

Araştırma Makalesi
(Research Article)

Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg.,2020, 57 (1):63-71
DOI: [10.20289/zfdergi.587525](https://doi.org/10.20289/zfdergi.587525)

Turğay TAŞKIN ^{1a*}

Sait ENGİNDENİZ ^{2b}

Awo Abdoulaye GBADAMONSİ ^{1c}

Çağrı KANDEMİR ^{1d}

Nedim KOŞUM ^{1e}

¹Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Zootekni
Bölümü, 35100, Bornova-İzmir, Türkiye

²Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım
Ekonomisi Bölümü, 35100, Bornova-İzmir,
Türkiye

^{1a}Orcid No: 0000-0001-8528-9760

^{2b}Orcid No: 0000-0002-7371-3330

^{1c}Orcid No: 0000-0002-8611-4273

^{1d}Orcid No: 0000-0001-7378-6962

^{1e}Orcid No: 0000-0002-8253-5337

*sorumlu yazar: turgay.taskin@gmail.com

Anahtar Sözcükler:

Kırmızı et, sığır eti, koyun-keçi eti, tüketici
davranışları, Ege Üniversitesi

Keywords:

Red meat, beef meat, mutton-goat meat,
consumer behaviors, Ege University.

**Gençlerin Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin Analizi: Ege
Üniversitesi Öğrencileri Örneği**

Analysis of Red Meat Consumption Preferences of Youth: A Case Study for
Ege University Students

Alınış (Received): 05.07.2019

Kabul Tarihi (Accepted): 10.10.2019

ÖZ

Amaç: Bu araştırma, Ege Üniversitesi (Bornova-İzmir) kampüsündeki farklı fakültelerde eğitim gören lisans öğrencilerinin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerini ortaya koymak ve kırmızı et tüketim tercihlerini etkileyen özellikleri belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Materyal: Araştırmanın ana materyalini, Ege Üniversitesinin farklı fakültelerinde okuyan lisans öğrencilerinden anket yoluyla elde edilen orijinal veriler oluşturmaktadır. Ege Üniversitesinde 2019 yılı itibarıyla 34.986 öğrenci kayıtlı durumdadır. Halen üniversiteye bağlı 16 fakülte bulunmakta ve kayıtlı öğrencilerin yaklaşık %85'i bu fakültelerde eğitim görmektedir. Araştırmada üniversiteye kayıtlı toplam öğrenci sayısı anakitle kabul edilmiş ve oransal örnekleme ile 380 öğrenci kapsama alınmıştır.

Bulgular: Ankete katılanların %92.4'ünün kırmızı et tükettiği, %7.6'sının ise tüketmediği saptanmıştır. Kırmızı etin hayvan türlerine göre tüketim tercihi sırası; sığır (%95.2), koyun (%37.0) ve keçi (%12.8) dir. Gençler, eti, kıyılmış et (%61.8), parça et (%58.1) ve kemikli et (%33.3) olarak etmeyi tercih etmektedir. Kırmızı eti, sebze yemeklerinin içinde (%69.2), ızgara (%66.4), fırında (%40.5) ve haşlama (%18.8) olarak tüketmektedirler. Kırmızı et satın alımında hijyen (%82.6), tazelik (%82.3), temizlik (%81.8) ve güvenilirlik (%72.4) öne çıkan özelliklerdir.

Sonuç: Kırmızı et tüketiminin artırılması, ucuz kaba yemlerin (silaj vb) kullanması, üretici ile tüketici arasındaki aracı sayısının azaltılmasıyla olasıdır. Günümüzde tüketicinin daha bilinçli hale gelmesi amacıyla kırmızı etin besin madde içeriği ve insan sağlığındaki önemi hakkında çeşitli bilgilendirmeler yapılmalıdır.

ABSTRACT

Objective: The aim of this study is to reveal the socio-economic and demographic characteristics of undergraduate students studying at different faculties of Ege University (Bornova-İzmir) campus and to analyze the factors affecting red meat consumption preferences.

Material and Methods: The main material of the research is the original data obtained from the undergraduate students studying at different faculties of Ege University through the questionnaire. 34.986 students are enrolled at Ege University in 2019. There are currently 16 faculties affiliated to the university and approximately 85% of the registered students are studying in these faculties. In the research, the total number of students enrolled in the university was accepted as the main population and the proportional sampling included 380 students.

Results: It was found that 92.4% of the students consumed red meat and 7.6% did not. Consumers of red meat, meat according to the type of animal obtained from the preferences; cattle (95.4%), sheep (37.1%) and goats (12.9%) are reported as. Students prefer minced meat (%61.8), piece of meat (58.1%) and bony meat (33.3%). As the cooking method of red meat, they prefer in vegetable dishes (69.2%), as grilled (66.4%), as baked (40.5%) and as boiled (18.8%). When buying red meat, they consider hygiene (82.6%), freshness (82.3%), cleaning (81.8%) and reliability (72.4%).

Conclusion: In order to increase red meat consumption, growers should use cheap roughage (silage, etc.) to reduce production costs and reduce the number of intermediaries between the producer and the consumer. In order to make consumers more conscious about food safety, information notes, brochures and booklets should be prepared and published about the importance of red meat in nutrient content and human health.

GİRİŞ

Günümüzde toplum sağlığının korunması ve gelecek kuşaklar için sağlıklı bireyler yetiştirmek amacıyla beslenme daha çok önemsenen konulardan birisi olmuştur ([Demirkol, 2007; Tosun ve Hatırlı, 2009](#)). Bu nedenle dengeli bir beslenme için insanların tüketim alışkanlıklarının yanı sıra tercihlerinin bilinmesi gerekir ([Akçay ve Vatansver, 2013](#)). İnsanların günlük hayvansal protein tüketimi; çoğunlukla karbonhidratlara dayalı gıdaların öne çıkması, hayvansal üretimin yeterli düzeye ulaşmaması, ülke içi talebin yeterince karşılanamaması ve bunun sonucu olarak girdi maliyetlerindeki artışlar nedeniyle giderek sınırlı hale gelmektedir ([Ertuğrul, 2000; Karlı ve Bilgiç, 2007](#)). Gerek kırmızı gerekse kanatlı ve balık eti sağlık açısından günlük hayatta mutlaka yeterli miktarda tüketilmesi gereken önemli hayvansal protein kaynaklarıdır ([Erkmen ve Yüksel, 2008; Karakuş ve ark, 2008](#)). Ancak tüketim miktarının yeterli olabilmesi, dengeli beslenmenin önemi ve gerekliliği konusuna duyarlılığın gösterilmesi gerekir. Bir başka deyişle, toplumlarda dengeli bir beslenmenin nasıl olacağı, bireylerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ile mümkün olacaktır ([Kızıloğlu ve Kızılaslan, 2013](#)).

İnsan sağlığı ve beslenmesi için gerekli olan ürünlerin başında hayvansal kaynaklı besinler gelmektedir ([Süren ve Küçükkömürler, 2018](#)). İnsan beslenmesinde önemli olan hayvansal ürünlerin satın alma tercihlerinin bilinmesi, yetiştirme ve beslenme modellerinin belirlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır ([Stefanikova ve ark., 2006; Armağan ve Akbay, 2007](#)). Et, hayvansal kaynaklı protein kaynakları arasında en önemli bir paya sahiptir. Yapısında canlıların büyüme ve gelişmesi ile fizyolojik fonksiyonları için gerekli olan farklı tür, miktar ya da oranlarda amino asitleri içerir. Bu nedenle dengeli beslenmenin, eğitim ve sağlık göstergelerinin yanı sıra sosyo-ekonomik gelişmişlik açısından da önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir ([Yağmur ve Güneş, 2010; Karacan, 2017](#)).

İnsanların gelir düzeyi, başta hayvansal ürünler olmak üzere satın almayı belirleyen en önemli faktördür. Gelir eşitsizliği gelişmemiş, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı en önemli sorunlardan başında gelmektedir. Gelir dağılımındaki bu eşitsizlik, aynı zamanda bireylerin tüketim davranışlarına ya da tercihlerine de yansımaktadır ([Şengül, 2004; Demirkol, 2007; Kızıloğlu ve Bilgiç, 2017](#)). Ülkelerin gelişmişlik düzeyinin bir ölçüsü de kişi başına yıllık et tüketimidir ([Sarıözkan ve ark., 2007; Peşmen ve Yardımcı, 2008](#)). Bu açıdan konu değerlendirildiğinde, Türkiye'de kişi başına kırmızı et tüketimi yıllık 12.4 kg dır. Bu değer, ABD'de 116 kg, Uruguayda 43 kg, Arjantininde 99 kg dır ([McAfee](#)

[ve ark., 2010; OECD, 2016](#)). Türkiye'de 2018 yılı sonu itibarıyla toplam büyükbaş hayvan varlığı 17.220.903 baştır. Bu sayının önemli bir kısmını (17.042.506 baş) sığır oluşturmaktadır. Koyun ve keçi varlığı, sırasıyla; 33.677.636 baş ve 10.634.672 başdır ([TÜİK, 2018](#)). Kesilen sığır başına ortalama karkas ağırlığı yaklaşık 280 kg, kırmızı et üretimi toplam 1.118.695 ton olup, bunun yaklaşık %90'ını sığır ve manda, %10'unu da koyun ve keçi oluşturmaktadır. ([TÜİK, 2018](#)). Kırmızı et tüketimi konusunda dünyada da birçok çalışma yapılmıştır ([Richardson, 1994; Kaabia ve ark., 2001; Sanchez ve ark., 2001; Corsi ve Novelli, 2002; Gossard ve York, 2003; Gracia ve Zeballos, 2003; Cosgrove ve ark., 2005; McAfee ve ark., 2010](#)). Yapılan tüm bu çalışmalarda da kırmızı et tüketim tercihlerinin değişimi vurgulanmıştır.

Türkiye genelinde tüketicilerin kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tercihlerini belirlemeye yönelik bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaları özetlemek gerekirse; Atay ve ark. (2004) Aydın ili Çine ilçesinde; Aygün ve ark. (2004), Van ili Merkez ilçede; Karakuş ve ark. (2008) Gaziantep ili Merkez ilçede, Yaylak ve ark. (2010) İzmir ili Ödemiş ilçesinde, Tosun ve Hatırlı (2009), Antalya ilinde Sarıözkan ve ark. (2007) Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi öğrencileri üzerinde, Cevger ve ark.(2008) ise Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerinde, Karlı ve Bilgiç (2007), Şanlıurfa ilinde, Karakaş (2010) Tokat ili kentsel alanda, Ergönül (2011) Manisa ili şehir merkezinde, Lorcu ve Bolat (2012) Edirne ilinde tüketicilerin kırmızı et tüketim tercihleri ile bunları etkileyen etmenleri de incelemiştir.

Bu araştırmanın amacı; Ege Üniversitesinin İzmir-Bornova'daki kampüsünde farklı fakültelerde eğitim gören lisans öğrencilerinin kırmızı et tüketim tercihlerini etkileyen etmenleri incelemektir. Araştırmada ayrıca, öğrencilerin kırmızı et tüketimine yönelik gelecek beklenti ve görüşler ortaya konularak konuyla ilgili bazı önerilere de yer verilmiştir.

MATERYAL ve METOT

Araştırmanın ana materyalini, Ege Ünivesitesinin farklı fakültelerinde okuyan lisans öğrencilerinden anket yoluyla elde edilen orijinal veriler oluşturmaktadır. Ege Üniversitesinde 2019 yılı itibarıyla 34.986 öğrenci kayıtlı durumdadır. Halen üniversiteye bağlı 16 fakülte bulunmakta ve kayıtlı öğrencilerin yaklaşık %85'i bu fakültelerde eğitim görmektedir. Araştırmada, üniversiteye kayıtlı toplam öğrenci sayısı (34.986) anakitle olarak kabul edilmiş ve örnekleme ile bu sayının birkısmı çalışma materyali olarak kapsama alınmıştır.

Araştırmada, aşağıda verilen oransal örnekleme formülü kullanılmıştır (Newbold, 1995).

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

Formülde;

n: Örnek hacmi

N: Toplam öğrenci sayısı

p: Kırmızı et tüketen öğrencilerin oranı

σ_{px}^2 : Varyansdır.

Çalışmada, en yüksek örnek hacmine ulaşmak için $p = 0.50$ ve $(1 - p) = 0.50$ alınmıştır. %95 güven aralığı ve %5 hata payı esas alınarak yapılan hesaplamalar sonucunda örnek hacmi 380 olarak saptanmıştır. Her fakülteden kapsama alınacak öğrenci sayısının belirlenmesinde, fakültelerin toplam öğrenci sayısı içerisindeki payları esas alınmıştır (Yılmaz ve Demirci 2001; Sariözkan ve ark., 2007; Koyuncu ve ark., 2014). Araştırma verileri, 2019 yılı Nisan-Mayıs aylarında öğrencilerle yüzyüze görüşerek elde edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizinde SPSS paket istatistik programı kullanılmıştır (SPSS, 1999). Öncelikle öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri incelenmiş, daha sonra kırmızı et tüketme durumu, tüketim ve satın alma özellikleri ile bunları etkileyen faktörler analiz edilmiştir. Çalışmada, kırmızı et tüketim durumunun cinsiyet, yaş ve çalışma durumu gibi gruplar açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla Khi-kare testi de uygulanmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özellikler

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 1'de verilmiştir. Değerlendirmeye alınan öğrencilerin %51.6'sını kız, %48.4'ünü erkekler oluşturmaktadır. Öğrencilerin %65.8'i 18-22, %30.5'i ise 23-27 yaşları arasında olup, bir kısmını (%98.4) Türk uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır. Barınma yurttaki (%39.2), arkadaşlarıyla kiraladıkları evde (%30) ve aile yanında (%26.3) olmak üzere üç farklı şekilde sürdürülmektedir. Öğrencilerin önemli bir kısmı (%86.3) herhangi bir yerde çalışmamakta, geriye kalan %13.7'lik çalışan öğrencinin %34.6'sı 500-1000 TL, %44.2'si 1001-2000 TL ve %21.2'si ise 2001 TL ve daha fazla aylık gelir elde etmektedir.

Kırmızı Et Tüketim Özellikleri

Öğrencilerin kırmızı et tüketme durumu, tüketim tercihleri ve tüketim şekilleri ile ilgili bulgular Çizelge 2'de verilmiştir. Öğrencilerin %92.4'ü kırmızı eti tükettiğini belirtmiştir. Araştırmada, kırmızı et tüketme durumunun cinsiyet, yaş ve çalışma durumu grupları açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla Khi-kare testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre kadın ve erkekler arasında kırmızı et tüketme durumu yönünden istatistiksel olarak fark bulunmamıştır ($\chi^2:1.374$, $p>0.05$). Aynı şekilde, 18-22, 23-27 ve $28 \leq$ yaşlarındaki öğrenciler arasında kırmızı et tüketme durumu yönünden istatistiksel olarak fark yoktur ($\chi^2:10.933$, $p>0.05$). Ancak, çalışan ve çalışmayan öğrenciler arasında kırmızı et tüketme durumu yönünden istatistiksel olarak farklılık saptanmıştır ($\chi^2:60.936$, $p<0.05$).

Kırmızı et tüketmeyen öğrencilere bunun nedenleri sorulduğunda ilk sırayı %48.3 ile beslenme alışkanlığı alırken, bunu %27.6 ile gelir düzeyi izlemiştir. Kırmızı et tüketim sıklığı incelendiğinde %55.1 ile haftalık tüketilmesi önemli bir öncelik olurken bunu %22.3 ile aylık tüketimin izlediği belirlenmiştir. Haftalık kırmızı et tüketim miktarı çoğunlukla 250 gramın altında olup (%47.4), 250-500 gram arasında olanların oranı %26.6'dır. Öğrenciler en çok sığır etini (%95.2) tercih ederken, bunu sırasıyla; %37.1 ile koyun ve %12.9 keçi eti izlemektedir. Kırmızı etin tüketim şekli daha çok sebze yemek (%69.2) ve ızgaradır (%66.4). Kırmızı eti tercih etme nedenleri arasında ilk sırayı; %74.3 ile lezzet alırken, bunu %63.7 ile besleyici özelliği ve %55.1 ile sağlıklı olması izlemektedir. Öğrencilerin %56.4'ü geçen yıla göre kırmızı et tüketimlerinin azaldığını belirtmiştir. Öğrencilerin %48.4'ünün organik kırmızı et konusunda bilgisi olduğunu ve tüketmeyi düşündüklerini belirtmişlerdir.

Kırmızı Et Satın Alma Özellikleri

Öğrencilerin kırmızı et satın alma yeri, et satın alma tercihleri ve et satın almada dikkate aldıkları kriterlere ilişkin sonuçlar Çizelge 3'de verilmiştir.

Öğrenciler tarafından en çok (%61.8) tercih edilen satın alma şekli kıyılmış et(kıyma), bunu %58.1 ile parça et izlemektedir. Parça et satın almada ise %67.8 ile kuşbaşı öne çıkmaktadır. Pirzola (%33.9) ve bonfile (%25.6) diğer önemli tercihler arasında yer almıştır. Kırmızı eti daha çok kasap (%68.1) ve marketten (%54.4) satın alınmakta ve bu yerlerde aradıkları en önemli özellikler ise hijyen (%82.6), tazelik (%82.3) ve temizlik (%81.8) olarak sıralanmaktadır.

Kırmızı et satın alırken dikkate aldıkları en önemli kriterler ise tazelik (%87.5) ve hijyendir (%66.9).

Kırmızı Et Tüketimini Arttırmaya Yönelik Görüşler

Öğrencilerin Türkiye’de kırmızı et tüketiminin artırılmasına yönelik açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar Çizelge 4’de verilmiştir. Öğrencilerin %81.8’i Türkiye’de kişi başına kırmızı et tüketimini yetersiz bulmaktadır. Kırmızı et tüketiminin arttırılması konusundaki en önemli önerileri ise fiyatlarda indirim yapılması (%47.4) ve yerli üretimin desteklenmesidir (%41.8). Öğrencilerin %55.3’ü Türkiye’de kırmızı et konusunda bilgi kirliliği olduğunu düşünmekte, bunun en önemli nedenleri ise uzman olmayan kişilerin yanlış bilgilendirmesi (%34.3) ve yaptırım yetersizliği (%31.4) olduğunu belirtmektedirler.

TARTIŞMA

Araştırma sonuçlarına göre gençler arasında kırmızı et tüketenlerin oranı yüksek bulunurken, satın alınan etlerin dağılımları karşılaştırıldığında çoğunlukla sığır etini tercih edildiği görülmektedir. Konuyla ilgili olarak yapılan araştırmalara göre, Van ili ve Gaziantep ili merkez ilçelerinde kırmızı et öncelikli olarak tüketilmektedir (Aygün ve ark., 2004; Karakuş ve ark., 2008). Kırmızı etin elde edildiği hayvan türü bakımından Ödemiş’te öncelikle sığır eti tercih edilirken (Yaylak ve ark., 2010), Gaziantep ve Van illerinde koyun eti daha çok tercih edilmektedir (Aygün ve ark., 2004; Karakuş ve ark., 2008). Aydın’ın Çine ilçesinde kırmızı et tüketim tercihleri ve miktarlarına ait bulgular bakımından da benzer bir durum söz konusudur (Atay ve ark., 2004). Gaziantep’te halkın koyun etini tercih etmesinin nedenleri koyun etini severek tüketmeleri ve lezzetli bulmalarıdır (Karakuş ve ark., 2008).

Çizelge 1. Öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri
Table 1. Demographic and socio-economic characteristics of students

	Özellikler	Öğrenci sayısı (kişi)	Miktar (%)
Cinsiyet	Erkek	184	48.4
	Kız	196	51.6
	Toplam	380	100.0
Yaş	18- 22	250	65.8
	23- 27	116	30.5
	28≤	14	3.7
	Toplam	380	100.0
Uyruk	T.C.	374	98.4
	Yabancı	6	1.6
	Toplam	380	100.0
Kaldığı yer	Yurt	149	39.2
	Kiralık ev	114	30.0
	Aile yanı	100	26.3
	Diğer	17	4.5
	Toplam	380	100.0
Medeni durumu	Bekâr	369	97.1
	Evli	7	1.8
	Boşanmış	4	1.1
	Toplam	380	100.0
Çalışma durumu	Evet	52	13.7
	Hayır	328	86.3
	Toplam	380	100.0
Kişisel aylık Gelir (TL)	500- 1000	18	34.6
	1001- 2000	23	44.2
	2001≤	11	21.2
	Toplam	52*	100.0

Çizelge 2. Öğrencilerin kırmızı et tüketimine yönelik tutum ve davranışları
Table 2. Attitudes and behaviors of students towards red meat consumption

Tutum ve davranışlar	Öğrenci sayısı (kişi)	Miktar (%)	
Kırmız et tüketme durumu	Evet	351	92.4
	Hayır	29	7.6
	Toplam	380	100.0
Kırmız eti tüketmeme nedeni	Sağlık Sorunu	4	13.8
	Gelir düzeyi	8	27.6
	Beslenme Alışkanlığı	14	48.3
	Diğer	3	10.3
	Toplam	29	100.0
Kırmızı et tüketim sıklığı	Günlük	42	12.0
	Haftalık	193	54.9
	Aylık	79	22.5
	Nadiren	30	8.6
	Diğer	7	2.0
	Toplam	351	100.0
Kırmız et tüketim miktarı (g/hafta)	249≤	167	47.6
	250- 499	93	26.5
	500-749	55	15.7
	750≤	36	10.2
	Toplam	351	100.0
Tüketilen kırmızı et türü	Siğir	334	95.2
	Koyun	130	37.0
	Keçi	45	12.8
	Diğer	12	3.4
	Toplam	(*)	-
Kırmızı eti tüketme şekli	Sebzeli Yemekle	243	69.2
	Izgara	233	66.4
	Fırında	142	40.5
	Haşlama	66	18.8
	Diğer	20	5.7
	Toplam	(*)	-
Kırmızı eti tercih etme nedeni	Lezzet	260	74.1
	Sağlık	193	55.0
	Besleyici	223	63.5
	Alışkanlık	75	21.4
	Kolay bulma	9	2.6
	Diğer	3	0.8
	Toplam	(*)	-
Geçen yıla göre kırmızı et tüketim miktarı	Arttı	43	12.3
	Azaldı	198	56.4
	Değişmedi	110	31.3
	Toplam	351	100.0
Organik kırmızı et farkındalığı ve tüketme eğilimi	Evet	170	48.4
	Hayır	181	51.6
	Toplam	351	100.0

(*) Öğrenciler birden fazla yanıt vermiştir.

Çizelge 3. Öğrencilerin kırmızı et satın almaya yönelik tutum ve davranışları**Table 3.** Attitudes and behaviors of students towards buying red meat

Tutum ve davranışlar	Öğrenci sayısı (kişi)	Miktar (%)	
Kırmızı et satın alma şekli	Parça et	204	58.1
	Kıyılmış et	217	61.8
	Kemiksiz et	117	33.3
	Diğer	42	12.0
	Toplam	(*)	-
Parça et satın alma şekli	Kuşbaşı	238	67.8
	Bonfile	90	25.6
	Pirzola	119	33.9
	Biftek	67	19.1
	Diğer	56	16.0
	Toplam	(*)	-
Kırmızı et satın alma yeri	Kasap	239	68.1
	Market	191	54.4
	Hayvancılık işletmeleri	25	7.1
	Diğer	32	9.1
	Toplam	(*)	-
Kırmızı et satın alınan yerde aranılan özellikler	Temizlik	287	81.8
	Hijyen	290	82.6
	Tazelik	289	82.3
	Güvenilirlik	254	72.4
	Kredi kartı kullanılması	46	13.1
	Farklı ürünler bulabilme	45	12.8
	Çalışan personelin deneyimi	77	21.9
	Ürün sunum şekli	78	22.2
	Uygun fiyat	186	53.0
	Promosyon	43	12.2
	Toplam	(*)	-
Kırmızı et satın alınırken dikkate alınan faktörler	Tazelik	307	87.5
	Yerli üretim	120	34.2
	Katkısız	130	37.0
	Yağsız	142	40.5
	Renk	163	46.4
	Hijyen	235	66.9
	Diğer	13	3.7
	Toplam	(*)	-

(*) Öğrenciler birden fazla yanıt vermiştir.

Çizelge 4. Öğrencilerin kırmızı et tüketiminin artırılmasına yönelik görüşleri**Table 4.** Students' views on increasing red meat consumption

Görüşler		Öğrenci sayısı (kişi)	Miktar (%)
Türkiye'de kişi başına kırmızı et tüketimi	Yeterli	69	18.2
	Yetersiz	311	81.8
	Toplam	380	100.0
Türkiye'de kırmızı et tüketimini arttırmak için neler yapılmalı?	Fiyatlarda indirim	180	47.4
	Yerli üretimin desteklenmesi	159	41.8
	Kırmızı ete olan güvenin artırılması	5	1.3
	Tüketicilerin bilgilendirilmesi	6	1.6
	Fikrim yok	57	15.0
	Toplam	(*)	-
Türkiye'de kırmızı et konusunda bilgi kirliliği	Var	210	55.3
	Yok	170	44.7
	Toplam	380	100.0
Kırmızı et konusundaki bilgi kirliliğinin nedenleri	Etik dışı davranışlar	42	20.0
	Yaptırım yetersizliği	66	31.4
	Uzman olmayan kişilerin yanlış bilgilendirmesi	72	34.3
	Bilimsel araştırma yetersizlikleri	30	14.3
	Toplam	210	100.0

(*) Öğrenciler birden fazla yanıt vermiştir.

Araştırma sonuçlarına göre gençler kırmızı eti daha çok kasap ve marketten satın almaktadır. Ödemiş'deki tüketiciler kırmızı eti daha çok kasaptan satın alırken (Yaylak ve ark., 2010), Antalya kent merkezindeki tüketiciler kırmızı et satın almada marketleri tercih etmektedir (Tosun ve Hatırlı, 2009). Bu tercihte marketlerin müşterilerine etin dışında çeşitli ürün ve hizmetleri sunması etkili olduğu saptanmıştır. Etin satın alındığı yerin güvenilir olmasının önemi büyük olup, ilçe nüfusunun küçük olması nedeniyle insanların birbirlerini tanımasının önemli katkısı vardır. Kasaptan etin alınmasında, tüketim istek ve alışkanlığına bağlı olarak karkasın istenilen bölgesinden etin satın alınabilmesi de etkili olabilmektedir (Karakuş ve ark., 2008). Eğitim düzeyi ve gelirin artmasıyla yağsız etin tercih edilmesi, et tüketim davranışlarına eğitimin ve gelirin olumlu bir etkisinin olduğunu göstermektedir (Onurlubaş, 2011). Eğitim ve gelir düzeyine göre kırmızı eti satın alma şeklindeki değişim pişirme tercihlerindeki farklılıklardan da kaynaklanmaktadır. Nitekim eğitim ve gelir düzeyinin artması ile etin yağda kızartılması şeklindeki tüketimin yerine etin yemeklere katılması şeklindeki tüketime doğru yönelmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre et tüketim tercihinde dikkat ettiği faktörler lezzet, sağlık ve besleyiciliktir. Yukarıda belirtilen faktörlerin tümü, gençlerin kırmızı

et tercihlerini değişen oranlarda etkilemektedir. Sağlık bilincinin yüksek düzeyde olduğu özellikle üniversitelerde, olası hastalık risklerine karşı tüketicilerin duyarlı olduğu, ayrıca artan gelir düzeyiyle birlikte sağlığa verilen önemi arttırdığı da söylenebilir (Şeker ve ark., 2011). Nitekim Aydın (2011) yaptığı bir çalışmada, tüketicilerin et tercihinde sağlık faktörüne çok yüksek öncelik verdiği, önem sırasına göre sırasıyla; lezzet ve besin değerini önemsemekte olduğu, fiyat faktörünün ise et tercihini etkileyen faktörlerin en sonunda geldiğini belirlemiştir. Araştırma sonuçları, gıda seçim anketi uygulanan ve tüketicilerin en yüksek ağırlık verdiği faktör olarak sağlık faktörü bulunan araştırmadan elde edilen sonuçlarıyla da uyumludur (Ares ve Gambro, 2007; Sun, 2008; Polat, 2011). Yüksek fiyatlı bonfile, pirzola gibi değerli et ürünleri tüketiminin, nispeten düşük fiyat ve kalitedeki kıyma, kuşbaşı gibi ürünlere nazaran daha fazla tüketilebildiği anlaşılmıştır. Çalışmada, kırmızı et olarak kıymanın diğer et çeşitlerine göre daha fazla tüketildiği bulgusu, birçok araştırmacıyla benzerlik göstermektedir. Bunda fiyatın yanı sıra kıyma ve kuşbaşı gibi parça etlerin farklı yemek çeşitlerinde kullanılabilmesinin de etkili olduğu düşünülmektedir.

Ancak tüketicilerin kırmızı et tercihleri ile tüketim alışkanlıklarının zamanla değişebileceği unutulmamalıdır.

İnsanların kırmızı et konusunda yalnızca fiyat değil aynı zamanda kesimin yapıldığı ve ürünün işlendiği yerlere olan güven duygularının da dikkate alınması gerekmektedir. Bu bağlamda, kırmızı et üreten firmaların fiyatın yanı sıra etin satıldığı yer/satış noktalarında hijyen, tazelik ve hayvan refahı gibi konulara daha fazla önem vermesi gerekmektedir.

Özetlemek gerekirse tüketicinin kırmızı et talebini şekillendirmek istiyorsak, gıda seçimini etkilemek için farklı müdahalelerin etkinliği hakkında daha fazla bilgi gerekmektedir. Bu durum, bilinçli, yansıtıcı karar verme sistemlerini veya bilinçsiz, otomatik süreçleri etkileyen müdahaleleri içerebilir. Rasyonel seçim paradigması içindeki olası müdahaleler, etiketleme şemalarını (sağlık veya çevresel kriterlere dayanarak) ve belgelendirme programlarını (refah veya çevresel hususlara dayanarak)

veya ekonomik müdahaleleri (örneğin, vergi vergileri gibi) içerir. Alternatif olarak, çevresel ipuçlarına büyük ölçüde otomatik tepkiler bu, satın alma ve tüketim davranışlarını etkileyen, perakende ve gıda tüketim koşullarındaki değişikliklerle manipüle edilebilir.

SONUÇ

Gıda güvenliği kapsamında tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesi için, kırmızı etin besin madde içeriği ve insan sağlığındaki önemi hakkında bilgi notları, broşür ve kitapçıklar hazırlanmalıdır. Ürün geliştirme ve pazarlama politikaları geliştirilirken gıda güvenliğinin yanı sıra tüketici sağlığı konusunda daha hassas davranılması gerekmektedir. Başta kırmızı et ve et ürünleri konusunda toplumdaki bilgi kirliliğini ortadan kaldırarak bilimsel bir algının oluşmasına katkıda bulunulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Arkay, Y., Vatanserver, Ö. 2013. Kırmızı Et Tüketimi Üzerine Bir Araştırma: Kocaeli İli Kentsel Alan Örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1): 043-060.
- Ares, G.N., Gambaro, A.. 2007. Food Choice and Food Consumption Frequency for Uruguayan Consumers. Int. J. Food Sci. Nutr., 59:211-223.
- Armağan, G., Akbay, C. 2007. An Econometric Analysis of Urban Households' Animal Products Consumption in Turkey, Applied Economics, 40:2029-2036.
- Atay, O., Gökdağ, Ö., Aygün, T., Ülker, H. 2004. Aydın İli Çine İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları. IV. Ulusal Zooteknik Bilim Kongresi, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zooteknik Bölümü 01-03 Eylül, 2004, Isparta, Cilt 1, s.348-354.
- Aydın, K. 2011. Türkiye'de Hanehalkı Gıda Harcamaları ve Sosyo Ekonomik Faktörler, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21:56-76.
- Aygün, T., Karakaş, F., Yılmaz, A., Gökdağ, Ö., Ülker, H. 2004. Van İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı. IV. Ulusal Zooteknik Bilim Kongresi, 1-3 Eylül, 2004, Isparta, Cilt 1, s. 361-364.
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S. 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İnternet Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri. Ankara Üniv. Vet. Fak. Derg., 55:189-194.
- Corsi A, Novelli S. 2002. Consumers "Willingness to Pay a Price for Organic Beef Meat" Xth EAAE Congress, Zaragoza- Spain.
- Cosgrove M, Flynn A, Kiely M. 2005. Consumption of red meat, white meat and processed meat in Irish adults in relation to dietary quality. British Journal of Nutrition. 93: 933-942.
- Demirkol, C. 2007. Türkiye'de Kırmızı Et Sektörünün Sanayici ve Tüketici Düzeyinde Analizi. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Ergönül, B. 2011. Meat Consumption and Buying Behaviors of Consumers Living in Manisa City Center, Turkey. Journal of Animal and Veterinary Advances, 10(3):286-290.
- Erkmen, T., Yüksel, A. 2008. Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri İle Demografik ve Sosyo Kültürel Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, 8(2): 683-727.
- Ertuğrul, E. 2000. Et ve Et Ürünleri. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Sektörel Araştırmalar Araştırma Müdürlüğü, Ankara.
- Gossard MH, York R. 2003. Social structural influences on meat consumption. Research in Human Ecology.10:1-9.
- Gracia A, Zeballos G. 2003 Consumers and retailers attitudes towards beef traceability and country of origin labelled beef. 83rd EAAE Seminar, Crete-Greece.
- Kaabia MB, Angulo AM, Gil JM. 2001. Health information and the demand for meat in Spain. 71st EAAE Seminar, ZaragozaSpain.
- Karacan, R. 2017. Türkiye'de Kırmızı Et Talebinin, Beyaz Et Tüketimi ve Gelir Dağılımı Açısından Değerlendirilmesi. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 54:67-73.
- Karakaş, K., Aygün, T., Alarşlan, E. 2008. Gaziantep İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi, 18(2): 113-120.
- Karakaş, G. 2010. Tokat İli Kentsel Alanda Et ve Et Ürünleri Tüketiminde Tüketici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Karlı, B., Bilgiç, A. 2007. Factors Affecting Meat and Meat Products Consumption Quantities in Sanliurfa Province. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 20(1): 127-136.
- Kızıloğlu, R., Kızılaslan, H. 2013. Consumer behaviors on food purchasing places: A case study of red meat consumption in Turkey, Research&Reviews in Biosciences, 7 (11):453-459.
- Kızıloğlu, R., Bilgiç, A. 2017. Bireylerin et tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma (Erzurum merkez ilçe örneği).Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Dergisi, 52-530.
- Koyuncu, M., Uzman, A., Çınar, G. 2014. Gençlerin Organik Süt Tüketme Olasılığı; Ege Üniversitesi Araştırması, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 51(3):219-227.

- Lorcu, E., Bolat, B.A. 2012. Edirne İlinde Kırmızı Et Tüketim Tercihlerinin İncelenmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(1): 71-85.
- Mcafee, A.J., Emeir M. M., Geraldine J. C. , Bruce W. M., Julie M.W. W. , Maxine P. B., Anna M. F. 2010. Red Meat Consumption: An Overview of The Risks And Benefits, *Meat Science*, 84:1-13.
- Newbold, P. 1995. *Statistics for Business and Economics*. New Jersey: Prentice Hall.
- OECD, 2016. Dünyada ve Türkiye'de Kırmızı Et Tüketim Ortalamaları, [http:// data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.html](http://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.html) (Erişim Tarihi: 21.05.2016).
- Onurlubaş E. 2011. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği, Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Onurlubaş, E., Yılmaz, N., Doğan, H.G., Kızılaslan, H. 2015. A Research on Red Meat Consumption and Preferences: A Case Study in Tekirdağ Province. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 3(6): 466-471.
- Peşmen,G., Yardımcı, M., 2008. Avrupa Birliği'ne Adaylık Sürecinde Türkiye Hayvancılığının Genel Durumu. *Vet. Hekim. Der. Derg.*, 79(3):51-56.
- Polat, F. 2011. Yemeklik yağ sektöründe tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Richardson NJ. 1994. UK consumer perceptions of meat. *Proceedings of the Nutrition Society*, 53: 281-287.
- Sanchez M, Sanjuan AI, Akl G. 2001. The influence of experience in consumption and personal attitudes on the purchase of lamb and beef. 71st EAAE Seminar, Zaragoza-Spain.
- Sarıözkan, S., Cevger, Y., Demir, P., Aral, Y. 2007. Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Hayvansal Ürün Tüketim Yapısı ve Alışkanlıkları. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 16(3): 171-179.
- SPSS, 1999. *SPSS for Windows. Standard version release 11.5*. Copyright SPSS Inc.
- Stefanikova, Z., Sevcikova, L., Jurkovicova, J., Sobotova, L., Aghova, L. 2006. Positive and negative trends in university students' food intake. *Bratisl Lek Listy*, 107 (5):217-220.
- Sun, Y.C. 2008. Health Concern, Food Choice Motives and Attitudes toward Healthy Eating: The Mediating Role of Food Choice Motives. *Appetite*, 51:42-49.
- Süren, T., Küçükkömürler, S. 2018. Meat Consumption Away From Home. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3):39-52.
- 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 Vet. Fak. Dergisi*, 17(4): 543-550.
- Şengül, S. 2004. Türkiye'de Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi. *ODTÜ Gelişme Derg.*, 31: 115-148.
- Tosun, Ö.O., Hatırlı, S.A. 2009. Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alım Yerleri Tercihlerinin Analizi: Antalya İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14 (2):433-445.
- TÜİK, 2018. *Canlı Hayvan ve Kırmızı Et Üretim İstatistikleri 2018*. <http://www.tuik.gov.tr>.Erişim:26.05.2019.
- Yağmur, C., Güneş, E. 2010. Dengeli Beslenme Açısından Türkiye'de Gıda Üretimi ve Tüketiminin İrdelenmesi, VII. Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, 11-15 Ocak 2010, Ankara.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N., Konca, Y. 2010. İzmir İli Ödemiş İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Hayvansal Üretim*. 51(1): 21-30.
- Yılmaz, İ., Demirci, M. 2001. Üniversite Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları, *Gıda Dergisi*, 5: 83-86.