KIRMIZI ET TÜKETİCİLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ VE TÜKETİM TERCİHLERİ: ÇANAKKALE İLİ ÖRNEĞİ

Özge Can NİYAZ* - Tuğçe AVCI* - Meleknur ÖZDEMİR*
Veysi ÇOBAN* - Buket ÇETİNBAŞ*
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Çanakkale/Türkiye. *Sorumlu yazar: ozgecanniyaz@comu.edu.tr

ÖZ

Bu çalışmanın amacı Çanakkale ilindeki kırmızı et tüketicilerinin genel özelliklerinin ve kırmızı et tüketim tercihlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla Çanakkale il merkezinde 520 tüketici ile yüz yüze anketler yapılmıştır. Anketlerden elde edilen birincil veriler temel istatistiki yöntemlerle değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre; tüketicilerin % 56.5'i kadın, % 43.5'i erkektir. Tüketicilerin % 67.5'i evli, % 32.5'i ise bekardır. Tüketicilerin meslek gruplarına göre dağılımı incelendiğinde % 24.0'ü işçi , % 23.3'ü emekli, % 15.2'si ev hanımı, % 15.0'i esnaf , % 11.2'si memur, % 5.4'ü kariyer sahibi, % 3.8'i öğrenci iken % 2.1'nin ise işsiz olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin aylık hane mutfak harcamaları ortalaması 915 TL, aylık hane geliri ortalaması 4,487 TL, kişi başına düşen hane geliri ise 1,845 TL olarak saptanmıştır. Tüketicilerin % 2.5'i her gün, % 30.0'u haftada birkaç kez, % 33.0'ü haftada bir kez, % 9.0'u iki haftada bir, % 25.5'i ihtiyaç oldukça mutfak alışverişi yapmaktadır. Tüketicilerin % 94.4'ü sığır eti, % 77.3'ü koyun eti, % 31.7'si keçi eti, % 3.3'ü deve eti, % 0.8'i manda etini tercih etmektedir. Tüketicilerin % 31.9'u yeterince kırmızı et tüketebildiğini, % 13.8'i bazen yeterince kırmızı et tüketebildiğini, % 54.2'si ise yeterince kırmızı et tüketemediğini belirtmişlerdir. Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et tüketim şekillerine bakıldığında sığır etini (% 50.7) kıyma olarak, koyun (% 57.2) ve keçi (% 56.5) etini ise kuşbaşı/parça et olarak tercih ettikleri görülmektedir. Tüketiciler en çok kasaptan alışveriş yapmayı tercih etmektedir. Tüketicilere göre kırmızı et genel olarak pahalıdır. Tüketicilerin yaklaşık üçte birinin kırmızı et tüketimi bir önceki yıla göre azalmıştır.

Anahtar kelimeler: Kırmızı et, tüketici, tercih, Çanakkale, Türkiye.

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the general characteristics of red meat consumers in Çanakkale and the red meat consumption preferences. For this purpose, surveys were conducted with 520 consumers in the

province of Çanakkale. The primary data obtained from the questionnaires were evaluated with basic statistical methods. According to research findings; 56.5 % of the consumers are women and 43.5 % are men. 67.5 % of the consumers are married and 32.5 % are single. When the distribution of consumers according to occupational groups is examined, 24.0 % are workers, 23.3 % are retired, 15.2 % are housewives, 15.0 % are tradesmen, 11.2 % are civil servants, 5.4 % are career owners, 3.8 % are students and 2.1 % were unemployed. The average household expenditure on households was 915 TL, the monthly household income was 4,487 TL and the per capita household income was 1,845 TL. 2.5 % of consumers exchange their kitchen every day, 30.0 % several times a week, 33.0 % weekly, 9.0 % every two weeks, 25.5 % of the time. Of the consumers, 94.4 % preferred beef, 77.3 % sheep meat, 31.7 % goat meat, 3.3 % camel meat and 0.8 % buffalo meat. 31.9 % of consumers stated that they could consume enough red meat, 13.8 % sometimes consumed enough red meat and 54.2 % stated that they could not consume enough red meat.When the red meat consumption patterns of the surveyed consumers are examined, it is seen that they prefer beef (50.7 %) as ground beef, sheep (57.2 %) and goat (56.5 %) as meat. Consumers prefer to shop at the butcher shop. According to consumers, red meat is generally expensive. Approximately one third of consumers reduced red meat consumption compared to the previous year.

Keywords: Red meat, consumer, preferences, Çanakkale, Turkey.

1. Giriş

Gıda tüketimi insanların en temel ihtiyaçlarından biridir (Akçay ve Vatansever, 2010). Hayvansal kökenli protein tüketimi ise sağlıklı ve dengeli beslenme için gereklidir (Gürer, 2013; Niyaz ve İnan, 2016). Gelişmiş toplumlarda gelişmemiş toplumlara göre hayvansal kökenli protein tüketimi oldukça fazladır (Gürer ve Ören, 2013; Niyaz, 2018). 2015 yılında Türkiye'de kişi başına yıllık kırmızı et tüketimi 16 kg olarak belirlenmiştir. Bunun 1.7 kg'ının küçükbaş hayvan eti olduğu belirtilmiştir (TEPGE, 2016).

Türkiye kırmızı et üretimi açısından önemli bir potansiyele sahip olmasına karşın kırmızı et tüketiminde gelişmiş pek çok ülkenin gerisinde kalmaktadır (Akçay ve Vatansever, 2010). Bu nedenle tüketicilerin genel özelliklerinin ve kırmızı et tüketim tercihlerinin belirlenmesi tüketici talep ve isteklerini anlamak açısından önemlidir. Önemli bir kırmızı et üretim merkezi olan Çanakkale'de kırmızı et tüketicilerinin genel özelliklerinin ve tüketim tercihlerinin araştırılması önemli görülmüştür.

Ulusal literatürde kırmızı et tüketimi ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır (Gündüz ve ark., 2006; Aral ve ark., 2008; Tosun ve Hatırlı, 2009; Akçay ve Vatansever, 2010; Kadanalı ve ark., 2010; Şeker ve ark., 2011; Uzundumlu ve ark., 2011; Lorcu ve Bolat, 2012; Topcu ve Uzundumlu, 2012; Tüzemen, 2012; Kızılaslan ve Nalinci, 2013; Denli ve ark., 2014; Karakaya ve Kızıloğlu, 2017). Çanakkale'de ise bu konu ile ilgili yapılmış ve özgün verilerden oluşan başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, bu araştırmanın amacı Çanakkale ilindeki kırmızı et tüketicilerinin genel özelliklerinin ve tüketim tercihlerinin ortaya konulmasıdır.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Verilerin Toplanması Sırasında Kullanılan Yöntem

Bu çalışmanın ana materyalini Çanakkale il merkezinde yaşayan tüketiciler ile yüz yüze gerçekleştirilen anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Bu çalışmada Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme formülünde ana kitlenin sınırları bellidir ve bu sınırlar içinde ana kitle değerini içeren güven aralığını hesaplamak mümkündür. Bu da ana kitle hakkında yorum yapma imkanı sağlamaktadır. Örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır:

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{d^2.(N-1)+t^2.p.q}$$

n= Örnekleme alınacak birey sayısı,

N=Hedef kitledeki birey sayısı,

t= Belli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer,

p= İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı,

q= İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı,

d= Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen ± örnekleme hatası (± % 5 kabul edilmiştir).

TÜİK 2016 yılı verilerine göre anketlerin yapılacağı yer olan Çanakkale merkez ilçesinin nüfusu 159,758 kişi olarak belirtilmiştir (TÜİK, 2017). Bu hedef kitlede % 95 güven aralığında α=0.05 için t değeri 1.96'dır. Önerilen araştırmada olayın gerçekleşme olasılığı en yüksek anket sayısına ulaşabilmek için (p) ve gerçekleşmeme olasılığı (q) eşit ve 0.50 olarak kabul edilmiştir. Buna göre;

$$n = \frac{(159{,}758).(1.96)^2.(0.5).(0.5)}{} = 383$$

$$(0.05)^2.(159.758-1)+(1.96)^2.(0.5).(0.5)$$

Önerilen araştırma kapsamında en az 383 asil anket yapılması gerektiği görülmektedir. Araştırma kapsamında 520 adet sağlıklı anket gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle analizler 520 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

2.2. Verilerin Analizi Sırasında İzlenen Yöntem

Tüketicilerden elde edilen birincil veriler temel istatistiki yöntemler ile değerlendirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde, sayı, yüzde, aritmetik ortalama, ağırlıklı ortalama gibi yöntemlerden yararlanılmıştır.

3. Kırmızı Et Tüketicilerinin Genel Özellikleri

Tüketicilerin kırmızı et tüketimine yönelik tercihlerinin belirlenmesi açısından tüketicilerin demografik özelliklerinin bilinmesi önemlidir. Tablo 1'de araştırma kapsamındaki tüketicilere ait bazı demografik özelliklere yer verilmiştir. Buna göre anket yapılan tüketicilerin % 56.5'i kadın, % 43.5'i ise erkektir. Tüketicilerin % 14.2'si 18 ile 27 yaş, % 18.7'si 28 ile 37 yaş, % 20.8'i 38 ile 47 yaş, % 23.7'si 48 ile 57 yaş, grupları arasında yer almakta olup % 22.7'si 58 yaş ve üzerindedir. Tüketicilerinin % 67.5'i evli, % 32.5'i bekardır. Tüketicilerin % 1.3'ü yalnızca okur-yazar, % 17.3'ü ilkokul mezunu, % 1.2'si ortaokul terk, % 12.5'i ortaokul mezunu, % 29.2'si lise mezunu, % 8.7'si yüksek okul mezunu, % 27.7'si lisans mezunu, % 2.1'i de lisans üstü mezunudur. Tüketicilerin mesleklere göre dağılımı incelendiğinde % 24.0'ünün işçi, % 23.3'ünün emekli, % 15.2'sinin ev hanımı, % 15.0'inin esnaf, % 11.2'sinin memur, % 5.4'ünün kariyer sahibi, % 3.8'inin öğrenci iken % 2.1'inin ise işsiz olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Kırmızı Et Tüketicilerin Demografik Özellikleri (%)

	Özellikler	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Cinsiyet			
	Kadın	294	56.5
	Erkek	226	43.5
	Toplam (N)	520	100.0
Yaş			
	18-27	74	14.2
	28-37	97	18.7
	38-47	108	20.8
	48-57	123	23.7
	58 ve üzeri	118	22.7
	Toplam (N)	520	100.0
Medeni Durum			
	Evli	351	67.5
	Bekar	169	32.5
	Toplam (N)	520	100.0
Eğitim Durumu			
	Okur-yazar	7	1.3
	İlkokul mezunu	90	17.3
	Ortaokul terk	6	1.2
	Ortaokul mezunu	64	12.5
	Lise mezunu	192	29.2
	Yüksek okul mezunu	149	8.7
	Lisans mezunu	12	27.7
	Lisans üstü mezunu		2.1

	Toplam (N)	520	100.0
Mesleği			
	İşçi	125	24.0
	Emekli	121	23.3
	Ev hanımı	79	15.2
	Esnaf	78	15.0
	Memur	58	11.2
	Kariyer sahibi (Avukat,doktor vs.)	28	5.4
	Öğrenci	20	3.8
	İşsiz	11	2.1
	Toplam (N)	520	100.0

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 harcamaları ortalaması 915 TL, aylık hane geliri ortalaması 4,487 TL ve aylık kişi başına düşen hane geliri 1,845 TL olarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Tüketicilere ve Hanelerine İlişkin Bazı Bilgiler

N=520	**Minimum**	**Maksimum**	**Ortalama**	**Standart Sapma**
Hanedeki Kişi Sayısı	1	6	2.7	1.1
Aylık Hane Geliri (TL)	600	22000	4487	2560
Aylık Kişi Başına Düşen Hane Geliri (TL)	200	11000	1845	1140
Aylık Hane Mutfak Harcaması (TL)	100	4000	915	562

Tablo 3'de tüketicilerin mutfak alışverişi yapma sıklıkları verilmiştir. Buna göre tüketicilerin % 2.5'i her gün, % 30.0'u haftada birkaç kez, % 33.0'ü haftada bir kez, % 9.0'u iki haftada bir, % 25.5'i ihtiyaç oldukça mutfak alışverişi yapmaktadır.

Tablo 3. Tüketicilerin Mutfak Alışverişi Yapma Sıklığı (%)

Sıklık	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Her gün	58	11.2
Haftada birkaç kez	125	24.0
Haftada bir kez	122	23.5
İki haftada bir	19	3.7
İhtiyaç oldukça	192	36.9
Diğer	4	0.8
Toplam	520	100.0

Tablo 4'te ise tüketicilerin iki günde bir et, balık, tavuk yeme durumları incelenmiştir. Buna göre tüketicilerin % 46.5'i evet, % 16.9'u bazen, % 36.5'ü ise hayır yanıtını vermiştir.

Tablo 4. Tüketicilerin İki Günde Bir Et, Balık, Tavuk Yeme Durumları (%)

Cevap	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Evet	242	46.5
Bazen	88	16.9
Hayır	190	36.5
Toplam	520	100.0

4. Kırmızı Et Tüketicilerinin Tüketim Tercihleri

Tablo 5'te tüketicilerin çeşitlerine göre kırmızı et tüketme durumları incelenmiştir. Buna göre görüşülen tüketicilerin % 94.4'ü sığır eti, % 77.3'ü koyun eti, % 31.7'si keçi eti, % 3.3'ü deve eti, % 0.8'i manda eti tüketmektedir. Araştırma kapsamında bunların dışında tüketilen kırmızı et çeşidine rastlanmamıştır. Deve ve manda eti tüketicilerin sayısı

oldukça düşüktür. Bu nedenle deve ve manda eti ile ilgili başka değişkenler araştırmanın geri kalan kısmına dahil edilmemiştir.

Tablo 5. Tüketicilerin Kırmızı Et Tüketme Durumları (%)

	Tüketiyor		**Tüketmiyor**	
Et Çeşidi N=520	**Sayı**	**Yüzde (%)**	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Sığır eti	491	94.4	29	5.6
Koyun eti	402	77.3	118	22.7
Keçi eti	165	31.7	355	68.3
Deve eti	17	3.3	503	96.7
Manda eti	4	0.8	516	99.2

Tablo 6'da hanelerin yıllık kıyma ve kuşbaşı/parça et tüketim durumlarına göre dağılımları verilmiştir. Buna göre hanelerin % 5.4'ü kıyma tüketmiyorken, % 6.0'sı 1 ile 5 kg arasında, % 17.5'i 6 ile 10 kg arasında, % 26.0'sı 11 ile 15 kg arasında, % 10.8'i 16-20 kg arasında, % 12.7'si 21 ile 25 kg arasında, % 7.3'ü 26 ile 30 kg arasında, % 14.4'ü ise 31 kg ve üzerinde kıyma tüketmektedir. Yine hanelerin kuşbaşı/parça et tüketimlerine göre dağılımları Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6. Hanelerin Yıllık Kıyma ve Kuşbaşı/Parça Et Tüketim Durumlarına Göre Dağılımı (%)

N=520	**Kıyma**		**Kuşbaşı/Parça Et**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Tüketmiyor	28	5.4	53	10.2
1-5 kg arası	31	6.0	51	9.8
6-10 kg arası	91	17.5	78	15.0
11-15 kg arası	135	26.0	70	13.5
16-20 kg arası	56	10.8	56	10.8
21-25 kg arası	66	12.7	54	10.4
26-30 kg arası	38	7.3	33	6.3
31 kg ve üzeri	75	14.4	125	24.0

Toplam	520	100.0	520	100.0

Tüketicilere yeterince kırmızı et tüketip tüketemedikleri hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Buna göre tüketicilerin % 31.9'u yeterince kırmızı et tüketebildiğini, % 13.8'i bazen yeterince kırmızı et tüketebildiğini, % 54.2'si ise yeterince kırmızı et tüketemediğini belirtmişlerdir (Tablo 7).

Tablo 7. Tüketicilerin Yeterince Et Tüketebilme Durumları (%)

Cevap	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Evet	166	31.9
Bazen	72	13.8
Hayır	282	54.2
Toplam	520	100.0

Yeterince kırmızı et tüketemediğini düşünen (hayır ve bazen cevabı veren tüketicilere) tüketicilere kırmızı et tüketiminden kaynaklanan eksikliği hangi besi kaynakları ile giderdiği sorulmuştur (Tablo 8). Buna göre tüketicilerin % 41.2'si hepsi, % 23.2'si tavuk-hindi, % 16.9'u balık, % 9.6'sı baklagiller, % 4.5'i sebzeler, % 3.7'si süt yoğurt, %0.9'u ise diğer cevabını vermiştir.

Tablo 8. Yeterince Kırmızı Et Tüketemediğini Düşünen Tüketicilerin Alternatif Besin Kaynaklarına Göre Dağılımı (%)

Cevap	**Sayı**	**Yüzde (%)**
Hepsi	146	41.2
Tavuk-Hindi	82	23.2
Balık	60	16.9
Baklagiller	34	9.6
Sebzeler	16	4.5
Süt-Yoğurt	13	3.7
Diğer	3	0.9
Toplam	354	100.0

Tablo 9'da tüketicilerin kırmızı et satın alma sıklıkları verilmiştir. Buna göre sığır eti tüketen tüketiciler genellikle iki haftada bir (% 53.7) veya ayda bir (% 31.3) sığır eti satın almayı tercih etmektedir. Tüketicilerin % 27.5'i iki haftada bir,% 28.1'i ayda bir, % 10.0'u iki ayda bir, % 4.8'i altı ayda bir ve % 6.7'si yılda bir koyun eti satın alır iken % 22.7'si ise hiç koyun eti satın almamaktadır. Hiç keçi eti satın almayanların oranı ise % 68.3'dir.

Tablo 9. Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alma Sıklıkları (%)

N=520	**Hiç (%)**	**İki Haftada Bir (%)**	**Ayda Bir (%)**	**İki Ayda Bir (%)**	**Altı Ayda Bir (%)**	**Yılda Bir (%)**	**Daha Az (%)**
Sığır eti	5.6	53.7	31.3	6.5	1.9	0.8	0.2
Koyun eti	22.7	27.5	28.1	10.0	4.8	6.7	0.2
Keçi eti	68.3	3.5	3.7	4.8	10.6	8.8	0.4

Tablo 10'da tüketicilerin kırmızı et tüketme sıklıkları verilmiştir. Buna göre tüketicilerin % 15.8'i her zaman, % 50.8'i genellikle, % 20.0'ı bazen, % 7.9'u nadiren, % 5.6'sı ise hiçbir zaman sığır eti tüketmemektedir. Yine tüketicilerin % 5.8'i her zaman, % 33.3'ü genellikle, % 25.4'ü bazen, % 12.9'u nadiren koyun eti tüketirken % 22.7'si ise hiç koyun eti tüketmemektedir.

Tablo 10. Tüketicilerin Kırmızı Eti Tüketme Sıklıkları (%)

N=520	**Hiçbir zaman (%)**	**Nadiren (%)**	**Bazen (%)**	**Genellikle (%)**	**Her zaman (%)**
Sığır eti	5.6	7.9	20.0	50.8	15.8
Koyun eti	22.7	12.9	25.4	33.3	5.8
Keçi eti	68.3	12.5	14.2	3.7	1.3

Tüketicilerin kırmızı ette şekil tercihleri incelenmiştir (Tablo 11). Buna göre tüketiciler sığır etini çoğunlukla kıyma (% 50.7), koyun (% 57.2) ve keçi (% 56.5) etlerini ise kuşbaşı/parça et olarak tercih etmektedir.

Tablo 11. Tüketicilerin Kırmızı Ette Şekil Tercihlerine Göre Dağılımı (%)

	Kıyma (%)	**Kuşbaşı/ Parça Et (%)**	**Kemikli Et (%)**	**Bütün (%)**	**N***
Sığır eti	50.7	34.8	13.6	0.9	911
Koyun eti	19.8	57.2	22.6	0.4	601
Keçi eti	2.6	56.5	38.3	2.6	193

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

Tüketicilerin kırmızı ette markalı ürün tercihlerine göre dağılımları Tablo 12'de incelenmiştir. Buna göre sığır eti tüketicilerinin % 18.3'ü markalı, % 42.5'i markasız, % 33.6'sı ise hem markalı hem markasız ürünleri tercih etmektedir. Koyun eti (% 39.4) ve keçi eti (% 15.8) tüketicilerinin de büyük çoğunluğu markasız (dökme) ürünler tercih etmektedir.

Tablo 12. Tüketicilerin Kırmızı Ette Markalı Ürün Tercihlerine Göre Dağılımı (%)

	Markalı (%)	**Markasız (%)**	**Hem Markalı Hem Markasız (%)**	**Tüketmiyor (%)**
Sığır eti	18.3	42.5	33.6	5.6
Koyun eti	11.3	39.4	26.5	22.7
Keçi eti	2.7	15.8	13.2	68.3

Tüketicilerin kırmızı et satın almayı tercih ettikleri yerlere göre dağılımları Tablo 13'de verilmiştir. Buna göre sığır eti (% 67.5), koyun eti (% 66.8) ve keçi eti (% 57.4) tüketicilerin en çok tercih ettiği satış yeri kasap olarak belirlenmiştir.

Tablo 13. Araştırma Bölgesindeki Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Almayı Tercih Ettikleri Yerlere Göre Dağılımı (%)

	Market (%)	**Bakkal (%)**	**Pazar (%)**	**Kasap (%)**	**Köyden (%)**	**Kendim üretiyorum (%)**	**Diğer (%)**
Sığır eti	25.2	0.0	0.0	67.5	5.5	1.2	0.6
Koyun eti	17.2	0	0.6	66.8	12.3	2.2	0.9
Keçi eti	5.9	0	0.6	57.4	30.8	1.7	3.6

Tüketicilerin kırmızı et satın aldıkları yerlere güven duyma düzeyleri ve 5'li Likert Ölçek Ortalamaları Tablo 14'de verilmiştir. Buna göre tüketiciler en çok kasap (3.9) ve köyden (3.3) aldıkları ürünlere güvenmektedir.

Tablo 14. Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Aldıkları Yerlere Güven Duyma Düzeylerine Göre Dağılımı ve 5'li Likert Ölçek Ortalaması (%)

N=520	**Hiç (1)**	**Güvenmem (2)**	**Ne Güvenirim Ne de Güvenmem (3)**	**Güvenirim (4)**	**Çok Güvenirim (5)**	**Likert Ölç. Ort.**
Kasap	1.7	3.7	11.9	61.0	21.7	3.9
Köyden	17.9	8.8	16.0	44.8	12.5	3.3
Market	21.5	24.4	21.9	29.8	2.3	2.7
Bakkal	56.5	33.3	7.1	3.1	0.0	1.6
Pazar	56.5	30.2	10.0	2.9	0.4	1.6

Tüketicilerin kırmızı et fiyatları hakkındaki düşüncelerine göre dağılımı ve 5'li Likert Ölçek Ortalamaları Tablo 15'de verilmiştir. Tüketicilerin

büyük bir çoğunluğu tüm et türlerinde fiyatların pahalı olduğunu düşünmektedir.

Tablo 15. Tüketicilerin Kırmızı Et Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılımı ve 5'li Likert Ölçek Ortalaması (%)

	Çok Pahalı (1)	**Pahalı (2)**	**Ne Pahalı Ne Ucuz (3)**	**Ucuz (4)**	**Çok Ucuz (5)**	**N**	**Likert Ölç. Ort.**
Sığır eti	65.0	25.0	8.9	1.1	0.0	491	1.5
Koyun eti	61.9	27.8	9.5	0.8	0.0	402	1.2
Keçi eti	50.3	33.9	13.9	1.9	0.0	165	1.7

Tüketicilerin bir önceki yıla göre kırmızı et tüketimlerindeki değişimler hakkındaki düşünceleri ve buna ilişkin yargıların 5'li Likert Ölçek Ortalamaları Tablo 16'da verilmiştir. Tüketiciler genel olarak kırmızı et tüketimlerinin bir önceki yıla göre değişmediğini düşünmektedir.

Tablo 16. Tüketicilerin Bir Önceki Yıla Göre Kırmızı Et Tüketimlerindeki Değişime Göre Dağılımı ve 5'li Likert Ölçek Ortalaması (%)

	Çok Arttı (1)	**Arttı (2)**	**Ne Arttı Ne Azaldı (3)**	**Azaldı (4)**	**Çok Azaldı (5)**	**N**	**Likert Ölç. Ort.**
Sığır eti	0.4	6.9	59.9	30.8	2.0	491	3.3
Koyun eti	0.5	6.7	59.9	29.6	3.2	402	3.3
Keçi eti	0.0	7.8	64.2	25.6	2.4	165	3.2

5. Sonuç ve Öneriler

Çanakkale ilinde yürütülen bu araştırma sonuçlarına göre; tüketiciler genellikle orta yaş grubundadır. Tüketicilerin çoğunluğunun medeni durumu evlidir. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu lise veya üniversite mezunudur. Tüketiciler en çok sırasıyla sığır, koyun ve keçi eti tercih etmektedir. Tüketicilerin yarısına yakını hayvansal protein ihtiyacını karşılamak için iki günde bir et, balık veya tavuk içeren bir yemek yeme imkanına sahiptir. TÜİK'e göre Türkiye'de tüketicilerin yalnızca üçte biri bu imkana sahiptir. Çanakkale bu anlamda Türkiye ortalamasının üzerindedir.

Tüketiciler sığır etini genellikle kıyma, koyun ve keçi etini ise kuşbaşı/parça et şeklinde satın almayı tercih etmektedir. Tüketicilerin yaklaşık üçte biri yeterince et tüketebildiğini düşünmektedir. Yeterince et tüketemediğini düşünen tüketiciler protein almak amacıyla alternatif olarak tavuk-hindi, balık, baklagil gibi diğer gıdalara yönelmektedir. Tüketicilerin sığır eti ve koyun etini iki hafta bir satın aldıkları ve genellikle tükettikleri saptanmıştır.

Tüketicilerin çoğunluğu markasız/dökme ürünler tercih etmektedir. Tüketicilerin büyük çoğunluğu kasaptan alışverişi tercih etmekte ve en çok kasaplara güvenmektedir. Tüketiciler genel olarak kırmızı et fiyatlarını çok pahalı ya da pahalı bulmaktadır. Tüketicilerin yaklaşık üçte birinin kırmızı et tüketimi bir önceki yıla göre azalmıştır.

Kırmızı et tüketiminin arttırılabilmesi için tüketici profilinin ve tüketici tercihlerinin bilinmesi önemlidir. Bu alanda yapılan çalışmaların sayı ve niteliğinin artması önerilmektedir. Tüketicilerin pazar, bakkal gibi satış yerlerine duyacağı güveni arttırmak adına denetimler nitelikli ve sık yapılmalıdır.

Kırmızı et tüketiminin artması için fiyatlarının tüketicilerin ulaşabileceği seviyelere inmesi gerekmektedir. Bu da uygulanacak tutarlı tarımsal politikalar ve bu politikaların uygulanması ile mümkündür. Girdi fiyatlarındaki artış, ithalat gibi nedenler hem üretici hem de tüketiciyi olumsuz etkilemektedir. Araştırma kapsamındaki tüketicilerin üçte birinin kırmızı et tüketiminin bir önceki yıla göre düştüğü saptanmıştır. Bu da benimsenen ithalat politikalarının tüketimi arttırmak adına yeterli ve geçerli olmadığını göstermektedir.

Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından 1408 nolu proje ile desteklenmiştir. Ayrıca 18-19 Ekim 2018 tarihleri arasında Girne/Kıbrıs'ta düzenlenen Multicongress'te sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Kaynaklar

Akçay, Y., & Vatansever, Ö. (2010). Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41, 43-60.

Aral, Y., Demir, Y., & Sarıözkan, P. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 55, 189-194.

Denli, E., Şehribanoğlu, S. & Boran, G. (2014). Şırnak ilinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma. *Gıda Dergisi*, 41(3), 141-148.

Gündüz, O., Esengün, K. & Göktolga, Z.G. (2006). Ailelerin et tüketimleri üzerine bir araştırma: Tokat ili örneği. VII. Tarım Ekonomisi Kongresi. 13-15 Eylül 2006, Antalya/Türkiye, (s.1152-1160).

Gürer, B. (2013). Türkiye'de hayvansal ürünlerde gıda güvencesinin analizi. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

Gürer, B. & Ören, N. (2013). Türkiye'de hayvansal ürünlerde gıda güvencesinin analizi. *Çukurova Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 29(3), 124-133.

Kadanalı, E., Tümer, İ.,E., Dağdemir, V. & Miran, B. (2010). Tüketicilerin et alma yeri tercihlerini etkileyen faktörlerin analizi: Erzurum ili örneği. IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, 22-24 Eylül 2010, Şanlıurfa/Türkiye, (s.320-325).

Karakaya, E., & Kızıloğlu S. (2017). Bingöl il merkezinde yaşayan hane halklarının kırmızı et talebini etkileyen faktörlerin analizi. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 32(2), 169-180.

Kızılaslan, H. & Nalinci, Ş. (2013). Amasya ili merkez ilçedeki hane halkının kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve kırmızı et tüketimini etkileyen faktörler. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 3, 76-99.

Lorcu, F. & Bolat, B.A. (2012). Edirne ilinde kırmızı et tüketim tercihlerinin incelenmesi. *Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(1), 71-85.

Niyaz, Ö.C. & İnan, H.İ. (2016). Türkiye'de gıda güvencesinin mevcut durumunun değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(2), 1-7.

Niyaz, Ö.C. (2018). Türkiye'de sığır eti üretimi ve dış ticaretinde son 25 yıllık politikaların ve uygulamaların değerlendirilmesi. XII. Tarım

Ekonomisi Kongresi, 12-14 Eylül 2018, Kahramanmaraş/Türkiye.

Şeker, İ., Özen, A.,Güler, H.,Şeker, P. & Özden, İ. (2011). Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*. 17/4, 543-550

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE), (2016). Kırmızı Et Durum Tahmin Raporu 2016, Yayın no: 279, Ankara.

Tosun, Ö.O. & Hatırlı, S.A., (2009). Tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi: Antalya ili örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14/2, 433-445.

Topcu, Y. & Uzundumlu, A.S. (2012). Tüketicilerin kırmızı et tüketimi ile ilgili tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi: Erzurum ili örneği. X. Tarım Ekonomisi Kongresi., 5-7 Eylül 2010, Konya/Türkiye, (ss.926-935).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (2017). www.tuik.gov.tr, (ET: 01.01.2018).

Tüzemen, E. (2012). Konya ili selçuklu ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlığı ve buna etki eden faktörlerin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Uzundumlu, S.A, Işık, B.H. &ve Kırlı, H.M. (2011). İstanbul ili Küçük Çekmece İlçesinde kırmızı ve beyaz et tüketiminde etkili faktörlerin analizi. *Alınteri Ziraat Bilimleri Dergisi*, 21/2, 20-31.