchovy stocks in the black sea. XIII. Int. Biol. Congress, 17-30 September, 1996, İstanbul.
- Şeker, İ., Özen, A., Güler, H., Şeker, P. ve Özden, İ., 2011. Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 17 (4), 543-550.
- Şen, B., Canpolat, Ö., Sevim, A. F. ve Sönmez, F., 2008. Elazığ ilinde balık tüketimi. F.Ü. Fen ve Müh. Bil. Dergisi, 20 (3), 433-437.
- Şengül, S. ve Emeksiz, F., 1999. Adana ili kentsel alanda ailelerin balık tüketim ve satın alma davranışlarının analizi. X. Su Ürünleri Sempozyumu, 22-24 Eylül, Adana.
- Şengül, S., 2002. Türkiye'de ve Avrupa birliği ülkelerinde gıda tüketim yapısı ve ekonomik gelişme. Türkiye 5. Tarım Ekonomisi Kongresi, 18-20 Eylül, 269-275, Erzurum.
- Şengül S., 2004. Türkiye'de gelir gruplarına göre gıda talebi. ODTÜ Gelişme Dergisi, 31, 115-148.
- Taşkın, A., 2003. Gaziantep İli Nizip İlçesinde Tüketicilerin Tavuk Eti ve Yumurta Tüketim Düzeyleri ile Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Tosun, Ö. O., 2006. Antalya İlinde Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alım Yerleri Tercihlerinin Analizi (Yüksek Lisans Tezi). SDÜ. Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Antalya.
- Tuncer, H. O., 1990. Tarımın Türkiye Ekonomisine Katkısı, TOBB Yayını, s. 6.

- Ulaş, B., 2011. Aydın İli Kentsel Alanda Kırmızı Et ve Kanatlı Eti Tüketicilerinin Kararları İle Bunları Etkileyen Faktörler (Yüksek Lisans Tezi). GOP Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Uluat, Ş., 2002. Van İli Merkez İlçede Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı (Yüksek Lisans Tezi). Yüzüncüyıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Uzundumlu, A. S., Işık, H. B. ve Kırılı, M. H., 2011. İstanbul ili Küçük çekmece ilçesinde en uygun et tipinin belirlenmesi. Alın Teri Ziraat Bilimler Dergisi, 21 (2), 40-48.
- Ünsalan, E. ve Şimşeker, B., 2006. Amasya İli Mevcut Durum İncelemesi ve Mermer Sanayi Profili, Yeşilirmak Sanayici ve İş Adamları Derneği Yayınları No: 1, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Vardarlı, D., 1996. Türkiye'nin Tarım ve Hayvancılık Raporu, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Setbir, İstanbul.
- Yalçınkaya, O., 1999. Van İli Erçiş İlçesinde Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı (Yüksek Lisans Tezi). YYÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N. ve Konca, Y., 2010. İzmir ili Ödemiş ilçesinde et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. Hayvansal Üretim Dergisi, 51 (1), 21-30.
- Yıldırım, İ., Acar, İ. ve Uluat, Ş., 1998. Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim yapısı. Doğu Anadolu Tarım Kongresi, 14-18 Eylül, 1636-1644, Erzurum.
- Yıldırım, İ. ve Yalçınkaya, O., 1999. Tavuk eti tüketim yapısı: Van ili Erciş ilçesi örneği. Uluslararası Hayvancılık'99 Kongresi, 417-421.
- Yılmaz, E., Oraman, Y. ve İnan, İ. H., 2009. Gıda ürünlerine ilişkin tüketici davranışı dinamiklerinin belirlenmesi: Trakya örneği. Trakya Ziraat Fakültesi Dergisi, 6 (1), 1-10.
- Yücecan, S., 1999. Besin Tüketimindeki Değişimler ve Yeni Eğilimler. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Yayın No: 23, s. 235-242, Ankara.
- Yüksel, H., 2001, Rekabet avantajı kazanmada ISO 14000 çevre yönetim standartlarının rolü. Kalder Forum Dergisi, Sayı: 2.
- Wu, Shwu-İng., 2003. The relationship between consumer charecteristic and attitude toward online shopping. Marketing Intelligence&Planning, 21 (1), 37-44.
- Zeyrek, Y., 2009. Amasya'nın Altın Tarihi. Amasya Valiliği Yayınları, Anıt Matbaa Ltd.Şti., Amasya.

EKLER**EK-1. ANKET FORMU****A-SOSYO-EKONOMİK NİTELİKLER:**

1) Cinsiyetiniz:

Kadın () Erkek ()

2) Yaşınız? :

3) Medeni durumunuz?

Evli () Bekar ()

4) Eğitim durumunuz?

Okur-yazar değil () Okur-yazar () İlköğretim () Ortaöğretim ()
Yükseköğretim ()

5) Mesleğiniz?

İşçi () Memur () Çiftçi () Serbest () Emekli ()
Ev hanımı () Esnaf () İşsiz () Diğer ()

6) Eşiniz çalışıyor mu?

Evet () Hayır ()

7) Ailenizin **toplam aylık geliri** ne kadardır? TL8) Ailenizin **ortalama aylık gideri** ne kadardır? TL

9) Ailenizin aylık ortalama gıda harcaması ne kadardır?TL

10) Ailede toplam kaç kişi var?

11) Ailenin gıda alışverişini **genellikle** kim yapıyor?

Kendisi () Anne () Baba () Birlikte () Yetişkin çocuklar ()

12) Oturduğunuz evin mülkiyeti durumu nedir?

Kendimizin () Kira () Diğer ()

13-Kaç yıldır şehirde oturuyorsunuz?

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

14) Arabanız var mı?

Evet () Hayır ()

12) Kırmızı eti **genellikle** ne şekilde satın alıyorsunuz (kg/ay)?

SATIN ALMA ŞEKİLLERİ				
PARÇA	KIYMA	(Sucuk, Sosis, Salam vb)	SAKADAT	DİĞER (Belirtiniz)
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

13) Kırmızı eti hangi sıklıkla satın alıyorsunuz?

SATIN ALMA SIKLIĞI			
HAFTALIK	15 GÜNDE BİR	AYDA BİR	ÖZEL GÜNLERDE

14) Kırmızı eti **genellikle** ne şekilde tüketiyorsunuz?

Sebzeli yemeklerde () Sade et yemeği olarak (Izgara mangal) () Her iki şekilde ()

15) Kırmızı et için satın alma noktalarına göre fiyat karşılaştırması yapıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

16) Kırmızı et fiyatlarını nasıl buluyorsunuz?

Ucuz () Normal () Pahalı () Çok pahalı ()

17) Kırmızı et fiyatlarındaki artışlar et talebinizi etkiliyor mu?

Tamamen () Kısmen () Hiç ()

18) İşlenmiş et ürünlerinden **en çok** hangisini tüketiyorsunuz?

Salam () Sucuk () Sosis () Diğer ()

19) İşlenmiş kırmızı et satın alırken ambalajlı olup olmadığına dikkat ediyor musunuz?

Evet () Hayır ()

20) Ambalajlı ise **öncelikle** üzerindeki hangi bilgiye dikkat ediyorsunuz?

Gıda güvenlik araçlarına () Son kullanma tarihine () Tabii olunan tebliğ ()
Tarım bakanlığı onayına () Diğer ()

21) İşlenmiş kırmızı et tüketirken **öncelikle** hangi gıda güvenlik araçlarına dikkat ediyorsunuz?

ISO 9001-2000 () ISO 22000-HACCP () ISO 14001 () 18001 OHSAS ()

22) Deli dana hastalığının ortaya çıkmasıyla kırmızı et tüketim alışkanlıklarınızda bir değişiklik oldu mu?

Değişti () Değişmedi ()

23) Değişti ise tüketim alışkanlıklarınız **öncelikle** ne yönde oldu? (22. soruya göre cevaplayınız)

Beyaz ete yöneldik () Balık etine yöneldik () Diğer ()

24) Kurbanlık alırken hangi hayvanı tercih ediyorsunuz?

Keçi () Koyun () Sığır () Almıyoruz ()

25) Kurbanlık alıyorsanız nereden satın alıyorsunuz?
Pazardan () Yetiştiriciden () Diğer ().....

26) Kurbanlık et yiyorsanız kaç ay et ihtiyacınızı karşılar? ay

27) İthal kırmızı et tüketiyor musunuz?
Evet () Hayır ()

28) Cevabınız “Evet” ise **en önemli** nedeni nedir? (27. soruya göre cevaplayınız)
Alışkanlık () Ucuz olması () Sağlık () Kolay bulunması ()
Lezzetli () Diğer ().....

C-KANATLI ETİ TÜKETİMİ VE SATIN ALMA YAPISI

1) Kanatlı et tüketiyor musunuz?
Evet () Hayır ()

“Hayır” ise nedeni belirterek D grubundaki sorulara geçiniz.

Diyet () Vejetaryen () Sağlık () Ekonomik () Diğer ().....

2) Sağlığınız için yeterli miktarda kanatlı et tüketiyor musunuz?
Evet () Hayır ()

3) Cevabınız “Hayır” ise **en önemli** nedeni nedir? (2. soruya göre cevaplayınız)

Sevmiyoruz () Ailemde kanatlı eti sevmeyen var () Sağlık nedeniyle ()
Gelirim yetersiz () Önemsemiyoruz () Diğer ().....

4) Kanatlı et tüketim alışkanlığınızı arttıran **en önemli** neden hangisidir?

Reklamlar () Arkadaş, komşu, iş çevresi () İndirim günleri ()
Mevsim () Gelir düzeyinin yükselmesi ()

5) Ailenizde kanatlı et satın alma kararını **genellikle** kim veriyor?

Kendisi () Anne () Baba () Birlikte () Yetişkin çocuklar ()

6) Ailenizde kanatlı et alışverişini **genellikle** kim yapıyor?

Kendisi () Anne () Baba () Birlikte () Yetişkin çocuklar ()

7) Kanatlı eti tercih etmeniz **öncelikli** nedeni nedir?

Alışkanlık () Ucuz olması () Sağlık () Kolay bulunması ()
Lezzetli () Diğer ().....

8) Kanatlı eti **en fazla** hangi mevsimde satın alıyorsunuz?

İlkbahar () Yaz () Sonbahar () Kış ()

9) Kanatlı eti **genellikle** nereden temin ediyorsunuz (kg/ay)?

SATIN ALMA NOKTALARI			
TAVUK MARKET	MARKET-SÜPERMARKET	KENDİMİZ KESİYORUZ	DİĞER (Belirtiniz)
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

10) Bu satın alma noktasını tercih etmenizin **en önemli** nedeni nedir? (9. soruya göre cevaplayınız)

Taze-Kaliteli () Alışkanlık () Hijyenik () Ucuz ()
Yakın mesafede bulunması () Diğer ()

11) Hangi kanatlı eti **genellikle** tüketiyorsunuz (kg/ay)?

KANATLI ET ÇEŞİTLERİ					
TAVUK	HİNDİ	DEVEKUŞU	ÖRDEK	KAZ	DİĞER (Belirtiniz)
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

12) Kanatlı eti **genellikle** ne şekilde satın alıyorsunuz (kg/ay)?

SATIN ALMA ŞEKİLLERİ				
PARÇA	BÜTÜN	(Sucuk, Sosis, Salam vb)	SAKADAT	KIYMA
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

13) Kanatlı etini hangi sıklıkla satın alıyorsunuz?

SATIN ALMA SIKLIĞI			
HAFTALIK	15 GÜNDE BİR	AYDA BİR	ÖZEL GÜNLERDE

14) Kanatlı eti **genellikle** ne şekilde tüketiyorsunuz?

Sebzeli yemeklerde () Sade et yemeği olarak (Izgara, mangal) ()
Pilavlarda () Her iki şekilde () Diğer ()

15) Kanatlı eti için satın alma noktalarına göre fiyat karşılaştırması yapıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

16) Kanatlı et fiyatlarını nasıl buluyorsunuz?

Ucuz () Normal () Pahalı () Çok pahalı ()

17) Kanatlı et fiyatlarındaki artışlar et talebinizi etkiliyor mu?

Tamamen () Kısmen () Hiç ()

18) Ambalajlı dondurulmuş-işlenmiş kanatlı et ürünlerinden **en çok** hangisini tüketiyorsunuz ?

Bütün piliç () Parça piliç () Salam () Sucuk () Sosis () Diğer ()

19) Kanatlı eti satın alırken ambalajlı olup olmadığına dikkat ediyorsunuz?

Evet () Hayır ()

20) Ambalajlı ise **öncelikle** üzerindeki hangi bilgiye dikkat ediyorsunuz?

Gıda güvenlik araçlarına () Son kullanma tarihine () Tabii olunan tebliğ ()

Tarım bakanlığı onayına () Diğer ()

21) Dondurulmuş-işlenmiş kanatlı eti tükettirirken **öncelikle** hangi gıda güvenlik araçlarına dikkat ediyorsunuz?

ISO 9001-2000 () ISO 22000-HACCP () ISO 14001 () 18001 OHSAS ()

22) Kuş gribi ortaya çıkmasıyla et tüketim alışkanlıklarınız da bir değişiklik oldu mu?

Değişti () Değişmedi ()

23) Değişti ise tüketim alışkanlıklarınız **öncelikle** ne yönde oldu? (22. soruya göre cevaplayınız)

Kırmızı ete yöneldik () Balık etine yöneldik () Diğer ()

D-BALIK ETİ TÜKETİMİ VE SATIN ALMA YAPISI

1) Balık eti tüketiyor musunuz?

Evet () Hayır ()

“Hayır” ise nedeni:

Diyet () Vejetaryen () Sağlık () Ekonomik () Diğer ()

2) Sağlığınız için yeterli miktarda balık eti tüketiyor musunuz?

Evet () Hayır ()

3) Cevabınız “Hayır” ise **en önemli** nedeni nedir? (2. soruya göre cevaplayınız)

Sevmiyoruz () Ailemde balık eti sevmeyen var () Sağlık nedeniyle ()

Gelirim yetersiz () Önemsemiyoruz () Diğer ()

4) Ailenizde balık eti satın alma kararını **genellikle** kim veriyor?

Kendisi () Anne () Baba () Birlikte () Yetişkin çocuklar ()

5) Ailenizde balık eti alışverişini **genellikle** kim yapıyor?

Kendisi () Anne () Baba () Birlikte () Yetişkin çocuklar ()

6) Balık eti tercih etmeniz **öncelikli** nedeni nedir?

Lezzetli olması () Ucuz olması () Kolay bulunması () Kaliteye güven ()

Alışkanlık () Kolesterolü düşük () Besin değeri yüksek () Diğer ()

7) Balık etini **en fazla** yılın hangi dönemlerinde tüketiyorsunuz?

İlkbahar () Yaz () Sonbahar () Kış ()

8) Balık tükettiğiniz öğünler **genellikle** ne zamandır?

Sabah () Öğle () Akşam ()

9) Hangi deniz balığını **genellikle** tüketiyorsunuz (kg/ay)?

DENİZ BALIĞI ÇEŞİTLERİ						
HAMSI	MEZGİT	LEVREK	İSTAVRİT	PALAMUT	BARBUN	KEFAL
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

DENİZ BALIĞI ÇEŞİTLERİ						
USKUMRU	ÇİPURA	LÜFER	ÇİNEKOP	SOMON	KALKAN	DİĞER (Belirtiniz)
..... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

10) Hangi tatlı su balığını **genellikle** tüketiyorsunuz (kg/ay)?

TATLI SU BALIĞI ÇEŞİTLERİ						
SAZAN	YAYIN	ALABALIK	TATLI SU KEFALİ	KAYABALIĞI	GÜMÜŞ	DİĞER (Belirtiniz)
.... kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay kg/ay

11) Balık etini hangi sıklıkla satın alıyorsunuz?

SATIN ALMA SIKLIĞI			
HAFTALIK	15 GÜNDE BİR	AYDA BİR	ÖZEL GÜNLERDE

12) Balık etini **genellikle** ne şekilde tüketiyorsunuz?

Taze () Konserve ()

13) Balık tüketim şekliniz **genellikle** nasıldır?

Tava () Izgara () Fırın () Salamura () Kızartma () Buğulama ()

14) Balığı sağlayış şekliniz nasıldır?

Kendim tutarım () Sokak satıcısından satın alırım () Sabit satıcıdan alırım ()

Balık yetiştiricisinden satın alırım () Süpermarketten alırım () Diğer ()

15) Neden buradan temin edersiniz?

Güvenilir bulduğumdan () Taze olduğundan () Ekonomik olmasından ()

Ulaşımı kolay olduğundan () Alışkanlık ()

16) Balık eti fiyatlarını nasıl buluyorsunuz?

Ucuz () Normal () Pahalı () Çok pahalı ()

17) Balık eti fiyatlarındaki artışlar et talebinizi etkiliyor mu?

Tamamen () Kısmen () Hiç ()

ÖZGEÇMİŞ**Kişisel Bilgiler**

Adı Soyadı : Savaş NALİNCİ
Doğum Tarihi ve Yer : 06.03.1977
Medeni Hali : Evli
Yabancı Dili : İngilizce
Telefon : 0 530 971 3311
e-mail : savas.nalinci@amasya.edu.tr

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	GOP Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü - Tarım Ekonomisi	2013
Lisans	Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. – İktisat Bölümü	2000
Lise	Alanya Lisesi	1995

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2006-	Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler M.Y.O.	Öğretim Görevlisi
2002- 2006	19 Mayıs Üniversitesi, Amasya Meslek Yüksekokulu	Öğretim Görevlisi