



Araştırma Makalesi (Research Article)

Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg., 2024, 61 (4):487-500
<https://doi.org/10.20289/zfdergi.1426051>

Elif ŞENYÜZ¹

Hacer TÜFEKCI^{2*}

¹ Yozgat Bozok Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 66100, Yozgat, Türkiye

² Yozgat Bozok Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, 66100, Yozgat, Türkiye

* Sorumlu yazar (Corresponding author):

hacer.tufekci@bozok.edu.tr

Küçükbaş hayvanlardan elde edilen ürünlerde gıda güvenliği bilinci ve tüketici davranışlarının incelenmesi*

Investigation of food safety awareness and consumer behavior in products obtained from small ruminants

* Bu çalışma TÜBİTAK BİDEB tarafından yürütülen 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1919B012104727 başvuru numarası ile desteklenmiştir.

Received (Alınış): 26.01.2024

Accepted (Kabul Tarihi): 26.07.2024

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada Yozgat ilinde küçükbaş hayvanlardan elde edilen ürünlerde gıda güvenliği bilinci ve tüketici davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem: Araştırmanın ana materyalini, Yozgat ilinde tesadüfi olarak belirlenen tüketicilerden anket yoluyla elde edilen orijinal veriler oluşturmaktadır.

Araştırma Bulguları: Katılımcıların %96.7'si gıda alışverişi yaparken gıda güvenliği konusuna önem verdiğini bildirmiştir. Ayrıca katılımcıların %85.7'si daha önce gıda güvenliği kavramını duyduklarını ve çoğunlukla gıda güvenliği sertifikaları hakkında bilgi sahibi olduklarını bildirmişlerdir. Katılımcıların son yıllarda gıda ürünleri satın alırken gözlemlediği değişimler incelendiğinde; çoğunlukla kalite, tazelik, güvenilirlik, lezzet, dayanıklılık ve verilen promosyonlarda azalma olduğunu belirtirken; fiyat, ambalaj ve etiket bilgilerinin arttığını belirtmişlerdir.

Sonuç: Katılımcıların koyun ve keçi eti tüketimini etkileyen en önemli faktör etin lezzet parametresi olup bunu alışkanlıklar, besin değeri ve sosyal çevre takip etmektedir. Bu durumun nedenleri arasında; katılımcıların koyun etini severek tüketmeleri, damak tadı ve bölgede arazi yapısının küçükbaş hayvan yetiştiriciliğine uygun olması ile yaygın olarak küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin yapılması ön plana çıkmaktadır.

ABSTRACT

Objective: This study aimed to examine food safety awareness and consumer behaviors regarding products obtained from small ruminants in Yozgat province.

Material and Methods: The main material of the research consists of the original data obtained through questionnaires from consumers randomly selected in Yozgat province.

Results: 96.7% of the participants reported that they attach importance to food safety when shopping for food. In addition, 85.7% of the participants reported that they had heard of the concept of food safety before and were mostly informed about food safety certificates. When the changes observed by the participants when purchasing food products in recent years are examined; they mostly stated that quality, freshness, reliability, flavor, durability and promotions have decreased, while price, packaging and label information have increased.

Conclusion: The most important factor affecting the consumption of small ruminants meat by the participants is the meat palatability parameter, followed by habits, nutritional value and social environment. Among the reasons for this situation, the fact that the participants consume sheep meat fondly, taste and the fact that the land structure in the region is suitable for sheep and goats breeding and that sheep and goat breeding is widely practiced are noteworthy.

Anahtar sözcükler: Gıda güvenliği, keçi, koyun, tüketici bilinci

Keywords: Food safety, goat, sheep, consumer awareness

GİRİŞ

Artan küresel nüfus, değişen sosyo-demografik özellikler gibi faktörlerle birleştiğinde, yalnızca daha fazla değil, aynı zamanda farklı türde gıda sağlamak için dünya kaynakları üzerinde artan bir baskı oluşturmaktadır (Henchion et al., 2017). Hayvansal üretim, ülkemizde tarım sektörü içerisinde katma değeri yüksek üretim kollarından biridir (Kopuzlu vd., 2016). Ayrıca hem insan beslenmesi hem de ülke ekonomisi için önem taşıyan bir tarımsal faaliyettir (Çetinkaya vd., 2023). Toplumun besin ihtiyacını karşılamak için hayvancılıktan bölgesel olarak en yüksek verimi ve kârlı üretimi sağlayabilecek şekilde yararlanmalıyız (Bebek & Keskin, 2018). Küçükbaş hayvan yetiştiriciliği hem Yozgat hem de ülkemiz için önemli bir ekonomik değer olmasının yanı sıra, bu bölgede uzun yıllardır sürdürülen bir sosyal ve kültürel birikime de sahiptir. Bakım ve beslenme açısından birçok avantaja sahip olması nedeniyle küçükbaş hayvanlar et ve süt dışında yapağı, kıl, tiftik, deri, post, gübre gibi çeşitli amaçlarla kullanılabilen çok sayıda ürüne sahiptir. Birçok sektör bu ürünlerden yoğurt, peynir, süt tozu, tereyağı, kefir, kozmetik, sabun, kaşmir, dondurma, bebek maması ve tekstil gibi ürünlerin üretimi için yararlanır.

Fizyolojik ihtiyaçlardan biri de gıdadır ve bu nedenle insan yaşamı için vazgeçilmezdir. Bununla birlikte, bu kaynağın güvenilirliği bulunabilirliği kadar önemlidir (Gözener vd., 2009). Tüketicilerin çoğunluğu, teknolojik ilerleme, ekonomik ve sosyal refahın artması nedeniyle gıda tüketimi ve gıda satın alma konusunda daha hassastır. Günümüzde, toplum sağlığını korumak ve gelecek nesillere sağlıklı bireyler yetiştirmek için beslenme en önemli konulardan biridir (Demirkol, 2007; Tosun & Hatırlı, 2009). Bu nedenle, dengeli beslenme için tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin bilinmesi gerekmektedir (Akçay & Vatanserver, 2013). Tüketici bilincinin artması, koyun ve keçi etinin kalite özelliklerini ön plana çıkarmıştır. Günümüzde hayvansal ürünlerin üretiminde artık daha bilinçli ve organize bir üretici kitlesi vardır. Devlet tarafından yürütülen yetiştirici eğitim faaliyetleri, iletişim araçlarının halkın geneline yayılması nedeniyle son zamanlarda daha iyi hale gelmiştir. Ayrıca, lezzet ve kaliteye önem veren tüketiciler için seçme şansı da vardır. Kırmızı etin kalitesinin değerlendirilmesinde, yağlılık, renk, yumuşaklık, pişme süresi ve lezzeti en önemli kriterlerdir. Üretimde tüketicilerin taleplerine uygun kalite özelliklerine sahip ürünleri üretip, pazara sunma ihtiyacı ortaya çıkmıştır ve bilinçli tüketiciler ürün satın alırken daha seçici davranmaktadır (Karaca, 2015). Tüketicilerin yeme kalitesi ve besleyici değer hakkında farkındalıklarının artması nedeniyle nitelikli görünüme sahip etler artan bir şekilde daha fazla talep edilmektedir (Gerbens, 2004). Küçükbaş hayvanlardan elde edilen diğer bir ürün ise süttür. Süt ve süt ürünleri insanların beslenmesinde önemli bir yere sahip olmanın yanı sıra zengin içerikleri, yararlı besin öğeleri nedeniyle özellikle büyüme ve gelişme çağındaki bireylerin beslenmesinde de oldukça önemlidir (Ocak & Önder, 2014). Üretilen sütün kalitesini muhafaza altına alabilmek için hijyen koşullarına uyulması gerekmektedir. Gelişen teknoloji ve artan refah düzeyleri, süt ve süt ürünlerinin kalitesini önemli ölçüde etkilemektedir (Esenbuğa, 2017).

Gıda güvenliği, sağlıklı gıda üretimini garanti etmek için üretim, işleme, saklama, taşıma ve dağıtım süreçlerinde gerekli kurallara uyulması ve önlemler alınması anlamına gelir (Giray & Sosyal, 2007). Gıda sektörünün büyük ölçüde tüketici taleplerine bağlı olması gıda güvenliğine ilişkin tüketici davranışlarının belirlenmesine yönelik araştırmaların önemini artırmaktadır. Tüketicilerin farkındalığı ve bakış açısı, gıda güvenliği kavramını zaman içinde değiştirebilir. Gıda güvenliğini önemli kılan ve ön plana çıkmasını sağlayan birçok faktör vardır. Gıda güvenliği kavramı, fiyatları, arz talep seviyelerini, iklim değişikliklerinin olumsuz etkilerini, üretimi aksatabilecek yetersiz kaynakların olmasını ve bunun sağlık ve çevre ile ilgili sorunlara yol açabileceği endişelerinden kaynaklanmaktadır (Koç & Uzmay, 2015). Farklı aşamalarda yapılan kontroller ile tüketime sunulan gıdaların ne ölçüde sağlıklı olduğu belirlenebilmektedir. Üreticinin kendisi, yasal kontrol kuruluşları ve tüketiciler en iyi kontrol denetleyicileridir. Bu nedenle tüketici davranışları oldukça önemli hale gelmektedir (Kızılaslan & Kızılaslan, 2008). Bu bağlamda, gıda güvenliğinin önemi artmış ve bu alanda çalışmaların yapılmasını önemli hale getirmiştir. Bu çalışmada Yozgat ilinde küçükbaş hayvanlardan elde edilen ürünlerde gıda güvenliği bilinci ve tüketici davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

MATERYAL ve YÖNTEM

Bu çalışma için etik kurul izni, Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 19.01.2022 tarihli ve 29/23 numaralı kararı ile alınmıştır. Çalışmanın ana materyali, Yozgat ilinde yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Anket uygulaması yapılan kişi sayısının belirlenmesinde, sınırlı popülasyonlarda maksimum örnek büyüklüğüne ulaşmak için kullanılan oransal örnek hacmi formülünden yararlanılmıştır (Newbold, 1995). Ana kitleye ilişkin bilgi mevcut olduğunda ve ana kitle 100.000' den büyük ise örnek büyüklüğü belirli bir güven aralığında hata payı ile hesaplanabilmektedir. Bu nedenle, Yozgat ili merkez ilçede toplam hane halkı sayısının 2020 yılı Yozgat İl Nüfus Müdürlüğü verilerine göre 100.000 üzerinde olduğu dikkate alındığında, %95 güven aralığında hata payı hesaplanacaktır. %95 güven aralığı ve %0.05 hata payı ile Yozgat merkez ilçe nüfusu dikkate alınarak örnek hacmi aşağıdaki formülden yararlanılarak 335 olarak hesaplanmıştır (Özdamar, 2004). Araştırma verilerinin analizinde IBM SPSS v24 programı kullanılmıştır (SPSS, 2016). Verilerin analizinde öncelikle tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ortaya konulmuş, daha sonra gıda güvenliği bilinci, gıda ürünleri tüketim ve satın alma davranışları analiz edilmiştir. Araştırmada basit aritmetik ortalama ve yüzde hesaplamalarından yararlanılmıştır.

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

Formülde; n: örnek hacmi, N: örnekleme çerçevesindeki toplam kişi sayısı, p: tahmin oranı, σ_p^2 : oranın varyansını ifade etmektedir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri

Tüketicilere ait bazı sosyo-demografik özellikler Çizelge 1'de sunulmuştur. Ankete katılanların %49.6'sı kadın, % 50.4'ü erkek; %57'si evli, % 43'ü bekar olup, %73.2'sini 40 yaş ve altındaki bireyler oluşturmaktadır. Ankete katılanların %29.3'ü öğrenci, %23.3'ü kamuda çalışan, %14.6'si özelde çalışan, %8'i işçi, %5.6'sı serbest meslek ve %19.1'i ev hanımı olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %16.7'si ilkokul; %12.2'si ortaokul, %20'si lise, %45.7'si üniversite ve % 5.4'ü yüksek lisans mezunu olduğunu ifade etmiştir.

Çizelge 1. Araştırmaya katılan tüketicilere ait bazı sosyo-demografik özellikler

Table 1. Some socio-demographic characteristics of the consumers participating in the study

Cinsiyet	n	%	Medeni durum	n	%
Kadın	166	49.6	Evli	191	57.0
Erkek	169	50.4	Bekar	144	43.0
Yaş			Eğitim durumu		
19-30	156	46.6	İlkokul	56	16.7
31-40	89	26.6	Ortaokul	41	12.2
41-50	71	21.2	Lise	67	20.0
50 ve üstü	19	5.6	Üniversite	153	45.7
Meslek			Yüksek lisans	18	5.4
Öğrenci	98	29.3	İkamet edilen yer		
Kamu	78	23.3	İl merkezi 1-14	36	10.7
Özel	49	14.6	İl merkezi 15 yıl ve üstü	126	37.6
İşçi	25	8.0	İlçe 1-14	34	10.2
Serbest meslek	19	5.7	İlçe 15 yıl ve üstü	83	24.8
Ev hanımı	66	19.1	Köy 15 yıl ve üstü	56	16.7

Çizelge 1. Devamı

Table 1. Continued

	n	%		n	%
Aile birey sayısı			Yaşamının çoğunu geçirdiği yer		
1-2	14	4.2	Köy	64	19.1
3-4	176	52.5	İlçe	131	39.1
5-6	129	38.5	İl	121	36.1
7 ve üzeri	16	4.8	Büyük şehir	19	5.7
Ailede gıda kaynaklı bir zehirlenme geçirme durumu			Ailedeki çalışan kişi sayısı		
Evet-hazır gıdalar	26	7.8	Anne-baba	46	13.7
Evet-süt ve süt ürünleri	23	6.8	Baba	185	55.2
Evet-dışarda yemek	36	10.7	Baba ve bir yetişkin çocuk	65	19.4
Evet-et ürünleri-hazır gıda-dışardan yemek	29	8.7	Anne-baba-bir yetişkin çocuk	39	11.7
Hayır	221	66.0	Ortalama aylık gelir (TL)		
Ailenizde gıda seçimini etkileyecek hastalık durumu			2500-5000	57	17.2
Evet-gıda alerjisi	28	8.4	5001-7000	54	16.2
Evet-mide hastalıkları	29	8.7	7001-10000	45	13.5
Evet-kalp-damar-mide-tansiyon-diyabet	31	9.1	10001-15000	70	20.9
Evet-solunum yolu-tansiyon-diyabet-böbrek	25	7.5	15001-18000	68	20.3
Evet-vitamin-mineral eksikliği-gıda alerjisi	24	7.2	18001-20000	18	5.4
Hayır	198	59.1	20001 ve üstü	22	6.6

Tüketicilerin çoğunlukla aile birey sayısı (%52.5) 3-4 kişi olmakla beraber, genel olarak 15 yıl ve üzeri Yozgat il merkezi, ilçeleri veya köylerinde ikamet ettikleri belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerin %17.2'si 2500-5000TL, %16.2'si 5001-7000TL, %13.5'i 7001-10000TL, %20.9'u 10001-15000TL, %20.3'ü 15001-18000TL, %5.4'ü 18001-20000TL ve %6.6'sı 20001TL ve daha fazla aylık gelir elde ettiklerini belirtmiştir. Ayrıca ailede çalışan kişi sayısına bakıldığında katılımcıların %13.7'si anne-baba; %52'si baba; %19.4'ü baba ve bir yetişkin çocuk ve %11.7'si anne-baba-bir yetişkin çocuk olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan bireylerin %59.1'i ailenizde gıda seçimini etkileyecek bir hastalık durumu var mı sorusuna hayır cevabını verirken, %40.9'u evet cevabını vermiştir. Katılımcıların %66'sı ailede gıda kaynaklı bir zehirlenme yaşanmadığını bildirirken %44'ü süt ve süt ürünleri, et ve et ürünleri, hazır gıda veya dışarda yenilen yemek gibi nedenlerden dolayı gıda kaynaklı bir zehirlenme yaşadıklarını belirtmiştir.

Tüketicilerin gıda güvenliği bilgi düzeyi ve özellikleri

Araştırmaya katılan tüketicilerin %48.4'ü bilinçli bir tüketici olduğunu, %61.8'i gıda güvenliği konusuna ilgi duyduğunu ve %71.3'ü gıda alışverişi yaparken gıda güvenliği konusuna önem verdiğini belirtmiştir (Çizelge 2). Katılımcıların %85.7'si gıda güvenliği kavramını duyduğunu bildirirken; gıda güvenliği sertifikaları olarak ilk sırada (%44.2) sadece TSE, ikinci sırada ise (%30.1) TSE, HACCP, GLOBALGAP, ISO 9001 ile organik ve ekolojik ürün sertifikalarını bildiklerini belirtmiştir. Katılımcıların %93.1'i Alo 174 gıda hattını duyduğunu ve %30.8'i daha önce bu hattı kullandığını bildirmiştir. Ayrıca tüketicilerin %53.1'i tükettikleri gıdalardaki etiketi bazen okuduklarını belirtmiştir.

Tüketicilerin gıda güvenliği kavramı bilgi durumu Çizelge 3'te ve tüketicilerin gıda alışverişinde gıda güvenliği konusundaki önem düzeyleri ise Çizelge 4'te verilmiştir. Ankete katılan tüketicilerin gıda güvenliği kavramı bilgi durumu için kendilerine sorulan sorulara ağırlıklı olarak "çok önemli" cevabını verdiği belirlenmiştir. Benzer bir şekilde, tüketicilerin gıda alışverişinde çoğunlukla gıda güvenliği konusunun tüm gıda gruplarında çok önemli olduğu bildirilmiştir.

Çizelge 2. Tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili kavramlar konusunda bilgisi**Table 2.** Consumers knowledge of concepts related to food safety

	n	%
Bilinçli bir tüketici olduğunuzu düşünüyor musunuz?		
Evet	162	48.4
Hayır	173	51.6
Gıda güvenliği ilgi durumu		
Çok ilgiliyim	51	15.2
İlgiliyim	207	61.8
Az ilgiliyim	77	23.0
Gıda alışverişi yaparken gıda güvenliği konusuna önem verme durumu		
Çok önemli	85	25.4
Önemli	239	71.3
Fark etmez	11	3.3
Gıda güvenliği kavramını duyma durumu		
Evet	287	85.7
Hayır	48	14.3
Gıda güvenliği konusunda bilgi kaynakları		
Televizyon-radyo	42	12.5
İnternet-sosyal medya	35	20.5
Bilimsel yayın-kitap-konu uzmanları	37	11.0
İnternet-sosyal medya-akraba-arkadaş	78	13.3
Televizyon-radyo-akraba-arkadaş-konu uzmanı	62	18.5
Hepsi	81	24.2
Gıda güvenliği sertifikaları bilme durumu		
TSE (Türk Standartları Enstitüsü)	148	44.2
TSE- HACCP- organik veya ekolojik ürün sertifikası	25	7.5
TSE- GLOBALGAP- ISO 9001	61	18.2
Hepsi	101	30.1
Ülkenizdeki gıda güvenliği ve korunması hakkındaki düşünceleriniz		
Gıda güvenliğinin sağlandığını düşünüyorum	30	9.2
Yetersiz buluyorum	140	43.1
Denetimleri yetersiz buluyorum	155	47.7
Alo174 gıda hattı hakkında bilgi düzeyi		
Tüketicilerin gıda ile ilgili her türlü şikâyet ve taleplerinin değerlendirmesidir	312	93.1
Tüketicilerin gıda ile ilgili kalitelerini öğrenmek için aradığı bir numara	8	2.4
Gıdaların markalarının hangisinin iyi olduğu öğrenmek için aranılan bir hattır	5	1.5
Bu hattın varlığını duymadım	10	3.0
Tüketime uygun olmayan bir gıda ürünü ile karşılaştığınızda yetkili mercilere başvuru durumu		
Evet	103	30.8
Hayır-uğraşmak istememe	143	42.7
Hayır-sonuç almayacağını düşünme	45	13.4
Hayır-şikâyet ederse üretici zarar uğrar düşüncesi	13	3.9
Hayır-hepsi	31	9.2
Günümüzde gıdaların geçmişe göre daha güvenli olup olmadığı konusundaki görüşler		
Geçmiş yıllara göre daha güvenli	75	22.4
Geçmiş yıllara göre aynı düzeyde	140	41.8
Geçmiş yıllara göre daha az güvenli	120	35.8

Çizelge 2. Devamı

Table 2. Continued

	n	%
Gıda denilince aklınıza ilk gelen sağlık sorunu		
Kanser	83	24.8
Obezite	24	7.2
Gıda zehirlenmeleri	22	6.6
Katkı maddesi	13	3.9
Kanser-obezite-katkı maddesi	27	8.0
Obezite-gıda zehirlenmesi	34	10.1
Kanser-gıda zehirlenmesi-katkı maddesi	24	7.2
Hepsi	108	32.2
Tükettiğiniz gıdaları sağlıklı olduğunu düşünüyor musunuz		
Evet	46	13.7
Hayır-katkı maddesi içermesi	60	17.9
Hatır-GDO	61	18.2
Hayır-katkı maddesi içermesi-GDO-hormon	72	21.5
Hayır-kimyasal madde içermesi-GDO	96	28.7
Tükettiğiniz gıdalarda etiketi okuma durumu		
Daima	32	9.5
Sık sık	90	27.0
Bazen	178	53.1
Çok nadir	35	10.4

Çizelge 3. Tüketicilerin gıda güvenliği kavramı bilgi durumu

Table 3. Consumers knowledge of food safety concept

	Çok önemli		Önemli		Fark etmez	
	n	%	n	%	n	%
Gıdaların her türlü tehlikeye karşı güvenliğini sağlamaktır	190	56.7	142	42.4	3	0.9
Son kullanım tarihi geçmemiş gıda	211	63.0	121	36.1	3	0.9
Gıdaların üretilip tüketilmesine kadar her aşamasında gerekli kurallara uyulması ve önlemlerin alınması, sağlıklı, sağlığa yararlı gıda maddelerinin üretilmesidir	183	54.6	149	44.5	3	0.9
Tüketicilerin her türlü gıdaya ulaşmalarını sağlamaktır	166	49.5	153	45.7	16	4.8
Sağlık açısından güvenli gıda	211	63.0	120	35.8	4	1.2
Kalite belgesi olan gıda	177	52.8	139	41.5	19	5.7
Markalı gıda	149	44.5	125	37.3	61	18.2
İçeriği bilinen gıda	201	60.0	129	38.5	5	1.5

Çizelge 4. Tüketicilerin gıda alışverişinde gıda güvenliği konusundaki önem düzeyleri

Table 4. Consumers level of importance on food safety in food shopping

	Çok önemli		Önemli		Fark etmez	
	n	%	n	%	n	%
Et ve et ürünleri	270	80.6	65	19.4	-	-
Süt ve süt ürünleri	266	79.4	69	20.6	-	-
Kuru bakliyatlar	182	54.3	142	42.4	11	3.3
Unlu mamuller	201	60.0	122	36.4	12	3.6
Taze meyve-sebze	245	73.1	84	25.1	6	1.8
Kuru meyve-sebzeler	194	57.9	131	39.1	10	3.0
Baharatlar	181	54.0	135	40.3	19	5.7
Sıcak ve soğuk içecekler	174	51.9	139	41.5	22	6.6

Tüketicilerin gıda ürünleri satın alma ve tüketim özellikleri

Tüketicilerin gıda ürünleri satın alma kararlarında etkili olan faktörler Çizelge 5'te verilmiştir. Çizelge incelendiğinde, çoğunlukla katılımcıların gıda güvenliği ile ilgili konuların satın alma kararında önemli derecede etkili olduğu görülmektedir. Katılımcıların son yıllarda gıda ürünleri satın alırken gözlemlediği değişimler incelendiğinde, katılımcılar çoğunlukla kalite (%66.6), tazelik (%71.9), güvenilirlik (%71.6), lezzet (%72.5), dayanıklılık (%72.2) ve verilen promosyonlarda (%74.0) azalma olduğunu belirtirken, fiyat (%78.5), ambalaj (%58.2) ve etiket (%84.2) bilgilerinin arttığını belirtmiştir (Çizelge 6).

Çizelge 5. Tüketicilerin gıda ürünleri satın alma kararlarında etkili olan faktörler

Table 5. Factors affecting consumers decisions to purchase food products

Gıda ürünleri satın alırken dikkat ettiğiniz kriterler nelerdir	Önemli		Önemsiz		Fark etmez	
	n	%	n	%	n	%
Markası	247	73.7	49	14.6	39	11.7
Fiyatı	233	69.6	79	23.6	23	6.8
Görünüşü	307	91.6	20	6.0	8	2.4
Ambalajı	304	90.7	19	5.7	12	3.6
Besin değeri	301	89.9	21	6.3	13	3.9
İndirimli olması	232	69.3	82	24.5	21	6.3
Lezzeti	324	96.7	9	2.7	2	0.6
Ürünü hijyenik olması	326	97.3	5	1.5	4	1.2
Gıda satın aldığım yerin hijyenine dikkat ederim	319	95.2	8	2.4	8	2.4
Gıda satın alınan yerde çalışanların eldiven vb. takmış olmaları	297	88.7	21	6.3	17	5.1
Gıda güvenliği sertifikası olması	271	80.9	41	12.2	23	6.9
Taze olması	307	91.6	17	5.1	12	3.6
Yöresel ürün olması	232	69.3	56	16.7	47	14.0
Uzman önerileri	255	76.1	34	10.1	46	13.7
Geçmiş deneyimler	302	90.1	17	5.1	16	4.8
Etiket bilgisi	295	88.1	18	5.4	23	6.9
Tanıtım-reklam	241	71.9	55	16.4	39	11.6
Ürün kullanımının-hazırlanmasının kolay olması	264	78.8	47	14.0	24	7.2
Üretim yeri-menşesine	292	87.2	21	6.3	22	6.6
Katkı maddelerine	320	95.5	-	-	5	1.5
Tüketim- üretim tarihine	323	96.4	-	-	2	0.6
Organik-iyi tarım uygulamaları ile üretilmiş olmasına	300	89.6	20	6.0	15	4.5
Satın alınan yerde uygun koşullarda satılması ve muhafaza edilmesi	320	95.5	9	2.7	6	1.8

Çizelge 6. Katılımcıların son yıllarda gıda ürünleri satın alırken gözlemlediği değişimler

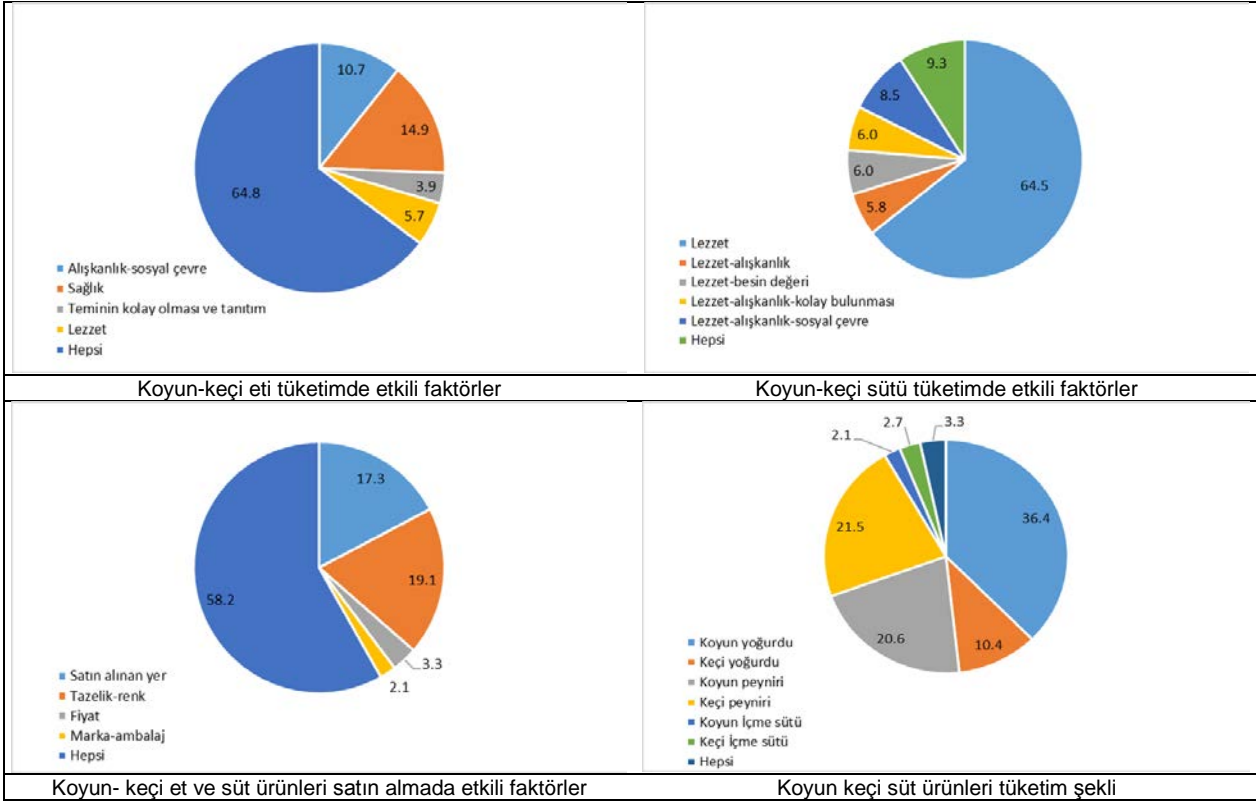
Table 6. Changes observed by participants when purchasing food products in recent years

	Arttı		Azaldı		Değişmedi	
	n	%	n	%	n	%
Kalite	64	19.1	223	66.6	48	14.3
Fiyatı	263	78.5	14	4.2	58	17.3
Ambalajı	195	58.2	82	24.5	58	17.3
Etiket	282	84.2	27	8.0	26	7.8
Tazelik	48	14.3	241	71.9	46	13.7
Güvenilirlik	37	11.1	240	71.6	58	17.3
Lezzet	42	12.5	243	72.5	50	15.0
Promosyon	40	12.0	248	74.0	47	14.0
Dayanıklılık	55	16.4	242	72.3	38	11.3

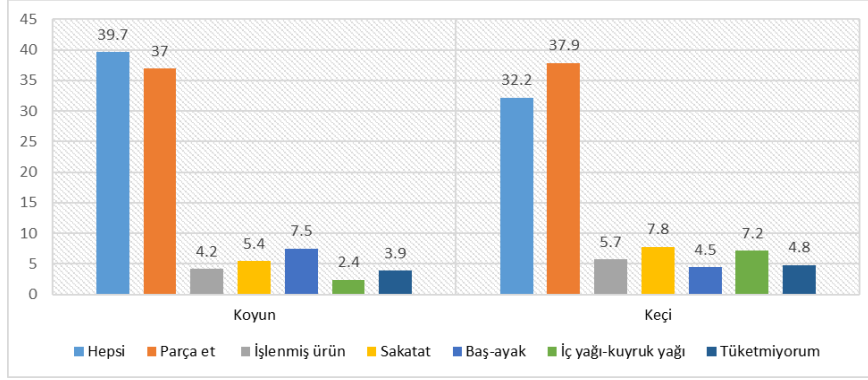
Çizelge 7. Katılımcıların hayvansal ürünleri satın alma yeri**Table 7.** Where participants purchased animal products

	Market		Üretici		Kasap		Şarküteri		Kooperatif-Birlik		Semt pazarı		Market-üretici		Market-üretici-kendim ürettiyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Süt	219	65.4	109	32.5	9	2.7	14	4.2	30	9.0	5	1.5	65	19.4	66	19.7
Peynir	187	55.8	83	24.8	-	-	18	5.4	15	4.5	9	2.7	29	8.7	72	21.5
Yoğurt	230	68.7	82	24.5	-	-	3	0.9	15	4.5	3	0.9	24	7.2	97	29.0
Tereyağı	177	52.8	112	33.4	-	-	7	2.1	15	4.5	9	2.7	29	8.7	66	19.7
Kaymak	201	60.0	86	25.7	-	-	5	1.5	15	4.5	3	0.9	16	4.8	71	21.2
Kırmızı et	92	27.5	22	6.6	169	50.4	50	14.9	2	0.6	-	-	3	0.9	47	14.0
Sucuk-pastırma	105	31.3	14	4.2	141	42.1	61	18.2	1	0.3	-	-	3	0.9	18	5.4
Beyaz et	144	43.0	13	3.9	165	49.3	104	31.0	1	0.3	-	-	5	1.5	37	11.0

Ankete katılan bireylerin koyun-keçi et ve süt tüketimi ile satın almada etkili faktörler ve süt ve süt ürünleri tüketim şekilleri Şekil 1'de sunulmuştur. Ankete katılan bireylerin koyun-keçi eti tüketiminde etkili faktörlerin başında lezzet (%64.5) gelirken koyun-keçi süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili faktörlerin sosyal çevre, sağlık, teminin kolay olması, tanıtım ve lezzet (%64.8) olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcılar koyun-keçi et ve süt ürünleri alırken genel olarak %58.2 satın alınan yerin etkili olduğunu bildirmiştir. Katılımcılardan koyun-keçi süt ürünlerinden koyun yoğurdunu %36.4'ü, koyun peynirini %20.6'sı, keçi peynirini %21.5'i, keçi yoğurdunu %10.4'ü, içme sütü olarak %4.8'i ve %3.3'ü hepsini tükettiğini belirtmiştir.

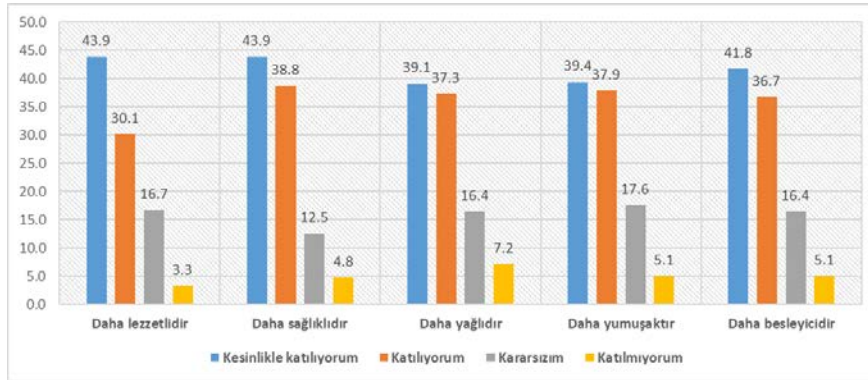
**Şekil 1.** Katılımcıların koyun-keçi et ve süt tüketimi ile satın almada etkili faktörler ve süt ve süt ürünleri tüketim şekilleri.**Figure 1.** Participants sheep-goat meat and milk consumption, factors affecting purchasing and consumption patterns of milk and dairy products.

Ankete katılan bireylerin koyun ve keçi eti satın alma şekli genel olarak (%37.0, %37.9) parça et şeklinde olup, parça et-işlenmiş ürün-sakatat-baş-ayak-iç yağı-kuyruk yağı olarak hepsini tükettiğini belirtenlerin oranı ise sırasıyla %39.7 ve %32.2'dir (Şekil 2). Katılımcıların koyun-keçi eti ve et ürünleri ile süt ve süt ürünleri tercih etme nedenlerine bakıldığında, ilk sırada daha lezzetli ve sağlıklı olduğu görülmektedir (Şekil 3 ve 4).



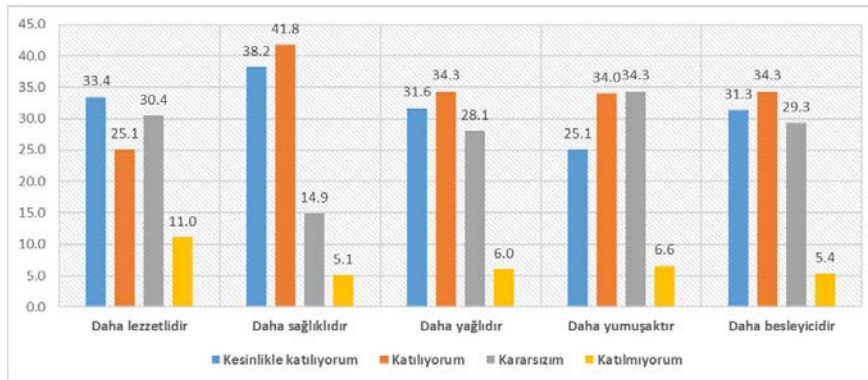
Şekil 2. Katılımcıların koyun ve keçi eti satın alma tercihi.

Figure 2. Participants preference for purchasing sheep and goat meat.



Şekil 3. Katılımcıların koyun-keçi eti ve et ürünleri tercih etme nedenleri.

Figure 3. Reasons why participants prefer sheep-goat meat and meat products.



Şekil 4. Katılımcıların koyun-keçi sütü ve süt ürünleri tercih etme nedenleri.

Figure 4. Reasons why participants prefer sheep-goat milk and dairy products.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Gıda satın alma kararında tüketiciye ait birçok özellik etkili olmaktadır. Bu özellikler demografik, sosyo-kültürel ve psikolojik olarak sıralanabilir (Örücü & Tavşancı, 2001). Elde edilen sonuçlar incelendiğinde cinsiyet ve medeni duruma göre katılımcılar arasında dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir. Ek olarak katılımcıların %73.2'sini 40 yaş ve altındaki bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların %20'si lise, %45.7'si üniversite ve %5.4'ü yüksek lisans mezunu olduğu ve ortalama hane halkı sayısı ise ağırlıklı olarak (%52.5) 3-4 kişi olduğu bildirilmiştir. Araştırma sonuçları farklı illerde yapılan çalışmalar ile benzerdir (Keleş vd., 2021; Durmaz Dayılar, 2018). Ayrıca katılımcıların %40.9'u ailede kronik bir rahatsızlığı bulunan bir bireyin olduğunu bildirmiştir. Bu sonuçlar Engindeniz vd. (2021) bildirdikleri sonuçlardan (%25.09) yüksek bulunmuştur. Ailede çalışan sayısı bakımından elde edilen sonuçlar Acıbuca & Kaya (2023)'nin yaptıkları çalışma sonuçları ile benzerdir. Katılımcılar genel olarak 15 yıl ve üzeri Yozgat il merkezi-ilçeleri veya köylerinde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. Elde edilen bulgular Tokat ilinde Onurlubaş & Gürler (2016)'in yaptıkları çalışma sonuçları ile uyumludur.

Tüketiciler satın alma kararlarını verirken her zaman rasyonel davranmamaktadırlar. Bir ürünün tüketicilere maksimum fayda sağlaması ve özelliklerinin iyi olması o ürünün satın alınması için yeterli olmamaktadır (Yücel & Şimşek, 2018). Bu durumun nedeni, küreselleşen ve değişen toplumsal, kültürel ve ekonomik yapının tüketici tercihlerine etkisi ve bu etkinin bireyler arasında nasıl değiştiğidir. Bu nedenle, kalite, marka, ambalaj, lezzet ve tazelik gibi özelliklerin yanı sıra ürünlerin insan sağlığına zarar vermemesi önemlidir. Bu konularla ilgili endişelerin artması, insanların sağlıklı gıda tüketme konusunda daha fazla farkındalığa sahip olmalarına neden olmaktadır (Honkanen vd., 2006). Bilinçli tüketiciler, insan sağlığını tehlikeye atmamak için gıdaların satın alınması, saklanması, hazırlanması ve tüketilmesi gibi tüm süreçlerde maksimum özen gösterirler (Örücü & Tavşancı, 2001). Ankete katılan bireylerin %85.7'si gıda güvenliği kavramını duyduğunu bildirmiştir. Bu sonuçlar Yalçın (2012), Keleş vd. (2021) ve Taşdan vd. (2014)'nin farklı illerde yaptıkları çalışma sonuçları ile benzer; Onurlubaş & Gürler (2016)'in yaptıkları çalışma sonuçlarından ise yüksek bulunmuştur. Ayrıca tüketicilerin gıda güvenilirliği konusunda bilgi edindikleri kaynaklar bakımından elde edilen sonuçlar Madenci vd., 2019 ve Keleş vd., (2021) ile benzerlik göstermektedir. Tüketicilerin gıda ürünleri kalitesinin değerlendirilmesine kullanılan bazı kavramların bilinirliği sorgulandığında, genel olarak bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Araştırma bulguları Kırmacı vd. (2021)'nin yaptıkları çalışma sonuçları ile uyumludur. Ankete katılan bireylerin %93.1'i Alo 174 gıda hattını doğru bir şekilde tanımlarken bu bulgular Onurlubaş (2015)'in %42.6 ve Durmaz Dayılar (2018)'in %67.4'ünün tüketicilerin Alo 174 gıda hattı tanımını doğru yaptığını bildirişlerinden yüksek bulunmuştur. Ancak araştırmaya katılan katılımcıların sadece %30.8'i bu hattı daha önceden kullandığını bildirmiştir. Tüketiciler uğraşmak istememeleri, sonuç alamayacağını düşünmeleri ya da şikâyet ederse üretici zarara uğrar düşüncesi ile bu hattı kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan bireyler çoğunlukla gıda alışverişinde gıda güvenliği konusunu çok önemli bulduklarını bildirmişlerdir (Çizelge 4). Ayrıca gıda ürünleri satın alma kararlarında etkili olan faktörlere de bakıldığında gıda güvenliğinin sağlanmasında etkili olan faktörlerin çoğunlukla önemli bir faktör olduğunu bildirdikleri görülmektedir (Çizelge 5). Onurlubaş (2015) tarafından yapılan bir araştırma, tüketicilerin gıda ürünleriyle ilgili görüşlerini incelemiştir. Tüketicilerin çoğu, gıda ürünlerinin etiketleri, ambalajları, kalitesi ve tazeliğinin şimdi daha iyi olduğunu, ancak yarıdan fazlası gıda ürünlerinin fiyatının ve tadının daha öncelikli olduğunu düşünmektedir. Yapılan çalışma sonucunda ise katılımcıların son yıllarda gıda ürünleri satın alırken gözlemlediği değişimler incelendiğinde; katılımcılar çoğunlukla kalite, tazelik, güvenilirlik, lezzet, dayanıklılık ve verilen promosyonlarda azalma olduğu; fiyat, ambalaj ve etiket bilgilerinin arttığı bildirilmiştir.

Gıda güvenliği açısından ürünlerin ambalajlı olması, sağlıklı olması ve tazeliğini koruyabilmesini sağlamaktadır (Onurlubaş, 2015). Ayrıca yapılan bazı çalışmalarda ambalajlı ürünlerin sağlıklı olmasının yanı sıra saklama imkânı sağlaması, kaliteli olması ve taşıma kolaylığı sağladığı da bildirilmiştir (Uzunöz vd., 2008). Ankete katılan katılımcıların tamamı öncelikli olarak mutlaka ambalajlı ürünleri tercih ettiklerini

bildirmiştir. Ek olarak katılımcıların çoğunluğu tükettikleri gıdaların sağlıklı olduğunu düşünmediklerini (%86.3) bildirirken, sadece %9.5'i tükettikleri gıdalarda etiketi daima okuduğunu bildirmiştir. Yapılan çalışmalarda tüketicilerin gıda ürünlerini satın almada, geleneksel perakendecilerden süpermarketlere ve hipermarketlere doğru eğilimin olduğunu, taze et satın alırken ise uzmanlaşmış geleneksel perakendecileri tercih ettikleri bildirilmektedir (Gracia, 2005; Uluat, 2002; Onurlubaş, 2015; Yaylak vd., 2010; Taşkın vd., 2020). Yapılan diğer çalışmaların bulguları bu araştırmanın sonuçlarıyla uyumludur (Çizelge 7).

Gıda maddelerinin tüketim alışkanlıkları ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye değiştiği gibi iller arasında hatta yöresel olarak da farklılık gösterebilmektedir (Şengül, 2004; Karakuş vd., 2008). Et ve et ürünlerinde tüketici algısı, bu ürünlerin tercih edilmesi ve tüketilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu durum aynı zamanda üretici açısından kârlılığı etkilediğinden kritik bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Troy & Kerry, 2010). Ankete katılan bireylerin tamamında et tüketim tercihlerinde ilk sırayı kırmızı et alırken, aynı zamanda katılımcılar kırmızı et tüketiminde de ağırlıklı olarak koyun etini tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Farklı illerde yapılan benzer çalışmalarda da katılımcıların büyük bir bölümünün kırmızı et tüketiminde ağırlıklı olarak koyun etini tercih ettikleri bildirilmiştir (Karakuş vd., 2008; Tosun & Hatırlı, 2009; Şeker vd., 2011). Tüketicilerin satın alma tercihlerinin temelini, ürünün sahip olduğu kalite ipuçları belirlemektedir (Troy & Kerry, 2010). Katılımcıların koyun-keçi etini tüketiminde etkili olan faktörlerin başında etin lezzetlilik parametresi gelmektedir. Yapılan çalışma sonuçları literatür bildirişleri ile uyumludur (Taşkın vd., 2020; Aygün vd., 2004; Şeker vd., 2011). Ek olarak sırası ile et tüketim tercihlerinde alışkanlıklar, besin değeri, sosyal çevrenin etkisi bulunmaktadır. Bu durumun nedenleri arasında; katılımcıların koyun etini severek tüketmeleri, damak tadı ve bölgede arazi yapısının küçükbaş hayvan yetiştiriciliğine uygun olması ile yaygın olarak küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin yapılması ön plana çıkmaktadır. Katılımcılar koyun-keçi süt ve süt ürünleri tüketiminde etkili faktörlerin sosyal çevre, sağlık, teminin kolay olması, tanıtım ve lezzet (%64.8) olduğunu bildirmişlerdir. Ayrıca katılımcılar koyun-keçi et ve süt ürünleri alırken büyük oranda satın alınan yerin etkili olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların koyun-keçi süt ürünleri tüketim tercihlerine bakıldığında ilk sırada koyun yoğurdu yer alırken sırası ile koyun peyniri, keçi peyniri, keçi yoğurdu ve içme sütü olarak tükettikleri belirlenmiştir.

Koyun ve keçiden elde edilen ürünlerin ülkemiz ekonomisi için ne kadar önemli olduğunun henüz bilincine varılmamıştır. Türk mutfağında koyun ve keçilerden elde edilen ürünlerin özel bir yeri ve önemi vardır. Kuzu ve oğlak eti, özelliklerinden dolayı sevilerek tüketilmektedir. Ülkemizde koyun ve keçi sütünün önemi ve bunlardan üretilen ürünlerin tüketim alışkanlığı yeni yeni ortaya çıkmışken, koyun ve keçiden geleneksel yöntemlerle üretilen peynirler dünya çapında yüksek fiyatlara pazarlanmaktadır. Küçükbaş hayvancılığın hayvansal üretim değerine katkısının büyükbaş hayvancılığa göre daha düşük olmasına rağmen, koyun ve keçi üretimi, özellikle marjinal kırsal alanlarda üreticiye gelir ve istihdam sağlamanın yanı sıra önemli bir gıda kaynağı olmaya devam etmektedir. Koyun ve keçi yetiştiriciliğinin küçük ve dağınık işletmeler halinde olması nedeniyle üretilen çiğ sütlerin toplanması ve değerlendirilmesi birçok sorunla karşı karşıyadır. Küçük aile işletmeleri ihtiyaç doğrultusunda çiğ sütü daha çok (seyyar) sokak sütçülüğü şeklinde pazarlamakta, elde edilen sütler yoğurt, çökelek vb. ürün olarak ya da her gün üretilen sütleri geleneksel yöntemlerle peynire dönüştürerek, uzun bir saklama periyodu sonrası pazarlamaktadır. Koyun ve keçi ürünlerinin önem kazanması ve alternatif bir gelir kaynağı olabileceğinin ortaya çıkmasıyla birlikte, Türkiye'nin farklı bölgelerinde küçükbaş hayvancılığın geliştirilmesi konusunda çeşitli kurumlarca projeler oluşturulmuş, uygulamaya aktarılmış ve olumlu sonuçlar alınmıştır. Yozgat ilinde de bu farkındalıkların oluşması için hem üreticilerin hem de tüketicilerin bilgi, beceri ve isteklerinin ortaya konulması için çok sayıda çalışmaya ihtiyaç vardır. Tüketici tercihlerinin belirlenmesi ile ilimizde küçükbaş hayvanlardan elde edilen ürünlerde ürün çeşitliliği, ürün talebi, hijyen, ürünlere ulaşma, pazarlama, fiyat, markalaşma vb. birçok konuda geliştirilecek stratejilerin oluşturulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Veri Kullanılabilirliği

Veriler makul talep üzerine sağlanabilmektedir.

Yazar Katkıları

Çalışmanın konsepti ve tasarımı: EŞ, HT; örnek toplama: EŞ, HT; verilerin analizi ve yorumlanması: HT, EŞ; istatistiksel analiz: HT, EŞ; görselleştirme: HT, EŞ; makalenin yazımı: HT, EŞ.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Beyan

Bu araştırma, Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu tarafından 19.01.2022 tarihli, 29/23 sayılı belge numarasıyla onay almıştır.

Finansal Destek

Bu çalışma TÜBİTAK Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı tarafından yürütülen 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında finansal olarak desteklenmiştir (TÜBİTAK BİDEB, Başvuru Numarası; 1919B012104727). Yazarlar finansal destek için teşekkür eder.

Makale Açıklaması

Bu makale Konu Editörü Dr. H Ece SALALI tarafından düzenlenmiştir.

KAYNAKLAR

- Acıbuca, V. & A. Kaya, 2023. Mardin ili Artuklu ilçesinde tüketicilerin kırmızı et tüketim tercihi ve alışkanlıkları. Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, 38 (2): 244-253.
- Akçay, Y. & Ö. Vatansver, 2013. Kırmızı et tüketimi üzerine bir araştırma: Kocaeli ili kentsel alan örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4 (1): 43-60.
- Aygün, T., F. Karakuş, A. Yılmaz & H. Ülker, 2004. "Van İli Merkez İlçede kırmızı et tüketim alışkanlığı, 361-364". 4.Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, (1-4 Eylül, Isparta) Bildirileri, Türkiye, 1332 s.
- Bebek, D.T. & M. Keskin, 2018. Mersin ilinde koyun yetiştiriciliğinin mevcut durumu bazı verim ve yapısal özellikleri. MKÜ Ziraat Fakültesi Dergisi. 23 (2): 315-329.
- Çetinkaya, S., C. Akbay & A. Güneş, 2023. Kahramanmaraş ilindeki küçükbaş hayvan üreticilerinin memnuniyet durumunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi. Tarım Ekonomisi Dergisi, 29 (2): 107-114.
- Demirkol, C., 2007. Türkiye'de Kırmızı Et Sektörünün Sanayici ve Tüketici Düzeyinde Analizi. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, (Basılmamış) Doktora Tezi, Tekirdağ, 153 s.
- Durmaz Dayılar, Ö., 2018 Gıda Güvenliği Kavramı Bilinç Düzeyinin Belirlenmesi. Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimler Enstitüsü, Veterinerlik Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı, (Basılmamış) Yüksek Lisans Tezi, Konya, 99 s.
- Engindeniz, S., T. Taşkın, A.A. Gbadamonsi, A.S. Ahmed, A.F. Seiody, Ç. Kandemir & N. Koşum, 2021. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tercihlerinin analizi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 18 (3): 470-481.
- Esenbuğa, D.N., 2017. Morkaraman ve Tuj Koyunlarında Laktasyon Süt Verim Özellikleri, Süt Bileşenleri, Sütteki Somatik Hücre Sayısı ve Lipid Profillerinin Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı, (Basılmamış) Doktora Tezi, Erzurum, 72 s.
- Gerbens, F., 2004. "Genetik Control of Intramuscular Fat Accretion, 343-361". In: Muscle Development of Livestock Animals: Physiology, Genetics and Meat Quality. (Eds. M.F.W. Pas, M.E. Everts & H.P. Haagsman), CABI Publishing, 411 pp.
- Giray, H. & A. Soysal, 2007. Türkiye'de gıda güvenliği ve mevzuatı. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 6 (6): 485-490.
- Gözener, B., E.O. Büyükbay & M. Sayılı, 2009. Gıda güvenliği konusunda öğrencilerin bilgi düzeylerinin incelenmesi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 26 (2): 45-53.

- Gracia, A., 2005. Comportamiento del Consumidor de Carne de Cordero con Indicación Geográfica Protegida en Aragón. CITA Proje Raporu, Unidad de Economía Agraria, Zaragoza-Spain, 135 pp.
- Henchion, M., M. Hayes, A.M. Mullen, M. Fenelon & B., Tiwari, 2017. Future protein supply and demand: strategies and factors influencing a sustainable equilibrium. *Foods*, 6 (7): 150-170.
- Honkanen P., B. Verplanken & S.O. Olsen, 2006. Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 5 (5): 420-430.
- Karaca, Ü., 2015. Farklı Genotiplere Ait Kuzuların Kesim ve Karkas Özellikleri. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı, (Basılmamış) Yüksek Lisans Tezi, 85 s.
- Karakuş, K. T. Aygün & E. Alarslan, 2008. Gaziantep ili merkez ilçede kırmızı et tüketim alışkanlıkları. *Yuzuncu Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 18 (2): 113-120.
- Keleş, H. K. Dorukatlı, M. Gül & B. Kadakoğlu, 2021. Tüketicilerin gıda güvenilirliği konusunda farkındalıkları: Konya ili kent merkezi örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 26 (2): 316-325.
- Kırmacı, H.A. & H. Özçelik, 2021. Tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Ankara ili örneği). *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2): 258-273.
- Kızılaslan, N. & H. Kızılaslan, 2008. Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları (Tokat ili örneği), *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2): 67-74.
- Koç, G. & A. Uzmay, 2015. Gıda güvencesi ve gıda güvenliği: kavramsal çerçeve, gelişmeler ve Türkiye. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 21 (1): 39-48.
- Kopuzlu, S., Ş. Çelebi & M.A. Yörük, 2016. Erzurum İlinde küçükbaş hayvancılığın mevcut durumu ve potansiyeli. *Alinteri Journal of Agriculture Science*, 30 (1): 60-69.
- Madenci, A.B., S. Türker, Z. Bayramoğlu & V. Eyiz, 2019. Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutum ve algılarını etkileyen sosyo-ekonomik faktörler: Konya ili örneği. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1): 48-59.
- Newbold, P., 1995. *Statistics for Business and Economics*, Prentice Hall Inc., USA. 1016 pp.
- Ocak, S. & H. Önder, 2014. Süt ürünlerinde tüketici tercihini etkileyen faktörler ve gıda güvenliği bilinci. *Hayvansal Üretim*, 55 (2): 9-15.
- Onurlubaş, E. & A.Z. Gürler, 2016. Gıda güvenliği konusunda tüketicilerin bilinç düzeyini etkileyen faktörler. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University*, 33 (1): 132-141.
- Onurlubaş, E., 2015. Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi 'Tokat İli Örneği'. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, (Basılmamış) Doktora Tezi, Tokat, 196 s.
- Örücü, E. & S. Tavşancı, 2001. Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3: 1-13.
- Özdamar, K., 2004. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi. Kaan Kitabevi, Genişletilmiş 5. Baskı, Eskişehir, 649 s.
- SPSS, 2016. IBM Corp. Released 2016. *IBM SPSS Statistics for Windows*, Version 24.0. Armonk, NY: IBM Corp, 102 pp.
- Şeker, İ., A. Özen, H. Güler, P. Şeker & İ. Özden, 2011. Elazığ'da kırmızı et tüketim alışkanlıkları ve tüketicilerin hayvan refahı konusundaki görüşleri. *Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 17 (4): 543-550.
- Şengül, S., 2004. Türkiye'de gelir gruplarına göre gıda talebi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 31 (1): 115-148.
- Taşdan, K. M. Albayrak, B. Gürer, O.O. Özer, K. Albayrak & H.T. Güldal, 2014. "Geleneksel gıdalarda tüketicilerin gıda güvenliği algısı: Ankara ili örneği, 363-386". 2.Uluslararası Davraz Kongresi, (29-31 Mayıs, Isparta) Bildirileri, Türkiye, 4599 s.
- Taşkın, T., S. Engindeniz, A.A. Gbadamonsi, Ç. Kandemir & N. Koşum, 2020. Gençlerin kırmızı et tüketim tercihlerinin analizi: Ege Üniversitesi öğrencileri örneği. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 57 (1): 63-72.
- Tosun, Ö.O. & S.A. Hatırlı, 2009. Tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi: Antalya ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2): 433-445.
- Troy, D.J. & J.P. Kerry, 2010. Consumer perception and the role of science in the meat industry. *Meat Science*, 86 (1): 214-226.

- Uluat, S., 2002. Van İli Merkez İlçede Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, (Basılmamış) Yüksek Lisans Tezi, Van, 55 s.
- Uzunöz, M., E. Oruç & G. Bal, 2008. Kırsal kadınların gıda güvenliği konusunda bilinç düzeyleri (Tokat ili örneği). Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2): 35-46.
- Yalçın, A., 2012. Tüketicilerin Gıda Güvenliği İle İlgili Tutum ve Davranışları (Samsun İli Örneği). Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, (Basılmamış) Yüksek Lisans Tezi, Tokat, 143 s.
- Yaylak, E., T. Taşkın, N. Koyubenbe & Y. Konca, 2010. İzmir ili Ödemiş ilçesinde kırmızı et tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. Hayvansal Üretim, 51 (1): 21-30.
- Yücel A. & A.İ. Şimşek, 2018. Tüketici davranışlarını analiz etmede nöropazarlama yöntem ve araçlarının kullanımı. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (1): 118-142.