

Kahramanmaraş İli Kent Merkezinde Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketimi Etkileyen Faktörler

Emine İKİKAT TÜMER

Cuma AKBAY*

Tuba KOŞUM

Sarper Afşin ÜNAL

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Kahramanmaraş

Geliş (Received): 25.04.2015

Kabul (Accepted): 01.08.2016

ÖZET: Bu çalışmada Kahramanmaraş ili kent merkezinde tüketicilerin tavuk eti tüketim alışkanlıklarını ve tüketici tercihlerini etkileyen faktörleri araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla 2014 yılında Kahramanmaraş ili kent merkezinde 272 tüketici ile anket yapılmış ve elde edilen verilerin analizinde parametrik testlerden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tavuk eti harcamasının, toplam gıda harcamaları içerisindeki oranı %6,01 ve toplam et harcamaları içerisindeki oranı ise %25,70 olarak saptanmıştır. Araştırma alanında aylık ortalama hanehalkı tavuk eti tüketim miktarı 3,19 kg, kırmızı et 2,12 kg ve balık etininin 1,35 kg olduğu tespit edilmiştir. Tavuk eti tüketimini etkileyen en önemli faktörlerin hanehalkı geliri, ailedeki birey sayısı ve tüketicinin cinsiyeti olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Tavuk eti, tüketim alışkanlıkları, Kahramanmaraş.

Chicken Meat Consumption Habits and the Factors Affecting Consumption in Kahramanmaraş Province

ABSTRACT: The objective of this study is to investigate the factors affecting chicken meat consumption habits and preferences of consumers in Kahramanmaraş province. For this purpose, 272 consumers were interviewed in the center of Kahramanmaraş province at 2014, and the data was analyzed by using parametric tests. According to the results, the ratio of chicken meat consumption in the total food consumption was determined as 6,01% and the red meat consumption was 25,70%. In the study area, the estimated average of a household monthly consumption was 3.19, 2.12 and 1.35 kg for chicken, red and fish meat, respectively. The most important factors affecting chicken meat consumption were the household income, number of family members and consumer's gender.

Keywords: Chicken meat, consumption habits, Kahramanmaraş

GİRİŞ

Beslenme; sağlığı korumak, geliştirmek ve yaşam kalitesini artırmak amacıyla vücudun ihtiyacı olan besinleri uygun zamanda ve yeterli miktarda almak için bilinçli yapılması gereken bir eylemdir (FAO, 2016). Yeterli ve dengeli beslenme hem bireylerin yaşam faaliyetlerini sürdürebilmesi hem de tüm toplumun gelişmesi için gereklidir (Ceylan, 2006). Bireylerin dengeli beslenmesi ve sağlıklı bir yaşam sürebilmesi için yeterli düzeyde vitamin, mineral, karbonhidrat, yağ ve protein alması gerekmektedir. Soya ürünleri, baklagiller, fasulye, bazı yemişler ve tahıllar bitkisel proteinleri; yumurta, balık, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ise hayvansal proteinleri oluşturmaktadır.

Değişen beslenme alışkanlıkları ve artan nüfus yeni ürünlerin pazara girmesine ve hayvancılık sektöründen elde edilen gelirlerin artmasına katkı sağlar (İYKA, 2011). Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de nüfus sayısındaki artış ve değişen beslenme alışkanlıklarına bağlı olarak et ve et ürünleri tüketimindeki artışa karşın yeterli derecede gelişmeyen hayvancılık sektörü, ihtiyaçları karşılayamaz duruma gelmiştir. Kırmızı et üretiminin giderek azalması ve buna bağlı olarak kırmızı et fiyatının yükselmesi gibi faktörler sonucu ortaya çıkan hayvansal protein açığı, beyaz et tüketimi ile dengelenebilmektedir (Sayılı, 2006; İYKA, 2011).

Beyaz et türlerinden biri olan tavuk eti, kaliteli protein, düşük yağ, vitamin ve mineral içeriğinin yanı sıra sindirimi kolay, lezzetli ve düşük kalorili gıda olarak insan beslenmesinde önemli bir yere sahiptir

(Taşkın 2003; Demiröz, 2013). Son 20 yıllık süreçte diğer hayvan türlerinin aksine, kanatlı varlığında %195 artış olmuştur (FAOSTAT, 2016). Tavuk eti fiyatının kırmızı ete göre ucuz olması ile et tüketimi içinde tavuk etinin payı artan bir eğilim göstermeye devam etmektedir (Şengül vd., 2002; Taşkın, 2003).

İnsan beslenmesinde önemli olan tavuk eti tüketimini, toplumun gıda talebi ve tüketim alışkanlıkları, ürünlerin kalitesi, fiyat ve hijyen özellikleri, hanehalkı gelir düzeyi, tüketicinin eğitimi, cinsiyeti, medeni durumu vb. sosyo-ekonomik özelliklerindeki farklılıklar ve bunların yanı sıra beslenme alışkanlıkları ile ilgili bilgi ve deneyimleri gibi faktörler etkilemektedir (Cevger ve ark., 2008; Terin ve ark., 2014).

Daha önceki çalışmalarda tüketicilerin tavuk eti tüketim düzeyleri ve tüketim alışkanlıkları (Şengül vd., 2002; Taşkın, 2003; Işıklar, 2010; Durmuş ve ark. 2012), tavuk eti tüketim algısı (Vukasoviç, 2009), tüketim tercihleri (Pouta et al. 2010; Aral, vd. 2013) ve kanatlı eti tüketiminin yapısı (Magdelaine ve ark., 2008; İnci vd., 2014) incelenmiştir.

Bu çalışmada insan sağlığı için önemli bir yere sahip ve protein kaynağı olan tavuk eti tüketimine ilişkin Kahramanmaraş ili kent merkezindeki tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, gelir grupları itibarıyla ortalama tavuk eti tüketim miktarının karşılaştırılması amaçlanmıştır.

*Sorumlu Yazar : Akbay, C., cakbay@ksu.edu.tr

MATERYAL ve METOT

Bu araştırmanın materyali Kahramanmaraş ili kent merkezinde ikamet eden tüketicilerle yüz yüze anket yöntemi ile elde edilen verilerden oluşmaktadır. Örnek büyüklüğünün hesaplanmasında Oransal Örneklem yöntemi kullanılmıştır

$$n = \frac{N * p * (1 - p)}{(N - 1) * \sigma_p^2 + p * (1 - p)} = \frac{1089038 * 0.5 * 0.5}{(1089038 - 1) * 0.00093 + (0.5 * 0.5)} \cong 272$$

Formülde; n örnek büyüklüğünü, N ana kitledeki birey sayısı, σ_p^2 oranın varyansı ve p ise incelenen olayın meydana gelme olasılığıdır. Formülde %90 güven aralığında ve ortalamadan %5 sapma değeri kullanılmış ve örnek sayısı 272 olarak hesaplanmıştır.

Veriler tüketicilerin davranışlarını ve tüketim alışkanlıklarını saptamaya yönelik hazırlanmış anket formu ile elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler ile gıda tüketim harcamaları, et ve et ürünleri harcamaları ve tavuk eti harcamaları gelir grupları itibariyle incelendikten sonra, tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri ile tavuk eti tüketimi arasındaki ilişki t-testi ve F testi ile belirlenmiştir. t-testi iki farklı

grubun F-testi ise üç veya daha fazla grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığının belirlenmesinde kullanılan yöntemlerdir (Miran, 2013).

BULGULAR

Araştırma alanında anket yapılan bireylerin %61,8'inin erkek, %76,1'inin evli, %33,8'inin 29 yaşından küçük, %23,9'unun 41 yaşından büyük, %33,8'inin ilköğretim okulu mezunu, %36,4'ünün lise mezunu ve %25,7'sinin üniversite mezunu ve %81,6'sının Kahramanmaraşlı olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 1). Üç ve daha az bireye sahip olan tüketicilerin oranı %40,8 ve beş ve daha fazla bireye sahip olanların oranı ise %24,7 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 2'de, hanehalkları gelir düzeyleri itibariyle düşük, orta ve yüksek gelir gruplarına ayrılmış ve gıda, et ve et ürünleri ile tavuk eti tüketim harcamaları incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, düşük gelirli ailelerin aylık gıda harcaması 300,91 TL, orta gelir grubu ailelerin 434,15 TL ve yüksek gelirli ailelerin ise 605,95 TL olduğu saptanmıştır. Toplam et ve et ürünleri harcaması düşük gelirli ailelerde 65,73 TL, orta gelirli ailelerde 109,01 TL ve yüksek gelirli ailelerde 137,58 TL olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 1. Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikler

Değişkenler	Tanımlar	Frekans	Oran (%)
Yaş (yıl)	<29	92	33,8
	30-40	115	42,3
	41+	65	23,9
Eğitim	Okuryazar	11	4,0
	İlköğretim	92	33,8
	Lise	99	36,4
	Üniversite	70	25,7
Cinsiyet	Erkek	168	61,8
	Kadın	104	38,2
Memleket	Kahramanmaraş	222	81,6
	Diğer	50	18,4
Medeni Durum	Evli	207	76,1
	Bekâr	65	23,9
Aile Birey Sayısı (kişi)	<3	111	40,8
	4	94	34,6
	5+	66	24,7

Çizelge 2. Gelir Dağılımı İçerisinde Aylık Gıda, Toplam Et ve Tavuk Eti Harcaması

Gelir grubu	Aylık gıda harcaması(TL/ay) (1)	Toplam et ve et ürünleri harcaması(TL/ay) (2)	Tavuk eti harcaması(TL/ay) (3)	Oran (%) (3/1)	Oran (%) (3/2)
Düşük gelir	300,91	65,73	22,25	7,57	41,67
Orta gelir	434,15	109,01	29,40	7,12	30,82
Yüksek gelir	605,95	137,58	28,09	5,26	22,39
Ortalama	444,10	103,83	26,68	6,01	25,70
F değeri (P-değeri)	56,644 (0,000)	38,269 (0,000)	5,324 (0,000)	8,474 (0,000)	26,275 (0,000)

Tavuk eti harcamaları düşük, orta ve yüksek gelir grubu ailelerde sırasıyla 22,25 TL, 29,40 TL ve 28,09 TL olarak hesaplanmıştır. Hanehalkı gelir düzeyi arttıkça aylık gıda harcaması ve tavuk eti harcamasının değeri olarak arttığı saptanmıştır.

Hanehalklarının gıda harcamalarının toplam gelir içerisindeki ortalama oranı %20,16 iken, tavuk eti için yapılan harcamaların gıda harcaması içerisindeki ortalama oranı %6,01, toplam et ve et ürünleri harcaması içerisindeki ortalama oranı ise %25,70 olarak tespit edilmiştir.

Ankete katılan tüketiciler aylık ortalama 3,19 kg tavuk eti tüketmekte ve bunu sırası ile 2,12 kg ile kırmızı et ve 1,35 kg ile balıketi takip etmektedir. Bu tüketim miktarlarına göre, yıllık hanehalkı başına tavuk eti tüketim miktarı 38,3 kg iken kişi başına tüketim miktarı ise 12 kg olarak saptanmıştır. Bu değer daha önceki çalışmalarla kıyaslandığında benzerlik göstermektedir. Örneğin, Şanlıurfa ilinde 2000 yılında yapılan çalışmada kişi başına tavuk eti tüketim miktarı 13,3 kg (Şengül ve ark., 2002), Bingöl'de 28,4 kg gibi oldukça yüksek bir miktar (İnce ve ark., 2014), 2013 yılında Ankara'da yapılan çalışmada ise 10,2 kg olarak saptanmıştır. Tüketicilerin aylık tavuk eti harcaması 26,68 TL, kırmızı et harcaması 61,93 TL ve balıketi harcaması 15,21 TL olarak belirlenmiştir. Tavuk etinin toplam et harcaması içerisindeki oranı %25,70, kırmızı etin oranı %59,65, balıketinin oranı %14,65 olarak tespit edilmiştir (Çizelge 3).

Anket yapılan tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri ile ortalama tavuk eti tüketim miktarının karşılaştırılmasına ilişkin sonuçlar Çizelge 4'te verilmiştir.

Ankete katılan bireylerin cinsiyet dağılımı incelendiğinde, erkeklerin tavuk eti tüketim miktarı 3,35 kg iken kadınların 2,85 kg'dır. Yapılan t-test sonucuna göre cinsiyetler itibariyle tavuk eti tüketim miktarları arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (P=0,043).

Hanehalkı büyüklükleri itibariyle tavuk eti tüketim miktarlarına bakıldığında, birey sayısı arttıkça tavuk eti tüketim miktarının arttığı ve bu artışın istatistiksel olarak önemli olduğu saptanmıştır (P<0,000).

Tüketicilerin gelir grupları itibariyle aylık tavuk eti tüketim miktarları incelendiğinde, düşük gelirli tüketiciler 2,70 kg, orta gelirli tüketiciler 3,63 kg ve yüksek gelirli tüketiciler 3,19 kg tavuk eti tüketmektedir (Çizelge 4). Tüketici geliri arttıkça tavuk eti tüketiminde dalgalanmalar görünse de yapılan analiz sonucuna göre

gelir ile tavuk eti tüketim miktarı ortalamaları arasında önemli bir fark olduğu gözlenmektedir (P=0,011). Orta ve yüksek gelir grubunda bulunan ailelerin düşük gelirli ailelere oranla daha fazla miktarda tavuk eti tükettikleri saptanmıştır. Araştırma sonuçları ailelerin gelirleri arttıkça tavuk eti tüketimlerini arttırdıkları ancak belirli bir gelirden sonra ise kırmızı et tavuk etine ikame ettiklerini göstermektedir.

Yaş grupları itibariyle tavuk eti tüketim miktarı 29 yaşının altında olanların 3,29 kg, 30-40 yaş arasında olan bireylerin 2,94 kg ve 41 yaş ve üzeri olanların tüketim miktarları 3,51 kg olarak saptanmıştır. Yaş grupları itibariyle tavuk eti tüketim miktarında dalgalanmalar meydana gelmiş olup en fazla tüketim miktarı 41 yaş ve üzeri olan bireylerde görülmüştür.

Ankete katılan bireylerin eğitim grupları incelendiğinde ilkökul ve altı eğitim görenlerin tavuk eti tüketim miktarları 3,00 kg iken, üniversite mezunlarının tüketim miktarları 3,46 kg'dır. Eğitim durumu arttıkça tavuk eti tüketim miktarlarında da artış gözlenmekle birlikte istatistiksel olarak bir fark gözlenmemiştir (P=0,366).

Kırmızı et tüketim miktarları gruplara ayrılmış ve tavuk eti tüketim ortalamaları ile karşılaştırılmıştır. Ailelerin kırmızı et tüketimi arttıkça tavuk eti tüketim ortalamasının da arttığı gözlemlenmiştir ve bu artış istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (P<0,001).

İnsan sağlığı açısından tavuk eti tüketiminin önemi hakkında bilgi düzeylerine göre tavuk eti tüketim miktarlarına baktığımızda bir dalgalanma gözlenmektedir. Hiç bilgi sahibi olmayanların tüketim miktarı 3,032 kg iken çok bilgi sahibi olanların 3,29 kg olduğu saptanmış olup bilgi düzeyleri itibari ile tavuk eti tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (P=0,452).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada Kahramanmaraş ili kent merkezindeki tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, gelir grupları itibariyle ortalama tavuk eti tüketim miktarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla Kahramanmaraş ili kent merkezinde 272 tüketici ile anket yapılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda aylık gıda harcaması içerisinde ortalama tavuk eti harcaması %6,01, aylık tavuk eti tüketim miktarı 3,19 kg ve et ve et ürünleri içerisinde en fazla tavuk etinin tüketildiği saptanmıştır. Tavuk etinin kırmızı ete göre daha ekonomik olması tavuk eti tüketimini artıran en önemli faktördür.

Çizelge 3. Hane halklarında Et Tüketim Miktarları ve Harcamaları

TÜKETİLEN ET TÜRÜ	Tüketim miktar (kg/ay)	Tüketim harcaması (TL/ay)	Toplam et tüketim harcamasındaki oranı (%)
Tavuk	3,19	26,68	25,70
Kırmızı et	2,12	61,93	59,65
Balık	1,35	15,21	14,65
Toplam	-	103,83	100,00

Çizelge 4. Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik ve Demografik Gruplar İtibariyle Ortalama Tavuk Eti Tüketim Miktarının Karşılaştırılması

DEĞİŞKENLER	Gruplar	Frekans	Tavuk eti tüketim miktarı (kg/ay)	Test değeri (P değeri)
Cinsiyet	Kadın	104	2,86	2,392 (0,043)
	Erkek	168	3,39	
Aile Birey Sayısı (kişi)	3-	111	2,59	10,374 (0,000)
	4	94	3,31	
	4+	67	4,02	
Gelir Grupları (TL/ay)	1400-	88	2,70	4,594 (0,011)
	1401-2500	100	3,63	
	2501+	84	3,19	
Yaş Grup (yıl)	29-	92	3,29	1,639 (0,196)
	30-40	115	2,94	
	41+	65	3,51	
Eğitim Grup	İlkokul ve altı	103	3,00	1,009 (0,366)
	Lise	99	3,20	
	Üniversite	70	3,46	
Kırmızı Et Tüketim Grupları (kg/ay)	1-	106	2,719	5,740 (0,004)
	1,1-2,5	82	3,238	
	2,6+	84	3,750	
İnsan Sağlığı Açısından Tavuk Eti Tüketiminin Önemi Hakkındaki Bilgi Düzeyleri	Hiç	50	3,160	0,880 (0,452)
	Az	133	3,032	
	Orta	66	3,545	
	Çok	22	3,295	

Araştırmaya katılan düşük gelirli tüketicilerin en az tavuk eti tükettikleri belirlenmiştir. Düşük gelirli tüketicilerin tavuk eti tüketimlerini artırmak için tüketicilerin tavuk eti satın alma tercihleri araştırılmalı ve tercihleri doğrultusunda önlemler alınmalıdır.

İnsan sağlığı açısından önemli bir protein, vitamin kaynağı olan tavuk eti tüketimini artırmak için tüketici tercihleri araştırılarak tüketici isteğine yönelik üretim yapılması tüketimi arttırabilecektir. Son yıllarda önem kazanan ve serbest dolaşım tekniği ile üretilen tavuk eti üretimi hakkında tüketiciler bilinçlendirilerek tavuk eti talebi artırılabilir.

Sonuç olarak tüketiciler, insanların beslenmesinde, çocuklar ile gençlerin bedensel ve zihinsel gelişimlerinde büyük öneme sahip olan hayvansal kaynaklı proteinlerden olan tavuk eti ve ürünlerinin insan sağlığı açısından önemini vurgulayacak bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Bunun yanı sıra tavuk eti üreticileri ve pazarlayıcıları tüketici tercihleri konusunda bilgilendirilerek tüketici başına düşen tavuk eti tüketim miktarı artırılabilir.

KAYNAKLAR

Aral, Y., Aydın, E., Demir P., Akın, A.C., Cevger, Y., Kaya Kuyululu, Ç.Y., Arıkan, M.S. 2013. Consumer Preferences and Consumption Situation of Chicken Meat in Ankara Province, Turkey. Turk J Vet Anim Sci., 37: 582-587
Demiröz, B. 2013. Çiftlikten Sofraya Güvenilir Piliç Eti Üretimi. 2. Uluslararası Beyaz Et Kongresi, 24-28 Nisan 2013, 405-410. Antalya, Türkiye.

Durmuş, İ., Mızrak, C., Kamanlı, S., Demirtaş, Ş.E., Kalebaşı, S., Karademir, E., Doğu, M. 2012. Poultry Meat Consumption and Consumer Trends in Turkey. Bitlis Eren University J of Sci. and Tech. 2: 10-14.
FAO, 2016. Türkiye'ye özgü beslenme rehberi. <http://www.fao.org/3/a-as697o.pdf> (Erişim 16.04.2016).
Gevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S. 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 55: 189-194.
Işıklar, N. 2010. Kırıkkale İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Tavuk Ürünleri Tüketim Düzeyleri Ve Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootehni ABD, Yüksek Lisans Tezi, 67s.
İnci, H., Karakaya, E., Şengül, T., Söğüt, B. 2014. Bingöl İlinde Kanatlı Eti Tüketiminin Yapısı. Bingöl Üniversitesi. Ziraat Fakültesi, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1(1): 17-24.
İYKA, 2011. TRC1 Bölgesi Hayvancılık Durum Raporu. İpek Yolu Kalkınma Ajansı, Gaziantep.
Magdelaine, P., Spiess, M.P. Valceschini, E. 2008. Poultry Meat Consumption Trends in Europe. World Poultry Science Journal, 64(1): 53.64.
Pouta E, Heikkilä J, Forsman-Hugg S, Isoniemi M, Makela J. 2010. Consumer Choice of Broiler Meat: The Effects of Country Origin and Production Methods. Food Qual Pref, 21:539-546.

- Sayılı, M. 2006. Kuş Gribinin Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarına Etkisi (Tokat İli Örneği). Gaziosmanpaşa Üniv. Ziraat Fak. Der. 23(2): 25-31.
- Şahin, A., Ulutaş, Z., Yıldırım, A., Şirin, E., Aksoy, Y. 2011. Türkiye Hayvancılığı. Gaziosmanpaşa Üniv. Ziraat Fak. Der., 28(2): 159-169.
- Şengül, T., Çelik, Y., Doğan, Z. 2002. Şanlıurfa İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 19 (1): 145-150.
- Taşkın, A. 2003. Gaziantep İli Nizip İlçesinde Tüketicilerin Tavuk Eti ve Yumurta Tüketim Düzeyleri ile Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enst., Zootekni ABD; Yüksek Lisans Tezi, 60 s.
- Terin, M., Bilgiç, A., Güler, İ.O., Yavuz, F. 2014. Türkiye’de Süt Ürünleri Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörlerin Analizi: Çoklu Heckman Örnekleme Seçicilik Sistem Yaklaşımı. Tarım Bilimleri Dergisi, 21: 500-515.
- Vukasovic T. 2009. Consumer Perception of Poultry Meat and the Importance of Country of Origin in a Purchase Making Process. World Poultry Sci J., 65: 65-74.