

## Gaziantep ili ölçeğinde kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi

Determination of red meat consumption preference on the scale of Gaziantep province

Hatice YILMAZ TILKI<sup>1</sup> , Mahmut KESKİN<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı, Antakya, Hatay, Türkiye.

<sup>2</sup>Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, Antakya, Hatay, Türkiye.

ARTICLE INFO	ÖZET
<p><b>Article history:</b> Recieved / Geliş: 29.06.2024 Accepted / Kabul: 07.09.2024</p> <p><b>Anahtar Kelimeler:</b> Kırmızı et Tür tercihi Tüketim tercihi Keçi eti Tüketim alışkanlıkları</p> <p><b>Keywords:</b> Red meat Species preference Consumption preference Goat meat Consumption habits</p> <p>✉Corresponding author/Sorumlu yazar: Mahmut KESKİN mkeskin@mku.edu.tr</p>	<p>Bu çalışmada, Gaziantep ili ölçeğinde kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, Gaziantep ilinde merkez ilçe olan Şehitkamil ve Şahinbey ile İslahiye ve Yavuzeli ilçelerinde, 25 sorudan oluşan anket formları kullanılarak toplam 90 katılımcı ile yürütülmüştür. Anketler ile elde edilen veriler, SPSS paket programı ile frekans analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların %52.2'si et tüketiminde kırmızı et, tavuk eti ya da balık etini ayırım yapmadan tüketebildiğini, %24.40'ı ise kırmızı et tercih ettiğini ifade etmişlerdir. Kırmızı et tüketiminde katılımcıların %46.7'sinin koyun etini, %3'ünün ise keçi etini tercih ettiği görülmüştür. Katılımcıların %71.1'i keçi etini denememelerine rağmen tercih etmediklerini ve bu duruma sebep olarak da alışkanlıklar, sindirim sorunu, tat ve koku ile ilgili değişik duyularının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Sindirim problemi, koku ve lezzetten dolayı tercih etmemenin ya önyargıdan ya da keçi kesimlerinde ileri yaştaki hayvanların tercih edilmesinden kaynaklandığı değerlendirilebilir. Ankete katılan tüketicilerin neredeyse tamamı (%98.9) tüketimde kaliteyi dikkate aldıklarını ifade etmişler ve kalite belirlemede başta satın alınan yerin güvenilirliği (%17.8) ile etin renk (%17.8), tazelik (%16.7), kokusu (%11.1) olmak üzere değişik faktörlere işaret etmişlerdir. Katılımcıların %41.2'si tarafından keçi denildiğinde ilk akla gelen şeyin sırası ile süt, peynir, dondurma ve kıl olduğunu ifade edilmiştir. Bu sonuç ile bölgede keçi etine karşı olumsuz bir önyargı olduğu değerlendirilebilir.</p>
	<p><b>ABSTRACT</b></p> <p>This study aimed to determine red meat consumption preference in Gaziantep province. The study was conducted with a total of 90 participants, using questionnaire forms consisting of 25 questions, in the central districts of Şehitkamil and Şahinbey, and İslahiye and Yavuzeli districts of Gaziantep province. The data obtained from the surveys were evaluated by using frequency analysis with the SPSS package program. According to the results, 52.2% of the participants stated that they could consume red meat, chicken or fish without discrimination and 24.4% preferred red meat. In red meat consumption, it was observed that 46.7% of the participants preferred sheep meat and 3% preferred goat meat. 71.1% of the participants stated that they did not prefer goat meat even though they had not tried it and that the reasons for this were their habits, digestive problems, and different sensations regarding taste and smell. It can be considered that the reason for not choosing goat meat due to digestive problems, smell and taste is either due to prejudice or the preference of older animals in goat slaughter. Almost all (98.9%) of the consumers who participated in the survey stated that they take quality into account in consumption and pointed out that various factors determine quality, especially the reliability of the place of purchase (17.8%), the color of the meat (17.8%), freshness (16.7%) and smell (11.1%). Also, 41.2% of the participants stated that when goat is mentioned, the first thing that comes to mind was milk, cheese, ice cream and hair, respectively. With this result, it can be evaluated that there is a negative prejudice against goat meat in the region.</p>
<p>Makale Uluslararası Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 Lisansı kapsamında yayınlanmaktadır. Bu, orijinal makaleye uygun şekilde atıf yapılması şartıyla, eserin herhangi bir ortam veya formatta kopyalanmasını ve dağıtılmasını sağlar. Ancak, eserler ticari amaçlar için kullanılmaz.</p> <p>© Copyright 2022 by Mustafa Kemal University. Available on-line at <a href="https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkutbd">https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkutbd</a></p> <p>This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.</p> <p> </p>	
<p><b>Cite/Atıf</b></p>	<p>Yılmaz Tilki, H., &amp; Keskin, M. (2024). Gaziantep ili ölçeğinde kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi. <i>Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi</i>, 29 (3), 873-884. <a href="https://doi.org/10.37908/mkutbd.1507134">https://doi.org/10.37908/mkutbd.1507134</a></p>

## GİRİŞ

Dengeli beslenmenin temelini oluşturan hayvansal proteinler toplumların gelişmişlik seviyesinin göstergelerinden birisidir. Dünya genelinde yeterli ve dengeli proteine ulaşılamaması her insan için olması gereken gıda güvencesini küresel boyutta tehlikeye düşürmektedir (Gürer & Ören, 2013). Gelişmiş ülkelerde “beslenme” ile “sağlıklı ve dengeli beslenme” arasındaki fark konusunda toplumun daha bilinçli olduğu görülmektedir. Bu ülkelerde insanların beslenme tercihlerinde hayvansal proteinin yanı sıra protein kaynağındaki yağ oranı ve kalite de dikkate alınan diğer hususlardır. Hayvansal protein kaynakları arasında yağ oranı ve kalori düşüklüğü bakımından akla ilk gelen kaynaklardan birisi keçi etidir (Arzık ve ark., 2023; Behrem ve ark., 2022; Tüfekçi, 2022; Gül ve ark., 2023). Protein içeriği bakımından koyun ve sığır karkasları ile benzer oranlara sahip olan keçi karkasında yağ oranının çok daha az olduğu bilinmektedir.

Türkiye’de kırmızı et ve süt bazlı hayvansal protein ihtiyacının karşılanmasında sığır ilk sırayı alırken bunu koyun ve keçi takip etmektedir. 2022 yılında yaklaşık olarak 21.5 milyon ton olan yıllık süt üretiminin %92.3’ü inek, %5.0’ı koyun, %2.5’i keçi ve %0.2’si manda sütü; 2.2 milyon ton olan kırmızı et üretiminin ise %71.8’i sığır, %22.3’ü koyun, %5.3’ü keçi ve %0.6’sı manda eti olarak kayıtlara geçmiştir (TUİK, 2023). Gerek süt ve gerekse et tüketiminde tür bazlı tercihler ve bunların sebepleri üzerine değişik çalışmalar yapılmıştır (Atay ve ark., 2004; Aygün ve ark., 2004; Karakuş ve ark., 2008; Yaylak ve ark., 2010). Ancak gastronomi kenti olan Gaziantep ilinde tüketicilerin kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi üzerine bir çalışma bulunmamaktadır (Karakuş ve ark., 2008).

Dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi Türkiye’de de toplumun bilinçlenmesine paralel olarak özellikle keçi sütüne olan talebin artması ve diğer çiftlik hayvanlarına göre yetiştiricilik masraflarının düşük olması, son zamanlarda keçi yetiştiriciliğine olan ilginin artmasına sebep olmaktadır (Yılmaz Tilki & Keskin, 2020). Süt üretimi için kullanılan keçilerin erkekleri ise et üretimi amacı ile değerlendirilmektedir. Ülkemizde keçi eti, keçi yetiştiriciliğinin yaygın olduğu bölgelerde, genellikle düşük gelirli aileler tarafından tüketilmektedir. Yöresel alışkanlıklar ve damak zevki bu ürünün tercih edilmesinde önemli olan hususlardır (Koluman ve ark., 2015). Pazarlama stratejilerinin yetersizliği ve çoğu bölgede keçinin tanınmıyor olması, özellikle de keçi etine olan ön yargılar sektörü olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada hayvan varlığı bakımından önemli bir potansiyele sahip olan ve yemek kültürü ile dikkat çeken Gaziantep ilinde sığır, koyun ve keçi eti tüketimlerine etkili faktörler ile demografik yapıya ve et tüketim sıklığı ile miktarına göre kırmızı et tüketim tercihlerini belirlemek amaçlanmıştır.

## MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın materyalini Gaziantep İli merkez ilçeleri olan Şehitkâmil ve Şahinbey ilçeleri ile İslahiye ve Yavuzeli ilçelerindeki tüketiciler, kasap ve toplu tüketim işletmeleri (lokanta, restaurant vb.) ile yapılan anketler oluşturmuştur. Anketlerde toplam 90 farklı katılımcı ile, et tüketim tercihlerinin belirlenmesi amacıyla 25 soruyu içeren form kullanılarak anket yapılmıştır. Araştırmada anket yapılacak ilçeler nüfus ve yetiştiricilik yapılan hayvan türleri dikkate alınarak gayeli yöntem ile anket yapılacak kişiler ise tesadüfi olarak belirlenmiştir (Çiçek & Erkan, 1996). Anketler ile elde edilen veriler, SPSS paket programı (versiyon 23) ile frekans analizi yapılarak değerlendirilmiştir (SPSS, 2012). Analizlerde tanımlayıcı istatistikler ve frekanslar belirlenmiştir.

## BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmanın yapıldığı Şehitkâmil ve Şahinbey merkez ilçeleri ile İslahiye ve Yavuzeli ilçelerinde ankete katılan tüketici, kasap ve toplu tüketim işletme sahiplerinin demografik özelliklerine ait oransal dağılımları Çizelge 1’de gösterilmiştir.

Çizelge 1. Demografik yapıyı belirlemede kullanılan değişkenlere ait özellikler

Table 1. Characteristics of the variables used to determine the demographic structure

Değişken	Açıklama	n	%
Cinsiyet	Kadın	35	38.9
	Erkek	55	61.1
Yaş	18-30	17	18.9
	31-45	49	54.4
	46-65	23	25.6
	66 ve üstü	1	1.1
Medeni Durum	Evli	75	83.3
	Bekâr	15	16.7
Eğitim Durumu	İlkokul	23	25.6
	Lise	20	22.2
	Önlisans	2	2.2
	Lisans	38	42.2
	Lisans Üstü	7	7.8
Meslek	Memur	46	51.1
	Esnaf	35	38.9
	İşçi	5	5.6
	Çiftçi	2	2.2
	Cevap Yok	2	2.2
İlçeler	Şahinbey	29	32.2
	Şehitkâmil	31	34.4
	İslahiye	23	25.6
	Yavuzeli	7	7.8

Çizelge 1'den de görüldüğü ankete katılanların %61.1'i erkek ve %38.9'u kadınlardan oluşmuştur. Çoğunluğu 15-45 yaş arasında olan ve %83'ü evli olan bu kişilerin arasında eğitim durumu bakımından %42.2 ile en yüksek pay lisans mezunlarının olmuştur. Gül ve ark. (2022) tarafından Aksaray ilinde koyun yetiştiricileri ile yapılan çalışmada ilkokul ve ortaokul mezunlarının oranı %87.8 olarak ve çok yüksek oranda bildirilmiştir. Bu çalışmada lisans mezunlarının daha yüksek çıkması anketin şehir merkezlerinde ve değişik meslek gruplarını kapsayan şekilde yapılmasının doğal bir sonucudur. TÜİK (2023) verilerine göre Gaziantep ilinde yaşayanların yaklaşık olarak %37'si bekâr %63'ü evli olarak bildirilmişken çalışmada bekâr olanların oranının daha az olması anket yapılan kişilerin çoğunluğunun 30 yaş üstü bireyler (%81.1) olmasından kaynaklanmış olabilir. Katılımcıların %51.1' i memur, %38.8'i esnaf, %5.5 işçi, %2.2 si çiftçilerden oluşmuştur. Esnaf olarak kasap ve toplu tüketim işletmeleri (kebabçı, lokanta vb) tercih edilmiştir.

Çizelge 2. Et tüketim tercihlerinde kullanılan değişkenler

Table 2. Variables used in meat consumption preferences

Değişken	Açıklama	n	%	Değişken	Açıklama	n	%
Et Tüketim Tercihi	Kırmızı Et	22	24.5	Tercih Etkileyen Faktör	Alışkanlık	10	11.1
	Tavuk Eti	3	3.3		Görüntü	1	1.1
	Balık Eti	2	2.2		Cinsiyet	1	1.1
	Hepsi	47	52.3		Fiyat	10	11.1
	Kırmızı-Tavuk Eti	10	11.1		Taze	6	6.7
	Kırmızı-Balık Eti	4	4.4		Temiz	1	1.1
	Tavuk Eti-Balık Eti	1	1.1		Yem Seçim	2	2.2
	Tüketim Yok	1	1.1		Protein	6	6.7
			Koku		2	2.2	
			Kültür		1	1.1	
			Güvenilirlik		2	2.2	
			Aroma		35	38.9	
			Yağ Oranı		1	1.1	
			Sağlık		9	10.1	
			Cevap Yok	3	3.3		

Çizelge 2'den görüldüğü gibi ankete katılan tüketicilerin %52.2'si et tüketiminde kırmızı et, tavuk eti ya da balık etini ayırım yapmadan tüketebildiğini ifade etmişlerdir. Ancak sadece kırmızı et tüketimini tercih edenlerin oranı tavuk ve balık etine göre daha yüksek olmuştur. Balık etinin tüketim tercihinin az olması Gaziantep ilinin deniz kenarı olmamasından ve mutfak kültüründe balık etinin çok fazla yer almamasından kaynaklanmış olabilir. Şanlıur ve ark. (2009) tarafından da ifade edildiği gibi beslenme alışkanlıklarının oluşmasında kişisel yeme seçimleri, ailenin yeme biçimi, anne ve babanın yeme seçimi, medya ve toplum normları ile inançlar etkili olabilmektedir. Bu alışkanlıkların oluşmasında şüphesiz ki et kaynağına ulaşabilmenin önemli etkisi vardır. Atay ve ark. (2004) tarafından yapılan çalışmada incelenen ailelerin öncelikli et tercihlerinin %46.3 ile tavuk eti olduğu belirlenmiştir. Bunu %33.1 ile kırmızı et ve %14.9 ile balık eti takip etmektedir. Van ili Merkez ilçede yapılan bir çalışmada ise öncelikli tercihin %38.3 kırmızı et olduğu ortaya koyulmuştur (Aygün ve ark., 2004). Bu çalışmalar arasındaki farklılıklar bölgeler arasında et tüketim tercihi olabileceğini göstermesi açısından önemlidir. Gaziantep ilinde yapılan başka bir çalışmada katılımcıların, %50.6'sının kırmızı eti, %17.1'nin tavuk etini ve %9.5'inin balık etini, %15.5'nin hepsini severek tükettikleri, %1.7'sinin ise et tüketmedikleri anlaşılmaktadır (Karakuş ve ark., 2008). Et tüketim tercih sonuçlarına bakıldığında Karakuş ve ark. (2008) tarafından yapılan çalışmaya göre bazı farklılıklar tespit edilmiştir. Bunun sebebinin katılımcıların eğitim düzeyleri ve meslek dağılımları olarak değerlendirilmiştir. Şöyle ki, Karakuş ve ark. (2008) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların, öğrenim durumları incelendiğinde %3.7 okur-yazar olmayan, %5.6 okur-yazar, %30.8 ilköğretim, %34.3 lise, %14.5 üniversite ve %2.1 lisansüstü olarak; meslek dağılımları incelendiğinde ise serbest çalışanlar %21.3, memur %12.0, işçi %27.1, esnaf %13.4, öğrenci %6.8 ve geriye kalan kısmı diğer meslek gruplarından oluştuğu bildirilmiştir. Ancak mevcut çalışmamızda öğrenim durumu; ilkököl %25.6, lise %22.2, önlisans %2.2, lisans %42.2 ve lisansüstü %7.8 olarak; meslek dağılımı ise %51.1 memur, %38.8 esnaf, %5.5 işçi, %2.2 çiftçi olarak tespit edilmiştir. Bu tespitler iki anket arasındaki farklılıklarda etkili olmuş olabilir. Ayrıca Çizelge 2'de yer alan et tüketim tercihinde etkili olan faktörler incelendiğinde, Gaziantep ili için de alışkanlıklar ve bu alışkanlıkların oluşmasında etkili olan tat, aroma ve lezzetin önemli etkisi olduğu görülmektedir.

Çizelge 3. Kırmızı et tüketim tercihlerinde kullanılan değişkenler

Table 3. Variables used in red meat consumption preferences

Değişken	Açıklama	n	%	Değişken	Açıklama	n	%
Kırmızı Et Tür Tercihi	Koyun	42	46.7	Tercihle Etkili Olan Faktör (Kırmızı Et Tüketim)	Alışkanlık	16	17.8
	Keçi	3	3.3		Fiyat	1	1.1
	Sığır	8	8.9		Temiz-Hijyen	1	1.1
	Hepsi	20	22.2		Yem Seçim	2	2.2
	Koyun-Keçi	5	5.6		Koku	4	4.4
	Koyun-Sığır	9	10.0		Kalite	2	2.2
	Keçi-Sığır	2	2.2		Ulaşılabilirlik	1	1.1
	Tüketim Yok	1	1.1		Güvenilirlik	1	1.1
					Renk	41	45.6
					Aroma	3	3.3
			Yumuşaklık	9	10.0		
			Yağ Oranı	1	1.1		
			Sağlık	1	1.1		
			Cevap Yok	7	7.8		

Çizelge 2 ve Çizelge 3' den görüleceği gibi tüketim tercihleri damak tatlarına göre şekillenmektedir. Lezzet en belirgin tercih sebebi olarak ortaya çıkmaktadır. Et tüketiminde en fazla kırmızı et tercih edilirken bu kategoride koyun etinin %46.7 ile ilk sırada geldiği görülmektedir (Çizelge 3). Koyun etinin daha fazla tercih edilmesi de tüketicilerin alışkanlığı ile ilişkilidir. Bununla birlikte et renginin en önemli tercih sebebi oluşu, tüketicilerin et tercihinde önce göze sonra damağa hitap etme anlayışı ile hareket ettiklerini göstermektedir. Gaziantep ilinde keçi yetiştiriciliği bakımından öne çıkan ilçeler Şehitkâmil (54 bin baş), İslahiye (45 bin baş), Araban (36 bin baş), Şahinbey (30 bin baş) ve Nurdağı (27 bin baş) ilçeleridir (TÜİK, 2023). Keçi sayısının ildeki toplam küçükbaş hayvan sayısına oranı %27.8 olmasına rağmen keçi etinin tüketimdeki tercih edilirliliği %3 olarak belirlenmiştir. Yetiştiriciler keçinin özellikle coğrafi işaretli ürün olan 'Antep Peyniri' üretiminde kullanılan keçi sütü sebebiyle ağırlıklı olarak yetiştirdiklerini ve yaşlı keçileri kasaplık olarak kullandıklarını ifade etmektedirler. Koyun etinin daha fazla tercih edilmesi ya da keçi etinin en az oranda tercih edilmesi insanların tüketim alışkanlıkları ile de ilgilidir (Şanlıer ve ark., 2009). Ayrıca keçi eti tüketiminin keçi yetiştiriciliğinin yapıldığı ilçelerde daha yüksek olduğu da belirlenmiştir.

Et tüketim tercihinin belirlenmesinde kalite önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir. Tüketiciler ekonomik anlamda alım güçleri ölçüsünde kaliteye önem vermektedirler. Ankete katılan tüketicilere de et satın alırken kaliteye önem verme durumları ve et kalitesini nasıl belirledikleri sorulmuş, bu kapsamda vermiş oldukları cevaplar değerlendirilerek Çizelge 4' de sunulmuştur. Bu çizelgeden de görüldüğü gibi ankete katılan tüketicilerin neredeyse tamamı (%98.9) tüketimde kaliteyi dikkate aldıklarını ifade etmişlerdir. Tüketiciler, kalite belirlemede özellikle satın alınan yerin güvenilirliğini (%17.8), etin rengini (%17.8), tazeliğini (%16.7) ve kokusunu (%11.1) dikkate aldıklarını ifade etmişlerdir. Bunlardan başka etin görüntüsü, hayvanın cinsiyeti, etin aroması ve yağ oranı gibi unsurlar da tüketiciler tarafından et kalitesini belirlemede dikkate alınan diğer hususlar olarak dikkat çekmektedir. Yapılan birçok çalışmada bu özelliklerin, geleneksel olarak et kalitesini belirlemede kriter olarak kullanıldığı ifade edilmektedir (Söbeli & Kayaardı, 2014; Şireli, 2018; Tüfekçi, 2022).

## Çizelge 4. Etin kalitesini belirlemede kullanılan değişkenler

Table 4. Variables used to determine the meat quality

Değişken	Açıklama	N	%
Et Kalitesi Önemli mi?	Evet	89	98.9
	Hayır	1	1.1
Kaliteyi Nasıl Belirleriz?	Görüntü	4	4.4
	Cinsiyet	2	2.2
	Fiyat	2	2.2
	Tazelik	15	16.7
	İnat	1	1.1
	Koku	10	11.1
	Kalite	1	1.1
	Güvenilirlik	16	17.8
	Renk	16	17.8
	Et	1	1.1
	Aroma	3	3.3
	Yumuşaklık	2	2.2
	Yağ Oranı	3	3.3
	Sertlik	1	1.1
Cevap Yok	13	14.4	

Ankete katılan tüketicilerin keçi eti özelinde tüketim durumları ve bu konudaki değerlendirmeleri Çizelge 5’de verilmiştir. Katılımcıların %71.1’i keçi etini denememelerine rağmen tercih etmediklerini ve bu duruma sebep olarak da alışkanlıklar, sindirim sorunu, tat ve koku ile ilgili değişik duyumlarının etkili olduğunu belirtmişlerdir. Sindirim problemi, koku ve lezzetten dolayı tercih etmemenin ya önyargıdan ya da keçi kesimlerinde ileri yaştaki hayvanların tercih edilmesinden kaynaklandığı değerlendirilebilir (Çizelge 5). Normal şartlarda tavsiye edilen, kesimlerin ilk 3-6 ay içinde gerçekleşmesidir. Erkek oğlaklar 6 aylık yaşta cinsel olgunluğa ulaşmaktadır ve genellikle 9 aylık dönemde boynuzların yanında bulunan koku bezleri tam aktif hale geçmektedir. Gonadotropik hormonlar, tekelerde testislerin büyüme ve gelişmesini, eşeyssel davranışları, spermatogenesis ve ikincil eşey özellikleri oluşturan androgenleri üretirler (Öziş & Kaymakçı, 2003). Bu hormonal değişimler keçi eti üzerinde koku anlamında olumsuz etkiye sebep olabilmektedir. Bu nedenle erkek bireylerin ya 9 aylıktan önce ya da kastre edildikten sonra kesimi yapılarak pazarlanması önerilmektedir. Kastrasyonla hormonal etki sıfırlanarak etteki muhtemel teke kokusu engellenebilmektedir (Koluman ve ark., 2015). Ayrıca, tüketiciler et alırken kalite konusundaki endişelerini gidermek için güvenilir işletmeden alışveriş yaptıklarını ve üründe renk, koku ve tazeliği ön planda tuttıklarını bildirmişlerdir. Keçi yetiştiriciliği ve dolayısı ile keçi eti üretiminde bölgesellik de söz konusudur. Keçi genellikle dağlık engebeli alanlarda yetiştirilen bir hayvan türüdür. Bunda yetiştiricilik alışkanlıkları ile bu tip alanlarda koyun ve sığır gibi hayvanların yetiştirilmesinde yaşanan sorunlarda etkili olmaktadır. Yapılan çalışmada da özellikle merkez ilçelerde tüketicilerin alışkanlıklarının gelişmesinde yaşam alanlarında keçi yetiştiriciliğinin yaygın olmamasının da etkili olduğu düşünülebilir. Bazı tüketiciler ise keçi eti tüketmek isteseler de keçi etine ulaşabilmede zorluk yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Yani tüketimde önyargılar, alışkanlıklar ile birlikte söz konusu ürüne ulaşılabilirliğin de etkisi olduğu söylenilebilir.

Çizelge 5. Keçi eti tüketimini belirlemede kullanılan değişkenler

Table 5. Variables used to determine goat meat consumption

Değişken	Açıklama	n	%
Keçi Eti Tüketim	Evet	64	71.1
	Hayır	25	27.8
	Tüketim Yok	1	1.1
Sağlık Problemi	Evet	7	9.3
	Hayır	68	90.7
Keçi Eti Tercihi	Alışkanlık	10	11.1
	Koku	9	10.0
	Aroma	5	5.6
	Yumuşaklık	1	1.1
	Yağ Oranı	2	2.2
	Sertlik	1	1.1
	Lezzetsiz	2	2.2
Keçi Eti Tercih Etmeme	Alışkanlık	2	2.2
	Görüntü	4	4.4
	Koku	22	24.4
	Renk	2	2.2
	Aroma	16	17.8
	Yumuşaklık	2	2.2
	Yağ Oranı	2	2.2
	Sertlik	5	5.6
	Lezzetsiz	3	3.3
	Sağlık	1	1.1
Keçi Eti Temini	Evet	23	25.6
	Hayır	37	41.1
	Cevap Yok	30	33.3

Katılımcıların önyargılarını ve düşüncelerini anlamak amacıyla 'keçi' denildiği zaman akıllarına gelen ilk düşüncenin ne olduğu sorusu yöneltilmiştir (Çizelge 6). Bu soruya katılımcıların %41.2'si süt, peynir, dondurma ve kıl cevabını vermişlerdir. Bu soru üzerinden değerlendirildiğinde bölgede keçi süt hayvanı olarak kabul edilmektedir. Keçi sütü ve süt ürünlerine karşı yaygın bir olumsuz düşünce olmadığı görülmektedir. Keçi etinin alışkanlıktan yada önyargılardan dolayı tercih edilmemesine karşın keçi sütü ile ilgili genel bir olumsuzluğun yaşanmaması keçi süt ürünlerinin insanlar tarafından ulaşılabilir olmasının bir sonucudur. Dolayısı ile Gaziantep bölgesi tüketicilerinin keçiye karşı çok kapalı olmadığı değerlendirilebilir. Diğer bir bakış açısı ile gastronomi anlamında dünyaca ünlü bir mutfağa sahip olan Gaziantep ilinde keçi sütü ve süt ürünleri konusundaki tercih edilebilirlik, keçi etinin tanıtımı doğru bir şekilde yapılabilirse tüketiminin yaygınlaştırılabileceğinin göstergesi olarak kabul edilebilir ve yetiştiriciliğin sürdürülebilirliğine katkı sağlanabilir. Zira keçi eti sadece bu yörede değil, tüm ülkede yeteri kadar tanınmamaktadır. Oysaki dünyada son yıllarda oransal olarak üretimi en fazla artan ruminant hayvan türü keçidir, dolayısı ile üretimi en fazla artan kırmızı et çeşidi de keçi etidir (Akşit ve ark., 2023). Mevcut çalışmada Gaziantep ilinde genel olarak koyun eti tüketildiği görülmektedir. Koyun olarak da çoğu yörede yetiştiriciliği yapılan ve yöresel olarak 'Antep Halliği' denilen, İvesi ırk koyunun eti özellikle tercih edilmektedir.

Çizelge 6. Katılımcıların keçi ile ilgili ilk düşüncelerini belirlemede kullanılan değişkenler

Table 6. Variables used to determine participants' first thoughts about goats

Değişken	Açıklama	n	%
Keçi	Hareketli-Yaramaz	9	10.0
	İnat	8	8.9
	Temiz-Hijyen	1	1.1
	Yem Seçimi	4	4.4
	Süt	14	15.6
	Peynir	17	18.9
	Olumsuz Özellikler	4	4.4
	Dondurma	1	1.1
	Kıl	5	5.6
	Dağ-Yayla	6	6.7
	Kilis	1	1.1
	Antalya-Muğla yöresi	1	1.1
	Et	1	1.1
	Yabani	1	1.1
	Sakatat	1	1.1
	Hayvan	1	1.1
	Yağ Oranı	2	2.2
	Sertlik	3	3.3
	Lezzetsiz	1	1.1
	Sağlık	1	1.1

Çizelge 7’de kasapların ve lokantaların günlük et satış durumu değerlendirilmiştir. Kasapların günlük et satışlarının %77.1’ i kırmızı et, %22.9’ u ise tavuk eti olarak tespit edilmiştir. Kırmızı etin oransal payının yüksek olması hem Gaziantep’in tüketici tercihi ile hem de kasap ve toplu tüketim işletmelerine tedarik sağlayan işletmelerin etkisi ile ilişkilendirilmiştir. Ankete katılan lokanta, kebabçı gibi mekanlarda satışı gerçekleştirilen yemeklerin %49.5’inin kırmızı et, %50.5’inin ise tavuk eti ile üretildiği belirlenmiştir. Kebabçı ve restoranlarda tavuk etinin az da olsa kırmızı et geçmesinin, özellikle merkez ilçelerdeki memur ve öğrenci yoğunluğu sebebi ile ürün fiyatlardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Tavuk eti fiyatının düşük olmasına rağmen kırmızı etin karşısında açık ara bir farklılık oluşturmamıştır. Bu durumun, Gaziantep iline gastronomi turizmi sebebiyle gelen turistlerden kaynaklanmaktadır. Gaziantep’de 862’si lokanta ve restaurant olmak üzere toplam 1673 adet toplu tüketim işletmesi bulunmaktadır. Gastronomi turizmi için gelen insanlar bu işletmelerde daha çok kırmızı et ile üretilen yemekleri tüketmektedirler. Zira turizm amacı ile gelen ve yöresel lezzetleri tatmak isteyen kişiler kırmızı et tercih etmektedirler. Bu iki durum birlikte değerlendirildiğinde kırmızı et ve tavuk eti tüketiminin nerede ise aynı oranda olması söz konusu olmuştur. Atay ve ark. (2004) tarafından Aydın ili Çine ilçesinde yapılan çalışmada incelenen ailelerin öncelikli et tercihlerinin %46.3 ile tavuk eti olduğu belirlenmiştir. Bunu %33.1 ile kırmızı et ve %14.9 ile balık eti takip etmektedir. Van ili Merkez ilçede yapılan bir çalışmada ise öncelikli tercihin %38.3 kırmızı et olduğu ortaya koyulmuştur (Aygün ve ark.,2004). Diğer taraftan Karakuş ve ark. (2008) Gaziantep’te yaptıkları çalışmada, ankete katılanların sırasıyla, %50.6’sının kırmızı etini, %17.1’nin tavuk etini ve %9.5’inin balık etini, %15.5’nin hepsini severek tükettiklerini, %1.7’si ise et tüketmediklerini ifade etmişlerdir.



Çizelge 7. Ankete katılan kasapların ve lokantaların günlük et satış miktarları (kg/gün)

Table 7. Daily meat sale amounts at the butchers and restaurants participating in the survey (kg/day)

Değişken	İşletme (İlçe)	Kırmızı Et	Tavuk Eti	
Kasap	A işletmesi (Şahinbey)	500	550	
	B işletmesi (Şahinbey)	20	45	
	C işletmesi (Şahinbey)	40	20	
	D işletmesi (Şahinbey)	50	40	
	E işletmesi (Şahinbey)	70		
	F işletmesi (Şahinbey)	100		
	G işletmesi (Şahinbey)	50		
	H işletmesi (Şahinbey)	5		
	I işletmesi (Şahinbey)	10		
	A işletmesi (Şehitkâmil)	300		
	B işletmesi (Şehitkâmil)	50		
	C işletmesi (Şehitkâmil)	500		
	D işletmesi (Şehitkâmil)	400		
	E işletmesi (Şehitkâmil)	50		
	F işletmesi (Şehitkâmil)	60		
	<b>Toplam</b>	<b>2860</b>	<b>15</b>	<b>2205</b>
	<b>%</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>77.1</b>
	Toplu Tüketim İşletmeleri (Restaurant, Kebapçı)	A işletmesi (Şahinbey)	10	50
B işletmesi (Şahinbey)		80	60	
C işletmesi (Şahinbey)		200	200	
D işletmesi (Şahinbey)		50	100	
Şehitkâmil		140	64	
Yavuzeli		5	20	
<b>Toplam</b>		<b>979</b>	<b>6</b>	<b>485</b>
<b>%</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>49.5</b>	

Et tüketimi ile kişilerin gelir seviyeleri arasında çok sıkı bir ilişki olduğu bilinen bir gerçektir. Kişilerin gelir seviyeleri ile et tüketim sıklıkları arasında da bu ilişki söz konusudur. Çizelge 8'den de görüleceği gibi, katılımcıların %52.2'si hafta da bir kez kırmızı et tükettiklerini bildirmişlerdir. Bu durumu %17.8 ile ayda bir takip etmekte ve %8.9'unun iki haftada bir kırmızı et tükettikleri tespit edilmiştir. Çizelge de "Diğer" olarak ifade edilen veri ise kırmızı et tüketimini sadece kurban bayramında gerçekleştiren kişilerin oranıdır. Karakuş ve ark. (2008) tarafından Gaziantep'te yapılan başka bir çalışmada, ankete katılanların %51.9'u bir ayda 3 kg'dan az kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Atay ve ark. (2004) tarafından yapılan çalışmada, ayda 3 kg'dan az kırmızı et tüketenlerin oranı %63.4 olarak bulunurken, Aygün ve ark. (2004) bu oranı %34.5 olarak tespit etmiştir.

Çizelge 8. Kırmızı et tüketim sıklığını belirlemede kullanılan değişkenler

Table 8. Variables used to determine red meat consumption frequency

Değişken	Açıklama	n	%
Kırmızı Et Tüketim Sıklığı	Haftada bir	47	52.2
	İki haftada bir	8	8.9
	Ayda bir	16	17.8
	Hiçbirzaman	1	1.1
	Diğer	9	10.0
	Tüketim yok	9	10.0

Benzer şekilde katılımcıların tavuk eti tüketim sıklığı da değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar Çizelge 9'da verilmiştir. Söz konusu çizelgeden de görüleceği gibi, katılımcıların % 41.1'i haftada bir kez tavuk eti tükettiğini belirtmişlerdir. Tavuk eti tüketim sıklığının kırmızı ete göre daha orantılı olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin ise tüketicilerin ekonomik durumu ile ilgili olduğu değerlendirilebilir. Katılımcılar fiyat olarak yüksek olan kırmızı etin yerine daha düşük fiyat ile satın alabildikleri tavuk etine yönelmişlerdir.

Çizelge 9. Tavuk eti tüketim sıklığını belirlemede kullanılan değişkenlere ait özellikler

Table 9. Characteristics of the variables used to determine the frequency of chicken meat consumption

Değişken	Açıklama	n	%
Tavuk Eti Tüketim Sıklığı	Haftada bir	37	41.1
	İki haftada	17	18.9
	Ayda bir	13	14.4
	Hiçbirzaman	5	5.6
	Diğer	6	6.7
	TüketimYok	12	13.3

Sonuç olarak, bu çalışmada Gaziantep ilinde insanların değişik et çeşitlerini tüketme (%52.2'si) eğiliminde olduğu görülmüştür. Et çeşitlerinde belirgin bir tercih olmamasına rağmen, katılımcıların kırmızı et tüketiminde hangi tür hayvanı tercih ettikleri konusunda daha net ve keskin bir sonuç çıkmıştır. Katılımcıların %46.7'si koyun etini tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu tercihlerinin alışkanlıktan ileri geldiği değerlendirilmiştir.

Gaziantep coğrafi yapısı sebebiyle keçi yetiştiriciliğine uygun bir bölgededir. Halihazırda bölgede, verim özellikleri bakımından yüksek potansiyele sahip ve bölgeye uyumlu Kilis Keçisi yetiştiriciliği yapan bir çok işletme vardır. Aynı zamanda Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından "Kilis keçisi"nin ıslahı amacıyla yürütülen "Halk Elinde Küçükbaş Hayvan Islah Projesi" ve "Gen Kaynaklarını Koruma Projesi" sayesinde Kilis keçisinin et ve süt veriminin artırılması, nitelikli damızlık ihtiyacının karşılanması sağlanmaktadır. Gaziantep'in coğrafi işaretli ürünü olan "Antep Peyniri" de yine yetiştiriciliğin yoğun olduğu bölgelerde üretilmektedir. Bölgenin keçi ile içi içe olması ve süt ve süt ürünleri konusunda keçi ürünlerini özellikle tercih etmesine rağmen, keçi eti ile ilgili önyargı, alışkanlık ve ilk deneyimin aroma olarak kötü olması, tüketicilerin keçi etinden uzaklaşmalarına sebep olmuştur. Katılımcıların %71.1' nin keçi etini denememelerine rağmen tercih etmemeleri bu durumu açıklar niteliktedir. Keçi eti ile ilgili önyargıların bölgedeki çoğu insanların keçi eti ile henüz tanışmamasından kaynaklanmaktadır.

Et denilince akla ilk gelen illerden biri olan ve gastronomi turizmi ile tanınan Gaziantep'in keçi etine olan ilgisi tanıtım ve özellikle tadım çalışmaları ile artırılabilir. Bu amaçla erken yaşta kesilmiş kastre erkek keçi etleri lokanta ve ev mutfaklarında kullanımı için Belediyeler, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve Damızlık Koyun ve Keçi Yetiştiricileri Birliği tarafından yapılabilir. Bu sayede dışarıdan süt üretilen keçilerin, erkekleri et üretiminde kullanılarak yetiştiricilerin hayvancılıktan sağladıkları gelir artırılabilir ve toplumun daha iyi beslenmesine katkı sağlanabilir.

## ÇIKAR ÇATIŞMA BEYANI

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler. Bu çalışma birinci yazarın yüksek lisans tezinin bir bölümüdür.

## ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

## ETİK ONAY BEYANI

Bu çalışma için etik onay ve izin, HMKÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan alınmıştır. Onay yazısı numarası 11/20 ve tarihi 02.11.2022'dir.

## KAYNAKLAR

- Akşit, Ö., Dellal, G., Tütenk, S., & Pehlivan, E. (2023). Factors affecting consumer perception of goat meat and meat products in Ankara province. *Turkish Journal of Agriculture –Food Science and Technology*, 11 (3), 439-446. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v11i3.439-446.5489>
- Atay, O., Gökdal, Ö., Aygün, T., & Ülker, H. (2004). Aydın ili Çine ilçesinde kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *IV. Ulusal Zootečni Bilim Kongresi*, 01-03 Eylül, Isparta, 348-354 s.
- Arzık, Y., Behrem, S., & Kızılaslan, M. (2023). Economic evaluation of mohair production in Ankara province. *Black Sea Journal of Agriculture*, 6 (1), 42-46.
- Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Gökdal, Ö., & Ülker, H. (2004). Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlığı. *IV. Ulusal Zootečni Bilim Kongresi*, 01-03 Eylül, Isparta, 361-364 s.
- Behrem, S., Keskin, M., Gul, S., Unay, E., Satilmis, M., Unal, M., Sacli, Y., & Erisek, A. (2022). Investigation on the hair characteristics of Damascus and Kilis goats. *Journal of Natural Fibers*, 19 (14), 9562-9568.
- Çiçek, A., & Erkan, O. (1996). Tarım ekonomisinde araştırma ve örnekleme yöntemleri. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları*, 12 (6), 75.
- Gül, S., Oflaz, N.Z., Keskin, M., & Behrem, S. (2022). Aksaray ilinde koyun yetiştiriciliğinin yapısal özellikleri. *Erciyes Tarım ve Hayvan Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 1-11.
- Gül, S., Arzik, Y., Kızılaslan, M., Behrem, S., & Keskin, M. (2023). Heritability and environmental influence on pre-weaning traits in Kilis goats. *Tropical Animal Health and Production*, 55 (2), 85.
- Gürer, B., & Ören, M.N. (2013). Türkiye'de hayvansal ürünlerde gıda güvenencesinin analizi. *Çukurova Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 29 (3), 127.
- Karakuş, K., Aygün, T., & Alarslan, E. (2008). Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 18 (2), 113-120.
- Öziş, Ş., & Kaymakçı, M. (2003). Tekelerde eşeyssel davranışlar. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü, Hayvansal Üretim*, 44 (1), 69-75.
- Söbeli, C., & Kayaardı, C. (2014). Et kalitesini belirlemede yeni teknikler. *Gıda*, 39 (4), 251-258.
- Şanlıer, N., Konaklıoğlu, E., & Güçer E. (2009). Gençlerin beslenme bilgi, alışkanlık ve davranışları ile beden kütle indeksleri arasındaki ilişki. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (2); 333-352.
- Şireli, H.D.(2018). Karkaslarda et kalitesinin belirlenmesinde kullanılan geleneksel yöntemler ve yeni teknikler. *Dicle Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7 (3), 126-132.
- Tüfekçi, H. (2022). Keçi eti ve kalite özellikleri. *Çukurova 9th International Scientific Research Conference*, 9-11 Ekim 2022, Adana, 216-227 s.
- Koluman, N., Daşkıran, İ., Hatipoğlu, K., & Görgülü, M. (2015). Türkiye'de keçi eti üretimi ve pazarlama kanallarının oluşturulması. *9. Ulusal Zootečni Bilim Kongresi*, 3-5 Eylül, Konya, 62-69 s.

- TÜİK. (2023). *Hayvansal üretim istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hayvansal-Uretim-Istatistikleri-2023-49681> (Erişim tarihi: 02.03.2024).
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N., & Konca, Y. (2010). İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Hayvansal Üretim*, 51 (1), 21-30.
- Yılmaz Tilki, H., & Keskin, M. (2021). Kilis keçilerinde farklı vücut özellikleri ile süt verim özellikleri arasındaki ilişkiler. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 26 (2), 272-277.