

İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde Kırmızı ve Beyaz Et Tüketiminde Etkili Faktörlerin Analizi



21 (B) – 2011
20-31
ISSN:1307-3311

A. Semih UZUNDUMLU H. Bayram IŞIK M. Hilmi KIRLI
Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 25240 Erzurum
e-posta: asuzsemi@atauni.edu.tr

Geliş Tarihi/Received: 10.05.2011

Özet: Bu araştırma için derlenen bilgiler İstanbul ili küçük çekmece ilçesindeki 400 hane halkı ile birebir görüşülerek elde edilmiştir. Yapılan anket sayısı Anakitle Oranlarına Dayalı Kümelendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfî Olasılık Örneklemesi ile belirlenmiştir. İkincil verilerden Türkiye'nin sığır ve dana etinde 4,5 kg, koyun ve keçi etinde 4,5 kg, kanatlı etinde 16 kg ve balık etinde 10 kg kişi başına tüketime sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışmada haneler için beyaz ve kırmızı et tüketiminde etkili olan demografik faktörler üzerinde durulmuştur. Regresyon analizi sonucunda hanelerin geliri arttıkça hem kırmızı hem de beyaz et tüketimi artmakta, bayanlar erkeklere göre hem kırmızı eti hem de beyaz eti tüketiminde daha etkili olmakta, hanelerin ev sahibi olması kırmızı et tüketimini artırırken, hanelerin kiracı olması beyaz et tüketimini artırmaktadır. Yaş ilerledikçe hanelerin kırmızı et tüketimi azalırken beyaz et tüketimi artmaktadır. Hanelerin eğitim seviyesi yükseldikçe, beyaz ve kırmızı et tüketimini azaltmaktadır. Birey sayısı arttıkça kırmızı et tüketimi azalırken beyaz et tüketimi artmaktadır. Aile reisinin mesleği işçi olunca hane halkının kırmızı et tüketimi azalmakta, iş adamı olunca da beyaz et tüketimi artmaktadır. Sadece İstanbul küçük çekmece ilçesi değil Türkiye'nin büyük bir kısmında bitkisel ağırlıklı beslenme yapılmaktadır. Türkiye gibi hayvancılıkta önde gelen bir ülke için hayvansal ürünlerle beslenmenin çok düşük düzeylerde kalması şaşırtıcıdır. Bu nedenle ailelere kitle yayım araçları ile hayvansal besin kaynaklarının yararlarından bahsedilmelidir. Böylece tüketicilerin daha fazla hayvansal kaynaklı besinleri almaları sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Et tüketimi, Türkiye, Regresyon analizi, Beslenme

Affecting Factors's Analissis of Red and White Meat Consumption in İstanbul Province Kucuk Cekmece District

Abstract: The data gathered for this study was obtained from one to one interview with 400 households in Kucuk Cekmece district of Istanbul. Sample size of the study was determined with Unclustered Probability Sampling Method. The secondary data showed that Per capita consumption of beef and veal meat was 4.5 kg, sheep and goat meat consumption was 4.5 kg, poultry meat consumption was 16 kg and fish meat consumption was 10 kg in Turkey. This study focused on demographic factors effective on white meat and red meat consumption of households. Regression analysis revealed that while household income increases, both the red and white meat consumption are increasing. Women are consuming red meat and white meat more efficient than men. If households are homeowners, they consume red meat more, other holders consume white meat more. As people's age increase, white meat consumption also increase and red meat consumption decrease in households. Higher education levels decreases white and red meat consumption in households. As the number of individuals increase, red meat consumption decrease and white meat consumption increase. When head's occupation is worker, red meat consumption decrease and when the head's occupation is businessman, white meat consumption increases. Not only in İstanbul's Kucuk Cekmece district but also in a large part of Turkey nutrition is mainly based on vegetable. Turkey is known to be a leading country in animal husbandry, but it is surprising to observe that animal nutrition consumption is very low. Therefore families must be informed about the benefits of animal food sources through mass media so that consumers can take more food of animal origin.

Keywords: Meat consumption, Turkey, Regression analyses, Nutrition

1.GİRİŞ

Beslenme insanların daha verimli çalışmasında, hayata daha umutlu bakmasında ve daha sağlıklı hayatını idame etmesinde önemlidir. Beslenmede önemli olan bitkisel ve hayvansal tüketimi iyi bir şekilde ayarlayabilmektir.

Yeterli ve dengeli bir beslenmenin sağlanabilmesi için protein ihtiyacının kaçınılmaz olduğu ve günlük protein ihtiyacının üçte birinin hayvansal kaynaklardan alınmasının gerekliliği bilinmektedir (Hanta, 1994; Büyüknisan, 2008). Ülkeden ülkeye, ilden ile coğrafi alandan coğrafi alana tüketim alışkanlığı farklılık göstermektedir. Tabii ki Avrupa birliği ülkeleri ve gelişmiş ülkeler genellikle hayvansal kaynak ağırlıklı beslenirken gelişmekte veya az gelişmiş ülkelerde bitkisel kaynaklı beslenme ağırlıklıdır. Ama dengeli beslenmede bitkisel ve hayvansal kaynaklı beslenme oranlarını iyi tutturmak gereklidir. Hayvansal kaynaklı beslenmede kırmızı ve beyaz et önemli yere sahiptir. Gençlerin ve aktif işlerde çalışanların kırmızı ete yaklaşımı daha fazla iken yaşlıların eğilimi sağlık açısından beyaz ete yöneliktir. Ancak değişen dünya ve gelişen teknoloji tüketim alışkanlıklarımızı değiştirerek ne kadar sağlıklı ve hijyenik olduğu bilinmeyen ve tartışması devam eden fastfood gıda tüketiminde önemli artış olmuştur.

Türkiye'nin geleneksel tüketim alışkanlıklarında, hayvansal ürün tüketimi yeterince yer almamakta ve bu nedenle düşük olan tüketim seviyeleri nedeniyle daha fazla, süt, yumurta, tavuk eti ve benzeri hayvansal ürünlerin üretimini artırma şansı kısıtlanmaktadır. Gerçekten de gelişmiş ülkelerde fert başına yılda 350 litre süt, 250-400 yumurta, 20-50 kg kadarı tavuk eti olmak kaydıyla toplan 40-80 kg et tüketildiği halde, ülkemizde 150 litre süt, 120 adet yumurta ve 6 kg'ı tavuk eti olmak üzere toplam 25 kg kadar et tüketilmektedir (Anonim, 2010).

Türkiye'de günlük ortalama 78 gr olan proteinin sadece 1,3 gr'ı balık tüketiminden gelmektedir. Halbuki Japonya'da balıktan gelen günlük protein tüketimi kişi başına 16 gr'dır (Gürgün, 2006).

Çizelge 1.1'de bazı bitkisel ve hayvansal gıdaların biyolojik değerleri verilmiştir. en yüksek biyolojik değere sahip olan gıdalar hayvansal ürün kaynakları olup %93,7 ile yumurta, %84,5 ile süt, %78 ile tavuk eti, %76 ile balık eti ve %74,3 ile sığır etidir.

Çizelge 1.1. Bazı Bitkisel ve Hayvansal Gıdaların Biyolojik Değeri

Hayvansal gıdalar	Biyolojik Değer (%)	Bitkisel Proteinler	Biyolojik Değer (%)
Yumurta	93,7	Soya Fasulyesi	72,8
Süt	84,5	Pirinç	64
Tavuk Eti	78	Buğday	64
Balık eti	76	Mısır	60
Sığır Eti	74,3	Kuru Fasulye	58

Anonim, 2011b.

Çizelge 1.2'de yaşa bağlı olarak günlük enerji ve protein gereksinimi verilmiştir. Yaşa bağlı olarak en fazla enerji ihtiyacı 15-35 yaş arasındaki nüfus için erkeklerde 2.900 Kcal ve bayanlar için 2.150 Kcal, protein ihtiyacı ise erkeklerde 72 gr bayanlarda ise 53 gr'dır.

Çizelge 1.2. Yaşa Bağlı Olarak Günlük Enerji ve Protein Gereksinimi

Yaş	Enerji (Kcal)		Protein (gr)	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
3-4	1.560	1.500	39	37
5-6	1.740	1.680	43	42
12-14	2.640	2.150	66	53
15-35	2.900	2.150	72	53
35-64	2.750	2.150	69	54

Shirimplon, 1987.

Çizelge 1.3'te yaşa bitkisel ve hayvansal ürünlerin 100 gr için enerji ve protein değerleri verilmiştir. En fazla enerjiyi 750 Kcal ile tereyağı vermekte ve tereyağında 0 gr protein vardır. Tavuk ve balık etinde 149 Kcal ve 19 gr protein varken, sığır etinde 145 Kcal ve 21 gr protein varken ve koyun etinde 267 Kcal ve 17 gr protein vardır. Dikkat edilirse insanın ihtiyaç duyduğu enerji ihtiyacının büyük bir kısmını hayvansal gıdalardan karşılama imkânı vardır. Bitkisel ürünlerde bu değerler hayvansal ürünlere göre daha düşüktür.

Çizelge 1.3. Bazı Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Enerji ve Protein Değerleri

Ürünler (100 gr)	Enerji (Kcal)	Protein (gr)
Patates	81	2
Domates	25	0,8
Ekmek	250	8
Bisküvi	400	8
Makarna	347	11
Elma	60	0,3
Şeftali	60	0,3
Muz	100	1
Portakal	50	0,8
Süt	70	3,5
Beyaz peynir (yağlı)	97	7,5
Tereyağı	750	0
Yoğurt	54	3,3
Balık eti	149	19
Tavuk eti	149	19
Sığır eti	145	21
Koyun eti	267	17

Anonim, 2011c.

Çizelge 1.4'de bazı ülkelerde kişi başına düşen sığır ve dana eti tüketimleri verilmiştir. Türkiye için elde edilen sonuç FAO verileri kullanarak (üretim miktarı - ihracat miktarı + ithalat miktarı)/toplam nüfus şeklinde elde edilmiştir. Çizelgeye bakıldığında 2009 yılı verilerine göre kişi başına yıllık en fazla tüketimi 67,2 kg ile Arjantin, 49,8 kg ile Uruguay ve 40,0 kg ile ABD'de yapılmaktadır. Dikkat edilirse ilk iki sıradaki ülkeler üretimde de dünyada önde gelen ülkeler olup, 2010 yılında Türkiye bu ülkelerden canlı büyükbaş (Angus) ithalatında bulunmuştur. Türkiye'ye bakıldığında kişi başına yıllık tüketim 4,5-5 kg arasındadır. Bu tüketim düzeyi ile gelişmiş ülkelerin çok altında bir tüketime sahiptir. Türkiye büyükbaş hayvan varlığı bakımından dünyada sayılı ülkeler arasında yer almasına karşın verimdeki düşüklük ve uygulanan yanlış politikalar nedeniyle özellikle büyükbaş hayvancılıkta istenilen verim seviyesine ulaşamamıştır.

Çizelge 1.4. Bazı ülkelerde kişi başına düşen sığır ve dana eti tüketimi (kg/yıl)

Ülkeler	2006	2007	2008	2009
Arjantin	64,4	69,2	67,5	67,2
Uruguay	53,4	51,7	50,6	49,8
ABD	43,0	42,6	41,0	40,0
Avustralya	36,5	34,7	35,0	35,0
Brezilya	36,4	36,8	36,9	37,1
Kanada	31,3	32,4	31,2	30,2
Yeni Zelanda	31,1	29,8	29,5	28,5
Şili	21,6	23,2	22,2	24,6
Kolombiya	17,6	16,0	14,6	17,3
Meksika	17,4	17,9	18,3	17,6
Rusya	16,3	16,6	17,1	15,2
Japonya	9,1	9,3	9,2	9,5
Pakistan	6,6	6,7	6,8	7,0
*Türkiye	4,5	4,8	5,9	4,4
Çin	4,3	4,6	4,6	4,3
Hindistan	1,5	1,5	1,6	1,7

Kaynak: Anonim, 2011d.

*Kaynak: Anonim, 2011e.

Çizelge 1.5'te bazı ülkelerde kişi başına düşen koyun ve keçi eti tüketimleri verilmiştir. Türkiye için elde edilen sonuç FAO verileri kullanarak (üretim miktarı - ihracat miktarı + ithalat miktarı)/toplam nüfus şeklinde elde edilmiştir. Çizelgeye bakıldığında 2009 yılı verilerine göre kişi başına yıllık en fazla tüketim 49,5 kg ile Yeni Zelanda, 18,0 kg ile Avustralya ve 14,0 kg ile Yunanistan'da yapılmaktadır. Türkiye'ye bakıldığında kişi başına yıllık tüketim 4,5 kg civarındadır. Bu tüketim düzeyi ile gelişmiş ülkelerin çok altında bir tüketime sahiptir. Türkiye küçükbaş hayvan varlığı bakımından dünyada sayılı ülkeler arasında yer almasına karşın ülkemizde küçükbaş hayvan sayısı giderek azalmaktadır. Verim bakımından küçükbaşta Türkiye önemli ülkelerden biri olmasına rağmen üreticiler için cazip bir dal olmamaktadır. Küçükbaş hayvancılığında Türkiye'de daha cazip hale getirmek için çalışmalar yapılmalıdır.

Çizelge 1.5. Bazı ülkelerde kişi başına düşen koyun ve keçi eti tüketimi (kg/yıl)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008
Yeni Zelanda	44,8	42,4	42,3	49,5
Avustralya	14,8	14,8	17,4	18,0
Yunanistan	14,9	15,1	14,3	14,0
İran	6,2	6,4	6,6	6,5
İngiltere	5,9	5,9	6,1	5,7
Türkiye	4,4	4,6	4,6	4,3
İspanya	5,4	5,0	4,6	3,5
Fransa	3,8	3,8	3,6	3,5
Çin	2,7	2,8	2,9	2,9
Nijerya	2,8	2,8	2,8	2,8
Pakistan	3,2	2,3	2,3	2,3
Rusya	1,1	1,2	1,3	1,4
Hindistan	0,6	0,6	0,6	0,6
ABD	0,5	0,5	0,6	0,5

Kaynak: Anonim, 2011e.

Çizelge 1.6’da bazı ülkelerde kişi başına düşen kanatlı eti tüketimleri verilmiştir. Türkiye için elde edilen sonuç FAO verileri kullanarak (üretim miktarı - ihracat miktarı + ithalat miktarı)/toplam nüfus şeklinde elde edilmiştir.

Çizelge 1.6. Bazı ülkelerde kişi başına düşen kanatlı eti tüketimi (kg)

Ülkeler	2006	2007	2008	2009
ABD	45,8	45,1	44,2	42,2
Brezilya	35,8	38,1	39,7	39,3
Avustralya	34,6	33,9	34,7	35,0
Arjantin	28,0	30,0	31,4	32,4
Meksika	28,0	28,2	29,8	29,4
Şili	29,2	29,6	28,3	28,9
Kanada	30,1	29,9	30,0	28,8
Kolombiya	19,6	21,4	23,0	23,0
Rusya	16,7	18,2	19,2	19,3
*Türkiye	12,41	14,12	13,84	16,27
Japonya	15,4	15,3	15,1	15,4
Çin	7,9	8,6	9,0	9,1
Hindistan	1,8	2,0	2,2	2,2

Kaynak: Anonim, 2011d.

*Kaynak: Anonim, 2011e.

Çizelgeye bakıldığında 2009 yılı verilerine göre kişi başına yıllık en fazla tüketim 42,2 kg ile ABD, 39,3 kg ile Brezilya ve 35,0 kg ile Avustralya’da yapılmaktadır. Türkiye’ye bakıldığında kişi başına yıllık tüketim 15 kg civarındadır. 2006 yılında Türkiye’de de etkili olan kuş gribi nedeniyle kanatlı tüketimi bu yılda kişi başına tüketimi en düşüktür. Modern çiftliklerin kanatlı yetiştirmede ön plana çıkması ile kanatlı eti balık ve kırmızı ete göre daha düşük olması ve tüketicilerin tavuk etinin daha sağlıklı olduğuna inanması Türkiye’de kişi başına tavuk tüketiminin daha fazla olmasına neden olmuştur.

Çizelge 1.7’de bazı ülkelerde kişi başına düşen balık eti tüketimleri verilmiştir. Çizelgedeki veriler FAO verileri kullanarak (üretim miktarı - ihracat miktarı + ithalat miktarı)/toplam nüfus şeklinde elde edilmiştir. Çizelgeye bakıldığında 2007 yılı verilerine göre kişi başına yıllık en fazla tüketim 42,2 kg ile Danimarka, 48,53 kg ile İspanya ve 35,97 kg’dır. Türkiye’ye bakıldığında kişi başına yıllık tüketim 10 kg civarındadır.

Çizelge 1.7. Bazı ülkelerde kişi başına düşen balık eti tüketimi (kg)

Ülkeler	2005	2006	2007
Danimarka	59,06	58,91	58,75
İspanya	49,65	49,05	48,53
Çin	36,97	35,13	35,97
Fransa	35,97	35,76	35,56
Şili	35,52	35,15	34,80
Kanada	32,70	33,91	32,10
İngiltere	31,31	31,15	30,99
ABD	25,18	26,39	25,63
Rusya	23,18	23,29	23,38
Türkiye	10,34	10,21	10,08
Brezilya	6,62	6,99	7,28
Arjantin	6,75	6,68	6,62
Hindistan	5,21	5,60	5,52

Kaynak: Anonim, 2011e.

Sonuç olarak Türkiye’de yaşayan 15-35 yaş grubu içerisinde bulunan bir kişi günlük 2.900 Kcal ihtiyacının %1,4’ünü (40,8 Kcal) balıktan, %2,1’ini (61,8 Kcal) kanatlı etinden, %0,6’sını (17,8 Kcal) sığır ve dana etinden ve %1,1’ini (32,9 Kcal) koyun ve keçi etinden sağlamaktadır. Tereyağı, peynir, süt vb diğer hayvansal ürünlerle bu enerji ihtiyacının en fazla %30’unu karşılar. Daha öncede bahsedildiği gibi Türk insanının ağırlıklı besin kaynağı bitkisel ürünler özellikle makarna ekmek türü beslenmedir. Daha sağlıklı nesiller için biraz daha hayvansal ürünlere ağırlık vermek gerekmektedir.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

2.1. Materyal

Çalışmada kullanılan veriler 2011 yılı Ocak-Şubat-Mart-Nisan aylarında İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde 400 tüketiciyle birebir görüşme yapılarak elde edilmiştir. Bu anketlerden elde edilen bilgiler çalışmanın birincil veri kaynaklarını oluştururken tarım il ve ilçe müdürlükleri, internet kaynakları, yerli ve yabancı kaynaklardan derlenen genel bilgiler, konuyla ilgili istatistik veriler araştırmanın ikincil kaynaklarını oluşturmuştur.

2.2. Yöntem

Belediyeler ve mahalle muhtarlarından elde edilen bilgilerle İstanbul ili küçük çekmece ilçesinde tüketicilerin homojen bir şekilde örneğe katılımını sağlamak amacıyla, bu ilçelerdeki bütün hanehalkı dikkate alınarak, araştırma bölgesindeki mahallelere göre tüketici sayıları belirlenmiştir. Her mahalledeki hane sayısı belirlenerek oransal yöntemlere göre tesadüfi olarak örnek büyüklükleri belirlenmiştir. Araştırmada örnek hacmi “Anakitle Oranlarına Dayalı Kümelenendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme” yöntemiyle saptanmıştır (Collins, 1986; Tarakçı vd., 2003; Topcu and Uzundumlu, 2009; Topcu et al., 2009; Topcu et al., 2010).

$$n = \frac{(t)^2}{(e)^2} * (p * q)$$

t= %95 önem düzeyine karşılık gelen t tablo değeri (1,96)

p= Söz konusu olayın olma olasılığı

q= Söz konusu olayın olmama olasılığı

e= Örneklemede kabul edilen hata (0,05)

Yani istenen durum (p) ve istenmeyen durum (q) hakkında bir bilgi olmadığı zaman, bu formüle göre p veya q %50’ye %50 olduğunda maksimum örnek büyüklüğü 384 olur.

$$n = \frac{(t)^2}{(e)^2} * (p * q) \quad ve \quad n = \frac{(1,96)^2}{(0,05)^2} * (0,5 * 0,5) = 384,16$$

Çalışmada 400 anket kullanılmıştır. Nüfus büyüklüğü dikkate alınarak küçük çekmece ilçesinde 400 anket yapılmıştır. Anket sonuçları, SPSS 11, kullanılarak değerlendirilmiş ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Ayrıca regrasyon analizi için Gretl İstatistik Programından yararlanılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapısı

Hanehalkı gelir yönünden 3 gruba ayrılmıştır. Aylık geliri 1.500 TL ve daha düşük gelire sahip aileler düşük gelir grubunu (1. Gelir Grubunu), 1.501-3.000 TL arasında gelire sahip aileler orta gelir grubunu (2. Gelir Grubunu) ve 3.000 TL’den fazla aylık gelire sahip aileler ise yüksek gelir grubunu (3. Gelir Grubunu) oluşturmuştur.

Çizelge 3.1. Hanehalkı gelir gruplarına göre ortalama gelir ve fert sayısı

Gelir Grupları	Aylık Gelir Aralıkları (TL)	Hanehalkı (Adet)	Toplamdaki Payı (%)	Aylık Ortalama Hanehalkı Geliri (TL)	Hanehalkı Ortalama Birey Sayısı (kişi)
I.	≤1.500	119	29,75	1.283,19	3,63
II.	1.501-3.000	187	46,75	2.259,36	3,58
III.	≥3.001	94	23,50	4.361,17	3,80
Ort. veya top.	≤ 12.000	400	100,00	2.462,88	3,65

Hanehalkının aylık ortalama gelirleri 700 TL ile 12.000 TL arasında değişmektedir. Gruplar açısından hanehalkının aylık gelirleri I. grupta 1.283,19 TL, II. grupta 2.259,36 TL ve III. grupta 4.361,17 TL'dir. Hanehalkı birey sayısı 1-7 arasında değişmekte olup, ortalama birey sayısı 3,65 kişidir. Gelir grupları bakımından hanehalkı ortalama birey sayısında önemli bir farklılık yoktur. Hanehalkı III. gelir grubunda 3,80 kişi ile en yüksek ve II. gelir grubunda ise 3,58 kişi ile en düşüktür.

Çizelge 3.2. Gelir gruplarına göre ankete cevap veren tüketicilerin yaş ve cinsiyet dağılımı

Gelir Grupları	Yaş	Bayan		Erkek		Toplam	
		Kişi	(%)	Kişi	(%)	Kişi	(%)
I.	31,71	84	35,15	35	21,74	119	29,75
II.	35,04	111	46,44	76	47,20	187	46,75
III.	33,07	44	18,41	50	31,06	94	23,50
Ort. veya top.	33,59	239	100,00	161	100,00	400	100,00
Genel ortalama (%)		59,75		41,25		100,00	

Anket çalışmasına katılan tüketicilerin yaş ortalaması 33,59 olup, anket çalışmasına katılan tüketicilerin %59,75'ini bayanlar ve %41,25'ini erkekler oluşturmuştur. Çalışmada gelir gruplarına göre tüketicilerin yaş dağılımlarına bakıldığında her üç grupta da yaş ortalaması ana kitle ortalaması olan 33,59'a nerdeyse eşittir. Bayanların oranı II. gelir grubunda %46,44 ile en yüksek ve III. gelir grubunda ise %18,41 ile en düşük iken erkek katılımcıların oranı II. gelir grubunda %47,20 ile en yüksek ve I. gelir grubunda %21,74 ile en düşük düzeyde bulunmaktadır (Çizelge 3.2). Çizelgeden de anlaşıldığı üzere orta gelir grubundaki ailelerin hem bayanlarının hem de erkeklerinin ankete katılımları daha yüksektir.

Çizelge 3.3. Gelir gruplarına göre ankete cevap veren tüketicilerin ailedeki görevi

Gelir Grupları	Aile reisi		Aile reisinin eşi		Erkek çocuk		Kız çocuk	
	Kişi	(%)	Kişi	(%)	Kişi	(%)	Kişi	(%)
I.	21	5,25	49	12,25	16	4,00	33	8,25
II.	48	12,00	70	17,50	30	7,50	39	9,75
III.	28	7,00	21	5,25	22	5,50	23	5,75
Toplam	97	24,25	140	35,00	68	17,00	95	23,75

Ankete cevap veren tüketicilerin %24,25'i ailenin reisi, %35,00'ü aile reisinin eşi, %17'si ailenin erkek çocuğu ve %23,75'i ailenin kız çocuğudur. Gelir gruplarına bakıldığında düşük ve orta gelir grubunda aile reisinin eşi, yüksek gelir grubunda ise aile reisi ankete cevap vermiştir (Çizelge 3.3).

Çizelge 3.4. Gelir gruplarına göre aile reisinin eğitim durumu

Gelir Grupları	Eğitim seviyeleri						
	Okur-yazar değil	Okur-yazar	İlk öğretim	Lise	Lisans	Y.Lisans	Doktora
I.	3	0	67	33	15	1	0
II.	0	0	99	39	35	12	2
III.	0	1	43	19	28	2	1
Toplam veya Ort.	3	1	209	91	78	15	3
Oranı (%)	0,008	0,003	52,25	20,93	17,94	3,45	0,008

Dikkat edilirse hane halkı reislerinin %52,25'i ilköğretim, %20,93'ü lise ve %17,94'ü ise lisans mezunudur. Bütün gelir gruplarında aile reislerinin birçoğunun eğitimi ilköğretimdir. 2. Gelir grubunda lisans ve yüksek lisans yapmış aile reislerinin oranı daha fazladır. (Çizelge 3.4). Dikkat edilirse hanehalkı reislerinin büyük bir çoğunluğu yani yaklaşık yarısı ilköğretim düzeyinde eğitim almıştır. Ankete katılanlar dikkate alındığında gelir seviyesi arttıkça ailelerin eğitimlerinin de bununla paralellik göstermediği dikkatimizi çekmektedir.

Çizelge 3.5. Gelir gruplarına göre hanehalkı reislerinin yaş ve medeni durumu

Gelir Grupları	Yaş Ort.	Medeni Durumu		
		Evli	Bekâr	Diğerleri
I.	43,94	114	2	3
II.	45,76	181	4	2
III.	43,94	93	1	0
Toplam veya Ort.	45,53	388	7	5
Oranı (%)		97,00	1,75	1,25

Anket yapılan tüketicilerin hanehalkı reislerinin yaş ortalaması 45,53 yıl olup, gelir grupları dikkate alındığında aile reislerinin yaş ortalamaları bakımından önemli bir farklılık yoktur. I. grupta aile reislerinin yaş ortalaması 43,94, II. grupta 45,76 ve III. grupta 43,94'tür. Medeni durumu açısından aile reislerinin büyük çoğunluğu her üç grupta da evlidir. Aile reislerinin %97,00'ü medeni durumu bakımından evli ve %1,75'i bekârdır. Bunun dışında diğerleri grubu içerisinde evli fakat çalışma şartları gibi nedenlerden dolayı ailesinin yanında olamayan, boşanmış veya ebeveynleriyle yaşayan aile reislerinin payı ise %1,25'tir (Çizelge 3.5).

Çizelge 3.6. Gelir gruplarına göre hanehalkı reislerinin meslek durumu

Gelir Grupları	Memur	İşçi	Serbest Meslek Sahibi	Esnaf	İşçi Emeklisi	Memur Emeklisi	Diğerleri
I.	4	57	29	2	17	2	8
II.	39	22	44	35	23	13	5
III.	11	3	12	11	7	8	16
Toplam Ort.	54	82	85	48	47	23	29
Oranı (%)	13,50	20,50	21,25	12,00	11,75	5,75	7,25

Anket yapılan hanehalkı reislerinin meslek durumuna baktığımızda %13,50'si memur, %20,50'si işçi, %21,25'i serbest meslek sahibi, %12,00'ü esnaf, %11,75'i işçi emeklisi,

%5,75'i memur emeklisi ve %7,75'i de diğer mesleklerden (iş adamı, yönetici, çiftçi, işsiz ve ev hanımından) oluşmaktadır (Çizelge 3.6). Yüksek gelirliler grubunda diğerleri içerisinde, 16 yönetici bulunmaktadır.

Çizelge 3.7. Gelir gruplarına göre anket yapılan hanehalkının yaş dağılımı

Gelir Grupları	0-2	3-7	8-15	16-27	28-35	36-49	50-64	≥65
I.	9	8	71	129	41	123	62	6
II.	7	37	80	181	45	218	78	11
III.	11	20	43	105	38	92	50	5
Toplam (kişi)	27	65	194	415	124	433	190	22
Oran (%)	1,84	4,42	13,20	28,23	8,44	29,46	12,93	1,50

Gelir gruplarına göre hanehalkının yaş dağılımına bakıldığında bütün gelir gruplarında ağırlık 16-27 yaş grubunda yoğunlaşmıştır. Düşük gelir grubunda olan tüketiciler genelde 16-49 yaş grubundan oluşmaktadır. Orta gelir grubunda olan tüketiciler genelde 8-49 yaş grubundan oluşmaktadır. Yüksek gelire sahip olan aileler ise genelde genç nüfusa sahip ailelerdir. Buda gösteriyor ki bu aileler gelir getiren çocuklara sahiptir. Sonuç olarak 400 hanehalkında toplamda 1.470 aile ferdi bulunmakta ve aile fertlerinin büyük bir çoğunluğu (%29,46'sı) 36-49 yaş aralığında ve %28,23'ü 16-27 yaş grubunda yer almaktadır. Ayrıca hanelerin %14,43'ü 50 yaş ve üzeri bireylerden oluşurken, 15 yaş ve altında bireylerin oranı ise %19,46'dır (Çizelge 3.7).

Çizelge 3.8. Gelir gruplarına göre oturdukları evin mülkiyet durumu

Gelir Grupları	Kendi mülkü veya ebeveynlere ait mülk		Kira veya lojman		
	Kişi	%	Kişi	%	Ücret (TL)
I.	66	16,5	53	13,25	524,26
II.	81	20,25	106	26,50	652,88
III.	37	9,25	57	14,25	827,89
Toplam veya ortalama	184	46,00	216	54,00	666,84

Hanehalkının %46,00'ı kira ücreti vermeden ya kendinin ya da ebeveynlerine ait evde ikamet ederken %54,00 ise kira veya lojmanda ikamet etmektedir. Gelir gruplarına göre hanehalkının oturdukları evin mülkiyet durumuna bakıldığında düşük gelir grubunda ağırlık kendi mülkünde ikamet etmek iken orta ve yüksek gelir grubunda kira ve lojmanda oturanların oranı daha yüksektir. Ortalama kira ve lojman aylık ücreti yaklaşık olarak 666,84 TL'dir. I. grupta kira veya lojman için ödenen aylık ücret 524,26 TL iken, II. Grupta 652,88 TL ve III. Grupta 827,89 TL'dir (Çizelge 3.8).

Çizelge 3.9. Gelir gruplarına göre hanehalkının toplam geliri, toplam harcaması ve süt için harcama miktarı (TL/ay)

Gelir Grupları	Toplam Gelir	Toplam Harcama	Kırmızı Et Harcaması	Balık Eti Harcaması	Tavuk Eti Harcaması
I.	1.283,19	1.270,59	22,25	22,99	9,59
II.	2.259,36	2.203,46	41,62	38,99	14,47
III.	4.361,17	3.943,40	84,73	54,13	17,28
Ortalama	2.462,88	2.336,58	46,02	37,76	13,69

Hanehalkının ortalama olarak toplam geliri 2.462,88 TL, 2.336,58 TL toplam harcaması, 46,02 TL kırmızı et, ve 37,76 TL balık eti ve 13,69 TL tavuk eti harcaması vardır. Hanehalkının düşük gelir grubunda ortalama 1.283,19 TL geliri, 1.270,59 TL toplam har-

caması ve bu toplam harcaması içerisinde 22,25 TL kırmızı et harcaması, 22,99 TL balık eti harcaması ve 9,59 TL'sini tavuk eti harcaması için yapmaktadır. Orta gelir grubunda ortalama 2.259,36 TL geliri, 2.203,46 TL toplam harcaması, bu toplam harcaması içerisinde 41,62 TL kırmızı et harcaması, 38,99 TL balık eti harcaması ve 14,47 TL'sini tavuk eti harcaması için yapmaktadır. Yüksek gelir grubunda ortalama 4.361,17 TL gelir, 3.943,40 TL toplam harcaması, bu toplam harcaması içerisinde 84,73 TL kırmızı et harcaması, 54,13 TL balık eti harcaması ve 17,28 TL'sini tavuk eti harcaması için yapmaktadır (Çizelge 3.9).

3. 2. Regresyon analizi sonuçları

Çizelge 3.10'da kırmızı et tüketimini etkileyen faktörler verilmiştir. Hanehalkında kırmızı et tüketimini etkileyen değişkenler cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, ev sahibi olup olmama, birey sayısı ve meslek olarak işçi olmaktır.

Çizelge 3.10. Kırmızı et tüketimini etkileyen faktörler

Değişkenler	Katsayı	Ölç. hata	t-oranı
Sabit	34,3644***	8,52902	4,029
Cinsiyet	-7,91928***	2,30126	-3,441
Yaş	-0,22255***	0,082078	-2,711
Eğitim	-2,50279**	1,20864	-2,071
Gelir	0,017022***	0,000883	19,28
Ev sahibi olma;1 kiracı;0	8,44869***	2,27302	3,717
Birey sayısı	-0,79073	1,10101	-0,7182
İşçi	-8,62472***	2,99414	-2,881
Log-olabilirlik		-1.797,723	
R-kare		0,57	

**%5'te önemli

***%10'da önemli

Değişkenler incelendiğinde hanehalkının geliri yükseldikçe ve ev sahibi olması onların kırmızı et tüketimini artırırken, cinsiyetin erkek olması, yaş ilerledikçe, eğitim seviyesi yükseldikçe, birey sayısı arttıkça ve aile reisinin mesleği işçi olunca hane halkının kırmızı et tüketimi azalmaktadır. Ancak birey sayısı %10'da bile anlamlı çıkmamıştır.

Çizelge 3.11'de beyaz et tüketimini etkileyen faktörler verilmiştir. Hane halkında beyaz et tüketimini etkileyen değişkenler cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, ev sahibi olup olmama, birey sayısı ve meslek olarak işadamı olmaktır. Değişkenler incelendiğinde hane halkının geliri yükseldikçe ve hane halkı reisinin iş adamı olması, birey sayısı arttıkça ve yaş ilerledikçe hanelerin beyaz et tüketimi artarken, cinsiyetin erkek olması, eğitim seviyesi yükseldikçe ve hane halkı ev sahibi olunca hane halkının beyaz et tüketimi azalmaktadır.

Çizelge 3.11. Beyaz et tüketimini etkileyen faktörler

Değişkenler	Katsayı	Ölç. hata	t-oranı
Sabit	9,4484***	2.80226	3.372
Cinsiyet	-1,97691**	0.772283	-2.56
Yaş	0,014251	0.027062	0.5266
Eğitim	-0,28218	0.402822	-0.7005
Gelir	0,377464***	0.365232	1.033
Ev sahibi olma;1 kiracı;0	-1,88593**	0.759531	-2.483
Birey sayısı	0,377464	0.365232	1.033
İşadamı	16,8546***	4.4068	3.825
Log-olabilirlik		-1.360,294	
R-kare		0,94	

**%5'te önemli

***%10'da önemli

4. SONUÇ

Toplumların, farklı coğrafi alandan ve farklı kültürlere sahip bölgelerin tüketim alışkanlığı farklılık göstermektedir. Bilim adamları sağlıklı nesiller için hayvansal gıda ağırlıklı beslenme yapılmasını vurgulamaktadırlar. Türkiye’de hayvancılık olarak büyükbaş, küçükbaş, kanatlı ve üç tarafı denizlerle kaplı bir balıkçılık potansiyeli yüksek bir ülke olmasına karşın beslenmemizde ağırlık bitkisel ürünlerden yanadır.

Son yıllarda hayvancılıkla ilgili birtakım sorunlar gün yüzüne çıkmıştır. Bu nedenle 2010 yılında hayvan ithalatı yolu ile bu sorunlar giderilmeye çalışılmıştır. Hayvancılıkla ilgili sorunların giderilmesinde hayvan ithalatı yerine çiftçilerin büyük ve küçük baş hayvan yetiştirmeleri teşvik edilmelidir. Hayvancılığa uygun doğu ve güneydoğu Anadolu bölgesinde verimi artırmak için bölgeye uygun verimi yüksek ırkların adapte edilmesi ve bu anlamda çiftçilerin eğitilmesi gerekmektedir. Ayrıca hükümet politikalarında çiftçilerin daha büyük işletmeler halinde faaliyetlerini gerçekleştirmeleri sağlanmalıdır.

Değişik kaynaklardan sağlanan bilgiler ışığında Türkiye’de kişi başına yıllık olarak 10 kg kırmızı et ve 25 kg civarında beyaz et tüketimi yapılmaktadır. Gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında bu miktarların çok düşük kaldığı bu nedenle hayvansal kaynaklı besin tüketimini artırmak için hem bunların üretimini artırmanın yanında tüketicilere bu bilincin eğitim çalışmaları ile televizyon gibi kitle yayım araçları ile verilmesi gerekmektedir.

Çalışmada kullanılan veriler 2011 yılında, İstanbul ili küçük çekmece ilçesinde 400 tüketiciyle birebir görüşme yapılarak elde edilmiştir. Bu anketlerden elde edilen bilgilere göre tüketiciler üç gelir grubuna ayrılarak incelemeler yapılmıştır. Hane halkının aylık ortalama gelirleri 700 TL ile 12.000 TL arasında değişmektedir. Gruplar açısından hane halkının aylık gelirleri I. grupta 1.283,19 TL, II. grupta 2.259,36 TL ve III. Grupta 4.361,17 TL’dir. Hane halkı birey sayısı 1-7 arasında değişmekte olup, ortalama birey sayısı 3,65 kişidir. Anket çalışmasına katılan tüketicilerin yaş ortalaması 33,59 olup, anket çalışmasına katılan tüketicilerin %59,75’ini bayanlar ve %41,25’ini erkekler oluşturmuştur. Orta gelir grubundaki ailelerin hem bayanlarının hem de erkeklerinin ankete katılımları daha yüksektir. Ankete cevap veren tüketicilerin %24,25’i ailenin reisi, %35,00’ü aile reisinin eşi, %17’si ailenin erkek çocuğu ve %23,75’i ailenin kız çocuğudur. Gelir gruplarına bakıldığında düşük ve orta gelir grubunda aile reisinin eşi, yüksek gelir grubunda ise aile reisi ankete cevap vermiştir. Hane halkı reislerinin %52,25’i ilköğretim, %20,93’ü lise ve %17,94’ü ise lisans mezunudur. Bütün gelir gruplarında aile reislerinin birçoğunun eğitimi ilköğretimdir. Anket yapılan tüketicilerin hane halkı reislerinin yaş ortalaması 45,53 olup %97’si evlidir. Hane halkı reislerinin %13,50’si memur, %20,50’si işçi, %21,25’i serbest meslek sahibi, %12,00’ü esnaf, %11,75’i işçi emeklisi, %5,75’i memur emeklisi ve %7,75’i de diğer oluşmaktadır. 400 hane halkında toplamda 1.470 aile ferdi bulunmakta ve aile fertlerinin büyük bir çoğunluğu (%29,46’sı) 36-49 yaş aralığında ve %28,23’ü 16-27 yaş grubunda yer almaktadır. Hanehalkının %46,00’ü kira ücreti vermeden ya kendinin ya da ebeveynlerine ait evde ikamet ederken %54,00 ise kira veya lojmanda ikamet etmektedir. Ortalama kira ve lojman aylık ücreti yaklaşık olarak 666,84 TL’dir. I. grupta kira veya lojman için ödenen aylık ücret 524,26 TL iken, II. Grupta 652,88 TL ve III. Grupta 827,89 TL’dir. Hanehalkının ortalama olarak toplam geliri 2.462,88 TL, 2.336,58 TL toplam harcaması, 46,02 TL kırmızı et, 51,45 beyaz et harcaması vardır. Hanelerin geliri arttıkça kırmızı et tüketimi artmakta, bayanlar erkeklere göre daha fazla kırmızı eti tüketmekte ve ayrıca hanelerin ev sahibi olması da kırmızı et tüketimini artırmaktadır. Kırmızı etin fiyatı genelde beyaz etin fiyatından yüksek olması ve beyaz etin sağlık açısından daha yararlı oluşu kanısı, yaş ilerledikçe, eğitim seviyesi yükseldikçe, birey sayısı arttıkça ve aile reisinin mesleği işçi olunca hane halkının kırmızı et tüketimi azalmaktadır. Hanehalkının geliri yükseldikçe ve hane halkı reisinin iş adamı olunca, birey sayısının artınca ve yaş artınca hanelerin beyaz et tüketimini artarken, cinsiyetin erkek olması, eğitim seviyesinin yükselmesi ve hane halkının ev sahibi olması hanelerin beyaz et tüketimini azaltmaktadır.

KAYNAKLAR

- Anonim, 2010. <http://www.konyatarim.gov.tr/default.asp?q=teknik&id=4>.
Anonim, 2011a. <http://avrsyaticaret.blogcu.com/tavuketi>.
Anonim, 2011b. <http://www.food-info.net/tr/protein/bv.htm>.

Arastırma/Research Article

Uzundumlu A.S, Işık H.B, Karlı M.H

İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde Kırmızı ve Beyaz Et Tüketiminde Etkili Faktörlerin Analizi



- Anonim, 2011c. <http://www.gidaci.4mg.com/kalori.htm>.
- Anonim, 2011d. <http://www.fas.usda.gov>.
- Anonim, 2011e. <http://www.fao.org>.
- Büyüknisan, O., 2008. Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Collins, M., 1986. Sampling (Editör: Worcester, R.M. and Downhom, J., 1986). Consumer Market Research Handbook. Elsevier Science Publishing Company Inc.
- Gürgün, H., 2006. Van Gölüne Kıyısı Bulunan Bazı İlçelerdeki Balık Tüketimine Yönelik Bir Araştırma Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Su Ürünleri Avlama ve İşleme Teknolojisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Van.
- Hanta, B., 1994. Adana İli Kentsel Alanda Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Shrimpton, D.H., 1987. The Nutritive Value of Eggs and Their Dietary Significance. Egg Quality-Current Problems and Recent Advances. Edited by R.G.Wells and C.G. Belyavin.
- Tarakçı, Z., Selçuk, Ş., Şahin, K. ve Coşkun, H., 2003. Üniversite Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi, 13(1):15-21.
- Topcu, Y. and Uzundumlu, A.S., 2009. Analysis of Factors Affecting Customer Retailer Loyalty in Turkish Food Market: The Case Study of Erzurum. Italian Journal of Food Science, 21(2): 181-194.
- Topcu, Y., Isik, H.B. and Uzundumlu, A.S., 2009. Turkish Consumer Attitudes Toward Food Products: The Case of Erzurum. Italian Journal of Food Science 21(1): 37-50.
- Topcu, Y., Uzundumlu, A.S. and Yavuz, F., 2010. Designing The Marketing Strategies for Ispir Sugar Bean As a Local Product Using Conjoint Analysis. Scientific Research And Essays 5(9): 887-896.