

The Effect of Income Level on Poultry Product Consumption

Firdes Kılıç¹, Mesut Türkoğlu², Hasan Eleroğlu³

¹T.C.Tarım ve Orman Bakanlığı, Ankara

²Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, 06110 Ankara, Türkiye

³Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas Teknik Meslek Yüksekokulu, 58140 Sivas, Türkiye

Abstract

This study investigated the impact of income levels on chicken meat consumption preferences, purchasing behaviors, and consumption quantities of consumers living in Ankara. The study material consisted of data obtained from face-to-face surveys conducted with 435 consumers selected using a random sampling method. The data were analyzed using SPSS software; descriptive statistics, Chi-Square independence test, analysis of variance (ANOVA), and Duncan test were applied. According to the findings, statistically significant relationships were found between income groups and the share of chicken meat in monthly food expenditures, as well as perceptions of chicken meat prices ($P<0.05$). In conclusion, it was shown that income level is a significant determinant of chicken meat prices.

Key Words: *Income level, chicken consumption, consumer behavior, purchasing preferences*

Gelir Düzeyinin Kanatlı Ürünleri Tüketimi Üzerindeki Etkisi Özet

Bu araştırmada, Ankara ilinde yaşayan tüketicilerin gelir düzeylerinin tavuk eti tüketim tercihleri, satın alma davranışları ve tüketim miktarları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın materyalini, tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenen 435 tüketici ile yüz yüze gerçekleştirilen anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Veriler SPSS programında analiz edilmiş; tanımlayıcı istatistikler, Ki-Kare bağımsızlık testi, varyans analizi (ANOVA) ve Duncan testi uygulanmıştır. Bulgulara göre, gelir grupları ile aylık gıda harcamaları içinde tavuk etinin payı, tavuk eti fiyat algısı bakımından istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir ($P<0,05$). Sonuç olarak, gelir düzeyinin tavuk eti fiyatı üzerinde önemli bir belirleyici olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: *Gelir düzeyi, tavuk eti tüketimi, tüketici davranışı, satın alma tercihleri*

Giriş

Sanayileşme ile birlikte özellikle gelişmiş toplumlar, diğer gıdalarda olduğu gibi aldığı etin de üretim koşullarını ve kalitesini sorgulamaktadırlar (Öziş Altınçekiç ve Koyuncu 2013). Bu anlayışın bir sonucu olarak dünyada yetiştirme sistemleri giderek artan bir öneme sahip olmaktadır.

Gelir ve eğitim düzeyi yüksek olan bazı ülkelerde tüketicilerin, besinlerin sağlıklı yaşam üzerine etkileri konusunda farkındalıkları artmıştır. Özellikle alternatif yetiştirme sistemlerinde (serbest ve organik) üretilen etlik piliç etlerinin doymamış yağ asitleri açısından daha zengin olduğu gereğiyle, daha yüksek fiyata rağmen tüketme eğilimi artmaktadır (Chin ve ark.1992, Gebauer ve ark. 2006).

Toplumların gelişme ve gelir seviyelerindeki artışlar beslenme alışkanlıklarında da değişikliklere neden olmaktadır. Daha önce tükettikleri ürünlerde tazelik ve hijyeni önemseyen toplumlar, son yıllarda ürünlerin niteliği konusunda da duyarlılık göstermeye başlamışlardır. Bilinçli tüketiciler, çevreyle dost ve sürdürülebilir yöntemlerle üretilmekte olan ürünlerin daha sağlıklı olduğundan risk oluşturmadığını düşünmektedirler (Başak vd. 2015).

Beslenme alışkanlıkları; gelenekler, çevre şartları ve gelire bağlı olarak değişmektedir. Pazarlama ve üretim taktik ve stratejilerinin merkezinde yer alan tüketicilerin gıda ürünleri talep ve tüketim ihtiyaçlarına dayalı beslenme alışkanlıkları; ürünlerin nitelikleri, tüketici pazarlarının demografik ve ekonomik özellikleri ve tüketicilerin sosyokültürel, psikolojik ve kişisel faktör niteliklerine bağlı olarak değişebilen bir süreci kapsamaktadır (Kotler ve Armstrong 2004, Mucuk 2010, Topcu 2015, Topcu ve ark. 2015). Tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik yapılarındaki değişim, tüketim alışkanlıklarını da yansıtmaktadır (Armağan ve Özdoğan 2005).

Bu araştırmada, gelir düzeyinin tavukçuluk ürünlerinin tüketimi üzerine etkileri araştırılmıştır.



Materyal ve Yöntem

Ankara ilinde ikamet eden, tavukçuluk ürünleri tüketimi konusunda tercihleri ve bilgi düzeylerinin belirlenmesi amacıyla tesadüfi olarak seçilen tüketicilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan veriler araştırmanın materyalini oluşturmuştur.

Araştırmanın örneklemede aşağıda belirtilen formülden yararlanılmıştır (Miran 2002).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{\hat{p}_x}^2 + p(1-p)}$$

Formülde;

n = Örnek hacmi

N = Toplam nüfus

p = Oran (maksimum örnek hacmine ulaşmak için 0.50 alınacaktır)

$\sigma^2_{\hat{p}_x}$ = Varyansdır.

Toplam 385 adet örnek hacmi bulunmuş ve nüfusa göre ilçelere oransal olarak dağıtılmıştır. Daha sonra anket sayısı 6-10 arasında kalan ilçelerde anketler 10'a, 0-5 arasında kalan ilçelerde 5'e tamamlanmış ve toplam 435 adet anket yapılmıştır.

Anket katılımcılarının hanelerine giren ortalama aylık gelir dağılımı Çizelge 1' de verilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin haneye ait aylık toplam gelirleri incelendiğinde, yaklaşık % 38'inin geliri 5.500 TL üzerindedir. Elde edilen bulgulara göre, asgari ücret altı -2500 aralığında geliri olanlar % 20.2 oranındadır.

Çizelge 1. Haneye giren aylık ortalama gelir (TL)

Gelir Grupları	Adet	Oran(%)
Asgari ücret altı -2500	88	20.2
2501-4500	121	27.8
4501-5500	61	14.0
5500+	165	37.9
Toplam	435	100.0

Tüm istatistiksel analizler SPSS programında yapılmıştır. Çalışmada tüketici anket sorularına verilen cevaplardan sürekli ve kesikli değişkenler için tanıtıcı istatistikler hesaplanarak tablolar halinde sunulmuştur. Araştırmanın sonuçlarının değerlendirilmesinde Ki-Kare bağımsızlık testleri, varyans analizi, duncan testinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Anket katılımcılarının gelir dağılımlarına göre aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı paylara ilişkin veriler Çizelge 2'de özetlenmiştir. Gelir gruplarına göre anket katılımcılarının aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($P<0.05$). Buna göre, asgari ücret altı-2500 aralığında gelir grubundaki anket katılımcılarının aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay % 0-15 aralığında, 2501-4500 gelire sahip olan anket katılımcılarından anlamlı biçimde farklıdır. Aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay % 0-15 aralığında olan anket katılımcılarının % 23.5'i asgari ücret altı-2500 aralığında gelir düzeyine sahipken % 22.9'u 2501-4500 aralığında gelir düzeyine sahiptir. Ayrıca, yapılan analizlerde anket katılımcılarının aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay % 16-25 aralığında asgari ücret altı-2500, 2501-4500, 5500 üzeri gelire sahip olan anket katılımcıları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($P<0.05$).

Anket katılımcılarının gelir gruplarına göre tavuk eti fiyatları hakkındaki düşüncelerine ait veriler Çizelge 3'de verilmiştir. Buna göre, anket katılımcılarının tavuk eti fiyatı hakkındaki düşünceleri, gelir grupları yönünden istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($P<0.05$). Yapılan analiz sonuçlarına göre, asgari ücret altı-2500 arası gelir grubu ile 5500 üzeri gelir grubundaki bireylerin tavuk eti fiyatları hakkındaki düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tavuk eti fiyatlarının 'çok ucuz-ucuz' olduğunu düşünenlerin içinde asgari ücret altı-2500 arası gelir grubundakilerin oranı % 9.1 iken, 5500 üzeri gelir grubundakilerin oranı %47.7 olarak gerçekleşmiştir.



Çizelge 2. Gelir gruplarına göre aylık gıda harcaması içinde tavuk etinin aldığı pay

Tavuk Etinin Aldığı Pay (%)		Gelir Grupları				Toplam
		Asgari ücret altı-2500	2501-4500	4501-5500	5500 üzeri	
0-15	n	76 _a	74 _b	44 _{b, c}	129 _{a, c}	323
	%	23.5	22.9	13.6	39.9	100.0
16-25	n	4 _a	32 _b	12 _{b, c}	22 _c	70
	%	5.7	45.7	17.1	31.4	100.0
26-35	n	8 _a	15 _a	5 _a	14 _a	42
	%	19.0	35.7	11.9	33.3	100.0
Toplam	n	88	121	61	165	435
	%	20.2	27.8	14.0	37.9	100.0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0.05).

Çizelge 3. Gelir gruplarının tavuk eti fiyatları hakkındaki düşünceleri

Tavuk Eti Fiyatı		Gelir Grupları				Toplam
		Asgari ücret altı-2500	2501-4500	4501-5500	5500+	
Çok ucuz-	n	4 _a	12 _{a, b}	7 _{a, b}	21 _b	44
	%	9,1	27,3	15,9	47,7	100,0
Ucuz	n	38 _a	75 _b	33 _{a, b}	85 _{a, b}	231
	%	16,5	32,5	14,3	36,8	100,0
Normal	n	27 _a	23 _a	15 _a	37 _a	102
	%	26,5	22,5	14,7	36,3	100,0
Pahalı	n	10 _a	9 _a	2 _a	10 _a	31
	%	32,3	29,0	6,5	32,3	100,0
Çok Pahalı	n	9 _a	2 _b	4 _{a, b}	12 _a	27
	%	33,3	7,4	14,8	44,4	100,0
Fikrim Yok	n	88	121	61	165	435
	%	20,2	27,8	14,0	37,9	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0.05).

Tüketicilerin kırmızı/beyaz et tercihinde etkili olan faktörlerin gelir durumuna göre analizine ilişkin sonuçlar Çizelge 4’de verilmektedir. Analiz sonuçlarına göre üzerinde durulan faktörlerden alışkanlık faktörü bakımından gelir durumları açısından elde edilen farklılıklar önemli bulunmuştur (P<0,05). Alışkanlık faktörü açısından en düşük değerler asgari ücret altı -2500 arası gelir grubu için hesaplanmıştır.

Çizelge 4. Gelir durumuna göre kırmızı veya beyaz et tercihinde etkili olan faktörler

Faktör	Gelir Grubu	N	Ortalama	F	P
Fiyat	Asgari ücret altı-2500	88	1,47	1,267	0,285
	2501-4500	121	1,60		
	4501-5500	61	1,69		
	5500+	165	1,84		
Lezzet	Asgari ücret altı-2500	88	1,41	1,27	0,284
	2501-4500	121	1,71		
	4501-5500	61	1,69		
	5500+	165	1,78		
Protein Değeri	Asgari ücret altı-2500	88	1,40	1,874	0,133
	2501-4500	121	1,62		
	4501-5500	61	1,72		
	5500+	165	1,87		
Alışkanlık	Asgari ücret altı-2500	88	1,42 _b	3,832	0,01
	2501-4500	121	1,64 _{a, b}		
	4501-5500	61	1,77 _{a, b}		
	5500+	165	2,15 _a		
Özel Bir Neden Yok	Asgari ücret altı-2500	88	1,36	0,536	0,658
	2501-4500	121	1,40		
	4501-5500	61	1,77		
	5500+	165	1,44		



Tartışma ve Sonuç

Araştırmaya katılan kişilerin haneye ait aylık toplam gelirleri incelendiğinde, yaklaşık % 38'inin geliri 5.500 TL üzerindedir. Elde edilen bulgulara göre, asgari ücret altı -2500 aralığında geliri olanlar %20.2 oranındadır.

Anket katılımcılarının gelir grupları bazında aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay istatistiksel açıdan anlamlıdır ($P<0.05$). Aylık gıda harcamaları içerisinde tavuk etinin aldığı pay % 0-15 aralığında olan anket katılımcılarının %23.5'i asgari ücret altı-2500 aralığında gelir düzeyine sahipken, %22.9'u 2501-4500 aralığında gelir düzeyine sahiptir. Gül ve Şahin (1998), Yıldırım ve Yalçınkaya (1999), Büyüknisan (2008) ailelerin gelirlerinin artmasıyla tavuk eti tüketimlerinde artış meydana geldiği saptamışlardır. Bircan vd. (2017) ve Eleroğlu vd. (2018) tavuk eti tüketimine meslek grupları, aile gelir seviyesi ve aile birey sayısının etkili olduğu belirtmişlerdir.

Anket katılımcılarının tavuk eti fiyatı hakkındaki düşünceleri, gelir grupları yönünden istatistiksel açıdan anlamlıdır ($P<0.05$). Asgari ücret altı-2500 ile 5500 üzeri gelir grubundaki bireylerin tavuk eti fiyatları hakkındaki düşünceleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tavuk eti fiyatlarının 'çok ucuz-ucuz' olduğunu düşünenlerin içinde asgari ücret altı-2500 arası gelir grubundakilerin oranı % 9.1 iken 5500 ve üzeri gelir grubundakilerin oranı %47.7 olarak gerçekleşmiştir. Kızılaslan ve Nalinci (2013), kanatlı etini tüketenlerin %80,50'si fiyatların normal olduğunu, %13,09'u ise pahalı olduğunu düşündüklerini bildirmişlerdir

Öneriler

- Düşük gelir grubunda fiyat faktörünün tavuk eti tüketiminde belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle üretici ve perakendeciler, farklı gelir gruplarına yönelik ekonomik ürün seçenekleri, kampanyalar ve küçük gramajlı ambalaj alternatifleri geliştirebilir.
- Gelir düzeyinin tavuk eti tüketimi üzerindeki etkisi dikkate alınarak, farklı gelir gruplarına yönelik tüketim davranışları ayrıntılı olarak incelenmelidir.
- Tavuk etinin besin değeri ve dengeli beslenmedeki önemi konusunda tüketicilere yönelik bilgilendirme çalışmaları artırılmalıdır.
- Tüketicilerin tavuk eti fiyat algısını etkileyen ekonomik ve sosyal faktörlerin belirlenmesine yönelik kapsamlı araştırmalar yapılmalıdır.
- Farklı bölgelerde ve daha geniş örneklem gruplarıyla gerçekleştirilecek çalışmalarla elde edilen bulgular karşılaştırılmalıdır.

Beyanlar

Tezden Üretim: Bu makale, birinci yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

Yazar Katkıları: Birinci yazar çalışmanın tasarımı oluşturmuş, verilerinin toplanmasını gerçekleştirmiş, istatistiksel analizleri yapmış ve makalenin yazımını tamamlamıştır.

İkinci yazar (tez danışmanı) araştırmanın yöntemsel kurgusuna katkı sağlamış ve makalenin bilimsel içeriğini eleştirel olarak değerlendirmiştir.

Üçüncü yazar (tez jüri üyesi) çalışmanın yorumlanması aşamasında bilimsel katkı sunmuş, veri analiz sürecini denetlemiş ve makalenin son hâlini gözden geçirerek onaylamıştır.

Etik Kurul Onayı: Anket uygulamasına ilişkin etik kurul onayı Ankara Üniversitesi Etik Kurulu'ndan (Tarih: 24.07.2017 Karar No:213) alınmıştır.

Finansman: Bu çalışma için herhangi bir kamu, ticari veya kâr amacı gütmeyen kuruluştan finansal destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Özgünlük Beyanı: Bu çalışma daha önce yayımlanmamış olup, eş zamanlı olarak başka bir dergiye gönderilmemiştir.

Kaynaklar

- Armağan, G., Özdoğan, M., 2005. Ekolojik Yumurta ve Tavuk Etinin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi. Hayvansal Üretim 46(2): 14-21.
- Başak, H., Özcan, S., Yılmaz, V. 2015. Manisa İli Demirci İlçesinde Organik Tarım Hakkında Üreticilerin Bilgi Düzeylerinin ve Beklentilerinin Belirlenmesi.' Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 2(4): 324-331.
- Bircan, H., Eleroğlu, H., Arslan, R. 2017. Sivas Kent Merkezinde Tavukçuluk Ürünlerinin Tüketimi ve Tüketime Etki Eden Faktörler. Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 5(12): 1609-1614.
- Büyüknisan O. 2008. Adana İli Kentsel Alanda Tavuk Eti Tüketim Yapısı, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Chin, S.F., Liu, W., Storkson, J.M., Ha, Y.L., Pariza, M.W. 1992. Dietary sources of conjugated dienoic isomers of linoleic acid, a newly recognized class of anticarcinogens. J Food Compos Anal, 5 (3): 185-197.





- Eleroğlu, H., Bircan, H., Arslan, R. 2018. Yozgat İl Merkezinde Yumurta ve Tavuk eti Tüketimi Üzerine Etki Eden Faktörler. Tavukçuluk Araştırma Dergisi, Cilt 15, Sayı 1, 29 – 33.
- Gebauer, S.K., Psota, T.L., Harris, W.S., Kris-Etherton, P.M. 2006. N-3 Fatty Acid Dietary Recommendations And Food Sources To Achieve Essentiality And Cardiovascular Benefits. Am J Clin Nutr, 83 (6): 1526S-1535S.
- Gül, A., Şahin, K. 1998. Adana İlinde Ailelerin Tavuk Eti Alım Ve Tüketimi Üzerine Bir Araştırma. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Sayı:1, Adana.
- Kızılaslan, H., Nalinci, S. 2013. Amasya İli Merkez İlçedeki Hane Halkının Kanatlı Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Kanatlı Eti Tüketimini Etkileyen Faktörler. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırmalar Dergisi (6), 1-18.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2004. Principles of Marketing. 10th Edition, RR Donnelley-Willaard, 178-197.
- Miran, B. 2002. Temel İstatistik. E.U. Matbaası.
- Mucuk, I. 2010. Pazarlamanın İlkeleri. 18. Baskı, Türkmen Yayınevi, Beyazıt-İstanbul, ISBN: 978-975-7337-59-1, 125-152.
- Öziş Altınçekiç, Ş., Koyuncu, M. 2013. Organik Et ve Özellikleri. Türkiye II. Hayvancılık Kongresi. 24-26 Ekim, 279-288, Bursa.
- Topcu, Y. 2015. Turkish consumer decisions affecting ice cream consumption. Italian Journal of Food Science, 27: 1-11.
- Topcu, Y., Uzundumlu, A.S., Baran, D. 2015. Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketimi ile İlgili Tutum ve Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi, Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 3(5): 242-247.
- Yıldırım, İ., Yalçınkaya, O. (1999). Tavuk eti tüketim yapısı: Van ili Erciş ilçesi örneği. Uluslararası Hayvancılık Kongresi, 417-421.

