DOI: 10.21325/jotags.2018.237

Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org

Ev Dışı Et Tüketimi (Meat Consumption Away From Home)

***Tufan SÜREN[a], Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER[a]**

[a] Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara/Turkey

Anahtar Kelimeler

Et

Tüketim

Ev dışı

Gıda tercihi

Öz

Son yıllarda ev dışı gıda tüketimi hızla artmakta, et tüketimi de ev dışı gıda tüketiminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı ev dışı et tüketimi ve ev dışı et tüketimini etkileyen etmenlerin araştırılmasıdır. Araştırma Ankara'da bulunan Turizm İşletme Belgesi (TİB) olan 1. ve 2. sınıf lokantalar içinden menüsünde Türk mutfağına yönelik et yemekleri bulunan 30 işletmede yapılmıştır. Ev dışı et tüketimini saptamak amacıyla bu tür işletmelerden hizmet alan, 90 müşteri ve 90 işletme çalışanına anket uygulanarak veriler toplanmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerin frekans/yüzde analizleri ve Kruskal-Wallis H testi istatistiksel analizleri yapılmıştır. Müşterilerin gelir durumlarına göre tükettikleri et çeşidi ile et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı bulunmuştur (p>0,05). Araştırmaya katılan müşterilerin büyük bir kısmının erkek ve evlidir. Müşterilerin %21,1'i haftada bir gün dışarıda et yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Dışarıda et yemeği tüketen müşterilerin %41,0'i ilk tercih olarak dana etini, %48,9'u ikinci tercih olarak en çok kuzu-koyun etini, %61,1'i en çok tercih ettikleri et yemeği olarak kebap çeşitlerini tükettiklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin %73,3'ünün akşam öğününde ve %47,8'inin yaz mevsiminde dışarıda et yemeği tükettikleri saptanmıştır. TİB sahibi olmayan lokantalarda yapılacak benzer çalışmaların, müşterin beklentilerinin daha iyi karşılanabilmesine ve işletmecilerin de kendilerini daha objektif değerlendirebilmeleri bakımından yararlı katkıları olacaktır.

Keywords

Meat

Consumption

Out of home food

Food preferences

Abstract

Out-of-home food consumption has been rapidly increasing in recent years while meat consumption is an essential part of the out-of-home consumption. The main subject of this study is the position of meat dishes in out-of-home food consumption in our country, information on the businesses selling meat dishes, employees of these businesses and people visiting these businesses. 30 restaurants with Tourism Operation License in the 1st and 2nd class serving Turkish meat dishes participated in this study. The study covered 180 people including 90 employees and 90 customers. 81 of the employees are male and 60,0% of them high school graduates. Survey forms were applied to the people choosing meat restaurants, personnel and manager of the business for data collection. The frequency and percentage analyses of the obtained data were conducted as well as the statistical analyses of Kruskal-Wallis H test for independent samples using several variables in appropriate data. There was no statistically significant difference between the meat types consumed by the consumers according to their income and the frequency of eating meat and eating outdoors (p> 0,05). It was determined that 65.6% of the 90 customers who participated in the survey were male, 80.0% were married. 41.0% of the consumers who consumed meat meal outside stated that they consumed beef meat as the first preference, 48.9% as the second preference the lamb-sheep meat as the second preference, and 61.1% consumed kebab varieties as the most preferred meat meal. It was determined that 73.3% of the consumers consumed meat at dinner and 47.8% consumed meat in the summer. Similar studies to be conducted with restaurants without Tourism Operation License are considered to be important for providing a more comprehensive coverage to the subject.

** Sorumlu Yazar.*

E-posta: tsuren@gazi.edu.tr (T. Süren)

GİRİŞ

Et; sığır, koyun, kümes, av ve deniz hayvanlarının yenebilen kaslarıdır. Büyükbaş hayvan etleri kırmızı et, kanatlılar ve su ürünlerinin etleri beyaz et olarak bilinir (Dinçer, 1987; Lawrie, 1991; Öztan, 2008; Sams, 2001; Sikorski, 2001; Warris, 2000). Et, özellikle protein kalitesi bakımından temel bir besin öğesidir.

Ülkemizde kişi başı yıllık et tüketimi 33,56 kg'dır. Bunun 20,5 kilogramı kanatlı hayvan, 11,4 kilogramı büyükbaş, 1,6 kilogramı küçükbaş ve 7 kilogramı balık eti olarak hesaplanmıştır. 2014 yılında, toplam tüketimde bir önceki yıla göre artış %3 olarak gerçekleşmiştir. Büyükbaş eti tüketimi %0,5, küçükbaş eti tüketimi %2 azalmış, kanatlı eti tüketimi %6 artmıştır (Et ve Süt Kurumu, 2016).

Yıllık kişi başı et tüketimi; Arjantin'de 96,1 kg, Rusya'da 58,7 kg, Avrupa Birliği ülkelerinde 82 kg'dır (Ergün, 2014; FAPRI, 2012). OECD'ye 2016 yılında göre dünyada kişi başına yıllık dana ve sığır eti 6,5 kg, kanatlı hayvan tüketimi 13,8 kg ve koyun-kuzu eti tüketimi ise 1,7 kg olarak gerçekleşmiştir (OECD-FAO, 2017). Türkiye'de yıllık tüketimin diğer ülkelerden geride olduğu görülmektedir. Temel bir besin olan etin ülkemizdeki düşük tüketiminin önemli bir sorun olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de kişi başına yıllık kırmızı et tüketimi (dana, sığır, koyun, kuzu, keçi) 12,1 kg'dır (Et ve Süt Kurumu, 2016). Türkiye'de kırmızı et tüketiminin düşük olmasının temel nedenlerinden birisi, tüm dünyada olduğu gibi, diğer gıdalara göre pahalı olmasıdır (Yaylak, Taşkın, Koyubenbe ve Konca, 2010). Kırmızı et tüketimini ekonomik nedenlerden başka yıllık nüfus artışı oranı ve nüfus yapısında meydana gelen değişimler, tüketici tercihleri, ürünlerin kalitesi, dağılımı, tüketicinin eğitimi, etin hijyenik özellikleri, dini inançlar, sağlık sorunları, iklim, gelenekler, gıda ile ilgili reklamlar gibi çok sayıda faktörün etkilediği ifade edilmektedir (Ergönül, 2011; Şeker, Öze, Güler, Şeker ve Özden, 2011).

Türkiye'de yılda kişi başına tüketilen balık miktarı ise ortalama 3,0 kg kadardır. Bunun %65'i taze, %35'i kurutulmuş ve konserve edilmiş olarak kullanılmaktadır (Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, 2016.)

2015 yılında ülkemizde tavuk eti üretimi 152 074 ton, hindi eti üretimi ise 3 974 ton olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2015a). Kesilen tavuk sayısı 2015 Kasım ayında bir önceki aya göre %2,2 artarken, bir önceki yılın aynı ayına göre %1,9 azalmıştır. Tavuk eti üretimi 2015 Kasım ayında bir önceki aya göre %2,5 artarken, bir önceki yılın aynı ayına göre %2,4 azalmıştır (TÜİK, 2015b).

Ekonomik gelişime bağlı olarak tüketim harcamaları yelpazesinde önemli farklılıklar oluşmaktadır. Gelir düzeyinde gerçekleşen bir artış, gıda harcamalarına ayrılan payın azalmasına neden olmaktadır (Engel Kanunu). Ancak bu durumun sonucu olarak bir kalori için harcanan para miktarı artış gösterir ve harcama düzeyindeki artış ev dışı gıda tüketimine yönelir. Gıda maddelerine yapılan harcamalar mutlak olarak artış gösterirken, oransal olarak gelirden aldığı pay azalmaktadır (Horton ve Campbell, 1991).

Ev dışı gıda tüketimi; ev dışında bir yiyecek-içecek işletmesi tarafından hazırlanan ve servis edilen yiyecek içeceklerin, ücreti ödenerek tüketilmesidir (Jaafar, Lumbers ve Eves, 2009; Petterson ve Fjellström, 2007).

Ev dışı gıda tüketimi, önceleri lüks tüketim durumundayken, günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde sıradan hale gelmiştir. Gelirin artması, şehirlileşmenin hızlanması, teknolojik gelişimler ve zaman kısıtlılığı gıdanın miktarının artmasından çok gıda kalitesinde artışlara sebep olmaktadır. Tüketiciler günümüzde gıdanın karakteristikleri üzerinde durmaktadırlar (Blisard, Biin-Hwan, Cromartie ve Ballenger, 2002).

Yüksek gelire sahip bireylerin, düşük gelire sahip bireylere göre ev dışı gıda tüketimleri daha sıktır ve bir öğün için harcadıkları para miktarı daha yüksektir (Blisard et al., 2002).

Sanayileşme ve kentleşme olgusu ile birlikte bireylerin seyahat etme sıklıkları, evlerinden uzakta beslenme ihtiyaçlarını karşılama zorunlulukları, dışarıda yemek yemenin ticari bir faaliyete dönüşmesine neden olmuştur (Beardsworth ve Keil, 2012). Dışarıda yemek yemenin farklı nedenleri olabildiği gibi, sosyalleşme, lüks tüketim, gösterişçi tüketim, zorunluluk, zevk için dışarıda yemek bu nedenlerin başlıcalarıdır (Bugge ve Lavik, 2010). Dışarıda yemek yeme; eğlence, zevk, statü göstergesi haline gelmektedir (Warde ve Martens, 2003).

Türkiye İstatistik Kurumu Hane Halkı Tüketim Harcaması Veri Tabanı (2013) verisine göre; ülkemizde toplam harcamaların %19,9'unu gıda ve alkolsüz içecek harcamaları oluşturmaktadır. Bununla birlikte, 2002 yılında %4,4 olan, lokanta, yemek hizmetleri ve otellere yapılan harcamaların toplam harcamaya oranı 2013 yılında %5,9 olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2013). ETÜDER'in (Ev Dışı Tüketim Tedarikçileri Derneği) araştırmasına göre, Türkiye'de ev dışı tüketim harcamalarının 2015 yılının ikinci çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %7 arttığı ve ev dışı tüketimin, 2015 yılının ilk yarısında 17 milyar TL'ye ulaştığı, içeceklerde %10, diğer gıda kategorilerinde ise %9 oranında büyüme gerçekleştiği belirtilmiştir (ETÜDER, 2015).

Giderek büyüyen ve önem kazanan ev dışı gıda sektörünün, Ankara'daki durumuna baktığımızda; 31.07.2015 itibariyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından denetlenen ve TİB sahibi 1.ve 2. sınıf 70 lokanta bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Ankara'da bulunan TİB sahibi lokanta/kafelerin 70'inden 34'ünün et lokantası olması tüketicilerin dışarıda yemek için et yemeklerini tercih ettiğini düşündürmektedir.

Ülkemiz toplumunda son yıllarda hızlı bir hal alan yapısal ve sosyal değişim beraberinde yeni yaşam biçimi ve kurallarını da getirmiştir. Özellikle ailedeki bireylerin iş yaşamına katılımı ve kadınlarındaki çalışma oranının yükselmesi bireylerin yaşam tarzını değiştirdiği gibi onların tüketim alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Bu değişimi etkileyen tüm etmenlerin saptanması hem müşteri talep ve profilinin hem de bu alanda çalışan işletmelerin değişimi ve geleceği açısından fayda sağlayacaktır. Bu nedenle çalışmada tüketicilerin ev dışı et tüketimini etkileyen etmenler incelenmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmada amaç; Ankara ilinde bulunan TİB (Turizm İşletme Belgesi) sahibi, Türk mutfağına yönelik et yemeği sunan 1. ve 2. sınıf, işletmelerin ve çalışanlarının genel özelliklerinin ve bu işletmelere gelen müşterilerin ev dışı et tüketim sıklıklarının ve tercihlerinin incelenmesidir.

Türkiye İstatistik Kurumu Hane Halkı Tüketim Harcaması Veri Tabanı (2013) verisine göre; ülkemizde toplam harcamaların %19,9'unu gıda ve alkolsüz içecek harcamaları oluştururken, %5,9'unu lokanta, yemek hizmetleri ve otellere yapılan harcamalar oluşturmaktadır. (TÜİK, 2013). ETÜDER'in araştırmasına göre, Türkiye'de ev dışı tüketim harcamalarının 2015 yılının ikinci çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %7 arttığı ve ev dışı tüketimin, 2015 yılının ilk yarısında 17 milyar TL bir büyüklüğe ulaştığı, içeceklerde %10, diğer gıda kategorilerinde ise %9 oranında büyüme gerçekleştiği belirtilmiştir (ETÜDER, 2015).

Bu araştırmada amaç; tüketicilerin dışarıda et yemeği tercihi ve dışarıda et yemeği tercihini etkileyen etmenler, müşteriler ve çalışanların bakış açısıyla değerlendirilmeye çalışmaktır. Bu nedenle bu araştırmada; tüketicilerin

demografik ve sosyo-ekonomik durumlarının, işletmelerin özelliklerinin dışarıda et tüketim tercihleri üzerinde etkisi olup olmadığı, varsa bu etkinin nedeni ve rolü incelenmeye çalışılmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanması amacı ile Turizm İşletme Belgeli, Türk mutfağına yönelik et yemeği satan işletmelere gelen müşterilere, işletmenin yöneticisine ve çalışanına (servis elemanı ve aşçısı) anket formu uygulanarak ev dışı et tüketimini etkileyen etmenler saptanmaya çalışılmıştır.

Verilerin toplanmasında müşteriye, işletme yöneticisine ve çalışanlarına uygulanan anket formları kullanılmıştır. Müşteri anketinde müşterinin demografik bilgileri, dışarıda et tüketimi, tercihleri ve sıklıkları bulunmaktadır. Yönetici ve çalışanlara uygulanan anket formunda işletme ile ilgili bilgiler, işletmenin özellikleri, yönetici ve çalışanların demografik bilgileri ve işletmenin genel müşteri profiline yönelik sorular bulunmaktadır.

Bu araştırmanın evrenini Ankara ilinde bulunan TİB sahibi olan 1. ve 2. sınıf lokantalar içinden menüsünde Türk mutfağına yönelik et yemekleri bulunan 34 adet işletme oluşturmuştur. Toplam 34 işletmenin 30'undan araştırmaya katılım konusunda olumlu yanıt alınmış olup araştırma örneklemini 30 işletme oluşturmuştur. Araştırmaya her işletmeden bir yönetici (26 işletme müdürü, 3 işletme sahibi ve 1 servis şefi) olmak üzere 30 yönetici, bir servis çalışanı (garson) ve bir mutfak çalışanı (aşçı) olmak üzere toplam 90 çalışan gönüllü olarak katılmıştır. Ayrıca araştırmaya, her bir işletmeden, araştırma esnasında işletmede müşteri olarak bulunan, aynı masada bulunmayan, 3'er olmak üzere toplam 90 müşteriye ev dışı et tüketimi tercihini saptamaya yönelik hazırlanan anket uygulanmıştır

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formları yoluyla, 3-25 Ağustos 2015 tarihlerinde toplanmıştır. Anket uygulanmadan önce, TİB sahibi olmayan 8 işletmede pilot uygulama yapılmış, ayrıca uzmanlardan görüş alınmıştır. Gerekli görülen düzeltmeler yapıldıktan sonra anket formları son halini almıştır. Anket formları araştırmacının refakatinde uygulanmıştır.

Anketlerle elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programında (Statistic Pockets For Social Sciences) veri dosyasına aktarılmış, yeniden kodlanarak analiz yapmaya elverişli hale getirilmiştir. Analizleri yapılan verilerin frekans ve yüzde değerleri tablolarla aktarılmıştır. İstatistik testi uygulanan verilerde %5 sınır alınmıştır.

Müşterilerin eğitim durumlarına ve gelir durumlarına göre dışarıda tüketilen et çeşidi, et yemeği ve tüketim sıklıkları arasında bir fark olup olmadığına bakılmak için "Kruskal-Wallis H Testi" uygulanmıştır. Kruskal-Wallis H Testi parametrik olmayan verilere sahip ikiden fazla grubun ölçümlerinin karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2013).

BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde; katılımcıların demografik özellikleri, işletmelerin fiziki özellikleri, işletmenin müşteri yoğunluğu ve profili ile ilgili çalışan görüşleri, işletmede satılan et çeşitleri ve yemekleri, müşterilerin tercih ettiği et çeşit ve yemekleri, müşterilerin dışarıda et tüketim durum ve sıklıkları, müşterilerin dışarıda et tüketimini tercih nedenleri ve bunları etkileyen faktörler, müşterilerin dışarıda yedikleri et yemekleri hakkındaki

görüş, değerlendirme ve beklentileri, bahsedilen bu verilerin birbirleri ile arasındaki ilişkilere yönelik bulgular yer almaktadır.

İşletmeyle ilgili genel bilgiler işletme yöneticisinden alınmış ve Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. İşletmeyle İlgili Genel Bilgiler (n=90)

Faaliyet Süresi (Yıl)	n	%	X̄	s
1-10	**13**	**43,3**	15,3	14,4
11-20	9	30,0		
21-30	5	16,7		
>30	3	10,0		
TİB Sahibi Olma Süresi (Yıl)				
1-5	9	30,0	8,7	4,6
6-10	**11**	**36,7**		
11-15	9	30,0		
>15	1	3,3		
Toplam Çalışan Sayısı (Kişi)				
1-20	4	13,3	34,8	13,0
21-40	**18**	**60,0**		
40-60	6	20,0		
>60	2	6,7		
Müşteri Kapasitesi (Kişi)				
1-250	11	36,7	337,5	181,9
251-500	**15**	**50,0**		
>500	4	13,3		

Tablo 1'de görüleceği gibi; işletmelerin %43,3'ünün 1-10 yıl arasında faaliyet gösterdiği saptanmıştır. İşletmelerin %36,7'sinin 6-10 yıl TİB sahibi olduğu görülmektedir. İşletmelerin %60,0'ının çalışan sayısı 21-40 kişi arasındadır. İşletmelerin %50,0'sinin müşteri kapasitelerinin 251-500 kişi arasında olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında yer alan çalışanların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar Tablo 2'de verilmiştir

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri (n=90)

	Yönetici		**Servis çalışanı**		**Mutfak çalışanı**		**Toplam**	
Cinsiyet	n	%	n	%	n	%	n	%
Erkek	**25**	**83,3**	**26**	**86,7**	**30**	**100,0**	**81**	**90,0**
Kadın	5	16,7	4	13,3	-	-	9	10,0
Eğitim								
İlkokul	2	6,7	-	-	3	10,0	5	5,5
Ortaokul	3	10,0	5	16,7	4	13,3	12	13,4
Lise	**13**	**43,3**	**22**	**73,3**	**19**	**63,4**	**54**	**60,0**
Üniversite Öğrencisi	-	-	3	10,0	3	10,0	6	6,6
Üniversite Mezunu	12	40,0	-	-	1	3,3	13	14,5
Yaş (Yıl)								
<30	-	-	**16**	**53,4**	**14**	**46,6**	**30**	**33,4**
31-40	4	13,4	9	30,0	10	33,4	23	25,5
41-50	**13**	**43,4**	4	13,3	4	13,4	21	23,4
51-60	11	36,6	1	3,3	2	6,6	14	15,5
>61	2	6,6	-	-	-	-	2	2,2
İşletmede Çalışılan Süre (Yıl)								
1-5	**12**	**40,0**	**22**	**73,4**	**21**	**70,0**	**55**	**61,2**
6-10	5	16,7	8	26,6	5	16,7	18	20,0
11-15	6	20,0	-	-	4	13,3	10	11,1
16-20	2	6,6	-	-	-	-	2	2,2
>20	5	16,7	-	-	-	-	5	5,5

Araştırmaya dâhil edilen 30 adet işletmeden 1'er yönetici, servis ve mutfak çalışanı olmak üzere toplam 90 çalışan bulunmaktadır. Araştırmaya katılan çalışanların demografik özellikleri incelendiğinde (Tablo 2) yönetici pozisyonunda çalışanların %83,3'ü, servis çalışanlarının %86,7'si ve mutfak çalışanlarının tamamı erkektir.

Araştırma kapsamına alınan işletmelerin yöneticilerinin %43,4'ünün 41-50 yaş, %36,6'sının ise 51-60 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Servis çalışanlarının %53,4'ünün, mutfak çalışanlarının ise %46,6'sının 30 yaş veya daha genç bir yaşta olduğu görülmektedir.

İşletmelerdeki yöneticilerin %40,0'ı, servis çalışanlarının %73,4'ü ve mutfak çalışanlarının %70,0'i çalışmakta oldukları işletmelerde 1-5 yıl arasında çalışmaktadırlar.

Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, erkek çalışanların sektördeki baskınlığının araştırma kapsamındaki işletmelerde de etkin olduğu gözlenmektedir. Yönetici olarak çalışan katılımcıların mevcut işletmelerinde daha uzun süre çalışmış oldukları, bu durumun da çalıştıkları pozisyonla ilgili olduğu düşünülmektedir. Tablo 2'de görüldüğü gibi, yöneticilerin servis ve mutfak çalışanlarına göre aynı işletmede daha uzun sürelerde çalıştıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin demografik özelliklerine ait dağılımlar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Müşterilerin Demografik Özellikleri (n=90)

Cinsiyet	n	%
Erkek	**59**	**65,6**
Kadın	31	34,4
Medeni Durum		
Evli	**72**	**80,0**
Evli değil	18	20,0
Eğitim		
İlkokul	3	3,3
Ortaokul	3	3,3
Lise	32	35,6
Üniversite (veya lisansüstü)	**52**	**57,8**
Yaş (Yıl)		
21-30	17	18,9
31-40	**30**	**33,3**
41-50	24	26,8
51-60	14	15,5
>61	5	5,5
Aylık Gelir (TL)		
Geliri yok	**8**	**8,9**
1-1500	13	14,4
1501-3000	**36**	**40,0**
3001-4500	19	21,2
4501-6000	10	11,1
6001-7500	2	2,2
>7500	2	2,2

Tablo 3'te görüleceği gibi, araştırmaya katılan 90 müşterinin %65,6'sının erkek, katılımcıların %80,0'inin evli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %57,8'inin üniversite ve lisansüstü bir programdan mezun olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamına alınan müşterilerin %33,3'ünün 31-40 yaş aralığında olduğu ve yaş ortalamalarının 40,9 (±11,1) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %8,9'unun aylık düzenli bir gelirinin olmadığı,

%40,0'ının aylık gelirinin 1501-3000 TL arasında olduğu ve ortalama aylık gelirlerinin 2936,6 TL (±1997,1) olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan müşterilerin dışarıda yedikleri zaman en çok tercih ettikleri 3 et çeşidi Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Çeşidi (n=90)

1.Tercih	n	%
Dana	**37**	**41,0**
Kuzu-koyun	32	35,6
Tavuk	15	16,7
Balık	6	6,7
2.Tercih		
Kuzu-koyun	**44**	**48,9**
Dana	26	28,9
Tavuk	11	12,2
Balık	8	8,9
3.Tercih		
Tavuk	**30**	**33,3**
Dana	21	23,3
Kuzu-koyun	21	23,3
Balık	14	15,7

Tablo 4'te görüldüğü gibi, dışarıda et yemeği tüketen müşterilerin %41,0'i ilk tercih olarak dana etini tercih etmektedirler. Müşterilerin %48,9'u ikinci tercih olarak kuzu-koyun etini ve %28,9'u dana etini tükettiklerini belirtmişlerdir. Müşterilerin üçüncü tercihlerinde ise %33,3 ile tavuk etini tükettikleri saptanmıştır. Dışarıda yendiği zaman kırmızı etin müşteriler tarafından öncelikli olarak tercih edilen et çeşidi olduğu görülmektedir. Aygün, Karakuş, Yılmaz, Gökdal ve Ülker'in (2004) yaptıkları çalışmada benzer sonuçlar bulunmuştur. Katılımcıların %51,0'i koyun etini tükettiklerini belirtmişlerdir. Diğer bir çalışmanın sonuçlarına göre; tüketilen kırmızı et çeşitleri dikkate alındığında, tüketicilerin dışarıdan çok dana eti (%89,5) tükettikleri belirlenmiştir. Bunu %22,0 ile kuzu, %3,8 ile koyun, %2,6 ile keçi ve %1,4 ile oğlak eti izlemektedir (Akçay ve Vatansever, 2013). Bir başka çalışmada; katılımcıların %64,8'inin kırmızı et olarak dana etini, %99,1'inin kümes hayvanı eti olarak tavuk etini, %77,8'inin balık eti olarak hamsiyi tercih ettikleri saptanmıştır (Nalinci, 2013). Cevger, Aral, Demir ve Sarıözkan'ın (2008) öğrenciler ile yaptıkları bir çalışmada; sığır- dana eti, koyun-kuzu eti ve keçi etini hiç tüketmeyenlerin oranının sırasıyla %4,1, %42,6 ve %92,6, tavuk eti, balık eti ve hindi eti dahil diğer kanatlı hayvan etlerini hiç tüketmeyenlerin oranının sırasıyla %0,8, %22,9 ve %82,0 olduğu saptanmıştır.

Tablo 5'te müşterilerin en çok tercih ettikleri 3 et yemeği çeşidi verilmiştir.

Tablo 5. Müşterilerin Dışarıda Yediklerinde En Çok Tercih Ettikleri Üç Et Yemeği (n=90)

1.Tercih	n	%
Kebaplar	**55**	**61,1**
Pide-Lahmacun	17	18,9
Izgara Etler	15	16,7
Soslu Et Yemekleri	2	2,2
Sebzeli Et Yemekleri	1	1,1
2.Tercih		
Pide-Lahmacun	**34**	**37,7**
Izgara Etler	23	25,6
Kebaplar	18	20,0
Et çorbaları	5	5,6
Soslu Et Yemekleri	5	5,6
Sebzeli Et Yemekleri	4	4,4
3.Tercih		
Çorbalar	**21**	**23,3**
Izgara Etler	**21**	**23,3**
Pide-Lahmacun	18	20,0
Soslu Et Yemekleri	13	14,4
Kebaplar	7	7,8
Fırında Etler	6	6,8

Tablo 5'te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada tercih ettikleri yemekler %61,1 ile kebap çeşitleridir. İkinci sırada en çok tercih edilen yemekler ise %37,7 ile pide-lahmacun olmuştur. Müşterilerin %23,3'ünün üçüncü tercihlerinin çorbalar ve %23,3'ünün ızgara et çeşitleri olduğu tespit edilmiştir. Verilere göre; kebap çeşitleri, pide-lahmacun çeşitleri ve ızgara etlerin dışarıda et yemeği tüketen müşteriler tarafından sıklıkla tüketildiklerini söylemek mümkündür.

Nalinci'nin (2013) çalışmasında; katılımcıların %77,4'ü kırmızı eti sebzeli yemeklerde, %8,3'ü ızgara olarak ve %64,1'i her iki şekilde tükettiklerini belirtmiş; %30,9'unun kümes hayvanlarını ızgara olarak, %37,8'inin balık etini tava olarak tükettikleri saptanmıştır. Şeker et al. (2011) Elazığ'da yaptıkları çalışmada erkek katılımcıların %51,7'sinin kırmızı eti ızgara-kızartma şeklinde, kadın katılımcıların %48,5'inin sebzeli yemek şeklinde tüketmeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Diğer bir çalışmada; kırmızı et tüketim şekli ile ilgili soruya katılımcıların, %38,4'ünün ızgara, %25,0'nin fark etmez, %8,5'inin haşlama, %6,2'sinin sebzeli, %6,2'sinin fırında, %4,3'nün yağda kızartma cevabını verdikleri saptanmıştır (Karakuş, Aygün ve Alarslan, 2008).

Müşterilerin dışarıda yeme sıklığı ve et tüketimleri ile ilgili dağılımlar Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Müşterilerin Dışarıda Yeme ve Et Tüketim Sıklığı ve Zamanı (n=90)

Dışarıda Et Yemeği Yeme Sıklığı		
Her gün	17	18,9
Haftada 4-5 Gün	16	17,8
Haftada 2-3 Gün	15	16,7
Haftada 1 Gün	**19**	**21,1**
Ayda 2 Defa	12	13,3
Ayda 1 Defa	9	10,0
Nadiren	2	2,2
En Fazla Dışarıda Et Yemeği Yenen Öğün		
Sabah	-	-
Öğlen	24	26,7
Akşam	**66**	**73,3**
En Fazla Dışarıda Et Yemeği Yenen Mevsim		
Sonbahar	4	4,4
Kış	20	22,2
İlkbahar	23	25,6
Yaz	**43**	**47,8**

Tablo 6'da görüleceği gibi, araştırma kapsamına alınan müşterilerin %21,1'i haftada bir gün dışarıda et yemeği yediklerini belirtmişlerdir. Bekar ve Gümüş Dönmez'in (2016) yaptıkları çalışmada; dışarıda yemek yeme sıklığına göre tüketicilerin %13,5'i her gün, %17,1'i haftada 4-5, %33,7'si haftada 1-3, %21,2'si ayda 1-2, %2,1'i 2-3 ayda bir ve %12,4'ü de daha seyrek dışarıda yemek yemektedir.

Yazırlı'nın (2015) çalışmasında; katılımcıların %41,5'inin haftada en az bir defa, %35,3'ünün ayda en az iki defa dışarıda yemek yedikleri saptanmıştır.

Yapılan başka bir çalışmada, katılımcıların %55,4'ünün dışarıda yemek yemeyi tercih ettiği, çalışmadan önceki son bir haftada dışarıda yemek yiyenlerin %38,8'inin 1-3 kez dışarıda yemek yedikleri tespit edilmiştir (Gül, Akbay Özdeş, Dölekoğlu Özçiçek, Özel ve Akbay, 2003).

Cevger et al. (2008) Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören intern öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerinin ortaya koymak için yaptıkları çalışmada; intern öğrenciler genelinde %32,0'sinin haftada 1-2 defa, %39,0'unun haftada 3-5 defa ve %24,0'ünün her gün lokanta-restoran-fastfood tarzı yerlerde yemek yediği, %5,0'inin ise hiç bu tarz yerlerde yemek yemediği belirlenmiştir.

Ekeyılmaz'ın (2006) Antalya'da 407 katılımcı ile yaptığı çalışmada; katılımcıların %65,'i ev dışında gıda tükettiklerini belirtmişlerdir.

Yazırlı'nın (2015) 230 aile ile Nazilli'de yaptığı çalışmada ise; katılımcıların %83,9'u ev dışında gıda tüketimi yaptıklarını belirtmişlerdir.

Akçay ve Vatansever'in (2013) yaptıkları çalışmaya göre; tüketicilerin %37,01'i haftada bir, %28,66'sı 15 günde bir %26,57'si ayda bir ve %7,76'sı haftada birden fazla kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Belirtilen çalışmaların sonuçları, araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Tüm bu verilere göre; haftada bir defa da olsa dışarıda yemek yeme oranı, dikkate değer bulunabilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin %73,3'ünün dışarıda et yemeği yemeyi en çok akşam öğününde tercih ettikleri, sabah öğününde dışarıda et yemeği yediğini belirten katılımcı tespit edilmemiştir. Başka bir çalışmada; katılımcıların %82,1'i öğlen dışarıda yemek yediklerini belirtirken, bu oran akşam öğününde %59,0'dur (Onurlubaş, Doğan ve Gürler, 2015). Akşam öğününde benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Öğlen öğününde katılımcıların çoğunluğunun (%82,1) dışarıda yeme nedeninin, katılımcıların %69,6'sının memur olması olduğu düşünülebilir.

Katılımcıların %47,8'i yaz mevsimini, %25,6'sı ilkbahar mevsimini dışarıda et yemeği yemek için daha çok tercih ettiklerini söylemişlerdir. Verilere göre; katılımcıların çoğunlukla yaz mevsiminde ve akşam öğününde dışarıda et yemeği yemeyi tercih ettiklerini düşünmek mümkündür. Başka bir çalışmada; mevsim kırmızı et tüketimini arttıran etken olarak katılımcıların %26,7'si, kümes hayvanları eti tüketimini arttıran etken olarak ise %28,1'i tarafından belirtilmiştir. Aynı çalışmada; katılımcıların %47,1'i kış, %31,2'si yaz mevsiminde kırmızı et tükettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %57,3'ünün yazın, %21,1'inin kışın kümes hayvanı etini tükettikleri, balık etini ise %95,7'sinin kış mevsiminde tükettikleri tespit edilmiştir (Nalinci, 2013).

Müşterilerin gelir durumlarına göre tüketilen et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklıkları karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Müşterilerin Gelir Durumlarına Göre Et Çeşidi, Et Yemeği ve Dışarıda Yemek Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (Kruskal-Wallis H Testi)

Faktörler	**p**
Et çeşidi	0,200
Et yemeği	0,202
Dışarıda yemek yeme sıklığı	0,212

*p>0,05

Tablo 7'de müşterilerin gelir durumlarına göre et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı konularına ilişkin sorulara verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Test sonuçları değerlendirildiğinde tüm boyutlar için (tüketilen et çeşidi, et yemeği ve dışarıda yemek yeme sıklığı) katılımcıların gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>0,05; p>0,05 ve p>0,05). Bu sonucu, işletmelerin standart bir fiyat politikası uyguladıkları ve her gelir grubundan müşterilerinin olmasının mümkün olabildiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Ayrıca, araştırmaya katılan müşterilerin %7,8'inin ev hanımı, %5,6'sının üniversite öğrencisi olduğu düşünüldüğünde, geliri olmayan veya düşük düzeyde geliri olan katılımcıların da dışarıda yemek ve/veya et tükettiği söylenebilir. Bekar ve Gümüş Dönmez'in (2016) çalışmalarında; tüketicilerin dışarıda yemek yeme amaçları, dışarıda yemek için ayırdığı bütçeye göre karşılaştırılmıştır. Bu durumda, ekonomik unsurlardan dolayı dışarıda yemek yemeyi tercih eden tüketicilerden, dışarıda yemek yeme için 251 TL ve üzeri aylık ortalama bütçe ayıranların ortalaması diğerlerine göre daha yüksektir (p<0.05). Farkın, aylık ortalama dışarıda yemek yeme bütçesi 251 TL ve üzeri olanlar ile diğer gruplar arasında olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ev dışı gıda tüketimi gelişmiş ülkelerde oldukça yaygın bir sektördür. Ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde de benzer düzeyde olmasa da hızla yükselen, talep gören bir sektör olma yolundadır. Çalışma hayatının yoğunluğu, zamanın giderek kısıtlı ve değerli hale gelmesi, teknolojinin gelişimiyle dış dünyayla kurulan iletişim sonucu insanların dışarıda yeme fikrine özenmesi, farklı lezzetleri denemek istemeleri bu sektörün gelişiminde rol oynamaktadır. Özellikle büyük şehirlerde, zamanın kısıtlı oluşu, yorucu günlük hayat ve dışarıda yemek yenebilecek birçok seçenek bulunması bu gelişimin büyük şehirlerde daha belirgin olduğunu düşündürmektedir.

Et, insanın en önemli besinlerindendir. Ülkemizdeki et tüketiminin gelişmiş ülkelere oranla oldukça düşük olması, ülkemizde bir problem olarak görülmelidir. Et tüketiminin düşüklüğünün nedeninin doğru tespit edilmesi ve bu sonuca göre çözüm üretilerek, ülkemizdeki et tüketiminin gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılması sağlanmalıdır.

Tüm bu görüşler ışığında; bu araştırmada Ankara ilinde bulunan TİB sahibi olan 1. ve 2. sınıf, Türk mutfağına yönelik et yemekleri satan işletmelerin genel özellikleri, çalışanları ile ilgili bilgiler; müşterilerle ilgili bilgiler ve müşterilerin et tüketim tercihleri ve sıklıkları irdelenmiştir. Bu amaçla, işletmelerde çalışan yönetici, servis ve

mutfak çalışanları ile müşterilerle görüşülerek anket formu uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

İşletmeyle ilgili sonuçlar:

İşletmelerin faaliyette olma süreleri ortalama olarak 15,3 (±14,4) yıl, TİB sahibi olma süreleri ortalama 8,7 (±4,6) yıl olarak bulunmuştur. İşletmelerin müşteri kapasitesi ortalama olarak 337,5 (±181,9) kişidir. Günlük ortalama müşteri sayıları ise 182,1 (±70,7) kişidir. İşletmelerin toplam çalışan sayıları ortalama 34,8 (±13,0)kişidir.

Araştırma kapsamına alınan 30 işletmenin her birinden 30'ar (1 yönetici, 1 servis ve 1 mutfak çalışanı olmak üzere) çalışan alınmıştır. Çalışanların 81'i erkektir. %60,0'ı lise mezunudur. Yöneticilerin ortalama yaşı 49,9 (±8,4), aynı işletmede ortalama çalışma süreleri ise 11,8 (±11,3) yıldır.

İşletmelerde ilk sırada en çok sunulan et çeşitleri ise; dana (%55,5) ve balıktır (%25,5). İşletmelerin özellikle kebap ve balık konseptinde olması bu durumda etkendir. Tavuk ise (%30,0) ikinci sırada en çok sunulan et olarak tespit edilmiştir.

Müşterilerle ilgili bulunan sonuçlar:

Araştırmaya katılan müşterilerin yaş ortalamaları 40,9'dur (±11,1). Müşterilerin %65,6'sı erkek, %57,8'i üniversite mezunu ve %80,0'i evlidir.

Müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada tercih ettikleri et çeşidine bakıldığında; müşterilerin %41,0'inin dana etini, %35,6'sının kuzu-koyun etini, %16,7'sinin tavuk etini ve %6,7'sinin balık etini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Müşterilerin dışarıda et yemeği yediklerinde ilk sırada en çok tercih ettikleri et yemekleri ise; %61,1'inin kebaplar, %18,9'unun pide-lahmacun ve %16,7'sinin ızgara et çeşitleri olmuştur.

Müşterilerin %74,4'ünün haftada en az bir gün dışarıda et yemeği yedikleri saptanmıştır. Müşterilerin %73,3'ü akşam öğününde ve %47,8'i yaz mevsiminde dışarıda et yemeği yediklerini belirtmişlerdir.

Yapılan araştırma ve elde edilen sonuçlar neticesinde hem işletmelere hem de bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara şu öneriler getirilebilir:

Katılımcıların kırmızı eti lezzeti, tavuk ve özellikle balık etini daha çok sağlıklı beslenme amacıyla tükettikleri görülmektedir. Katılımcıların deniz ürünleri ve kümes hayvanları etini lezzet amacıyla tüketmelerini sağlamak için, daha çok çeşit, farklı reçeteler, ilgi çekici sunumlar gibi yöntemler kullanılabilir.

Katılımcıların ağırlıklı olarak yaz mevsiminde ev dışında gıda tükettikleri görülmüştür, işletmelerin fiziki şartlarını her mevsime uygun olarak düzenlemeleri çözüm olarak düşünülebilir.

Ülkemizdeki et tüketiminin yetersiz olduğu bilinmektedir. Bu konuda müşterilerin beklentileri ile işletmelerin hedeflerinin kesişim noktalarının iyi tespit edilmeli, ortak bir nokta oluşturulmalıdır.

Yapılan bu çalışma Ankara'da bulunan, TİB sahibi olan, Türk mutfağında bulunan et yemeklerini müşterilere sunan işletmeleri kapsamaktadır. Uluslararası mutfakları da müşterilerine sunan ve diğer şehirlerde bulunan TİB sahibi olan ve olmayan işletmelerde de benzer çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Akçay, Y. ve Vatansever, Ö. (2013). Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 4(1), 043-060.

Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Gökdal, Ö. ve Ülker, H. (2004). Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlığı, 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, Isparta.

Beardsworth, A. ve Keil, T. (2012). Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Davet. A. Dede (Çev.). Ankara: Phoenix.

Bekar, A. ve Dönmez Gümüş, F. (2016). Tüketicilerin dışarıda yemek yeme nedenlerine ilişkin bir değerlendirme. Social Sciences (NWSASOS), 11(1), 1-15. http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2016.11.1.3C0134

Blisard, N., Biing-Hwan L., Cromartie, J. ve Ballenger, N. (2002). American's changing appetite: food consumption and spending to 2020. Food Review, 25 (1), 1.

Bugge, A. B. ve Lavik, R. (2010). Eating Out: Multifaceted Activity on Contemporary Norway. Food, Culture and Society, 13(2).

Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P. ve Sarıözkan, S. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi intern öğrencilerinde hayvansal ürünlerin tüketim durumu ve tüketici tercihleri. Ankara Üniv. Vet. Fak. Dergisi, 55, 189-194.

Dinçer, B. (1987). Et Bilimi ve Teknolojisi. A.Ü. Vet. Fakültesi, Ankara.

Ekeyılmaz, S. (2006). Antalya ilinde ev dışı gıda talebi.Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Ergönül, B. (2011). Meat consumption and buying behaviors of consumers living in Manisa city center, Turkey. Journal of Animal andVeterinary Advances, 10(3):286-290.

Ergün, Ö. (2014). Kırmızı et tüketimimiz yetersiz. http://www.gida2000.com/kirmizi-et-tuketimimiz-yetersiz.html sayfasından erişilmiştir.

Et ve Süt Kurumu [ESK]. (2016). 2014 yılı sektör raporu. http://tarim.kalkinma.gov.tr/wp-content/uploads/2015/12/2014_Yili_Sektorel_Degerlendirme_Raporu.pdf sayfasından erişilmiştir.

ETÜDER (2015). Ev dışı tüketim yılın ilk yarısında 17 milyar lirayı buldu. http://www.etuderbulten.com/etuderbulten/29092015/29092015sayfa1.htm sayfasından erişilmiştir.

FAPRI (2012). World Livestock: FAPRI-ISU 2011 Agricultural Outlook, http://www.fapri.iastate.edu/outlook/2011/tables/6_livestock.pdf sayfasından erişilmiştir.

Gül, A., Akbay Özdeş, A., Dölekoğlu Özçiçek, C., Özel, R. ve Akbay, C. (2003). Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi. Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü. Yayın No:95. ISBN 975-407-119-5. Adana.

Horton, S. ve Campbell, C. (1991). Wife's Employment, Food Expenditures, and Apparent Nutrient Intake: Evidence from Canada. American Journal of Agricultural Economics, 73 (3), 784-794.

Jaafar, S.N., Lumbers, M., and Eves, A., (2009). Does food really matters in the eating out experience in restaurants. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8(2), 1-11.

Karakuş, K., Aygün, T. ve Alarslan, E. (2008). Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.). 18 (2), 113-120.

Lawrie, R.A. (1991). Meat Science. 5th Ed., Pergamon, USA.

Nalinci, S. (2013). Amasya ili merkez ilçedeki hane halkının et tüketim alışkanlıkları ve et tüketimini etkileyen faktörler. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

OECD-FAO. (2017). OECD-FAO Agricultural Outlook 2017-2026, https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm sayfasından erişilmiştir.

Onurlubaş, E., Doğan, H.G. ve Gürler, A.Z. (2015). Türkiye' de ev dışı gıda tüketimin durumu ve tüketici eğilimleri. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(38), 917-924.

Öztan, A. (2008). Et Bilimi ve Teknolojisi. TMMOB Gıda Mühendisleri Odası, Ankara.

Petterson, A. ve Fjellström, C. (2007). Restaurants as friends of the family: fuctions of restaurant visits in everyday life. Journal of Foodservice,18, 207-217.

Sams, E.R. (2001). Poultry Meat Processing. CRC Press. USA.

Sikorski, Z.E. (2001).Chemical and Functional Properties of Food Proteins.CRC Press. USA.

Şeker, İ., Öze, A., Güler, H., Şeker, P. ve Özden, İ. (2011). Elazığ'da Kırmızı Et Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketicilerin Hayvan Refahı Konusundaki Görüşleri. Kafkas Üniversitesi Vet. Fak. Dergisi, 17 (4): 543-550.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2015). Turizm işletme belgeli tesisler. http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html sayfasından erişilmiştir.

TÜİK. (2013). Yıllar itibariyle toplam hane halkı tüketim harcamasının türlerine göre dağılımı, Türkiye, 2002-2013. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1012 sayfasından erişilmiştir.

TÜİK. (2015a). Hayvansal üretim istatistikleri, haziran 2015. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18852 sayfasından erişilmiştir.

TÜİK. (2015b). Kümes hayvancılığı üretimi, kasım 2015. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21652 sayfasından erişilmiştir.

Türkiye Halk Sağlığı Kurumu (2016). Balık ve sağlık. http://beslenme.gov.tr/index.php?lang=tr&page=120 sayfasından erişilmiştir.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi. (4. Basım). Ankara: Detay.

Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N. ve Konca, Y. (2010). İzmir İli Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. Hayvansal Üretim. 51(1), 21-30.

Warde, A.ve Martens, L. (2003). Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure. Cambridge: Cambridge University Press.

Warris, P.D. (2000). Meat Science. CABI Publishing, UK.

Yazırlı, N. (2015). Ev Dışı Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler: Nazilli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.