

**HAYVAN REFAHINA İLİŞKİN TÜKETİCİ  
ALGI VE TUTUMU**

Özlem GÖKMEN TÜFENK

Yüksek Lisans Tezi  
Danışman: Prof. Dr. Zehra BOZKURT

Tez No: 2021-014

Afyonkarahisar

**T.C.**  
**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SAĞLIK BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ZOOTEKNİ ANABİLİM DALI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAYVAN REFAHINA İLİŞKİN TÜKETİCİ**  
**ALGI VE TUTUMU**

**Hazırlayan**  
**Ziraat Mühendisi**  
**Özlem GÖKMEN TÜFENK**

**DANIŞMAN**  
**Prof. Dr. Zehra BOZKURT**

**Tez No: 2021-014**  
**AFYONKARAHİSAR**

## TEZ KABUL VE ONAY SAYFASI

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü **Zootekni Anabilim Dalı'nda** Özlem GÖKMEN TÜFENK tarafından hazırlanan “Hayvan Refahına İlişkin Tüketici Algı ve Tutumu” adlı tez çalışması lisansüstü eğitim ve öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca 28 /01/ 2021 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından **oy birliği** ile **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

### Başkan

Prof.Dr. Mustafa TEKERLİ

### Üye

Prof.Dr. Zehra BOZKURT

### Üye

Dr.Öğr.Üyesi Sibel ALAPALA  
DEMİRHAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun  
..... / ..... / ..... tarih ve  
..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Esmâ KOZAN  
Enstitü Müdürü

## **BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ**

**Afyon Kocatepe Üniversitesi**

**Sağlık Bilimleri Enstitüsü**

**Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bilimsel Yayın Etiği İlkeleri ve Tez Yazım**

**Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;**

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahriyat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Afyon Kocatepe Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

**beyan ederim.**

27/03/2021

Özlem GÖKMEN TÜFENK

## ÖZET

### Hayvan Refahına İlişkin Tüketici Algı ve Tutumu

Bu araştırmada, tüketicilerin hayvan refahına yönelik algı ve tutumunun belirlenmesi ve tüketicilerin bazı özellikleri ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı kendilerine açıklandıktan sonra kabul eden tüketicilere hayvan refahı algı ve tutum ölçekleri yüz yüze uygulanmıştır. Tüketiciler hayvanların barınma, besleme ve sağlık koşulları, verimlerin artırılması amacıyla kullanılan yem katkıları veya yetiştirme uygulamaları ile hayvana yönelik muamelerin hayvan refahını etkilediğine ilişkin yargılara yüksek düzeyde katılım göstermiştir. Buna karşın tüketiciler hayvanların erken yaşta sütten kesilmesi, itlaf edilmesi, terk edilmesi veya kısırlaştırılmasının hayvan refahını etkilediğine ilişkin görüşlere düşük düzeyde katılım göstermiştir. Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin bilişsel boyutuna ilişkin elde edilen bulgulara göre tüketiciler barındırma, besleme ve sağlık şartlarının hayvanların refahını önemli ölçüde etkilediğine, buna karşın hayvanların birey olarak kabul edilmesi, ilgili yasal düzenlemeler ve sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin nisbeten daha az etkili olduğuna inanmaktadırlar. Hayvan refahı tutumunun duyuşsal boyutuna ilişkin bulgulara göre tüketiciler hayvanların da insanlar gibi hakları bulunduğu, stres, ağrı ve ızdırabı hissebildikleri, hayvanlara şiddet uygulamanın vahşet olduğu ve mutlu hayvanlardan elde edilen gıdaların daha kaliteli olduğunu düşünmektedir. Ölçeğin davranışsal boyuta ilişkin sonuçlar ise tüketicilerin hayvanlara daima iyi davrandığını ve ilgili yasal düzenlemelere uyduğunu ancak hayvan refahının hayvansal ürün satın alırken tercihlerini yüksek oranda etkilemediğini göstermiştir. Tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu cinsiyet ve eğitim düzeyi ile önemli derecede etkilenmiş, kadın ve gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin hayvan refahı algısının da daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yaş, medeni durum ve çocuk sahibi olma, yerleşim yerinin özelliği ve hayvan refahı bilgi düzeyinin tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumunu önemli düzeyde etkilemediği belirlenmiştir. Hayvan refahı algı ve tutumu yüksek olan tüketicilerin gıda etiketini inceledikleri ve yüksek hayvan refahı standartlarında üretilen gıdalara daha fazla ödeme yapmaya gönüllü oldukları anlaşılmıştır. Pet hayvanı sahibi olan tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumunun da daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahına yönelik algı ve tutumunun ağırlıkla yararçı bir yaklaşım içerdiği görülmüş olup, tüketicilerin hayvan refahı konu ve kavramları konusunda bilgi ve farkındalığının artırılmasına ihtiyaç bulunduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici, Algı, Tutum, Hayvan Refahı

## SUMMARY

### **Consumer Perception and Attitude Regarding Animal Welfare**

It was aimed to determine consumers' perception and attitude towards animal welfare and to investigate the relationships between some characteristics of the consumer and their animal welfare perceptions and attitudes. Animal welfare perception and attitude scales were applied face to face to the consumers who agree to participate after the purpose of the research have been explained to them. Consumers exhibited a high level of participation with the judgments that the animal housing, feeding and health conditions, the feed additives or breeding practices used to increase animal productivity and the handling of animals affect animal welfare. Nevertheless, there was a low agreement with the opinions that early weaning, killing, abandoning and castrating of animals impact on animal welfare. According to the findings on the cognitive dimension of the animal welfare attitude scale applied to consumers, the consumers believed that housing, feeding and health conditions significantly affected the welfare of the animals. But they did not consider that the acceptance of animals as individuals, relevant legal regulations and the activities of non-governmental organizations affected animal welfare to the same extent. Accordingly to the results on the affective dimension of animal welfare attitude, the consumers think that animals have rights like humans, they can feel stress, pain and suffering, violence against animals is cruelty and the foods obtained from happy animals are more qualified. The results from the behavioural dimension showed that consumers always treat animals well and comply with relevant statutory, but animal welfare do not significantly affect their preferences when purchasing food of animal origin. Consumers' perception and attitude on animal welfare have been significantly affected by the gender and education level, and animal welfare perception and attitudes with high-income and women were higher. It was determined that age, marital status and having children, residential area living in and animal welfare knowledge did not significantly impact on the consumers' perception and attitude towards animal welfare. It has been understood that consumers who have high animal welfare perceptions and attitudes check food labels and are willing to pay more for food produced under high animal welfare standards. The animal welfare perception and attitude of consumers who own pet animal were higher. As a result, it has determined that the perception and attitude of the consumers towards animal welfare participating in this research mainly included a utilitarian approach, and it was concluded that there is a need to increase consumer knowledge and awareness.

**Keywords:** Consumer, Perception, Attitude, Animal Welfare

## ÖNSÖZ

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüketici davranışlarında değişimler meydana gelmektedir. Bu değişiklikler küresel sağlık riskleri ile birlikte sağlık ve sağlıklı beslenme algı ve tutumunu da etkilemektedir. Ayrıca tüketicilerin hayvan ve çevrenin korunmasına ilişkin farkındalık artışı da tüketim davranışlarını etkilemektedir. Çevreye duyarlı ve gıda tercihlerinde daha dikkatli olan tüketiciler satın alma sürecinde bir yandan ürünlerin içeriği, tadı ve kalitesi ile ilgilenirken diğer yandan ürünlerin üretim süreciyle de ilgilenmekte, daha fazla izlenebilirlik ve daha az karbon ayak izi oluşturulmasını talep etmektedirler. Bu değişim gıda üreticileri için de yeni üretim anlayışının gelişimini teşvik etmekte, tüketici tutumundaki değişimin ortaya çıkardığı doğal, organik veya yeşil tüketim gibi alanlar gıda sektörüne yeni fırsatlar da oluşturmaktadır.

Son yıllarda hayvan refahını arttırmak üzere sivil toplum örgütleri, kamu ve özel sektör faaliyetlerinde yeni gelişmeler yaşanmaktadır. Türkiye'nin AB'ye tam üyelik müzakereleri ve müktesebat uyumu çalışmaları kapsamında AB hayvan refahı mevzuatının ulusal mevzuata aktarılması ile hayvan yetiştiriciliği, gıda üretimi ve toplumsal yaşamda hayvanların idaresine ilişkin gelişmeler yaşanmaktadır. AB'nin "Beyaz Kitap" ile sembolize edilen yeni gıda üretimi stratejisi hayvansal gıdaların hayvan dostu üretim sistemlerinde ve yüksek kalitede üretilmesini, tüketicilerin daha fazla bilgilendirilmesi için daha fazla şeffaflık sağlanmasını içermektedir.

Tüketicilerin hayvan refahı konusunda bilgi ve farkındalıklarının artırılması ve gıda endüstrisinin yeni üretim stratejisine uyum kabiliyetinin artırılması hem iç pazarda verimliliği artması hem de küresel rekabet edebilirlik gücünün artması önemlidir. Bu kapsamda tüketici algı ve tutumunun yapısı veya yönelimleri gıda endüstrisinin gelişimi için önemli bilgiler sunmaktadır.

Hayvansal gıda endüstrisinde gıda kalitesi ve güvenliği üretim sürecindeki hayvanların sağlığı ve zindeliği ile çok yakından ilişkilidir. Üretim artışı ve yüksek verimlilik temelinde yapılandırılmış olan modern yoğun hayvan üretim sistemlerinin hayvanlar üzerinde oluşturduğu stres hayvan refahı için potansiyel bir tehdit içermektedir. Üretim ile gıda kalitesi, hayvan refahı ve çevrenin korunması arasında

denge sağlanması çok önemlidir. Bu amaçla iyi hayvan idaresi ve hayvan refahı programları uygulanmalı, AB ve ulusal hayvan refahı standartlarına uyulmalıdır. Bu araştırmada, Türkiye’de henüz yeni hayata geçen hayvan refahı standartlarının da ışığında tüketicilerin hayvan refahına ilişkin algı ve tutumu incelenmiştir.

Yüksek lisans eğitimimde bilgi ve tecrübelerinden her zaman yararlandığım, tezime ilişkin tüm süreçte çalışmalarımı takip eden, çalışmalarımın tamamlanmasını yakından ve titizlikle izleyen, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Zehra BOZKURT’a, ayrıca eğitimim sırasında bana destek veren Zootečni Anabilim Dalı başkanı Prof. Dr. Mustafa TEKERLİ’ye ve diğer hocalarım Doç.Dr.Serdar KOÇAK’a, Dr. Öğretim Üyesi Koray ÇELİKELOĞLU ve Dr. Öğretim Üyesi Özlem GÜCÜYENER HACAN’a içten teşekkür ederim. Tez çalışmalarım sırasında desteklerini esirgemeyen mesai arkadaşlarıma, tüm kurum ve kuruluşlara, tüketicilere, yaşantım boyunca daima olduğu şekliyle, eğitim ve tez çalışma sırasında da yanımda olan kıymetli Annem Şükran GÖKMEN, Babam İsmail GÖKMEN’e ve kardeşim Ozan GÖKMEN’e, tez çalışmam sırasında en büyük destekçim olan eşim, meslektaşım Tankut TÜFENK’e manevi desteklerinden dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Özlem GÖKMEN TÜFENK

Afyonkarahisar

2021



## İÇİNDEKİLER

	SAYFA
<b>TEZ KABUL VE ONAY SAYFASI</b>	<b>ii</b>
<b>BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ</b>	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b>	<b>iv</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>v</b>
<b>ÖNSÖZ</b>	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b>	<b>viii</b>
<b>SİMGELER VE KISALTMALAR</b>	<b>x</b>
<b>ŞEKİLLER</b>	<b>xi</b>
<b>ÇİZELGELER</b>	<b>xii</b>
<b>RESİMLER</b>	<b>xiv</b>
<b>1. GİRİŞ</b>	<b>1</b>
1.1. Dünya’da Hayvansal Kaynaklı Gıda üretimi	1
1.2. Dünya’da Hayvansal Kaynaklı Gıda Tüketimi	4
1.3. Türkiye’de Hayvansal Kaynaklı Gıda Üretimi ve Tüketimi	6
1.4. Tüketicilerin Hayvan Refahına Dair Algı ve Tutumu	13
1.5. Tüketicilerin Gıda Tercihlerini Etkileyen Faktörler	15
<b>2. MATERYAL VE YÖNTEM</b>	<b>20</b>
2.1. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algı ve Tutumunun Belirlenmesi	20
2.2. İstatistik Analiz	21
<b>3. BULGULAR</b>	<b>23</b>
3.1. Tüketicilerin Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular	23
3.1.1. Sosyo-Demografik Özellikler	23
3.1.2. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algı ve Tutumunu Etkileyebilecek Özelliklerine ilişkin Bulgular	24
3.2. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algısı	27
3.3. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Tutumu	35

3.4. Tüketicilerin Hayvan Refahı Algı ve Tutumu Arasındaki İlişkiler	40
<b>4. TARTIŞMA</b>	<b>49</b>
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	<b>62</b>
<b>6. KAYNAKLAR</b>	<b>64</b>
<b>7. EKLER</b>	<b>74</b>
7.1. Hayvan Deneyleri Yerel Etik Kurul Kararı	74
<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	<b>75</b>

## SİMGELER VE KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
CLAL	Süt ve Süt Ürünleri Ekonomisi Danışmanlık Firması
ESK	Et ve Süt Kurumu
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tatım örgütü
IDF	Uluslararası Sütçülük Federasyonu
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SGB	Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Strateji Geliştirme Başkanlığı
S.S	Standart sapma
Sx	Standart hata
TAGEM	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TMMOB	Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TÜDAV	Türk Deniz Araştırmaları Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
YUM-BİR	Yumurta Üreticileri Merkez Birliği

## ŞEKİLLER

## SAYFA

Şekil 1.1. Dünya et üretimi bakımından hayvan türlerinin payı (%)	2
Şekil 1.2. Dünya süt üretimi bakımından hayvan türlerinin payı	4
Şekil 1.3. Türkiye’de kişi başı et tüketiminin et türlerine göre dağılımı	10

## ÇİZELGELER

	SAYFA
<b>Çizelge 1.1:</b> Yıllara ve türlere göre dünya süt üretimi (Ton)	3
<b>Çizelge 1.2:</b> Ülkelere göre kişi başı et tüketimleri (kg/kişi)	5
<b>Çizelge 1.3:</b> Türkiye’de büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayısı (Baş)	7
<b>Çizelge 1.4:</b> Türkiye’de yumurta ve piliç eti üretimi	8
<b>Çizelge 1.5:</b> Türkiye’de hayvan türlerine göre süt verimi	12
<b>Çizelge 1.6:</b> Türkiye’de yıllara göre süt ve süt ürünleri üretimi	13
<b>Çizelge 3.1.</b> Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durumuna ilişkin betimsel istatistikler	23
<b>Çizelge 3.2.</b> Araştırmaya katılan tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanının sayısı ile çocuk sahibi olması durumu ve çocuk sayısına ilişkin istatistikler	24
<b>Çizelge 3.3.</b> Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek, aylık gelir ve yaşadığı yerleşim yerine ilişkin betimsel istatistikler	25
<b>Çizelge 3.4.</b> Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahı bilgi düzeyi, gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ve hayvansal gıda tüketimi durumuna ilişkin betimsel istatistikler	26
<b>Çizelge 3.5.</b> Araştırmaya katılan tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalara yönelik talebi ve bu gıdalar için fazla ödemeye gönüllü olma durumuna ilişkin betimsel istatistikler	27
<b>Çizelge 3.6.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "barınak şartları" boyutuna ilişkin betimsel istatistikler	30
<b>Çizelge 3.7.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "beslenme şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler	31
<b>Çizelge 3.8.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "personel şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler	32
<b>Çizelge 3.9.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "Sağlık şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler	33
<b>Çizelge 3.10.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "Diğer Şartlar", boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler	34
<b>Çizelge 3.11.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin "Bilişsel boyutuna" ilişkin tanıtıcı istatistikler	37
<b>Çizelge 3.12.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin “Duyuşsal boyutuna” ilişkin betimsel istatistikler	38

<b>Çizelge 3.13.</b> Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin “Davranışsal Boyutuna” ilişkin betimsel istatistikler	39
<b>Çizelge 3.14.</b> Araştırmada uygulanan hayvan refahı algı ve tutum ölçekleri ile bu ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları, aritmetik ortalama ve standart hata değerlerine ilişkin sonuçlar	40
<b>Çizelge 3.15.</b> Tüketicilerin cinsiyeti, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	41
<b>Çizelge 3.16.</b> Tüketicilerin eğitim düzeyi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	42
<b>Çizelge 3.17.</b> Tüketicilerin yaşı, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	42
<b>Çizelge 3.18.</b> Tüketicilerin medeni durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	43
<b>Çizelge 3.19.</b> Tüketicilerin mesleği, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	43
<b>Çizelge 3.20.</b> Tüketicilerin aylık gelirleri ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	44
<b>Çizelge 3.21.</b> Tüketicilerin yaşadığı yerleşim birimi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki	44
<b>Çizelge 3.22.</b> Tüketicilerin çocuk sahibi olma durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki	45
<b>Çizelge 3.23.</b> Tüketicilerin hayvan refahı konusundaki bilgisi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki	45
<b>Çizelge 3.24.</b> Tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalar için fazla ödemeye gönüllü olması ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	46
<b>Çizelge 3.25.</b> Tüketicilerin gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	47
<b>Çizelge 3.26.</b> Tüketicilerin hayvansal gıda tüketimi durumuna ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	47
<b>Çizelge 3.27.</b> Tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanı sayısı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler	48

## RESİMLER

### SAYFA

**Resim 2.1.** Tüketicilere algı ve tutum ölçeğinin uygulanışı

22

## 1. GİRİŞ

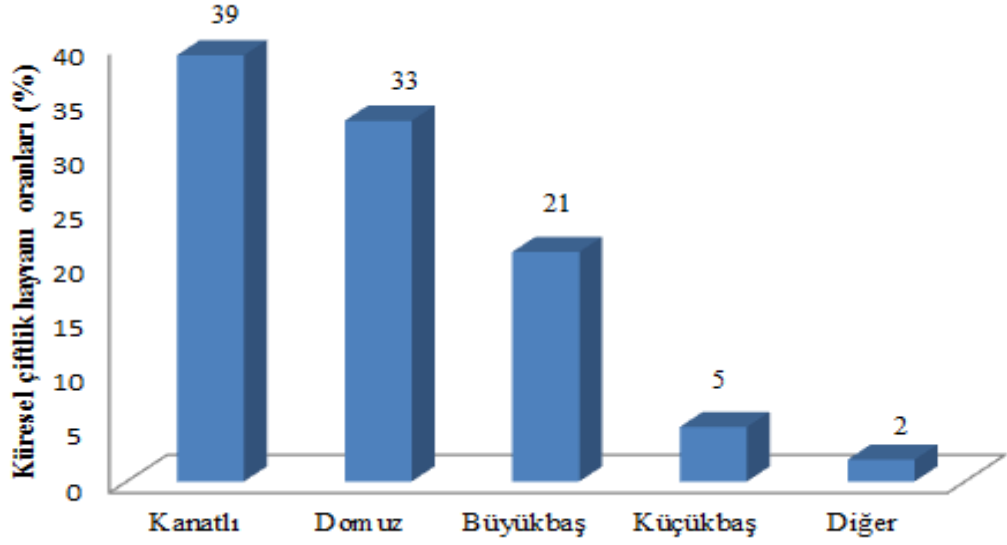
### 1.1. Dünya’da Hayvansal Kaynaklı Gıda Üretimi

Omurgalı yüksek yapılı tüm canlıların yaşamları ve gelişmeleri yüksek düzeyli beslenmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu sınıfın en üstün canlıları olan insanlarda beden ve beyin gelişimi ile sağlıklı olma hali için tüm besin unsurlarını yeterli ve dengeli şekilde içeren besinler ile beslenmek hayati önem taşımaktadır. Özellikle günlük diyetlerde en önemli besin grubunu oluşturan proteinler süt, et, balık ve yumurta gibi önemli hayvansal gıdalardan sağlanmaktadır (Çolakoğlu vd., 2006).

Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü’nce hazırlanan 2019 Sektör Değerlendirme Raporuna göre, Dünyada hayvan popülasyonunun büyüklüğüne ilişkin yıllar üzerinden yapılan değerlendirmeye göre, en fazla artışın tavuk sayısında gerçekleşmiş olduğu görülmektedir. Son 30 yıllık dönemde, tavuk sayısındaki artışın % 142, küçükbaş sayısındaki artışın % 26, büyükbaş hayvan sayısındaki artışın % 17 düzeyinde olduğu bildirilmiştir. Hayvan istatistikleri göre ise, 2018 yılı itibariyle manda sayısı 207 milyon baş, koyun sayısı 1 milyar 209 milyon baş ve keçi sayısı ise 978 milyon baş şeklindedir (ESK,2019).

Küresel et üretiminin temin edildiği çiftlik hayvanı türlerinin oransal dağılımına göre kırmızı et üretiminin payı % 61 ve kanatlı etinin payı %39 olarak bildirilmiştir. En son 2019 yılı itibariyle küresel et üretimi miktarı 335,2 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Özellikle Çin ve Doğu Asya’da görülen domuz gribi pandemisinin domuz popülasyonunu etkilemesi nedeniyle küresel kırmızı et üretiminde düşüş meydana gelmiştir (ESK, 2019). Dünya toplam süt üretimi 2018 yılında 843 milyon ton olarak bildirilmiştir (Ulusal Süt Konseyi 2018). Kanatlı istatistiklerine göre, 2017 yılında Dünya tavuk yumurtası üretimi 80 milyon ton (SGB, 2020a) ve tavuk eti üretimi 109 milyon ton (SGB, 2020b) olarak gerçekleşmiştir.





Kaynak: FAO, 2019

**Şekil 1.1.** Dünya et üretimi bakımından hayvan türlerinin payı (%)

Dünya et üretimi bakımından hayvan türlerinin payı Şekil 1.1.'de gösterilmiştir. Toplam kırmızı et üretimi için kullanılan çiftlik hayvanı türlerinin oransal dağılımına göre, en büyük pay domuz iken, bunu büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar izlemiştir (sırasıyla %56,0; 36,0; 8,0). Et ticareti istatistiklerinde de benzer bir dağılım görülmektedir ve küresel et ticaretinde en büyük pay kanatlı etine ait iken bunu domuz eti, büyükbaş hayvan eti ve küçükbaş hayvan eti izlemiştir (%38,86; 25,61; 31,95% 2,89). Balık üretimindeki tablo ise, üretilen balığın %46'sının kültür balıkçılığında ve %54'ünün balık avcılığında sağlandığını göstermektedir. Dünya balık eti üretimi, 2017 yılı verilerine göre 172,6 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Ticaret hacmi açısından değerlendirildiğinde 2019 yılında Dünya'da 35,3 milyon ton ticaret hacmi belirlenmiştir. Bu ticaretin 13,7 milyon tonu kanatlı, 11,3 milyon tonu sığır, 9 milyon tonu domuz ve 1 milyon tonu ise küçükbaştan elde edilmektedir. (ESK,2019).

Dünya süt üretimi yıllara ve türlere göre Çizelge 1.1'de sunulmuştur. Küresel süt üretiminde en büyük payın inek sütü olduğu görülmektedir. Çizelgedeki rakamlara göre, 2015-2018 yılları arasında toplam süt üretimindeki artış oranı %4.90 olmuştur. Hayvan türlerine göre süt üretimindeki artış oranları ise inek sütü için %3,19, koyun

sütü için %3,37, keçi sütü için %5,97, manda sütü için %13,95 ve deve sütü için %10,10 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre, son beş yılda, inek ve koyun sütü üretimindeki artış oranına göre, keçi, manda ve deve sütü üretimlerindeki artış oranı daha yüksek olarak gerçekleşmiştir (TAGEM, 2018; Ulusal Süt Konseyi, 2019). Bu artışlar özellikle 2000-2016 yılları arasında modern yoğun hayvan yetiştiriciliğinde gerçekleşen hayvan ve çevre ıslahının sonucu olarak meydana gelmiştir (TAGEM (2018).

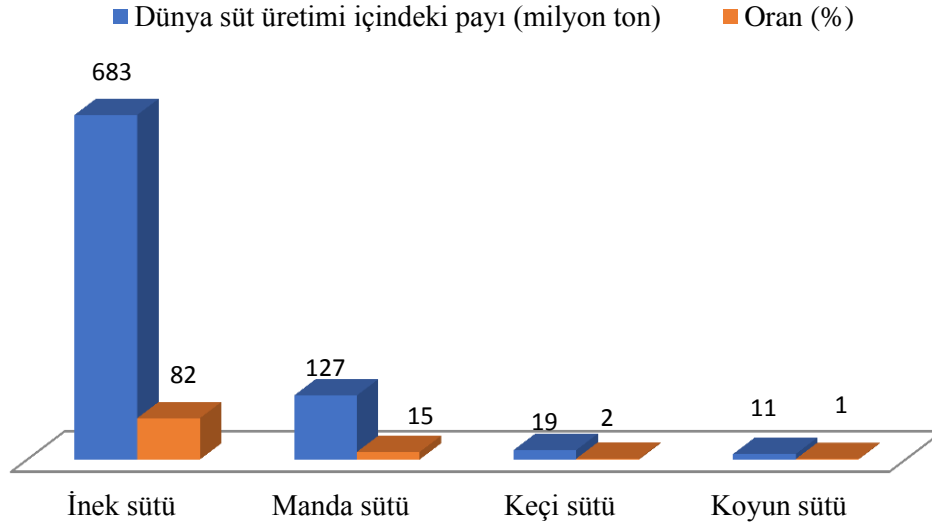
**Çizelge 1.1:** Yıllara ve türlere göre dünya süt üretimi (Ton)

Yıllar	İnek sütü	Koyun Sütü	Keçi Sütü	Manda Sütü	Deve Sütü	Toplam
2015	661 430 554	10 277 845	17 595 201	109 570 176	2 820 161	801 693 937
2016	665 596 536	10 539 619	18 153 698	115 204 379	2 799 279	812 293 511
2017	677 670 685	10 876 334	18 835 764	121 018 491	2 915 896	831 317 170
2018	683 217 055	10 631 057	18 712 088	127 338 184	3 137 071	843 035 455

FAO ve Ulusal Süt Konseyi (2019)

Küresel süt üretimi 2018 yılı verilerine göre Dünya yıllık süt üretimi ortalaması 2.577 kg/yıl olup, en yüksek süt üretiminin gerçekleştiği ülkeler İsrail, ABD ve Danimarka olarak (13.412, 10.463 ve 9.895 kg/baş) görülmektedir. Küresel süt üretimi 2018 yılı verilerine göre Dünya yıllık süt üretimi ortalaması 2.577 kg/yıl olup, hayvan başına en yüksek süt üretiminin gerçekleştiği ülkeler İsrail, ABD ve Danimarka olarak (13.412, 10.463 ve 9.895 kg/baş) görülmektedir. 2017 yılı ile karşılaştırıldığında, FAO'nun 2018 yılı verilerine göre, toplam dünya süt üretiminin %1.4 oranında arttığı ve 840 milyon tona ulaştığı bildirilmiştir (ESK,2019).

Dünya süt üretimi içinde inek, manda, koyun ve keçi sütünün payları Şekil 1.2'de gösterilmiştir. En yüksek payı inek sütü alırken, bunu manda, keçi ve koyun sütü üretimi izlemiştir. İnek, manda, koyun ve keçi sütünü dikkate alarak, dünya süt üretiminin en yüksek olduğu ülkeler olan Hindistan (%22,4), Avrupa Birliği (%20,0) ve ABD (%11,8) küresel süt üretiminin neredeyse yarısını üretmektedir (ESK, 2009).



Kaynak: FAO, 2019, ESK, 2009

**Şekil 1.2.** Dünya süt üretimi bakımından hayvan türlerinin payı

## 1.2. Dünya’da Hayvansal Kaynaklı Gıda Tüketimi

Hayvancılığın geçim kaynağı olarak yaygın ve bazı bölgelerde zorunlu yapılması sonucunda insan beslenmesinde kırmızı ete olan talebi arttırmaktadır (Karakuş vd., 2008; Hatırlı vd., 2007; İnci vd., 2014). Bununla birlikte hayvan yetiştiriciliğindeki ekonomik problemler (besleme, barınak, vb.) (Karlı ve Bilgiç, 2007) ile kırmızı etin fazla tüketilmesi ve yaşam biçimindeki farklılıklardan kaynaklanan halk sağlığı problemleri, kalp ve damar hastalıklarında artış meydana gelmesi ve piyasa koşulları gibi nedenler ile son yıllarda kırmızı ete olan talepte düşüş ve kanatlı ve balık etinde de artış meydana geldiği görülmüştür (Şahinli ve Fidan, 2012; Yaylak vd., 2010; Şen vd., 2008).

Küresel olarak, ortalama kişi başı et tüketimi değerlerine gelince, OECD ve FAO istatistiklerine göre 2019 yılında 34,7 kg olarak gerçekleşmiştir. Ünelere göre kişi başı et tüketimi Çizelge 1.2’de sunulmuştur (ESK,2019).

**Çizelge 1.2:** - Ülkelere göre kişi başı et tüketimleri (kg/kişi)

Ülke	Sığır	Domuz	Kanath	Koyun	Genel
ABD	26,7	23,3	50,1	0,4	100,5
Avustralya	18,3	22,3	44,8	7,2	92,6
Arjantin	39,7	11,1	38,2	1	90
İsrail	20,3	1,4	65,1	1,6	88,4
Brezilya	24,6	12,3	40,3	0,5	77,7
Şili	18,9	19,3	36,8	0,4	75,4
Yeni Zelanda	11,8	18,9	39,6	4,6	74,9
Kanada	17,6	15,7	33,9	0,9	68,1
AB-28	10,3	28,1	24,9	1,6	64,9
Rusya	10,3	20,1	31,7	1,4	63,5
Kore	11	30,8	18,2	0,3	60,3
Güney Afrika	12,4	3,4	34	2,6	52,4
Meksika	8,8	13,4	29,2	0,5	51,9
Çin	3,8	29,3	12,1	3,2	48,4
Suudi Arabistan	4	0,5	32,4	3,8	40,7
Japonya	7,4	16,2	17	0,2	40,8
Ukrayna	5	12,5	22,3	0,3	40,1
Dünya	6,4	12	14,3	1,7	34,4
İran	5,3	0	22,9	4	32,2
Filipinler	3,1	14,7	13,5	0,5	31,8
Mısır	8,2	0	12,1	1,1	21,4
Pakistan	6,4	0	6	2,1	14,5
Endonezya	2	1	7,6	0,4	11
Hindistan	0,5	0,2	2,5	0,5	3,7

Kaynak: OECD-FAO

Sığır eti tüketimi 39,7 kg/kişi ile en fazla Arjantin’de iken bunu 26,7 kg/kişi ile ABD izlemiştir. Kişi başı sığır et tüketimi en düşük olan ülkeler Endonezya, Filipinler ve Çin (2; 3,1; 3.8 kg/kişi) olmuştur. Kore, Çin ve Avrupa Birliği’nde domuz eti en fazla tüketilmiştir (30,8; 29,3; 28,1 kg/kişi). Kanath eti tüketimi ise, en fazla İsrail, ABD ve Avusturya’da belirlenmiştir (65,1; 50,1; 44,8 kg/kişi). Koyun eti genel olarak diğer etlere göre daha düşük miktarda tüketilmiş olup, en fazla koyun eti tüketimi 7,2 kg/kişi ile Avusturya’da gerçekleşmiştir. Genel olarak en fazla kişi başı et tüketimi ABD, Avusturya ve Arjantin’de (100,5; 92,6; 90.0 kg/kişi) iken en düşük

et tüketimi belirlenen ülkeler Hindistan, Endonezya ve Pakistan olmuştur (3,7; 11,0; 14,5 kg/kişi) (ESK,2019).

Uluslararası Sütçülük Federasyonu (IDF)'nin verilerine göre, 2018 yılı kişi başı süt tüketimi 113,7 kg/kişi olarak bildirilmiştir. Süt ve Süt Ürünleri Ekonomisi Danışmanlığı (CLAL)'in bildirimlerine göre ise, 2018 yılında kişi başı süt tüketimi en yüksek olduğu ülkeler Belarus (111,08 kg), Ukrayna (109,89 kg), Yeni Zelanda (105,42 kg) ve Avusturya (105,23 kg) iken en düşük kişi başı süt tüketiminin olduğu ülkeler ise Filipinler (0,9 kg), Çin (8,9 kg), Güney Kore (30,6 kg), Japonya (31,41 kg) ve Meksika (33,15 kg) olmuştur (ESK,2019). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü'nün Ulusal Süt Konseyi'nin 2018 yılı Süt Raporu, Dünya ve Türkiye'de Süt Sektör İstatistiklerine dayandırarak Dünya insan nüfusunun artışına paralel olarak 2025 yılında kişi başı süt tüketiminin 13 kg artacağı(127 kg) tahmini yapmıştır ( SGB, 2019).

### **1.3. Türkiye'de Hayvansal Kaynaklı Gıda Üretimi ve Tüketimi**

Türkiye'de yıllara göre büyükbaş ve küçükbaş hayvan istatistikleri Çizelge 1.3'de verilmiştir. Sığır sayısının 2004 yılına kadar arttığı, 2004-2009 yılları arasında görülen düşük artış hızının 2011 yılında giderek artış sergilediği ve 2019 yılı itibariyle 17.688.139 baş değerine ulaştığı görülmektedir. Manda sayısının ise 2013 yılına kadar kademeli bir düşüş sergilediği ancak 2014 yılından sonra artarak 2019 yılında 184.192 baş düzeyine çıktığı anlaşılmaktadır. Koyun ve keçi sayısının da 2002 ile 2010 yılları arasında fazla artış sergilemediği ancak 2011 yılından sonra giderek arttığı görülmektedir ve 2019 yılında koyun ve keçi sayısı 37.276.050 baş ve 12.350.811 baş değerlerine ulaşmıştır Anonim, 2020).

Türkiye'de yumurta ve piliç eti üretimine ilişkin istatistikler Çizelge 1.4'de sunulmuştur (Anonim (2020)). Yumurta üretimi 2002 ile 2006 yılları arasında önemli bir artış sergilemez iken 2007 yılında başlayan artışların yıllar içinde giderek arttığı ve 2019 yılında 19.898 milyon adet değerine ulaşmış olduğu görülmektedir. Piliç eti üretiminin ise 2002 ile 2007 yılları arasında artarak 1 milyon ton eşiğini aştığı, bu artışın yıllar içinde devam ederek 2017 yılında 2 milyon ton değerini de aşarak 2019 yılında 2.138.451 ton seviyesine ulaştığı anlaşılmaktadır (Anonim, 2020). Coşkun ve

Çevik (2020)'in 2018 yılı TÜİK verilerine göre yaptığı değerlendirmede, toplam kümes hayvanı eti üretiminin %97,6 lık payının tavuk eti olduğu, %2,4' nün ise hindi eti olduğu bildirilmiştir. Yetiştirme tekniğindeki farklılıklar ve tüketici tutumu nedeniyle daha az miktarlarda üretilen ve bu nedenle sektörel sıralamada daha geride kalan kaz ve ördek üretimi Türkiye'nin Kuzeydoğu ve Orta Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmıştır (TAGEM, 2018).

**Çizelge 1.3:** Türkiye’de büyükbaş ve küçükbaş hayvan sayısı (Baş)

Yıl	Sığır	Manda	Koyun	Keçi
2002	9.803.498	121.077	25.173.706	6.780.094
2003	9.788.102	113.356	25.431.539	6.771.675
2004	10.069.946	103.900	25.201.155	6.609.937
2005	10.526.440	104.965	25.304.325	6.517.464
2006	10.871.364	100.516	25.616.912	6.643.294
2007	11.036.753	84.705	25.475.293	6.286.358
2008	10.859.942	86.297	23.974.591	5.593.561
2009	10.723.958	87.207	21.749.508	5.128.285
2010	11.369.800	84.726	23.089.691	6.293.233
2011	12.386.337	97.632	25.031.565	7.277.953
2012	13.914.912	107.435	27.425.233	8.357.286
2013	14.415.257	117.591	29.284.247	9.225.548
2014	14.223.109	122.114	31.140.244	10.344.936
2015	13.994.071	133.766	31.507.934	10.416.166
2016	14.080.155	142.073	30.983.933	10.345.299
2017	15.943.586	161.439	33.677.636	10.634.672
2018	17.042.506	178.397	35.194.972	10.922.427
2019	17.688.139	184.192	37.276.050	12.350.811

Anonim (2020)

**Çizelge 1.4:** Türkiye’de yumurta ve piliç eti üretimi

Yıl	Yumurta üretimi (Milyon adet)	Piliç eti üretimi (Ton)
2002	11.555	696.187
2003	12.667	872.419
2004	11.056	876.774
2005	12.052	936.697
2006	11.734	917.659
2007	12.725	1.068.454
2008	13.191	1.087.682
2009	13.833	1.293.315
2010	11.841	1.444.059
2011	12.955	1.613.309
2012	14.911	1.723.919
2013	16.497	1.758.363
2014	17.145	1.894.669
2015	16.726	1.909.276
2016	18.098	1.879.018
2017	19.281	2.136.734
2018	19.643	2.156.671
2019	19.898	2.138.451

Anonim (2020)

Coşkun ve Çevik (2020)’in TÜİK verilerine dayandırdığı çalışmasında, 2010 yılında Türkiye’de kırmızı et üretiminin (781 bin ton) giderek arttığı ve 2017 yılında 1 milyon 127 bin ton değerine ulaştığı kaydedilmiştir. TÜİK Ekim-Aralık 2019 verilerine göre ise bu değer %7,4’lik bir artış sergileyerek 1 milyon 201 bin 469 ton değerine ulaşmıştır (TÜİK, 2019).

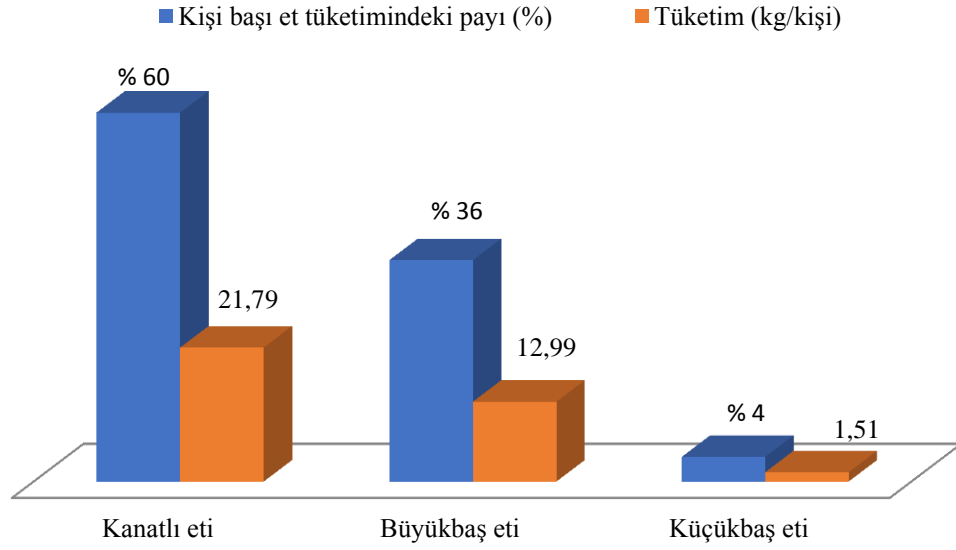
Diğer önemli bir üretim kolu olan balıkçılık ile ilgili TÜİK 2018 yılı verilerine göre, toplam su ürünleri üretim değerlerinin dalgalı bir seyir gösterdiği, 2007, 2014 ve 2017 yıllarında sırasıyla 772 bin ton; 537 bin ton ve 631 bin ton değerlerini sergilediği bildirilmiştir (Coşkun ve Çevik 2020).

Türkiye’de iç pazarda üretilen et miktarının arttırılması amacıyla yapılan uygulamalarda son yıllarda çok ciddi yenilikler ve gelişmeler olmasına rağmen canlı hayvan ve karkasın ithalatı da devam etmiştir. Hayvan ıslahı alanındaki çalışmalarının yeterli olamaması, ihtiyacı karşılayabilecek kadar kaliteli kaba yem ve kesif yem ham maddesi üretiminden dolayı 2007-2010 yılları arasında çiftlik hayvanları sayısında önemli miktarlarda düşüş görüldüğü bildirilmiştir (Saygın ve Demirbaş, 2017).

Dengeli bir beslenmede proteinin rolü çok önemlidir. Tarih boyunca görülmüştür ki iyi beslenen ülkeler gelişmiş, iyi beslenemeyen ülkeler ise geri kalmıştır (Aksoy, 1984). İnsan beslenmesinde zengin ve dengeli içeriği ile hayvansal kaynaklı gıdalardan günlük olarak tüketilmesi gereklidir (Çelebi ve Karaca, 2006; Beyter, 2020, Sevinç ve Ercoşkun, 2020). Türkiye’de, kırmızı et, tavuk eti ve balık eti sağlıklı gıda tüketiminde ve hayvansal kaynaklı protein ihtiyacının karşılanmasında önemi büyüktür (Saygın ve Demirbaş, 2017).

Et ve Süt Kurumu’nun Sektör Raporu’nda yapılan hesaplama göre, 2019 yılı kişi başı toplam et tüketimi ortalaması 36,30 kg bulunmuştur. Bunun kanatlı eti, büyükbaş eti ve küçükbaş eti olarak dağılımı oran ve miktar olarak Şekil 3.1’de gösterilmiştir (ESK, 2019). Kişi başı et tüketiminde en fazla tüketilen etlerin kanatlı eti, büyükbaş hayvan eti ve küçükbaş hayvan eti olduğu görülmektedir. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü’nün Dana Eti Raporuna göre, Türkiye’de dana eti tüketimi kişi başı 12,99 kg olarak bildirilmiştir (SGB, 2020d). Ancak hindi, kaz ve ördek gibi diğer kanatlı türlerinin etinin tüketim istatistiklerinin ise düşük olduğu görülmektedir. Türkiye’de kişi başına yumurta tüketimi 2017-2018 yılları arasında 214 ve 224 adet (YUM-BİR, 2018; SGB 2020a) olarak bildirilmiş ve 2019 yılında ise 191 adet olarak bildirilmiştir (SGB 2020c; SGB 2020e).





**Şekil 1.3.** Türkiye’de kişi başı et tüketiminin et türlerine göre dağılımı

Türkiye, coğrafi açıdan deniz ve akarsular tarafından çevrili, su kaynaklarınca zengin topraklara sahip olması, su ürünlerinin çeşitliliği ve çok farklı balık popülasyonuna ev sahipliği yapmasına karşın, ülkemizde deniz canlılarına olan talep sosyo-ekonomik nedenlerden dolayı genellikle azdır. Proteince zengin olan balık, deniz kıyısı şehirleri dışında ülkemizde düşük oranda tercih edilmemektedir. Türkiye’de su ürünleri tüketimi yıllık kişi başı 8 kg olarak saptanmış olup dünya ortalamasının çok altında olması, yapılan araştırmaların önem kazanmasına sebep olmuştur (Dağtekin ve Ak, 2007). Türk Deniz Araştırma Vakfı’nın yapmış olduğu araştırmada, ülkemizde balık tüketimi kişi başı ortalama 7,6 kg/yıl olup dünya ortalamasından daha alt seviyelerde yer almaktadır. Kişi başı balık tüketimini coğrafik bölgelere göre değerlendirdiğimizde en yüksek tüketimin Karadeniz bölgesinde (25 kg) gerçekleştiği anlaşılmaktadır. İller bazında ise en yüksek tüketim yıllık kişi başı ortalama olarak İstanbul, Ankara ve İzmir’de en fazla (16 kg) olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın diğer bölgelerde bu değer daha düşük olduğu ve Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde tüketim değerinin 0,5 kg/kişi düzeyine kadar düştüğü bildirilmiştir (TÜDAV, 2018). Tolon ve Elbek (2016) İzmir, Adana ve Ankara illerinde yaşayan tüketiciler ile yaptıkları çalışmada katılımcıların sadece %42’sinin haftada bir kez veya daha fazla balık tükettiklerini belirlemişlerdir. Ayrıca araştırma bulguları katılımcıların balık tüketim tutumlarının su ürünlerine

ilişkin damak tadı ve alışkanlıklar, bilgi yetersizliği, fiyat ve kolay temin edilebilirlik gibi faktörlerden olumsuz etkilendiğini ancak su ürünlerinin sağlık üzerine olumlu etkisine ilişkin düşüncelerinin ise olumlu etkilediğini bildirmiştir.

Türkiye’de hayvan türlerine göre süt üretimi Çizelge 1.5 de verilmiştir. İnek, manda, koyun ve keçi sütü ile oluşan Türkiye süt üretiminin yıllar içinde % 63,38 oranında arttığı görülmektedir. Bu artış 2002 ile 2018 yılları arasında, inek sütünde % 63,96, manda sütünde %54,55, koyun sütünde %62,69 ve keçi sütünde %32,77 olarak hesaplanmıştır. Türkiye’de, hayvan başına süt verimi değerleri incelendiğinde, bu değer süt ineği için 3.142 kg/baş, koyun için 77 kg/baş, keçi için 106 kg/baş ve manda için 998 kg/baş olarak hesaplanmıştır (ESK,2019).

Türkiye’de yıllara göre süt ve süt ürünleri üretimi istatistikleri Çizelge 1.6’da sunulmuştur. Çizelgeye göre, son beş yılda toplanan inek sütü miktarının %6 oranında arttığı anlaşılmaktadır. Yıllar içindeki süt ve süt ürünleri üretiminin 2018 yılına kadar artış sergilediği ancak 2019 yılında bir miktar düşüş meydana geldiği görülmektedir (ESK, 2019).

Türkiye’de kişi başı süt tüketimi 2017 yılında 40,7 kg/kişi olarak tahmin edilmiştir (hayvan beslemede kullanılan süt miktarı hariç) (Ulusal Süt Konseyi, 2018). Erdal ve Tokgöz (2011) Erzincan’da yaptıkları araştırmada aile başına süt tüketimini 59,52 litre olarak hesaplamış ve özellikle açık süt tercihinin alışkanlığa bağlı olduğunu belirlemiştir. Tüketicilerin açık süt veya işlenmiş paketli sütü tercihinin eğitim, cinsiyet, yaş ve gelir durumu gibi sosyo-demografik özelliklerin etkilediğini bildirmiştir. Karakaya ve Akbay (2013) benzer bir araştırmayı İstanbul ilinde yürütmüş, katılımcı ailelerin açık süt ve pastörize süt tüketiminin aile gelirinin yaklaşık %20’sini oluşturduğunu bildirmiştir. Örmeci Kart ve Demircan (2014)’in FAO verilerinden yararlanarak yaptıkları değerlendirmeye göre, Türkiye'nin süt ve süt ürünlerinde kendi ihtiyacını karşılayabildiğini kaydetmiştir. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası’nın 2018 yılı süt raporuna göre, kayıt dışı süt oranının önemli olduğu ve 2018 yılı peynir tüketiminin 18,4 kg/kişi, yoğurt tüketiminin 30,6 kg/kişi ve tereyağı tüketiminin 1,78 kg/kişi olduğunu bildirilmiştir (TMMOB (2020)).

**Çizelge 1.5:** Türkiye’de hayvan türlerine göre süt verimi

<b>Yıl</b>	<b>Sığır</b>	<b>Manda</b>	<b>Koyun</b>	<b>Keçi</b>	<b>Toplam</b>
2002	7.490.634	657.388	209.621	50.921	8.408.568
2003	9.514.138	769.959	278.136	48.778	10.611.011
2004	9.609.326	771.715	259.087	39.279	10.679.407
2005	10.026.202	789.878	253.759	38.058	11.107.897
2006	10.867.302	794.681	253.759	36.358	11.952.100
2007	11.279.340	782.587	237.487	30.375	12.329.789
2008	11.255.176	746.872	209.570	31.422	12.243.040
2009	11.583.313	734.219	192.210	32.443	12.542.186
2010	12.418.544	816.832	272.811	35.487	13.543.674
2011	13.802.428	892.822	320.588	40.372	15.056.211
2012	15.977.838	1.007.007	369.426	46.989	17.401.262
2013	16.655.009	1.101.013	415.743	51.947	18.223.712
2014	16.998.850	1.113.937	463.270	54.803	18.630.859
2015	16.933.520	1.177.228	481.174	62.751	18.654.682
2016	16.786.263	1.160.413	479.401	63.085	18.489.161
2017	18.762.319	1.344.779	523.395	69.401	20.699.894
2018	20.036.877	1.446.271	561.826	75.742	22.120.716
2019	20.782.374	1.521.455	577.209	70.341	22.960.379

Anonim (2020)

**Çizelge 1.6:** Türkiye’de yıllara göre süt ve süt ürünleri üretimi

Ürün	2015	2016	2017	2018	2019
Toplanan İnek Sütü	8.937.141	9.213.189	9.111.663	10.034.219	9.506.026
İçme Sütü	1.378.600	1.444.980	1.548.880	1.660.664	1.468.616
Yoğurt	1.123.017	1.173.578	1.172.194	1.198.796	1.136.043
İnek Peyniri	637,643	638,397	662,151	722,713	671,497
Ayran	626,831	684,526	717,334	730,709	698,33
Yağsız Süt Tozu	66,159	78,231	87,732	63,237	66,513
Tereyağı	51,83	57,609	59,449	65,856	73,656
Yağlı Süt Tozu	46,351	45,966	45,238	46,255	34,508
Kaymak	32,098	31,846	32,904	32,938	39,018
Diğer Peynir	28,298	22,579	27,758	33,395	28,106
Krema	12,067	14,32	34,665	21,434	27,032

Kaynak:Tüik, ESK, 2019

#### **1.4. Tüketicilerin Hayvan Refahına Dair Algı ve Tutumu**

Hayvan refahı, hayvanların yaşam standartlarının iyileştirilmesinin yanında ‘çiftlikten çatala’ güvenli gıda elde edilmesi ve bu kapsamda üretilen gıdaları tercih eden tüketicileri sağlığı ve gıda endüstrisindeki üreticilerin kazancı ile entegre bir konudur (Knight vd.,1998, Hemsworth ve Coleman 1998; Dereli Fidan, 2012). Eryılmaz ve Kılıç (2020) gıda güvenliğinin öneminin arttığını ve özellikle gelişmiş ülkelerde son dönemde bu konuda önemli atılımların yaşandığını kaydetmiştir. Avrupa Birliğine tam üyelik sürecinde olan ve mevzuat uyumu çalışmaları yürütülen Türkiye’de gıda güvenliğine ilişkin toplum bilincinin henüz yetersiz olduğunu bildirmiştir. Eryılmaz ve Kılıç (2020)’ göre Avrupa Birliği toplumunun yapısından farklı olarak Türkiye’de gelir ve eğitim düzeyi yüksek olan kişilerin gıda güvenliği farkındalığı daha yüksektir.

Hayvan refahı terimi hayvanların çevrelerindeki değişime uyum sağlayabilme durumunu ifade etmektedir (Broom, 1991). Hayvanların çevrelerine uyum sağlamada güçlük çekmesi veya uyum sağlayamaması ve çevre ile etkileşimini kontrol edememesi durumunda hayvan refahı düşer. Ayrıca düşük refah koşullarında yaşam süresinde azalma, büyüme ve verimlerde düşüş, bağışıklık sistemde baskılanma ve hastalıklarda artış, adrenal aktivite ve tükenmişlik görülür (Hughes ve Duncan, 1988; Broom, 1991; Duncan, 2006). Fraser (2003) hayvan refahının bilimsel tanımının hayvanların biyolojik faaliyetlerinin çevre ile tam bir uyumu gösteren denge halinde olması, negatif duyguların olmaması yanında pozitif duygu durumun da yer alması ve kendi türüne göre doğal bir çevrede bulunmasını birlikte kapsaması gerektiğini bildirmiştir. Günümüzde hayvan refahı sürdürülebilir tarım uygulamaları için temel bir kriter olup, gıda ürünleri için küresel bir kalite parametresi haline gelmektedir (Bozkurt, 2016). Altınçekiç ve Koyuncu (2012) hayvanların etkileşim halinde oldukları çevrede meydana gelen değişimler veya çevrede bulunan faktörlerin etkisi ile hayvanlarda fizyolojik denge hali olan homeostasisin bozulması durumunda hayvanlarda stres oluştuğunu bildirmiştir.

Yönetimsel alanda yaşanan eksiklikler, hastalıklar, yanlış besleme, kalitesiz hammadde kullanımı, olumsuz bakım koşulları ve bunun sonucunda ortaya çıkan davranışlara kısıtlanma ve anormal davranışlar hayvan refahını olumsuz etkilerken elde edilen ürünün miktar ve kalitesinde de kayıplar meydana gelmektedir (Knight vd.,1998, Duncan, 1990; Hemsworth ve Coleman 1998).

Kılıç vd., (2013) Afyonkarahisar İl'i koyunculuk işletmelerinde görev yapan çalışanların hayvan refahını etkileyen faktörlere ilişkin algıları üzerine yapmış oldukları çalışmaları sonucunda hayvan refahı algısı seviyesini belirleyici unsurlardan birinin insan olduğunu belirlemiştir. Personelin mutluluğu ve işlerini severek yapmasının hayvanlarda verim ve refahı artıracak sonucuna ulaşmışlardır. Bu yüzden kaliteli ve güvenli gıda ihtiyacının karşılanabilmesi için refah düzeyi yüksek hayvanlar yetiştirilmelidir ve gıda endüstrisinde verimli son teknoloji ürünlerinin elde edilebilmesi ancak insan ve hayvan arasındaki uyum ve pozitif etkileşim ile mümkün olacaktır (Köhler ve Wildner, 1998; Duncan, 2002; Kehlbacher vd., 2012; Bozkurt vd., 2013; Bozkurt vd., 2017).

Gıda tüketim tercihleri incelendiğinde yeşil tüketim, vejeteryanlık ve vegan tipi beslenme yönünde tüketici tercihlerinin de artış olduğu görülmektedir. Çevre kirliliği ve tahribatı ile hayvanların korunmasına yönelik etik tutumların bu durumu oluşturan en önemli nedenler olduğu görülmektedir (Malek, 2016; Karaboğa, 2016; Ginsberg, 2017, Pehlivan, 2017). Akkan ve Bozyiğit (2020) özellikle son yıllarda sağlık ve etik temellere daha fazla önem verildiğini ve hayvan refahı farkındalığının da arttığını kaydetmişlerdir. Bu tüketici yaklaşımı ile bir niş pazar olan vegan pazarına da ilginin arttığını bildirmiş, bu tüketicilerin gıda pazarlarından önemli ölçüde ürün satın aldığını, gıda ürünlerinin içeriğini incelediklerini, vegan ürünlerin sağlıklı ve kaliteli olmasına özen gösterdiklerini bildirmişlerdir.

Güneş vd., (2014) İstanbul'daki tüketicilerin gıda etiketlerini inceleme tutumu üzerine yaptıkları araştırmada, katılımcı tüketicilerin %56'sının etiket okuma alışkanlığı bulunduğunu, özellikle eğitim seviyesi ile etiket inceleme davranışı arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu kaydetmişlerdir. Etiket bilgilerine güvenin düşük olduğu belirlenen araştırmada, özellikle etiket üzerinde gıda ürünü için bildirilen üretim ve son tüketim tarihinin incelendiğini, etiket üzerindeki bilgilerin sağlık üzerine etkilerine ilişkin bilgilerin artmasını talep ettiklerini ve etiketlerin daha fazla kullanıcı dostu olarak hazırlanmasını talep ettikleri belirlenmiştir.

### **1.5. Tüketicilerin Gıda Tercihlerini Etkileyen Faktörler**

Tüketiciler çok çeşitli gıda maddeleri arasında her gün tercih yapmaktadır (Topuzoğlu vd., 2007; Dölekoğlu ve Çelik, 2018; Özdemir ve Duran, 2010; Taşdan vd., 2014). Madenci vd., (2019) Konya 'da basit tesadüfi örnekleme ile belirlenen bir grup tüketici ile yaptıkları araştırmada tüketici talep yapısının gıda kalitesi, gıda güvenliği, hayvanların yetiştirilme ve kesim şekillerinden etkilendiğini bildirmiştir. Bu kapdamda, Dölekoğlu ve Çelik (2018) Adana'da yaşayan Y kuşağından tüketicilerin tüketici davranışlarının etkilerinin ortaya konulabilmesi için daha fazla araştırma yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Son yıllarda gıda üretim sistemlerine ilgili artmış olduğu ve özellikle sağlık problemlerine ilişkin kaygısına bağlı olarak tüketim davranışlarının da etkilendiği görülmektedir (Taşdan vd.,2014; Onurlubaş ve Gürler, 2016). Onurlubaş ve Gürler

(2016) gıda tüketicilerin önemli bir bölümünün (%68.6) gıda güvenliği hakkında farkındalık sahibi olduğunu bildirmiştir.

Gıda sektörü gelişen ve hızla teknolojinin de uygulandığı bir alandır (Saygın ve Demirbaş, 2017; Bircan vd., 2017; Bozkurt, 2017). Bu nedenle rekabet de giderek artmaktadır (Melih vd., 2007). Topuzoğlu vd., (2007) İstanbul'da yaptıkları araştırmalarında tüketicilerin gıda satın alma tutumunu incelemişler, tüketicilerin tamamına yakın bölümünün özellikle gıda ambalajının sağlamlığından etkilendiğini, tüketicilerin %83,2'sinin ayıplı gıdaları iade ettiğini ve sadece yarısının etiket üzerindeki bilgilendirmeleri incelediğini tespit etmişlerdir. Hacıoğlu ve Kurt (2012) ise tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik tutumlarının fayda boyutu ile farklılık gösterdiğini kaydetmişlerdir. Sezek vd., (2008)'in araştırması üniversite öğrencilerinin büyük bölümünün (%87.5) gıda etiketlerinin incelenmesi gerektiğine inandığı ancak, bu olumlu algının sadece %46.3 oranındaki katılımcıda tutuma da yansıdığını göstermiştir.

Gıdaların rafta kaldıkları sürece kalite ve güvenliğinin korunması için ambalajlama yapılmaktadır. Ambalaj üzerine gıdanın özellikleri veya gıdaya ilişkin diğer bilgiler de etiket ile yansıtılmaktadır. Bu özellikler arasında gıdanın içindekiler, üretim şekli veya üretim ve son kullanma tarihleri de bulunmaktadır (Köse ve Yaman, 2010). Topuzoğlu vd., (2007) gıda ürünlerinde son kullanım tarihi ile ürünün içindekilere ait bilgilendirmeleri tüketicilerin sadece üçte birisi veya daha azının incelediğini belirlemişlerdir. Benzer şekilde Güneş vd., (2014) de gıda ambalajlarında bulunan etiketlerin incelenmesine ilişkin tüketici tutumunu incelemişler ve tüketicilerin yarısının etiket inceleme tutumunu sergilediğini bildirmişlerdir. Yine, Onurlubaş ve Gürler (2016) da gıda ürünleri satın alırken özellikle son kullanma tarihinin incelenmesi yönündeki tutumun tüketicilerde genel olarak yaygın olduğunu bildirmiştir.

Tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır ve tüketicilerin tercihleri sosyo-demografik özellikleri ile etkilenmektedir (Kurtoğlu ve Çiçek (2013). Tüketici tutum ve davranışını eğitim seviyesi (Güneş vd., 2014) ve gelir düzeyi (Şengül ve Zeybek, 2020) gibi bir çok faktör etkilemektedir. Sezek vd., (2008)'in gıda ürünlerinin sağlık üzerine etkileri konusunda farkındalık düzeyini

cinsiyetin etkilediğini bildirmiştir. Cankurt vd., (2010) İzmir’de tüketicilerin yaş, cinsiyet, aylık gelir düzeyinin sığır eti tüketim davranışını etkilediğini bildirmiştir.

Sosyo-kültürel etkiler sonucunda insanların helal gıdaya olan ilgisinin artması ile beraber, gelişen sanayi ve teknoloji doğrultusunda üretilen ürünlerin çiftlikten satışa kadar islami usullere uygun olarak kesilmesi tüketicilerin satın alma tercihlerini de etkilemiştir (Kızgın ve Özkan, 2014; Dinçoğlu 2016)). Ancak Alagöz ve Demirel (2017) ve Topal ve Şahin (2019)’in çalışmalarında tüketicilerin helal gıda tercihlerini incelemişler ve tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin helal gıdaya ilişkin tercihleri etkilediğini bildirmişlerdir. Kurtoğlu ve Çiçek (2013) de tüketicilerin helal ürünlere ilişkin algı ve tutumu üzerine cinsiyet, eğitim ve gelir seviyesi ile mesleğinin etkisinin önemli olduğunu bildirmiştir. Bununla birlikte Madenci vd., (2019) tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik algısının yaş, eğitim, gelir ve mesleğine göre önemli ölçüde etkilenmediğini bildirmiştir. Benzer şekilde Şengül ve Zeybek (2020) de tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile tavuk eti tüketimi arasında istatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmadığını bildirmişlerdir. Dölekoğlu ve Çelik (2018) tüketici tutumunun tüketicilerin çalışma durumu, eğitim ve gelir seviyesi ile dışarıda gıda tüketme sıklığından anlamlı şekilde etkilendiğini bildirmiştir. Tüketici davranışlarına yaş faktörüne etkisine ilişkin bildirimler bulunmaktadır. Kurtoğlu ve Çiçek (2013) tüketicilerin yaşının ve medeni durumunun onların helal ürünlere ilişkin algı ve tutumunu etkilemediğini bildirmiştir.

Tüketicilerin eğitim seviyesinin tüketim davranışına etkisine ilişkin araştırmalardan birisini gerçekleştiren Güneş vd., (2014) tüketiciler gıda etiketlerini inceleme alışkanlığının eğitim seviyesinin artışı ile arttığını tespit etmişlerdir. Şengül ve Zeybek (2020) tüketicilerin yaş ve gelir düzeyi arttıkça tavuk eti yerine kırmızı et tüketiminde artış gözlemişler, bu sonucu ileri yaştaki tüketicilerin et tercihinde sağlık kriterinin önemli hale gelmiş olması ile ilişkilendirmişlerdir. Dölekoğlu ve Çelik (2018) Y kuşağından tüketiciler için sağlıklı beslenme yaklaşımı ile cinsiyet, çalışma durumu, yaş ve dışarda yemek yeme sıklığı arasında tespit edilen farklılıkların istatistiki olarak önemli olduğunu bildirmiştir.

Dinçoğlu (2016) her gün yeni teknolojilerin kullanıma girdiğini, bu alanlardan birisinin de gıda sektörü olduğunu kaydetmiş ve geleneksel şekilde yapılan pek çok



üretim tipinin biyoteknolojik üretim modellerine değişmeye başladığını bildirmiştir, bu kapsamda da Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) ve GDO'lu gıdaların önemli bir ticaret hacmine ulaştığını ifade etmiştir. Özdemir ve Duran (2010) tüketicilerin genetik modifikasyon ile elde edilen GDO'lardan endişeli olduklarını bildirmiştir.

Tüketicilerin satın alma davranışını en fazla etkileyen faktörlerden birisi tüketicilerin sağlık ile ilgili endişeleri oluşturmaktadır. Sezek vd., (2008) ankete katılan üniversite öğrencilerinin yarısının (% 47.0) günlük beslenmelerinde gıda katkılarına karşı dikkat ettiklerini belirlemişler, tüketicilerin gıda ürünlerinin sağlık üzerine etkisi ile yakın şekilde ilgili olduğunu bildirmişlerdir.

Şengül ve Zeybek (2020) Diyarbakır'da yaşayan tüketicilerin kanatlı eti veya kırmızı et tercihi veya geleneksel veya organik üretim tipine ilişkin algı ve tutumunun bazı faktörlerden etkilendiğini bildirmiştir. Et tipinin seçilmesinde, insan sağlığı üzerine etkileri, tavuk yetiştiriciliğinde GDO kullanımı endişeleri ve üretim ve kesim koşullarının etkili olduğunu bildirmişlerdir. Araştırmacılar, tüketicilerin genel olarak, yoğun üretim sistemlerinin kullanıldığı modern tavuk çiftliklerinde yetiştirilen tavukların sağlıklı koşullarda büyütülmediklerine inandıkları bildirilmiştir.

Kılıçlar vd., (2018) bireylerin kişilik özelliklerinin gıda tercihlerinde etkilerinin incelenmesi için yüz yüze ve e posta ile yapmış oldukları anket çalışmalarında, kişilik tipleri ile gıda tercihleri arasında bir bağ olduğu sonucuna varmışlardır. Hayvansal gıdalar içinde beyaz ve kırmızı et ihtiyacını şekillendiren etkenlerin dışında, yerel bazlı gerçekleştirilen çalışmada hanede sağlık sorunlarıyla ilişkilendirildiğinde kırmızı ve beyaz ete olan ihtiyacın farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Yaylak vd., (2010) de benzer bildirimler yapmıştır.

Türkiye'de ve dünyada teknolojinin gelişmesi ile medya ve benzeri birçok yayın organlarında genellikle görüldüğü üzere beslenme alanında da kolay bir şekilde bilgi edinmek mümkün olmaktadır (Oran vd.,2017). Fakat bu kaynaklardan elde edilen bilgiye duyulan güven konusunda tereddütler oluşmaktadır. Sağlam ve Gümüş (2018) yazılı, görsel ve sosyal medyada oluşan gıda konusundaki bilgi kirliliğinin yok edilmesi, salt ve gerçek bilgilerin doğru kaynaklardan elde edilmesini amaçlayan

çalışmasının sonucunda, tüketicilerin doğru bilgi kaynaklarına ulaşmada sıkıntı yaşadığını bildirmiştir. Gıda sektörünün çok geniş bir alanı kapsaması ve bu alanda medyanın da gıda tüketimi konusunda ve özellikle gençlerin tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde ve gıda tercihlerinin oluşmasında etkin rol oynadığı görülmektedir (Dilber ve Dilber, 2013). Onurlubaş ve Gürler (2016)'de gıda güvenliğinde tüketicilerin algı düzeylerini etkileyen faktörleri incemişler, Tokat İl'inde yaşayan tüketicilerin gıda tercih ve tutumlarını incelemişler ve medyanın önemli bir etkisinin olduğunu belirlemiştir.

Şengül ve Zeybek (2020) önemli oranda tüketicinin köy tavuğunun geleneksel üretim çiftliklerinde yetiştirilen tavuklara göre daha sağlıklı ve lezzetli olduğunu düşündüğünü kaydetmiştir. Sezek vd. (2008)'in araştırmasında üniversite öğrencilerinin %58'inin sadece doğal yetiştirme sistemlerinden gelen sebze ve meyveleri tercih ettiğini belirtmiştir. Taşdan vd., (2014) Dünyada ve Türkiye'de tüketiciler üzerinde gıda ürünlerinin sağlık ve üretim koşullarını da içeren gıda güvenliği konusunun giderek daha fazla etki oluşturduğunu bildirmiştir. Onurlubaş ve Gürler (2016) güvenli gıdalar için Tokat İl'inde yaşayan tüketicilerin %75.8'inin fazla ödemeye gönüllü olduğunu belirlemiştir.

Bu araştırmanın amacı tüketicilerin hayvan refahına ilişkin algı ve tutumunun incelenmesi ve tüketici özellikleri ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkilerin araştırılmasıdır.

## 2. MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın evrenini İzmir ve Aydın'da yaşayan tüketiciler oluşturmuştur. Araştırmanın içeriği ve amacının yüz yüze açıklanmasından sonra araştırmaya katılmayı kabul eden tüketicilere hayvan refahına ilişkin algı ve tutum ölçekleri uygulanmıştır.

### 2.1. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algı ve Tutumunun Belirlenmesi

Araştırmanın verileri saha survey araştırma yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Bu amaçla üç bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin ilk kısmında, tüketicilere ait demografik özellikler ile hayvan refahını etkileyen bazı bireysel özellikleri ortaya koyan sorulara yer verilmiştir. Bu kapsamda, tüketicilerin çocuk ve pet hayvanı sahipliği durumu, aylık geliri, mesleği, yaşadığı yerleşim birimi, hayvan refahına ilişkin bilgi düzeyi, gıda etiketlerini inceleme alışkanlığı, hayvansal gıdaları tüketme tercihi ve yüksek hayvan refahı standartları altında üretilen gıdaları satın alırken ne kadar fazla ödemeye gönüllü olacağı sorulmuştur. İkinci bölümde, Hayvan Refahı Algı Ölçeği bulunmaktadır. Hayvan refahı algı ölçeği 5 boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçek, Barınak Şartları (11 madde), Beslenme Şartları (6 madde), Personel Şartları (7 madde), Sağlık Şartları (15 madde) ve Diğer Şartlar (13 madde) olmak üzere toplam 52 adet maddeden oluşmaktadır. Tüketiciler bu maddelerin her birisinin hayvan refahı üzerindeki etkisine ilişkin düşüncelerini 5'li likert sistemi ile hazırlanan seçenekler (1:Hiç Etkilemez, 2: Az Etkiler, 3: Orta Derecede Etkiler, 4: Çok Etkiler, 5: Tam Etkiler) arasından tercih yaparak işaretlemişlerdir. Anketin üçüncü bölümünde, Hayvan Refahı Tutum Ölçeği yer almaktadır. Hayvan refahı tutum ölçeği 3 boyuttan oluşmakta olup, Bilişsel (20 madde), Duyuşsal (10 madde) Davranışsal (12 madde) olmak üzere toplam 42 adet maddeden oluşmaktadır. Ankete katılan tüketicilerden tutum ölçeğinde yer alan ve hayvan refahına ilişkin düşünce ve yargılardan oluşan bu maddelerin her birisine katılım düzeylerini (1=Hiç katılmıyorum, 2=Az katılıyorum, 3=orta düzeyde katılıyorum, 4=Çok katılıyorum, 5=Tam katılıyorum) yansıtan seçeneği işaretlemesi istenmiştir. Hayvan refahı algı ve tutum ölçeğinin güvenilirlik ve geçerliliği, bu ölçeği geliştiren Kılıç ve Bozkurt (2020) tarafından yapılmıştır.

Araştırmanın evrenini İzmir ve Aydın İl Merkezleri ile bağlı ilçelerde bulunan ve 18 yaş üzerindeki tüketicilerden tüketiciler oluşturmuştur. Araştırmada zaman ve maliyet gibi kısıtlamalardan dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir. Bu çerçevede, farklı yaş, eğitim, cinsiyet gibi grupları temsil etmesi bakımından tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak aşağıdaki formül kullanılmıştır. Minimum örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Ural ve Kılıç (2013) tarafından nicel araştırmalar ve sonsuz evrenler için önerilen ( $N > 10.000$ ) formül kullanılmıştır.

$$n = S^2 \cdot Z_{\alpha}^2 / d^2$$

Bu formülde;

S (standart sapma) = 1,

$Z_{\alpha}^2 = 1.96$  (0,05 anlamlılık düzeyine karşılık gelen teorik değer)

D= 0,1 (etki büyüklüğü) olarak alınmış ve minimum örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır. Bu çerçevede, eksik, hatalı ve güvenilirliği düşük anketlerin olasılığı da dikkate alınarak 550 adet anket basılmış ve bunun 415 tanesi güvenilir bulunarak değerlendirmeye alınmış, araştırmada 415 anket üzerinden işlemler yapılmıştır.

## 2.2. İstatistik Analiz

Araştırmada demografik özellikler frekans yüzde dağılımı ile verilmiştir. Ölçeklere ilişkin her bir madde frekans yüzde dağılımlar yanısıra aritmetik ortalama ve standart sapma değeri ile betimlenmiştir. Ayrıca özelliklere ilişkin güvenilirlik analizine yönelik olarak, algı ve tutum ölçeklerine ve ayrıca her bir ölçeğin alt boyutlarına ilişkin Cronbach alfa katsayıları hesaplanmıştır. Diğer taraftan, katılımcıların hayvan refahına ilişkin algı ve tutumunun onların demografik ve bazı bireysel özelliklerine göre karşılaştırılmasında iki grup için t-testi (bağımsız örnekler için) ve ikiden daha fazla gruplar için ise tek yönlü varyans analizi (One way-ANOVA) kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıların hayvan refahına ilişkin algısı ile tutumu arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için Person korrelasyon analizi uygulanmıştır.

Araştırmada tüketicilerin hayvan refahına ilişkin algı ve tutum anketi ile elde edilen veriler SPSS 21. paket programı ile analiz edilmiştir. Anlamlılık düzeyi için 0,05 değeri alınmıştır (Ural ve Kılıç, 2013).



**Resim 2.1.** Tüketicilere algı ve tutum ölçeğinin uygulanışı

### 3. BULGULAR

#### 3.1. Tüketicilerin Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

##### 3.1.1. Sosyo-Demografik Özellikler

Araştırmada hayvan refahı algı ve tutum ölçeğini yanıtlayan toplam 415 tüketicinin cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durumuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.1' de verilmiştir. Tüketicilerin %52,53'ü kadın, %47,47'si erkek olup; 26 yaşından küçük katılımcı oranı %26,02, 26-32 yaş aralığındaki katılımcı oranı %32,29, 33-40 yaş aralığındaki katılımcı oranı %21,44 ve 41 yaş ve daha büyük katılımcı oranı %20,24 olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin %33,02'sinin bekâr ve %66,98'inin evli olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin %19,04'ü ilköğretim mezunu, %13,98'inin ortaöğretim (ortaokul ve lise) mezunu ve %66,98'inin ise yükseköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.1.** Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet, yaş, eğitim ve medeni durumuna ilişkin betimsel istatistikler

Özellik	Gruplar	Dağılım	
		n	%
Cinsiyet	Kadın	218	52,53
	Erkek	197	47,47
Yaş	25 ve altı	108	26,02
	26-32	134	32,29
	33-40	89	21,44
	41 ve üzeri	84	20,24
Medeni	Bekâr	137	33,02
	Evli	278	66,98
Eğitim Durumu	İlköğretim	79	19,04
	Ortaöğretim	58	13,98
	Yükseköğretim	278	66,98

Araştırmaya katılan tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanının sayısı ile çocuk sahibi olması ve çocuk sayısına ilişkin istatistikler Çizelge 3.2’de verilmiştir. Katılımcılardan %74,94’ü pet hayvanı sahibi olmadığını bildirirken %20,24’ü bir pet hayvanı ve %4,82’si birden fazla pet hayvanı sahibi olduğunu bildirmiştir. Katılımcıların %27,95’inin çocuğu bulunmazken, %34,94’ünün bir çocuğu ve %37,11’inin ise birden fazla çocuğunun bulunduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.2.** Araştırmaya katılan tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanının sayısı ile çocuk sahibi olması durumu ve çocuk sayısına ilişkin istatistikler

Özellik	Gruplar	Dağılım	
		n	%
Pet hayvanı	Yok	311	74,94
	1 pet hayvanı	84	20,24
	Birden fazla pet hayvanı	20	4,82
Çocuk	Yok	116	27,95
	1 çocuk	145	34,94
	Birden fazla çocuk	154	37,11

### **3.1.2. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algı ve Tumunu Etkileyebilecek Özelliklerine İlişkin Bulgular**

Ankete katılan tüketicilerin meslek, aylık gelir ve yaşadıkları yerleşim birimine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.3’te sunulmuştur.

Katılımcıların %11,6’sının kamu çalışanı, %42,65’inin özel sektör çalışanı, %20,00’sinin esnaf ve %25,78’inin ise çiftçi olduğu belirlenmiştir. Aylık gelir durumlarına ilişkin betimsel istatistiklere bakıldığında 3000 TL ve daha altında aylık geliri olan katılımcıların oranı %38,07, 3001-5000 TL aylık geliri olan katılımcıların oranı %131,33 ve 5001 TL ve daha fazla geliri olan katılımcı oranı %30,60 olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaşadıkları yerleşim yerine göre

dağılımı ise ilde yaşayanların oranı %46,27, ilçede yaşayanların oranı %40,00 ve kasaba veya köyde yaşayanların oranı %13,73 şeklinde belirlenmiştir.

**Çizelge 3.3.** Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek, aylık gelir ve yaşadığı yerleşim yerine ilişkin betimsel istatistikler

Özellik	Gruplar	Dağılım	
		n	%
Meslek	Kamu çalışanı	48	11,6
	Özel sektör çalışanı	177	42,65
	Esnaf	83	20,00
	Çiftçi	107	25,78
Aylık geliri (TL)	3000 ve altı	158	38,07
	3001-5000	130	31,33
	5001 ve üzeri	127	30,60
Yaşadığı yerleşim yeri	İl	192	46,27
	İlçe	166	40,00
	Kasaba veya köy	57	13,73

Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahı bilgi düzeyi, gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ve hayvansal gıda tüketimi durumuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.4’de verilmiştir. Ankete katılan tüketicilere hayvan refahı konusunda bilgi düzeyi sorulmuş ve bilgi düzeyini iyi, az veya hiç şeklinde yanıtlayan tüketicilerin oranları sırasıyla %21,45; 60,00 ve 18,55 olarak belirlenmiştir. Gıda satın alırken gıda etiketini incelemediğini bildiren tüketici oranı %13,98 olarak belirlenmiş, gıda etiketlerini bazen inceleyen veya her zaman inceleyen tüketici oranı ise %26,27 ve 59,75 bulunmuştur. Et, süt ve yumurta gibi hayvansal gıdaları ara sıra tüketen katılımcı oranı %9,88 iken genellikle tüketen veya her zaman tüketen katılımcıların oranları %40,96 ve 49,16 olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalara yönelik talebi ve bu gıdalar için fazla ödemeye gönüllü olma durumuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.5’de verilmiştir. Tüketicilerin %37,35’i yüksek hayvan refahı standartları altında yetiştirilen gıdaların pahalı olması durumunda satın



alacağını bildirmiş, %62,65'i de satın almayacağını bildirmiştir. Bu gıdalar için tüketicilerin %17,59'u %15 oranında, %13,01'i %30 oranında ve %6,75'i %50 oranında daha fazla ödemeye gönüllü olabileceğini bildirmiş, %62,65'i ise fazla ödemeyeceklerini beyan etmiştir.

**Çizelge 3.4.** Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahı bilgi düzeyi, gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ve hayvansal gıda tüketimi durumuna ilişkin betimsel istatistikler

Özellik	Gruplar	Dağılım	
		n	%
Hay refahı bilgi düzeyi	İyi biliyor	89	21,45
	Az biliyor	249	60,00
	Hiç bilmiyor	77	18,55
Gıda etiketini inceleme	İncelemiyor	58	13,98
	Bazen inceliyor	109	26,27
	Her zaman inceliyor	248	59,75
Hayvansal gıda tüketimi	Ara sıra tüketiyor	41	9,88
	Genellikle tüketiyor	170	40,96
	Her zaman tüketiyor	204	49,16

**Çizelge 3.5.** Araştırmaya katılan tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalara yönelik talebi ve bu gıdalar için fazla ödemeye gönüllü olma durumuna ilişkin betimsel istatistikler

Özellik	Gruplar	Dağılım	
		n	%
Yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalar pahalı olur ise satın alma tercihi	Satın alırım	155	37,35
	Satın almam	260	62,65
Fazla ödemeye gönüllülük	Fazla ödemem	260	62,65
	%15 fazla öderim	73	17,59
	%30 fazla öderim	54	13,01
	%50 fazla öderim	28	6,75

### 3.2. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Algısı

Tüketicilerin çiftlik hayvanlarının barındırıldığı barınak şartlarının hayvan refahına etkisine ilişkin algısına dair betimsel istatistikler Çizelge 3.6’da verilmiştir. Tüketicilerin barınak şartlarının hayvan refahına etkisine ilişkin en düşük katılımı “Barınakta yangın ve diğer afetlere yönelik tedbirler (uyarı sistemi, alarm, tahliye planı, vb.)” ( $\bar{x}=3,80$ ), “Barınağın aydınlatma durumu” ( $\bar{x}=3,96$ ) ve “Barınaktaki zemin özelliği” ( $\bar{x}=3,99$ ) için belirlenmiştir. Barınak şartları için tüketicilerin orta düzeyde katılım gösterdikleri maddeler i “Barınaktaki ses veya gürültü düzeyi” ( $\bar{x}=4,00$ ), “Barınağın izolasyon durumu” ( $\bar{x}=4,03$ ), “Barınaktaki ekipmanlar” ( $\bar{x}=4,27$ ), “Barınağın ölçüleri ve hayvan kapasitesi (barınak içindeki hayvan sayısı, sıklık, vs)” ( $\bar{x}=4,28$ ) olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin hayvan refahı algı ölçeğinin barınak şartlarına ilişkin en yüksek katılımın ise “Barınağın sıcaklığı” ( $\bar{x}=4,50$ ), “Barınağın havalandırma durumu ve havalandırma sistemi” ( $\bar{x}=4,44$ ) “Barınağın nemi ” ( $\bar{x}=4,44$ ) ve “Barınağın temizlik koşulları” ( $\bar{x}=4,41$ ) maddeleri için olduğu belirlenmiştir.

Gıda üretimi için yetiştirilen çiftlik hayvanlarının beslenme şartlarının hayvan refahına etkilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.7’de verilmiştir. Tüketicilerin beslenme şartlarının hayvan refahına etkisine ilişkin en düşük katılımı “Erken yaşta süttten kesim” ( $\bar{x}=4,03$ ), “Hayvanların beslenme sürecindeki fiziki şartlar” ( $\bar{x}=4,13$ ), “Hayvanların beslendikleri otlak veya meranın bitki örtüsünün yapısı” ( $\bar{x}=4,13$ ) için belirlenmiştir. Beslenme şartları için tüketicilerin orta düzeyde katılım gösterdikleri maddenin ise “Hayvanların içtikleri suyun özelliği” ( $\bar{x}=4,29$ ) olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin en yüksek oranda katılım sağladıkları maddeler ise sırasıyla “Hayvanların beslendikleri otlak veya meranın büyüklüğü” ( $\bar{x}=4,38$ ) ve “Hayvanların beslendikleri yemin özelliği” ( $\bar{x}=4,32$ ) olarak belirlenmiştir.

Hayvan yetiştiriciliğinde görev yapan personele ilişkin şartlarının hayvan refahına etkilerine dair betimsel istatistikler Çizelge 3.8’de verilmiştir. Tüketiciler personel şartlarına ilişkin en düşük katılımı “Personelin veya hayvan sahibinin cinsiyeti” ( $\bar{x}=2,71$ ) maddesi için sergilemişler, ölçeğin bu boyutuna ilişkin orta düzeyde katılımı ise “Personelin veya hayvan sahibinin eğitim düzeyi” ( $\bar{x}=3,35$ ) ve “Personelin veya hayvan sahibinin hayvan refahı konusunda ki bilgisi” ( $\bar{x}=3,73$ ) maddelerine göstermişlerdir. Tüketicilerin en yüksek katılım sağladıkları maddeler ise “Personelin veya hayvan sahibinin hayvanlara davranışı” ( $\bar{x}=4,38$ ), “Personelin veya hayvan sahibinin mutluluğu ve işini severek yapması” ( $\bar{x}=4,21$ ), “Personelin veya hayvan sahibinin motivasyonu (barınma, çalışma şartları, ücret, sigorta, vb.)” ( $\bar{x}=4,07$ ), “Personelin veya hayvan sahibinin hayvan yetiştiriciliğindeki tecrübesi” ( $\bar{x}=4,02$ ) maddelerine gösterdiği tespit edilmiştir.

Sağlık şartlarının hayvan refahına etkilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.9’da verilmiştir. Tüketicilerin sağlık şartlarına ilişkin en düşük katılımı “Kulak, kuyruk, pençe, tırnak, gaga, kanat, parmak, vs. kesimleri” ( $\bar{x}=3,68$ ), “Kısırlaştırma (kedi, köpek, at, boğa vb.)” ( $\bar{x}=3,68$ ) ve “Hastalıktan dolayı hayvanların itlafi (öldürülmesi)” ( $\bar{x}=3,81$ ) maddelerine verdiği görülmüştür. Tüketicilerin orta düzeyde katılımı ise “Kedilerde tırnak çekme, tavuklarda zorla tüy döktürme ve buzağılarda boynuzsuzlaştırma gibi uygulamalar” ( $\bar{x}=4,01$ ), “Hayvanları temizleme” ( $\bar{x}=4,05$ ), “Hayvanların dahil olduğu iddialar (köpek yarışı, horoz ve köpek dövüşü vb.)” ( $\bar{x}=4,06$ ), “Hayvanların düzenli sağlık kontrollerinin veteriner

hekim tarafından yapılması” ( $\bar{x}=4,13$ ), “Hasta hayvanların tedavisinde uygulanan tedavi türü ve yöntemleri” ( $\bar{x}=4,19$ ), “Hayvanlara elektrikli aletler ile muamele (sığırları yürütmek için elektrikli padanlar gibi) “( $\bar{x}=4,19$ ) maddelerine göstermiştir. Tüketicilerin yüksek düzeyde katılım gösterdiği maddeler ise “Hayvanların hasta olması ve bu nedenle ağrı veya ızdırap çekmesi” ( $\bar{x}=4,42$ ), “Hayvanların stresi ve yorgunluğu” ( $\bar{x}=4,40$ ), “Hayvanların mutluluğu” ( $\bar{x}=4,38$ ), “Mezbahalardaki kesim koşulları” ( $\bar{x}=4,37$ ), “Hayvanlara şiddet uygulanması” ( $\bar{x}=4,34$ ), “Veteriner hekim kontrolünde hayvanlara verilen vitamin ve mineraller” ( $\bar{x}=4,23$ ) şeklindedir.

Diğer şartlarının hayvan refahına etkilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.10’de verilmiştir. Tüketicilerin diğer şartlara ilişkin en düşük düzeyde katılımı sergiledikleri maddeler “Hayvanların sokaklara terk edilmesi” ( $\bar{x}=3,73$ ), ve “Hayvanlara isim verme” ( $\bar{x}=3,95$ ) olarak belirlenmiştir. Tüketiciler orta düzeyde katılım sergiledikleri maddeler “Üretim sürecinde çiftliklerdeki teknik donanımlar “ ( $\bar{x}=4,00$ ), “Kriz ve risk yönetimi gibi işletme şartları ve stratejiler” ( $\bar{x}=4,02$ ), “Hayvanların bir yerden bir yere nakli sırasındaki koşullar“ ( $\bar{x}=4,02$ ), “Hayvanların üreme sürecine ilişkin şartlar (çiftleşmenin önlenmesi, suni tohumlama, embryo transferi, vs)” ( $\bar{x}=4,04$ ), “Hayvanların yavruları ile ilişki sürecinin etkilenmesine neden olan şartlar “( $\bar{x}=4,06$ ), “Hayvanları birey olarak kabul etme” ( $\bar{x}=4,07$ ) olmuştur.

Tüketicilerin diğer şartlara ilişkin en yüksek katılımı ise “İklim durumu” ( $\bar{x}=4,41$ ), “Hayvanların dokunularak sevilmesi” ( $\bar{x}=4,31$ ), “Hayvanlarda korku ve ürkekliğe neden olacak şartlar” ( $\bar{x}=4,23$ ), “Hayvanların kendini güvende hissetmesi” ( $\bar{x}=4,20$ ), ve “Hayvanların verimlerinin artırılmasına yönelik uygulamalar (hormon, genetik çalışmalar, vs.) maddelerine yapmış oldukları belirlenmiştir.

**Çizelge 3.6.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "barınak şartları" boyutuna ilişkin betimsel istatistikler

Maddeler	Etki Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Barınağın ölçüleri ve hayvan kapasitesi (barınak içindeki hayvan sayısı, sıklık, vs)	5,3	5,5	12,5	9,4	67,2	4,28	1,19
Barınağın temizlik koşulları	5,3	5,5	3,6	14,2	71,3	4,41	1,13
Barınağın havalandırma durumu veya havalandırma sistemi	5,3	5,5	3,6	11,1	74,5	4,44	1,14
Barınağın sıcaklığı	5,3	5,5	3,6	5,3	80,2	4,50	1,14
Barınağın nemi	5,3	5,5	3,6	11,3	74,2	4,44	1,14
Barınaktaki ekipmanlar	5,3	5,5	3,6	28,0	57,6	4,27	1,11
Barınağın aydınlatma durumu	5,5	8,9	14,2	26,5	44,8	3,96	1,20
Barınağın izolasyon durumu	5,5	5,3	17,8	23,1	48,2	4,03	1,17
Barınaktaki ses veya gürültü seviyesi	5,5	8,9	14,2	22,7	48,7	4,00	1,22
Barınağın zemin özelliği	8,9	8,4	14,7	11,1	56,9	3,99	1,36
Barınakta yangın ve diğer afetlere yönelik tedbirler ( uyarı sistemi, alarm, tahliye planı, vb.)	8,9	8,4	21,9	15,2	45,5	3,80	1,33

**Çizelge 3.7.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "beslenme şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler

Maddeler	Etki Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Hayvanların beslendikleri yemin özelliği	5,5	5,3	12,5	4,8	71,8	4,32	1,21
Hayvanların içtikleri suyun özelliği	5,5	5,3	3,6	25,8	59,8	4,29	1,12
Hayvanların beslenme sürecindeki fiziki özellikler	8,9	5,5	8,9	16,6	60,0	4,13	1,30
Hayvanların beslendikleri otlak veya meranın büyüklüğü	5,5	5,3	3,6	16,6	68,9	4,38	1,14
Hayvanların beslendikleri otlak veya meradaki bitki örtüsü	5,3	5,5	12,5	24,1	52,5	4,13	1,16
Erken yaşta sütten kesim	5,5	5,3	16,1	27,0	46,0	4,03	1,16

**Çizelge 3.8.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "personel şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler

Maddeler	Etki Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Personelin veya hayvan sahibinin hayvanlara yönelik davranışı	5,5	5,3	0,0	24,1	65,1	4,38	1,11
Personelin veya hayvan sahibinin eğitim düzeyi	17,1	13,0	18,3	20,7	30,8	3,35	1,46
Personelin veya hayvan sahibinin hayvan refahı konusundaki bilgisi	14,5	5,3	12,3	29,2	38,8	3,73	1,40
Personelin veya hayvan sahibinin hayvan yetiştiriciliğindeki tecrübesi	8,9	5,5	11,8	22,2	51,6	4,02	1,29
Personelin veya hayvan sahibinin cinsiyeti	43,1	5,5	12,5	15,2	23,6	2,71	1,67
Personelin veya hayvan sahibinin motivasyonu (barınma, çalışma şartları, ücret, sigorta, vb.)	8,9	5,5	11,8	16,9	56,9	4,07	1,31
Personelin veya hayvan sahibinin mutluluğu ve işini severek yapması	5,3	5,5	16,1	9,2	63,9	4,21	1,21

**Çizelge 3.9.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "Sağlık Şartları" boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler

Maddeler	Etki Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Hayvanların düzenli sağlık kontrollerinin veteriner hekim tarafından yapılması	5,5	8,9	11,8	14,2	59,5	4,13	1,25
Hasta hayvanların tedavisinde uygulanan tedavi türü ve yöntemleri	5,5	8,9	8,9	14,2	62,4	4,19	1,24
Hekim kontrolünde hayvanlara verilen mineral ve vitaminler	5,5	5,3	15,4	7,7	66,0	4,23	1,21
Hayvanların hasta olması ve bu nedenle ağrı veya ızdırap çekmesi	5,5	5,3	3,6	12,5	73,0	4,42	1,14
Hayvanların mutluluğu	5,5	5,3	7,2	9,2	72,8	4,38	1,17
Hayvanların stresi ve yorgunluğu	5,5	5,3	3,6	14,2	71,3	4,40	1,14
Hayvanları temizleme	5,5	5,3	16,1	24,3	48,7	4,05	1,17
Hastalıktan dolayı hayvanların itlafı (öldürülmesi)	14,2	5,5	8,9	27,5	43,9	3,81	1,41
Kısırlaştırma (kedi, köpek, at, boğa vb.)	10,6	8,9	19,3	24,1	37,1	3,68	1,33
Kulak, kuyruk, pençe, tırnak, gaga, kanat, parmak kesimleri	10,6	8,9	14,9	32,5	33,0	3,68	1,30
Kedilerde tırnak çekme, tavuklarda zorla tüy döktürme ve buzağılarda boynuzsuzlaştırma gibi uygulamalar	5,5	11,8	12,5	16,4	53,7	4,01	1,28
Hayvanların dahil olduğu iddialar (köpek yarışı, horoz ve köpek dövüşü vb.)	5,5	5,3	15,4	25,5	48,2	4,06	1,16
Hayvanlara şiddet uygulanması	5,5	5,3	6,7	14,2	68,2	4,34	1,16
Mezbahalardaki kesim koşulları(çiftlik hayvanları için)	3,6	5,5	8,9	14,5	67,5	4,37	1,09
Hayvanlara elektrikli aletler ile muamele (sığırları yürütmek için elektrikli padanlar gibi)	5,5	5,3	16,1	10,6	62,4	4,19	1,21



**Çizelge 3.10.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ölçeğinin "Diğer Şartlar", boyutuna ilişkin tanıtıcı istatistikler

Maddeler	Etki Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
İklim durumu	5,5	5,3	6,5	8,2	74,5	4,41	1,17
Hayvanlarda korku ve ürkekliğe neden olacak şartlar	5,5	5,3	12,5	13,5	63,1	4,23	1,19
Hayvanların verimlerinin artırılmasına yönelik uygulamalar (hormon, genetik çalışmalar, vs.)	5,5	8,9	8,9	14,5	62,2	4,19	1,24
Hayvanların üreme sürecine ilişkin şartlar (çiftleşmenin önlenmesi, suni tohumlama, embryo transferi, vs)	5,3	5,5	14,9	28,4	45,8	4,04	1,14
Hayvanların yavruları ile ilişki sürecinin etkilenmesine neden olan şartlar	5,3	5,5	12,5	31,6	45,1	4,06	1,13
Üretim sürecinde çiftliklerdeki teknik donanımlar	5,3	11,8	12,8	17,6	52,5	4,00	1,27
Hayvanların kendini güvende hissetmesi	5,3	5,5	7,2	27,7	54,2	4,20	1,13
Kriz ve risk yönetimi gibi işletme şartları ve stratejiler	8,9	5,5	16,1	13,0	56,4	4,02	1,32
Hayvanları birey olarak kabul etme	8,2	5,5	10,8	22,2	53,3	4,07	1,27
Hayvanlara isim verme	9,2	11,8	8,9	15,2	54,9	3,95	1,39
Hayvanların dokunularak sevilmesi (okşama, sarılma)	5,3	3,6	9,2	18,8	63,1	4,31	1,12
Hayvanların bir yerden bir yere nakli sırasındaki koşullar	5,5	5,3	12,5	34,9	41,7	4,02	1,12
Hayvanların sokaklara terk edilmesi (kedi, köpek vb.) (terk edilmesi)	7,2	14,5	16,9	21,0	40,5	3,73	1,32

### 3.3. Tüketicilerin Hayvan Refahına İlişkin Tutumu

Hayvan refahı tutum ölçeğinin bilişsel boyutuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.11’de sunulmuştur. Tüketicilerin hayvan refahı tutum ölçeğinin ‘Bilişsel Boyutuna İlişkin’ en düşük katılım “Hayvanların kurban edilmesi hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,06$ ), “Çiftlik hayvanlarının kesilmesi hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,38$ ), “Hayvanlara yönelik sivil toplum kuruluşları hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,70$ ), “Yüksek hayvan refahı standartlarında üretilmiş gıdaları satın almak hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,74$ ), “Hayvanların bir yerden bir yere nakilleri sırasında ki koşullar hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,74$ ), “Hayvanlara isim vermek hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,79$ ), “Hayvanları birey olarak kabul etme hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,82$ ), “Hayvanlara yönelik yasal mevzuat hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,83$ ), “Hayvanların sokağa terk edilmesi hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,87$ ), ve “Hayvanların yavruları ile ilişki süreci hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=3,99$ ) maddelerine gösterilmiştir. Tüketicileri orta düzeyde katılım gösterdiği maddelerin ise “Hayvanların taşınması hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,00$ ), “Hayvanların kendini güvende hissetmesi hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,15$ ), “Hayvan bakım şartlarındaki teknik donanım hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,16$ ) ve “Hayvanların korku ve ürkekliğine yol açabilecek şartlar hayvan refahını etkiler etkiler” ( $\bar{x}=4,41$ ) olduğu görülmüştür. En yüksek katılım gösterilen maddelerin ise “Hayvanların üreme sürecindeki şartlar hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,36$ ), “Hayvan ve insan arasındaki etkileşimler hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,38$ ), “Hayvanların beslenme şartları hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,73$ ), “Hayvanların sağlık şartları hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,59$ ), “Hayvanların yaşadığı barınakların şartları hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,56$ ), “Hayvan sahibinin özellikleri hayvan refahını etkiler” ( $\bar{x}=4,45$ ) olduğu belirlenmiştir.

Hayvan refahı tutum ölçeğinin duyuşsal boyutuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.12’de sunulmuştur. Tüketicilerin hayvan refahı tutum ölçeğinin ‘Duyuşsal Boyutuna İlişkin’ en düşük katılımı sergilediği belirlenen madde “Hayvanlar insanların kullanımı için yaratılmıştır” ( $\bar{x}=2,82$ ) olmuştur. Buna karşın tüketiciler orta düzeyde katılımı “Bir hayvanın ağrı veya acı çektiğini anlayabilirim” ( $\bar{x}=4,01$ ), “Hayvanları bir birey olarak ele alırım” ( $\bar{x}=4,17$ ) ve “İnsanların hayvanlara karşı davranışları onların diğer insanların gözündeki yerini etkiler” ( $\bar{x}=4,17$ ) maddelerine

göstermiştir. En yüksek tüketici katılımının “Hayvanlarında bir refahı olduğuna inanırım” ( $\bar{x}=4,47$ ), “Mutlu çiftlik hayvanlarının daha kaliteli ürün vereceğine inanırım”( $\bar{x}=4,41$ ), “Hayvanların hissedebilen canlılar olduğuna inanırım” ( $\bar{x}=4,36$ ), “Aile içi şiddet ile hayvanlara kasıtlı zarar vermek arasında bir ilişki olduğuna inanırım” ( $\bar{x}=4,34$ ), “Hayvana şiddet uygulamak vahşettir” ( $\bar{x}=4,33$ ) ve “Hayvanlarında insanların gibi hakları olduğuna inanırım” ( $\bar{x}=4,24$ ) maddelerine gösterilmiş olduğu belirlenmiştir.

Hayvan refahı tutum ölçeğinin davranışsal boyutuna ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 3.13’de sunulmuştur. Tüketicilerin hayvan refahı tutum ölçeğinin ‘Davranışsal Boyutuna İlişkin’ en düşük katılım “Yumurta, et ve süt alırken bu ürünlerin hayvan refahının dikkate alındığı bir aşamadan geçtiğini üründen veya ürünün üzerindeki etiketten kolayca tespit edebilirim” ( $\bar{x}=3,35$ ), “Hayvan refahı düzenlemelerinin uygulandığı aşamalardan geçmiş ürünleri satın alırım” ( $\bar{x}=3,58$ ) ve “Hayvan refahı olgusu, hayvansal ürünleri satın alırken tercihlerimi etkiler” ( $\bar{x}=3,69$ ) maddelerine gösterilmiştir. Bu tutum ölçeği boyutunda tüketiciler “Yüksek hayvan refahı standartları altında üretilen ürünler pahalı olsa da alırım” ( $\bar{x}=3,68$ ), “Hayvanlara yönelik kötü muamele gördüğümde gerekli girişimleri yaparım” ( $\bar{x}=3,68$ ), “Çevremdeki insanlara hayvanlarında bir refahı olduğunu anlatırım” ( $\bar{x}=3,84$ ), “İnsanları hayvanlara iyi davranması yönünde teşvik ederim” ( $\bar{x}=3,92$ ) “Hayvanlara yönelik sivil toplum kuruluşlarını desteklerim” ( $\bar{x}=3,74$ ) ve “Hayvan refahı ile ilgilenirim” ( $\bar{x}=3,84$ ) maddelerine orta düzeyde katılım göstermiştir. Tüketicilerin en yüksek düzeyde katıldıkları maddeler ise “Hayvanlara yönelik yasal mevzuata uyarım” ( $\bar{x}=4,39$ ), “Hayvanlara daim iyi davranırım” ( $\bar{x}=4,24$ ) ve “Sokak hayvanlarına şefkatle yaklaşırım” ( $\bar{x}=4,06$ ) olmuştur.

**Çizelge 3.11.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin "Bilişsel Boyutuna" ilişkin tanıttıcı istatistikler

Maddeler	Katılım Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Hayvanların yaşadığı barınakların şartları hayvan refahını etkiler.	5,5	0,0	8,9	3,6	81,9	4,56	1,05
Hayvanların beslenme şartları hayvan refahını etkiler.	0,0	0,0	9,2	8,9	81,9	4,73	0,62
Hayvanların sağlık şartları hayvan refahını etkiler.	5,3	5,5	0,0	3,6	85,5	4,59	1,10
Hayvan sahibinin özellikleri hayvanın refahını etkiler.	3,6	5,3	5,5	13,7	71,8	4,45	1,06
Hayvanların taşınması hayvan refahını etkiler.	5,3	5,5	12,5	37,1	39,5	4,00	1,11
Hayvanların korku ve ürkekliğine yol açabilecek şartlar hayvan refahını etkiler.	5,3	3,6	5,5	15,4	70,1	4,41	1,10
Hayvanların üreme sürecindeki şartlar hayvan refahını etkiler.	5,3	3,6	5,5	21,0	64,6	4,36	1,09
Hayvanların yavruları ile ilişki süreci hayvan refahını etkiler.	10,8	3,6	10,6	25,8	49,2	3,99	1,31
Hayvan bakım şartlarındaki teknik donanım hayvan refahını etkiler.	10,8	0,0	10,8	18,8	59,5	4,16	1,29
Hayvanların kendini güvende hissetmesi hayvan refahını etkiler.	5,5	8,9	6,5	22,7	56,4	4,15	1,21
Hayvanları birey olarak kabul etme hayvan refahını etkiler.	10,8	7,7	14,9	21,7	44,8	3,82	1,36
Çiftlik hayvanlarının kesilmesi hayvan refahını etkiler.	21,9	11,3	8,2	24,1	34,5	3,38	1,57
Hayvanlara isim vermek hayvan refahını etkiler.	11,8	18,1	5,3	9,2	55,7	3,79	1,54
Hayvanların bir yerden bir yere nakilleri sırasındaki koşullar hayvan refahını etkiler.	11,6	5,5	11,8	39,3	31,8	3,74	1,28
Hayvanların (sığır, koyun gibi) kurban edilmesi hayvan refahını etkiler.	31,6	5,5	15,4	20,7	26,7	3,06	1,61
Hayvanların sokağa terk edilmesi (kedi, köpek vb.) hayvan refahını etkiler.	12,5	5,5	14,9	15,9	51,1	3,87	1,41
Hayvanlara yönelik sivil toplum kuruluşları hayvan refahını etkiler.	17,8	5,5	15,4	11,3	49,9	3,70	1,55
Hayvanlara yönelik yasal mevzuat hayvan refahını etkiler.	9,2	8,9	14,2	25,5	42,2	3,83	1,31
Yüksek hayvan refahı standartlarında üretilmiş gıdaları satın almak hayvan refahını etkiler.	5,5	14,2	20,0	21,0	39,3	3,74	1,26
Hayvan ve insan arasındaki etkileşimler hayvan refahını etkiler.	5,5	0,0	18,3	3,1	73,0	4,38	1,13

**Çizelge 3.12.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin “Duyuşsal Boyutuna” ilişkin betimsel istatistikler

Maddeler	Katılım Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Hayvanları bir birey olarak ele alırım.	9,2	8,2	3,6	14,9	64,1	4,17	1,34
Hayvanlar insanların kullanımı için yaratılmıştır.	29,4	14,5	23,4	10,6	22,2	2,82	1,51
Hayvanların da bir refahı olduğuna inanırım.	0,0	5,3	9,2	19,0	66,5	4,47	0,87
Hayvanların “hissedebilen canlı” olduğuna inanırım.	5,8	5,5	5,3	13,3	70,1	4,36	1,17
Bir hayvanın ağrı veya acı çektiğini anlayabilirim.	5,3	9,2	18,6	12,8	54,2	4,01	1,26
Hayvana şiddet uygulamak vahşettir.	5,3	5,5	5,3	18,3	65,5	4,33	1,14
Aile içi şiddet ile hayvanlara kasıtlı zarar vermek arasında bir ilişki olduğuna inanıyorum.	5,3	5,5	3,6	21,2	64,3	4,34	1,13
Hayvanların da insanlarınkiler gibi hakları olduğuna inanıyorum.	5,5	3,6	12,5	17,8	60,5	4,24	1,15
İnsanların hayvanlara karşı davranışları onların diğer insanlar gözündeki yerini etkiler.	3,6	5,5	18,8	14,5	57,6	4,17	1,13
Mutlu çiftlik hayvanlarınının daha kaliteli ürün (et, süt, yumurta vb.) vereceğine inanırım.	5,5	0,0	8,9	19,3	66,3	4,41	1,04

**Çizelge 3.13.** Tüketicilere uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin “Davranışsal Boyutuna” ilişkin betimsel istatistikler

Maddeler	Katılım Düzeyi					$\bar{X}$	S.S
	Hiç %	Az %	Orta %	Çok %	Tam %		
Hayvan refahı ile ilgilenirim.	8,9	5,5	18,8	26,5	40,2	3,84	1,26
Hayvan refahı olgusu, hayvansal ürünleri satın alırken tercihlerimi etkiler.	12,5	5,5	16,6	31,1	34,2	3,69	1,33
Çevremdeki insanlara hayvanlarında bir refahı olduğunu anlatırım.	7,2	13,0	14,9	18,3	46,5	3,84	1,33
İnsanları hayvanlara iyi davranılması yönünde teşvik ederim.	5,5	5,3	24,8	20,0	44,3	3,92	1,18
Sokak hayvanlarına şefkatle yaklaşırım.	9,2	5,3	11,8	18,1	55,7	4,06	1,31
Hayvanlara yönelik sivil toplum kuruluşlarını desteklerim(üyelik, bağış, internet bağlı. vs)	9,2	13,0	19,5	10,8	47,5	3,74	1,40
Hayvanlara yönelik yasal mevzuata uyarım.	3,6	5,5	0,0	29,6	61,2	4,39	1,00
Hayvanlara daima iyi davranırım	5,3	5,5	7,2	24,1	57,8	4,24	1,14
Hayvanlara yönelik kötü muamele gördüğümde gerekli girişimleri yaparım.	5,5	13,0	21,0	28,4	32,0	3,68	1,21
Hayvan refahı düzenlemelerinin uygulandığı aşamalardan geçmiş ürünleri satın alırım.	16,1	9,6	14,2	20,2	39,8	3,58	1,49
Yüksek hayvan refahı standartları altında üretilen ürünler pahalı olsa da alırım.	21,4	5,5	0,0	29,2	43,9	3,68	1,58
Yumurta, et ve süt alırken bu ürünlerin hayvan refahının dikkate alındığı bir aşamadan geçtiğini üründen veya ürünün üzerindeki etiketten kolayca tespit edebilirim	28,7	5,5	12,5	8,7	44,6	3,35	1,72

### 3.4. Tüketicilerin Hayvan Refahı Algı ve Tutumu Arasındaki İlişkiler

Araştırmada uygulanan hayvan refahı algı ve tutum ölçekleri ile bu ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları, aritmetik ortalama ve standart hata değerlerine ilişkin sonuçlar Çizelge 3.14'de verilmiştir.

Tüketicilere uygulanan hayvan refahı algı ve tutum ölçekleri için hesaplanan Cronbach's Alpha katsayıları 0,988 ve 0,977 olarak belirlenmiştir. Hayvan refahı tutum ölçeğinin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutları için Cronbach's Alpha katsayıları sırasıyla 0,958; 0,911 ve 0,943 olarak hesaplanmıştır. Hayvan refahı algı ölçeğinin barınak şartları, besleme şartları, personel şartları, sağlık şartları ve diğer şartlar boyutları için Cronbach's Alpha katsayıları sırasıyla 0,954; 0,955; 0,853; 0,966 ve 0,957 olarak tespit edilmiştir.

**Çizelge 3.14.** Araştırmada uygulanan hayvan refahı algı ve tutum ölçekleri ile bu ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları, aritmetik ortalama ve standart hata değerlerine ilişkin sonuçlar

Özellikler	n	Cronbach's Alpha	$\bar{x}$	SE
<b>Ölçekler</b>				
Tutum Ölçeği	415	0,977	4,009	0,0445
Algı ölçeği	415	0,988	4,097	0,0474
<b>Boyutlar</b>				
Bilişsel	415	0,958	4,035	0,0465
Duyuşsal	415	0,911	4,132	0,0434
Davranışsal	415	0,943	3,835	0,0516
Barınak şartları	415	0,954	4,191	0,0486
Besleme şartları	415	0,955	4,213	0,0525
Personel şartları	415	0,853	3,780	0,0486
Sağlık şartları	415	0,966	4,131	0,0492
Diğer şartlar	415	0,957	4,094	0,0487

Hayvan refahına ilişkin algı ve tutum ölçeğine ait ortalama değerler 4,097 ve 4,009 bulunmuştur. Tutum ölçeğinin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutlarına ait ortalama değerler sırasıyla 4,035; 4,132;3,835 iken bu değerler algı ölçeğinin barınak şartları, besleme şartları, personel şartları, sağlık şartları ve diğer şartları boyutları için sırasıyla 4,191; 4,213; 3,780; 4,131 ve 4,094 olarak bulunmuştur.

Araştırmada, tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu ile cinsiyeti arasındaki ilişki Çizelge 3.15’de gösterilmiştir. Tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumunun katılımcıların cinsiyetinden önemli ölçüde ( $P<0,05$ ) etkilendiği belirlenmiştir. Erkeklerle oranla, kadınların hayvan refahı algı ve tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.15.** Tüketicilerin cinsiyeti, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Özellik	Grup	n	$\bar{X}$	Sx	P
Hayvan refahı tutumu	Kadın	218	4,088	0,058	*
	Erkek	197	3,904	0,068	
Hayvan refahı algısı	Kadın	218	4,195	0,063	*
	Erkek	197	3,988	0,070	

\* $P<0,05$

Araştırmada, tüketicilerin eğitim düzeyi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.16’da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim seviyesi hayvan refahı algı ( $P<0,05$ ) ve tutumu ( $P<0,01$ ) üzerine önemli ölçüde etkili bulunmuştur. Ortaöğretim (lise) ve yükseköğretim mezunu tüketicilere göre ilköğretim (ilkokul ve ortaokul) mezunu tüketicilerin daha düşük hayvan refahı algı ve tutumu olduğu belirlenmiştir.

Tüketicilerin yaşı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.17’de verilmiştir. Tüketicilerin yaşı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında istatistiki olarak önemli bir ilişki bulunamamıştır. Ancak, hayvan refahı algı ve tutumunun yaşla birlikte artma eğiliminin olduğu görülmüş, ancak 33 yaşından sonra hayvan refahı algı ve tutumunda bir düşüş meydana geldiği görülmüştür.



**Çizelge 3.16.** Tüketicilerin eğitim düzeyi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Eğitim Düzeyi	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
İlköğretim	79	3,693 <sup>b</sup>	0,119	3,844 <sup>b</sup>	0,122
Ortaöğretim	58	3,975 <sup>a</sup>	0,114	4,125 <sup>ab</sup>	0,119
Yükseköğretim	278	4,094 <sup>a</sup>	0,051	4,163 <sup>a</sup>	0,056
P		**		*	

\*\*P<0,01 \*P<0,05

**Çizelge 3.17.** Tüketicilerin yaşı, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Yaş	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
25 ve altı	108	3,987	0,092	4,087	0,101
26-32	134	4,095	0,071	4,160	0,078
33-40	89	3,947	0,101	4,043	0,104
41 ve üzeri	84	3,926	0,099	4,065	0,103
P		-		-	

-: Önemli değil

Araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.18’de gösterilmiştir. Tüketicilerin medeni durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkinin istatistiki olarak önemli olmadığı belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin mesleği ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.19’da sunulmuştur. Tüketicilerin yaptıkları meslek ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkinin istatistiki olarak önemli olmadığı belirlenmiştir.

**Çizelge 3.18.** Tüketicilerin medeni durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Medeni durum	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
Bekâr	137	3,975	0,082	4,100	0,085
Evli	278	4,014	0,053	4,095	0,057
P		-		-	

:- Önemli değil

**Çizelge 3.19.** Tüketicilerin mesleği, hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Meslek	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
Kamu çalışanı	48	4,083	0,107	4,232	0,101
Özel sektör çalışanı	177	3,938	0,074	4,010	0,080
Esnaf	83	3,984	0,095	4,108	0,097
Çiftçi	107	4,081	0,085	4,170	0,091
P		-		-	

:- Önemli değil

Araştırmada, tüketicilerin aylık geliri ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.20’de sunulmuştur. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık gelirleri ile hayvan refahı algısı arasında istatistiki düzeyde önemli ( $P < 0,05$ ) bir ilişki bulunamamıştır. Bununla birlikte tüketicilerin aylık gelirlerinin hayvan refahı tutumu ile önemli ( $P < 0,05$ ) düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.20.** Tüketicilerin aylık gelirleri ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Aylık gelir	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
3000 ve altı	158	3,849 <sup>b</sup>	0,080	3,981	0,084
3001-5000	130	4,049 <sup>ab</sup>	0,077	4,112	0,083
5001 ve üzeri	127	4,142 <sup>a</sup>	0,068	4,226	0,075
P		*		-	

\*P&lt;0,05 - : Önemli değil

Araştırmada, tüketicilerin yaşadığı yerleşim birimi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.21’de gösterilmiştir. Tüketicilerin yaşadığı yerleşim birimi hayvan refahı algı ve tutumuna ilişkin istatistiki olarak önemli bir ilişki bulunamamıştır.

**Çizelge 3.21.** Tüketicilerin yaşadığı yerleşim birimi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki

Yaşadığı yerleşim birimi	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{X}$	Sx
İl	192	3,952	0,070	4,0237	0,074
İlçe	166	4,076	0,065	4,1622	0,072
Köy veya Kasaba	57	3,947	0,114	4,1518	0,112
P		-		-	

- : Önemli değil

Araştırmaya katılan tüketicilerin çocuk sahibi olma durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.22’de gösterilmiştir. Tüketicilerin çocuk sahibi olma durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler istatistiki düzeyde önemsiz bulunmuştur.

**Çizelge 3.22.** Tüketicilerin çocuk sahibi olma durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki

Çocuk sahibi olma durumu	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{x}$	Sx
Çocuğu yok	116	3,976	0,089	4,0211	0,096
Tek çocuk	145	4,018	0,077	4,1641	0,079
2 ve daha fazla çocuk	154	4,004	0,069	4,0903	0,074
P		-		-	

-: Önemli değil

Tüketicilerin hayvan refahı konusundaki bilgisi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki Çizelge 3.23'te verilmiştir. Elde edilen sonuçlar, tüketicilerin hayvan refahı bilgisi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında istatistiki düzeyde önemli bir ilişki bulunmadığını göstermiştir.

**Çizelge 3.23.** Tüketicilerin hayvan refahı konusundaki bilgisi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki

Hayvan refahı bilgisi	n	Tutum		Algı	
		$\bar{X}$	Sx	$\bar{x}$	Sx
İyi biliyor	89	3,9013	0,104	3,969	0,109
Az biliyor	249	4,0422	0,057	4,117	0,062
Hiç bilmiyor	77	3,9827	0,098	4,180	0,100
P		-		-	

-: Önemli değil

Tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalar için fazla ödeme yapmaya gönüllü olması ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Çizelge 3.24'te sunulmuştur. Fazla ödemeye gönüllü olan tüketicilerin hayvan refahı tutum ve algısının yüksek olduğu tespit edilmiştir ( $P<0,05$ ). Fazla ödemeye gönüllü tüketiciler arasında ödemeye gönüllü olunan oran arttıkça hayvan refahı tutum ve algısının da arttığı belirlenmiştir.

**Çizelge 3.24.** Tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartlarında yetiştirilen gıdalar için fazla ödemeye gönüllü olması ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Özellik	Grup	n	$\bar{x}$	Sx	P
Hayvan refahı tutumu	Fazla ödemem	155	3,831 <sup>b</sup>	0,080	*
	%15 fazla öderim	109	4,095 <sup>ab</sup>	0,084	
	%30 fazla öderim	92	4,073 <sup>ab</sup>	0,089	
	%50 fazla öderim	59	4,162 <sup>a</sup>	0,093	
Hayvan refahı algısı	Fazla ödemem	155	3,927 <sup>b</sup>	0,084	*
	%15 fazla öderim	109	4,182 <sup>ab</sup>	0,092	
	%30 fazla öderim	92	4,139 <sup>ab</sup>	0,097	
	%50 fazla öderim	59	4,318 <sup>a</sup>	0,097	

\* $P<0,05$

Tüketicilerin gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki Çizelge 3.25'te sunulmuştur. Gıda etiketini inceleme davranışı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki önemli ( $P<0,05$ ;  $P<0,01$ ) bulunmuştur. Gıda etiketini bazen veya her zaman inceleyen tüketicilerin hayvan refahını algı ve tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.25.** Tüketicilerin gıda satın alırken etiketi inceleme davranışı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Gıda etiketlerini inceleme	N	Tutum		Algı	
		$\bar{x}$	Sx	$\bar{x}$	Sx
İncelemiyor	58	3,640 <sup>b</sup>	0,145	3,804 <sup>b</sup>	0,150
Bazen inceliyor	109	4,038 <sup>a</sup>	0,087	4,120 <sup>a</sup>	0,092
Her zaman inceliyor	248	4,069 <sup>a</sup>	0,053	4,155 <sup>a</sup>	0,058
P		**		*	

\*\*P<0,01, \*P<0,05

Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvansal gıda tüketimi durumuna ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.26'da verilmiştir. Katılımcıların hayvansal gıda tüketimi ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişki istatistikî düzeyde önemli bulunmamıştır.

**Çizelge 3.26.** Tüketicilerin hayvansal gıda tüketimi durumuna ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Hayvansal gıda tüketimi	n	Tutum		Algı	
		$\bar{x}$	Sx	$\bar{x}$	Sx
Ara sıra tüketiyor	41	3,927	0,160	4,055	0,167
Genellikle tüketiyor	170	4,051	0,068	4,154	0,073
Her zaman tüketiyor	204	3,974	0,062	4,058	0,067
P		-		-	

:- Önemli değil

Tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanı sayısı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler Çizelge 3.27'de sunulmuştur. Araştırmaya katılan tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve var ise pet hayvanı sayısı ile hayvan

refahı algı ve tutumu arasındaki önemli ( $P<0,05$ ) düzeyde ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Pet hayvanı sahiplenmemiş veya bir tane pet hayvanı sahiplenmiş tüketicilere göre, birden fazla pet hayvanı sahiplenmiş tüketicilerin hayvan refahı algı ev tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.27.** Tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve pet hayvanı sayısı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki ilişkiler

Özellik	Grup	n	$\bar{x}$	Sx	P
Hayvan refahı tutumu	Yok	311	3,977 <sup>b</sup>	0,052	*
	1 pet hayvanı	84	3,963 <sup>b</sup>	0,103	
	Birden fazla pet hayvanı	20	4,538 <sup>a</sup>	0,058	
Hayvan refahı algısı	Yok	311	4,081 <sup>b</sup>	0,055	*
	1 pet hayvanı	84	4,031 <sup>b</sup>	0,114	
	Birden fazla pet hayvanı	20	4,615 <sup>a</sup>	0,088	

\* $P<0,05$

#### 4. TARTIŞMA

Ankete katılan tüketicilerin hayvanların barındırıldıkları barınak şartlarından barınağın sıcaklığı, havalandırması, nem düzeyi ve temizlik koşullarının hayvanların refahını en fazla etkilediğini düşündüğü anlaşılmıştır. Bununla birlikte barınağın zemini veya aydınlatma düzeyinin ise hayvan refahını etkileyeceğini fazla katılmadıkları görülmüştür. Ayrıca tüketicilerin hayvan barınaklarında yangın ve diğer afetlere yönelik tedbirlerin de (alarm, uyarı sistemleri, vb.) hayvanların refahını etkileyeceğini düşük düzeyde katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Barınaktaki ses ve gürültü düzeyi, barınağın izolasyonu ve ekipmanlar ile barınak içinde hayvanların sıkışık tutulması gibi parametrelerin ise hayvanların refahını etkileyeceğine tüketiciler orta düzeyde bir katılım göstermiştir. Sarıal Kubilay ve Bozkurt (2020) de benzer bildirimde bulunmuştur. Genel olarak bakıldığında tüketicilerin hayvanların barınak koşullarının hayvan refahını etkilediğini düşündüğü ancak, hayvan refahı kadar hayvan sağlığı ve hayvan duygularını etkileme potansiyeli yüksek olan aydınlatma veya doğal afetler gibi durumların hayvan refahını etkileyebileceği yargısına düşük katılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durumun tüketicilerin et, süt ve yumurta gibi ürünlerini tükettiği çiftlik hayvanlarının fizyolojisi veya barındırma koşullarının hayvanlar üzerindeki etkileri konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığını düşündürmüştür. Nitekim Topuzoğlu vd. (2007) de tüketicilerin gıdalara ilişkin bilgi gerektiren tutumları nisbeten daha düşük oranda onayladığını bildirmiştir. Spooner vd. (2014) Kanada'daki hayvan üreticisi olan ve olmayan katılımcılar ile yaptığı çalışmada katılımcıların modern ve yoğun üretim sistemleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını, etik temelli olarak ele aldıkları hayvan refahı konusunda bilgi talebinde bulduklarını bildirmiştir. Miele (2010) Fransa ve Hollanda'da tüketici ve vatandaşların çiftlik hayvanlarının refahı ve hayvan yetiştirme uygulamaları hakkındaki bilgisinin parçalı, kararsız ve olumsuz duygularla iç içe geçmiş olduğunu, İtalya'daki katılımcıların çoğunluğunun ise hayvan refahı ve üretim sistemleri konusunda çok az bilgisi bulunduğunu belirlemiştir İzmirli ve Yaşar (2010) yaptıkları araştırmada veteriner hekim, öğrenci, tüketici ve hayvan sahiplerinin hayvanların refahı üzerine etkisi bakımından bakım, sağlık ve barınak şartları şeklinde sıraladığını bildirmiştir.



Araştırmaya katılan tüketicilerin algı ölçeğinin beslenme şartlarına katılımı bakımından elde edilen sonuçlara göre, tüketicilerin hayvanların beslendikleri otlak veya meranın büyüklüğü ile hayvan yeminin hayvan refahını etkilediğine yüksek düzeyde katılım gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin hayvanların erken yaşta sütten kesilmesi, hayvanların beslenme sürecindeki fiziksel özellikler ve hayvanların beslendikleri otlak veya meranın bitki örtüsünün yapısının hayvan refahını düşük düzeyde etkileyeceğini düşündükleri görülmüştür. Oysa, Napolitano vd., (2008) erken yaşta sütten kesilen ve annelerinden ayrılan kuzuların gelişiminin olumsuz etkilendiğini ve bu kuzuların çeşitli işlevlerinin belirgin şekilde zarar gördüğünü bildirmiştir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların hayvanların beslendikleri otlak veya meranın büyüklüğü ve hayvan yeminin özelliğinin hayvan refahını etkileyeceğine en yüksek oranda katılım gösterdikleri anlaşılmıştır. Bu sonuçlar hayvanların beslenmesinde en önemli faktörler arasında yer alan besleme ekipmanlarının özellikleri, içme suyunun kalitesi veya sütten kesim gibi hayvanlara uygulanan besleme idaresine tüketicilerin verdikleri önemin nispeten daha düşük olduğunu göstermiştir. Bu aynı zamanda hayvanlarda sağlık ve zindelik durumunu etkileyecek ve dolayısı ile hayvansal ürünlerin kalitesini de olumlu ya da olumsuz etkileyecek olan besleme uygulamalarının tüketici algısındaki görece ağırlıklarının farklılık göstermiştir. Nitekim Broom (2010) düşük refah düzeyinin hayvan sağlığı ve zindeliği üzerinde oluşturduğu olumsuzlukların veya hasta ve düşkün hayvanların ürünlerinde oluşacak olan kalite kayıplarının birçok insan için kabul edilemez olduğunu bildirmiştir. Bu araştırmada katılan tüketicilerin açık alanlarda, geniş otlak veya meralarda hayvanların beslenmesinin hayvanları daha olumlu etkileyeceğine ve hayvan refahını arttıracığına ilişkin bir algı bulunduğu görülmektedir. Bu durum, tüketicilerin hayvanların hem açık alanlarda daha mutlu ve sağlıklı olacağına hem de doğal bitkisel yemler ile beslenen hayvanların ürünlerinin daha sağlıklı olacağına ilişkin bir düşünce taşıdıklarını düşündürmüştür. Buna karşın Topuzoğlu vd.(2007) tüketicilerin sağlıklı beslenme için doğru ürünleri seçebilmesi bakımından bilgi eksikliğini bulduğuna dikkat çekmiştir. Spooner vd., (2014) da araştırmaya katılan kişilerin hayvan refahını en fazla hayvanlarda olumlu duygusal durum ile ve daha sonra doğal yaşam koşullarına erişim imkanı ile ilişkilendirdiğini bildirmiştir. Benzer bir durum da organik ürünlere tüketici talebinde görülmektedir. Nitekim Sutherland vd., (2013) de organik prensipler altında yetiştirilen gıda ürünlerine

talebin dünya çapında arttığını ve bunun asıl sebeplerinden birisinin bu üretim tarzında çiftlik hayvanlarına sağlanan refah düzeyinin yüksek olması yönündeki beklentisinin olduğunu bildirmiştir. Clark vd., (2016) da insanların doğallık ve hayvanlara insancıl muamelenin iyi hayvan refahının merkezinde yer aldığını düşündüğünü bildirmiştir. Soroka ve Wojciechowska-Solis (2019) Polonya’lı tüketicilerin organik gıdaları seçmesinde etkili olan faktörleri incelemiş ve özellikle organik gıdaların zararlı maddeleri içermemesi nedeniyle daha sağlıklı olduğu yönündeki düşüncenin etkili olduğunu, Miele (2010) ise küçük ölçekli işletmeler, açık alanda barındırma ve otlatma gibi özellikleri yönünden organik üretim sistemlerinin pozitif hayvan refahı sağladığı yönünde yaygın bir algının bulunduğunu kaydetmişlerdir.

Araştırmada elde edilen personel şartlarına ilişkin sonuçlara göre çiftlik hayvanlarının bakım ve idaresinde görev yapan personelin veya hayvan sahibinin cinsiyetinin hayvan refahı üzerinde etkili olduğuna düşük düzeyde katılım belirlenmiştir. Bu durum tüketicilerin çiftlik hayvanlarının bakım ve idaresini yapan personelin sadece kadın veya erkek olmasının hayvanların refahının yüksek veya düşük olmasında belirgin bir farklılık yaratmayacağına inandıklarını göstermiştir. Nitekim araştırma sonuçları tüketicilerin hayvan bakımında görevli bu kişilerin hayvanlara yönelik davranışı, hayvan bakımı konusundaki tecrübesi ve işinden memnun olma durumunun hayvan refahını çok etkileyeceğini düşündüğünü göstermiştir. Bu sonuçlar tüketicilerin çiftlik personelinin sosyo-demografik özelliklerinin hayvan refahını etkileme potansiyelini önemsediğini göstermektedir. Nitekim tüketicilerin bu yaklaşımının hayvan refahının arttırılmasında bir motivasyon sağlama ve itici bir güç oluşturma bakımından isabetli ve yararlı olduğu değerlendirilmiştir. Bu sonuçlar benzer bulguları sunan bazı araştırmalar ile de paralellik göstermektedir (Furnham ve Pinder, 1990; Hills 1993; Kılıç vd.,2013).

Hayvan refahı algı ölçeğinin sağlık şartlarına ilişkin yargılarından tüketicilerin en düşük katılımı sergilediği maddeler hayvanlarda kulak, kuyruk, pençe, tırnak, gaga, kanat ve parmak gibi uzuvların kesilmesi, kedi, köpek ve çiftlik hayvanlarının kısırlaştırılması ile tedavisi mümkün olmayan ızdıraplı hastalıklar nedeniyle hayvanların itlaf edilmesi olduğu görülmüştür. Bununla birlikte tüketicilerin kedilerde tırnak çekme, tavuklarda zorla tüy dökümü ve buzağılarda

boynuzsuzlaştırma gibi uygulamalar, hayvan yarışları, hayvanlara elektrik veren ekipmanların kullanımı ve hasta hayvanların tedavi biçimlerinin hayvan refahını daha fazla etkilediğini düşündüğü belirlenmiştir. Tüketicilerin hayvan refahını en fazla etkilediğini düşündükleri maddelerin ise hayvanların ağrı ve ızdırıp çekmesi veya yorgun ve stres altında olması, kesim koşulları veya hayvanların sağlıklı ve mutlu olması olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, tüketicilerin hayvanlarda verimleri arttırmak üzere uygulanan bazı modifikasyonların ve yetiştirme uygulamalarının hayvanların sağlığını etkilediğini düşündüğünü göstermektedir. Buna karşın tüketicilerin doğrudan hayvanda düşkünlük, ağrı, ızdırıp ve acı oluşturan veya hayvanları mutlu edecek olan durumlara daha fazla önem verdikleri de anlaşılmıştır. Bu durum tüketicilerin rutin olarak satın aldıkları et, süt ve yumurta gibi gıda ürünlerinin genellikle yoğun üretim sistemlerinden geldiğini bilmesi, gıda talebin karşılanması ve ucuz gıda temini noktasında yoğun üretim sistemlerinin gerekliliğine de bir ölçüde inanıyor olabileceğini düşündürmüştür. Godfray ve Garnett (2014) de gıda üretim sistemlerinin sürdürülebilirliği yönünden bu çelişkileri açıklamış, Clark vd. (2016) ise kişiler için modern ve yoğun tarım yöntemlerine yönelik tutumların çoğunlukla olumsuz olduğunu kaydetmiştir. Bu araştırmada tüketicilerin hayvan sağlığı konularında genel olarak sağlık kavramını hayvanların olumlu veya olumsuz duyguları ile daha yoğun şekilde ilişkilendirdiği görülmüştür. Nitekim Spooner vd., (2014) da çalışmaya katılan kişilerin hayvanlarda makul sağlık ve biyolojik işleyişin sürdürülmesinin çok önemli olduğuna katılmış ise de doğal yaşamın faydalarına en fazla katılım gösterdiklerini bildirmiştir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahı algı ölçeğinin diğer şartları içeren boyutuna ilişkin verdiği bildirimler incelendiğinde, tüketicilerin hayvanların terk edilmesi ve onlara isim verilmesi, hayvanların birey olarak ele alınmasının hayvan refahını etkileyeceğine düşük düzeyde katılım gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin hayvan çiftliklerindeki teknik donanımlar, kriz ve risk yönetimi gibi işletme şartları veya ilgili stratejiler, hayvan nakillerinin koşulları, hayvanların üreme sürecine veya yavruları ile ilişki sürecine yapılan müdahalelerin hayvan refahını etkilediğine orta düzeyde katılım gösterdiği belirlenmiştir. Buna karşın hayvanların maruz kaldıkları iklim koşulları veya hayvanların verimlerinin artırılmasına yönelik antibiyotik veya hormon uygulamaları ile hayvanların genetik yapılarına yapılan

müdahalelerin hayvan refahını etkilediğine ise tüketicilerin yüksek oranda katılım gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin hayvanlarda korku ve strese neden olabilecek veya kendisini güvende hissettirebilecek şartların ve hayvanların dokunularak sevilmesinin hayvan refahını etkileyeceğine yüksek oranda katıldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar tüketicilerin hayvanların yetiştirildikleri koşullarda maruz kaldıkları koşullarının hayvanlar üzerinde oluşturacağı olumsuz etkilere ilişkin çeşitli düzeylerde kaygı duyduklarını göstermektedir. Nitekim Clark vd., (2016) ve Alonso vd. (2020) de tüketicilerin hayvan refahına ilişkin endişelendiğini bildirmiştir.

Hayvan refahı tutum ölçeğinin bilişsel boyutuna ilişkin elde edilen sonuçlar tüketicilerin hayvanların kurban edilmesi veya kesilmesi, hayvanların taşınma koşulları, hayvanların terk edilmesi veya hayvanları koruma amacı taşıyan sivil toplum örgütlerinin faaliyetleri, hayvanların korunmasına ilişkin mevzuatlar, hayvanların birey olarak görülmesi ve yüksek hayvan refahı standartlarında üretilmiş gıdaların satın alınmasının hayvan refahını olumlu etkileyeceğine düşük düzeyde katılım gösterdiğini ortaya koymuştur. Hayvanların kendini güvende hissetmesi, hayvan bakım ve beslenmesinde kullanılan teknik donanım ve hayvanlarda korku gibi olumsuz duygular oluşmasına neden olacak koşulların ise tüketiciler tarafından hayvan refahını nispeten daha fazla etkileyeceği yönünde algılandığı belirlenmiştir.

Tüketicilerin hayvan refahı tutum ölçeğinin duyuşsal boyutunda yer alan ve hayvanların insanların kullanımı için yaratılmış olduğuna ilişkin yargıya düşük düzeyde katılım gösterilmiştir. Buna karşın tüketiciler bir hayvanın ağrı veya acı çektiğini anlayabileceği, hayvanları bir birey olarak gördüğü ve insanların hayvanlara karşı davranışlarının onların diğer insanların gözündeki yerini etkileyeceği görüşlerine nispeten daha yüksek katılım göstermiştir. Tüketicilerin hayvanların hissedebilen canlılar olduğu, hayvanların da hakları ve refahı olduğu, mutlu hayvanlardan elde edilen gıdaların daha kaliteli olacağı, hayvana şiddet uygulamanın vahşet olduğu ve aile içi şiddet ile hayvanlara kasıtlı zarar vermek arasında bir ilişki olduğu yönündeki yargılara ise en yüksek katılımı gösterdikleri belirlenmiştir.

Araştırmada uygulanan hayvan refahı tutum ölçeğinin davranışsal boyutuna ilişkin elde edilen sonuçlara göre, tüketiciler hayvan refahı ile ilgili olma, yüksek hayvan

refahı standartları altında üretilen ürünleri satın alma, gıda satın alırken hayvan refahı standartlarında üretilmiş ürünleri tercih etme veya gıda ürünlerinin hayvan dostu üretim tekniği ile üretilip üretilmediğini etiket üzerinden kolayca anlayabilme maddelerine düşük katılım göstermiştir. Buna karşın tüketiciler yüksek hayvan refahı standartları altında üretilen ürünlerin pahalı olsa da satın alınması, hayvanların korunması için aktif bir rol oynanması ve bu amaçla faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinin desteklenmesi maddelerine ise nispeten daha yüksek katılım göstermiştir.

Hayvan refahı algı ve tutumu ile katılımcıların cinsiyeti arasındaki ilişkiler önemli bulunmuştur. Katılımcılar arasında erkeklere oranla, kadınların hayvan refahı algı ve tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum annelik içgüdüsüne de sahip olan kadınların erkeklere göre daha yüksek empatiye (Furnham ve Pinder 1990; Hills 1993) ve duygu yapısı nedeniyle de hayvan ve çevreye karşı daha hassas olduğu (Maria, 2006) yönündeki bildirimler ile uyumludur. Tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu yaşla birlikte artma eğilimi göstermiş, özellikle 33 yaşından sonra hayvan refahı algı ve tutumunda bir düşüş olduğu görülmüştür. Ancak yaş grupları arasındaki bu farklılıklar istatistiki olarak önemsiz bulunmuştur. Bu sonuçlar koyun yetiştiricilerinin genç ya da yaşlı olmasının hayvan refahı algılarını değiştirmedikini bildiren Kılıç ve Bozkurt (2013)'un bildirimleri ile uyumludur. Buna karşın Şanlıer (2009) ile Zorba ve Kaptan (2011) tüketicilerin yaşının gıda tercihlerini olumlu yönde etkilediğini bildirmiştir. Köhler ve Wildner (1998)'de farklı yaş gruplarındaki insanların hayvan refahı algısında farklılıklar görüldüğünü bildirmiştir. Thompson, (1998) organik gıda ürünlerinin tercih edilmesine yaşın etkisinin önemli olduğunu bildirmiştir. Clark vd., (2016) ve Spooner vd., (2014) hayvan refahına ilişkin endişelerin yaş, cinsiyet ve eğitim seviyesi gibi sosyo-demografik özelliklerden farklı şekillerde etkilendiğini bildirmiştir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim seviyesinin hayvan refahına algı ve tutumu üzerine önemli ölçüde etkili olduğu bulunmuştur. Eğitim durumu ortaöğretim ve yükseköğretim olan tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu yüksek iken, ilköğretim mezunu tüketicilerin algı ve tutumu düşük bulunmuştur. Bu da beklenen bir bulgudur. Nitekim eğitim seviyesinin hayvan refahı algısını etkilediğini bildiren benzer bildirimler de bulunmaktadır (Thompson 1998; Bozkurt vd., 2017). Bu durum

eğitim düzeyinin artması ile birlikte tüketicilerin beslenme bilinci, ürün kalitesi ve hayvanlarda biyolojik ve davranımsal ihtiyaçlara ilişkin bilgi ve farkındalık düzeyinin de daha yüksek olabileceğini düşündürmüştür. Nitekim Özkul ve vd., (2013) toplumun hayvan hakları kavramına yaklaşımını inceledikleri araştırmada, eğitim seviyesinin artmasıyla hayvanlara ve hayvan haklarına gösterilen olumlu tutumun arttığını bildirmiştir. Aksulu (2013)'de hayvan haklarını savunan sivil toplum örgütlerinin örgütlenme ve sosyal iletişim kanallarına ilişkin analizler yapmıştır. Bu sonuçlar tüketicilerin satın alma davranışlarının tüketim ve üretim stratejilerine etki etme potansiyeli temelinde, eğitim seviyesinin arttırılması ile hayvan dostu gıda ürünlerinin gelecek dönemler için arttırılabileceğini de göstermektedir (Waiblinger vd., 2002). Kellert (1988)'de hayvan bakıcılarının eğitim düzeyinin artmasıyla hayvan refahı algılarının da arttığını bildirmiştir. Kılıç ve Bozkurt (2013) hayvan refah algısı yüksek olan koyun yetiştiricilerinin eğitim düzeyinin de yüksek olduğunu, ayrıca çiftliklerin de eğitimi ve tecrübeli personel çalıştırdıklarını tespit etmişlerdir. Thompson, (1998) ise organik gıda ürünlerine yönelik talebin tüketici eğitim seviyesi ile etkilendiğini bildirmiştir.

Eğitim seviyesine ilişkin bulguların aksine tüketicilerin hayvan refahı bilgi düzeyinin hayvan refahı algı ve tutumu ile önemli derecede ilişkili olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte hayvan refahını az veya hiç bilmiyorum şeklinde cevaplayan tüketici gruplarında hayvan refahı algı ve tutumunun çok az bile olsa daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç beklentilerin aksi yönündedir. Aslında bu sonucun tüketicilerin hayvan refahına ilişkin bilgi düzeyinin tanımlanması yöntemi ile de ilişkili olabileceği değerlendirilmiştir. Çünkü araştırmada katılımcılara hayvan refahı konusundaki bilgi düzeyini kendi öz değerlendirmesini yaparak cevaplaması istenmiş olup, tüketicilerin hayvan refahı kavramı ve hayvanlarda refah gereksinimleri konusunda yeterli akademik bilgi veya konuya ilişkin farkındalık bulunmuyor olabilir. Nitekim Şeker ve vd., (2011) Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve hayvan refahı bilgisi üzerine yaptıkları bir araştırmada tüketicilerin hayvan refahı kavramını tam olarak bilinmediğini belirlemiştir. Bununla birlikte Frewer vd., (2005) tüketicilerin hayvan refahı konusunu kendi sağlığı ve yaşadıkları çevre ile ilişkili olan başlıca iki kategoride düşündüğünü ancak hayvan refahı konularını daha ayrıntılı şekilde düşünmediklerini ifade etmiştir. Miele (2010) ise yoğun üretim

sistemlerindeki hayvanların refah sorunlarının yeterince iyi anlaşılmadığını, hayvanların refahının tüm kapalı barındırma sistemlerinden eşit şekilde olumsuz ve tüm açık barındırma sistemlerinden olumlu etkileneceği şeklinde bir genel algılamının bulunduğunu kaydetmiştir.

Tüketicilerin medeni durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında önemli düzeyde ilişki olmadığı görülmüştür. Benzer şekilde hayvan refahı tutumunda çocuk sahibi olma ve çocuk sayısı ile çok az da olsa bir artış görülmüş ise de tüketicilerin çocuk sahibi olma durumu ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında da istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar Thompson, (1998)'in tüketicilerin organik gıda ürünlerine yönelik talebinin medeni durum, çocuk sahibi olma veya çocuk sayısı ile etkilendiği yönündeki bildirimleri ile farklılık göstermiştir.

Bu araştırmaya katılan tüketicilerin pet hayvanı sahibi olma durumu ve var ise sahiplenilen pet hayvanı sayısı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında önemli ilişki bulunmuştur. Pet hayvanı sahiplenmemiş veya bir tane pet hayvanı sahiplenmiş tüketicilere göre, birden fazla pet hayvanı sahiplenmiş tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum pet hayvanı sahiplenilen tüketicilerin hayvanları ile olan ilişkilerinden ve onların bakımını yapmasından dolayı hayvanların biyolojik gereksinimleri, davranış ve duygu yapıları gibi konularda daha deneyim sahibi olabileceğini ve bu nedenle hayvan refahı konusunda da daha yüksek bir farkındalık sahibi olmuş olabileceğini düşündürmüştür. Nitekim Mariti vd. (2012) de pet hayvan sahiplerinin hayvanlarda stres ve korku gibi negatif duygu durumlarını kolayca anlayabildiklerini bildirmişlerdir. Paul (2000) insan ve hayvana yönelik empati düzeyini etkileyen bir çok faktörün bulunduğunu bildirmiş, çocuk ve pet hayvanı sahibi olma veya çocukluk döneminde pet hayvanı sahip olma durumunun hayvana yönelik empati düzeyini önemli ölçüde etkilediğini bildirmiştir.

Araştırmada tüketicilerin yüksek hayvan refahı standartları ile üretilmiş gıdalara fazla ödemeye gönüllü olması ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında önemli ilişkiler belirlenmiştir. Hayvan refahı algı ve tutumunun en düşük olduğu tüketicilerin hayvan dostu gıdalara fazla ödemeye gönüllü olmayan tüketiciler olduğu belirlenmiş, fazla ödemeye gönüllü tüketiciler arasında ise ödemeye gönüllü olunan

oran arttıkça hayvan refahı tutum ve algısının da arttığı görülmüştür. Bu sonuçlar tüketicilerde hayvan refahının olumlu bir parametre olarak algılandığı ve bu nedenle yüksek hayvan refahı standartlarında üretilen gıdaların daha iyi veya kaliteli olduğu yönünde değerlendirildiğini göstermektedir. Nitekim Frewer vd., (2005) tüketicilerin ve vatandaşların çoğunun hayvan dostu üretim sistemlerinin olumlu bir gelişme olduğuna inandığını belirlemiştir. Şeker ve vd. (2011) de kırmızı et tüketicilerinin yüksek hayvan refahı standartlarına uygun yetiştirilmiş hayvanlardan elde edilen ürünlere geleneksel sistemlerden gelen ürünlere göre daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını belirlemiştir. Clark vd. (2016) tüketicilerin hayvan dostu üretim sistemlerini daha kaliteli, güvenli ve sağlıklı gıda ürünleri gibi ek faydalar ile ilişkilendirdiğini bildirmiştir. Miele (2010) ise Avrupa Birliği üyesi ülkelerde yaptıkları çalışmalarında tüketicilerin gıda alışverişinde hayvan refahına özel bir önem vermediğini, ancak birçoğunun kalite garantili ürünleri tercih ederken hayvan refahının da bu kalite kapsamında zaten var olmasını beklediğini belirlemiştir.

Bu araştırmaya katılan tüketicilerin aylık gelir düzeyinin hayvan refahı algı düzeyi ile önemli düzeyde ilişkili olmadığı buna karşın hayvan refahı tutumu ile önemli düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Aslında elde edilen sonuçlar incelendiğinde gelir düzeyi arttıkça hayvan refahı algı düzeyinin de nispeten artış eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu durum da, gelir düzeyi ile tüketicilerin sağladıkları eğitim gibi olanakların artması, hayvan refahı yüksek olan organik veya doğal ürünlerin satıldığı niş pazarlara ulaşım olanağının artması gibi koşullar ile ilişkili olabileceği düşünülmüştür. Nitekim araştırmaya katılan tüketicilerin gıda etiketini inceleme alışkanlığı ile hayvan refahı algı ve tutumu arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuçlar tüketicilerin hayvan refahına önem verip vermemelerinin dışında etiket inceleme tutumları ile de ilişkili olabilir. Nitekim Topuzoğlu vd. (2007) tüketicilerin %52'sinin gıda etiketini incelemeye olumlu baktığını belirlemiştir. Ayrıca gıda etiketlerini inceleme davranışının sadece son üretim tarihinin incelenmesi (Meuwissen vd., 2003; Henson ve Humphrey 2010, Havinga 2017), etiket ambalajının sağlamlığının kontrol edilmesi (Topuzoğlu vd., 2007) ve gıda içeriği ve katkılarının incelenmesi (Topuzoğlu vd., 2007) gibi geniş bir zemin içerdiği de görülmektedir. Buna ilaveten hayvan refahı kalite güvence programlarının henüz Türkiye'de yaygınlaşmamış olması (Bozkurt ve Koçak, 2017).



ve bu nedenle yüksek hayvan refahı altında üretilen ve bu şekilde etiket taşıyan ürünlerin raflarda yaygınlaşmamış olmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmüştür. More vd., (2017) üretilen ürünlerin hayvan refahı etiketi ile etiketleyebilmesi için kalite güvence programına üye olması ve bu programın hayvan refahı standartlarına uymasının zorunlu olduğunu bildirmiştir. Ancak bu durumda bile olsa, Miele (2010) gıda etiketlerinin ve markalarının üretim ortamlarındaki hayvan refahı koşullarına uygunluğunu değerlendirmek için yararlı bilgi kaynakları olduğunun altını çizmiş, özellikle İtalya ve Fransa'da gıda markalarının hayvan refahı düzeyini değerlendirmede dikkate alındığını bildirmiştir. Ayrıca tüketicilerin etiket üzerindeki bilgileri incelemesi ile hayvan refahı konusunda toplumsal ve tüketici rolü bakımından bir ilişki kurmuyor olması da mümkün görülmüştür. Nitekim Frewer vd., (2005) de etiketlemede tüketici güveninin çok önemli bir konu olduğunu, tüketicilerin hayvan refahının yükseltilmesine ilişkin yasal veya ticari sorumluluğu bulunan çiftlikler, marketler, kalite güvence kuruluşları gibi bir dizi gıda zinciri aktörüne güvendiğini ve bu nedenle hayvan yetiştiriciliği sistemlerinin ayrıntılarına dikkat etmeye gerek görmediğini bildirmiştir.

Araştırmada tüketicilerin aylık gelirini etkileyecek olan mesleğin hayvan refahı algı ve tutumu üzerine etkisinin önemsiz olduğu belirlenmiştir. Bu durum ilk bakışta çelişkili olsa da, algı yönünden çiftçi ve kamu çalışanlarının hayvan refahı algı ve tutumunun nispeten bir miktar daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar araştırmaya dahil edilmeyen diğer bazı faktörlerin de etkisinin olabileceğini akla getirmektedir. Clark vd. (2016)'in çalışmasında antibiyotik katkısı konusu hariç üretim sistemlerinden kaynaklanan hayvan hastalıkları ile ilgili endişelerin tüketiciler alışveriş yaparken çok fazla öne çıkmadığı, tüketicilerin çoğunluğunun hayvan refahı şartlarına ilişkin endişeli olmasına rağmen tek başına hayvan refahının bir öncelik olmadığını ve satın alma tercihini ürün fiyatı, ürünlerin bulunabilirliği ve algılanan kişisel etkiler gibi birçok faktörler ile etkilendiğini kaydetmiştir. Soroka ve Wojciechowska-Solis (2019) de organik gıda alımıyla ilgili temel sorunlardan birisinin yüksek olan fiyatlar olduğunu bildirmiştir.

Araştırmada tüketicilerin hayvansal gıda tüketimi alışkanlığının da hayvan refahı algı ve tutumu ile önemli bir ilişki içermediği belirlenmiştir. Bu durum araştırmaya katılan tüketicilerin az veya çok hayvansal gıda tüketmeleri nedeniyle hayvan refahı

konusuna yaklaşımları arasında çok önemli bir farklılık oluşmamış olabileceğine bağlanmıştır. Nitekim hayvansal gıdaları tüketmeyen vejeteryan ve veganların sadece bitkisel gıdalara dayalı beslenme biçiminin nedenleri arasında hayvan haklarına olan saygı ile hayvanların korunmasının desteklenmesi yönündeki aktivist tutumların olduğu bildirilmiştir (Hopwood vd. (2020). Soroka ve Wojciechowska-Solis (2019) ise organik gıdalar için bazı tüketicilerin sağlığa zararlı etkilerinin olmaması nedeniyle tercih ettiğini ve bazı tüketicilerin de gıdanın tadı gibi başka özelliklere dayanarak tercih gösterdiğini bildirmiştir.

Hayvan refahı algı ölçeğinin barınak, besleme, personel, sağlık ve diğer şartlar boyutlarında bulunan yargılara tüketicilerin katılımları arasında bazı çelişkili durumlar olduğu dikkat çekmektedir. Tüketiciler barınak içinde temiz hava ve optimum iklimlendirmenin hayvan refahını çok etkileyeceğine tam katılırken, bu barınak içi koşulların kötüleşmesine neden olacak olan sıkışık barındırma ve tüm yaşamsal faaliyetlerini yapabilmesi için ihtiyaç duyduğu aydınlatmanın veya barınakların fiziksel şartlarının hayvan refahını etkileyeceğine düşük oranda katılım sergilemiştir. Yine hayvanların sağlıklı ve zinde bir yaşam sürebilmesi için gerekli olan nitelikli ve dengeli yem, açık alan ve otlatma ile uygun iklimin hayvan refahı için önemine tam katılmakta ancak hayatın temel gereksinimi olan içme suyunun önemine veya yeni doğan hayvanların erken süttten kesilmesinin önemine düşük katılım göstermektedir. Tüketicilerin hayvanlardan yüksek verim alınabilmesi için hormonlar gibi katkıların kullanılması, hayvana şiddet uygulanması veya hayvanlarda ağrı, ızdırap veya stres oluşturabilecek yetiştirme uygulamalarının hayvanların refahını düşüreceğine tam katılım gösterirken diğer yandan olumsuz duygu durumları ve mental ızdırap oluşturabilecek olan üreme süreçlerinin veya yavruları ile ilişkilerinin engellenmesi, sokağa terk edilmesi, veteriner bakımı, tırnak, kuyruk ve gaga kesimi ve hayvanların itlaf edilmesi gibi ağırlı işlemlerin yapılmasının hayvan refahını etkileyeceğine düşük katılım göstermiştir. Hayvanlar ile temas eden kişilerin işinden memnun olması ve hayvanlara yönelik davranışlarının hayvan refahını etkileyeceğine yüksek oranda katılım gösteren katılımcılar personelin eğitimi ve cinsiyetinin ise etkisinin düşük olacağına katılım göstermişlerdir.

Araştırmada tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu arasında tutarlılık bulunduğu ancak bazı konularda da uyumsuzluklar bulunduğu dikkat çekmiştir. Hayvanların birey olarak ele alınmasının hayvan refahının artırılmasında yüksek derecede etkili olmayacağına ilişkin algı ve tutumun tutarlı olduğu görülmektedir. Ancak örneğin yüksek hayvan refahı standartları altında yetiştirilen hayvanların mutlu olduğuna ve mutlu olarak nitelendirilebilecek hayvanlardan elde edilen ürünlerin daha kaliteli olduğu yönünde algı olmasına rağmen tüketicilerin bu ürünleri satın alma veya fazla ödeme yapmanın hayvan refahını etkilemeyeceğine ilişkin tutum sergiledikleri görülmektedir. Benzer şekilde katılımcıların hayvanların sokağa terk edilmesinin hayvan refahını etkileyeceğine ilişkin düşük bir algıya sahip olduğu görülmüş ise de hayvanların hissedebilen canlılar olduğu, hakları ve refahı bulunduğu ve sokak hayvanlarına şefkatle yaklaştığı yönünde de tutum sergilediği anlaşılmıştır. Bu durum katılımcıların il ve ilçe merkezleri ile köy ve kasabalarda yaşayan kişiler olması, hayvanlar ve hayvan üretim sistemleri ile ilgili bilgi ve deneyimlerinde de farklılıklar bulunması ile ilişkili olabileceği düşünülmüştür. Ayrıca katılımcıların hayvan refahı ile ilgili ölçeğin sorunlarını yorumlarken ve cevaplarken tüketici ve vatandaş olarak da farklı açılardan yaklaşımlar sergilemiş olabileceğini akla getirmektedir. Spooner vd., (2014) araştırmasında tüketicilerin hayvan refahını ve yoğun üretim sistemlerini bir yandan kaliteli ürün talebi yönünden diğer yandan ucuz ve bol gıda talebi yönünden ele aldığını bildirmiş, bunun da kişilerin üretim sistemlerinin hayvan üzerindeki etkileri ile hayvan hakları savunuculuğu arasında kalmasına ve akıl karışıklıklarına neden olduğunu bildirmiştir. Schröder ve McEachern (2004) kişilerin bir yandan toplumsal yargıları etkileyen vatandaşlar olarak, diğer yandan satın alma davranışı ile tüketiciler olarak düşünebileceklerini ve vatandaş olarak hayvanların iyi bir yaşama hakkı olduğu fikrini destekleyebileceklerini kaydetmiştir. Ayrıca Schröder ve McEachern (2004) benzer kafa kaşıklığının bazı tüketicilerin bu ortamda yanıltıldıklarını hissetmesine neden olduğunu, tüketicinin gıda üretim süreçlerine ilişkin sade ve kolay anlaşılabilir bilgi ihtiyacı olduğunu bildirmiştir. McEachern ve Schröder (2002) İskoçya'daki tüketicilerin tutum ve davranışları arasındaki benzer uyumsuzluğun et kalitesini etkileyen üretim kriterleri konusunda anlayış eksikliği ve bilişsel uyumsuzluğunun bir sonucu olarak oluştuğunu ve tüketicilerin üretim sistemleri hakkında daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiğini bildirmiştir. Weary ve Von Keyserlingk (2017) de tek

yönlü eğitim çabalarının başarı şansının düşük olacağını, bu eğitim sürecinde hayvansal üretim endüstrisinin hayvan refahı endişelerini dinlemesi gerektiğini, endişelerin giderilmesi için değişiklikler yapması gerektiğini, bu sürece yetiştiricileri, gıda işleyicileri, endüstri uzmanları, vatandaşları, tüketicileri ve genel halkın sürekli katılımını teşvik etmesi gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca araştırmacılar gıda endüstrisinin hayvan refahı standartlarının geliştirmesi ve uygulamaya konulması da dahil olmak üzere gelecek dönemde tüm paydaşların da benimseyeceği ortak bir vizyonun geliştirilmesine katkı yapması gerektiğini kaydetmiştir.

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenmiştir;

- Tüketicilerin hayvanların yaşadıkları barınak şartları ile besleme şartlarının hayvan refahına yüksek oranda etki yaptığını düşündükleri görülmektedir. Tüketicilerin hayvanların açık alanlarda daha mutlu ve sağlıklı olacağı ve ürünlerinin de daha doğal olacağı yönünde bir algı taşıdıkları belirlenmiştir
- Hayvan refahı tutum ölçeğinin bilişsel boyutuna ilişkin sonuçlar tüketicilerin hayvan bakım, besleme ve sağlık şartlarının genel olarak hayvan refahını etkilediğine buna karşın hayvanların birey olarak kabul edilmesi, ilgili yasal düzenlemeler ve sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin nispeten daha az etkili olduğuna inandığını göstermiştir. Ölçeğin duyuşsal boyutuna ilişkin sonuçlara göre tüketiciler hayvanların da insanlar gibi hakları bulunduğu, stres, ağrı ve ızdırabı hissebildikleri, hayvanlara şiddet uygulamanın vahşet olduğu ve mutlu hayvanlardan elde edilen gıdaların daha kaliteli olduğunu düşünmektedir. Tutum ölçeğinin davranışsal boyuta ilişkin sonuçlar ise tüketicilerin hayvanlara daima iyi davrandığını ve ilgili yasal düzenlemelere uyduğunu ancak hayvan refahının hayvansal ürün satın alırken tercihlerini yüksek oranda etkilemediğini göstermiştir.
- Tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi ile önemli derecede etkilenmiş, kadın, yükseköğrenim gören ve gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin hayvan refahı algısının da daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yaş, meslek, medeni durum ve çocuk sahibi olma, yerleşim yerinin özelliği ve hayvan refahı bilgi düzeyinin tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu önemli düzeyde etkilemediği belirlenmiştir. Pet hayvanı sahibi olan tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumunun da daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
- Hayvan refahı algı ve tutumu yüksek olan tüketicilerin gıda etiketini inceledikleri ve yüksek hayvan refahı standartlarında üretilen gıdalara daha fazla ödeme yapmaya gönüllü oldukları anlaşılmıştır.

- Araştırmaya katılan tüketicilerin hayvan refahına yönelik algı ve tutumunun ağırlıklı olarak yararlı bir yaklaşım içerdiği görülmüş olup, tüketicilerin hayvan refahı konulu ve kavramları konusunda bilgi ve farkındalığının artırılmasına ihtiyaç bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre aşağıdaki öneriler yapılmıştır;

- Tüketicilerin hayvan refahını doğal ve sağlıklı gıda ile ilişkilendirdiği tespit edilmiş olup, tüketicilerin hayvan refahı algı ve tutumu arasındaki tutarlılığın artırılması için hayvan refahı konusunda eğitim ve bilgilendirme sağlanmalıdır.
- Hayvansal gıdaların elde edildiği hayvanların çiftlikte, nakil ve kesim sırasında maruz kaldığı şartlara ilişkin bilgiler gıda etiketlerinde okuyucu dostu bir şekilde yer almalıdır.
- Yoğun hayvan yetiştirme sistemlerinin hayvan refahı üzerine etkilerine ilişkin tüketicilerin bilgilendirilmesi sağlanmalıdır.
- Tüketicilerin hayvansal gıdaların üretim aşamalarına ilişkin kaygılarının giderilmesi için daha fazla şeffaflık ve izlenebilirlik sağlanmalıdır.
- Hayvan refahı ve gıda güvenliğinin artırılması için tüketiciler de dahil gıda endüstrisinin tüm paydaşları arasında iletişim ve işbirliği fırsatları artırılmalıdır.

## 6. KAYNAKLAR

- Akkan, E., Bozyiğit, S. (2020). Bir niş pazar olarak türkiye'deki vegan ürünler: tüketici bakış açısından keşfedici bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(1):101-149.
- Aksoy, A., (1984). Kanatlı hayvanların beslenmesi ders notları. Atatürk Üniviversitesi Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, Erzurum.
- Aksulu, M. (2013). Yeni toplumsal hareketler: Türkiye'de hayvan hakları savunuculuğu ve sosyal medya. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alonso, M.E., González-Montaña, J.R., Lomillos, J. M. (2020). Consumers' concerns and perceptions of farm animal welfare. *Animals*,10(3): 385.
- Altınçekiç, Ş.Ö., Koyuncu, M. (2012). Çiftlik hayvanları ve stres. *Hayvansal Üretim*, 53(1): 27-37.
- Anonim (2020). Tarım ve Orman Bakanlığı, Hayvancılık Genel Müdürlüğü. Hayvancılık İstatistikleri Ekim 2020 (<https://www.tarimorman.gov.tr/sgb/Belgeler/SagMenuVeriler/HAYGEM.pdf>, Erişim Tarihi: 03.11.2020).
- Alagöz, S.B., Demirel, E. (2017). Helal gıda sertifikalı ürünlerin tüketici davranışları üzerine etkisi: Konya İli üzerinde bir araştırma. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 28(3):451-472.
- Beyter, N. (2020). Deniz ürünlerinin sağlık açısından önemi ve gastronomideki yeri. *Uluslararası Antalya Bilim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1(2):47-61.
- 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.
- Bozkurt, Z. (2016). Çiftlik düzeyinde hayvan refahı değerlendirmesi için bilimsel yaklaşımlar. *Kocatepe Veterinary Journal*, 9(3):236-246.
- Bozkurt, Z. (2017). Avrupa Birliği'nde broiler ve yumurtacı tavukların refah standartları için yasal gereklilikler ve Türkiye'nin uyumu. *Bahri Dağdaş Hayvancılık Araştırma Dergisi*, 6(2): 23-35.
- Bozkurt, Z., Kılıç, İ., Hacan Gücüyener, Ö., Lenger, Ö.F.(2013). İnsan-hayvan etkileşimlerinin hayvan refahına etkisi. *Kocatepe Vet J*, 6(1): 41-50.

- Bozkurt, Z., Koçak, S. (2017). Gıdalarda hayvan refahı etiketlemesi. *Kocatepe Veterinary Journal*, 10(4), 337-349.
- Bozkurt, Z., Koçak, S., Kılıç, İ., Çelikeloğlu, K., Hacan, Ö., Lenger, Ö. F., Tekerli, M. (2017). Attitudes of staff regarding animal welfare: A description on poultry farms in Afyonkarahisar. *Kocatepe Veteriner Dergisi*, 10(4):308-316.
- Broom, D. M. (1991). Animal welfare: concepts and measurement. *Journal of Animal Science*, 69(10): 4167-4175.
- Broom, D. M. (2010). Animal welfare: An aspect of care, sustainability, and food quality required by the public. *Journal of Veterinary Medical Education*, 37(1):83-88.
- Cankurt, M., Miran, B., Şahin, A. (2010). Sığır eti tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma: İzmir ili örneği. *Hayvansal Üretim*, 51(2):16-22.
- Clark, B., Stewart, G.B., Panzone, L.A., Kyriazakis, I., Frewer, L.J. (2016). A systematic review of public attitudes, perceptions and behaviours towards production diseases associated with farm animal welfare. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 29(3):455-478.
- Coşkun, Ö., Çevik, S. (2020). Türkiye’de hane halklarının et tüketim kalıpları: gelirin ve demografik faktörlerin etkisi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49):369-402.
- Çelebi, Ş., Karaca, H. (2006). Yumurtanın besin değeri, kolesterol içeriği ve yumurtayı n-3 yağ asitleri bakımından zenginleştirmeye yönelik çalışmalar. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 37(2):257-265.
- Çolakoğlu, F.A., İşmen, A., Özen, Ö., Çakır, F., Yığın, Ç., Ormancı, H.B. (2006). Çanakkale ilindeki su ürünleri tüketim davranışlarının değerlendirilmesi. *E.Ü. Su Ürünleri Dergisi*, 23(1-3):387-392.
- Dağtekin, M., Ak, O.(2007). Doğu Karadeniz bölgesinde su ürünleri tüketimi, ihracat ve ithalat potansiyeli. *SUMAE Yunus Araştırma Bülteni*, 7(3): 14-17.
- Dereli Fidan, E. (2012). Türkiye’de çiftlik hayvanları ile ilgili refah uygulamaları. *Animal Health Production and Hygiene*, 1(1):39-46.
- Dilber, F., Dilber, A. (2013). Üniversite öğrencilerinin gıda ürünleri tüketiminde medyanın etkisi: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1):64-82.
- Dinçoğlu, A.H. (2016). Genetiği değiştirilmiş organizmalar ve gıda güvenliği. *Türkiye Klinikleri Gıda Hijyeni ve Teknolojisi Dergisi*, 2(3):56-63.



- Dölekoğlu, C.Ö., Çelik, O. (2018). Y kuşağı tüketicilerin gıda satın alma davranışı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 21:55-66.
- Duncan, I.J. (2006). The changing concept of animal sentience. *Applied animal behaviour science*, 100(1-2):11-19.
- Duncan, I.J.H. (1990). Reactions of Poultry to Human Beings. In: *Social Stress in Domestic Animals* (Ed. Zayan R, Dantzer R ) Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, Sayfa:121-131.
- Duncan, I.J.H. (2002). Poultry welfare: Science or subjectivity. *Br Poult Sci*, 43:643-652.
- Erdal, G., Tokgöz, K. (2011). Tüketicilerin ambalajlı ve açık süt tüketim tercihlerini etkileyen faktörler: Erzincan ili örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1):111-115.
- Eryılmaz, G.A, Kılıç, O. (2020). Türkiye ve Avrupa Birliği'nde tüketicilerin gıda güvenliğiyle ilgili tutum ve davranışları. *Food and Health*, 6(1):57-66.
- ESK (2019). Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü, 2019 Sektör Değerlendirme Raporu.([https://www.esk.gov.tr/upload/Node/10255/files/2019\\_Yili\\_Sektor\\_Degerlendirme\\_Raporu.pdf](https://www.esk.gov.tr/upload/Node/10255/files/2019_Yili_Sektor_Degerlendirme_Raporu.pdf); Erişim tarihi: 09.9.2020).
- FAO (2019). Dünyada Gıda Güvenliği ve Beslenme Durumu 2019, (<http://www.fao.org/3/ca5249tr/ca5249tr.pdf>, Erişim Tarihi. 01.03.2020).
- Fraser D. (2003). Assessing animal welfare at the farm and group level: The interplay of science and values. *Animal Welfare*, 12 :433-443.
- Frewer, L.J., Kole, A., Van De Kroon, S.M.A., De Lauwere, C. (2005). Consumer attitudes towards the development of animal-friendly husbandry systems. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 18(4), 345-367.
- Furnham A, Pinder A.(1990). Young people's attitudes to experimentation on animals. *The Psychologist*, 10:444-448.
- Ginsberg, C. (2017). The market for vegetarian foods.(<https://kingsvegetarianfood.ca/wp-content/uploads/2017/02/The-Market-for-Vegetarian-Foods.pdf>], Erişim: 5.01.2019).
- Godfray HCJ, Garnett T. (2014). Food security and sustainable intensification. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, B 369.
- Güneş, F.E., Aktaç, Ş., Korkmaz, B.İ.O. (2014). Tüketicilerin gıda etiketlerine yönelik tutum ve davranışları. *Akademik Gıda*, 12(3):30-37.

- Hacıoğlu, G., Kurt, G. (2012). Tüketicilerin fonksiyonel gıdalara yönelik farkındalığı, kabulü ve tutumları: İzmir ili örneği. *Business and Economics Research Journal*, 3(1): 161-171.
- Hatırlı, A.S., Öztürk, E., Aktaş, R.A.(2007). Kırmızı, tavuk ve beyaz et talebinin tam talep sistemi yaklaşımıyla analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(6):211-221.
- Havinga T.(2017). Private food safety standards in the EU. (In: Regulating and Managing Food Safety in the EU.Ed:Bremmers, H., Purnhagen, K), Nijmegen Sociology of Law Working Papers Series. 2017; no:2017/01, pp: 11-37.
- Hemsworth, P.H., Coleman, G.J. (1998). A model of stockperson-animal interactions and their implications for animals. (In: Human-Livestock interactions: the stockperson and the productivity and welfare of intensively farmed animals, Ed. Hemsworth P.H., Coleman, G.J.), pp. 91-106. CAB International, New York.
- Henson, S., Humphrey, J.(2010). Understanding the complexities of private standards in global agri-food chains as they impact developing countries. *Journal of Development Studies*, 46(9):1628–1646.
- Hills, A. M. (1993). The motivational bases of attitudes toward animals. *Society and Animals*, 1:111-128.
- Hopwood, C.J., Bleidorn, W., Schwaba, T., Chen, S. (2020). Health, environmental, and animal rights motives for vegetarian eating. *PloS one*, 15(4):e0230609.
- Hughes, B.O., Duncan, I.J.H. (1988). The notion of ethological ‘need’, models of motivation and animal welfare. *Animal Behaviour*, 36(6): 1696-1707.
- Izmirli, S., Yaşar, A. (2010). A survey on animal welfare attitudes of veterinary surgeries, veterinary students, animal owners and society in Turkey. *Kafkas Univ Vet Fak Derg*, 16(6):981-985.
- İnci, H., Karakaya, E., Şengül, T., Söğüt, B. (2014). Bingöl ilinde kanatlı eti tüketiminin yapısı. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1:18- 24.
- Karaboğa, K. (2016). Vegan pazarı büyüyor.(<https://www.dunya.com/ekstra-dunya/vegan-pazari-buyuyor-haberi-327339>, Erişim Tarihi:05.07.2020).
- Karakaya, E. Akbay, C. (2013). İstanbul ilinde tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıkları. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(1):65-77.

- Karakuş, K., Aygün, T., Alarşlan, E. (2008). Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 18(2): 113-120.
- Karlı, B., Bilgiç, A. (2007). Factors affecting meat and meat products consumption quantities in Şanlıurfa province. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 20(1): 127-136.
- Kehlbacher, A., Bennett, R., Balcombe, K.(2012). Measuring the consumer benefits of improving farm animal welfare to inform welfare labelling. *Food Policy*, 37(6):627-633.
- Kellert, S.R. (1988). Human-animal interactions: A review of American attitudes toward wild and domestic animals in the twentieth century.(In: Animals and people sharing the world. Ed: Rowan, A.N.), University Press of New England, Hanover-New Hampshire, USA.
- Kılıç İ, Bozkurt Z. (2013). The relationship between farmers' perceptions and factors affecting sheep welfare. *Asian-Australasian Journal of Animal Sciences*, 26(9):1329-1338.
- Kılıç İ, Bozkurt Z.(2020). Assessment of Turkish consumer attitudes using an Animal Welfare Attitude Scale (AWAS). *Veterinaria México OA*, 7(1).1-15.
- Kılıç, İ., Bozkurt, Z., Tekerli, M., Koçak, S., Çelikeloglu, K. (2013). Afyonkarahisar ili koyunculuk işletmeleri çalışanlarının hayvan refahını etkileyen faktörlerle ilgili algıları. *Lalahan Hay. Arast. Enst. Der*, 53(1):29-38.
- Kılıçlar, A., Şahin, A., Sarıkaya, G.S, Bozkurt, İ. (2018). Kişilik tiplerinin gıda tercihlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4):779 - 811.
- Kızıgın, Y., Özkan, B. (2014). Tüketicilerin helâl gıda tüketim eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Business and Management Studies: An International Journal*, 2(1): 16-33.
- Knight, C.H., Peaker, M., Wilde, C.J. (1998). Local control of mammary development and function. *Reviews of Reproduction*, 3:104-112.
- Köhler, F., Wildner, S. (1998). Consumer concerns about animal welfare and the impact on food choice. Report on National Survey, EU FAIR CT98-3678, Germany - 1 st. Report, The University of Kiel, Germany.
- Köse, N.,Yaman, K. (2010). Tüketicilerin gıda maddelerinin son kullanma tarihine verdikleri önem üzerine bir araştırma: Kastamonu ili merkez ilçe örneği. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(1):233-240.

- Kurtoğlu, R., Çiçek, B. (2013). Tüketicilerin helâl ürünler hakkındaki algılama, tutum ve beklentilerini tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(3):181-205.
- Madenci, A.B., Türker, S., Bayramoğlu, Z., Eyiz, V. (2019). Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutum ve algılarını etkileyen sosyo-ekonomik faktörler: Konya ili örneği. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 1(1):48-59.
- Malek, W. (2016). Big data analysis in social networks: Extracting food preferences of vegans from Twitter, Unpublished Master Thesis, Dalarna University, Falun.
- Maria, G.A.(2006). Public perception of farm animal welfare in Spain. *Livestock Science*, (103):250-256.
- Mariti, C., Gazzano, A., Moore, J.L., Baragli, P., Chelli, L., Sighieri, C., (2012). Perception of dogs' stress by their owners. *J. Vet. Behav.* 7:213–219.
- McEachern, M.G., Schröder, M.J. (2002). The role of livestock production ethics in consumer values towards meat. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 15(2):221-237.
- Melih, B., Eraslan, İ.H., Barca, M. (2007). Türk gıda sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1):311-335.
- Meuwissen, M.P.M., Velthuis, A.G.J., Hogeveen, H., Huirne, R.B.M.(2003).Traceability and certification in meat supply chains. *Journal of Agribusiness*, 21(2):167-182.
- Miele, M. (2010). Report concerning consumer perceptions and attitudes towards farm animal welfare. European Animal Welfare Platform, Brussels, Belgium, 1-16.
- More, S.J., Hanlon, A., Marchewka, J., Boyle, L.(2017). Private animal health and welfare standards in quality assurance programmes: A review and proposed framework for critical evaluation. *Veterinary Record*, 180(25):612.
- Napolitano, F., De Rosa, G., Sevi, A. (2008). Welfare implications of artificial rearing and early weaning in sheep. *Applied Animal Behaviour Science*, 110(1-2):58-72.
- Onurlubaş, E., Gürler, A. Z. (2016). Gıda güvenliği konusunda tüketicilerin bilinç düzeyini etkileyen faktörler. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(1):132-141.

- Oran, N.T., Toz, H., Küçük, T., Uçar, V. (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları, besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *Life Sciences*, 12(1): 1-13.
- Örmeci Kart, M.Ç., Demircan, V. (2014). Dünyada ve Türkiye'de süt ve süt ürünleri üretimi, tüketimi ve ticaretindeki gelişmeler. *Akademik Gıda*, 12(1):78-96.
- Özdemir, O., Duran, M. (2010). Biyoteknolojik uygulamalara ve genetiği değiştirilmiş organizmalara gıda ilişkin tüketici davranışları. *Akademik Gıda*, 8(5):20-28.
- Özkul, T., Sarıbaş, T., Uzabacı, E., Yüksel, E. (2013). Türk toplumunun hayvan hakları kavramına yaklaşımının belirlenmesine yönelik bir araştırma: I. Demografik özelliklere göre tutum analizi. *Kafkas Univ Vet Fak Derg*, 19(1):167-171.
- Paul, E. S. (2000). Empathy with animals and with humans: Are they linked?. *Anthrozoös*, 13(4):194-202.
- Pehlivan, A. S. (2017). Vegan yaşam tarzı yeni pazar yarattı. (<https://veganlik.org/vegan-pazar-ekonomist>, Erişim tarihi: 12.02.2019).
- Sağlam, K., Gümüş, T. (2018). Yazılı, görsel ve sosyal medyada gıda ile ilgili bilgi kirliliğinin halkın gıda tercihi üzerine etkileri. *Gıda*, 44(1):153-162.
- Sarial Kubilay, G.S., Bozkurt, Z. (2020). Animal welfare attitudes of pet owners: An investigation in Central and Western parts of Turkey. *Kocatepe Veteriner Dergisi*, 13(4):388-395.
- Saygın, Ö., Demirbaş, N. (2017). Türkiye'de kırmızı et sektörünün mevcut durumu ve çözüm önerileri. *Hayvansal Üretim*, 58(1): 74-80.
- Schröder, M.J., McEachern, M.G. (2004). Consumer value conflicts surrounding ethical food purchase decisions: a focus on animal welfare. *International Journal of Consumer Studies*, 28(2):168-177.
- Sevinç, İ.A., Ercoskun, H. (2020). Kırmızı et tüketimi, kolesterol ve beslenme. *Gıda ve Yem Bilimi Teknolojisi Dergisi*, (24):1-7.
- Sezek, F., Kaya, E., Doğan, S., Sezek, F., Ercan, K., Doğan, S. (2008). Üniversite öğrencilerinin genel beslenme alışkanlıkları, katkılı besinler hakkındaki bilgi, görüş ve tutumları. *Cankaya University Journal of Arts and Sciences*, 1(10):117-134.
- SGB (2019). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Tarım Ürünleri Piyasası Süt Raporu. Temmuz 2019.

- SGB (2020a). Tavuk Yumurtası Tarım Ürünleri Piyasa Raporu 2020. Tarım Ürünleri Piyasaları. Tavuk Yumurtası. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Ocak 2020, Ürün No: HÜ-07.
- SGB (2020b). Tavuk Eti Tarım Ürünleri Piyasa Raporu 2020. Tarım Ürünleri Piyasaları. Tavuk Eti. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Ocak 2020, Ürün No: HÜ-06.
- SGB (2020c). Durum ve Tahmin Kümes Hayvancılığı 2020. Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Kümes Hayvancılığı Durum Tahmin Raporu 2020, TEPGE (hazırlayan: Çiçekgil, Z.). Yayın No: 315.
- SGB (2020d). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Tarım Ürünleri Piyasası. Dana Eti, Tarım Ürünleri Piyasa Raporu, Temmuz-2020.
- SGB (2020e). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Tarım Ürünleri Piyasası. Tavuk Yumurtası. Tarım Ürünleri Piyasaları Raporları, Temmuz 2020.
- Soroka, A., Wojciechowska-Solis, J. (2019). Consumer motivation to buy organic food depends on lifestyle. *Foods*, 8(11): 581.
- Spooner, J.M., Schuppli, C.A., Fraser, D. (2014). Attitudes of Canadian citizens toward farm animal welfare: A qualitative study. *Livestock Science*, 163:150-158.
- Sutherland, M.A., Webster, J., Sutherland, I. (2013). Animal health and welfare issues facing organic production systems. *Animals*, 3(4):1021-1035.
- Şahinli, M.A., Fidan, H. (2012). Estimation of food demand in Turkey: method of an almost ideal demand system. *Qual Quant*, 46: 653-663.
- Şanlıer, N., Konaklıoğlu, E., Güçer, E. (2009). Gençlerin beslenme bilgi, alışkanlık ve davranışları ile beden kütle indeksleri arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2):333-352.
- Şeker, İ., Özen, A., Güler, H., Şeker, P., Özden, İ. (2011). Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. *Kafkas Univ Vet Fak Derg*, 17(4):543-550.
- Şen, B., Canpolat, Ö., Sevim, A.F., Sönmez, F. (2008). Elazığ ilinde balık tüketimi. *Fırat Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 20(3): 433-437.
- Şengül, T., Zeybek, S. (2020). Diyarbakır il merkezinde yaşayan tüketicilerin tavuk eti algıları ve bu algıları etkileyen faktörler üzerinde bir araştırma. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7(2):433-444.


- TAGEM (2018). Kanatlı Hayvancılık Sektör Politika belgesi 2018-2022 (<https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/Kanatli%20Hayvancilik%20Sektör%20Politika%20Belgesi%202018-2022.pdf>; Erişim Tarihi: 21.04.2020).
- TAGEM (2018). Süt Sektör Politika Belgesi 2018-2022. Ankara. (<https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/Sut%20Sektör%20Politika%20Belgesi%202018-2022.pdf>, Erişim Tarihi: 03.04.2020).
- Taşdan, K., Albayrak, M., Gürer, B., Özer, O.O., Albayrak, K., Güldal, H.T. (2014). Geleneksel gıdalarda tüketicilerin gıda güvenliği algısı: Ankara ili örneği. Uluslararası Davraz Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi, 29, 2014-31.
- Thompson, G.D. (1998). Consumer demand for organic foods: what we know and what we need to know. *American Journal of Agricultural Economics*, 80(5):1113-1118.
- TMMOB (2020). Ziraat Mühendisleri Odası, Süt Raporu 2018 ([https://www.zmo.org.tr/genel/bizden\\_detay.php?kod=31590&tipi=38&sube=5](https://www.zmo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=31590&tipi=38&sube=5), Erişim Tarihi: 07.05.2020).
- Tolon, M.T., Elbek, A.G. (2016). Determination of factors affecting seafood consumption pattern and consumption frequency. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 33(3):271-277.
- Topal, B., Şahin, H. (2019). Tüketicinin helal tüketim konusundaki tutum ve davranışlarının araştırılması: Sakarya ili örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1):37-51.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F., İkişik, H. (2007). Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4):253-258.
- TUİK (2019). Kırmızı Et Üretim İstatistikleri, IV. Çeyrek: Ekim - Aralık, 2019. Haber Bülteni. 11 Şubat 2020 (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kirmizi-Et-Uretim-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2019-33680>, Erişim Tarihi:11.07.2020).
- TÜDAV (2018). 2018 Yılı Türkiye Denizleri Raporu. İstanbul: Türk Deniz Araştırmaları Vakfı. 44p.
- Ulusal Süt Konseyi (2018). 2018 Süt Raporu. Dünya ve Türkiye’de süt sektör istatistikleri. (<https://ulusalsutkonseyi.org.tr/ulusal-sut-konseyi-sut-raporu-2019-2903/>; Erişim Tarihi: 09.09.2020).

- Ural, A., Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Waiblinger, S., Menke, C., Coleman, G.(2002). The relationship between attitudes, personal characteristics and behaviours of stockpeople and subsequent behaviour and production of dairy cows. *Appl Anim Behav Sci*, 79(3): 195-219.
- Weary, D.M., Von Keyserlingk, M.A.G. (2017). Public concerns about dairy-cow welfare: how should the industry respond?. *Animal Production Science*, 57(7):1201-1209.
- Yaylak, E., Taşkın, T., Koyubenbe, N., Koca, Y. (2010). İzmir ili ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Hayvansal Üretim*, 51(1):21-22.
- YUM-BİR (2018). Yumurta Tavukçuluğu Verileri 2018 (<https://www.yum-bir.org/Yumurta/id30-Istatistikler>, Erişim Tarihi: 19.08.2020).
- Zorba, N.N.D., Kaptan M., (2011). Consumer Food safety perceptions and practices in a Turkish community. *Journal of Food Protection*, 74 (11):1922–1929.



## 7. EKLER

### 7.1. Hayvan Deneyleri Yerel Etik Kurul Kararı

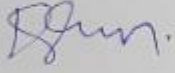

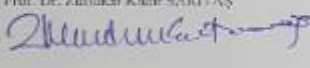

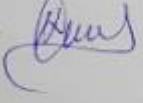
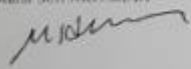


T.C.  
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ  
Hayvan Deneyleri Yerel Etik Kurulu  
(AKUHADYEK)

Sayı: 49533702/103  
Konu: AKUHADYEK-87-18-Referans nolu araştırma  
Prof. Dr. Zehra BOZKURT  
A.K.Ü. Veteriner Fakültesi Zootekni AD.  
Afyonkarahisar

Tarih : 26/06/2018

Üniversitemiz Hayvan Deneyleri Yerel Etik Kurulu'na sunmuş olduğumuz "*Hayvan Refahına İlişkin Tüketici Algı ve Tutumu*" isimli araştırma projesi AKUHADYEK yönetmeliğine ve evrensel etik ilkelere uyumlu olduğuna karar verilmiş ve onaylanmıştır.

Görevi	Adı	İmza	Görevi	Adı	İmza
Başkan	Prof. Dr. Yahya KUYUCUOĞLU		Üye	Vet. Hekim Engin GOKSEL	
Üye	Prof. Dr. Zülfikar Kadir SAHİT AŞ		Üye	(Sivil Toplum Kuruluş Üyesi) Hollu KARBAĞA	
Üye	Prof. Dr. Hatice ÇİÇEK		Üye	(Halk Üyesi) Yarus DOLU	Katılmadı
Üye	Doç. Dr. Murat Serri AKOSMAN				

Gazlıgöl yolu üzeri A.N.S Kampüsü 03200 AFYONKARAHİSAR

## ÖZGEÇMİŞ

13 Şubat 1991 yılında Tokat'ın Turhal İlçe' sinde doğdum. Yeşilirmak İlköğretim Okulu'nda ilk ve ort öğrenimimi tamamladıktan sonra liseyi Yeşilirmak Anadolu Lise'sinde tamamladım. Ardından Bartın Orman Endüstri Mühendisi Bölümü'nü kazandım ve burada bir yıl hazırlık okuduktan sonra üniversiteyi bıraktım. Daha sonra Afyon Kocatepe Üniversitesi Et ve Ürünleri Teknolojisi Bölümü'nü bitirdim ve dikey geçiş sınavı ile Süleyman Demirel Üniversitesi Zootekni Bölümü'ne geçiş yaptım. Üniversite eğitimimi tamamladıktan sonra özel sektörde çalışırken aynı zamanda 2017 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi Veteriner Fakültesi Zootekni Bölümü'nde Yüksek Lisansıma başladım. 2020 yılı Haziran ayında evlendim. Halen özel bir şirkette zooteknist olarak çalışmaktayım.