CONFERENCE BOOK

TROIA 1. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ

ÇANAKKALE
21 - 23 ŞUBAT 2025

TROIA
1. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ



TROIA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES

February 21 - 23, 2025
CANAKKALE

ISBN: 978-625-5962-27-0
Published by : Academy Global Publishing House

TROIA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
FEBRUARY 21 - 23, 2025
CANAKKALE

Edited By
Prof. Dr. Dwi Sulisworo

ORGANIIZATION
ACADEMY GLOBAL CONFERENCES

EVALUATION PROCESS
All applications have undergone a double-blind peer review process.

PARTICIPATING COUNTRIES
TURKEY – Uganda – China- Brazil- Sierra Leone- Ghana- South Korea- Nigeria- Kuwait- Egypt- Portugal- China- Zimbabwe – Mozambique- Kenya- Sudan – Algeria – Cameroon- Israel- UAE- Senegal - Azerbaijan – Albania

PRESENTATION
Oral presentation

PERCENTAGE OF PARTICIPATION
More than 50 % of paper are presented by participants from maintained countries.
27 papers from Turkey and 49 paper from other countries.

Members of the organizing committees of the conference perform their duties with an "official assignment letter"

LANGUAGES
Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

CONGRESS ORGANIZING BOARD
Head of Conference: Prof. Dr. Hülya Çiçek
Prof. Dr. Ali Bilgili
Prof. Dr. Naile Bilgili
Prof. Dr. Başak Hanedan
Prof. Dr. Hajar Huseynova
Prof. Dr. Dwi Sulisworo
Prof. Zain Musa
Prof. Dr. Sameer Jain
Prof Yakup Babayev
Prof. Dr. Suyatno
Prof. Dr. Hasan Akan
Prof. Dr. Elif Akpınar Külekçi
Assoc. Prof. Dr. Yeliz Çakır Sahilli
Assoc. Prof. Dr. Berna Koçak
Assoc. Prof. Dr. Dhesi Ari Astuti
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat Baran
Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir Aydın
Assoc. Prof. Dody Hartanto
Assoc. Prof. Dr. Rungchacadaporn
Assoc. Prof. Nazile Abdullazade
Assoc Prof. Dr. Feran Aşur
Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti
Assoc. Prof. Ivaylo Staykov
Assoc. Prof. Dr. Abbas Ghaffari
Assoc. Prof. Dr. Yasemin Taş
Assoc. Prof. Dr. Yeganə Qəhrəmanova
Assoc. Prof. Dr. Bülent Işık
Assoc. Prof. Dr. Nurkan Yılmaz
Assoc. Prof. Dr. Sevra Fırıncıoğulları
Assist. Prof. Ihwan Ghazali
Assist. Prof. Dr. Abışov Elşad Şərəfxan oğlu
Assist. Prof. Dr. Mahrukh Dovlatzade
Assist. Prof. Dr. Naci Büyükkaracığan
Assist. Prof. Dr. Songül ATAK
Lecturer Mehmet Nuri Ödük
Dr. Fatih İ. Kurşunmaden
Assist. Prof. Dr. Mehdi Meskini Heydarlou
Dr. Dadash Mehravari
Dr. Gültekin Gürçay
Dr. Aynurə Əliyeva
Dr. Amaneh Manafidizaji

All rights of this book belong to Academy Global Publishing House
Without permission can't be duplicate or copied.
Authors of chapters are responsible both ethically and juridically.
Academy Conference–2025 ©

Issued: 25.03.2025
ISBN: 978-625-5962-27-0

TROIA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
TROIA 1ST INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
TROIA 1ST INTERNATIONAL GROUP EXHIBITION
February 21 - 23, 2025
CANAKKALE
Meeting ID: 885 7151 8350 Passcode: 202224

22 Şubat / Feb 22, 2025 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
HALL / SALON 4	**Doç. Dr. Sevgi Sümerli SARIGÜL**	1	KREDİ HAYAT SİGORTASINDA SİGORTA ETTİRENİN SÖZLEŞME ÖNCESİ BEYAN YÜKÜMLÜLÜĞÜNÜ İHLAL ETMESİNİN YAPTIRIMLARI	Esma Sultan UZAN
		2	E7 ÜLKELERİNDE ICT-FİNANSAL SEKTÖR GELİŞİMİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ANALİZ	Prof. Dr. Murat ÇETİN Doç. Dr. Sevgi Sümerli SARIGÜL
		3	HİNDİSTAN EKONOMİSİNDE ICT, FİNANSAL GELİŞME VE ÇEVRESEL BOZULMA İLİŞKİSİ	Prof. Dr. Murat ÇETİN Doç. Dr. Sevgi Sümerli SARIGÜL
		4	PROBLEMS AND SOLUTION SUGGESTIONS IN TAXATION OF E-COMMERCE	Assoc. Prof., Servet SAY
		5	VAN İLİ EV (PET) HAYVAN YETİŞTİRİCİLERİ VE İŞLETMELERİNİN BAZI ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	Cemal BUDAĞ Hüseyin Samet ARSLANHAN
		6	VAN İLİNDE BULUNAN PET MARKET SAHİPLERİNİN DEMOGRAFİK YAPISI, İŞLETMELERİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ, SATIŞI YAPILAN ÜRÜN KATAGORİLERİ VE MÜŞTERİ PROFİLİ	CEMAL BUDAĞ EMRE ERGENÇ

ISBN: 978-625-5962-27-0

VAN İLİ EV (PET) HAYVAN YETİŞTİRİCİLERİ VE İŞLETMELERİNİN BAZI ÖZELLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Cemal BUDAĞ[1]
Sorumlu yazar: Van Yüzüncü Yıl Üniveristesi, Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, Van, Türkiye. 2ORCID ID: https://orcid.org/ 0000-0003-3532-7727, cbudag@yyu.edu.tr
Hüseyin Samet ARSLANHAN[2]
Van Yüzüncü Yıl Üniveristesi, Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, Van, Türkiye.

ÖZ

Bu çalışmamın amacı, ev hayvanı üreticilerinin yapısal özelliklerini anlamak ve sektöre yönelik öneriler geliştirmektir. Araştırma, ev hayvanı üreticilerinin demografik yapısı, işletmelerin genel yapısı, müşteri profili ve memnuniyet düzeyi gibi konulara odaklanmıştır.

Çalışmanın materyalini, Van ilinde ev hayvanı yetiştiriciliği yapan mevcut 22 kişi (20 erkek, 2 kadın) ile 2024 yılı mayıs ve haziran ayı içerisinde yüz yüze ve telefon görüşmeleri ile yapılan anket çalışmalarından elde edilen veriler oluşturmuştur. Anket uygulaması, çalışma sürecinde katılımcılar önceden bilgilendirilerek, mahremiyetlerine özen gösterilerek ve yüz yüze yapılmıştır. Araştırmanın tüm aşamalarında etik kurallara ve standartlara riayet edilmiştir. Anket kolaylık açısından 14 bölüme ayrılarak 46 adet çoktan seçmeli sorudan oluşturulmuştur. Çalışma sonucunda elde edilen verilerin öncelikle tanımlayıcı istatistikleri için sayısal ve yüzde (%) frekanslar belirlenmiştir. Yapılan anketler sonucu elde edilen verilerin analizinde SPSS 27 paket programı kullanılmıştır.

Yetiştiricilerin büyük kısmının yetişkin, erkek ve lise mezunu olduğunu, mesleki deneyimlerinin ise genellikle orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Yetiştiricilerin gelir düzeyi düşük gelir aralığındadır. Yetiştiricilerin çoğunluğu ağırlıklı olarak küçük ölçekli ve hobi odaklı yetiştiricilik yapmaktadırlar. Kuşlar yetiştiricilikte en popüler tür olup, diğer türler ise daha az tercih edilmektedir. Ev hayvanı yetiştiricilik süresi genelde orta ya da uzun sürelidir. Yetiştiricilerin en çok şikayetçi oldukları konuların mevzuat, tedarik ve yatırım alanlarında çeşitli zorluklar olduğu, sosyal medyanın pazarlama ve iletişim stratejilerinde önemli bir rol oynadığını, ancak hala bir kesimin sosyal medya kullanmadığı görülmüştür. Yetiştiriciler hem satış hem de bilgilendirme süreçlerinde genellikle birebir ve doğrudan yöntemleri tercih etmektedirler.

Küçük ölçekli ve hobi amaçlı yapılan üretimin daha profesyonel ve büyük ölçekli yapılmasının teşvik edilmesi, yetiştiricilerin en sık sorunları olan mevzuat, tedarik ve yatırım konularının ilgili kurumlarca ele alınarak gerekli bilgilendirme, yönlendirme ve ekonomik desteklerin sağlanması, memnuniyet ölçümü, şikayet yönetimi, satış ve bilgilendirme için internet sayfası ve/veya sosyal medyanın kullanımının arttırılması, ve yetiştiricilerin çoğunluğunun kuş üretimi yaptığı ilde, üretilen kuş tür ve ırklarının yapılacak bilimsel çalışmalarla belirlenerek elde edilen bilgilerin üreticilere aktarılması konusunda çalışmaların yapılmasının iyi olacağı düşünülmüştür. Yetiştiricilerin ikinci ve üçüncü sırada üretimini yaptıkları köpek ve balıklar üzerine de bilimsel araştırmaların yapılması bu türlerin da alternatif üretim olabileceğini ortaya koyabilir.

ISBN: 978-625-5962-27-0

Anahtar kelimeler: Ev hayvanı, yetiştirici, işletmeler

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the structural characteristics of pet breeders and develop recommendations for the sector. The research focuses on aspects such as the demographic profile of breeders, the general structure of their businesses, customer profiles, and levels of satisfaction.

The study is based on data collected through surveys conducted in May and June 2024 with 22 individuals (20 male, 2 female) involved in pet breeding in the Van province. Data were gathered via face-to-face and telephone interviews, ensuring participants were informed beforehand and their privacy respected throughout the research process. Ethical guidelines and standards were strictly followed at all stages of the study.

The survey comprised 14 sections for ease of use and included 46 multiple-choice questions. Descriptive statistics, including numerical and percentage frequencies, were calculated from the data using the SPSS 27 software package.

The findings indicate that most breeders are adult males with a high school education and moderate professional experience. Their income levels generally fall within the low-income range. Breeders predominantly engage in small-scale and hobby-oriented breeding, with birds being the most commonly bred species, while other species are less preferred. Pet breeding activities are typically medium- to long-term.

Key challenges faced by breeders include issues related to legislation, supply, and investment. While social media plays a significant role in marketing and communication strategies, a segment of breeders still refrains from utilizing it. Breeders generally prefer direct, face-to-face interactions for both sales and information dissemination.

It is recommended that small-scale and hobby-oriented breeding be encouraged to transition towards more professional and large-scale practices. Relevant authorities should address the common challenges faced by breeders—such as those related to legislation, supply, and investment—by providing necessary information, guidance, and financial support. Furthermore, promoting the use of websites and social media for satisfaction measurement, complaint management, sales, and information dissemination could be beneficial.

Additionally, research on the species and breeds of birds predominantly bred in the province should be conducted, and the resulting data shared with breeders. Scientific studies focusing on dogs and fish—the second and third most commonly bred species—could also identify their potential as alternative breeding options.

GİRİŞ

Bu çalışmada, Doğu Anadolu'nun en büyük şehri olan Van ilindeki ev hayvanı yetiştiricilerinin ve işletmelerin çeşitli özellikleri incelenmiştir. Ülkemizde bu alanda yapılan bilimsel araştırmaların yetersizliği göz önüne alındığında, bu çalışma, literatüre katkı sağlamak ve gelecekte yapılacak çalışmalara temel oluşturmak açısından önem taşımaktadır. Ancak, ev

ISBN: 978-625-5962-27-0

hayanı yetiştiricileri üzerine Türkiye'de çalışma yapılmamış olduğundan Türkiye bağlamında tartışılmasını zorlaştırmıştır.

Ev hayvanı üretim sektörü, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de büyüyen bir pazar potansiyeline sahiptir. Türkiye'de 2024 yılında tahmini olarak 1.49 milyon köpek, 4.74 milyon kedi, 11.48 milyon süs kuşu, küçük memeli hayvan 821 bin, kaplumbağa 160 bin ve 864 bin akvaryum balığı bulunmaktadır. Evcil hayvan bulunan hane sayısının 18.60 milyon olduğu, evlerin %5'inde köpek %14'ünde kedi bulunduğu (FEDIAF 2024) ve sektörün yıllık 1 milyar doların üzerinde işlem hacmine sahip olduğu tahmin edilmektedir (FEDIAF 2022; Erzurum, 2023). Yerel ev hayvanı yetiştiriciliği, bölgesel kalkınmaya katkı sağlarken yeni iş fırsatları sunma potansiyeline de sahiptir. Yerel ev hayvanı üretim işletmecilerinin demografik özellikleri ile işletmelerin yapısal özelliklerinin belirlenmesi işletmelerin başarılı şekilde kurulup işletilmesi, sektörün sağlıklı gelişimi ve büyümesine katkı sunabilir. Gelişmiş ülkelerde ev hayvanı yetiştiricilerine yönelik araştırmalar genellikle işletme ve yönetim konularına odaklanmıştır. Ancak Türkiye'de olduğu gibi yerel yetiştirici işletmeler ve sahiplerinin demografik yapıları üzerine sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmalar da bulundukları ülkelerin özel koşulları nedeniyle çeşitli farklılıklar göstermektedir.

Van ili son 30-40 yıl içinde önemli bir göç alarak büyük şehir konumuna yükselmiştir. Günümüzde Van ili Doğu Anadolu'nun en büyük kenti konumundadır (Saraçoğlu, 2023). Bu nüfus artışı ile Van ili, kırsal kesimden göç aldığı gibi (Deniz, 2009) nüfusun artmasına paralel olarak kamu çalışanlarının sayısının artmasının yanında diğer illerden de ticari amaçla ile gelen insanların oluşturduğu bir göçe maruz kalmıştır. Bu açıdan Van, bölgesel bazda farklı kültürlerin bir arada olduğu bir kent yapısına kavuşmuştur (Arıcı, 2021).

Çalışma kapsamında, Van'daki ev hayvanı yetiştiricilerinin demografik özellikleri, eğitim düzeyleri, iş tecrübeleri ve işletmelerin genel özellikleri gibi faktörler değerlendirilmiştir. Ayrıca, yetiştiricilerin hizmet sundukları müşteri kitlesi, sunulan ürün ve hizmet çeşitliliği, fiyatlandırma stratejileri, pazarlama yöntemleri ve müşteri memnuniyeti gibi işletme yapısına ilişkin unsurlar da incelenmiştir. Ayrıca bu çalışma, Van ilindeki ev hayvanı yetiştirici sektörünün mevcut durumunu anlamak ve gelişim potansiyelini ortaya koyarak bu sektöre ait önerilerde bulunmayı konu edinmiştir.

Bu çalışma, Van ilindeki ev hayvanı yetiştiriciliğinin demografik yapısını inceleyerek sektöre dair kapsamlı bir anlayış sunmayı ve gelecekteki araştırmalara ışık tutmayı amaçlamıştır.

MATERYEL VE METOT

Çalışmanın materyalini, Van ilinde ev hayvanı yetiştiriciliği yapan mevcut 22 kişi (20 erkek, 2 kadın) ile 2024 yılı mayıs ve haziran ayı içerisinde yüz yüze ve telefon görüşmeleri ile yapılan anket çalışmalarından elde edilen veriler oluşturmuştur. Anket uygulaması, çalışma sürecinde katılımcılar önceden bilgilendirilerek, mahremiyetlerine özen gösterilerek ve yüz yüze yapılmıştır. Araştırmanın tüm aşamalarında etik kurallara ve standartlara riayet edilmiştir. Anket kolaylık açısından 14 bölüme ayrılarak 46 adet çoktan seçmeli sorudan oluşturulmuştur. Bu sorular; yetiştiricilerin demografik yapıları, aylık gelirleri, yetiştiricilik faaliyetleri hakkında

ISBN: 978-625-5962-27-0

bilgileri, yetiştiriciliği yapılan ev hayvanı türü, sahiplendirme ve bilgilendirme süreci, yetiştiricilik için ayırdığı süre, müşteri memnuniyeti ve şikayet yönetimi, hayvan refahı ve sağlığı, yetiştiricilik durumu ve zorlukları, pazarlama ve reklam ve etikliği şeklinde ana başlıklar altında ele alınmıştır. Anket soruları, ev hayvanı üretimi üzerine benzer çalışma olmadığı için farklı hayvancılık kollarındaki yetiştiricilere uygulanan çalışmalar incelenerek özel olarak hazırlanmıştır (Erten ve ark. 2019,Stallones ve ark., 2015; Alarslan ve ark., 2022).

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin öncelikle tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Bu kapsamda her parametre için sayısal ve yüzde (%) frekanslar belirlenmiştir. Yapılan anketler sonucu elde edilen verilerin analizinde SPSS 27 paket programı kullanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışma kapsamında elde edilen verilerin sonuçları tablolarda özetlenmiştir.

Çizelge1. Ev hayvanı yetiştiricilerinin demografik yapıları
Table 1. Demographic structures of pet breeders

		n	%
Cinsiyet	Kadın	2	9.1
	Erkek	20	90.9
	Toplam	22	100
Yaş	18-24	1	4.5
	25-34	8	36.4
	35-44	12	54.5
	45-54	1	4.5
	Toplam	22	100
Eğitim	Orta okul	3	13.6
	Lise	11	50
	Üniversite	8	36.4
	Toplam	22	100
Yetiştiricilik faaliyet süresi	1-3 yıl arası	5	22.7
	4-6 yıl arası	10	45.5
	7-10 yıl arası	2	9.1
	10 yıldan fazla	5	22.7
	Toplam	22	100
Mesleği	Öğrenci	1	4.5
	Özel sektörü çalışan	12	54.5
	Kamu sektörü çalışan	4	18.2
	Serbest meslek	4	18.2
	Pet shop	1	4.5
	Toplam	22	100

Anket sonuçlarına göre (Çizelge1.), ev hayvanı yetiştiricilerinin büyük çoğunluğu erkeklerden (%90.9) oluşmakta ve yetişkin bireyler arasında en çok 35-44 yaş grubunda (%5459) yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, yarısının lise mezunu (%36.4) olduğu, bir kısmının üniversite mezunu olduğu ve daha az bir grubun ortaokul mezunu olduğu görülmektedir.

Yetiştiricilik faaliyet sürelerine bakıldığında, katılımcıların önemli bir bölümünün 4-6 yıl boyunca (%45.5) bu alanda çalıştığı, daha az sayıda kişinin 1-3 yıl ya da 10 yıldan fazla süredir bu işi yaptığı anlaşılmaktadır. Mesleki açıdan değerlendirildiğinde, özel sektör çalışanlarının çoğunlukta olduğu (%954.5), kamu çalışanları ve serbest meslek sahiplerinin onları takip ettiği, öğrencilerin ve pet shop sahiplerinin ise azınlıkta olduğu ortaya çıkmaktadır. Genel olarak, bu veriler yetiştiricilerin büyük kısmının yetişkin, erkek ve lise mezunu olduğunu, mesleki deneyimlerinin ise genellikle orta düzeyde olduğunu göstermektedir.

ISBN: 978-625-5962-27-0

Türkiye'de ev hayvanı üreticileri üzerine bir çalışma yapılmadığından bu iş kolunda üretim yapan üreticilerin durumları diğer iş kollarında üretim yapanlarla kıyaslandığında üreticilerin eğitim durumlarının daha iyi yaş ortalamasının daha düşük ve mesleki tecrübelerinin daha az olduğu görülmektedir (Yıldız ve ark., 2019; Çınar ve Ceyhan, 2021; Yıldırım ve ark., 2021; Yüzbaşıoğlu, 2020). Bu iş kolunda eğitim düzeyinin yüksek oluşu iş kolunun başarısının ve ileriye dönük çalışmaları olumlu etkileyeceği çeşitli çalışmalarda belirtilmektedir (Aydın ve ark., 2023).

Çizelge2. Yetiştiricilerin faaliyetleri hakkında bilgiler
Table 2. Information on growers' activities

		N	%
Hangi amaçla yetiştiricilik yapıyor	Ticari	9	40.9
	Hobi	13	59.1
	Toplam	22	100
Yetiştiricilik hakkında bilgi edinme şekli	Veteriner hekim	4	18.2
	İnternet	1	4.5
	Zooteknist ve veteriner hekim	1	4.5
	Veteriner hekim ve internet	3	13.6
	Veteriner hekim ve arkadaş	2	9.1
	İnternet ve arkadaş	3	13.6
	İnternet ve diğer	1	4.5
	Arkadaş ve diğer	1	4.5
	Veteriner hekim-internet-arkadaş	2	9.1
	Veteriner hekim-internet-diğer	1	4.5
	İnternet-arkadaş-diğer	2	9.1
	Diğer	1	4.5
	Toplam	22	100
Yetiştiricilik yaptığınız alan	0-50 m^2	10	45.5
	51-100 m^2	9	40.9
	101-200 m^2	3	13.6
	Total	22	100.0
Yetiştirilen hayvan sayısı aralığı	10dan az	7	31.8
	10-30	12	54.5
	30-50	2	9.1
	50-100	1	4.5
	Total	22	100.0
Yetiştiriciliği yapılan ev hayvanının barınma şekli	İç mekan	13	59.1
	Dış mekan	3	13.6
	Karışık	6	27.3
	Total	22	100.0
Yetiştiricilik faaliyet çeşitleri	Yavru yetiştirme	13	59.1
	Sağlık ve veteriner hizmetleri	1	4.5
	Yavru ve anaç yetiştirme	1	4.5
	Yavru yetiştirme-Eğitim ve sosyalleştirme	5	22.7
	Yavru ve anaç yetiştirme–Eğitim ve sosyalleştirme	2	9.1
	Total	22	100.0

Yetiştiricilerin çoğu bu faaliyeti hobi amaçlı (%959.1) yaparken, daha küçük bir grup ticari hedeflerle ilgilenmektedir. Bilgi edinme konusunda en çok veteriner hekimlere (%18.2 başvurulmakta, internet ve arkadaş çevresi gibi kaynaklar ise farklı kombinasyonlarla kullanılmaktadır.

Yetiştiricilik alanlarının büyük kısmı 0-50 metrekare arasında (%59.1), daha küçük bir kısmı ise 51-100 metrekarelik alanlarda faaliyet göstermektedir. Yetiştirilen hayvan sayısına bakıldığında, çoğunluk 10-30 arası hayvan yetiştirmekte (%59.1), daha az bir kesim 10'dan az ya da 30-50 arası hayvanla ilgilenmektedir.

Hayvanların barınma şekli genellikle iç mekanlarda sağlanmakta (%90.9), bir kısmı ise hem iç hem dış mekanda barındırılmaktadır. Yetiştiricilik faaliyetleri arasında en yaygın olanı

ISBN: 978-625-5962-27-0

yavru yetiştirme olup (%90.9), bunun yanı sıra eğitim, sosyalleştirme ve anaç yetiştirme gibi faaliyetler daha az oranda yapılmaktadır. Bu veriler, yetiştiricilerin faaliyetlerinin ağırlıklı olarak küçük ölçekli ve hobi odaklı olduğunu göstermektedir (Çizelge2.).

Hayvansal üretimin her kolunda olduğu gibi bu iş kolunda da üreticilerin önemli bir kısmı asıl iş olarak yaparken bir kısmı ise ek iş veya hobi amaçlı yapmaktadırlar. Benzer şekilde Türkiye'deki işletmelerin önemli bir kısmı küçük işletmelerden oluşmaktadır. Bu durum bu iş kolunda da benzerdir (Yıldırım ve ark., 2021; Can ve ark., 2024).

Çizelge3. Yetiştiricilerin aylık gelir aralığı*
Table 3. Monthly income range of growers*

Gelir aralığı, TL	Gelir aralığı, Dolar	N	%
< 50 000 TL	**< 1 516**	12	54.5
50 000-100 000 TL	**1 516-3 032**	7	31.8
100 000-250 000 TL	**3 032-7 589**	2	9.1
Cevap vermeyen	**Cevap vermeyen**	1	4.5
Toplam	**Toplam**	22	100.0

*Çalışma 2024 yılı haziran ayında yapılmış olup bu tarihte dolar/TL kuru 1/32.9854'tür.

Tabloya göre (Çizelge3.), ev hayvanı yetiştiricilerinin büyük bir kısmı aylık gelirinin 50 bin TL'nin altında olduğunu (%54.5) belirtmiştir. Daha az bir grup 50-100 bin TL arasında gelir elde ederken, yalnızca küçük bir kesim 100-250 bin TL aralığında gelir beyan etmiştir.

Birkaç katılımcı gelir bilgisi paylaşmamıştır. Bu veriler, yetiştiricilerin çoğunluğunun düşük gelir aralığında yer aldığını göstermektedir. Türkiye'de tarımsal işletmelerin genel olarak küçük işletmelerden oluştuğu dikkate alındığında bu durumun ev hayvanı üretiminde de kendini gösterdiği açıktır (Ak ve ark., 2019).

Çizelge4. Yetiştirilen ev hayvanı türü
Table 4. Types of pets raised

	N	%
Kedi	5	27.7
Köpek	2	9.1
Kuş	7	31.8
Balık	3	13.6
Kedi-Köpek	1	4.5
Kedi-Kuş	3	13.6
Kuş-Balık	1	4.5
Total	22	100.0

Ev hayvanı yetiştiricileri arasında en yaygın türün kuşlar olduğu (%31.8), ardından sırasıyla kedi (%27.7), balık (%13.6), ve köpeklerin (%9.1), tercih edildiği görülmektedir. Birden fazla tür yetiştirenler arasında ise kedi-kuş, kedi-köpek ve kuş-balık kombinasyonları dikkat çekmektedir. Bu veriler, kuşların yetiştiricilikte en popüler tür olduğunu, diğer türlerin ise daha az tercih edildiğini ortaya koymaktadır (Çizelge4.). Ev hayvanı yetiştiriciliği hakkında bildiğimiz kadarıyla üretici bazlı çalışmalarda büyük eksiklik bulunmaktadır. Bu sadece Türkiye için böyle olmayıp dünyanın birçok ülkesi için de bu durumdadır. Ülkelerde üretilen ev hayvanları ile ilgili hayvan refahıyla ilgili olup türler ve sayılar hakkında veriler yetersizdir.

ISBN: 978-625-5962-27-0

Kuş türleri ve özellikle egzotik türlerde bir çok ülkede üretimden çok toplayıcılık yapılmakta ve toplanan hayvanlar pazarlarda satılmaktadır (Steiger, 2006; Ostrowski, 2006; Grier, 2010).

Çizelge5. Hayvan refahı ve sağlık
Table 5. Animal welfare and health

		N	&
Hayvanların sağlık kontrolleri ne sıklıkla yapılıyor	Haftalık	3	13.6
	Aylık	9	40.9
	3aylık	1	4.5
	Yıllık	1	4.5
	Gerekli Oldukça	8	36.4
	Total	22	100.0
Hayvanların beslenme düzeni nasıl sağlanıyor	Hazır Mama	4	18.2
	Ev Yapımı Mama	3	13.6
	Veteriner Tavsiyesi	1	4.5
	Hazır Mama Ve Ev Yapımı Mama	7	31.8
	Ev Yapımı Mama Ve Özel Diyet Mamaları	4	18.2
	Hazır Mama-Ev Yapımı Mama-Özel Diyet Mamaları	3	13.6
	Toplam	22	100.0
Hayvanların sosyalleşme ve egzersiz ihtiyaçlarını nasıl karşılıyorsunuz	Özel Egzersiz Alanları	5	22.7
	Günlük Gezdirmeler	4	18.2
	Sosyal Etkinlik	3	13.6
	Oyun Alanları	2	9.1
	Özel Egzersiz Alanları-Günlük Gezdirmeler	1	4.5
	Özel Egzersiz Alanları-Sosyal Etkinlikler	1	4.5
	Sosyal Etkinlikler-Oyun Alanları	1	4.5
	Özel Egzersiz Alanları- Günlük Gezdirmeler- Sosyal Etkinlikler	1	4.5
	Özel Egzersiz Alanları- Sosyal Etkinlikler- Oyun Alanları	1	4.5
	Cevap Vermeyen	3	13.6
	Toplam	22	100.0
Hangi sağlık hizmetleri düzenli olarak alıyorsunuz	Parazit Kontrolü	1	4.5
	Aşılar Ve Parazit Kontrolü	1	4.5
	Aşılar Ve Tırnak Bakımı	1	4.5
	Parazit Kontrolü-Tırnak Bakımı	1	4,5
	Tırnak Bakımı-Tüy Bakımı	3	13.6
	Aşılar- Parazit Kontrolü- Tırnak Bakımı	1	4.5
	Aşılar- Parazit Kontrolü- Tırnak Bakımı- Tüy Bakımı	1	4.5
	Aşılar- Parazit Kontrolü- Tırnak Bakımı-Diş Bakımı- Tüy Bakımı	10	45.5
	Üreme Sonrası Kontroller	3	13.6
	Toplam	22	100.0
Uygulanan hijyen ve güvenlik protokolleri	Düzenli Dezenfeksiyon	18	81.8
	Düzenli Dezenfeksiyon-Güvenlik Kamera Sistemleri	1	4.5
	Personel Sağlık Kontrolleri-Güvenlik Kamera Sistemleri	1	4.5
	Düzenli Dezenfeksiyon -Personel Sağlık Kontrolleri-Güvenlik Kamera Sistemleri	1	4.5
	Cevap Vermeyen	1	4.5
	Toplam	22	100.0

Yetiştiriciler hayvanların sağlık kontrollerini genellikle aylık veya ihtiyaç oldukça yapmayı tercih etmektedir (%77.3). Daha az bir grup haftalık, 3 aylık veya yıllık kontrolleri tercih etmektedir. Beslenmede hazır mama ve ev yapımı mamalar sıkça kullanılmakta (%31.8), bazıları özel diyet mamaları da eklemektedir. Az bir kesim, beslenmeyi veteriner tavsiyesi ile düzenlemektedir.

Sosyalleşme ve egzersiz ihtiyaçları için özel egzersiz alanları, günlük gezdirmeler ve sosyal etkinlikler en çok tercih edilen yöntemlerdir (%54.5). Sağlık hizmetleri kapsamında düzenli olarak aşılar, parazit kontrolleri ve bakım uygulanırken, üreme sonrası kontroller ve diğer kombinasyonlar da belirli oranlarda yapılmaktadır.

Hijyen ve güvenlik konusunda yetiştiricilerin büyük kısmı düzenli dezenfeksiyon yapmaktadır (%81.8). Az bir grup güvenlik kamera sistemleri ve personel sağlık kontrolleri gibi yöntemleri de eklemektedir. Genel olarak, yetiştiricilerin hayvan sağlığı, beslenme,

ISBN: 978-625-5962-27-0

egzersiz ve hijyen konularına önem verdiği, bu alanlarda düzenli uygulamalar yaptığı anlaşılmaktadır (Çizelge5.).

Hayvan refahı konusu, çiftlik hayvanlarında özellikle yetiştirme ve barınak üzerine odaklanmıştır. Ev hayvanlarında ise ev hayvanlarının sahipleri ve hayvanların barındırıldığı ortamlar üzerine odaklanmış durumdadır. Bazı koşullarda ev hayvanı barınaklarında, çiftlik hayvanı barınaklarından, hayvan deneylerinden ve diğer hayvan barınak kategorilerinden daha fazla arıza ve hayvan refahı sorunları riski taşımaktadır. Ev hayvanları için hayvan refahı konusunda çok az devlet düzenlemesi vardır veya hiç yoktur. Hayvanları özel yetiştirme yerlerinde tutmak için çoğunlukla özel eğitim istenmemekte ve genellikle hayvanların özel barınak koşulları üzerinde "kamu kontrolü" bulunmamaktadır. Ayrıca çiftlik hayvanı barınaklarına ve hayvan deneylerine kıyasla daha az "kamu baskısı" vardır. Ev hayvanları için üretimde ve tüketimde kullanılan ekipman ve aksesuar pazarı çoğunlukla serbesttir. Bütün bunlara bağlı olarak ev hayvanın üretilmesi ve barındırılması üzerine yapılan araştırmalarda diğer türler üzerine yapılan araştırmalara göre daha fazla boşluk bulunmaktadır (Steiger, 2006; Indrebø, 2008; Farstad, 2018). Bu çalışma sırasında yapılan araştırmalarda da Türkiye'de de bu konuda uygulama ve araştırma konularında bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Çizelge6. Yetiştiricilik için ayrılan günlük süre
Table 6. Daily time allocated for cultivation

	N	%
1-2 saat	3	13.6
3-4 saat	8	36.4
5-6	3	13.6
7 ve üzeri	7	31.8
Total	21	95.5
Cevap vermeyen	1	4.5
Toplam	22	100.0

Yetiştiricilerin günlük olarak bu faaliyet için ayırdıkları süre, en çok 3-4 saat ve 7 saat ve üzeri olarak belirlenmiştir (%95.5). Daha az bir grup 1-2 saat ya da 5-6 saatini bu işe ayırmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu soruya yanıt verirken, küçük bir kısmı bu konuda bilgi paylaşmamıştır.

Bu durum, yetiştiricilikle ilgilenme sürelerinin genelde orta ya da uzun süreli olduğunu göstermektedir (Çizelge6.).

Hayvansal üretimde üreticilerin günlük çalışma saatleri ile ilgili çalışmalar, çalışma saatlerini etkileyen çok faktör bulunması nedeniyle çoğunlukla ya tespit edilmemekte veya tespit yapılsa bile tablolarda verilmemektedir. Çiftliklerin veri analizlerinde de çoğunlukla kullanılmamaktadır. Bu çalışmada elde edilen verilere bakıldığında çalışma saatlerinin değişkenlik gösterdiği görülmüştür (Erkul, 1966; Köknaroğlu ve Çinar, 2019).

ISBN: 978-625-5962-27-0

Çizelge7. Müşteri memnuniyet ve şikayet yönetimi
Table 7. Customer satisfaction and complaint management

		N	%
Müşteri memnuniyetini nasıl ölçüyorsunuz	Sosyal Medya Yorumları	3	13.6
	Doğrudan Görüşme	13	59.1
	Sosyal Medya Yorumları Ve Doğrudan Görüşme	4	18.2
	Cevap vermeyen	2	9.1
	Toplam	22	100.0
Müşteri şikayetini nasıl yönetiyorsunuz	Doğrudan Görüşme	13	59.1
	Sosyal Medya Üzerinden	1	4.5
	Doğrudan görüşme –telefon ile	3	13.6
	Doğrudan görüşme-sosyal medya üzerinden	2	9.1
	Telefon ile –sosyal medya üzerinden	1	4.5
	Cevap vermeyen	2	9.1
	Toplam	22	100.0

Müşteri memnuniyetini ölçmek için yetiştiriciler en çok doğrudan görüşme yöntemini tercih etmektedir (%59.1). Bunun yanında, sosyal medya yorumları veya bu iki yöntemin birlikte kullanıldığı durumlar da görülmektedir. Şikayet yönetiminde de doğrudan görüşme en yaygın yöntemdir (%59.1). Bunun yanı sıra telefon ve sosyal medya gibi kanallar farklı kombinasyonlarda kullanılmaktadır.

Az sayıda katılımcı bu konularda bilgi paylaşmamıştır. Genel olarak, yetiştiricilerin hem memnuniyet ölçümünde hem şikayet yönetiminde birebir iletişimi öncelikli bir yöntem olarak benimsediği anlaşılmaktadır (Çizelge7.). Müşterilerin memnuniyet ve şikayetlerinin sağlıklı alınması üreticilerin kendilerini ve işlerini geliştirmede önemlidir. Bu nedenle en doğru ve etkili yöntem doğrudan görüşmeler olmaktadır (Alabay 2012; Uzun ve Özgöz 2022). Ev hayvanı üreticilerinde alınan cevaplar üreticilerin bu konuda doğru şekilde davrandıklarını göstermektedir.

Çizelge8. İşletmenin durumu ve zorluklar
Table 8. Business status and difficulties

		N	%
Son üç yılda işletmenizin performansını nasıl değerlendiriyorsunuz	Çok iyi	2	9.1
	İyi	14	63.6
	Orta	5	22.7
	Cevap vermeyen	1	4.5
	Toplam	22	100.0
İşletmenizin gelecek beş yıl içerisindeki hedefleri	Yeni ırklar yetiştirmek	5	22.7
	Yeni türler yetiştirmek	3	13.6
	Faaliyet alanını genişletmek	4	18.2
	Eğitim ve sosyalleştirmeyi artırmak	1	4.5
	Yeni ırklar yetiştirmek- yeni türler yetiştirmek	1	4.5
	Yeni ırklar yetiştirmek- yeni türler yetiştirmek- eğitim ve sosyalleştirmeyi artırmak	1	4.5
	Cevap vermeyen	7	31.8
	Toplam	22	100.0
İşletmenizi gelecek yıl için planladığı yatırımlar	Yetiştiricilik alanlarını genişletmek	7	31.8
	Yeni türler yetiştirme	8	36.4
	Personel artırımı	2	9.1
	Yetiştiricilik alanlarını genişletmek- yeni türler yetiştirme	1	4.5
	Cevap vermeyen	4	18.2
	Toplam	22	100.0
İşletmenizin karşılaştığı en büyük sorunlar	Yüksek kiralar	2	9.1
	Ürün ve malzeme tefariği	6	27.3
	Pazarlama ve reklam	1	4.5
	Hayvan sağlığı ve veteriner hizmetleri	3	13.6
	Diğer	2	9.1
	Cevap vermeyen	8	36.4
	Toplam	22	100.0

ISBN: 978-625-5962-27-0

İşletmenizin faaliyet gösterdiği alanlarda karşılaştığı zorluklar	Lisans ve ruhsat alımı	3	13.6
	Hayvan refahı yasaları	9	40.9
	Vergi düzenlemeleri	1	4.5
	Çevre koruma mevzuatı	1	4.5
	Lisans ve ruhsat alımı- hayvan refahı yasaları	1	4.5
	Hayvan refahı yasaları- çevre koruma mevzuatı	1	4.5
	Vergi düzenlemeleri -çevre koruma mevzuatı	1	4.5
	Lisans ve ruhsat alımı- hayvan refahı yasaları-vergi düzenlemeleri	1	4.5
	Cevap vermeyen	4	18.2
	Toplam	22	100.0
İşletmenizin yasal ve hukuki konularda karşılaştığı zorluklar	Lisans ve ruhsat işlemleri	4	18.2
	Vergi sorunları	5	22.7
	Hayvan refahı ile ilgili düzenlemeler	5	22.7
	Vergi sorunları-çevre koruma yasalarına uyum	1	4.5
	Hayvan refahı ile ilgili düzenlemeler- çevre koruma yasalarına uyum	2	9.1
	Lisans ve ruhsat işlemleri- vergi sorunları- hayvan refahı ile ilgili düzenlemeler	1	4.5
	Cevap vermeyen	4	18.2
	Toplam	22	100.0

Son üç yılda işletme performansını değerlendiren yetiştiricilerin çoğunluğu işletmelerini iyi durumda olarak nitelendirmiş (%63.6), daha az bir kısmı orta düzeyde veya çok iyi durumda olduğunu belirtmiştir. Gelecek beş yıl için hedefler arasında yeni ırk ve türlerin yetiştirilmesi ile faaliyet alanlarının genişletilmesi ön plandadır (%54.5). Ancak bazı katılımcılar bu konuda bilgi paylaşmamıştır. Gelecek yıl için planlanan yatırımlarda yeni tür yetiştirme ve alan genişletme öne çıkarken, az sayıda kişi personel artırımı planladığını ifade etmiştir. İşletmelerin karşılaştığı başlıca sorunlar arasında ürün ve malzeme tedariki (%27.3), hayvan sağlığı hizmetleri, yüksek kiralar ve diğer problemler yer almaktadır. Ancak bu konulara yanıt vermeyenlerin oranı da yüksektir (%36.4). Faaliyet alanında en çok zorluk, hayvan refahı yasalarından kaynaklanmakta (%40.9), lisans ve ruhsat alımı, vergi düzenlemeleri ve çevre koruma mevzuatı da belirtilmiştir. Yasal ve hukuki zorluklar arasında ise vergi sorunları ve hayvan refahı düzenlemeleri ilk sırada gelmektedir. Bu bulgular, yetiştiricilerin faaliyetlerini sürdürürken mevzuat, tedarik ve yatırım alanlarında çeşitli zorluklarla karşılaştığını göstermektedir (Çizelge8.).

Türkiye'de hayvansal üretim işletmelerinin endüstriyel işletmelere dönüşümü gelişmiş ülkelerdeki gibi olmamıştır. Köy tipi aile işletmelerin büyümek yerine köyden kente göç nedeniyle gittikçe küçülmüş veya kapanmıştır. Bunun en büyük nedeni sosyal yapı olmakla birlikte işletmeler önündeki çeşitli sorunlar ve işletmecilerin yetersiz eğitim durumları da buna katkı yapmıştır. Bir çok sektörde olduğu gibi ev hayvanı üretim sektöründe de kendine özgü sorunlar bulunmaktadır. Fakat bu sorunları önemli bir kısmın bu çalışmadan elde edilen sorunlar gibi diğer işletmelerin genel sorunlarıyla benzerdir (Vural, 2019). Ev hayvanı yetiştiricilerinin sorunlarının giderilmesi diğer işletmelerin sorunlarının giderilmesine yönelik çözümlerle çözülebileceği gibi kendine özgü sorunlarının çözümleri de kendi içinde çözülmesi gereken sorunlardır (Yüzbaşıoğlu, 2022).

Çizelge9. Sahiplendirme süreci ve bilgilendirme
Table 9. Adoption process and information

		n	**%**
Sahiplendirme ve satış	Sahiplendirme	7	31.8
	Doğrudan satış	3	13.6
	Doğrudan satış+ sahiplendirme	3	13.6
	Pet shoplara satış	4	18.2
	Online ve toptan satış	1	4.5
	Cevap vermeyen	1	4.5

ISBN: 978-625-5962-27-0

	Toplam	22	100.0
Sahipleri bilgilendirme	Hayvan hakkında bilgilendirme yapılıyor	19	86.4
	Hayvan hakkında bilgilendirme yapılmıyor	2	9.1
	Cevap vermeyen	1	4.5
	Toplam	22	100.0
Sahipleri bilgilendirme yöntemi	Doğrudan bilgilendirme	14	63.6
	Eğitim videoları+doğrudan bilgilendirme	6	27.3
	Cevap vermeyen	2	9.1
	Toplam	22	100.0

Sahiplendirme ve satış süreçlerinde, yetiştiricilerin önemli bir kısmı sahiplendirme yöntemini tercih ederken (%31.8), doğrudan satış ya da sahiplendirme ile satış kombinasyonları da yaygın olarak kullanılmaktadır. Daha küçük bir grup pet shoplara satış, online satış veya toptan satış yapmaktadır. Hayvan sahiplerine bilgilendirme konusunda yetiştiricilerin büyük çoğunluğu bu sorumluluğu yerine getirmekte, yalnızca az bir kısmı bilgilendirme yapmamaktadır. Bilgilendirme yöntemleri arasında doğrudan bilgilendirme en yaygın olanıdır(%63.6); bazı yetiştiriciler eğitim videoları ile doğrudan bilgilendirmeyi birleştirmektedir. Bu veriler, yetiştiricilerin hem satış hem de bilgilendirme süreçlerinde genellikle birebir ve doğrudan yöntemleri tercih ettiğini göstermektedir (Çizelge9.).

Yetiştiricilerin sahiplendirmede izlediği yöntemler ev hayvanı marketlerinin izlediği yöntemlerle benzerlik göstermektedir. Sahiplendirmede, her sahiplendirici ve her sahiplenen bu ilişkideki kanallardan bir ya da bir kaçını kendi deneyimlerine göre ön plana çıkarırlar (Geer, 2022). Yerel sahiplendiriciler genellikle birebir sahiplenmeyi seçerken teknolojinin ve internet ticaretinin gelişmesi sektörde online satışların artmasına yol açmaktadır. Fiziki temasla hayvan sahiplenmemin önemi ne kadar fazla olsa da online sahiplendirmede çeşitli eşleştirme programlarının kullanımı online satışları oransal olarak artırmaktadır (Ting, 2024).

Çizelge10. Pazarlama ve reklam
Table 10. Marketing and advertising

		n	**%**
Online sahiplendirme var mı	Evet	7	31.8
	Hayır	14	63.6
	Cevap Vermeyen	1	4.5
	Toplam	22	100.0
İşletmenizin sosyal medya hesapları var mı	Facebook	2	9.1
	Instagram	9	40.9
	Facebook-İnstagram	5	22.7
	İnstagram-Tik tok	1	4.5
	Facebook-İnstagram-Youtube	1	4.5
	Olmayan	4	18.2
	Toplam	22	100.0
Müşterilerinize nasıl ulaşıyorsunuz	Sosyal Medya Üzerinden	4	18.2
	Yüz Yüze Görüşmeler	3	13.6
	Sosyal Medya Üzerinden-Telefon Görüşmeleri	2	9.1
	Sosyal Medya Üzerinden-Yüz Yüze Görüşmeler	2	9.1
	Telefon Görüşmeleri	1	4.5
	Telefon Görüşmeleri- Yüz Yüze Görüşmeler	3	13.6
	Sosyal Medya Üzerinden- Telefon Görüşmeleri- Yüz Yüze Görüşmeler	5	22.7
	Cevap Vermeyen	2	9,1
	Toplam	22	100,0
İşletmenizde kullanılan pazarlama teknikleri	Sosyal Medya Reklamları	17	77,3
	Kullanmayan	5	22,7
	Toplam	22	100,0

Yetiştiricilerin önemli bir kısmı online sahiplendirme yöntemlerini kullanmamakta (%63.6), daha az bir grup bu yöntemi tercih etmektedir. Sosyal medya kullanımında İnstagram en yaygın platform olup, bazı işletmeler Facebook ve YouTube'u da kullanmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya hesabı bulunmayan işletmeler de mevcuttur.

ISBN: 978-625-5962-27-0

Müşterilere ulaşmak için en sık sosyal medya, telefon ve yüz yüze görüşme kombinasyonu tercih edilmekte (%22.7), bazı işletmeler yalnızca sosyal medya, telefon veya yüz yüze görüşme yöntemlerini kullanmaktadır. Pazarlama açısından, büyük çoğunluk sosyal medya reklamlarını tercih ederken, bir kısmı herhangi bir pazarlama yöntemi kullanmamaktadır. Bu veriler, sosyal medyanın yetiştiricilerin pazarlama ve iletişim stratejilerinde önemli bir rol oynadığını, ancak hala bu alanda aktif olmayan bir kesimin bulunduğunu göstermektedir (Çizelge10.).

Türkiye'de tarım üreticileri için pazarlama yöntemleri, genellikle sınırlı erişime imkanlarına sahip küçük ölçekli kanallar olup yaşamsal öneme sahiptir. Pazarlama kanallarının kullanımı çeşitli faktörler tarafından belirlenmektedir. Pazarlama sorunlarının başında birçok aracının bulunduğu uzun yolların olması yüksek pazarlama maliyetleri ve ürün standardizasyonun olmamasıdır. Bunun yanında ürün tipi ve üreticinin eğitim düzeyi de pazarlamanın iyi yapılamamasının nedenleri arasındadır. Üreticilerin daha iyi pazara erişim ve verimlilik sağlamak için pazarlama organizasyonun iyileştirilmesi ve teknolojik imkanlardan yararlanmadır (Emeksiz ve ark., 2005). Bu çalışmanın bulgularında ev hayvanı üreticilerinin çoğunlukla küçük işletmeler olduğu belirlenmiş olsa da yetiştiricilerin önemli bir kısmının sosyal medyayı aktif kullandıkları belirlenmiştir.

Çizelge11. Ev hayvanlarının ticari olarak kullanılması sizce etik mi?
Table 11. Do you think the commercial use of pets is ethical?

	N	%
Evet	15	68.2
Hayır	7	31.8
Total	22	100.0

Yetiştiricilerin çoğunluğu ev hayvanlarının ticari amaçlarla kullanılmasını etik olarak değerlendirirken (%68.), daha az bir kesim bu durumu etik bulmamaktadır. Bu bulgu, ticari yaklaşımların yetiştiriciler arasında genel olarak kabul gördüğünü, ancak konuya dair farklı görüşlerin de bulunduğunu ortaya koymaktadır (Çizelge11.). Binlerce yıl insanlar hayvanlardan etik bir tartışma olmaksızın çeşitli şekillerde yararlanmışlardır. Ancak son yüz yılda artan etik hassasiyet bu konuyu gündeme getirse de tartışma hayvanların insan menfaatleri için kullanımının yasaklanması yerine kullanılan hayvanların yaşam koşullarının iyileştirilmesine yönelik olmuştur (Heffner, 1999; Milburn, 2022). Bu çalışmada da yetiştiricilerin bir kısmının aksi görüş bildirmesine karşılık çoğunluğu ev hayvanlarının ticari kullanımını etik bulduğu görülmektedir.

SONUÇ

Sonuç olarak yetiştiricilerin büyük kısmının yetişkin, erkek ve lise mezunu olduğunu, mesleki deneyimlerinin ise genellikle orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Yetiştiricilerin gelir düzeyi düşük gelir aralığındadır. Yetiştiricilerin çoğunluğu ağırlıklı olarak küçük ölçekli ve hobi odaklı yetiştiricilik yapmaktadırlar. Kuşlar yetiştiricilikte en popüler tür olup, diğer

ISBN: 978-625-5962-27-0

türler ise daha az tercih edilmektedir. Ev hayvanı yetiştiricilik süresi genelde orta ya da uzun sürelidir.

Genel olarak, yetiştiricilerin hem memnuniyet ölçümünde hem şikayet yönetiminde müşterileri ile birebir iletişimi öncelikli bir yöntem olarak benimsediği hayvan sağlığı, beslenme, egzersiz ve hijyen konularına önem verdiği, bu alanlarda düzenli uygulamalar yaptığı belirlenmiştir. Yetiştiricilerin en çok şikayetçi oldukları konuların mevzuat, tedarik ve yatırım alanlarında çeşitli zorluklar olduğu, sosyal medyanın pazarlama ve iletişim stratejilerinde önemli bir rol oynadığını, ancak hala bir kesimin sosyal medya kullanmadığı görülmüştür. Yetiştiriciler hem satış hem de bilgilendirme süreçlerinde genellikle birebir ve doğrudan yöntemleri tercih etmektedirler.

Bu çalışma sonrasında yapılan değerlendirmede aşağıdaki önerilerin yapılmasının iyi olacağı düşünülmüştür:

- Bilgi ve teknolojinin hızla geliştiği günümüzde ev hayvanı talebinin hızla attığı da göz önüne alındığında üretiminde yeni bilgi ve uygulamaların sektöre aktarılması için eğitim düzeyi yüksek bireylerin sektöre yönlendirilmesi (özellikle ziraat mühendislerinin) ve sektördeki bireylerin eğitim düzeylerinin daha da arttırılması,
- Küçük ölçekli ve hobi amaçlı yapılan üretimin daha profesyonel ve büyük ölçekli yapılmasının teşvik edilmesi,
- Yetiştiricilerin en sık sorunları olan mevzuat, tedarik ve yatırım konularının ilgili kurumlarca ele alınarak gerekli bilgilendirme, yönlendirme ve ekonomik desteklerin sağlanması,
- Memnuniyet ölçümü, şikayet yönetimi, satış ve bilgilendirme için internet sayfası ve/veya sosyal medyanın kullanımının arttırılması,
- Teknik bilgi ve sermaye yanında sevgi ve hassasiyetin gerekli olduğu bir iş kolu olan ev hayvanı üretiminde kadın bireylerin bu iş koluna yönlendirilmesi,
- Yetiştiricilerin çoğunluğunun iş tecrübelerinin yeni olmadığı ve çoğunun kuş üretimi yaptığı ilde, üretilen kuş tür ve ırklarının yapılacak bilimsel çalışmalarla belirlenerek elde edilen bilgilerin üreticilere aktarılması konusunda çalışmaların yapılmasının iyi olacağı düşünülmüştür. Yetiştiricilerin ikinci ve üçüncü sırada üretimini yaptıkları köpek ve balıklar üzerine de bilimsel araştırmaların yapılması bu türlerin da alternatif üretim olabileceğini ortaya koyabilir. Nitekim yetiştiricilerin bir kısmı yeni ırk ve türlerle çalışmayı hedefledikleri bu çalışmanın bulguları arasındadır.

KAYNAKÇA

Arıcı, F. (2021). Türkiye'de İller Arası Göçlerde İkincil Göç Çekim Merkezleri ve Etki Sahalarının Tespiti. *Coğrafya Dergisi,* (42), 195-209.

ISBN: 978-625-5962-27-0

Ak İ., Özdemir M., Deniz A. (2019). Türkiye'de ekolojik hayvancılık VI. Organik Tarım Sempozyumu 15-17 Mayıs İzmir – Türkiye 6th Symposium on Organic Agriculture 15-17 May 2019 İzmir – Türkiye 118.

Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 8*(16), 137-157.

Alarslan, B., Alarslan, E., & Söğüt, B. (2022). Pet hayvan sahiplerinin pet hayvanlara bakışlarının değerlendirilmesi-Balıkesir ili Bandırma ilçesi örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 9*(3), 651-657.

Aydın, R., Bayram, B., Ergün, O. F., Özdemir, V. F., Diler, A., Yanar, M., & Koçyiğit, R. (2023). Sığırcılık İşletmelerinde İşletme Büyüklüğü ve Yetiştiricilerin Eğitim Durumlarının Çiftlik Uygulamaları Üzerine Etkileri: Erzurum İli Aşkale İlçesi Örneği. *Palandöken Journal of Animal Sciences Technology and Economics*, *2*(1), 29-37.

Can, M. B., Cengiz, B. N., & İmik, H. (2024). Bayburt ilinin ekonomik kalkınmasında hayvansal üretim ve önemi. *Veteriner Farmakoloji ve Toksikoloji Derneği Bülteni, 15*(1), 23-38.

Çınar, S., & Ceyhan, A. (2021). Niğde ili sürü yönetimi personeli kurs programına katılan çiftçilerin koyun yetiştiriciliği faaliyetleri üzerine bir araştırma. *Journal of Agriculture, Food, Environment and Animal Sciences*, *2*(1), 44-60.

Deniz, O. (2009). Van kent merkezine yapılan göçler ve göçün kentsel gelişim üzerine etkisi. *TÜCAUM V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, 16-17.

Emeksiz, F., Albayrak, M., Güneş, E., Özçelik, A., Özer, O. O., & Taşdan, K. (2005). Türkiye'de tarımsal ürünlerin pazarlama kanalları ve araçlarının değerlendirilmesi. (erişim tarihi 01/02/2025) https://api.zmo.org.tr/uploads/ portal/resimler/ekler/ 7968ad196a5085f_ek.pdf

Erkul, İ. (1966). Ziraatte iş müddetlerinin tanzimi. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, *2*(2), 212-230.

Erzurum, O. (2023). Pet hayvan sahiplerinin sosyo-demografik yapısının belirlenmesi: Konya - Ankara örneği. ICAFVP 3rd International Conference On Agriculture, Food, Veterinary And Pharmacy Sciences November 10 - 12, 2023 Beırut.

Farstad, W. (2018). Ethics in animal breeding. *Reproduction in domestic animals*, *53*, 4-13.

FEDIAF (2022). European Pet Food Industry. https://europeanpetfood. org/wpcontent/uploads /2023/07/FEDIAF_Annual-Report_2023.pdf

FEDIAF (2024). European Pet Food Industry. https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads /2024/06/FEDIAF-Annual-Review-2024_Online.pdf

ISBN: 978-625-5962-27-0

Geer, M. (2022). *Customer Satisfaction At Tassumafia Pet Store.* (thesis) International Business Management Master of Business Administration.

Grier, K. C. (2010). *Pets in America: A history*. UNC Press Books.

Heffner, H. E. (1999). The symbiotic nature of animal research. *Perspectives in biology and medicine*, *43*(1), 128-139.

Indrebø, A. (2008). Animal welfare in modern dog breeding. *Acta Veterinaria Scandinavica*, *50*(Suppl 1), S6.

Köknaroğlu, H., & Çınar, İ. (2019). Süt sığırcılığında irkın sürdürülebilirlik üzerine etkisi. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, *14*(2), 143-155.

Milburn, J. (2022). *Just fodder: The ethics of feeding animals*. McGill-Queen's Press-MQUP.

Saraçoğlu, H. Göç yönetimi politikalarının şekillenmesinde yerel yönetimler ve STK'lar arasındaki işbirliğinin etkisi: Van ili özelinde analiz. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *8*(16), 170-185.

Stallones, L., Johnson, T.P., Garrity, T.F., Marx, M.B. 2015. Quality of attachment to companion animals among U.S. adults 21 to 64 years of age, Anthrozoös. 3 (3): 171-176.

Steiger, A. (2006). Pet animals: housing, breeding and welfare. *Animal welfare*, 111-133.

Ting, L. (2024). *Marketing plan for a pet shop in Shanghai* (Master's thesis). ISCTE-IUL

Ostrowski, S. (2006). *A visit to the bird market of Kabul (Ka Farushi), 27 August 2006*. Wildlife Conservation Society.

Uzun, M., & Özgöz, A. A. (2022). Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, *3*(3), 231-249.

Vural, H. (2019). Türkiye'de Hayvansal Üretimin Ekonomik Yapısı ve Pazarlama Sorunları. *Cataloging-In-Publication Data*, 254.

Yıldırım, S., İmik, H., & Günlü, A. (2021). Bitlis ili Mutki ilçesinde koyun keçi yetiştiren işletmelerin temel hayvan besleme bilgi düzeylerinin araştırılması. *Veterinary Journal of Mehmet Akif Ersoy University*, *6*(2), 48-56.

Yıldız S., Akkol S. ve Deniz S. (2019). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi DAP Çiftçi Eğitim Merkezi'nde Eğitim Alan Kursiyerlerin Tarım-Hayvancılık Potansiyellerinin Değerlendirilmesi . *Van Vet J,* 30 (3) 151-157.

Yüzbaşıoğlu, R. (2022). Büyükbaş hayvancılık işletmelerinin mevcut durumu, teknik ve ekonomik yapısı, sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir araştırma (Tokat İli Merkez İlçe Örneği). *Ziraat Mühendisliği*, (375), 4-17.