

İstanbul İli Küçük Çekmece İlçesinde En Uygun Et Tipinin Belirlenmesi



21 (B) – 2011
40-48
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:02.06.2011

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 Kümelenendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfî Olasılık Örneklemesi ile belirlenmiştir. Araştırmada elde edilen verilerden kırmızı et tüketiminin yıllık kişi başına 6,59 kg, kanatlı eti tüketiminin 13,79 kg ve balık eti tüketiminin 4,50 kg olduğu belirlenmiştir. Anket çalışmasına katılan tüketicilerin %59,75’ini bayanlar ve %40,25’ini erkekler oluşturmuştur. Hanelerin %13,75’i bir veya iki bireye, %66,50’si üç veya dört bireye ve %19,75’i beş ve üzeri bireye sahiptir. Hane halkı ortalama 3,65 bireyden oluşmaktadır. Hane halkı %19’la fiyata, %28 ile besin içeriğine, %24’le hijyene ve %29’la damak tadına daha fazla önem vermektedir. Bu kriterler dikkate alındığında hane halkının %30’u için sığır eti, %18’i için koyun eti, %25’i için tavuk eti ve %27’si için ise balık eti uygun olmaktadır. Bu nedenle İstanbul küçük çekmece ilçesinde en uygun et tipi sığır etidir. Sonuç olarak, araştırma bölgesinde kitle yayım araçları ile ailelere hayvansal besin kaynaklarının yararlarından bahsedilmesi gerekmektedir. Ayrıca bölgede tavuk eti ve balık etinde hijyenin iyileştirilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Et tüketimi, İstanbul, AHP, Beslenme

Determining The Most Appropriate Meat Type in Kucuk Cekmece District of Istanbul Province

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. Per capita consumption of red meat was 6,59 kg, poultry meat consumption was 13,79 kg and fish meat consumption was 4,50 kg in 2010 study area. Consumers participated in the survey have been 59,75% women and 40,25% men. 13,75% of the households had one or two individuals, 66.50% of the households had three or four individuals and 19,75% had five or more individuals. Households consisted of 3,65 individuals on the average. In consuming meat, households cared more about price, nutrient content, hygiene and taste with 29%, 28%, 24% and 19%, respectively. These criteria were taken into account, beef, fish meat, poultry meat and mutton preferences were appropriate for 30%, 27%, 25% and 18% of households, respectively. Based on these results, beef was the most appropriate meat type for consumers. In conclusion it was determined that the mass the mass media should be used to give information to consumers about animal food sources. It was also determined that the hygiene conditions for poultry and fish meat should be improved.

Keywords: Meat consumption, Istanbul, AHP, Nutrition

1.GİRİŞ

Psikolog A. H. Maslow insan ihtiyaçlarını önceliklerine göre çok acı verenden en az acı verene doğru sıralamış ve yeme, içme, uyku gibi fizyolojik ihtiyaçlar ilk sırada yer almıştır. Bu sıralamaya göre gıda, insan ihtiyaçlarının birinci basamağı olan fizyolojik ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. İnsan ihtiyaçlarının başında gelen beslenme, büyüme ve gelişme; sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşamak için gerekli olan öğelerin alınması ve vücutta kullanılmasıdır (Baysal 1995). 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 beslenemeyen bir toplumun sağlıklı ve iş görebilir güçte yaşaması, ekonomik ve sosyal refahının artması mümkün değildir. Yeterli ve dengeli beslenme sadece bireylerin yaşamsal faaliyetleri için değil tüm toplumun gelişmesi için temel koşuldur. Gıda yoksunluğu yaşayan bir bireyin veya toplumun verimli ve üretken olarak çalışmasından söz edilemez. Yeterli ve dengeli beslenmenin sağlanması için tüketicilerin hayvansal gıdaları tüketme ihtiyacı kaçınılmazdır.

Genellikle ülkelerin gelişmişliği ve hayat standardının belirlenmesinde kişi başına düşen et ve hayvansal protein tüketimi önemli bir ölçüt olarak görülmektedir (Yaylak vd., 2010).

Hayvansal gıdalardan et ve et ürünleri üretimini artırmaya yönelik çabaların yanında et tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi büyük bir öneme sahiptir. Türkiye nüfusu hızlı bir şekilde artarken, beslenmede kullanılan kaynakların daha verimli bir seviyeye çıkarılması ve değerlendirilmesi zorunludur. Sağlıklı ve dengeli beslenmenin en önemli koşullarından biri de tüketilmesi gereken günlük proteinin %40-50'sinin hayvansal kaynaklı proteinlerden karşılanmasıdır (Gökalp, 1986; Aygün vd., 2004).

FAO'nun 2008 yılı beslenme raporlarına göre, yetişkin bir insanın günlük hayvansal protein gereksinimi 35 gr dolayındadır. Buna karşılık dünyada kişi başına ortalama 27 gr hayvansal protein tüketilmektedir. Gelişmiş ülkelerde hayvansal protein tüketimi kişi başına ortalama 44 gr, gelişmemiş ülkelerde ise 9 gr'dır. Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'de kişi başına ortalama günlük hayvansal protein tüketimi 18 gr'dır. Türkiye'de beslenme yetersizliğinin başlıca nedeni; toplam protein tüketimi yetersizliği değil, toplam protein içerisinde hayvansal protein tüketiminin az oluşudur. 2008 yılında dünyada kişi başına et tüketimi ortalama 41,6 kg/yıl, gelişmiş ülkelerde 82,9 kg/yıl ve gelişmekte olan ülkelerde 31,1 kg/yıl olarak belirtilmektedir (Anonim, 2009).

Et önemli bir hayvansal protein kaynağı olup büyüme, gelişme ve fizyolojik fonksiyonların yerine getirilmesinde gerekli olan bir çok bileşeni içeren komple bir gıdadır. Ayrıca lezzetli olması, çok çeşitli biçimlerde tüketilebilmesi ve hazım olma derecesinin yüksek olması gibi özelliklere de sahip olan et, dünyanın hemen her yerinde diğer gıdalara oranla pahalıdır. Bu durum yeterli et tüketimini azaltan önemli bir faktördür (Atay vd., 2004).

Gıda maddelerinin tüketim alışkanlıkları ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye değiştiği gibi iller arasında hatta yöresel olarak da farklılık gösterebilmektedir. Bunun yanı sıra, bir toplumun gıda talebi ve tüketim alışkanlıklarının ürünlerin kalitesine, fiyat ve hijyen özelliklerine, ülkedeki milli gelir dağılımına, tüketicinin eğitim seviyesine ve gelir düzeyindeki farklılıklara bağlı olduğu bildirilmektedir (Şengül, 2004; Yaylak, 2010).

Tüketici davranışlarında etin hem görünür hem de görünmez özelliği tüketicilerin beğeni ve tercihlerini etkileyip, hangi et tipini ne kadar alacağını etkilemektedir (Juma, et al., 2010).

İnsan vücudunun günlük ihtiyacı olan proteini en kolay ve ucuz sağlamanın bir yolu da hayvansal gıdalardan biri olan balıketi tüketimidir. Balıketinin protein oranı yanında yağının besin değeri ve sindirilebilme özelliğinin yüksek oluşu kıymetini artırmaktadır (Kılınççeker ve Küçüköner, 2003).

Tavuk eti yağsız, proteince zengin ve liflerinin kısa oluşu nedeniyle çiğnenmesi ve hazımı kolay olan bir gıda olup, ucuzluğu sayesinde bol miktarda tüketilebilecek yegâne protein kaynağıdır (Işıklar, 2010).

Kebabları, köfteleri ve sulu et yemekleriyle dünya çapında ünlü Türk mutfağının vazgeçilmez kuzu etidir. Türkiye'de kebab ve lokantacılık oldukça gelişmiştir (Anonim, 2011).

Sığır etinde, et ve yağ rengi, mozaik yağ dağılımı, tekstür, duyuşsal ölçütler önemli kalite özellikleri olarak kabul edilmektedir. Görsel kalite kriterlerinden renk ve yağ dağılımı ise tüketicinin eti satın alma aşamasında kararını doğrudan etkilemektedir. Sığır eti kalitesi çok sayıda etmene bağılıdır. Ancak bu etmenlerden besleme, sığır karkaslarının ağırlığı, etlenme ve yağlanma durumu ile yakın ilişkili olduğu kadar anılan et kalite özellikleri üzerinde de doğrudan bir etkiye sahiptir. Nitekim, mezbahalarda belirlenen çeşitli karkas ve et kalite kusurlarında akla gelen ilk etmen kesim öncesi besleme koşullarıdır (Özdoğan vd., 2004).

Dünyada kırmızı et tüketimi hızla artmakta ülkemizde ise maalesef azalmaktadır. Ülkemizde AB'nin 1/3 ü, ABD'nin 1/5 i kadar kırmızı et tüketilmektedir (Anonim, 2011).

Günümüzde artan çalışan kadın sayısı nedeniyle eşi çalışan ailelerin tüketim alışkanlıkları da değişmektedir. Çalışan bayanlar hazırlaması daha kolay yemekleri tercih ederler. Bu nedenle hazırlanması kolay makarna gibi yemeklerin yanı sıra tavada tavuk, balık ve kırmızı et yapımları da mümkün olmaktadır.

Bu çalışmada, İstanbul ili küçük çekmece İlçesinde hanehalklarının tavuk, balık, koyun ve sığır eti tüketimine etkili olan faktörler ele alınarak en uygun et tipi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bilgiler ışığında, tavuk, balık, koyun ve sığır eti satışı yapan firmaların pazarlama stratejilerini ve hedef tüketici kitlelerini belirlemelerinde önemli katkılar sağlayacağı beklenmektedir.

2.MATERYAL ve METOT

2.1. Materyal

Çalışmada kullanılan veriler 2011 yılı Ocak-Şubat-Mart-Nisan aylarında İstanbul ili küçük çekmece ilçesinde 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 Kümelendirilmemiş 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.

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

Çalışmada 400 anket kullanılmıştır.

Nüfus büyüklüğü dikkate alınarak küçük çekmece ilçesinde 400 anket yapılmıştır. Anket sonuçları değerlendirilerek en uygun et tipinin belirlenmesinde AHP yöntemi kullanılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Tüketicilerin Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapısı

Hanehalkının aylık ortalama gelirleri 700 TL ile 12.000 TL arasında değişmekte olup, 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. 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.

Anket çalışmasına katılan tüketicilerin %59,75'ini bayanlar ve %40,25'ini erkekler oluşturmuştur. Birinci ve ikinci gelir gruplarında bayanlar üçüncü gelir grubunda ise erkeklerin katılımı daha fazladır.

Anket çalışmasına katılan tüketicilerin yaş ortalaması 33,59 olup, anket çalışmasına katılan bireylerin %46,75'i 16-30 yaş arasında, %29,50'si 31-45 yaş arasında ve %23,75'i de 46 ve üzeri yaşa sahiptir.

Ankete katılanların %53,25'i ilköğretim ve altında bir eğitime sahipken, %22,75'i lise ve %24,00'ü da üniversite ve üzeri eğitime sahiptir. Aile reislerinin %97'si evlidir.

Çizelge 1. Tüketicilerin gelir gruplarına göre bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri						
Özellikler		I. Gelir Grubu	II. Gelir Grubu	III. Gelir Grubu	Toplam (n)	Toplam (%)
Cinsiyet	Kadın	84	111	44	239	59,75
	Erkek	35	76	50	161	40,25
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Yaş	16-30 Yaş	60	82	45	187	46,75
	31-45 Yaş	36	56	26	118	29,50
	≥46 Yaş	23	49	23	95	23,75
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Eğitim durumu	≤İlköğretim	70	99	44	213	53,25
	=Lise	33	39	19	91	22,75
	≥Üniversite	16	49	31	96	24,00
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Medeni durum	Evli	115	182	91	388	97,00
	Bekar	3	3	1	7	1,75
	Diğer	1	2	2	5	1,25
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Ailedeki birey sayısı	≤ 2	17	28	10	55	13,75
	3-4	78	128	60	266	66,50
	≥ 5	24	31	24	79	19,75
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Meslekler	Yönetici	3	10	16	29	7,25
	Memur	4	39	11	54	13,50
	İşçi	57	22	3	82	20,50
	Serbest meslek sahibi	30	44	26	100	25,00
	Esnaf	2	35	22	59	14,75
	İşçi emeklisi	17	23	11	51	12,75
	Memur emeklisi	2	13	3	18	4,50
	Diğer	4	1	2	7	1,75
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Ev	Ev sahibi	41	65	33	139	34,75
	Kira veya lojman	78	122	61	261	65,25
	Toplam	119	187	94	400	100,00
Ortalama hane genişliği		3,63	3,58	3,80	3,65	
Ortalama hane geliri (aylık)		1.283,19	2.259,36	4.361,17	2.462,88	
Ortalama hane gideri (aylık)		1.270,59	2.203,46	3.943,40	2.336,58	
Kırmızı et tüketimi (kişi/yıl)		3,07	5,48	11,02	6,39	
Ortalama kırmızı eti harcaması (aylık)		22,25	41,62	84,73	46,02	
Tavuk eti tüketimi (kişi/yıl)		8,40	14,81	17,09	13,79	
Ortalama tavuk eti harcaması (aylık)		22,99	38,99	54,13	37,76	
Balık eti tüketimi (kişi/yıl)		3,19	4,96	5,68	4,50	
Ortalama balık eti harcaması (aylık)		9,59	14,47	17,28	13,69	

Hanelerin %13,75'i bir veya iki bireye sahipken, %66,50'si üç veya dört bireye sahip ve %19,75'i beş ve üzeri bireye sahiptir.

Hane reislerinin %7,75'i yönetici, %13,50'si memur, %20,50'si işçi, %25'i serbest meslek sahibi, %14,75'i esnaf, %12,75'i işçi emeklisi, %4,50'si memur emeklisi ve %1,75'ide diğer meslekler oluşturmaktadır.

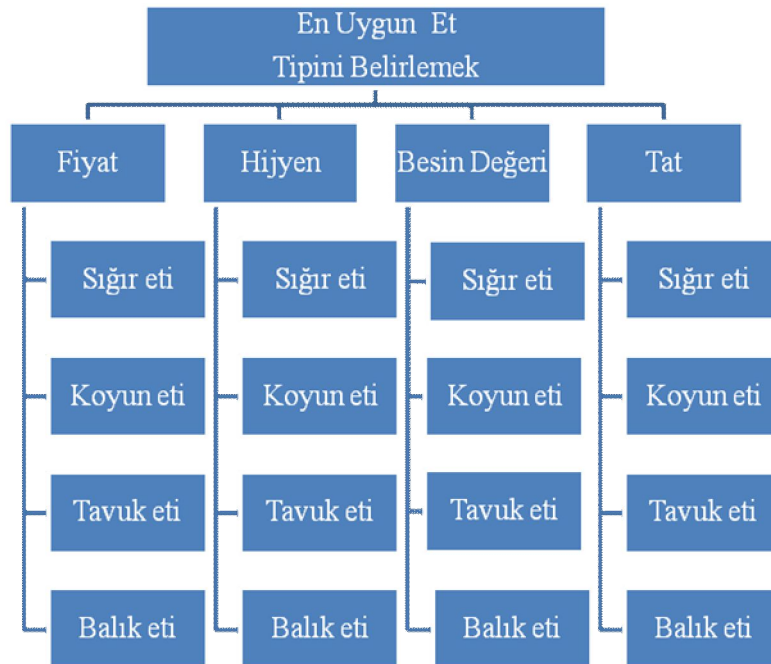
Hanelerin %34,75'i ev sahibi ve %65,25'i ise kiracıdır. Ortalama hane genişliği 3,65 birey olup bütün gruplarda birey sayısı bu değere yakındır.

Hanehalkının ortalama olarak 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 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 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 84,73 TL kırmızı et harcaması, 54,13 TL balık eti harcaması ve 17,28 TL'sini tavuk eti harcaması için yapmaktadır.

3.2. AHP ile En Uygun Et Tipinin Belirlenmesi

AHP'nin en kritik yanı karar vericinin "çok kriterli karar verme problemini" görsel olarak, kriter hiyerarşisi formunda görebilmesine olanak sağlamasıdır. Bu şekilde oluşturulmuş bir hiyerarşi en az üç seviyeden oluşur: en üstte problemin amacı, ortada alternatifleri tanımlayan kriterler ve en altta da seçim yapılacak olan alternatifler bulunur (Herişçakar, 1999). Kısaca AHP yönteminde kişilerin karşılaştığı kriterleri oluşturan alternatifler vardır. AHP, bu alternatifler ve bunları etkileyen kriterleri öncelik sırasına koyarak karar vericinin en iyi tercihi yapmasına bilimsel olarak yardımcı olmaktadır.

AHP yönteminde ilk önce çalışmanın amacı belirlenir. Bu çalışmada amaç tüketiciler için en uygun et tipini belirlemektir. Çalışmanın amacı belirlendikten sonra 2. aşamada kriterler ortaya konur. Bu çalışmada 2. aşamada fiyat, hijyen, besin içeriği ve tat olmak üzere 4 kriter dikkate alınmıştır. Kriterler belirlendikten sonra son aşama olarak kriterlerin altında da seçenekler alt alta yazılarak karar ağacı oluşturulur. Bu çalışmada tüketicilerin süt için tüketicilerin sığır eti, koyun eti, tavuk eti ve balık eti olmak üzere 4 alternatifleri vardır. Küçük çekmece ilçesinde en uygun et tipinin belirlenmesindeki karar ağacı Şekil 1. deki gibidir.



Şekil 1. En uygun et tercihindeki karar ağacı

4. 1. Seçeneklerin öncelikleri

Çizelge 2’de tüketicilerin AHP yönteminin seçeneklerinin açıklayıcı istatistikleri verilmiştir. Hanehalkının %30’u için sığır eti, %18’i için koyun eti, %25’i için tavuk eti ve %27’si için ise balık eti uygun olmaktadır. Hane halkı içerisinde bu 4 alternatif içerisinde maksimum olarak sığır eti tercihi %68, koyun eti %67, tavuk eti %54 ve balık eti %62 iken minimum değerlere bakıldığında her dört seçeneği de tercihinde son sırada kullanan aileler vardır.

Çizelge 2. AHP seçeneklerinin açıklayıcı istatistikleri

	Ortalama	Standart Hata	Minimum	Maksimum	Ortanca
Sığır eti	0,30	0,15	0,03	0,68	0,28
Koyun eti	0,18	0,11	0,02	0,67	0,18
Tavuk eti	0,25	0,08	0,04	0,54	0,25
Balık eti	0,27	0,11	0,03	0,62	0,25

4.2. Kriterlerin öncelikleri

Çizelge 3’te tüketicilerin AHP yönteminin kriterlerinin açıklayıcı istatistikleri verilmiştir. Hanehalkı %19’la fiyata, %28 ile besin içeriğine, %24’le hijyene ve %29’la damak tadına daha fazla önem vermektedir.

Çizelge 3. AHP kriterlerinin açıklayıcı istatistikleri

	Ortalama	Standart Hata	Minimum	Maksimum	Ortanca
Fiyat	0,19	0,14	0,02	0,75	0,19
Besin Değeri	0,28	0,10	0,02	0,70	0,25
Hijyen	0,24	0,09	0,03	0,61	0,25
Tat	0,29	0,12	0,03	0,67	0,25

4. 3. Kriter ve Seçenekler Matrisi

Çizelge 4’de tüketicilerin AHP yönteminin kriterlerinin açıklayıcı istatistikleri verilmiştir. Tüketicilerin *Fiyat kriterine* göre; %26’sı sığır etini, %16’sı koyun etini, %28’i tavuk etini ve %30’uda balık etini tercih etmektedir.

Çizelge 4. AHP kriter ve seçeneklerinin karşılaştırmalı ortalamaları

	Sığır eti	Koyun eti	Tavuk eti	Balık eti
Fiyat	0,26	0,16	0,28	0,30
Besin Değeri	0,30	0,18	0,25	0,27
Hijyen	0,31	0,20	0,23	0,26
Tat	0,32	0,20	0,23	0,25

Besin değeri kriterine göre; %33’ü sığır etini, %18’i koyun etini, %25’i tavuk etini ve %27’si balık etini tercih etmektedir. Hijyen kriterine göre %31’i sığır etini, %20’si koyun etini, %23’ü tavuk etini ve %26’sı balık etini tercih etmektedir. Tat kriterine göre de %32’si sığır etini, %20’si koyun etini, %23’ü tavuk etini ve %25’i balık etini tercih etmektedir. Sonuç olarak İstanbul küçük çekmece en uygun et tipi sığır etidir.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

İnsanoğlu geçmişten bugüne kadar hayatını idame edebilmesi için bir takım ihtiyaçlarını gidermesi gerekmektedir. Bu ihtiyaçlardan bir kısmı zorunlu ihtiyaçlar (yeme, içme barınma, giyinme vb) iken bir kısmı da zorunlu olmayan ihtiyaçlarını (tv seyretme, sinemaya gitme, gazete okuma vb) elinden geldiği kadar gidermeye çalışmaktadır. İnsanlar et ihtiyacını çeşitli hayvanlardan sağlamaktadır. Bu sağladıkları et kaynakları genelde tavuk, balık, koyun ve sığırdır. Tabii ki her et kaynağının bir takım özelliklerinin yanı sıra, pozitif veya

olumlu veya olumsuz reklam, tüketicinin de bir takım sosyo ekonomik faktörleri hangi et türünün seçileceğine etken olmaktadır.

Çalışmada nüfus büyüklüğü dikkate alınarak küçük çekmece ilçesinde 400 anket yapılmıştır. Anket sonuçları değerlendirilerek tüketiciler gelir yönünden üç gruba ayrılarak, sosyo ekonomik ve demografik özellikleri incelenmiştir. Her bir et grubu için dört kriter ele alınarak uygun et tipinin belirlenmesinde AHP yöntemi kullanılmıştır.

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. Buradan da anlaşılıyor ki hanehalkları çekirdek ailelerden oluşmakta ve aile fertlerinden en az iki kişi eve gelir getirmektedir.

Anket çalışmasına katılan tüketicilerin yaş ortalaması 33,59 olup, anket çalışmasına katılan tüketicilerin %59,75'ini bayanlar ve %40,25'ini erkekler oluşturmuştur. Çünkü anket çalışmasının büyük bir kısmı hane halklarının evlerine gidilerek yapıldığı için bayanların evde olmaları nedeniyle ankete katılımında bayanların oranı yüksek çıkmıştır. Çalışmada gelir gruplarına göre tüketicilerin yaş dağılımlarına bakıldığında her üç grupta da yaş ortalamasına yakındır.

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 harcaması 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 harcama, 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.

AHP kriterleri dikkate alındığında Hanehalkı %19'la fiyata, %28 ile besin içeriğine, %24'le hijyene ve %29'la damak tadına daha fazla önem vermektedir. Tüketicilerin Fiyat kriterine göre; %26'sı sığır etini, %16'sı koyun etini, %28'i tavuk etini ve %30'uda balık etini tercih etmektedir. Besin değeri kriterine göre; %33'ü sığır etini, %18'i koyun etini, %25'i tavuk etini ve %27'si balık etini tercih etmektedir. Hijyen kriterine göre %31'i sığır etini, %20'si koyun etini, %23'ü tavuk etini ve %26'sı balık etini tercih etmektedir. Tat kriterine göre de %32'si sığır etini, %20'si koyun etini, %23'ü tavuk etini ve %25'i balık etini tercih etmektedir. Sonuç olarak Hanehalkının %30'u için sığır eti, %18'i için koyun eti, %25'i için tavuk eti ve %27'si için ise balık eti en uygun et tipi olup, İstanbul küçük çekmece en uygun et sığır etidir. Araştırmadan elde edilen bilgiler ışığında ailelere kitle yayım araçları ile hayvansal besin kaynaklarının yararlarından bahsedilerek özellikle tavuk eti ve balık etinde hijyenin iyileştirilerek bu hayvansal ürünlerin tüketiminin teşvik edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Anonim, 2009. <http://www.fao.org>.
- Anonim, 2011. <http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/gida/rapor1.pdf>.
- Atay, O., Gökdağ, Ö., Aygün, T. ve Ülker, H., 2004. Aydın İli Çine İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniv. Zir. Fak., Isparta.
- Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A. ve Ülker, H., 2004. Van İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, 1-4 Eylül 2004, Süleyman Demirel Üniv. Zir. Fak., Isparta.
- Baysal, A., 1995. Genel Beslenme, 9. Basım, Hatipoğlu Yayınları, Ankara.
- Collins, M., 1986. Sampling (Editör: Worcester, R.M. and Downhom, J., 1986). Consumer Market Research Handbook. Elsevier Science Publishing Company Inc.
- Gökalp, H.Y., 1986. Et Bilimi. Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ders Notu, Erzurum.

- Herişçakar, E., 1999. Gemi Ana Makine Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri AHP ve Smart Uygulaması. Gemi İnşaatı ve Deniz Teknolojisi Teknik Kongresi, Bildiri Kitabı, s:240-256, İstanbul.
- Işıklar, N., 2010. Kırıkkale İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Tavuk Ürünleri Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Y. Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Antalya.
- Juma, G.P., Ngigi, M., Baltenweck, I. and Drucker, A.G., 2010. Consumer Demand for Sheep And Goat Meat in Kenya, Small Ruminant Research 90(1): 135-138.
- Kılınççeker, O. ve Küçüköner, E., 2003, Tuzlanmış İnci Kefali (Chalcalburnus tarichi) Balığında Fiziksel, Kimyasal ve Biyokimyasal Değişimlerin Saptanması. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 13(1), 55-59.
- Özdoğan, M., Önenç, A., Önenç, S. ve Köknaroğlu, H., 2004. Sığır Eti Kalitesi Üzerine Beslemenin Etkisi. 4. Ulusal Zooteknik Bilim Kongresi, 1-4 Eylül Süleyman Demirel Üniv. Zir. Fak., Isparta.
- Şengül, S., 2004. Türkiye’de Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi. ODTÜ Gelişme Dergisi, 31:115-148.
- 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.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N. ve Konca, Y., 2010. İzmir İli Ödemiş İlçesinde Kırmızı Et Tüketim Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Hayvansal Üretim 51(1):21-30.