CHAPTER 6

Kanatlı Eti Tercihinde Etkili Değişkenlerin Tüketici Önceliklerine Göre Sıralaması: Çanakkale İli Örneği

Özge Can NİYAZ[1]

1. GİRİŞ

Kanatlı eti; tavuk, hindi, kaz, ördek, devekuşu, keklik, bıldırcın gibi hayvan türlerinden sağlanmaktadır. Bunlar arasında yetiştiriciliği en çok yapılan ilk iki hayvan türü sırası ile tavuk ve hindidir. Özellikle tavuk eti ve yumurtası üretimi oldukça büyük bir sektör oluşturmaktadır (Keskin ve Demirbaş, 2014).

Dünya'da 2000 yılında 58,8 milyon ton olan tavuk eti üretimi % 59 artış göstererek 2013 yılında 93,1 milyon tona ulaşmıştır. Dünya piliç eti üretiminin % 44.2'sini Amerika Kıtası sağlamaktadır. Asya Kıtası % 32.9 ile ikinci sırada, Avrupa kıtası ise % 16.4 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Dünya piliç eti üretiminde Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Brezilya ilk üç sırada yer almaktadır (Anonim, 2015).

Türkiye, dünyanın önemli kanatlı et üreticisi ülkelerden biridir (Keskin ve Demirbaş, 2012). Türkiye piliç eti üretiminde 2013 yılı itibariyle dünyada 8. sırada yer almaktadır. Türkiye 2014 yılında 1,956 Bin Ton piliç eti, 53 Bin Ton hindi eti üretimi gerçekleştirmiştir. Türkiye'de 2014 yılı itibariyle yıllık kişi başına düşen kanatlı eti tüketimi 22.3 kilo iken, kişi başına düşen piliç eti tüketimi 21 kg olarak belirtilmiştir (Anonim, 2015). Türkiye'de kişi başına piliç eti tüketimi dünya ortalamasının gerisinde yer almaktadır (Anonim, 2014).

Gelişmiş toplumlara bakıldığında hayvansal protein ağırlıklı beslenme düzenini benimsedikleri görülmektedir. Kanatlı hayvanların eti, önemli bir hayvansal protein kaynağı olarak görülmektedir. Kanatlı etin, uygun koşullarda üretilmesi halinde insan sağlığı üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır.Günümüzde tüketici talepleri üretime yön vermektedir. Bu nedenle tüketicilerin tercih ve taleplerini tespit edebilmek oldukça önemlidir. Türkiye'de gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında kanatlı eti tüketimi düşük kalmaktadır. Son yıllarda meydana gelen fiyat artışları, tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki endişeleri gibi nedenler tüketimin istenen seviyeye ulaşmasının önünde engel teşkil etmektedir. Bu nedenle bu konudaki araştırmalar önemli görülmektedir.

Literatürde kanatlı eti tüketimini çeşitli açılardan ele alan çalışmalar bulunmaktadır (Sağun ve ark., 1996; Sayılı, 2006;Çiçek ve Tandoğan 2007; Cevger ver ark., 2008;Magdelaine ve ark., 2008;Karadavut ve Taşkın, 2014; İnci

1- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 17100, Çanakkale/Türkiye

ve ark., 2014;Tümer ve ark., 2016). Çanakkale ilinde ise böyle bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın Çanakkale ilinde yapılması önemli görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, kanatlı eti tercihinde etkili değişkenlerin tüketici önceliklerine göre sıralanmasıdır. Kanatlı eti tüketimini arttıran ve azaltan değişkenlerin belirlenmesi sektöre yön göstermek amacı ile önemli görülmektedir.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

2.1. Verilerin Toplanması Sırasında İzlenen Yöntem:

Bu çalışmanın ana materyalini tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Ana kitlenin en iyi düzeyde temsil edileceği örnek sayısının belirlenmesi için oransal yaklaşımdan yararlanılmıştır. Çanakkale ilinde bulunan kanatlı eti tüketicilerinin sayısı tam olarak bilinmediği için sonsuz ana kitle üzerinden oransal örnek hacmi hesaplama formülü uygulanmıştır. p değeri bilinmeyen araştırmalarda örnekleme sayısının olabildiğince fazla çıkabilmesi için 0.5 değeri genel olarak kabul görmektedir. Ayrıca tüketici temelli araştırmalarda yapılan anket sayısının yüz ve üzerinde olmasının daha sağlıklı sonuçlar doğuracağı gerekçesi ile tüketici örneklemesi için güven aralığı % 99 olarak alınmıştır. % 99 güven aralığında, d=0.10 hata ile örnek hacmi şöyledir;

$$n = \frac{z^2 . p\ (1-p)}{d^2}$$

n=Örnek hacmi z^2= istenen güven düzeyine ait güven faktörü (% 99 için 2,58)

6^2px=Ana kitle oranının varyansı p=Anakitle oranı

$$\frac{2{,}58^2 . (0{,}5)\ (0{,}5)}{(0{,}10)^2} = 166$$

Buradan yola çıkarak Çanakkale ilinde en az 166 kanatlı et tüketicisi ile anket yapılmasına karar verilmiştir. 200 adet sağlıklı anket gerçekleştirilmiş ve anket sayısı 200 olarak değerlendirmeye alınmıştır. Nüfus yoğunluğu merkez ilçede olduğu için anketler Merkez ilçede yürütülmüştür.

2.2. Verilerin Analizi Sırasında İzlenen Yöntem:

Anketlerden elde edilen birincil verilerin analizinde temel istatistiki yöntemlerin (frekans dağılımı, ağırlıklı ortalama vs.) yanı sıra 5'li Likert Ölçek Ortalamasıyönteminden yararlanılmıştır.Likert Ölçek Ortalaması;Likert Ölçekli sorulara verilen cevapların ağırlıklı ortalamalar yöntemiyle hesaplanması sonucu elde edilen bir ortalamadır.

3. Kanatlı Eti Tüketicilerinin Demografik Özellikleri

Tüketicilerin kanatlı eti tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi öncelikle tüketicilerin demografik özelliklerinin bilinmesi önemlidir. Tablo 1'de araştırma kapsamındaki tüketicilere ait bazı demografik özelliklere yer verilmiştir. Buna göre anket yapılan tüketicilerin % 47.5'ikadın, % 52.5'i ise erkektir. Tüketicilerin % 21.0'i 16 ile 25 yaş, % 26.5'i 26 ile 35 yaş, % 17.5'i 36 ile 45 yaş, % 19.5'i 46 ile 55 yaş grupları arasında yer almakta olup % 15.5'i ise 56 yaş ve üzerindedir. Tüketicilerinin % 60.0'ı evli, % 40.0'ı bekar/dul/boşanmıştır. Tüketicilerin %1.5'i okur-yazar, % 21.0'i ilkokul mezunu, % 1'i ortaokul terk, % 9.0'u ortaokul mezunu, % 1.5'i lise terk, % 23.5'i lise mezunu, % 7'si yüksek okul mezunu, % 33.5'i lisans mezunu, % 2'si de lisans üstü mezunudur. Tüketicilerin mesleklere göre dağılımıincelendiğinde % 17.0'si emekli, % 13.0'ü memur, % 15.5'i öğrenci, % 18.5'i işçi, % 11.0'i esnaf, % 13.0'ü ev hanımı, % 10.5'i ise iş adamı ve/veya kariyer sahibi iken % 1.5'i işsizdir ise diğer meslek gruplarından olduğu belirlenmiştir.

	Özellikler	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Cinsiyet			
	Kadın	95	47.5
	Erkek	105	52.5
	Toplam (N)	200	100.0
Yaş			
	16-25	42	21.0
	26-35	53	26.5
	36-45	35	17.5
	46-55	39	19.5
	56 ve üzeri	31	15.5
	Toplam (N)	200	100.0
Medeni Durum			
	Evli	120	60.0
	Bekar/Dul/Boşanmış	80	40.0
	Toplam (N)	200	100.0
Eğitim Durumu			
	Okur-yazar	3	1.5
	İlkokul mezunu	42	21.0
	Ortaokul terk	2	1.0
	Ortaokul mezunu	18	9.0
	Lise terk	3	1.5
	Lise mezunu	47	23.5
	Yüksek okul mezunu	14	7.0
	Lisans mezunu	67	33.5
	Yüksek lisans mezunu	1	0.5
	Doktora mezunu	3	1.5

	Toplam (N)	200	100.0
Mesleği			
	İşsiz	3	1.5
	Emekli	34	17.0
	Memur	26	13.0
	Öğrenci	31	15.5
	İşçi	37	18.5
	Esnaf	22	11.0
	Ev hanımı	26	13.0
	İş adamı	1	0.5
	Kariyer sahibi	20	10.0
	Toplam (N)	200	100.0

Tablo 1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri (%)

Tablo 2'de araştırma bölgesindeki tüketicilerin hanelerine ilişkin bazı bilgilere yer verilmiştir. Buna göre tüketicilerinin yaşadıkları hanelerdeki kişi sayısı yaklaşık 3'tür. Aylık hane mutfak harcaması ortalaması 621.13 TL, aylık hane geliri ortalaması 3,724.47 TL ve aylık kişi başına düşen hane geliri 1,574.52 TL olarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Tüketicilere ve Hanelerine İlişkin Bazı Bilgiler

N=200	**Minimum**	**Maksimum**	**Ortalama**	**Standart Sapma**
Hanedeki Kişi Sayısı	1	6	2.6	1.03
Aylık Hane Geliri (TL)	1,000	12,000	3,724.47	1,798.20
Aylık Kişi Başına Düşen Hane Geliri (TL)	466.66	5,000	1,574.52	756.23
Aylık Hane Mutfak Harcaması (TL)	100	2,000	621.13	371.89

Tablo 3'te tüketicilerin çeşitlerine göre kanatlı eti tüketme durumları incelenmiştir. Buna göre görüşülen tüketicilerin % 99.5'i tavuk tüketmekte, yalnızca % 0.5'i tavuk tüketmemektedir. En çok tüketilen kanatlı eti tavuktur. Tüketicilerin % 14.5'i hindi eti tüketirken % 84.5'i ise hindi eti tüketmeyi tercih etmemektedir. Araştırma bölgesinde tavuk etinden sonra en çok tercih

edilen kanatlı eti çeşidi hindi etidir. Tüketicilerin % 3.0'ü bıldırcın, % 1.5'i kaz, % 0.5'i ördek eti tüketmektedir. Araştırma kapsamında bunlardan başka tüketilen kanatlı eti çeşidine rastlanmamıştır.

Tablo 3. Tüketicilerin Çeşitlerine GöreKanatlı Eti Tüketme Durumları (%)

	Tüketiyor		Tüketmiyor	
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)
Tavuk eti	199	99.5	1	0.5
Hindi eti	29	14.5	171	85.5
Ördek eti	1	0.5	199	99.5
Kaz eti	3	1.5	197	98.5
Bıldırcın eti	6	3.0	194	97.0

Tablo 4'te tüketicilerin kanatlı eti tüketme sıklıkları verilmiştir. Buna göre tüketicilerin % 5.0'i her zaman, % 58.5'i genellikle, % 24.5'i bazen, % 11.5'i nadiren, % 0.5'i ise hiçbir zaman tavuk eti tüketmemektedir. Yine tüketicilerin % 0.5'i her zaman, % 1.0'i genellikle, % 3.5'i bazen, % 9.5'i nadiren hindi eti tüketirken % 85.5'i ise hiç hindi eti tüketmemektedir.

Tablo 4. Tüketicilerin Kanatlı Eti Tüketme Sıklıkları (%)

N=200	Hiçbir zaman (%)	Nadiren (%)	Bazen (%)	Genellikle (%)	Her zaman (%)
Tavuk eti	0.5	11.5	24.5	58.5	5.0
Hindi eti	85.5	9.5	3.5	1.0	0.5
Ördek eti	99.5	0.5	0.0	0.0	0.0
Kaz eti	98.5	1.5	0.0	0.0	0.0
Bıldırcın eti	97.0	2.5	0.0	0.5	0.0

Tüketicilerin kanatlı eti tüketimindeki ambalaj tercihlerine göre dağılımı Tablo 5'te verilmiştir. Buna göre tavuk eti tüketicilerinin % 65.1'i köpük/plastik tabakta üzeri streç filme sarılmış şekilde, % 32.4'ü etrafı streç filmle/ya da plastik poşetle sarılmış halde, % 2.5'i ise ambajsız tercih etmektedir. Hindi eti tüketicilerinin % 31.0'i etrafı streç filmle/ya da plastik poşetle sarılmış halde, % 34.5'i köpük/plastik tabakta üzeri streç filme sarılmış şekilde, % 34.5'i ise ambalajsız ürün tercih etmektedir.

Tablo 5. Araştırma Bölgesindeki Tüketicilerin Tavuk Alırken Ambalaj Tercihleri (%)

	Etrafı streç filmle/ya da plastik poşetle sarılmış halde	Köpük/plastik tabakta üzeri streç filme sarılmış	Ambalajsız	N*
Tavuk eti	32.4	65.1	2.5	275
Hindi eti	31.0	34.5	34.5	29
Ördek eti	0.0	0.0	100.0	1
Kaz eti	0.0	0.0	100.0	3
Bıldırcın eti	16.7	50.0	33.3	6

N*=Bir tüketici birden fazla ambalaj tercih ettiği için N yüksek çıkmaktadır.

Tüketicilerin kanatlı eti satın almayı tercih ettikleri yerlere göre dağılımları Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre tavuk eti tüketicileri (% 60.7) en çok marketten, hindi eti tüketicilerinin (% 51.6) en çok bakkaldan kanatlı eti almayı tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 6. Araştırma Bölgesindeki Tüketicilerin Kanatlı Eti Almayı Tercih Ettikleri Yerler (%)

	Market	Bakkal	Kasap	Köyden	Kendim üretiyorum	Diğer	N
Tavuk eti	60.7	1.1	32.2	6.0	0.0	0.0	267
Hindi eti	0.0	51.6	19.4	25.8	3.2	0.0	31
Ördek eti	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	1
Kaz eti	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	3
Bıldırcın eti	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	6

N*=Bir tüketici birden fazla seçenek tercih ettiği için N yüksek çıkmaktadır.

Literatürdekimevcut çalışmalar incelendiğinde kanatlı eti tüketiminde etkili pek çok değişken olduğu görülmektedir. Bu çalışma literatürdeki çalışmalarda sıklıkla geçen değişkenler anket formuna eklenmiştir (Sağun ve ark., 1996; Verbeke ve Vianene, 1999;Armağan ve Özdoğan, 2005; Sayılı, 2006; Çiçek ve Tandoğan, 2007; Magdealine ve ark., 2008; Uzundumlu ve ark., 2011a; Uzundumlu ve ark., 2011b;Karadavut ve Taşkın, 2014; İnci ve ark., 2014; Tümer ve ark., 2016). Tüketicilerin kanatlı eti tercihinde etkili değişkenlerin Likert Ölçek Ortalamaları ve yüzdeleri Tablo 7'de verilmiştir. Buna göre tüketiciler ürünlerin sağlıklı olması (4.81), ürünlerin son kullanma tarihi (4.80), ürünlerde gıda güvenliği (4.63), ürünlerin tazeliği (4.57) ve lezzeti (4.51) değişkenlerini çok önemli, ürünlerin fiyatı (4.18), ürünlerin ekonomik olması

(4.13), ürünlerin rengi (4.08), ürünlerin satın alındığı yer (3.91), ürünlerin markası (3.64) ve ambalajı (3.55) değişkenlerini önemli, pratiklik (3.28) ve ürün çeşitliliği (3.28) ne önemli ne önemsiz, alışkanlık (2.48) ve reklamların etkisi (2.25) biraz önemli olarak belirtmiştir.

Tablo 7. Tüketicilerin Kanatlı Eti Tercihinde Etkili Değişkenlerin Likert Ölçek Ortalamaları ve Yüzdeleri (%)

	Önemli değil (1)	Biraz önemli (2)	Ne önemli ne önemsiz (3)	Önemli (4)	Çok önemli (5)	Likert Ölçek Ortalaması
Sağlıklı olması	0.0	0.0	0.5	18.0	81.5	4.81
Son Kullanma Tarihi	0.0	0.0	0.0	19.5	80.5	4.80
Gıda Güvenliği	0.0	0.0	2.0	32.5	65.5	4.63
Tazelik	0.0	0.0	0.5	42.0	57.5	4.57
Lezzet	0.5	0.0	2.0	42.5	55.0	4.51
Fiyat	5.5	2.5	7.0	38.5	46.5	4.18
Ekonomik olması	2.5	2.0	9.0	53.0	33.5	4.13
Renk	0.5	3.5	13.5	52.5	30.0	4.08
Satın Alınan Yer	3.0	3.5	20.5	45.0	28.0	3.91
Marka	4.5	6.5	23.0	52.0	14.0	3.64
Ambalaj	4.5	11.5	16.0	60.5	7.5	3.55
Pratiklik	8.0	15.0	30.5	34.0	12.5	3.28
Ürün çeşitliliği	12.0	19.0	44.5	21.0	3.5	2.85
Alışkanlık	28.0	22.0	27.5	19.0	3.5	2.48
Reklamların etkisi	29.0	30.5	28.0	11.5	1.0	2.25

Tüketicilerin kanatlı eti tercihinde etkili değişkenleri önem derecelerine göre ağırlıklı ortalamaları Tablo 8'de verilmiştir. Tüketicilere en önemsiz gördükleri değişkene 1, en önemli değişkene 15 vermeleri istenmiştir. Buna göre sırasıyla tazelik (12.10), son kullanma tarihi (11.55), gıda güvenliği (11.29), lezzet (10.78), sağlıklı olması (10.10) en önemli değişkenler olarak belirlenmiştir.

Tablo 8. Tüketicilerin Kanatlı Eti Tercihinde Etkili Değişkenlerin Önem Derecelerine Göre Ortalamaları

Değişkenler	Önem Derecesi
Tazelik	12.10
Son Kullanma Tarihi	11.55
Gıda Güvenliği	11.29
Lezzet	10.78
Sağlıklı	10.10
Fiyat	9.40
Satın Alınan Yer	8.09
Ekonomik	8.08
Renk	7.51
Marka	7.07
Ambalaj	5.65
Pratiklik	5.27
Ürün çeşitliliği	4.75
Alışkanlık	3.22
Reklamların etkisi	3.16

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkiye'de hayvansal protein tüketim miktarı gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin önemli protein kaynaklarından olan kanatlı eti tüketim tercihlerinin araştırılması önemli görülmüştür. Bu çalışmanın amacı önemli bir turizm ve tarım kenti olan Çanakkale ili merkez ilçesinde kanatlı eti tüketimi üzerinde etkili değişkenlerin tüketici önceliklerine göre sıralanmasıdır.

Çalışma sonuçlarına göre anket yapılan tüketicilerin yarısından fazlası erkektir. Tüketiciler genellikle genç veya orta yaşlıdır. Tüketicilerinin büyük bir çoğunluğu evlidir. Tüketiciler genellikle lise veya üniversite mezunudur.

Tüketicilerin mesleklere göre dağılımıincelendiğinde genellikle işçi, emekli, memur, öğrenci ve ev hanımları olduğu görülmektedir. Tüketicilerinin yaşadıkları hanelerdeki kişi sayısı ortalama 3'tür.

Tüketicilerin neredeyse tamamı tavuk tüketmektedir. Buna istinaden en çok tüketilen kanatlı eti tavuktur. Tavuktan sonra en çok tüketilen kanatlı eti hindidir. Hindi tüketicileri tavuk tüketicilerine kıyasla oldukça azdır. Diğer kanatlı ürünlerinin tüketim düzeyleri ise oldukça düşüktür.

Tüketicilerin kanatlı eti tercihinde etkili değişkenlerin Likert Ölçek Ortalamaları ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Buna göre tüketiciler sırasıyla ürünlerin sağlıklı olması, ürünlerin son kullanma tarihi, ürünlerde gıda güvenliği, ürünlerin tazeliği ve lezzeti değişkenlerini çok önemli, ürünlerin fiyatı, ürünlerin ekonomik olması, ürünlerin rengi, ürünlerin satın alındığı yer, ürünlerin markası ve ambalajı değişkenlerini önemli, pratiklik ve ürün çeşitliliği ne önemli ne önemsiz, alışkanlık ve reklamların etkisi biraz önemli olarak belirtmiştir. Tüketicilerin kanatlı eti tercihinde etkili değişkenleri önem derecelerine göre ağırlıklı ortalamaları hesaplanmıştır. Buna göre sırasıyla tazelik, son kullanma tarihi, gıda güvenliği, lezzet, sağlıklı olması en önemli değişkenler olarak belirlenmiştir. Faktör Analizi sonucu gıda güvenliği ile ilgili yargılar temelde dört faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler doğallık, denetim, sağlıklı ürün ve depolama olarak belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; kanatlı eti tüketiminin arttırılabilmesi için firmalar gıda güvenliği sağlanmış ürünleri piyasaya sürmeli ve tüketiciyi bu konuda ikna etmelidir. Firmaların gıda güvenliği standartlarına uyup uymadığı ise yetkili birimler tarafından sıkı bir şekilde denetlenmelidir. Gıda güvenliği sağlanmayan ürünlerin piyasaya sürülmesine neden olan firmalar daha katı maddi ve manevi yaptırımlar ile caydırılmalıdır. Yine tüketici talebinin arttırılması için fiyat önemli bir etkendir. Kanatlı eti fiyatlarının yüksek olmasında etkili olan girdi maliyetli, genel ve gıda enflasyonu gibi sorunlara yönelik makro önlemlerin alınması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

1. Anonim, 2014. Kümes Hayvancılığı Ürün Raporu 2014. T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Ankara.
2. Anonim, 2015. Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği 17. Olağan Genel Kurul Toplantısı. 28 Ocak 2015. Ankara.
3. Armağan, G., Özdoğan, M. 2005. Ekolojik Yumurta ve Tavuk Etinin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi. Hayvansal Üretim. 14-21.
4. Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S., 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Intern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tercihleri. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi. 55:189-194.
5. Çiçek, H., Tandoğan, M., 2007. Türkiye'de Piliç Eti Fiyatları ve Etkili Faktörler. Tavukçuluk Araştırma Dergisi, 7(1):52-57.
6. Karadavut, U., Taşkın, A., 2014. Kırşehir İlinde Kanatlı Eti Tüketimini Etkileyen

Faktörlerin Belirlenmesi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi. 11(1):37-43.

7. Keskin, B., Demirbaş, N., 2012. Türkiye'de Kanatlı Eti Sektöründe Ortaya Çıkan Gelişmeler: Sorunlar ve Öneriler. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 26(1):117-130.

8. Keskin, B., Demirbaş, N., 2014. Kanatlı Eti Üreten Firmaların Tedarik Zinciri Yöntemi Uygulamaları ve Tedarik Seçimleri Üzerine Bir Araştırma. 11. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi. 3-5 Eylül 2014. Samsun-Türkiye. ss-1378-1385.

9. İnci, H., Karakaya, E., Şengül, T., Söğüt, B., 2014. Bingöl İlinde Kanatlı Eti Tüketiminin Yapısı. TurkishJournal of Agriculturaland Natural Sciences. 1(1):17-24.

10. Magdelaine, P.,Spiess, M. P., Valceschini, E., 2008. PoultryMeatConsumption in Europe. Wold'sPoultryScienceJournal. 64:53-63.

11. Uzundumlu, A. S., Işık, B. H., Kırlı, M. H., 2011a. İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde En Uygun Et Tipinin Belirlenmesi. Alınteri. 21:40-48.

12. Uzundumlu, A. S., Işık, B. H., Kırlı, M. H., 2011b. İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde Kırmızı ve Beyaz Et Tüketiminde Etkili Faktörlerin Belirlenmesi. Alınteri. 21:20-31.

13. Sağun, E., Sancak, Y. C., Ekici, K., Durmaz, H., 1996. Van'da Tüketime Sunulan Piliç But ve Göğüs Etlerinin Hijyenik Kalitesi Üzerine Bir Araştırma. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi.7(1-2):62-66.

14. Sayılı, M., 2006. Kuş Gribinin Tüketicilerinin Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi :Tokat İli Örneği. Gazi Osman Paşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 23(2):25-31.

15. Tümer, E., Akbay, C., Koşum, T., Ünal, S. A., 2016. Kahramanmaraş İli Kent Merkezinde Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketimi Etkileyen Faktörler. KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi. 19(4):433-437.

16. Verbeke, W.,Viaene, J., 1999. Beliefs, attitudeandbehaviourtowardsfreshmeatconsumption in Belgium: empiricalevidencefrom a consumersurvey. FoodQualityandPreference. 10:437-455.