

Chicken Meat Consumption Behaviours of Consumers Living in Central District of Gaziantep

Yeşim Aytop^{1,a,*}

¹Department of Foreign Trade, Pazarcık Vocational School, Kahramanmaraş Sütçü İmam University 46700 Kahramanmaraş, Turkey

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 20/02/2019 Accepted : 28/06/2019</p> <p>Keywords: Chicken Consumption Consumer behaviour Gaziantep Brand Preference</p>	<p>The aim of this study is to determine the condition of chicken meat consumption and the factors affecting consumption of chicken in central district of Gaziantep. The main material of the study is constituted the data obtained from the face-to-face survey conducted with 270 consumers determined by the method of proportional sampling of the central district of Gaziantep province. Descriptive statistics, F test and chi-square analysis were used to analyse the data. According to the research findings, it was determined that the percentage of the consumers consuming chicken meat is 93.36% and 18.04 kg of chicken meat were consumed per person per year. In addition, the share of chicken meat expenditure in the monthly food expenditure is 9.66%. It is found that 84.19% of the consumers buy chicken meat from supermarkets and 56.32% of the consumers prefer buying branded products. Moreover, it is determined that consumers give importance to expiry date, healthy and quality respectively when buying chicken meat.</p>

Tavukçuluk Araştırma Dergisi 16(1): 14-18, 2019

Gaziantep ili Merkez İlçede Yaşayan Tüketicilerin Tavuk Eti Tüketim Davranışları

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 20/02/2019 Kabul : 28/06/2019</p> <p>Anahtar Kelimeler: Tavuk eti Tüketim Tüketici davranışları Gaziantep Marka tercihi</p>	<p>Bu araştırmanın amacı Gaziantep ili Merkez ilçede yaşayan tüketicilerin tavuk eti tüketim durumları ve tüketimlerinde etkili olan faktörleri belirlemektir. Araştırmanın ana materyalini Gaziantep ili Merkez ilçelerinde yaşayan oransal örnekleme yöntemine göre belirlenmiş 270 tüketici ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, f testi ve ki-kare analizinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre tüketicilerin %93,36'sının tavuk eti tükettiği, kişi başına yıllık ortalama 18,04 kg tavuk eti tüketildiği ve aylık gıda harcamasının %9,66'sının tavuk eti tüketimine ayrıldığı tespit edilmiştir. Tüketicilerin %84,19'unun market-süpermarketlerden tavuk eti alışverişini yaptığı, %56,32'sinin yalnızca markalı ürünleri tercih ettiği ve tavuk etini satın alırken en çok sırasıyla son kullanma tarihi, sağlıklı olması ve kalitesine önem verdikleri belirlenmiştir.</p>

^a yesimmaral@ksu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8464-2427> |

Giriş

Beslenmede, özellikle çocuklar ve gençlerin bedensel ve zihinsel gelişiminde önemli yeri olan hayvansal kaynaklı gıda ürünlerin yeterli düzeyde tüketilmesi fizyolojik gereksinimler için de oldukça önemlidir (Cevger ve ark., 2005; Cevger ve ark., 2008). Hayvancılık sektörü içerisinde önemli yere sahip olan kanatlı sektöründe kullanılan yetiştirme ve besleme modelleri ile insan beslenmesine hizmet etmektedir (Ribarski ve ark., 1995; Sundrum, 2001; Revington, 2002; Huyghebaert, 2003; Armağan ve Özdoğan, 2005). Dünyada tavuk eti üretiminde öncü ülkeler sırasıyla ABD, Brezilya, Çin, Rusya ve Hindistan'dır. Dünya tavuk eti üretiminin yaklaşık %30'u, ihracatının ise yaklaşık %53'ü ABD ve Brezilya tarafından karşılanmaktadır (Anonim, 2018). Sağlıklı beslenme konusunda bilinçlenen tüketicilerin sağlıklı ürünlere talepleri hızla artmaktadır. Bu sonuca bağlı olarak kırmızı ete göre daha az yağlı ve daha ucuz olan kanatlı etine yönelim de artmaktadır. Son 20 yıldır bütün dünyada kanatlı eti üretimi ve tüketimi sürekli bir artış gözlemlenmektedir. Türkiye'de de kişi başına yıllık tavuk eti tüketim miktarı 2001 yılından bu yana yaklaşık 2,2 kat artarak 9,6 kg'dan 21,4 kg'a yükselmiştir (Anonim, 2017).

Dünyada ve Türkiye'de tavuk eti üretimi ve tüketimi konusunda birçok çalışma yapılmıştır. Araştırma tüketim ve tüketim tercihlerini belirlemeye yönelik olduğu için yapılan literatür taramasında tavuk eti tüketim miktarının, tüketim sıklığının ve tüketimde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalara ait bulgulara yer verilmiştir.

Armağan ve Özdoğan (2005) Aydın ilinde yaptıkları araştırmalarında kişi başına yıllık tavuk eti tüketim miktarının 23,7 kg olduğunu ve tüketicilerin %70,3'ünün etlik piliç ve yumurta üretiminde uygulanan yöntemlerden ekolojik üretimi tercih ettiklerini belirlemişlerdir. Mızrak (2011) Türkiye'de 2241 tüketici ile yaptığı araştırmasında ailelerin %98,26'sının tavuk eti tükettiğini ve yılda kişi başına tavuk eti tüketiminin 16,67 kg olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca Kuş gribi hastalığının tavuk eti tüketiminde %41,01 oranında azalmaya yol açtığını tespit etmiştir. Kızılaslan ve Nalinci (2013) Amasya ilinde yaptıkları araştırmalarında tüketicilerin %99,16'sının tavuk eti tükettiğini, kişi başına kanatlı eti tüketiminin 5,18 kg/yıl olduğunu tespit etmişlerdir. Yine araştırmalarında tüketicilerin ekonomik nedenlerle sağlıklı beslenme için gerekli miktarda kanatlı eti tükettiklerini tespit etmişlerdir. İnci ve ark. (2014), Bingöl ilinde yaptıkları araştırmalarında kişi başına yıllık tavuk eti tüketiminin ortalama olarak 28,4 kg olduğunu, tüketicilerin %31,3'ünün haftada bir kez tavuk eti satın aldıklarını ve %58,5'inin tavuk etini marketten satın aldıklarını tespit etmişlerdir. İkikat Tümer ve ark. (2016), Kahramanmaraş ilinde yaptıkları araştırmalarında, aylık ortalama hanehalkı tavuk eti tüketim miktarının 3,19 kg olduğunu ve tavuk eti tüketiminin toplam gıda harcamaları içerisindeki oranının %6,01 olduğunu tespit etmişlerdir. Terin ve ark. (2017), 2002-2013 yıllarını kapsayan hanehalkı TÜİK bütçe anketlerinden yararlandıkları çalışmalarında hane reisinin yaşı, yeşil karta sahip olması, evli olması ve çocuklu aile olmasının hanelerin tavuk eti harcamasını arttırdığını, hane reisinin gelir yardımı alıyor olması ve hanelerin kentsel alanda yaşıyor olmasının tavuk eti harcamalarını azalttığı

tespit etmişlerdir. Bircan ve ark. (2017), Sivas ilinde yaptıkları araştırmalarında kişi başı yıllık tavuk eti tüketim miktarını ortalama 14,89 kg olarak tespit etmişlerdir. Eleroğlu ve ark. (2018), Yozgat ilinde yaptıkları araştırmalarında kişi başı yıllık tavuk eti tüketim miktarını 20,63 kg/yıl olarak tespit etmişlerdir. Tavuk eti tüketiminde aile gelir seviyesi, aile birey sayısı ve meslek gruplarının etkili olduğu, yumurta tüketiminde ise bu faktörlere ek olarak eğitim düzeyinin etkili olduğu bildirilmiştir.

Türkiye'nin değişik illerinde tavuk eti tüketimi ve tüketimde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılmış olup Gaziantep ili kent merkezinde böyle bir çalışmanın yapılmamış olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma ile Gaziantep ilindeki tüketicilerin tavuk eti tüketim yapısı ortaya konularak literatüre bir kaynak daha sağlanması planlanmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı Gaziantep ili Merkez ilçede yaşayan tüketicilerin tavuk eti tüketim durumları ve tüketimlerinde etkili olan faktörleri belirlemektir. Daha ayrıntılı olarak Gaziantep ilindeki tüketicilerin sosyo demografik özelliklerinin belirlenmesi, tüketim miktarı, tüketim sıklığı, satın alım yerleri ve satın alırken dikkat edilen ürün özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini 2018 yılı Ocak-Mart ayları arasında Gaziantep ili Merkez Şahinbey ve Şehitkamil ilçelerinde yaşayan tüketicilerle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Anket formunda tüketicilere konu ile ilgili açık uçlu sorular, kapalı uçlu sorular, beşli likert sorular yöneltilmiştir. Ayrıca araştırmada konu ile ilgili yerli ve yabancı çalışmalardan ve kurumların yayınlamış olduğu istatistik verilerden de yararlanılmıştır. Örnek sayısının belirlenmesinde aşağıdaki oransal örnek hacmi formülü kullanılmıştır (Newbold, 1995). Formülde;

$$n = \frac{N_p(1-p)}{(N-1)\sigma_{p_x}^2 + p(1-p)}$$

$\sigma_{p_x}^2$:Oranın Varyansı

n :Örnek hacmi

N :Anakitle

p :Oran (maksimum örnek hacmine ulaşmak amacıyla p= 0,5 alınmıştır.)

Türkiye İstatistik Kurumunun Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sisteminin 2017 nüfus tespit sonuçlarına göre Gaziantep kent merkezinin nüfusu 1663273 kişi olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2017). Bu kriterlere göre %90 güven aralığı ve %5 hata payı ile örnek hacmi 271 olarak bulunmuştur. Araştırmanın amacı yönelik olarak sosyo-demografik özelliklerin belirlenmesinde tanımlayıcı istatistiklerden, gelir grupları itibarıyla tavuk eti tüketim miktarı arasında istatistik açıdan bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla ki-kare testinden, yine gelir grupları itibarıyla tavuk eti tüketim miktarı ve ödenen fiyat arasında istatistik açıdan bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla f testinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Anket yapılan tüketicilere ait demografik özellikler Çizelge 1'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde tüketicilerin %44,28'inin 31-45 yaş arasında (ortalama yaş: 40,17 yıl), %53,51'inin erkek, %82,66'sının evli, %44,28'sinin 5 yıl ve daha az eğitim aldığı (ortalama alınan eğitim yılı: 8,09), %38,38'inin özel sektör çalışanı ve serbest meslek erbabı olduğu ve %69'unun Gaziantep olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin %44,28'i 4-5 kişiden oluşan haneye sahip olduklarını (hanede yaşayan ortalama birey sayısı: 4,01), %77,44'ü hanelerinde ≤1 kişinin çalıştığını (ortalama hanede çalışan birey sayısı: 1,21), ortalama 2.37 çocuğa sahip olduklarını ve ortalama 31,91 yıldır Gaziantep ilinde yaşadıklarını bildirmişlerdir. Tüketicilerin %51,66'sının ortalama hanehalkı aylık gelirlerinin 2000-3999 TL arasında olduğu (hanehalkı ortalama aylık gelir: 2730,44 TL) gıda harcamasına aylık ortalama 702,16 TL ayırdıkları diğer bulgulardır.

Çizelge 2'de anket yapılan bireylerin tavuk eti tüketim bilgilerine yer verilmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin %93,36'sının tavuk eti tükettiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin hanelerinde ortalama 6,03 kg/ay tavuk eti tüketildiği, kişi başı tavuk eti tüketim miktarının ortalama 18,04 kg/yıl olduğu ve tavuk etine ortalama 67,83 TL/ay ödedikleri görülmektedir. Yapılan Ki-kare ve F testi sonuçlarına göre gelir grupları ile tavuk eti tüketim durumu, tüketim miktarı ve ödenen fiyat arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farkın olmadığı saptanmıştır. Araştırma sonucu Gaziantep ilindeki tavuk eti tüketim miktarının Türkiye ortalamasının (21,64 kg/yıl) altında kaldığını göstermektedir. Bu sonuç ilde alternatif ürün olan kırmızı et tüketiminin fazla olmasından kaynaklanabilir. Tüketiciler gıda harcamasına ayırdıkları bütçenin ortalama %9,84'ünü tavuk eti harcamasına ayırmaktadırlar. Kahramanmaraş ilinde yapılan araştırmada tavuk eti harcamasının toplam gıda harcaması içerisindeki oranı %6,01 olarak bulunmuştur (İkikat Tümer ve ark., 2016).

Aile fertlerinin tavuk eti tüketim sıklıkları incelendiğinde 0-6 yaş grubundaki çocukların %24,30'unun, 7-14 yaş grubundaki çocukların ise %21,60'ının tavuk eti tüketmedikleri görülmektedir. Her gün tavuk eti tüketenlerin sayısı oldukça az olmakla birlikte, aile fertlerinin çoğunluğunun haftada birkaç kez tavuk eti tükettikleri tespit edilmiştir (Çizelge 3).

Anket yapılan tüketicilerin %84,19'u tavuk etini market-süpermarketten, %51,78'i kasaplardan, %12,65 ise direkt üreticiden temin ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4). Araştırma sonuçlarına benzer şekilde Durmuş ve ark. (2007) Ankara ilinde yaptıkları araştırmalarında üreticilerin büyük çoğunluğunun marketlerden tavuk eti satın aldığını, İnci ve ark. (2014) Bingöl ilinde yaptıkları araştırmada tüketicilerin %58,5'inin tavuk etini marketten satın aldıklarını tespit etmişlerdir.

Tüketicilerin %58,10'unun yalnızca markalı tavuk eti, %39,92'sinin hem markalı hem markasız tavuk eti tükettiği görülmektedir. Yalnızca markasız tavuk eti tüketenlerin oranı ise %1,98'dir (Çizelge 5).

Tüketicilerin tavukçuluk ürünlerini satın alırken dikkat ettikleri özellikler Çizelge 6'da verilmiştir. Tüketicilerin tavuk eti alırken dikkat ettikleri en öncelikli özellikler sırasıyla son kullanma tarihi (4,87), sağlıklı olması (4,85) tazeliği (4,85) ve kalitesi (4,82) iken en az dikkat ettikleri özellik ise ürünün üretildiği şehirdir (2,23). Cevger ve ark.

(2005), Ankara'da üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırmalarında beyaz et satın alırken dikkate alınan başlıca faktörlerin sırasıyla hijyen, kalite, marka ve fiyat olduğunu tespit etmişlerdir.

Çizelge 1. Anket Yapılan Tüketicilerin Sosyo-demografik Özellikleri

Table 1. Socio-demographic Characteristics of Surveyed Consumers

Demografik özellikler	Kişi sayısı	Oran (%)
Yaş (yıl)		
0-30	70	25,83
31-45	120	44,28
≥46	81	29,89
Toplam	271	100,00
Cinsiyet		
Kadın	126	46,49
Erkek	145	53,51
Toplam	271	100,00
Ailede çalışan sayısı		
≤1	210	77,49
2	52	19,19
≥3	9	3,32
Toplam	271	100,00
Eğitim durumu (yıl)		
≤5	120	44,28
6-8	45	16,61
9-12	59	21,77
≥13	47	17,34
Toplam	271	100,00
Meslek		
Kamu çalışanı	31	11,44
Özel sektör çalışanı	52	19,19
Emekli	29	10,70
Serbest meslek	52	19,19
İşsiz (ev hanımı + çalışmayan)	44	16,24
Öğrenci	13	4,80
Çiftçi	50	18,45
Toplam	271	100,00
Hanehalkı Gelir (TL/ay)		
≤1999	81	29,89
2000-3999	140	51,66
≥4000	50	18,45
Toplam	271	100,00
Medeni durum		
Bekar	47	17,34
Evli	224	82,66
Toplam	271	100,00
Memleket		
Gaziantep	187	69,00
Şanlıurfa	16	5,90
Kahramanmaraş	14	5,17
Diğer	54	19,93
Toplam	271	100,00
Çocuk sayısı		
≤2	153	56,46
3-4	89	32,84
≥5	29	10,70
Toplam	271	100,00
Hanehalkı sayısı		
≤3	103	38,01
4-5	120	44,28
≥6	48	17,71
Toplam	271	100,00

Çizelge 2. Tavuk Ürünleri Tüketim Bilgileri

Table 2. Chicken products consumption information

Gelir Grupları	Tüketme durumu (%)		Tüketim miktarı		Ödeme	
	Tüketmeyen	Tüketen	Hanehalkı kg/ay	Kişi Başı kg/yıl	Ödenen fiyat TL/ay	Aylık gıda harcaması içindeki oranı %
Düşük gelir ≤1999 TL	2,47	97,53	5,63	16,85	63,33	9,02
Orta gelir 2000-3999 TL	7,86	92,14	6,25	18,70	70,31	10,01
Yüksek gelir ≥4000 TL	10,00	90,00	6,06	18,13	68,18	9,71
Genel	6,64	93,36	6,03	18,04	67,83	9,66
*Ki-kare (p değeri)	*3,517		**0,543		**0,543	
**F (p değeri)	(0,172)		(0,581)		(0,581)	

Çizelge 3. Tavuk Eti Tüketim Sıklığı

Table 3. Frequency of chicken meat consumption

Tüketim Sıklığı	Anne		Baba		0-6 yaş çocuk		7-14 yaş çocuk		≥15 yaş çocuk	
	Kişi sayısı	Oran (%)	Kişi sayısı	Oran (%)	Kişi sayısı	Oran (%)	Kişi sayısı	Oran (%)	Kişi sayısı	Oran (%)
Tüketmeyen	23	8,49	32	11,81	26	24,30	27	21,60	18	13,14
Her Gün	3	1,11	4	1,48	5	4,67	1	0,80	2	1,46
Haftada Birkaç Kez	124	45,75	121	44,65	40	37,38	54	43,20	52	37,95
Haftada Bir Kez	54	19,93	52	19,19	10	9,35	17	13,60	27	19,71
Ayda Birkaç Kez	62	22,88	58	21,39	14	13,09	24	19,20	36	26,28
Daha Nadir	5	1,84	4	1,48	12	11,21	2	1,60	2	1,46
Toplam	271	100,00	271	100,00	107	100,00	125	100,00	137	100,00

Çizelge 4. Tavuk Eti Satın Alım Yeri

Table 4. Chicken meat purchasing place

Satın Alım Yeri	Kişi sayısı	Oran (%)
Direkt üretici	32	12,65
Kasap	131	51,78
Market –süpermarket	213	84,19
Bakkal	19	7,01
Pazar	22	8,70
Kooperatif	4	1,57

Çizelge 5. Tavuk Etinde Marka Tercih Etme Durumu

Table 5. Brand preference status for chicken meat

Marka Tercihi	Kişi sayısı	Oran (%)
Yalnızca markalı	147	58,10
Yalnızca markasız	5	1,98
Hem markalı hem markasız	101	39,92
Toplam	253	100,00

Çizelge 6. Tavuk Eti Satın Alırken Dikkat Edilen Ürün Özellikleri

Table 6. Considered product features when buying chicken meat

Ürün Özellikleri	Ortalama	Std. spm.
Son kullanma tarihi	4,87	0,357
Sağlıklı olması	4,85	0,453
Tazelik	4,85	0,568
Kalitesi	4,82	0,461
Kokusu	4,75	0,600
Görünüşü	4,70	0,671
Kalite belgeleri	4,52	0,951
Markası	4,38	1,000
Alındığı kişi ya da satış mağazası	3,76	1,483
Ürüne ilişkin daha önceki deneyimler	3,73	1,488
Uzmanların önermesi	3,70	1,460
Fiyatı	3,67	1,548
Aileden gelen alışkanlık	3,52	1,670
Ürünün üretildiği şehir	2,23	1,510

Önemsiz: 1, Çok az önemli:2, Orta önemli:3, Oldukça önemli:4, Çok önemli: 5

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada Gaziantep ili merkez ilçedeki tüketicilerin tavuk eti tüketim davranışlarını incelemek amaçlanmıştır. Gaziantep ilinde tavuk eti tüketim miktarı Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır. İnsan sağlığı açısından önemli protein kaynağı olan tavuk etinin tüketim miktarının artırılması için tüketici tercihleri doğrultusunda gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Tavuk eti hakkında çıkan olumsuz haberler tüketicilerin tüketimlerini azaltmaktadır. Yapılan haberler karşısında konunun ilgileri tarafından yapılacak açıklamalarla tüketiciler doğru bir şekilde bilinçlendirilerek, sektörün canlandırılması amaçlanmalıdır.

Tüketicilerin önemli bir kısmı markalı ürünleri tercih etmektedir, bu konuda tavuk eti üreticileri ve satıcıları sattıkları ürünlerin marka imajına zarar vermemek için gerekli hassasiyeti göstererek tüketici beklentilerini karşılamalıdır.

Tüketicilerin önemli bir kısmı tavuk etini marketlerden satın almakta ve üründe en çok son kullanma tarihine dikkat etmektedirler. Son zamanlarda marketler kampanya ya da indirim adı altında son kullanma tarihi geçmek üzere olan tavuk ürünlerini satmaya çalışarak tüketicinin güvenini zedelemektedirler. Yine yapılan diğer bir uygulama kullanım ömrü bitmek üzere olan ürünlerin rafların en üstüne konması ve tüketicilerin öncelikli olarak onu tercih etmesini sağlamaktır. Yapılacak sıkı denetimler ile kullanım ömrü bitmiş ya da bitmek üzere olan ürünlerin raflardan kaldırılması sağlanmalıdır.

Gaziantep ilindeki tüketicilerin tavuk eti tüketimlerinin tüm gelir gruplarında istatistiki açıdan önemli olmadığı tespit edilmiştir. Yapılacak tutundurma çalışmalarının tüm gelir gruplarının tüketimini artırmaya yönelik çalışmalar olması yararlı olacaktır. Tüketicilerin hanehalkı tavuk eti tüketimleri ayrı ayrı incelendiğinde; çocuklarda tavuk eti tüketmeyenlerin oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Tavuk etinin sağlık açısından önemi vurgulanarak özellikle çocuklarda tüketimin artırılması sağlanmalıdır.

Kaynaklar

- Anonim, 2017. Kanatlı Et Sektörü, https://ticaret.gov.tr/data/5b8700a513b8761450e18d81/Kanatli_Eti.pdf (Erişim tarihi: 06/02/2019)
- Anonim, 2018 Tavuk ürünleri piyasası https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgele_r/PDF%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2018temmuz%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/2018Temmuz%20Tavuk%20Eti.pdf (Erişim Tarihi: 06/02/2019)
- Armağan, G., Özdoğan, M., 2005. Ekolojik Yumurta ve Tavuk Etinin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi. Hayvansal Üretim 46(2): 14-21

- 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
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S., 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri, Ankara Üniversitesi Vet. Fak. Derg. 55: 189-194
- Cevger, Y., Yalçın, C., Aral, Y. 2005. Türkiye’de Hayvansal Üretimde Gıda Güvenesi ve Hayvancılık Politikaları. Gıda Güvenliği ve Güvenirliği Sempozyumu, Biyologlar Derneği, 20-22 Ekim, Ankara, 272- 284.
- Durmuş, İ., Demirtaş, Ş.E., Can, M., Kalebaşı, S. 2007. Ankara İlinde Yumurta Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi, Tavukçuluk Araştırma Dergisi 7 (1): 42-45
- Eleroğlu, H., Bircan, H., Arslan, R., 2018. Yozgat İl Merkezinde Yumurta ve Tavuk Eti Tüketimi Üzerine Etki Eden Faktörler, Tavukçuluk Araştırma Dergisi 15 (1): 29-33
- Huyghebaert, G. 2003. Replacement of Antibiotics in Poultry, Eastern Nutrition Conference, 8-9 May 55-78p.
- İkikat Tümer, E., Akbay, C., Koşum, T., Ünal, A., 2016. Kahramanmaraş İli Kent Merkezinde Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Tüketimi Etkileyen Faktörler, KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 19(4): 433-437.
- İnci, H., Karakaya, E., Şengül, T., Söğüt, B. 2014. Bingöl İlinde Kanatlı Eti Tüketiminin Yapısı. Bingöl Üniversitesi. Ziraat Fakültesi, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1(1): 17-24.
- Kızılaslan, H., Nalinci, S. 2013. Amasya İli Merkez İlçedeki Hanehalkının Kanatlı Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Kanatlı Eti Tüketimini Etkileyen Faktörler, Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 6: 1-18
- Mızrak C. 2011. Türkiye’de Yumurta ve Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi, T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tavukçuluk Araştırma İstasyonu Müdürlüğü, Araştırma Projesi, Ankara. <http://www.tae.gov.tr/www/tr/projeler/pdf/1.pdf>
- Newbold, P. 1995. Statistics for Business and Economics. Prentice-Hall International, New Jersey, 867pp.
- Revington, B. 2002. Feeding Poultry in The Postantibiotic Era. Multi-State Poultry Meeting. Multi-State Feeding and Nutrition Publications, 14-16 May.
- Ribarski, S., Ghasoub, G. Tchonka, M., Svetla, B., Marin, K., Hristo, C. 1995. Influence of A Probiotic and An Acidifier on Meat Quality and Chemical Composition in Broiler Chickens. Proceedings of The; XII European Symposium on the Quality of Poultry Meat. I. Poultry Meat Quality. 25-29 September Spain, p:103-108,
- Sundrum, A. 2001. Organic livestock farming. A critical review. Livestock Production Science. 67: 207-215.
- Terin, M., Bilgiç, A., Güler, İ.O. 2017. Türkiye’de Hanelerin Tavuk Eti Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörlerin İkili Bağımlı Heckman Örneklem Seçicilik Modeli ile Analizi, 4. Uluslar Arası Beyaz Et Kongresi, 26-30 Nisan, Antalya, 198-206.
- TÜİK, 2017. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 (ErişimTtarihi 15/01/2018)