



**İYİ TARIM UYGULAMALARI İLE YETİŞTİRİLEN
ÜRÜNLER HAKKINDA TÜKETİCİ TUTUMLARINA
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ**

Özkan OFLAZ

**Yüksek Lisans Tezi
Organik Tarım İşletmeciliği Anabilim Dalı
Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ
2021
(Her Hakkı Saklıdır)**

T.C.
BAYBURT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ORGANİK TARIM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**İYİ TARIM UYGULAMALARI İLE YETİŞTİRİLEN ÜRÜNLER HAKKINDA
TÜKETİCİ TUTUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KARAMAN İLİ
ÖRNEĞİ**

(A Study on Consumer Attitudes about Agriproducts Grown with Good Agricultural
Practices: The Case of Karaman Province)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Özkan OFLAZ

1. Danışman: Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ
2. Danışman: Doç. Dr. İnci ERDOĞAN TARAĞCI

Bayburt
Haziran, 2021

KABUL VE ONAY TUTANAĞI



ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Tez çalışması olarak sunduğum “*İyi Tarım Uygulamaları ile Yetiştirilen Ürünler Hakkında Tüketici Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma: Karaman İli Örneği*” başlıklı çalışmanın tarafımdan bilimsel etik ilkelere uyularak yazıldığını ve yararlandığım eserleri kaynakçada gösterdiğimi beyan ederim.

30/06/2021

Özkan OFLAZ

TEŞEKKÜR

Çalışmamda her zaman yanımda duran ve katkılarını esirgemeyen aileme, bilgileriyle yardımcı olan danışman hocam; Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ'a, desteklerini esirgemeyen ikinci danışmanım Doç. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI'ya, teşekkür ederim. Tez jürisinde yer alarak değerli görüşlerini ve katkılarını esirgemedikleri için Doç. Dr. Ali ANTEPLİ' ye ve Doç. Dr. Volkan GÜL'e teşekkür ederim. Tezin son halini özveriyle okuyup, dilbilgisi açısından tashih eden Dr. Ahmet KÜÇÜK ve Şeyma KIZIL' a teşekkür ederim. Ayrıca kontrol sürecinde yardımlarını esirgemeyen Dr. Mutlu AKSOY, İlayda KÜÇÜKŞAHİN ve Kadir AKDENİZ' e teşekkür ederim.

ÖZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İYİ TARIM UYGULAMALARI İLE YETİŞTİRİLEN ÜRÜNLER HAKKINDA
TÜKETİCİ TUTUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KARAMAN İLİ
ÖRNEĞİ**

Özkan OFLAZ

Haziran 2021, 117 Sayfa

Organik Tarım ürünlerinin birim maliyetinin yüksek olması, konvansiyonel ürünlerin ise kimyasal kalıntılar barındırması nedeniyle insan sağlığına, çevreye ve doğadaki diğer yaşam paydaşlarına (hayvanlar, bitkiler vb.) zararlı olması tüketicileri iyi tarım uygulamaları ürünlerine yöneltmiştir. Bu çalışmanın amacı, İyi Tarım Uygulamalarına (İTU) yönelik tüketici tutumlarını “İnsan Sağlığı”, “Çevreye Faydası” ve “Fiyat Algısı” bakımından incelemek ve istatistiksel sınamalar yapmaktır. Araştırmanın popülasyonu, Karaman ilinde gıda ürünleri alışverişleri yapan hane halkları arasından, kolay örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Nicel araştırma modeli benimsenerek yürütülen bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Ankette demografik sorular, tüketici tutum ölçeği ve marka kişiliği ölçeğinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS-25 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca bu veriler ile tek yönlü Anova testi, T-testi, Korelasyon analizi ve Çapraz Tablo analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgulara göre; insan sağlığı, çevreye faydası, İTÜ’ lerine ilişkin fiyat ve imaj algısı gibi boyutların tüketicilerin tutum ve davranışlarına etki ettiği anlaşılmıştır. Ayrıca bu boyutlar arasında tüketicilerin demografik özelliklerine dair istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Sonuç olarak tüketicilerin sağlık ve çevre bilincine bağlı olarak tarımsal gıda ürünlerini satın alma noktasında tutum ve davranışlarının değiştiği görülmektedir. Bireylerin satın aldıkları gıdaların insan sağlığına olumsuz etkileri ve çevreye verdikleri zarar hakkında bilgisi arttıkça insan sağlığına ve çevreye daha duyarlı hale geldikleri görülmüştür. Tüm bunların yanı sıra doğadaki diğer yaşam paydaşlarının da korunması gerektiği hem sağlıklı beslenme adına hem de gelecek nesillere daha temiz bir çevre ve tarımsal alanların miras bırakılması adına önemli olduğu vurgulanmıştır. Bütün bulgular, mevcut alan yazınla ilişkilendirilerek kapsamlı bir tartışması yapıp sonuçlar raporlaştırılmıştır. Ulaşılan sonuçlara bağlı olarak diğer öneriler tartışmalar ve sonuç kısmında geniş olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İyi tarım uygulamaları, organik tarım, tüketici davranışları, çevre bilinci, zararlı algısı, Karaman ili.

ABSTRACT

MASTER DISSERTATION

A STUDY ON CONSUMER ATTITUDES ABOUT AGRIPRODUCTS GROWN WITH GOOD AGRICULTURAL PRACTICES: THE CASE OF KARAMAN PROVINCE

Özkan OFLAZ

Jun 2021, 117 Pages

The high unit cost of Organic Agriculture products, and the fact that Conventional products are harmful to human health, environment (soil, water, etc.) and other life stakeholders in nature (animals, plants, etc.) due to their chemical residues have led consumers to good agricultural practices products. The aim of this study is to examine consumer attitudes towards Good Agricultural Practices (GAP) in terms of "Human Health", "Benefit to the Environment and Price Perception". The population of the study was selected by the easy sampling method among households who shop for food products in Karaman Province. The population of the research was selected from the households shopping for food products in Karaman Province, by easy sampling method. In this study, which was carried out by adopting a quantitative research model, a questionnaire was used as a data collection tool. Demographic questions, consumer attitude scale and brand personality scale were used in the survey. The data obtained were analyzed by using the SPSS-25 statistical program. In addition, one-way Anova test, T-test, Correlation analysis and Crosstab analysis were performed with these data. According to the result of the study it has been understood that the dimensions like human health, harm to the environment and price perception affect the attitudes and behaviors of consumers. In addition, statistically significant differences were obtained between these dimensions regarding the demographic characteristics of consumers. As a result, it has been noticed that the attitudes and behaviors of consumers at the point of purchasing agricultural food products have changed depending on their health and environmental awareness. It has been understood that individuals become more sensitive to the environment and human health as their knowledge about the harmfulness of the food they buy to human health and the environment increases. In addition to all these, it was emphasized that the protection of other life stakeholders in nature is important both in the name of healthy nutrition and in terms of leaving a cleaner environment and agricultural areas to future generations. All the findings were discussed in a comprehensive way by associating them with the existing literature, and the results were reported. Depending on the results, other suggestions and discussions are presented in the conclusion.

Keywords: Good agriculture practices, organic agriculture, consumer behavior, environmental awareness, harmful perception, Karaman province.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY TUTANAĞI.....	iii
ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI.....	i
TEŞEKKÜR	ii
ÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	1
TABLolar DİZİNİ.....	4
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	6
KISALTMALAR.....	7
BİRİNCİ BÖLÜM.....	9
Giriş	9
Araştırmanın Konusu ve Problemi.....	11
Araştırmanın Amacı.....	13
Araştırmanın Hipotezleri.....	13
Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi	15
Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları	16
Terim ve Tanımlar.....	16
İKİNCİ BÖLÜM	19
Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar	19
Kuramsal Çerçeve	19
Tüketici tepki ve davranışları.....	19
Tüketici algı ve tutumları.....	23
Tüketicinin gıda ürünleri tercihinde zararlıyı ve zararsızı ayırt etmesi.....	27
İyi tarım uygulamaları.....	30
İyi tarım uygulamalarında zararlılarla mücadele.	37
İyi tarım uygulamalarında gübre kullanımı.....	48
Araştırmanın Gerçekleştirildiği İl'in Özellikleri.....	49
Karaman ilinin coğrafi yapısı.....	49
Karaman ilinin iklimi, yağış durumu ve akarsuları.....	49
Karaman ilinin arazi dağılımı.....	50
Karaman ilinin dağları.....	52
Karaman ilinin jeolojik konumu.	53

Karaman tarımında öne çıkan tarla ürünleri ve Türkiye’deki yeri.....	53
Karaman tarımında öne çıkan meyve ürünleri ve Türkiye’deki yeri.	54
Karaman tarımında öne çıkan sebze ürünleri ve Türkiye’deki yeri	55
Karaman ilinde sanayi ve tarıma dayalı sanayiler.....	56
İlgili Araştırmalar.....	58
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	62
Yöntem	62
Araştırmaya Katılım.....	62
Veri Toplama Teknikleri ve Araçları.....	63
Süreç ve Uygulama	63
Veri Analizi	63
Geçerlilik ve Güvenirlilik.....	64
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	69
Araştırma Analizleri ve Bulguları	69
Araştırma ile İlgili Tanımlayıcı Bulgular.....	69
Araştırma İle İlgili Boyutların Ortalaması	71
Araştırma ile İlgili Hipotezler ve Bulgular	72
H1 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	72
H2 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	73
H3 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	73
H4 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	74
H5 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	75
H6 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	75
H7 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	76
H8 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	76
H9 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	77
H10 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	78
H11 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	78
H12 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	78
H13 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	79
H14 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	80
H15 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	81
Korelasyon Analizi.....	81
H16 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	82
H17 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.....	83

H18 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	83
H19 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	83
H20 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	84
H21 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	84
H22 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları..	84
H23 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	85
H24 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	85
Çapraz Tablo Analizleri	85
Hipotezlerle İlgili Kararlar	96
BEŞİNCİ BÖLÜM	99
Sonuç, Tartışma ve Öneriler.....	99
Sonuç.....	99
Tartışma.....	100
Öneriler	103
Uygulamaya yönelik öneriler.....	103
Yapılacak diğer araştırmalara yönelik öneriler.	103
KAYNAKÇA	106
EKLER	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK-1. Etik Kurul Uygunluk Onay Belgesi	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK-2. Bakanlık Denetleme Talimat Yazısı.....	110
EK-3. İyi tarım uygulamaları Logosu Usül ve Esaslarına İlişkin Genelge	111
EK-4. İyi tarım uygulamaları Sertifikaya İlişkin Örnek	115
ÖZ GEÇMİŞ.....	116

TABLÖLER DİZİNİ

Tablo 1. Bitki Koruma Ürünlerinin Gruplara Ayrılmış Tablo (https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM).....	45
Tablo 2. Karaman İli Tarım Alanlarının Sulama Dağılımı(https://www.dsi.gov.tr/).....	49
Tablo 3. Karaman İli Tarım Alanlarının Yıllara Göre Sulama Dağılımı(https://www.dsi.gov.tr/).....	49
Tablo 4. Karaman İli Tarım Arazi Dağılımı (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	50
Tablo 5. Karaman İli Tarım Alanlarının Sulu/Kurak Dağılımı (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	51
Tablo 6. Karaman İli Kültür Arazisi Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	51
Tablo 7. Karaman Tarımında Öne Çıkan Tarla Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	53
Tablo 8. Karaman Tarımında Öne Çıkan Meyve Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	54
Tablo 9. Karaman Tarımında Öne Çıkan Sebze Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri(https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	55
Tablo 10. Tarıma Dayalı Sanayi Faaliyet Kolları (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).....	57
Tablo 11. İlgili Literatürde Yapılan Çalışmalar ve Elde Edilen Sonuçlar.....	58
Tablo 12. KMO and Bartlett’s Testi.....	64
Tablo 13. Araştırma Faktör Yük Dağılımları.....	65
Tablo 14. Araştırma Güvenirlik İstatistikleri.....	68
Tablo 15. Araştırmanın Demografik Özellikleri Frekans Tablosu.....	70
Tablo 16. Boyutların Ortalamaları.....	72
Tablo 17. Tüketicilerin Eğitim Durumlarının Satın Almaya Yönelik Tutumları Anova Test Sonuçları.....	72
Tablo 18. Tüketicilerin Gelir Durumlarının Satın Almaya Yönelik Anova Test Sonuçları.....	73
Tablo 19. Tüketicilerin Medeni Durumlarının Satın Almaya Yönelik T- Test Sonuçları.....	73
Tablo 20. T-Testi Medeni Durum Grup İstatistikleri.....	74
Tablo 21. Tüketicilerin Cinsiyetlerinin Satın Almaya Yönelik T- Test Sonuçları.....	74
Tablo 22. Tüketicilerin Yaşlarının Satın Almaya Yönelik Anova Test Sonuçları.....	75
Tablo 23. Tüketicilerin Eğitim Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları.....	75

Tablo 24. <i>Tüketicilerin Gelir Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları</i>	76
Tablo 25. <i>Tüketicilerin Medeni Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik T- Test Sonuçları</i>	76
Tablo 26. <i>T-Testi H8 Hipotezi Grup İstatistikleri</i>	77
Tablo 27. <i>Tüketici Cinsiyet Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik T- Test Sonuçları</i> ..	77
Tablo 28. <i>Tüketici Yaş Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları</i> ..	78
Tablo 29. <i>Tüketici Eğitim Durumlarının “Çevre Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları</i>	78
Tablo 30. <i>Tüketici Gelir Durumlarının “Çevre Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları</i>	79
Tablo 31. <i>Tüketici Medeni Durumlarının “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik T-Test Sonuçları</i>	79
Tablo 32. <i>T-Testi H13 Hipotezi Grup İstatistikleri</i>	80
Tablo 33. <i>Tüketici Cinsiyetlerinin “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik T-Test Sonuçları</i>	80
Tablo 34. <i>Tüketici Yaşlarının “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları</i>	81
Tablo 35. <i>Korelasyon Analizi</i>	81
Tablo 36. <i>İTU Sertifikası Görülme Çapraz Tablo Analizi</i>	85
Tablo 37. <i>İTU Sertifikası Nerete Görüldüğü Çapraz Tablo Analizi</i>	86
Tablo 38. <i>İTU Ürün Tüketilmesi Çapraz Tablo Analizi</i>	86
Tablo 39. <i>Tarımsal Gıda Ürünlerinin Satın Alınmasın Betimsel Çapraz Tablo Analizi</i>	86
Tablo 40. <i>İTU Ürün Tüketilmesi Betimsel Çapraz Tablo Analizi</i>	88
Tablo 41. <i>İTU Ürün Tüketilmesi ve Tüketimdeki Artış Çapraz Tablo Analizi</i>	90
Tablo 42. <i>İyi Tarım Ürünleri Ödeme İstekliliği Çapraz Tablo Analizi</i>	91
Tablo 43. <i>İyi Tarım Ürünleri Karaman İlinde Yapılması Çapraz Tablo Analizi</i>	93
Tablo 44. <i>Araştırmanın Hipotezleri Durum Tablosu</i>	96

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Araştırmanın problem tespit şeması.	12
Şekil 2. Algısal tepkiler şeması (Özer, 2015, s. 14).	21
Şekil 3. Kavramsal tepkiler (Özer, 2015, s. 16).	21
Şekil 4. İnanç kalıpları ve davranışsal tepkiler (Özer, 2015, s. 17).	22
Şekil 5. Biliş-duygu-davranış modeli (Demirtaş M., 2012, s. 3).	25
Şekil 6. İTU'nın güçlü-zayıf, fırsat-tehdit analiz tablosu (https://www.sbb.gov.tr/).	36
Şekil 7. Bitkisel ürünlerde birincil numune tanımı (https://www. tarimorman. gov. tr).	38
Şekil 8. Pesimist kalıntı örnek rapor (Ekolojikpazar, 2021).	39
Şekil 9. Pesimist kalıntı bulunmadığına dair örnek rapor (Ekolojikpazar, 2021).	40
Şekil 10. CCPR Pestisit kalıntıları komite durum göstergesi http://www. fao. org/fao-who- codexalimentarius/thematic-areas/pesticides/en/).	41
Şekil 11. Pestisitlerin kullanım amaçlarına göre sınıflandırılması (Tiryaki, & Ark. 2010).	42
Şekil 12. Pestisit gruplarına göre dünyada tarım ilacı kullanımı (Tiryaki, & Ark. 2010).	43
Şekil 13. Pestisit gruplarına göre Türkiye'de tarım ilacı kullanımı (Tiryaki, & Ark. 2010). ..	44
Şekil 14. Pestisit gruplarına göre İç Anadolu Bölgesi tarım ilacı kullanımı (https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/tarim-ilaci-pestisit-kullanimi-i-85834).	45
Şekil 15. Tarım ilaç kullanım haritası 2017 yılı (https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr).	46
Şekil 16. Ziraî ilaçların doğadaki davranışları (Tiryaki, & Ark. 2010).	46
Şekil 17. Ziraî ilaçların çevreye etkileri (Tiryaki, & Ark. 2010).	47
Şekil 18. Kimyevi gübre tüketim miktarları (https://www. tuik. gov. tr/).	48
Şekil 19. Karaman ili Karadağ üstten görünüm (Yıldırım, 2014).	52
Şekil 20. Türkiye elma üretim haritası (http://cografyaharita. com , 2021).	55

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
CAC	: CODEX Alimentarius Komisyonu
CCPR	: Pestisit Kalıntıları Kodeks Komitesi
ÇATAK	: Çevre Amaçlı Tarımsal Arazilerin Korunması Programı
DSİ	: Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü
EFSA	: European Food Safety Authority
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği
EPPO	: Avrupa ve Akdeniz Bitki Koruma Örgütü
EUREP	: Euro Retailer Produce Working Group
EUREPGAP	: Euro Good Agricultural Practices
E.V.A.	: Equal Variances Assumed
E.V.N.A.	: Equal Variances Not Assumed
FAO	: Food and Agriculture Organization
FIBL	: Organik Tarım Araştırma Enstitüsü
GAP	: Good Agricultural Practices
GLOBALGAP	: Global Good Agricultural Practices
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
GRASP	: Sosyal Uygulamada Risk Değerlendirme
GMP	: İyi Üretim Uygulamaları
HACCP	: Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları
İTÜ	: İyi Tarım Ürünleri
İTU	: İyi Tarım Uygulamaları
IFOAM	: International Federation of Organic Agriculture Movements
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
ICM	: Integrated Crop Management
IPM	: Integrated Pest Management

JMPR	: Pestisit Kalıntısı Uzmanlar Kurulu
MRL	: Kodeks Maksimum Kalıntı Limitlerini
TDT	: Tüketici Davranışları Tutumları
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü



BİRİNCİ BÖLÜM

Giriş

Genel anlamda giderek ekolojik dengenin bozulması ve bu süreçte tüketilen gıdalar salgın hastalıkları ve kronik rahatsızlıkları tetiklemiştir. Tüketilen gıdaların ve gıdaların üretim şekliinden kaynaklı, insan sağlığına çevreye ve doğadaki diğer yaşam paydaşlarına zararlarının olduğu gün geçtikçe anlaşıldığı bir gerçektir. Tüketilen gıdalarda maliyet avantajını sağlamak adına insan sağlığına olumsuz etkiye sahip kimyasalların fabrika, imalathaneler ve ticari işletmelerin yanı sıra tarımsal alanlarda da kullanımı artmıştır. Geçtiğimiz yüzyılda toplumlar, hızla artan insan nüfusuna buna bağlı olarak besin ihtiyacını karşılayabilmekte zorlanmıştır. Bunun için tarımsal ürünlerin verimliliğini arttırmak amacıyla bazı yöntemler geliştirmişlerdir. Ancak ilerleyen süreçte modern tarım olarak da adlandırılan bu yöntemlerin kazanımlarının yanı sıra doğada ve insan sağlığında büyük bir tahribata yol açtığı anlaşılmıştır. Gıda kaynaklı hastalıklar insan sağlığı açısından ciddi bir tehdit olmakla birlikte ekonomik olarak da ciddi bir yük olmaya başlamıştır.

Zirai üretimde doğa ve toprak kirliliği, tarımsal üretimin kontrolsüzce yapılması ile canlılar için daha tehditkar bir seviyeye ulaşmaktadır. Tüketicilerin satın aldığı gıdalar doğrudan insan sağlığını etkileyen maddelerdir. İnsanlar radyoaktif maddeler yayan teknolojik araçları ya da ürünleri, sağlıklarını tehdit ettiği için daha kolay tepki hatta protesto edebiliyor iken; zararları aniden kolay kolay hissedilmeyen kimyasal katkılı gıda ürünleri, bitkisel ürünleri zararlılara karşı korumak amaçlı kontrolsüzce kullanılan tarımsal ilaçlar ve daha fazla verim elde etmek maksatlı toprağa atılan azot, nitrat gibi kimyasal maddelere yeterli tepkiler verilmemektedir. Bir ihtiyaç olan sağlıklı tarım ürünleri tüketme konusunda tarımdaki kirlenmeye karşı ciddi tepkiler vatandaşlar tarafından maalesef verilmemekte veya az derecede tepki ve protestolar görülmektedir. Çünkü bunlar toplum tarafından hissedilmesi zaman isteyen konulardır (Karakacier, & Karabaş, 2013).

Tüketilen işlenmiş gıda ürünlerinde içerik kısmına öz ürünü oluşturan bileşenler her ne kadar yazılsa da çok dikkat çekmediği ve gıda okur yazarlı yeterli düzeyde olmadığı için tüketicilerin tutum ve davranışlarına fazla etki etmediği düşünülmektedir. Ayrıca tüketilen tarımsal gıda ürünlerinde hangi aşamalardan geçtiği, hangi kimyasal gübreler kullanıldığı ve ne çeşit zirai ilaçlar kullanıldığı yaygın olarak tüketicilere bu konularda bilgilendirilme yapılmamaktadır.

Karakacier ve Karabaş (2013)'a göre son yıllarda özellikle 2000'li yılların gelişile birlikte üretim ve tüketimin yapısal olarak çok değiştiği görülmektedir. Değişimler, insan

davranışlarını ve tüketim kalıplarını da farklı boyutlara sürüklemektedir. Teknoloji, bilgi ve iletişim, rekabeti de sürece dahil ederek güçlü olarak birbirini etkilemekte ve gittikçe güç kazanarak hızlı bir değişime neden olmaktadır. Bu değişimden fazlasıyla etkilenen sadece insanoğlu değil aynı zamanda doğada yaşayan diğer canlıları (hayvanlar, bitkiler, mantarlar vb.) da fazlasıyla etkilemiştir.

Beslenme insanların günümüze kadar en temel ihtiyacı olmuştur. Her ne kadar temel ihtiyaç beslenmek olsa da buna bağlı olarak istekler de etkili olmuştur. Genellikle günümüzde ihtiyaç doğrultusunda beslenmenin yanı sıra istek doğrultusundaki beslenmelerde ciddi sağlık sorunları, çevre problemleri ve doğada yaşayan diğer canlıların varlıklarına önemli derecede sorun oluşturmaktadır. Doğada da bulunan toprak su ve hava gibi doğal sermayelerin tüketilmesi veya kirletilmesi daha da yaygınlaşmıştır. Toprak, hava ve su gibi doğal kaynakların insanoğlunun dışında ortak kullanım hakları olan diğer canlı türlerinin korunmasını sağlamak bütün insanlığın ortak tutum ve davranışı olmasını sağlamak bunun için gerekli bilgilendirme, yasal düzenlemeleri ve denetlemelerin daha etkin hale getirmek gün geçtikçe gerekliliği önem arz etmektedir. Bu kontroller hem insanlık için hem de doğadaki toprak, su ve hava vb. paydaş olduğumuz diğer canlılar için son derece önemlidir. İnsanoğlunun ve diğer paydaşların kazan-kazan ilişkisine göre daha lezzetli, daha sağlıklı daha güzel kokulu ürünler tüketmek ve aynı zamanda bizden sonraki nesillere daha güzel bir doğal hayat teslim etmek daha onurlu bir tutum ve davranış olacaktır.

İyi tarım uygulamalı ürünler ve bu ürünlere yönelik tüketicilerin tutumlarına değinmeden önce bu davranışların günümüze kadar nasıl şekillendiği ayrıca geçmişten günümüze kadar ne gibi tarımsal değişimler olduğuna kısaca bir göz atmakta fayda olacaktır. İnsanlık tarihi ile beraber tarım tarihide şekillenmeye ve nihayet günümüze kadar birçok değişime uğrayarak gelmiştir. Tarım sistemleri her ne kadar teknolojiye bağlı olarak değişse de topraktaki organik ve inorganik maddeler de değişime uğramıştır. Tüm bunların yanı sıra insanlığa hizmet eden ürünlerde de çeşitlilik söz konusu olmuş hatta bir takım değişikliklerde söz konusudur. Bu değişim gerek doğadaki seleksiyonlar gerekse de insanoğlu tarafında tohumların genetiğine müdahale edilerek çeşitlilik artırılmıştır. Bütün bu gelişmelerin ışığında insanoğlunun topraktan yeteri kadar faydalanma şekli, toprağı verimli kullanma metotları tarihten günümüze kadar farklılaşmıştır. Dünya nüfusunun sürekli artması gıdaya duyulan ihtiyacı gıdaya duyulan ihtiyacın ise tarım ve hayvancılığa duyulan ihtiyacı tetiklemiştir. Sürekli yenilik peşinde koşan insanoğlu bu yenilik ile makinalaşmada zirai aletlerin modernizasyonunda, kimya enstitülerin gelişimi ile zirai ilaçların üretilmesinde ve endüstriye bağlı olarak bu sentetik ilaçların seri üretimine geçilmesine neden olmuştur. Aynı zamanda

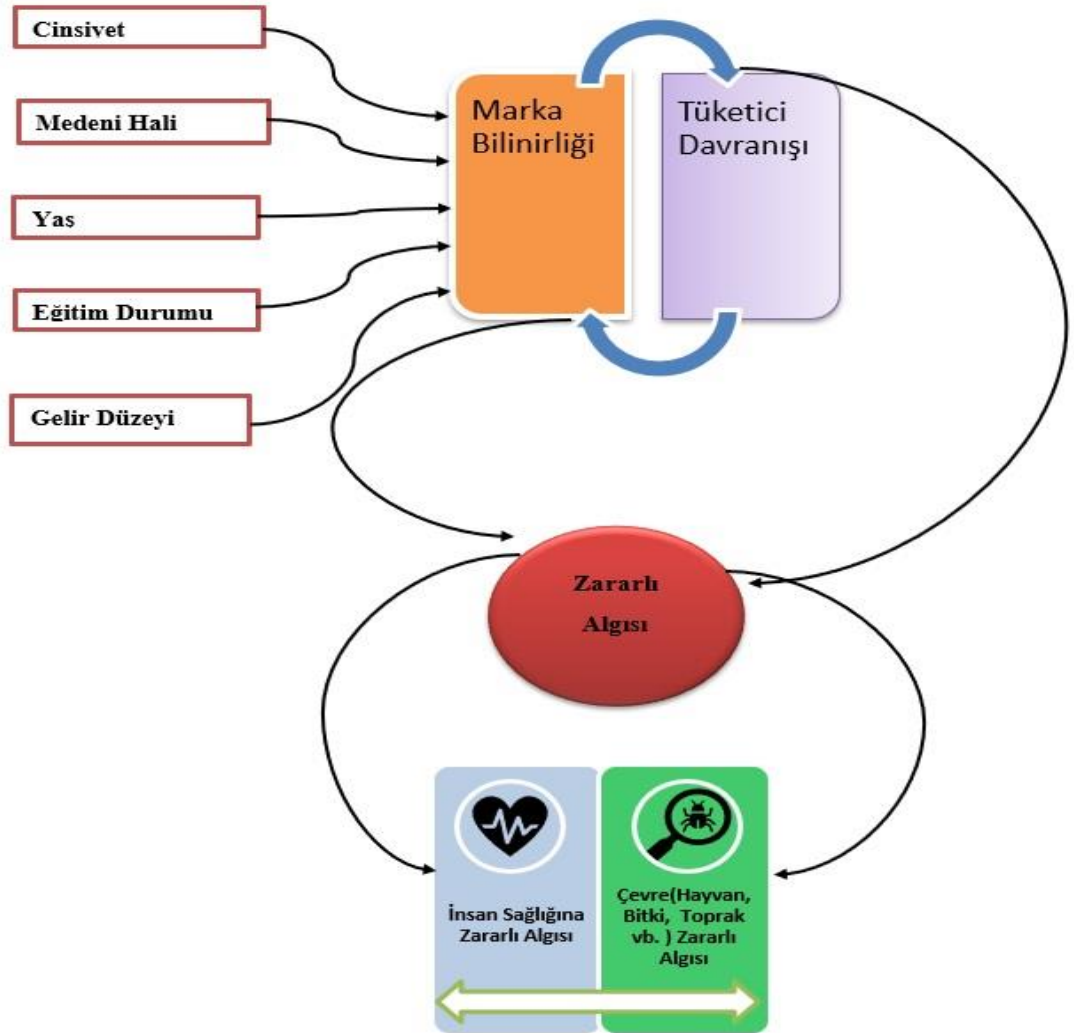
ulaşım, altyapı, pazarlama ve iletişim gibi mecraların yaygınlaşması ile bir zirai ilacın kısa srete tonlarca üretilmesine ve dünyanın en ücra tarım saharına kadar ulaştırılmasına imkan tanınmıştır. Ne var ki bu ileri düzeyde imkan ve kabiliyetler birim alandan daha fazla ürün elde etme istekliliği başta insan sağlığına, doğal hayattaki diğer canlılara ve doğal kaynakları hızla tüketmek, yapılarında değişikliğe sevk etmek ve hatta yok etme tehdidi ile karşı karşıya bırakmıştır.

Tarımsal üretimin gelişimi ise; toplayıcılık, av ve balıkçılık, ilkel ziraat, geçimlik tarım, uzmanlaşmış tarım ve günümüzde konvansiyonel tarım olarak diğer bir deyiş ile yeşil devrim olarak günümüze kadar süregelmiştir. Birim alandan yüksek verim elde etmeye yönelik tarımsal yöntemlerde yaşanan olumsuzluklar, toplumları yeni tarım yöntemleri geliştirmeye yönelmiştir. Tarımsal retim diğer üretimlerden ciddi şekilde ayrılır çünkü tarımsal üretim genel olarak doğa ve çevre koşullarına bağlıdır. İnsanoğlu doğa sermayesine kapital nazardan baktığı sürece hep daha fazlasını talep edecek ve doğa bu arz-talep dengesine bir zaman sonra cevap veremeyeceği için bir takım bozulmalar baş gösterecektir. Ne var ki insanoğlu bu durumu bilmesine rağmen GDO'lu(Genetiği Değiştirilmiş Organizma), hormon katkı maddeleri ve toprağın kimyasal yapısını bozacak sentetik girdiler(kimyasal gübre) ile hem çevrenin hem de tüketici durumundaki bireylerin sağlıklarına hatta yaşamsal varlıklarını tehlikeye atmışlardır. Ne yazık ki tarımsal ürünlerin piyasa kontrolü sınırlı olması, tarımsal ürünlerin kolay bozula bilmesi, tarımsal üretimin kesikli ve mevsimlere bağlı olması, tarıma bağlı gıda ürünlerine kimyasal müdahaleye daha elverişli zemin oluşturmuştur (Doğanay ve Coşkun 2015). Her insanın sağlıklı yaşaya bilmesi ve faaliyetlerini sürdürebilmesi için yeterli ve dengeli gıdaya erişme hakkı olarak tanımlanan gıda güvencesi; gıdaların arz edilmesi, erişilmesi ve kullanımı kavramlarını içermektedir (Dölekoğlu 2003).

Araştırmanın Konusu ve Problemi

Karaman ilinde yaşayan tüketicilerin, iyi tarım uygulamalı ürünleri hakkında yeterince bilgi sahibi olup olmadığı, tükettikleri tarımsal gıda ürünlerin hangi koşullarda tüketiciye ulaştığı ve bu süreçte insan sağlığının yanı sıra doğa, çevre ve toprak gibi kaynakların tarımsal üretim teknikleriyle zarar görüp görmedikleri konusunda, tüketicilerin tutum ve davranışlarını saptamaktır. Bu bilgiler ışığında dünyada ve ülkemizde en çok tercih edilen tarımsal üretim yöntemin konvansiyonel tarımın olması; bu üretim tekniğinden ve politikalarından kaynaklı tarımsal ürünlerde zirai ilaç ve kimyasal girdilerin bulunması doğa ve insan sağlığı için endişe ile karşılanmakta ve bu problem gelecek nesiller için ciddi bir sorun olarak varsayılmaktadır. Tüketicilerin, iyi tarım uygulamalı ürünlere karşı tutum ve davranışlarını demografik değişkenler açısından ele alınması, bu alanda bir çok akademik

çalışma mevcuttur. Bu akademik çalışmaların bir kısmı demografik değişkenlerle iyi tarım uygulamaları ile yetiştirilen ürünlerin satın alma davranışı ve bu ürünlere karşı tutumları bir çok açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Birtakım çalışmalarda da gelir durumu ve eğitim başta olmak üzere demografik değişkenlerle tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünlere karşı tutum ve davranışları arasında anlamlı ilişkiler görülmüştür. Bunun da ötesinde tüketicilerin tarımsal amaçlı kimyasal ilaçların herhangi bir denetimden geçmeden kontrolsüzce kullanılmasının zararlı bir durum olduğu anlaşılmıştır. Yalnız tüketicilerle algılanan “zararlı” olgusunun hangi yönde ve nasıl algılandığı yönünde bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda tüketicilerin demografik değişkenlerine göre “sağlığa” ve “çevreye” zararı incelenmeye çalışılmıştır. Zira tarımsal üretim tekniklerinde ve ilaçlamalarda kullanılan terminoloji “Zararlılar ile Mücadele” olarak isimlendirilmekte ve bu doğrultuda kimyasal ilaçlar kullanılmaktadır. Çevreten kastımız; toprak, su, bitkiler ve hayvanlar gibi diğer yaşam paydaşları olarak değerlendirilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın problem tespit şeması.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada temel olarak, tarımsal gıda ürünleri satın alma davranışı gösteren tüketicilerin iyi tarım ürünlerine yönelik farkındalık ve tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Tüketicilerin çevre bilincine yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın alma davranışı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketici sağlığına yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın alma davranışı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin ürün fiyat algılarının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın alma davranışı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin çevre bilincine yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerin bilinirliği üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketici sağlığına yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerin bilinirliği üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin ürün fiyat algılarının iyi tarım uygulamaları ürünlerin bilinirliği üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin çevre bilincine yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerin imaj algısı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketici sağlığına yönelik farkındalığının iyi tarım uygulamaları ürünlerin imaj algısı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin ürün fiyat algılarının iyi tarım uygulamaları ürünlerin imaj algısı üzerinde etkisi var mıdır?
- Tüketicilerin eğitim durumlarının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın almaya yönelik tutumlarına etkisi nedir?
- Tüketicilerin gelir durumlarının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın almaya yönelik tutumlarına etkisi nedir?
- Tüketicilerin demografik durumlarının çevresel duyarlılık düzeyleri arasında farklılık var mı?
- Tüketicilerin demografik durumlarının iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın almaya yönelik tutumlarına etkisi nedir?

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir:

- H1: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H2: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H3: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H4: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H5: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H6: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H7: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H8: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H9: Tüketicilerin cinsiyetlerinin; “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H10: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H11: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir..
- H12: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; ; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H13: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H14: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H15: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H16: “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” ve “*Satın Alma Davranışı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H17: “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” ve “*İTÜ’nin Bilinirlik Algısı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır..

- H18: “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H19: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “Satın Alma” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H20: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H21: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H22: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “Satın Alma” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H23: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H24: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi

Yapılan bu çalışmada tüketilen tarımsal ürünlerde kullanılan tarımsal ilaçların insan sağlığına ve doğaya bir zararı var/yok şeklinde tüketiciler nasıl bir algıya sahip bunu belirlemektir. Ayrıca ve bu farkındalığın “zarar” kavramında tüketici tepki boyutu ölçmek ve bilinirlik seviyesini ortaya koymaktır.

Sanayi devrimi ile makinalaşmanın artması tarım sektörüne ciddi bir ivme katmış aynı zamanda insan ve hayvan gücü tarımsal faaliyetler kısa sürede sonlandırılmıştır. Bundan dolayı tarıma elverişli arazilere talep de artış olmuş daha ormanlık, kayalık vb. topraklar büyük makinalar yardımı ile tarım arazisine kazandırılmıştır. Buna rağmen artan dünya nüfusu, insanların işlenmiş tarım ürünlerine artan istekleri, gelişen teknolojiye bağlı olarak üretim ve tüketim çeşitliliğini artıran endüstriyel ürün seçenekleri ile tarıma duyulan ihtiyaç da artırmıştır. Gelecekteki protein arzı büyük endişe kaynağıdır, tahminlere göre, dünya nüfusu 2050’de 8,9 milyar ve 2075’ te 9,2 milyar seviyesine ulaşacaktır (Grahl, Strack, Weinrich, & Mörlein, 2018). Bundan dolayı tarımsal faaliyetlerde birim alandan daha fazla ürün alma isteğini beraberinde getirmiştir. Gıda güvenliği, çiftlik ile başlarken tüketici ile son bulmaktadır. Gıda güvenliği, “çiftlikten sofraya” gelene kadar birçok aşamadan geçmektedir. Bu aşamalar; kaliteli ve sağlıklı hammaddeye ulaşım, ürünün üretimi, ürünün işlenmesi, ürünün depolanması, ürünün taşınması, ürünün dağıtım kanalı ve pazara sunulması olarak yedi aşamadan oluşmaktadır. Aynı zamanda bu gıdaların hem fiziksel hem kimyasal hem de biyolojik olarak çeşitli tehlikelerden korunması birçok önlemler alınmaktadır. Gıdaların

korunabilmesi için alınan bazı riskler şu şekildedir: Fiziksel riskler; kesici aletler, çeşitli böcekler, zarar verici metal parçaları, radyoaktife vb. Kimyasal riskler; doğal toksinler, çevresel metaller, bitkilerde bulunan doğal kimyasallar, tarımsal ilaçlar, veterinerlik de kullanılan ilaç kalıntıları, katkı maddeleri vb. Biyolojik riskler; bakteriler, çeşitli virüs ve parazitler şeklinde sıralanmaktadır (Giray, & Soysal 2007).

Bu doğrultuda daha fazla ürün elde etmek için toprağa ve tarımsal ürünlere katılan kimyasal girdiler insan sağlığı ve doğadaki tüm paydaşlarını olumsuz etkilemektedir. Karaman ili merkezinde ve çevresinde yaşayan tüketicilerin bu duruma tepkilerini sınamak aynı zamanda insan sağlığına ve çevreye zararı olmayacak şekilde kontrollü ve bir şekilde kimyasalların kullanıldığı iyi tarım uygulamalı ürünler hakkında tutum ve davranışlarını ölçmektir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan önemli bulgular ve bilgileri üreticilere, tüketicilere, ilgili kamu kurumlarına ve politika yapıcıların kullanımına sunmaktır.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırmada örneklem evrenin standart sapması (α) = 0.05 ve $\pm$ 0.05 örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri kullanılmıştır. Buna göre örneklem 100.000 ila 1000.000 arası nüfusa sahip yerlerde 323 kişi olarak hazırlanan bu hesaplamalar kabul edilmiştir (Yazıcıoğlu, & Erdoğan, 2004, s. 49-50). Yukarıda belirtilen $\pm$ 0.05 örnekleme hataları için 325 tüketici sayısı araştırmamızda yeterli olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda;

- Türkiye’de ve dünyada iyi tarım ürünlerinin gün geçtikçe etkisinin arttığını tüketicilerin: İyi Tarım Uygulama (İTU) ürünlerine yönelik tutumlarının belirlenmesinin amaçlandığı çalışmanın örnekleme, Karaman ili merkez ve ilçelerinde yaşayan ankete katılan 325 tüketiciye uygulanmıştır.
- Araştırmanın bulguları veri toplama araçlarından elde edilen verilerle sınırlıdır.
- Araştırmaya katılan tüketicilerin veri toplama araçlarında yer alan sorulara samimi bir şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.

Terim ve Tanımlar

Algı: Bireyin kendi içerisinde ve çevresinde olup-bitenleri anlık olarak farkına varma ve kazanma sürecidir. Duyu organlarına iç ve dış çevreden gelen duyumlar, işlenip yorumlanarak anlamlı bir bütün oluşturulacak şekilde örgütlenme hali, zihinde analiz ve sentez ile ilişkili hale getirilerek kazanılır duyu ve farkındalık hali (Apaydın, 2016, s. 14).

Arzu: Bireyin bir somut ve/veya soyut hakkında bilinçli ve şiddetli istek halinde olmasıdır (Apaydın, 2016, s. 22). İstek, heves (TDK, 2011, s.161).

Çağrışım: Hafızada kayıtlı bilgilerin hayal gücü ile canlandırılmasıyla ya da çeşitli ihtiyaçların beynin ilgili bölümünü harekete geçirmesiyle oluşan bilgilerin birleştirilmesi, ayrılması ve yeniden yapılandırılmasıyla birlikte yeni bilgi katlarına ulaşması denir (Apaydın, 2016, s. 47). Davranışlar, düşünceler ve kavramlar arasında yer ve zaman birliğinin etkisiyle kurulan bağlantılar sonucu bilinç alanına bunlardan birisi girdiğinde ötekini de bilince çekmesi olayı (TDK, 2011, s. 481).

Çatışma: Psikolojide, birlikte çözülemeyecek iki ya da daha çok güçlü güdünün bir arada çıkmasıdır. Bu, bireyin kendi iç dinamiklerinde olduğu gibi kişilerarası, kişi ve gruplar arası nitelikte olabilir (Apaydın, 2016, s. 47).

Çevre: Canlıların yaşamları boyunca çevre ve insan davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen alandır (Apaydın, 2016, s. 48). Bireyin içerisinde bulunduğu ortam, hayatın gelişmesinde etkili olan doğal, toplumsal ve kültürel dış faktörlerin tümüdür (TDK, 2011, s. 527).

Davranış: Dışarıdan gözlemi yapılabilecek tepkilerin toplamı (TDK, 2011, s. 599). Kelime olarak eyleme yönelme ve gerçekleştirme biçimi ile tepkide bulunma şekli olarak tanımlana bilir. Genel olarak ise, organizmanın uyarılar karşısındaki tepkilerinin hepsine denir. Bireyin gözlenebilen ve gözlenemeyen eylemlerin hepsine davranış denir (Apaydın, 2016, s. 50).

Duyarsızlaştırma: Bilişsel psikolojide bireye rahatsızlık veren duruma karşı bireyde var olan tutumun ve davranışın bir terapi ile bireye iyi göstererek olumsuz tepkinin ortadan kaldırılmasıdır. Genel olarak ise, bireyin kendisine zarar verecek veya tasnif etmediği bir davranışı zamanla tepki vermeden uzaklaşması ve eylemsiz kalma hali (Apaydın, 2016, s. 87).

Duygu: Bireyde iç ya da dış etkiler sonucu oluşan, bilinçli bir katkı veya bilinçli bir katkı olmaksızın ortaya çıkan; hoş giden veya gitmeyen yaşantılar oluşturan içsel bir durumdur (Apaydın, 2016, s. 87).

Eğilim: Doğuştan sahip olunan nitelikler, çevresel faktörlerle ve eğitim yolu ile bireyin kazanmış olduğu bilgi birikimin içgüdüsel tercihlerle seçenekler arasından birine daha yakın olma hali (Apaydın, 2016, s. 91).

Güdü: Bilinçli veya bilinçsiz olarak davranışı doğuran, sürekliliğini sağlayan ve ona yön veren herhangi bir güç (TDK, 2011, s. 996). Genel olarak bir canlının gereksinimini karşılamaya yönelik davranış göstermesidir (Apaydın, 2016, s. 116).

İhtiyaç: Organik bir gereksinimin yarattığı gerilim durumu ile doyurulmamış bir arzunun ve isteğin organizmada oluşturduğu halidir (Apaydın, 2016, s. 131).

İkili Duygu: Birbirine zıt duyguların aynı anda insanın zihninde yer alması; birbirleriyle ilişki halindeki psikolojik algılamaların bireyin yaşamını ve algısına eş zamanlı olarak etkilemesidir (Apaydın, 2016, s. 131).

İstek: Bireyin bilinçli olarak, belli bir amaca ulaşmak için gösterdiği arzu hali ve bir eyleme geçme durumudur. Genel olarak ise mevcut davranış ve imkanlara dayanarak bireyin içinden gelen ruhsal ve bilinçsel arzuların yada fonksiyonların elde etme amacına ulaşmak üzere harekete geçirilmesidir (Apaydın, 2016, s. 136).

Kaçma/Kaçınma: İnsanın uyulması güç olduğu veya istemediği durumlar ile karşılaştığında tercihen ilgili durumdan uzaklaşması, terk etme hali (Apaydın, 2016, s. 140).

Kaygı: Kelime olarak korku, endişe ve merak anlamlarına gelen bu kelime kullanım alanına göre farklı anlamlar içerebilmektedir. Psikolojide ise kaygı bireyde gerginlik meydana getiren olay, olgu, obje vb. gibi durumların normal algılama ölçütlerinin dışında algılanması ve yaşam kalitesini etkileme hali (Apaydın, 2016, s. 142).

Mantığa Bürüme: Bireyin belirli bir davranışını veya tercihini hafifletici mazeretler bularak kendisini rahatlatma ve/veya haklı gösterme şekli (Apaydın, 2016, s. 156).

Sembolik Anlatım: Duygu ve düşünceleri anlatabilmek için kısa, etkili ve kapsayıcı bir şekilde derin manalar taşıyan sembolik anlatım ve çağrışımlardır (Apaydın, 2016, s. 178).

İKİNCİ BÖLÜM

Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Bu bölümde, araştırmanın dayandığı kuramsal çerçeve ve konu ile ilgili araştırmalara yer verilmiştir.

Kuramsal Çerçeve

Tüketici tepki ve davranışları.

Tüketici tepkileri kavramı.

Tüketmek, tüketim ve kullanmak bu kavramlar doğrultusunda tüketici ifadesini açıklamak mümkün olsa da iktisadi olarak mal ve hizmetlerin faydasından ihtiyaç ve isteklerini karşılayan ve sönümlenmeyen bireylerdir şeklinde tanımlamak mümkün olacaktır (Öztürk, 2015, s.5). Ayrıca tüketmek; bireyin ihtiyaç ve isteklerini ikinci veya daha fazla taraflar tarafından karşılanmasıdır. Burada tüketim/tüketmek ifadeleri ihtiyacın ve isteklerin tam olarak ve kısmi olarak giderilmesi şeklinde ifade edilirse buda yanlış olmayacaktır. Davranışçı iktisat açısından bakıldığında ise, birey hangi ihtiyacına öncelik tanıyor ise ona yönelmesi tüketim tercihidir. Bireyin yeme, içme, barınma vb. ihtiyaçlar karşılanmamış iken pahalı bir restoranda yemek yemesi davranışçı iktisat açısından normal olarak algılanacak bir durum olmayabilmektedir. Ayrıca birey temel ihtiyacından kısıyor veya vazgeçiyorsa bu pragmatik(faydacı) bir davranış olarak görülmeyecektir. Zira durum aslında o şekilde gerçekleşmediği durumlarda olabilmektedir. Birey aşırı istek ve haz alması söz konusu ise, bu hazların sönümlenmesi için ihtiyaçlarını ertelemek veya iptal etmek durumunda kalabilir. Temel gıda olarak tanımlanan günlük besinler (protein, karbonhidrat, kalsiyum, mineral vb.), günlük, haftalık hatta aylık olarak karşılanmaz iken birey içerisinde tuz, baharat, şeker vb. bulunduran yarı bağımlılık yapan junk food (abur cubur) gıdalara yönelmesi dahası sigara, alkol vb. gibi tam bağımlılık yapan ürünleri tercih edebileceğide düşünülmelidir. Halbuki iktisadi tabir ile bireylerin kazançları kısıtlı ama istek ve ihtiyaçları sürekli ve giderek artmaktadır. Bu durumda, ihtiyaçlarının karşılanması ile isteklerinin sönümlenmesi arasında bireyin iç dünyasında şiddetli bir çatışma yaşanması kaçınılmazdır. Bireyin kendi kendine düşünmesi diğer ifade ile sessiz konuşması neticesinde sergileyeceği tutum bazen ihtiyaçların karşılanması yönünde bazen de isteklerin susturulması yönünde olmaktadır. Yahut birey kendi kazançlarını aşır gelecekte muhtemelen olan kazanacağı parayı (kredi kartı, vb.) ile

borçlanıp iki durumda gerçekleştirmekten geri durmayacaktır. Payot (2021)'e göre bu zihinsel gezintiler, hem hareketli hem de içi boş hayaller ile kişinin reklam, ambalaj tasarımı (rengi, şekli, çıkardığı ses. vb.), fiyat avantajı gibi müdahalelere maruz bırakıldığında düşünceler gizemli bir mıknaş gibi düşünce ve duyguları bir noktaya çekip bireyin davranışına hükmetmeye başlayacaktır. Dış telkinler ile birey bilinçli bir kuklaya dönüşecektir. Zira birey en son satın alma eyleminde kendisi neden bu ürünü satın aldığını, kendine göre, faydacı bir tercih yaptığını kendisine ve çevresine anlatacaktır. Herhangi bir derinliğe nüfus etmeyen bu yapay düşünce tabakasının altında istekler, geçici düşünceleri kışkırtması ve davranışa dönüşmesi kaçınılmaz olmaktadır. Bu durumda istekler mi? Yoksa geçici düşünceler mi? Hangisi hangi yönde bir birini etkiler ve hangisi daha baskın olur kestirmek güçtür. Yalnız bireyin davranışı anında ikisinin de birbirleri ile yakın ittifak kurduğu bir gerçektir (Payot, 2021, s. 59). Bu durumda bireyin ürün satın alması gerçekleştiğinde istekler sönümlenecektir. Diğer bir ifade ile o andaki satın alma istek ve duyguları yüzeye çıkıp soğuyacaktır. Fakat bu istekler kızgın bir lav gibi hala derinde aktif haldedirler. Küçük bir iç uyaran veya dışarıdan maruz bırakılan bir telkin ile yeniden harekete geçebileceklerdir. Payot (2021)'e göre bu durum aslında bireyin sıklıkla karşılaştığı ve bir çok koşulda bağımlılığı tetikleyen varsayımlardır. Algılarımız ile bireyin satın alma şiddeti, satın alma sıklığı ve satın alma düzeyinin belirlenmesi mümkündür. Kişinin iradesine bağlı düşünce iplikleri birey otomatikleşmiş istek veya istek grupları karşısında fazla direnç göstermesi ya da uzun süre direnmesi çok güçlü bir iradeye mahsustur kaldı ki isteklerin dışarıdan tali(yardımcı) duygular ile beslenmesi durumunda işi oldukça güçleştirmektedir (Payot, 2021, s. 73).

Tepkiler genellikle üç şekilde incelenmektedir: algısal tepkiler, kavramsal tepkiler ve davranışsal tepkiler olacak şekilde incelenir. Bu tepkiler bir olaya bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Çevresel olaylar yani beş duyu organımız ile algıladığımız olaylar duygusal ve fiziksel tepkilerin ilk başmağını oluşturmaktadır (Özer, 2015, s. 5).

Algısal tepkiler bireyden bireye hatta aynı bireyin zamana göre de farklılık gösteren tepkilerdir. Bireyin yetiştirme koşulları, aldığı eğitim, hane halkına düşen gelir miktarı ve çocukluk dönemlerindeki gelişim ortamları farklı olabildiği gibi gün içerisinde bilinçli ve bilinç dışı farklı bilgilere maruz kalabilmektedirler. Tüketici, örneğin market içerisindeki bir ürün rafında kırmızı renkli bir “X” marka cipsi ambalajını görmektedir aslında içindeki gerçek ürünü görmemektedir ve ambalajına göre bireyin kendisine göre bir anlam yüklediği ve satın alma dürtüsü oluşturabilmektedir. Aynı birey aynı “X” cips ürününün ambalajını sokakta herhangi bir yerde veya çöp kutusunda görse aynı satın alma davranışı göstermesi beklenmez çünkü markette onu satın alma davranışına götüren belki de izlediği bir reklam

sayesinde aklından geçen film izleme algısı olabilir iken çöp kovaşında, sokakta içi boş veya dolu olması fark etmeksizin sizin olacak aynı reklam etkisini göstermemektedir.



Şekil 2. Algısal tepkiler şeması (Özer, 2015, s. 14).

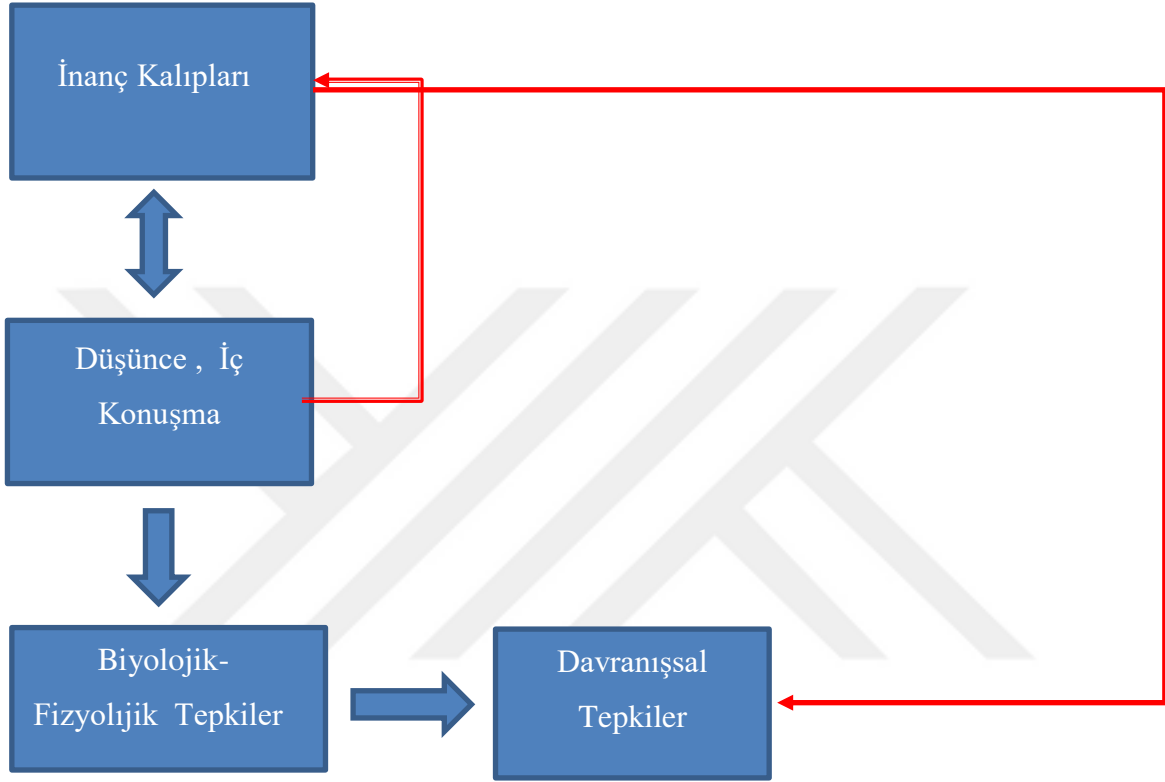
Şekil 2’de anlaşılabacağı üzere, genel olarak tepkilerimiz çevresel uyarı ve olaylar olmadan ortaya çıkmamaktadırlar. Örnek olarak ısırmadan elmanın tadını alamayacağımız gibi dokunmadan da bir şeftalinin yumuşak ve sulu olduğunu algılayamayız algısal işlevler somut veya soyut olarak ikisi de ayrı uyarılmadan ortaya çıkmazlar (Özer, 2015, s. 10).

Özer (2015)’a göre Kavramsal Tepkiler anlık veya sürekli kazanılmış düşünce süreçleridir. Bireyin düşünme işlevinin bir ürünü olarak öğrenmiş veya kazanmış olduğu bu tepkiler kişinin kendisi, başkaları ve çevresi hakkında geliştirdiği anlam, inanç, yorumlama, değerlendirme ve düşünme kalıplarıdır. Örnek olarak tüketicin en iyi leke çıkarıcı “X” markası olduğunu düşünmesi ve bunu ilgili ürün reklamlarında veya ambalajı üzerinde belirtilen kırmızı ve/veya mavi güç toplarından kaynaklandığı inanç kalıbı bireyin zihninde yer edebilmektedir. Aşağıdaki Şekil 3’de görüldüğü üzere kavramsal tepkiler iki grupta incelenmesi mümkündür. İlk olarak belirli bir olaya karşı yerleşmiş inanç, yorum ve değerlendirme kalıpları ve belirli bir olayda yüz yüze kalındığında ortaya çıkan düşünceler ve iç konuşmalardır. Örnek olarak tüketici semt/köy pazarında, markette veya manavda bir elmanın içerisinde kurt veya böcek çıkmış hatta görmüş ise aklından şöyle bir düşünce geçmiş ise “genelde organik ürünlerde ilaçlama yapılmadığı için kurt, böcek gibi canlıların çıkması normaldir” bu yorumlama ve değerlendirme kalıpları oluşmuştur ve tüketici buna göre tutum sergilemektedir. İkinci olarak kavramsal tepki ise biyo-fizyolojik tepkilerdir, yukarıdaki örnek üzerinden gidecek olsak tüketici elma üzerindeki canlıyı gördükten sonra elmayı almak için yaklaştığında aynı elma kurtları diğer elmalar üzerinde de görmüş ise yutkunma veya tikslenme gerçekleşebilmektedir ve satın almaktan vazgeçmesi beklenir bu durumda biyo-fizyolojik tepkime söz konusu olmuştur.



Şekil 3. Kavramsal tepkiler (Özer, 2015, s. 16).

Davranışsal tepkiler, algı sürecinde en belirgin ve somut tepkiler davranışsal tepkilerdir. Davranışsal tepkiler kaçma veya yaklaşma eğiliminde yada kaçma / yaklaşma davranışlara eşit mesafede nötr (tepkisizlik) eğilimlerini göstermektedir. Davranışsal tepkiler bir bölümü doğuştan gelen bir özellik iken bir kısmı da öğrenmeye bağlıdır (Özer, 2015, s. 16). Acıkınca yemek için çaba sarf etmek doğuştan gelen bir davranışsal tepki iken araç kullanırken trafikte küfür etmek tamamen sonradan öğrenilmiş bir davranışsal tepkidir.



Şekil 4. İnanç kalıpları ve davranışsal tepkiler (Özer, 2015, s. 17).

Şekil 4’de anlaşıldığı gibi davranış ve tutumlar kendi başına bir varlığı olmayan sürece bağlı olarak ortaya çıkan olgulardır. Düşünce de bir tür konuşma (sessiz konuşmadır) bireylerin ürünleri tercih ederken sessiz konuşma gerçekleştirmekte ve buna göre tutum sergilemektedirler.

Organizmalarda olumlu yada haz veren bir tepkiyi bu durumla bağdaştırarak tekrarlama yada terk etmektedir. Yediği bir şey ile haz yaşayan organizma bu davranışı tekrarlama eğilimde iken haz almama durumunda ise tersi davranış sergilemektedir (Türkçapar, 2019). Tüketiciler sağlıklı olan ürünleri tercih ettiğini düşünseler de sistematik duyarsızlaştırma ile kişilerin korktuğu veya kaçındığı uyarılarla aşamalı bir şekilde karşılaştırılarak bu uyarının oluşturduğu olumsuz etkinin köreltilmesidir (Türkçapar, 2019). Dolayısı ile tüketicilerin ürün tercihlerinde bazı kimyasal katkılar ile insan ve çevre sağlığına

dorudan yada dolaylı zarar veren ilaçların kullanıldığı tarım ürünlerine bakış açısı normalleşmektedir.

Tüketici davranışları kavramı.

İnsan davranışları belirli değişkenlere bağlı olarak şekillenmektedir. Bu değişkenler inanç, beklenti, bilişsel stratejiler ve hayal kurma yetenekleridir. Kişi yetiştirme tarzına bağlı olarak bu değişkenler baskın bir davranış sergiletirler. Sosyo-kognitif (sosyal çevreye öğrenme) farklılıklar çok zor değişse de bazen hızlı değişikliklerde çevreye bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin çocukluğunda sürekli patates kızartmasını yemeyi isteyen bir kişi büyüdükten sonra patates kızartması yeme istekliliği azalmış olabilir ve onun yerine farklı yemekleri daha öncelikli hale getirebilmektedir. Tüketicinin bu davranışı zamana ve sosyo-kognitif duruma göre değişiklik gösterebilmektedir. Dolayısı ile tüketici davranışındaki kasıt, bir ürünü tercih etmesi ve satın alma sürecindeki kararlardır şeklinde ifade edebiliriz (Öztürk, 2015, s.7).

İnsan davranışlarını etkileyen bir diğer hususta olaylardır. Bunlar belirli başlı olarak çevresel olaylar, insanın yaşadığı sosyal olaylar ve kendi iç dünyasında yaşadığı içsel olaylardır. Olay örgüleri duygusal gerilimin ve insan davranışlarının ilk basamağı olmaktadır. Bireylerin tecrübe ettiği olaylar ürün tercihi açısından değişkenlik gösterebilir (Özer, 2015, s. 4). Tüketicilerin satın aldığı paketlenmiş gıda ürünleri, işlenmiş ürünler ve tarım ürünlerinde ürün içerisine katılmış kimyasal maddeler, ürünleri korumak için üzerine atılmış kimyasal ilaçlar ve birim alandan daha fazla verim elde etmek için toprağa hatta bitki kök ve yapraklarına atılmış zirai ilaçlar bireylerin satın alma davranışını etkilediği düşünülmektedir.

Gıda güvenliği; her ne kadar tüketici özgür iradesi ile tercih etse de bu tüketici ve üretici arasına bırakılmayacak kadar ciddi bir sorundur. Devlet yöneticileri, gıda üreticileri, bayiler, marketler ve son kullanıcılar arasında pay edilmiş ortak bir sorumluluktur.

Tüketici tutum ve davranışları; kişinin aldığı haz ile aynı davranışı sergileyip sergilemediğidir. Psikanalizine göre doyurulamayan dürtülerin yarattığı gerilim aslında sonraki tutum ve davranışın da habercisi olabilir. Tüketicinin tercihinin sunulan nesnel bir ürünün bireyin aç, bastırılmış ve engellenmiş bir bilinçaltı davranışına verdiği anlamdır. Bu durumdaki nesne ilişkisi ile kendi iç dünyasında ilişkisel bir anlam bulunmaktadır.

Tüketici algı ve tutumları.

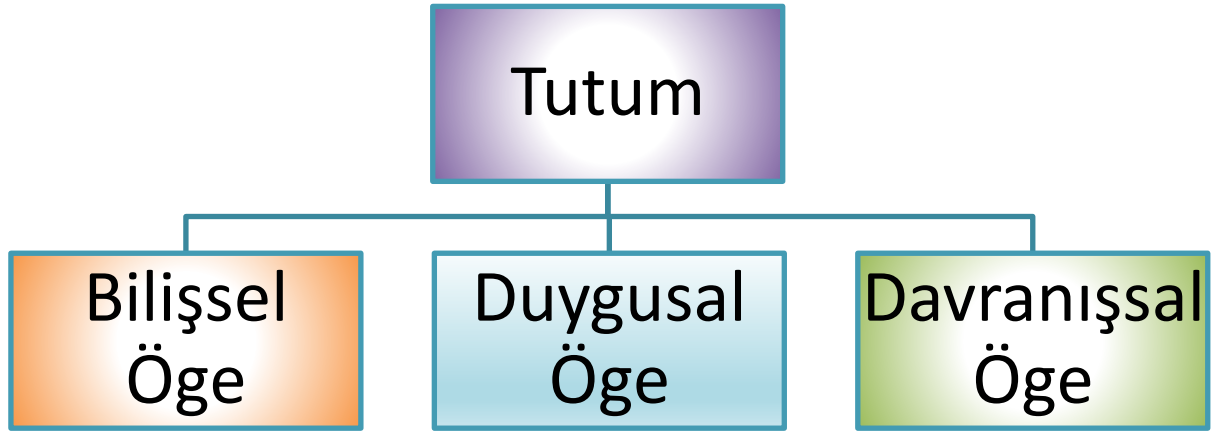
Her bir algı ve tutumun öncesinde “olay” örgüsü vardır ve sonucunda mutlu veya mutsuz şeklinde iki ucu vardır. Birey iki uç arasında bir yerde bulunmaktadır bu konum mutlu

tarafa yakın ise tekrarlanan davranış mutsuz tarafa yakın ise davranıştan vazgeçme yahut azalış söz konusudur (Türkçapar, 2019).

Tutum; bir bireyin başka bir bireye veya bir gruba hatta tüm canlı ve cansız varlıklara karşı genel olarak düşünceleridir şeklinde tanımlana bilinir. Kısaca bireyin doğadaki tüm varlıklara karşı olumlu ya da olumsuz tepkileridir (Demirtaş M., 2012, s. 1). Aynı zamanda tutum somut bir varlığa karşı olduğu gibi soyut bir kavrama karşıda oluşabilmektedir örneğin; tarımsal ürünlere zirai ilaçların kullanılması insan sağlığına zararlı olduğu düşüncesi soyut olarak hakim iken aynı ürünleri ekonomik veya farklı gerekçeler ile satın alma/almasını somut olarak örnek gösterebiliriz.

Demirtaş M. (2012)'a göre tutum kavramı çok farklı disiplinleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği için "tutum" kavramı çok önem arz etmektedir. Genel olarak bakıldığında siyasetten pazarlamaya, psikolojiden iletişim bilimine, sosyolojiden eğitim alanına kadar bir çok disiplinde önemli bir yere sahiptir.

Tutum üç boyuttan oluşmaktadır bunlar Şekil 5'de görüldüğü üzere "bilişsel öge", "duygusal öge", "davranışsal öge" şeklinde isimlendirilir bunlara üçlü model de denmektedir. (Demirtaş M., 2012, s. 2). Bireyin tutumu nesneye veya ilgili ürüne karşı ne düşündüğü, ne hissettiği ve nasıl davrandığına bakılıp anlaşılmaktadır. Kısaca tutum bireyin ilgili nesnelere veya objelere düşüncelerinin, hislerinin ve davranışsal eğilimlerinin toplamı diyebiliriz (Sakallı, 2016, s. 108). Yukarıda bahsedilen üç boyuttan örnekler ile bahsedilecek olursa bilişsel boyut tutum nesnesi hakkında düşünce ve inançlar örneğin, sigara içmenin bireyin kendisine ve çevresine zararlı olduğunu düşünmek sigaraya karşı bireyin bilişsel boyuta örnek olarak gösterile bilinir. Duygusal boyut, tutum nesnesiyle ilgili duygular ise aynı örnekten yola çıkarsak bireyin sigara içenlerden ve satış yapan kişi veya şirketlerden hiç haz almaması hatta okul çıkışlarına yakın satış yapan işletmelerden nefret etmesi olarak düşünüle bilinir. Davranışsal öge tutum nesnesine yönelik davranışsal eğilim ve eylemler, örnek ise yukarıdaki örneklerin devamı olarak sigara içenleri uyarması hatta okul çağındaki çocuklara satış yapan kimse veya işletmeleri polise şikayet etmesi olarak tanımlana bilinir.



Şekil 5. Biliş-duygu-davranış modeli (Demirtaş M., 2012, s. 3).

Tutumlar bir çok özelliği barındırmakla birlikte genel olarak sonradan kazanmak ve öğrenilmektedir. Küçük yaşlardan bireyin ölümüne kadar çevreden, anne-babadan, öğretmenlerinden, çalıştığı kurum ve kurullardan, kitaplardan, çeşitli yayın kuruluşlarından ve akranlarından çeşitli tutum ve davranışlar kazanılmaktadır. Bunlar taklit etme, ödüllendirme, cezalandırma ve bir takım koşullandırmalar ile bir çok tutum nesnesine ilişkin öğrenim gerçekleştirilir (İslamoğlu, & Altunışık, 2008, s. 135).

Tutumlar gibi davranışları tetikleyen benzeri kavram güdülere göre daha kalıcı ve değişmesi zordur fakat her ne kadar zor ve uzun zaman alsa da değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin bağımlılık yapan maddelere karşı daha agresif bir tutum sergilenmesi ve zamanla bağımlılıktan kurtulması gibi düşünülmüne bilinir.

Demirtaş M. (2012)'a göre tutumların oluşturduğu bilişsel, duygusal ve davranışsal ögeler birbirleri ile uyumlu olduğu gibi uyumsuz olduğu zamanlar da mevcuttur. Örnek vermek gerekir ise limon meyvesinde c vitamini olduğu ve soğuk algınlığı hastalıklarına karşı faydalı olduğu bilişsel olarak biliniyor ise özellikle kış aylarında diğer meyvelere göre sürekli evinde bulundurması ve hastalanınca limon tüketmeye başlaması davranışsal olarak bütün ögeler uyumluluk gösterebilir iken uyumsuz olma haline örnek olarak içinde kimyasal katkı maddeleri bulunan hazır gıda ürünlerini tüketmek kısa veya uzun vadede sağlığa zararlı olduğu biliniyor ise fakat ilgili ürünleri tüketmekten haz aldığı için satın alma davranışı sergiliyor ise birey bu durumda duygusal öge ile davranışsal öge birbirleri ile uyumlu bilişsel öge ile uyumsuzluk halinde olduğunu görebiliriz.

Tüketici tutum ve davranışları; Kişinin aldığı haz ile aynı davranışı sergileyip sergilemediğidir. Freud'un psikanalizine göre doyurulamayan dürtülerin yarattığı gerilim aslında sonraki tutum ve davranışın da habercisi olabileceği gibi tüketicinin tercihi sunulan nesnel bir ürünün bireyin aç, bastırılmış ve engellenmiş bir bilinçaltı davranışına verdiği

anlamdır. Bu durumdaki nesne ilişkisi ile kendi iç dünyasında ilişkisel bir anlam bulunmaktadır. Davranış ve tutumlar kendi başına bir varlığı olmayan sürece bağlı olarak ortaya çıkan olgulardır. Düşünce de bir tür konuşma (sessiz konuşmadır) bireylerin ürünleri tercih ederken sessiz konuşma gerçekleştirmekte ve buna göre tutum sergilemektedirler. Organizmalarda olumlu yada haz veren bir tepkiyi bu durumla bağdaştırarak tekrarlama yada terk etmektedir. Buna bağlı olarak yediği veya satın aldığı bir şey ile haz yaşayan organizma bu davranışı tekrarlama eğilimde iken haz almama durumunda ise tersi davranış sergilemektedir (Türkçapar, 2019). Her bir tutumun ve davranışın mutlu ve mutsuz şeklinde iki ucu vardır. Birey iki uç arasında bir yerde bulunmaktadır ki bu konum mutlu tarafa yakın ise tekrarlanan davranış mutsuz tarafa yakın ise davranıştan vazgeçme yahut azalış söz konusudur. Tüketiciler özellikle ihtiyaçlardan ziyade istek ve arzuları doğrultusunda tercih yaptıklarında kendilerini iyi hissederler fakat iyi hissetmek iyileşmeyi sabote edeceği için kendisine daha sağlıklı bir ürünü daha ucuz ve kaliteli olarak elde etmesinin de önüne geçmektedir. Tüketiciler sağlıklı olan ürünleri tercih ettiğini düşünseler de sistematik duyarsızlaştırma ile kişilerin korktuğu veya kaçındığı uyaranlarla aşamalı bir şekilde karşılaştırılarak bu uyarının oluşturduğu olumsuz etkinin köreltilmesine maruz kalmışlardır (Türkçapar, 2019). Dolayısı ile tüketicilerin ürün tercihlerinden önce reklam, fiyat vb. etkenlerden kaynaklı bazı kimyasal katkılara veya insan sağlığına doğrudan yada dolaylı zarar veren ilaçların kullanıldığı tarım ürünlerine bakış açısı normalleşmektedir.

Bu durumda tutumların değişmesi her ne kadar zor olsa da bilişsel boyuta müdahale, duygusal ve davranışsal boyuta müdahale söz konusudur. Zira bilişsel boyuta müdahale bireyin ilgili ürünlere karşı tutumu reklamlar, kamu spotları ve çevresindeki insanlardan etkilenecek olumlu veya olumsuz olarak değişim gösterebilmektedir. Duygusal boyut olarak ise, olumlu ve olumsuz tutumların temelinde bilinçaltındaki yani bireyin farkında olmadığı bilgi ve duygular yatar ayrıca birey tutum nesnesi ile çatışma veya uzlaşma yaşar (Özer, 2015, s. 42). Örnek olarak iğneden korkan bir kişinin “iğne çok yan yakıcı bir şeydir” kavramsal tepkisine eğilmekten ise bireyin bilinç altına Freud’un yaklaşımına göre iğneden korkan bireyin annesi ve/veya babası ile olan ilişkilerini araştırır yani görünen ve iğneye değil onun çocukluk dönemine eğilmektedir zira iğne sadece tetikleyen bir objedir (Özer, 2015, s. 43). Davranışsal boyuta müdahale ise, davranışsal tepkiler duyguların en iyi yansımalarıdır. Bireyin davranışına müdahale ile bireye yeni ve daha sağlıklı davranışlar kazandırılması mümkün olabilmektedir. Davranışçı yaklaşıma göre tutumlar çevresel olayların bir sonucu olup bireyin çevresi değişirse tutum ve davranışı da değişmesi mümkündür fakat bireyin yaşı, gelir durumu, eğitim durumu gibi demografik özelliklerine tutumun davranışsal boyutuna müdahalede etkinlik arz etmektedir (Özer, 2015, s. 40).

Tüketicinin gıda ürünleri tercihinde zararlı ve zararsız ayırt etmesi.

Yiyecek seçiminin ana belirleyicisi açlıktır, ancak yemeyi seçtiğimiz şey sadece fizyolojik veya beslenme ihtiyaçları tarafından belirlenmez. Tüketicilerin cinsiyeti, yaşı ve eğitim düzeyi ile birlikte algı, duygusal motivasyonlar ve sağlıklı beslenme ile ilgili bilgi kaynaklarının seçimi de dikkate alınmalıdır. Besin tercihi ruh halimize direk etki ettiği için, gıdaya bağlı duygular çok önem arz etmektedir.

Bir davranış ne kadar çabuk ödüllendirilirse davranışlar o kadar sağlam olarak benimsenmektedir. Örneğin yeme davranışının neye göre belirlendiğini açıklayan; Skinner bunu açlık kalma düzeyine göre yani yiyecekten yoksun kalma süresi ile açıklamaktadır (Bjork, 1997). Oysa açlık ifade etmeyen daha çok hedonik tüketim sağlayan yeme davranışları süreten ziyade onu tetikleyen bilinçaltı davranışları ile açıklanabilmekte olup ölçemeyeceğimiz öznel bir davranıştır. Günümüz tüketicisi bireysel haz arayışı içerisine girmiştir. Tüketiciler satın aldıkları üründen fayda sağlanmasının yanı sıra o ürüne sahip olduğu için alacağı haz duygusunu ve kullanım sonrası sosyal prestije ulaşmak maksadıyla duygusal bir satın alma davranışı gerçekleştirmektedirler (Güven, 2009).

Tüketiciler ihtiyaçlardan ziyade istekleri doğrultusunda tercih yaptıklarında kendilerini iyi hissederler fakat iyi hissetmek iyileşmeyi sabote edeceği için kendisine daha sağlıklı bir ürünü daha ucuz ve kaliteli olarak elde etmesinin de önüne geçmektedir. Bireyler yaşamının büyük bölümü tüketme ve bu tüketeceği mal/hizmet satın alma eylemi ile geçirmektedir.

Beyin, satın alma dürtüsünde karşı koyulmaz bir istek ve arzu içerisinde mücadele eder. Bu mücadelede esnasında neyin zararlı veya zararsız neyin faydalı veya faydasız olup olmadığını anlayamaz dürtüsel olarak madde veya sanal alıştırıcılar sürekli düşüncesinde yer edinir. Birey kendisine gelen istek ve dürtüyü zihninde sürekli bir döngü olarak oynatır. Bu durumda sanal alıştırıcı veya çağrıştırıcılar beynin ilgili yapısını ve işleyiş tarzını değiştirmeye başlar (Tarhan, & Nurmedov, 2017, s. 20). Beyin de bu tip davranışlar uzun süreli hale gelirse zararlı davranışlara neden olabilir, çünkü beyindeki ödül ihtiyacı bireyin davranışlarını etkilerken beklentilerde bireyin ödül ihtiyacı üzerinde etkili olmaktadır. Birey satın alma davranışı sergiler iken ihtiyaçları doğrultusunda harekete geçer fakat istekler ve alışveriş esnasındaki ürün seçeneklerinin bolluğu, ödeme araçlarının fazlalığı ve ödeme sürelerinin ileri tarihlere göre de yapıla bilmesi hatta bireyin içerisinde bulunduğu stres ve baskı ihtiyaçtan daha fazla alma ve haz edinebileceği ürünlerden yana tercihinin ardışık olarak kullanmasıdır. İstek konusunda beyindeki ödül devresi yeni hedonik arayışlarını sürdürmektedir. Sanayileşmenin getirmiş olduğu bir çok kolaylık ve yeniliğin yanı sıra insanlar daha fazla iş stresine girmiş ve kendilerine yeni ödül varyasyonları belirlemişlerdir.

Endüstrideki bu gelişmeler “yeni” çok değiştirmiş ve geliştirmiştir. Mesela bundan yüzyıl önce kahve içmek isteyen bir kişinin içebileceği kahve seçenekleri çok belirgin iken şimdi bir çok kahve ve türevlerinden bahsetmek mümkündür. Stres durumundaki beyin ödül devresini çalıştırıp tüketmiş olduğu kahve sayesinde haz alması beklenir fakat, eldeki parasal imkan veya zamanın sınırlı olmasından kaynaklı tercihte sıkıntı yaşayan birey, ürün tüketirken veya tüketim esnasında aklı diğer seçeneklerde takılı kalmış ise bir içsel sorgu ve pişmanlık duyumuna maruz kalabilmektedir. Bundan kaynaklı ödül sistemi tekrar devreye girip yeni bir ödül arayışına girmesi söz konusu olabilir. Yukarıdaki örnekteki gibi aynı olaylar market içerisindeki ürün raflarında da geçerliliğini sürdürür. Bu şekilde beyindeki ödül ve ceza sistemi kararsız çalışmaya başlıyor (Tarhan, & Nurmedov, 2017, s. 21). İnsan beynindeki ödül devresi “Limbik Sistem” haz alma becerilerini düzenleyen, kontrol eden ve bir dizi yapıyı bir birine bağlayan sistemlerdir. Örnek olarak, yemek yemek gibi doymak ve zevk alabileceği aksiyonlara yönlendirmek ve tekrarlı olmasını sağlayan önemli bir sistemdir. Bu bilgiler doğrultusunda tüketici bireyin doğasında iyi hissetmek, mutlu olma istekliliği için doğal olarak sürekli ödül arayışındadır. Birey bilinç altında veya bilinçli olarak hatırlatıcı veya sanal çağrıştırıcılar ile ödül ve ceza sistemi çökmesi ile beraber her zamankinden daha fazla, her çeşitten ve yeni olan ne varsa şeklinde fazla istekler ile limbik sistemdeki dopamin kararsız çalışmaya başlar (Tarhan, & Nurmedov, 2017, s. 22).

Dopamin; merkezi sinir sisteminin hormon düzenlenmesinde önemli bir rol oynayan kimyasaldır. Örneğin depresyonda olan bir kişinin dopamin salgılamasında azalmalar görülür. Normal şartlarda beyin sabit seviyede dopamin üretir ve dopamin alıcıları(reseptörler) sadece bir bölümü devreye girer fakat birey bir mağazaya yada markete gittiğinde bu sanal mağazalar içinde geçerli çağrıştırıcılar ve sanal alıştırıcılar sayesinde beyin dopamin üretimini bir kısımdan daha büyük bir kısma çıkartır. Bu doğrultuda bireyde dışa doğru farklı olma, onay görme herkes tarafında sevilme vb. duygular öne çıkarken iç tarafta ise daha fazla haz alma, yeniliği arama arzusu vb. duygular ile düş kurmaya gerek ardışık bağlantı gerekse bir birinden bağımsız birey hayal kurmaya başlar. Bununla beraber tüketicinin günümüzde ürün çeşitliliği ve ödeme kolaylıkları sayesinde beyin şimdiki yani gerçek olan durum ile hayalini kurduğu durum arasında sanal gerçekliği ayırt edemedi sıkışıp kalır. Bu vaziyette beyin hayalini kurduğu duruma adapte olması için daha fazla dopamin salgılamaya başlar ve ödül sistemi daha fazla haz almaktan kaynaklı sabote edilmeye başlar ayrıca arzuları için ihtiyaç dışı satın alma sıklığı da artmaktadır. Bireyin istek odaklı ürünlerde özellikle reklam vb. uyarıcılardan kaynaklı ilgili ürünü satın alınca kendisini çok iyi hissedeceğini ve mutlu olacağını düşünür fakat beyin burada yanıltılır ve sabote edilmiş olur. Bireyin satın aldığı ürün ile bahsi geçen ürün/ürünleri tükettince zihinde algıladığı gibi bir durum olmamıştır. Böylece birey daha fazla

haz almak için dopamin üretimini artırdığı ve gerekli karşılığı bulamadığı için üstelik ihtiyacı olan bir tutarı o ürünlere ödediği için pişmanlık vb. gibi zihinde geri bildirimler başlamıştır. Artık beyin aynı önceki etkiyi yakalamak için dopamin miktarını artırır ve tolerans gerilimi fazlalaşır bu durumda birey eskisinden daha da çok ve dikkatsizce ürün satın almaya başlar. Bu durumda satın aldığı ürünlerde kimyasal katkı maddelerine, zirai ilaçlara ve kanserojen maddelerin olup olmadığına dahi bakmamaya başlar. Satın alma dürtüsünü aslında gizli mutsuzluğunu bu şekilde idare etmeye çalışır bunun için satın alınan ürünlerin kalitesiz olup olamayışına hatta gelecekte kazanması muhtemel olan parasını dahi o anda harcamaktan çekinmemeye başlar hatta kendi sağlığının yanı sıra çevresini, doğayı, toprağı ve diğer canlıların yapısını da tehlikeye atmaya başlar. Belirli bir süre sonra birey mutlu olmak için değil kendisini normal hissetmek için satın alma davranışı sergiler (Tarhan, & Nurmedov, 2017, ss. 23-25).

Tüketici satın alma istekliliklerini arttıran unsurlar.

Beyinde dopamin sayısı arttıkça kişinin haz alma oranında arttığı bununla ilgili beyin görüntüleme yöntemi ile beyinde bir takım çekimler yapıldığı çekim esnasında deneklerin zevk duygusunu öğrenerek hangi nedenlerden kaynaklı arttığı bilgisine ulaşmıştır. Örneğin buzun viski bardağında çıkarmış olduğu ses içme arzusunu artıran çağrışımlardan olduğunu buna bağlı olarak beyinde dopamin miktarında artış olduğunu ileri sürmüşlerdir (Tarhan, & Nurmedov, 2017, ss. 27-29). Benzeri bir şekilde dondurma veya cips satın alan bireyin ürün satın alma anında veya aldıktan sonra çıkarmış olduğu ses buna örnek olarak gösterilebilir. Araştırmalar sonucunda yoğun stresli veya üzgün olduğunda birey dopamin alıcılarını kaybetmeye bağlı olarak daha çok satın alma davranışı sergilediği gibi dopamin reseptörlerinde azalma olduğunda da sürekli yemek yeme istekliliği arasında neden-sonuç ilişkisi olduğunu düşünmek mümkündür. Doğada birçok canlıda olduğu gibi insanoğlu da kendi ilacını arama davranışı(selfmedikasyon) bireyin gizli depresyonunda azalan dopamin kimyasallarının artırılmasının kolay yolu olarak anlık haz almaya yönelmesi bu yönelmenin karşısında ise kafein, tuz ve baharatlı gıdaları yeme arzusu hatta keyif verici maddeleri tüketme alışkanlığına yönelmesinde beyinin ödül mekanizması ile ilgili satın alma istekliliğini artıran unsurlardır (Tarhan, & Nurmedov, 2017, ss. 27-29). Ayrıca satın alma isteği ihtiyaçtan mı, yoksa istek şeklinde mi ortaya çıkıyor bilinmemektedir. Burada ciddi bir karmaşa söz konusudur. Satın alma istekliliği nereden gelirse gelsin dış kaynaklı tüm dürtüler bireyleri tepki vermeye itme etkisine sahiptir burada bireyin nasıl ve ne şekilde motive olduğu önemlidir. Zira bireyin istekliliği baskın olsa bunun için kas sisteminin harekete geçmesi ve hareket içinde enerji ihtiyacı doğacaktır. İstek olsa da ihtiyaç olmadan fazla bir hüküm

sürmesi beklenemez. Şayet akılda arzuya suç ortaklığı ediyor ise az ihtiyaç ile birçok istek ve arzuların peşinden koşmaktan birey kendisini kurtaramayacaktır (Payot, 2021, s. 79).

İyi tarım uygulamaları.

İyi tarım uygulamaları kavramı.

İyi tarım uygulamalarını, tarımsal üretimin planlanması, geliştirilmesi, pazarlanması, tüm faaliyetlerin kayıt altına alınması kontrollü bir şekilde gıda tedarik zinciri içerisinde ürünlerin son kullanıcılara kadar ulaştırılması ile ilgili tüm iş akışları planlanmıştır. Bütün bunlar yapılırken çevreye duyarlı, hijyen standartlarını sağlayan, ürün-kayıt sistemi olan ve tüm dünyada yaygın olarak kabul edilen tarım biçimi şeklinde ifade edebiliriz (İçel, 2007).

İyi tarım, doğada yanlış uygulamalar sonucu bozulan ve kaybolan tabii dengeyi yeniden tesis etmeye yönelik insana ve çevreye dost üretim sistemleridir. Bu bozulmaya yol açan sentetik tarım ilaçları, hormonlar ve yapay kimyasal gübrelerin sınırlandırılmasını ve denetlenmesini ön görür. Bu ilaçların yerine hayvan gübresi, yeşil gübreler ve bütün atık organik kompostların kullanılmasını hedefleyen bunun yanı sıra sertifikalandırılan üretim sistemleridir (Er, & Başalma, 2013, s. 12).

Dünya nüfusunun sürekli artması buna bağlı olarak gıdaya duyulan ihtiyacı artırmıştır. Arz talep dengesine göre birim alandan daha fazla verim elde etmek için makinalaşmayı ve teknolojiyi üst düzeyde kullanmaya başlamıştır. Tarımsal yenilik, yeşil devrim adı altında bilinirlik kazanan bu tarım hamleleri kısa sürede konvansiyonel tarım olarak üreticilerin bilinçsiz ve kontrolsüz bir şekilde kimyasal ilaçlamalar yapmasına neden olmuştur. Buna bağlı olarak topraktaki organik ve inorganik maddelerde değişimler olmuştur. Bulunduğu çevreye ki yaşayan canlılar yani ekolojik çevre insanların fazlaca ve kontrolsüzce doğaya müdahale etmelerine daha fazla tahammül edemeyeceği anlaşılmış ve bir takım terslikler oluşmaya başlamıştır. Ayrıca fazla kimyasal kullanımı toprak yapısını, çevre düzenini bozduğu kadar ilgili ürünleri tüketen bireyler içinde ciddi sağlık tehditleri oluşturmuştur. FAO (Food and Agriculture Organization) tarafından bu uygulama “tarımsal üretim sisteminin sosyal açıdan yaşanabilir, ekonomik açıdan karlı ve verimli, insan sağlığını koruyan, hayvan sağlık ve refahı ile çevreye önem veren bir hale getirmek için uygulanması gereken işlemler” şeklinde açıklanmıştır (FAO, 2021).

Ürünlerdeki kimyasal kalıntılar (pesimist) zararlı etkilerini kısa sürede göstereceği gibi uzun vadede daha ciddi sorunların habercisi olabilmektedir. Teknoloji ile beraber gelişen tarımsal ilaçların fazlalığı yalnız üretim miktarı ile değerlendirilmemesi gerektiği biyolojik çeşitlilik ve hayvan sağlığı ile de değerlendirilmesi gerekmektedir. Doğadaki yaşayan diğer

canlılardan insanlara geçen bulaşıcı ve salgın hastalıkların ayrıca önem arz ettiği de gözden kaçmamalıdır. Tüm zirai girdilerin organik girdiler olması toprağı besleyen gübrelerin organik ve zararlılara karşı koruyan doğal yöntemler ile elde edilmiş fiziki koruyucularında organik olanı tercih edilmelidir. Fakat artan dünya nüfusu ile gıda taleplerinin fazlaşması bu süreçte organik tarım uygulamalarının piyasaya fazla ürün ve uygun fiyatlarda hizmet sunmasını zorlaştırmıştır. Başka bir deyişle organik tarım ürünlerin uygulanmasındaki çevresel ve coğrafi zorluklar tarım ürünlerinin birim alandaki verim düşüklüğüne hatta elde edilen ürünlerinde korunması noktasında zorluk çekilmesi üreticileri konvansiyonel tarım uygulamalarına tekrar yöneltmiş durumdadır. Bütün bu gelişmeler doğrultusunda iyi tarım uygulamaları sayesinde toprakta ve ürünlerde insan, hayvan, çevre ve yer altı kaynaklarına zarar vermeyecek miktarda kullanılması ve bu şekilde zirai ilaçların kontrollü kullanılması ve bunların organik gübreler ile desteklenmesi gerekliliğı doğmuştur. Bu şekilde birim alandan elde edilen ürün miktarı organik tarım uygulamalarına göre fazlalık göstermesi beklenmektedir. Tüketicinin başta kendisine sonra doğaya zarar verme olasılığı en aza indirgenmiş şekilde İyi tarım uygulamalı ürünlerine yönelmesi beklenmektedir. Ayrıca İyi tarım uygulamalı ürünlerinin her aşamasının denetlenip kontrol edilmesi ve bu sertifika işlemlerinin tüketicilerin rahatlıkla görüp inceleyebilecekleri yerlerde bulundurulması da ayrıca tüketicilerin İyi tarım uygulamalı ürünlere rağbetini ayrıca artıracaktır. Genel olarak nasıl bir yetiştiricilik yapıldığı üzerinde durursak; ürünün ihtiyacı kadar sulandığı, hastalık ve zararlı bulaşmaması için gereken önlemlerin alındığı, ancak buna rağmen ortaya çıkması halinde gereken dozla mücadele edildiğı, toprağın ve bitkinin ihtiyacının belirlenerek gübrelendiğı sistem şeklinde ifade edilmektedir (Turktarım, 2021).

Tarım sektöründe artan yenilikler hep daha fazlası için doğadan ve topraktan beklenti içerisine giren küresel tarım üreticilerinin birim alandan yüksek verim elde etmeye yönelik tarımsal yöntemlerinde olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bu durumda diğer tarım üreticilerini yeni tarım yöntemleri ve politika geliştirmeye yöneltmiştir. Bu amaç ile geliştirilen tarım uygulamalarından birisi de, 1997 yılında Almanya'da kurulan Avrupa Perakendecileri Ürün Çalışma Grubu (Euro Retailer Produce Working Group-EUREP) tarafından oluşturulan Euro Good Agricultural Practices (EUREPGAP) protokolüdür. Örgüt, ilk başta, yaş meyve ve sebzede iyi tarım uygulamaları (Good Agricultural Practices: GAP)'na ilişkin kuralları saptayarak, 1999 yılında EUREPGAP protokolünü yayınlamıştır. 2002 yılında ise, İyi Tarım Uygulamaları, Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından, Dünya sürdürülebilir kalkınma zirvesinde, tarım ve kırsal kalkınma prensibi olarak tanımlanmıştır. Akabinde, Dünya Ticaret Örgütü (WTO), üyesi olan tüm ülkelere EUREPGAP standartlarını referans ilke olarak göstermiştir (Aba, & Işın, 2014). Avrupa ülkelerinde başlatılan bu

uygulama ilerleyen yıllarda dünya geneline yayılmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda, 2007 yılında EUREPGAP'ın ismi GLOBALGAP olarak değiştirilmiştir. Avrupa Birliği ülkeleri, İTU' nı içeren GLOBALGAP protokolü ile dış alımını yaptıkları meyve ve sebzelerin, kontrollü ve sertifikalı olarak üretilmesi şartını getirmiştir.

Türkiye'de ise; 2004 yılında iyi tarım uygulamalarına ilişkin yasal düzenlemeler başlamıştır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından 08 Eylül 2004 yılında hazırlanan "İyi Tarım Uygulamaları" Yönetmeliği, standartların kural ve koşullarını, belgelendirme işlemlerinin şeklini, kişi ve kuruluşların görev ve sorumluluklarını belirlemektedir. 2004 yılında iyi tarım yönetmeliği hazırlanmasına rağmen, ilk sertifikalandırma 2007 yılında gerçekleşmiştir (Hasdemir, 2011). Türkiye'de bu uygulamanın temelleri aslında Cumhuriyet dönemi öncesinde atılmıştır desek yanlış olmayacaktır çünkü, İTU'nın kapsamında olana kayıt altına alınma işlemi o dönem bir kısım üretim parselleri ve ürünleri (zeytin vb.) kayıt altına alınarak izlenebilirlik ve kayıt sistemi oluşturulması ile başlamıştır. Buna ek olarak 1957 yılında yürürlüğe giren 6968 sayılı "Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu" ve beraberinde çıkarılan mevzuatta iyi tarım uygulamalarına geçişi hızlandırmıştır. Yukarıda da belirtildiği gibi Avrupa ve dünyada 1997 yıllarında başlayan bu ve benzeri sistem Türkiye Cumhuriyet dönemine dayanmaktadır. Yalnız iş ve işlem kısmında AB topluluğu kadar yürürlüğe koyulamamıştır (CTR, 2021).

İyi tarım uygulamalarının amaçları.

İyi tarım uygulamalarının hem ürünleri hem de tüketicileri koruması için güvenilir ve sağlıklı olması gerekmektedir. Bunu sağlamak içinde kullanılan özel yöntemler ve standartlar vardır. İyi tarım uygulamaları 1990'lı yılların sonlarına doğru Avrupa süpermarket zincirleri (Eurep) ve onların önemli tedarikçileri tarafından oluşturulmuştur. Buradaki temel amaç ise çeşitli tedarikçilerin taleplerini bir bütün olarak toplayıp çiftçilere ve tedarikçilere yardımcı olmaktır. Standart kullanılarak geliştirilen Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP) yayınlanan kılavuzlar Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü ve sertifikalar düzenleri ISO Guide 65'e göre yönetilmektedir (Eurocert, 2021). İyi tarım uygulamaları kapsamında: Bitkisel ürünler (meyve, sebze ve süs bitkileri vb.) hayvancılık (sığır, koyun ve kümes hayvanları vb.) su ürünleri(balık, yumuşakçalar vb.) olacak şekilde üç başlıkta sertifika vermeyi amaçlamıştır (Eurocert, 2021). Bir başka ifade ile iyi tarım uygulamalarının amaçları, tarımsal üretim sistemlerinin sosyal açıdan yaşanabilir kılarken hem ekonomik olarak karlı ve verimli hem de insan ve hayvan sağlığını çeşitli risk ve tehlikelere karşı koruyan bir şekilde çevreye herhangi bir zarar vermeden uygulanması gerektiğini savunmaktadır. İTU hem insan sağlığını koruyarak hem de çevreye herhangi bir zararın

verilmemesi amacıyla zararlılarla Entegre Mücadele (Integrated Pest Management, IPM) ve Entegre Ürün Yetiştiriciliği (Integrated Crop Management - ICM) tekniklerinin kullanılmasını önermektedir (Ziraat Mühendisler Odası, 2021).

İyi tarım uygulamaları sertifikalama süreçleri.

FAO (2021)' a göre iyi tarım sertifikası 11 ana başlık altında toplanmıştır bunlar;

- Toprak,
- Su,
- Bitkisel ve yem bitkileri üretimi
- Bitki koruma,
- Hayvansal Üretim,
- Hayvan Refahı,
- Hasat,
- Çiftlik İçi İşleme ve Depolama,
- Enerji ve Atık Yönetimi,
- İnsan Refahı, Sağlığı ve Güvenliği
- Yaban Hayatı ve Çevre Konuları

İyi tarım ürünleri sertifikasyon süreçleri üç başlıkta toplanmış olup;

1. Kısım: Başvuru süreci olup İTÜ ve/veya GLOBALGAP'e göre belgelendirmek isteyen üretici bu aşamada İTÜ başvuru belgesini doldurup bilgileri sertifikasyon merkezine başvuruda bulunur. Sertifikasyon merkezinde ki ilgili ürün departmanı üreticiye bir teklif hazırlayıp üreticiden onay vermesi beklenir. Üretici teklifi onayladıktan sonra, belgelendirilmesini istediği ürün/üretim alanı, hasat sonrası ürün işleme yapıyorsa ürün işleme sahaları ve ürünün ticaretinin gerçekleştirildiği ticari markalar ve ülkelere dair gerekli tüm bilgileri ve sistem ile ilgili oluşturduğu dokümanları sertifikasyon merkezine gönderilir. GLOBALGAP belgelendirmesi için, GLOBALGAP'in bir şartı olarak alt lisans sözleşmesi, üretici ve belgelendirme kuruluşu arasında karşılıklı olarak imzalanır. Gerekli değerlendirmeler yapıldıktan sonra üreticiye bir GLOBALGAP kayıt numarası verilir. Bu kayıt numarası üreticinin ürününün izlenebilirliğini sağlamak amacıyla GLOBALGAP veri tabanına üretici bilgileri ile birlikte işlenir (CTR, 2021).

2. Kısım: Denetleme safhasıdır, burada GLOBALGAP Kontrol Noktaları denetlenerek üreticinin yeterliliği ve uygunluk durumuna bakılır. Kontrol aşamasından şartları sağlayarak geçen üretici ayrıca ürün analiz sonuçlarında ürünün pazarlanacağı ülkelerde geçerli olan maksimum bitki koruma ürünü kalıntı sınırlarını aşan miktarda kalıntı

tespit edilmediği takdirde İTU/GLOBALGAP belgesi verilir. Şayet yeterli uygunluk düzeyine ulaşamayan üreticilere, uygunsuzluklarını gidermeleri için bir ayı geçmeyecek şekilde biraz zaman tanınır. Sertifikasyonun tamamlana bilmesi için, üreticinin bu süre sonuna kadar bütün sorun ve uygunsuzluklarını çözdüğünü ispatlaması beklenmektedir.

3. Kısım: Sertifikasyon kuruluşunun belgelendirme departmanı ve belgelendirme komitesinin denetim sonuçlarının değerlendirmesi sonucunda belgenin verilmesine herhangi bir engel yok ise, belgelendirme tarihinden itibaren 1 yıl geçerli olmak üzere ilgili ürünler için İTU/GLOBALGAP belgesi hazırlanır. Belgelerin geçerliliklerini sürdürebilmeleri için üreticinin her yıl yeniden denetlenmesi gerekmektedir (CTR, 2021).

Bir ürünün İyi tarım uygulamaları sertifikası aynı zamanda ilgili ürünün kurallara uygun yetiştirildiğine işarettir. Bu bağlamda iyi tarım uygulamaları çevreye duyarlı ve insan odaklı olduğunun bir belgesi olmaktadır. Ayrıca bu belgenin diğer bir göstergesi tarladaki üretim işçisinden sevkiyata kadar çalışan tüm işçilerin sağlığı ve güvenliği de öncelikli kriterler arasında yer almasını sağladığını göstermektedir. Aynı zamanda üretime ilişkin tüm kayıtların tutulma zorunluluğunda vardır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, iyi tarım uygulamaları sertifikasına sahip ürünleri satın alan tüketiciler kendi sağlıkları için önemli bir adım atarken aynı zamanda da, çevre duyarlılığına ve tarım işçilerinin güvenliğine de katkıda bulunmuş olurlar (Turktarım, 2021).

Tüketiciler, tarım uygulamaları sertifikasını sahip olan ürünleri tercih etmek isterlerse ürünlerin etiket kısmına bakarak bilgi sahibi olabilmektedir. Ürünlerin etiket kısmında ürün ile ilgili bilgiler yer alırken iyi tarım logosu da bulunmaktadır. İyi tarım uygulamaları diğer gıda ürünleri gibi Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nde yer alan bilgileri içermektedir. Ayrıca bu bilgilere ek olarak üretici hakkında bilgiler, iyi tarım uygulamaları hakkında yönetmeliğe uygun olarak üretildiği bilgisi, yetkilendirilmiş kontrol ve sertifikasyon kuruluşunun adı, kod numarası ve ürünün sertifika numarası gibi bilgilere de yer verilmektedir (Turktarım, 2021).

İyi tarım uygulamalarının avantajları ve dezavantajları.

İyi tarım uygulamalarının avantajları hususunda insan sağlığını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen kimyevi ilaç kalıntılarının olması, aşırı ve kontrolsüz ilaçlamaya bağlı olarak doğadaki bitki florasına zarar vermemesi, zirai ilaçlamaların fazlaca ve zamansız yapılmasından kaynaklı çevreteki diğer canlıların (böcekler, sürüngenler, arılar vb.) yumurta ve yavrularının hatta kendilerinin zarar görmemesi yada minimum şekilde etkilenmesi ayrıca yer altı ve yer üstü kaynakların korunmasında iyi tarım uygulamalarının avantajları arasında

göstermek mümkündür. İyi tarım uygulamalarına ek olarak insan odaklı GRASP (Sosyal Uygulamada Risk Değerlendirme) ek modülde mümkündür. GRASP standartı, ILO ‘nun (Uluslararası Çalışma Örgütü) çalışma yaşamında standartlar, temel ilkeler ve sosyal haklar için belirlediği standartların tarımsal üretimde çalışan insanlar için uygulaması zorunlu bir modüldür. GRASP, çiftlik alanlarından ürün işleme, paketlenme ve elleçleme tesislerine kadar tarımsal üretimde çalışanların işçilerin; iş güvenliği, sosyal haklar ve refahını düzeltmeye yarayan bir standart olup GLOBALGAP standartını uygulayan işletme ve arazilerde uygulanır. GRASP, ILO ‘nun sözleşmelerine uygun olarak tüm çalışanların refahı gözetilen bir sistem kurulmasını öngörür. GRASP uygulayan bir işveren, çalışanları için iyi sosyal uygulamaları sağlar. Çalışanlar kendi aralarında bir temsilci seçerek talep, öneri ve şikayetleri ile sosyal ve yasal haklarıyla ilgili taleplerini GRASP sayesinde iletebilir ve denetletebilirler (Korfezdanismanlık, 2021). Dezavantajları kısmında ise iyi tarım uygulamalı üretim yönteminin konvansiyonel tarıma göre fazla tercih edilmemesinin en önemli sebebi, iyi tarım uygulamalı üretimin konvansiyonel üretime göre daha masraflı ve daha çok emek isteyen bir üretim yöntemi olmasıdır (Aba, & Işın, 2014). Bunun yanı sıra tüketiciler tarafından da fazla bilinmemesi yani bilgi eksikliği; iyi tarım uygulamalı ürünlere tercihlerin az olmasında önemli bir etkidir.

Güçlü Yönler:	Zayıf Yönler:
1. Ülkenin ekolojik yapısı ve ürün çeşitliliği, 2. Bölgesel konum ve lojistik avantajlar, 3. Belli ürünlerde dünyada ön sıralarda olunması, 4. Organik tarım ve iyi tarım uygulamaları sistemlerinin bitkisel üretimde giderek yaygınlaşması, 5. Bitkisel üretime sağlanan desteklemeler, 6. Tarımda Ar-Ge'ye yönelik çalışmaların varlığı, 7. Sanayinin talebine uygun bitkisel üretimin sağlanması, 8. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının yaygın teşkilat ağı, 9. Tarımsal sanayinin gelişmesine yönelik yatırımların varlığı, 10. Devlet destekli tarım sigortalarının varlığı, 11. Yetiştirilmiş teknik elemanın varlığı.	1. Arazinin çok parçalı, işletmelerin küçük olması, 2. Girdi maliyetlerinin yüksekliği, 3. Tarımsal üretimde planlama eksikliği, 4. Üretici organizasyonlarının etkin ve güçlü olmaması, 5. ARGE'ye yeterince kaynak ayrılmaması, 6. Tarım ürünlerinde piyasa düzenleme ve müdahale kuruluşlarının yetersizliği, 7. Girdi kullanımında dışa bağımlılık, 8. Bitki ıslahında yetersizlik, 9. Karar destek mekanizması yönüyle tarım bilgi sistemlerinde entegrasyonun sağlanamaması, 10. Teknoloji kullanımının yetersiz olması, 11. Depolama ve pazarlama alt yapısının yetersizliği, 12. Sertifikalı tohum ve fidan kullanımının yetersizliği, 13. Tarladan sofraya izlenebilirliğin yetersiz olması, 14. Üretim tekniklerinin yanlış kullanılması.
Fırsatlar:	Tehditler:
1. Teşvik, kredi ve diğer desteklerin artıyor olması, 2. Arazi toplulaştırma faaliyetlerinin/çalışmalarının hız kazanmış olması, 3. Sınırlı kaynakların kullanımı ve artan gıda talebi nedeniyle bitkisel üretimin daha önemli hale gelmesi, 4. Tarımsal ARGE çalışmalarında kamu, STK, özel sektör ve üniversite iş birliğinin gelişmesi 5. AB'ye üyelik sürecindeki uyum çalışmalarının başlamış olması, 6. Havza bazlı üretim planlaması ile ilgili çalışmalara başlanmış olması, 7. Tarımsal örgütlerin dikey ve yatay yapılanmasının gelişerek örgütlenme eğiliminin artması, 8. Diğer sektörlerden tarım sektörüne sermaye girişinin artması, 9. Sulu tarım yapılan alanların artması, 10. Uluslararası örgütlerle işbirliği olanaklarının artması, 11. Yayımlar ve danışmanlık kuruluşlarında insan kaynağı ve teknoloji kullanımının yaygınlaşması, 12. Kırsal kalkınma politika ve alt yapısının oluşturularak uygulamanın yaygınlaştırılması.	1. Tarım politikalarında sürekliliğin olmaması, 2. Toprak kaynaklarının hızla kirlenmesi ve doğal kaynaklar üzerinde artan baskı, 3. Su kaynaklarının bilinçsiz kullanımı, kirlenmesi, yüzey akışı sularının kontrol edilememesi ve sulamaya açılan alanlarda yetersiz drenaj, 4. Global fiyat dalgalanmaları ve uluslararası spekülasyonlar, 5. Maliyet artışları, 6. İklim değişikliği, 7. Tarım arazisinin terk edilmesi/amaç dışı kullanımı, 8. İş gücünün, emek yoğun bitkisel üretim faaliyetlerinde çalışma isteksizliği, 9. Üstünlüğümüz olan ürünlerde yeni ülkelerin devreye girmesi, 10. Dünyadaki ekonomik ve siyasi krizler ve uluslararası ticari bloklamalar, 11. Tarımsal sanayi kuruluşlarının özelleştirilmesinde üretimin sürdürülebilirliğini sağlamayan politikalar, 12. Kredi kullanarak ödeme güçlüğüne düşen üreticilere ait arazinin ve üretim araçlarının özel finans kuruluşlarının eline geçmesi.

Şekil 6. İTÜ'nün güçlü-zayıf, fırsat-tehdit analiz tablosu (<https://www.sbb.gov.tr/>).

Yukarıdaki Şekil 6. de görüldüğü üzere, ülkemizde bir çok güçlü yönleri olduğu gibi ciddi anlamda da zayıf yönler mevcuttur. Aynı açıdan bakıldığında Karaman ili içinde bu fırsat ve tehditlerden söz etmek mümkündür. Örnek olarak ülkemizde boğazların olması, Asya kıtasında ve Avrupa kıtasında olması ciddi bir bölgesel konum ve lojistik avantajı sağlamaktadır. Aynı şekilde Karaman iline baktığımızda Mersin limanına yakın olması, Türkiye'nin tahıl ambarı şeklinde ifade edilen, Konya iline kısa mesafede olması ve Karaman

ilinde gıdaya dayalı bir çok üretim tesislerinin bulunması ve ihracaat edilmesi buna bir örnektir. Zayıf yönleri de aslında Türkiye tablosundan farksızdır. Örneğin her ne kadar arazi toplulaştırması yapılmı çalışmaları olsa da araziler çok fazla parçalı ve küçük olması iyi tarım vb. tarımsal sistemlerin kurulmasında ve işletilmesinde sorun teşkil etmektedir, ayrıca girdi ve kurulum maliyeti de çok yukarılara çekmektedir. Fırsatlara baktığımızda ise, tarımsal sanayinin artmasından kaynaklı bitkisel ürüne rağbetin artması, devlet tarafından ciddi teşvik ve hibe programlarının uygulanması dikkat etmektedir. Tehditler kısmına gelince de iklim değişikliği, mevsimlerin kurak halde seyretmesi, gıda fiyatlarının istikrarsızlığı ve tarım arazilerini terk edilmesi yahut amaç dışı kullanılmasıdır.

İyi tarım uygulamalarında zararlılarla mücadele.

Elde edilen bilgiler ışığında hayatın sürdürülebilirliği hatta sağlıklı bir şekilde ve yaşam konforumuzun devamlılığı için üretim faaliyetleri olmalı fakat zararlılara karşı kimyasal ilaçlara alternatif biyomikro organizmalardan da faydalına bilinmelidir. Mikroorganizma, belki de, böcek haşerelere karşı spesifik böylece toksin üretimi ve verimli açıklar bitkiler ile simbiyotik bir ilişki sahip olabileceğini göstermiştir (Schünemann, Knaak, & Fiuza, 2014). Zararlılar ile mücadelede Türkiye'nin içerisinde olduğu DTÖ'ye üye ülkeler, bir takım uygulamaları hayata geçirmişlerdir. Gıda Güvenliği hakkında yerel önlemlerini uluslar arası standartlara ve ilkelere göre almak zorundadırlar. Bu zorunluluk, iyi tarım uygulamaları (Good Agricultural Practices-GAP), kritik kontrol noktalarında tehlike analizi (HACCP) ve iyi üretim uygulamaları (GMP) gibi uygulamalardır (İçel, 2007). Bununla birlikte, doğal ortamda, çeşitli çalışmalar böcek öldürücü aktivitesi olmayan izolatların toksik özelliklere sahip olanlardan faydalanıp alternatif bir zararlılar ile mücadele yöntemleri geliştirilmesinde hem insan sağlığı olarak hemde ekolojik olarak olumlu gelişmeler olabilmektedir. Bu açıdan Avrupa ve Akdeniz Bitki Koruma Örgütü (EPPO) 1987'den beri pestisit kullanımındaki riskleri azaltmaya yönelik genel amaçları ile İyi Bitki Koruma Uygulamaları için kılavuz hazırlanmasında etkin rol oynamaktadır. Türkiye'nin üyesi olduğu EPPO bölgesinde, büyük öneme sahip bitkiler için 18 spesifik kılavuzun hazırlanmasını sağlamıştır. Kılavuzlarda temel olarak şunlar ele alınmıştır; kontrol önlemleri, en iyi uygulama teknikleri, minimum yeterli doz şeklinde ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye de yurt dışı pazardan yeterince faydalanmak için yeterince çalışmalar yürütmektedir (İçel, 2007). İyi tarım uygulamalarında sentetik kimyasal girdiler (hormonlar, pestisitler dahil tüm bitki koruma ürünleri ve sentetik gübreler) kullanılır ve bunlar kullanım miktarı, kullanılan kimyasal girdilerin yasaklı madde olup olmadığı ve bu kullanımın doğru zamanda yapılıp yapılmadığını denetler.

Bitkisel Ürünlerde Birincil Numunenin Tanımı ve Laboratuvar Numunesinin Minimum Miktarının Belirlenmesi.

Sıra No	Ürün Sınıfı	Örnek Ürün Grupları	Alınacak birincil numunenin yapısı	Her bir laboratuvar numunesinin minimum miktarı
Bitkisel Birincil Gıdalar				
1	Tüm taze meyveler			
	Tüm taze sebzeler, patates ve şeker pancarı dahil, otlar hariç			
1.1	Küçük ebatlı taze ürünler	Üzümsüler ve küçük meyveler, bezelye, zeytin	Bütün birim veya paketler veya numune alma aletiyle alınan birimler	1 kg
	Birimler genellikle < 25 g			
1.2	Orta ebatlı taze ürünler	Elma, portakal	Bütün birim	1 kg
	Birimler genellikle 25-250 g arası			(En az 10 birim)
1.3	Büyük ebatlı taze ürünler	Salatalık, lahana, üzüm (salkım halinde)	Bütün birim	2 kg
	Birimler genellikle > 250 g			(En az 5 birim)
2	Bakliyat	Kurutulmuş fasulye, kurutulmuş bezelye		1 kg
	Tahıl taneleri	Pirinç, buğday		1 kg
	Sert kabuklu meyveler	Hindistan cevizi hariç		1 kg
		Hindistan cevizi		5 birim
	Yağlı tohumlar	Yerfıstığı		0,5 kg
	Meşrubat ve şekerler için kullanılan tohumlar	Kahve çekirdeği		0,5 kg

Şekil 7. Bitkisel ürünlerde birincil numune tanımı (<https://www.tarimorman.gov.tr>).

Yukarıdaki Şekil 7’ de görüldüğü üzere gıda ürünlerinden alınacak numune miktarının asgari olarak ne kadar kg/lt olacağını resmi gazetede belirtirken usul ve esaslara göre alınması sağlanmıştır. Bu sayede ürünlerin sınıf ve cinslerine göre birlik sağlanmıştır.

 T.C. GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI	T.C. GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI T.C. MINISTRY of FOOD AGRICULTURE and LIVESTOCK INTERTEK TEST HİZMETLERİ A.Ş. MANİSA ÖZEL GIDA KONTROL LABORATUVARI INTERTEK MANİSA PRIVATE FOOD CONTROL LABORATORY MUAYENE VE ANALİZ RAPORU EXAMINATION & ANALYSIS REPORT	 TÜRKAK Test TS EN ISO/IEC 17025 AB-0612 T OZ127934 16.03.2016
		

Rapor Numarası / <i>Report Number</i> : [REDACTED]	Tarih / <i>Date</i> : 16.03.2016
Analizin Amacı / <i>Purpose of Analysis</i> : Özel İstek / <i>Private Demand</i>	

Müşteri Bilgileri / <i>Customer Informations</i>	
Müşteri Adı / <i>Customer Name</i>	[REDACTED]
Adres / <i>Address</i>	[REDACTED]

Numune Bilgileri / <i>Sample Informations</i>	
Adı / <i>Name</i>	: Elma / <i>Apple</i>
Kod Numarası/ <i>Code Number</i>	: [REDACTED]
Üretici Adı / <i>Producer Name</i>	: [REDACTED]
Tanımı ve Seri – Parti No / <i>Description and Batch Number</i>	: -
Üretim ve Son Kullanma Tarihi / <i>Production & Expire Date</i>	: -
Ambalajı ve Miktar / <i>Package and Quantity</i>	: Poli Ambalaj / <i>Poly Box</i> -500 gr
İlgili Kişi / <i>Contact Person</i>	: -
Numune kabul tarihi ve saati / <i>Sample received on / transport by</i>	: 15.03.2016 -09:00 kargo teslim / <i>Parcel services</i>
Numuneyi teslim eden ve mühür / <i>Submitted by & Seal</i>	: Müşteri - mühürsüz / <i>Client - none</i>
Teklif No / <i>Quotation No</i>	: -
Analiz başlama ve bitiş zamanı / <i>Start & End of analysis</i>	: 15.03.2016 -16.03.2016
Açıklamalar / <i>Remarks</i>	: -

Analizler / <i>Analyses</i>							
No	Analiz Adı <i>Analysis Name</i>	Sonuç <i>Results</i> (mg/kg)	Ölçüm Belirsizliği <i>Uncertainty</i> (mg/kg)	Raporlama Limiti <i>LOQ</i> (mg/kg)	Geri Kazanım <i>Recovery</i>	Analiz Metodu <i>Analysis Method</i>	Cihaz <i>Instrument</i>
	Pestisit Kalıntı Analizi <i>Pesticide Residue Analysis</i>						
1.	Acetamiprid	0,012	± 0,006	0,010	-	QuEChERS	LC – MS/MS

(±) k=2 , % 95 güven analizi genişletilmiş ölçüm belirsizliği ile raporlanmıştır. / (±)The reported uncertainty is an expanded uncertainty calculated using a coverage factor of 2 which gives a level of confidence of approximately 95%.

*İşaretili analiz Türkak akreditasyon kapsamında değildir. / *Marked analysis is not in scope of Türkak accreditation.

Analiz edilen pestisit listeleri ve LOQ değerleri ekte verilmiştir./ *List of analytes and limits of quantification; see list attached to the analysis report.*

Şekil 8. Pesimist kalıntı örnek rapor (Ekolojikpazar, 2021).

Şekil 8’de görüldüğü üzere tahlilleri yapılan elma ürünün pesimist kalıntısı kabul edilebilen kimyasal kalıntı üzerinde çıktığı görülmüştür. Raporlama limiti 0,010 iken rastlanan kalıntı 0,012 şeklinde olmuş ve iyi tarım ürünü olarak sertifikalandırılmamıştır.



T.C. GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
T.C. MINISTRY of FOOD AGRICULTURE and LIVESTOCK
INTERTEK TEST HİZMETLERİ A.Ş.
MANİSA ÖZEL GIDA KONTROL LABORATUVARI

INTERTEK
MANİSA PRIVATE FOOD CONTROL LABORATORY

MUAYENE VE ANALİZ RAPORU
EXAMINATION & ANALYSIS REPORT



Rapor Numarası / Report Number: [REDACTED] Tarih / Date: 04.11.2015
Analizin Amacı / Purpose of Analysis: Özel İstek / Private Demand

Müşteri Bilgileri / Customer Informations
Müşteri Adı / Customer Name: [REDACTED]
Adres / Address: [REDACTED]

Numune Bilgileri / Sample Informations
Adı / Name: Elma / Apple
Kod Numarası / Code Number: [REDACTED]
Üretici Adı / Producer Name: [REDACTED]
Tanımı ve Seri – Parti No / Description and Batch Number: -
Üretim ve Son Kullanma Tarihi / Production & Expire Date: -
Ambalajı ve Miktarı / Package and Quantity: Poli Ambalaj / Poly Box – 1 kg
İlgili Kişi / Contact Person: -
Numune kabul tarihi ve saati / Sample received on / transport by: 02.11.2015 – 12:00 kargo teslim / Parcel services
Numuneyi teslim eden ve mühür / Submitted by & Seal: Müşteri - mühürlü / Client - none
Teklif No / Quotation No: -
Analiz başlama ve bitiş zamanı / Start & End of analysis: 02.11.2015 – 04.11.2015
Açıklamalar / Remarks: -

Analizler / Analyses							
No	Analiz Adı Analysis Name	Sonuç Results (mg/kg)	Ölçüm Belirsizliği Uncertainty (mg/kg)	Raporlama Limiti LOQ (mg/kg)	Geri Kazanım Recovery	Analiz Metodu Analysis Method	Cihaz Instrument
	Pestisit Kalıntı Analizi Pesticide Residue Analysis					QuEChERS	LC – MS/MS GC – MSD
1	Analiz edilen pestisit kalıntılarından herhangi biri tespit edilememiştir. / Analysed pesticide residues were not detected.						

(=) k=2, % 95 güven aralığında genişletilmiş ölçüm belirsizliği ile raporlanmıştır. / (=) The reported uncertainty is an expanded uncertainty calculated using a coverage factor of 2 which gives a level of confidence of approximately 95%.
*İşareti analiz Türkak akreditasyon kapsamında değildir. / *Marked analysis is not in scope of Türkak accreditation.

Şekil 9. Pesimist kalıntı bulunmadığına dair örnek rapor (Ekolojikpazar, 2021).

Şekil 9’da tahlilleri yapılan elma ürünün pesimist kalıntısı kabul edilebilen kimyasal kalıntı çıkmamıştır. Sonuç olarak iyi tarım ürünü olarak sertifikalandırılmıştır. Tüketici sağlığını ve çevreyi korumak için bir çok ülkede gıdalardaki pestisit kalıntıları için maksimum yasal sınırlar vardır. Bu limitleri ülkeler kendileri belirlemektedir fakat, bu farklı sınırlılıklar ülkeler arasında farklılık gösterdiği zamanlar uluslar arası ticarete zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bunu önlemek adına pestisit kalıntıları kodeks komitesi(CCPR) kurulmuştur. Bu komite, belirli gıda maddelerindeki veya uluslararası ticarete söz konusu olan gıda/yem gruplarındaki pestisit kalıntıları için kodeks maksimum kalıntı limitlerini (MRL) belirlemekten sorumludur. Bir Codex MRL oluşturulmadan önce, gıda tedarikinin güvenli olduğundan emin olmak için insan sağlığı risk değerlendirmeleri yapılmalıdır.

Pestisit kalıntıları ile ilgili Ortak FAO/WHO Toplantısının (JMPR) sorumluluğunda, uygun toksikoloji ve "iyi tarım uygulamalarına" uygun olarak onaylanmış pestisit kullanımını yansıtan denetimli çalışmalardan elde edilen veriler gözden geçirilir. JMPR, diyetle ilgili risk değerlendirmeleri yürütür ve Kodeks Komitesine belirli MRL'leri önerir (WHO, 2021).

Aşağıdaki Şekil 10'da CCPR pestisit kalıntıları inceleme komitesinin belirli tarih, ülke ve başlıkta düzenleme etkinlikleri verilmiştir. Türkiye, Fransa ve İspanya son rehber oluşum yılı 2017 tarihine kadar düzenlemelere eksiksiz katılmıştır.

Referans	Başlık	Kurul	Son düzenleme	TR FR ES AR CH RU
CXG 33-1999	MRL'lere Uygunluk İçin Pestisit Kalıntılarının Belirlenmesi için Önerilen Numune Alma Yöntemleri	CCPR	1999	✓ ✓ ✓ ⊗ ✓ ✓
CXG 40-1993	Pestisit Kalıntı Analizinde İyi Laboratuvar Uygulamaları Kılavuzu	CCPR	2010	✓ ✓ ✓ ✓ ⊗ ⊗
CXG 41-1993	Maksimum Kalıntı Limitlerinin Uygulandığı ve Analiz Edilen Emtia Bölümü	CCPR	2010	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓
CXG 56-2005	Kalıntıların Tanımlanması, Onaylanması ve Kantitatif Tespiti için Kütle Spektrometresi (MS) Kullanımına İlişkin Kılavuz	CCPR	2005	✓ ✓ ✓ ⊗ ✓ ⊗
CXG 84-2012	Pestisitler için Maksimum Kalıntı Limitlerinin Emtia Gruplarına Ekstrapolasyonu için Temsili Malların Seçilmesine İlişkin İlkeler ve Kılavuz	CCPR	2017	✓ ✓ ✓ ⊗ ✓ ✓
CXG 90-2017	Gıda ve Yemlerde Pestisit Kalıntılarının Belirlenmesine Yönelik Analiz Yöntemleri için Performans Kriterleri Rehberi	CCPR	2017	✓ ✓ ✓ ✓ ⊗ ✓

Şekil 10. CCPR Pestisit kalıntıları komite durum göstergesi <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/thematic-areas/pesticides/en/>

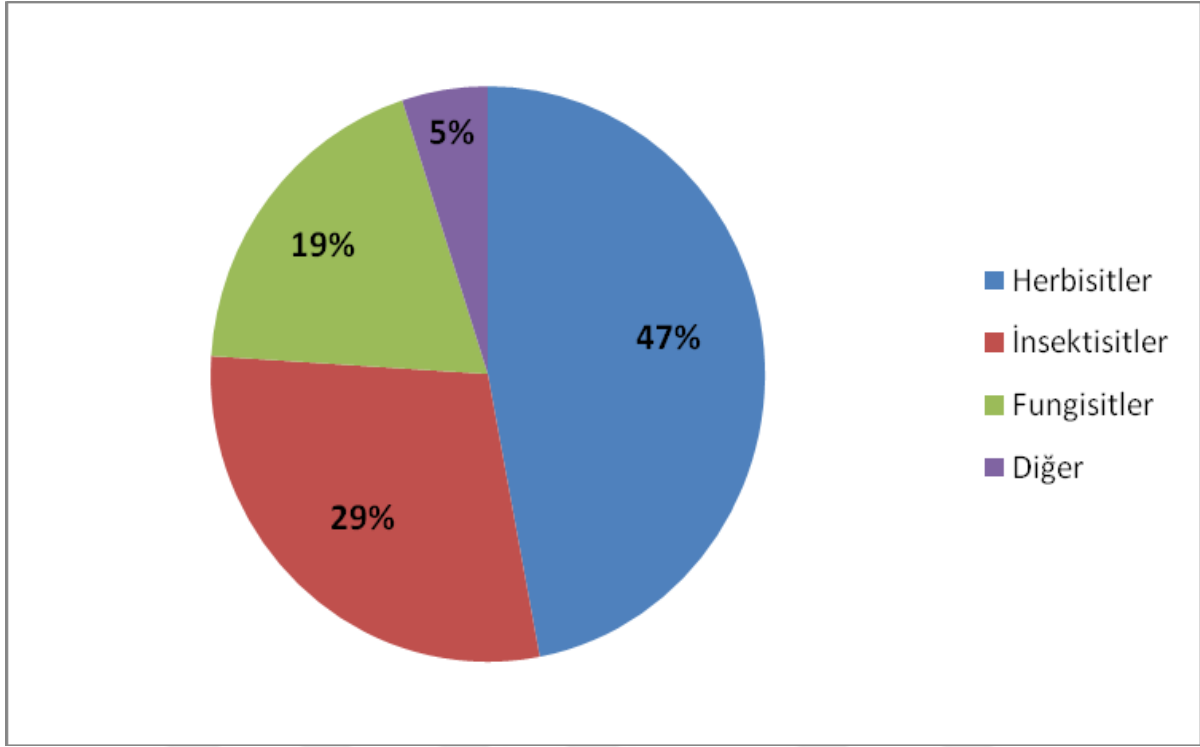
Pestisitler için böcek ilaçları son yıllarda ciddi bir artış göstermiştir. Pestisitler, hastalıkları önlemek için zararlı olarak bilinen zararlı organizmaları uzaklaştırmak veya yok etmek için kullanılmaktadır. Aynı zaman da üretim, depolama ve nakliye sırasında bitkileri veya bitki ürünlerini korur. Pestisitler modern tarımda kilit bir rol oynamaktadır ve son on yılda çoğu büyük tahıl, meyve ve sebze mahsulü için elde edilen verim artışına katkıda bulunmuştur. AB mevzuatı, insanlar için risk oluşturmamalarını sağlamak amacıyla gıda üretiminde böcek ilacı kullanımına ilişkin katı kuralları koymaktadır.

Glifosat, herbisitlerde (bitkileri yabancı ot öldürücüler olarak da bilinen, yabancı otlardan korumak için kullanılan pestisitler sınıfı) kullanılan, dünyanın en yaygın kullanılan geniş spektrumlu aktif maddelerinden biridir. Küresel herbisit pazarının yaklaşık% 25'ini oluşturur ve hem tarımsal hem de tarım dışı durumlarda ekinleri (tahıllar, üzüm bağları, zeytin ve narenciye dahil) korumak ve yabancı otları yönetmek için yaygın olarak kullanılır (On, & Peer, 2015). Pestisitlerle mücadelede konvansiyonel tarımın etkisi büyük olmuştur, ülkemizde tarımı yapılan kültür bitkileri, sayıları 500'ü aşan hastalık ve zararlıların tehdidi altında olup yeterli mücadele yapılmadığı için toplam ürünün yaklaşık 1/3'ü kayba uğramaktadır (Tiryaki, & Ark. 2010).



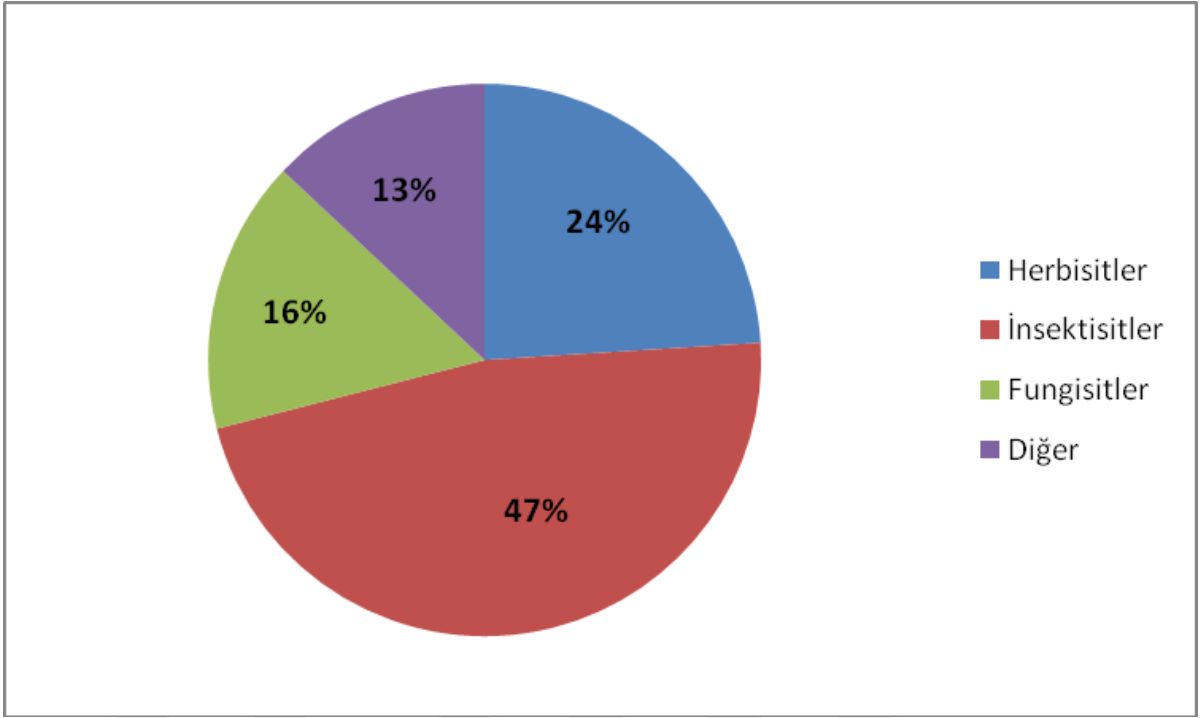
Şekil 11. Pestisitlerin kullanım amaçlarına göre sınıflandırılması (Tiryaki, & Ark. 2010).

Yukarıda Şekil 11’de görüldüğü üzere dünyada kullanılan zirai ilaçların zararlılar ile mücadelesinde kullanılan pestisitlerin kullanım amaçlarına göre isimlendirilmesi yapılmıştır. Zararlılar ile mücadelede sadece yabancı otlar ile değil böcek, kemirgen, bakteri, virüs ve mantarlara karşıda zirai ilaç kullanımı gerçekleşmektedir.



Şekil 12. Pestisit gruplarına göre dünyada tarım ilacı kullanımı (Tiryaki, & Ark. 2010).

Yukarıdaki Şekil 12’ de görüldüğü üzere tarımsal alanda kullanılan ilaçlar yabancı otlara, mantarlara, böceklerle ve diğer unsurlara kullanılmaktadır. Bu durumda sadece yabancı otlara karşı kullanılan “herbisitler” diğer canlılara kullanılan ilaçlara göre fazladır, Dünya genelindeki bu durum, Türkiye ye oranla oldukça yüksek bir orandır. Fakat buna rağmen her ne kadar yabancı otlara karşı kullanılsalar da bulundukları ortamdaki diğer canlılara da açık bir tehdit oluşturmuyorlar mı? Örneğin yabancı otlara karşı kullanılan “herbisit” kullanıldığı alanda diğer canlılara zararı olup olmadığı gündeme geliyor mu? Kimyasal kullanılması, uçucu olmaları ve yapışkan olmalarından kaynaklı muhakkak o esnada havada uçan arı, kelebek, sinek, kuş vb. canlılara teması veya yapışması söz konusu olmuyor mu? Yukarıdaki sorulara cevap bulmak sanırım günümüzde çok da zor değil zira gelecek yıllarda daha da bariz bir hale gelmesi beklenmektedir. Bu ciddi konular ileride insanoğlunun ön göremediği nice sorunlara gebe kalınmıştır. Şekil 13’ de görüldüğü üzere %47 lik bir oranla kullanılan tüm ziraat ilaçlarının neredeyse yarısı olması ciddi bir sorun teşkil etmektedir.



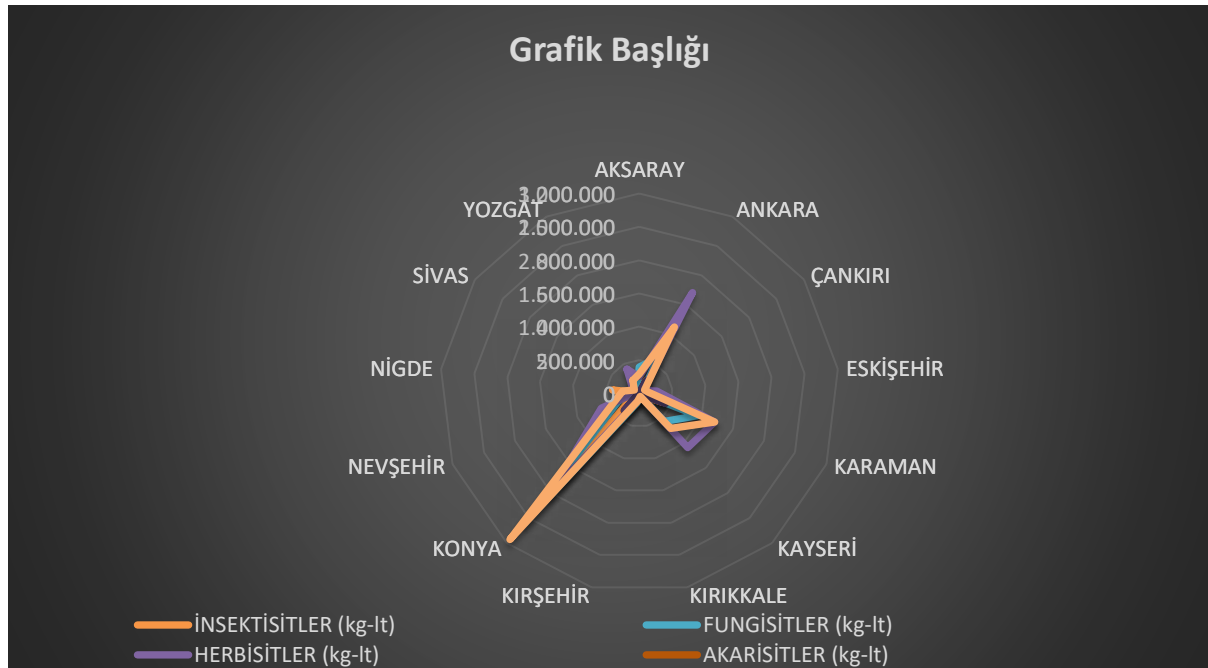
Şekil 13. Pestisit gruplarına göre Türkiye’de tarım ilacı kullanımı (Tiryaki, & Ark. 2010).

Yukarıdaki Şekil 13’de anlaşılaçağı üzere, Türkiye’de tarımsal alanlarda kullanılan zirai ilaçların Dünyadaki ilaç kullanımına göre farklılık göstermektedir. Dünyadaki böceklere karşı kullanılan “İnsektisitler” %29 iken Türk tarım arazilerinde %47 oranlarına kadar yükselmiş ayrıca yabani otlara karşı kullanılan ”Herbisitler” Dünya genelinde %47 iken Türkiye’de %24 oranlarındadır. Diğ r kısımda belirtilen ilaç kullanımında kemirgenlere, bakterilere ve virüs “Rodensitis, Bakterisit, Virisit” lere karşı kullanılan bu kimyasalların 13% oranla Türk tarım arazilerinde iken dünya genelinde %5 oranında olmuştur. Kısaca değ rlendirildiğ nde kullanılan zirai ilaçların kendi içerisinde oransallandığımda Türkiye’de direk canlı için kullanılan zirai ilaç tüm ilaçlara oranı Türkiye’de %60 lardadır. Dünyada bu oran ise %34 lerdedir. Nerete ise iki katı olan bu ilaçlama türk tarımında böcek, kemirgen, kuş vb. diğ r canlılara karşı fazlaca kullanılması ciddi anlamda sorgulanması gereken bir durumdur. Şekilde 13’de ifade edilen yüksek oranların gerçektende bu canlıların Türk tarım alanlarının böcek vb. fazlaca olmasınıdır yoksa bilinçsizce kullanılan ilalamalarıdır. Bu araştırması gereken bir durum olmuştur.

Tablo 1. Bitki Koruma Ürünlerinin Gruplara Ayrılmış Tablo (<https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM>)

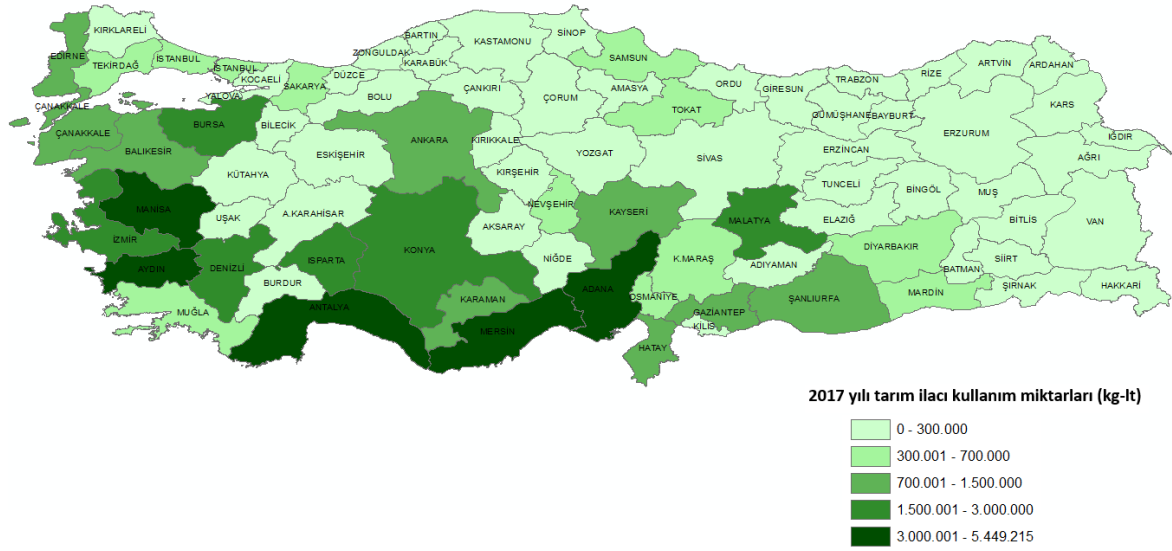
Bitki Koruma Ürünlerinin Gruplara Ayrılmış Olarak 2015-2016 Ve 2017 Yılları Kullanım Durumları							
YILLAR	İnsektisitler (Ton)	Fungisitler (Ton)	Herbisitler (Ton)	Akarisitler (Ton)	Rodentisit + Mollusisit (Ton)	Diğer (Ton)	Toplam (Ton)
2015	8.117	15.984	7.825	1.576	197	5.327	39.026
2016	10.425	20.485	10.025	2.025	259	6.835	50.054
2017	11.436	22.006	11.759	2.452	236	6.209	54.098

Tablo 1'e bakıldığı zaman "2015, 2016 ve 2017" yıllarındaki kullanım ilaçların cinslerine, miktarlarına ve yıllarına göre belirtilen zirai ilaçlar yıllar ilerledikçe kullanım miktarlarda artış gösterdiği aşikardır. Ayrıca 2015 ile 2017 yılları arasında bir yıl geçmesine rağmen kullanılan zirai ilaç oranı % 48 'lik bir oranda artması normal bir durum mudur? Türkiye de geçen bir yılda tarım arazisinde bir artış olmadığı yeni yeni tarım arazileri tarıma kazandırılmadığı düşünülürse. Araştırmamızın ilerleyen kısımlarında kullanılan zirai ilaçların bir sonraki yıla daha fazla kullanılması gerekliliğini oluşturması sorulmuş ve geri dönüşleri raporlaştırılmıştır.



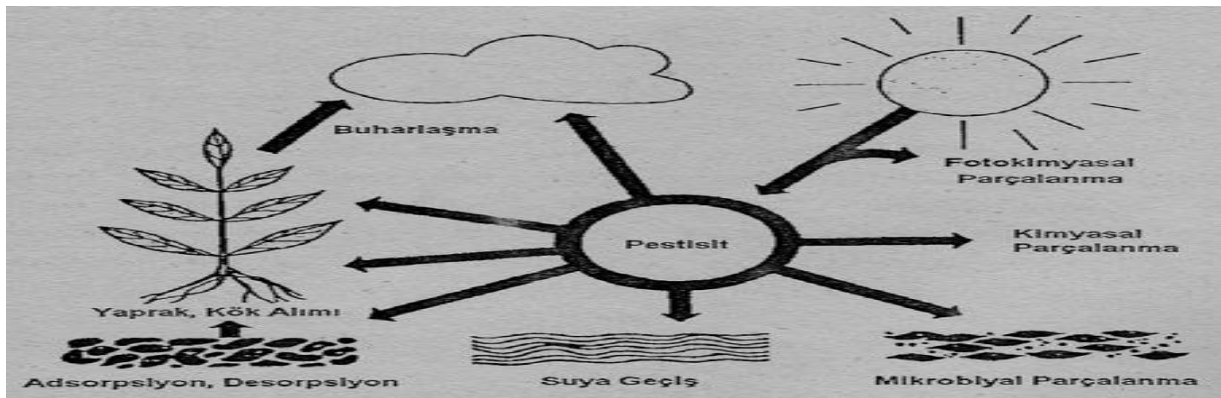
Şekil 14. Pestisit gruplarına göre İç Anadolu Bölgesi tarım ilacı kullanımı (<https://cevresehgostergeler.csb.gov.tr/tarim-ilaci-pestisit-kullanimi-i-85834>).

Şekil 14’de incelendiğinde İç Anadolu Bölgesinde ki illerde kullanılan zirai ilaç kullanım miktarları gösterilmiştir. Toplam ilaç kullanım miktarında 2,931,794 kg-lt ile birinci sırada Konya 1,208,411 kg-lt ile ikinci sırada Karaman 1.124,637 kg-lt ile üçüncü sırada Ankara İlleri yer almıştır. İyi Tarım Ürünlerine karşı ölçmek istediğimiz tüketici tutum ve davranışlarının yüz ölçüm ve nüfusa oranla bakıldığında araştırma bölgemiz olan Karaman İlinde kullanılan yoğun zirai ilaçlar bundan sonraki araştırmalar ve politika yapıcılar için anlamlı bir kazanım olması ihtimalini de güçlendirmiştir.



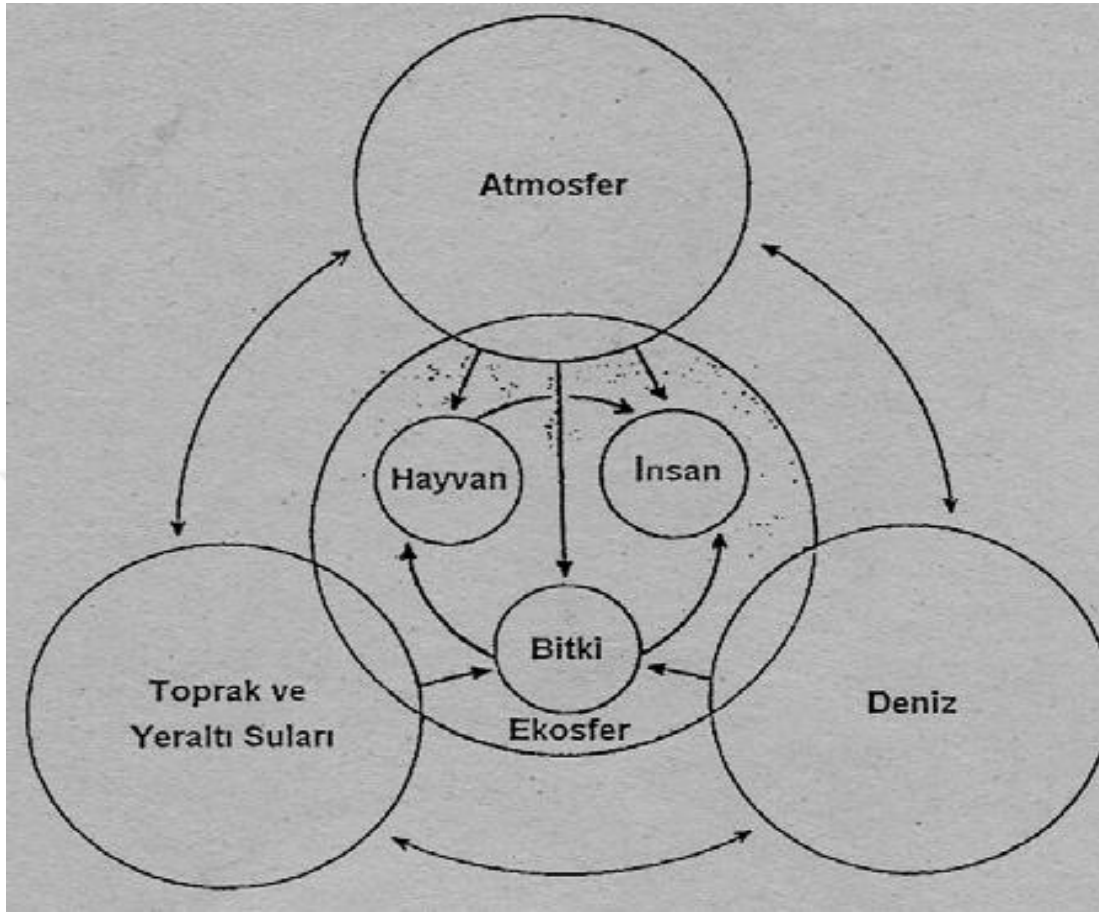
Şekil 15. Tarım ilaç kullanım haritası 2017 yılı (<https://cevresehgostergeler.csb.gov.tr>).

Şekil 15’ de görüldüğü üzere Karaman ili ve çevresi genel zirai ilaç kullanımında “7000,001-1.500.000” kg-lt kullanımı ile üçüncü bölgede yer almıştır. Tarım yapılabilir yüz ölçüme bakıldığında 327.058 ha. alana sahip olan Karaman ili ve çevresi için oldukça yüksek bir tarımsal ilaç kullanımı olduğunu söylemek mümkündür.



Şekil 16. Zirai ilaçların doğadaki davranışları (Tiryaki, & Ark. 2010).

Şekil 16’da anlaşılaçağı üzere kimyasal ilaçlar insanlara, hayvanlara, bitkilere, atmosfere, toprak yapısına, yer altı tatlı su ve tarımsal sulamada kullanılacak su kaynaklarına, denizlere ve göllerimize de ciddi tehditler barındırmaktadır.



Şekil 17. Zirai ilaçların çevreye etkileri (Tiryaki, & Ark. 2010).

Çevreye atılan zirai ilaçların doğadaki davranışları oldukça zorlu bir süreçtir. Bu süreçte Yukarıdaki Şekil 17’de anlaşılaçağı gibi kimyasal ilaçların güneş ışıkları etkileşime girerler. Bu şekilde fotokimyasal parçalanma, kimyasal parçalanma, mikrobiyal bir parçalanmaya maruz kalmaktadır. Bu parçalanmalar neticesinde bir takım yollar ile doğadaki davranışlarını belirlemiş olurlar. Kısaca gök yüzüne, toprağa, suya ve mikro organizmalara geçiş yaparlar. Buradan hareket ile pesimistler sadece meyve ve sebzeler yolu ile insanlara zarar vermekle kalmaz toprak, su ve diğer mikroorganizmalar yolu ile de insanlara zarar vere bilmektedirler. Yalnız bu zarar verme tarımsal gıdaları alırken ki gibi hızlı belirtileri ortaya çıkmadığı için tüketiciler, üreticiler, hükümetler ve diğer unsurlar tarafından dikkatten kaçabilmektedirler. Zirai ilaçların çevreye etkileri anlaşılaçağı üzere sadece bitkiler ile sınırlı kalmayıp tüm doğaya bununla birlikte atmosfer, deniz, yeraltı suları, toprak, ekosfer, bitki ve bütün canlılara dolaylı ya da dolaysız etki etmektedir.

İyi tarım uygulamalarında gübre kullanımı.

Gübre kullanımı toprakta kaybolan bir yada birden fazla elementlerin toprağa yeniden kazandırılması amaçlanmıştır. Bunu yapmaktaki amaç toprakta yetişen ürünün niteliğini ve miktarını artırmaktır. Ne var ki daha fazla verim elde etme isteği yüzünden üreticilerin toprağa daha fazla gübre atmaları toprağın yapısını çevreye ciddi şekilde zarar vermektedir. Tüm bunların yanı sıra bu kimyasal gübreler ciddi bir mali külfet olup toraktaki kaybolan elementlerin kazanımı için optimal dengeyi yani verimin maksimizasyonunu aştıktan sonra ne kadar fazla atılırsa atılsın birim alandaki verim değişmeyecektir. Değişen şey dahası artan şey sadece maliyet olacaktır. Bu yüzden iyi tarım uygulamalarındaki temel amaç bilinçsizce ve kontrolsüzce kullanılan kimyasal gübreleri denetlene bilinir olmasına olanak tanımaktır (Kacar, & Katkat, 2018). Tarım sahalarında kullanılan gübre yönetmeliği resmi gazetede belirlenmiş ve bu ölçüde iyi tarım uygulama yönetmeliği ile denetim sağlanmıştır. Bu kimyasal gübrelerin kontrolsüz kullanımı insan sağlığına zararlı olabildiği gibi çevreye de zararlı olmaktadır. Bu zararlılık durumu yer altı sularına karıştığı takdirde suda bulunan bitkilerin gelişiminde önem arz eden azot, nitrat gibi kimyasal maddeler yer altı suları ile tatlı su kaynaklarına, göllerine ve derelere karışarak su içerisindeki organizmalara zarar vermektedir. Ayrıca su içerisindeki yosun gibi yabancı bitkileri orantısız büyümelerini sağladıkları için su yataklarına ciddi zarar vermekte hatta bu su kaynakların, göletlerin ve gölerin bataklığa dönüşmesinde ciddi sorun olabileceği düşünülmektedir. Bu durum resmi gazetenin; ilgili ötrofikasyon maddesinde belirtilmiştir, “suların besin maddeleri, özellikle azot ve/veya fosfor bileşikler yönünden fazla ve daha yüksek yapılı bitkilerin üremesini hızlandıracak, böylece sudaki canlıların dengesini bozacak ve su kalitesinde istenmeyen bozulmalara yol açacak şekilde zenginleşmesini engellemek ve kontrol numune almak için kontrol noktalarının oluşturulması”, “*Resmî Gazete Tarihi: 11. 02. 2017 Resmî Gazete Sayısı: 29976*” (Resmi Gazete, 2020). Resmi gazetede belirtildiği üzere önlemler alınmıştır.



Şekil 18. Kimyevi gübre tüketim miktarları (<https://www.tuik.gov.tr/>).

Yukarıdaki Şekil 18 ‘de görüldüğü üzere Türkiye’de 1985 yılında bir buçuk milyon ton seviyesinde olan kimyasal gübre tüketimi 2020 yılına gelindiğinde üç milyon seviyesine yaklaşmıştır.

Araştırmanın Gerçekleştirildiği İl’in Özellikleri

Karaman ilinin coğrafi yapısı.

Karaman, 37.11 kuzey enlemleri, 33.15 doğu boylamları arasında İç Anadolu Bölgesinin güneyinde yer alır. Kuzeyinde Konya, güneyinde Mersin, doğusunda Ereğli, güneydoğusunda Silifke, batısında Antalya yer alır. Deniz seviyesinden yüksekliği 1.033 metredir. İlın genel yüzölçümü 8. 869 km²’dir. Karaman ilinin merkez ilçe dahil 6 ilçesi vardır. Bunlar; Merkez ilçe, Ayrancı, Başyayla, Ermenek, Kazımkarabekir ve Sarıveliler’dir (T. C. Karaman Valiliği, 2020).

Karaman ilinin iklimi, yağış durumu ve akarsuları.

Tablo 2. Karaman İli Tarım Alanlarının Sulama Dağılımı(<https://www.dsi.gov.tr/>).

Karaman İli Tarım Alanlarının Sulama Dağılımı					
Tarım Arazisi (ha)		Toplam Sulanan Arazi (ha)		Devlet Sulaması (ha)	
Halk Sulaması (ha)		İl Özel İdaresi		DSİ	
YÜS Sulaması		Kooperatif Sulamaları			
327. 058	109. 552	17. 764	33. 082	26. 938	31. 768

Tablo 2’de görüldüğü şekilde 327.058 ha alana sahip olan tarım arazisinin % 71’i yani 232.794 ha’ lık alanı sulanabilir alan olmasına karşın sulanan toplam alan miktarı 109.552 ha’dır.

Tablo 3. Karaman İli Tarım Alanlarının Yıllara Göre Sulma Dağılımı(<https://www.dsi.gov.tr/>).

Karaman İli Tarım Alanlarının Yıllara Göre Sulma Dağılımı						
Sulama Durumu	2002	%	2005	%	2019	%
Yüzey Sulama (ha)	49.092	89	61.709	86	38.471	35
Basınçlı Sulama(ha)	6.104	11	10.045	14	71.081	65
TOPLAM	55.196	100	71.754	100	109.552	100

Tablo'3 de görüldüğü üzere 2002 yılında Karaman ilinin sulanan tarım arazileri 55,196 ha. olup bunların % 11'inde basınçlı sulama yapılmakta iken, yapılan yatırımlar ve kullanılan kretilerle 2019 yılı sonunda sulanan tarım arazilerinin %65'inde basınçlı sulama sistemleri uygulanmıştır. Buradan anlaşıyor ki kuraklığa karşı tedbir amaçlı daha verimli sulama sistemlerine geçiş yapılmıştır. Bu açıdan tekrar bakılırsa yüz sulama 2002 tüm tarımsal sulamanın %89' u iken 2019 yılına gelince %35' e düşmüş durumdadır. Buradan çıkarılacak sonuç yıllar geçtikçe yer altı su kaynakları daha fazla kullanılmaya başlanıldığı görülmüştür.

Karaman ilinin arazi dağılımı.

Tablo 4. *Karaman İli Tarım Arazi Dağılımı (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).*

Karaman İli Arazi Dağılımı(ha)							
İlçe	Tarla	Bahçe	Sebze	Nadas	Süs Bitkileri	Kültür Arazisi	Çayır Mera
Merkez	1.563.800	252.464	114.005	76.413	-	2.006.682	827.880
Ayrancı	719.005	18.350	7.440	43.649	-	788.444	974.650
Başyayla	8.536	8.291	270	1.400	-	18.497	12.480
Ermenek	92.843	34.567	6.072	33.706	-	167.188	73.800
Kâzımka rabekir	196.559	5.343	7.185	11.016	-	220.103	47.000
Sarıvelile r	45.410	19.269	0	4.975	10	69.664	33.430
Toplam	2.626.153	338.284	134.972	171.159	10	3.270.578	1.969.240

Yukarıdaki Tablo'4 de Karaman'ın merkez ve ilçe bazında toplam tarla yüzölçümü 2.626.153 dekar olup bunun yarıdan fazlası Karaman merkezinde bulunmaktadır. Tarım arazileri, tarla, bahçe, nadas, süs bitkileri, kültür arazileri ve çayır mera arazileri oluşturmaktadır.

Tablo 5. Karaman İli Tarım Alanlarının Sulu/Kurak Dağılımı (<https://karaman.tarimorman.gov.tr/>).

Karaman İli Tarım Alanlarının Sulu, Kurak Ve Çayır/Mera Dağılımı					
İlçeler	Tarım Alanı			Çayır ve Mera	Yüzölçümü
	Sulu	Kuru	Toplam		
Ayrancı	8.596	70.248	78.844	97.465	244.745
Başyayla	789	1.061	1.850	1.248	19.671
Ermenek	3.170	13.549	16.719	7.380	112.040
Kazımkarabekir	5.232	16.778	22.010	4.700	40.108
Merkez	90.024	110.645	200.669	82.788	425.660
Sarıveliler	1.741	5.225	6.966	3.343	42.876
Toplam	109.552	217.506	327.058	196.924	885.100

Tablo'5 de anlaşılaçağı üzere Karaman'ın toplam tarım alan yüz ölçümü 885.100 hektardır. İlin arazilerinin % 37' si tarım arazileri, % 23'ü çayır mera arazileri oluşturmaktadır. Tarım arazilerinin %60'ı ise kurak arazilerden oluşmaktadır (Karaman Tarım Orman Müdürlüğü, 2020).

Tablo 6. Karaman İli Kültür Arazisi Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı (<https://karaman.tarimorman.gov.tr/>).

Kültür Arazisi Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı (ha)					
İlçe	Tarla Bitkileri	Bahçe	Sebze	Nadas	Toplam
Ayrancı	71.900	1.835	744	4.365	78.844
Başyayla	854	829	27	140	1.850
Ermenek	9.284	3.457	607	3.371	16.719
K. K. Bekir	19.656	534	719	1.102	22.010
Merkez	156.380	25.246	11.400	7.641	200.669
Sarıveliler	4.541	1.927	0	497	6.966
Toplam	262.615	33.828	13.497	17.116	327.058

Tablo'6 da Karaman ilinin 327.058 ha' lık alanında bitkisel üretim yapılmaktadır. Bitkisel üretim yapılan bu alanların % 80 tarla bitkilerine tahsis edilmiştir. Nadas alanı % 5.23 'lik paya sahiptir. Tarım arazilerinin % 10,34' ün meyvecilik, ve % 4.13'ün de sebzeçilik yapılmaktadır. Karaman'ın toplam yüzölçümü 8.851.001 dekar olup bunun % 37'sini tarım arazileri, % 22'sini çayır mera arazileri oluşturmaktadır (Karaman Tarım Orman Müdürlüğü, 2020).

Karaman ilinin dağları.

Karaman ili arazi bakımından genel olarak düzlüktür. Batısında Hacıbaba Dağı (2.481 m.), kuzeyinde Karadağ (2.271 m.), güneyinde Orta Toroslar (1.553 m. ile 3.227 m. arasında değişen çok sayıda dağ ve tepe) mevcuttur almaktadır (T.C. Karaman Valiliği, 2020).

Şekil 18' de Karaman il sınırları içerisinde bulunan eski bir yanardağ olan Karadağ ve çevresindeki tarım arazileri resimde verilmiştir.



Şekil 19. Karaman ili Karadağ üstten görünüm (Yıldırım, 2014).

Karaman ilinin jeolojik konumu.

Jeolojik açıdan Karaman, sağlam bir arazi yapısına sahip olup, 5'inci derece deprem kuşağında bulunmaktadır. Karaman ili deprem açısından riski en az bölgeler içinde yer almaktadır (T.C. Karaman Valiliği, 2020). Karaman, Orta Toroslar ile Orta Anadolu düzlüğünün birleştiği yerde bulunan Karaman ili Konya kapalı havzasını güneyinde üstü zengin alüvyonlardan oluşmuştur (Ardos, 2014).

Karaman tarımında öne çıkan tarla ürünleri ve Türkiye'deki yeri.

Tablo 7. Karaman Tarımında Öne Çıkan Tarla Ürünleri ve Türkiye'deki Yeri (<https://karaman.tarimorman.gov.tr/>).

Ürün Adı	2002				2019			
	Ekiliş Alanı (hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması		Ekiliş Alanı (Hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması	
			Ekiliş Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama			Ekiliş Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama
Buğday	109.610	244.788	36	32	87.704	211.915	30	33
Arpa	81.250	217.847	14	10	65.518	172.528	12	15
Nohut	14.749	17.172	17	11	20.838	26.342	8	8
Mısır (dane)	1.440	2.853	36	40	33.489	346.464	5	5
Fasulye(Kuru)	8.918	24.522	5	2	8.958	25.826	3	3
Şekerpancarı	6.432	317.632	18	13	7.397	478.000	10	10
Ayçiçeği	1.505	1.355	32	33	8.399	24.167	22	16
Yonca	3.869	32976	20	18	4.022	234.140	35	21
Fiğ(Yeşil Ot)	1.306	11.301	42	26	6.109	113.353	19	10

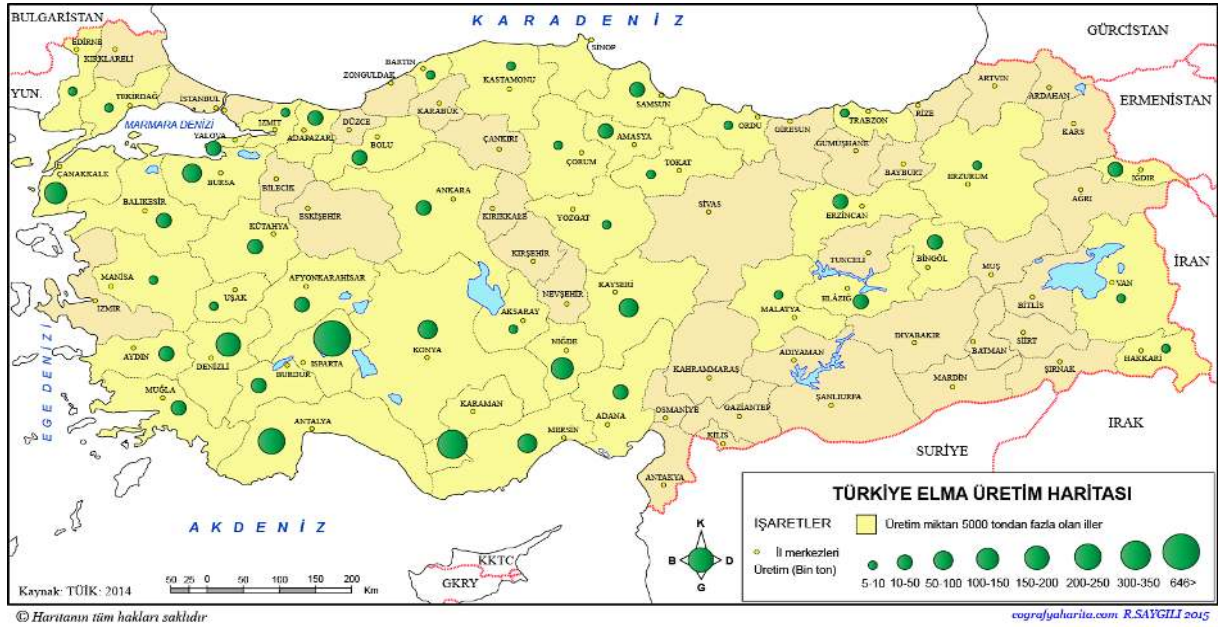
Tablo’7 de anlaşılaacağı üzere Türkiye’de kuru fasulye üretiminin %11,5’i, nohut üretiminin % 4,18 ’i ve şeker pancarı üretiminin % 2,64’ü, dane mısır üretiminin % 5.77 ‘si Karaman ilindeki tarım arazilerinden karşılanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye içerinde Karaman ili; kuru fasulye üretiminde 3. ve dane mısır üretiminde ise 5. sırada yer almaktadır (Karaman Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü 2021).

Karaman tarımında öne çıkan meyve ürünleri ve Türkiye’deki yeri.

Tablo 8. *Karaman Tarımında Öne Çıkan Meyve Ürünleri ve Türkiye ’deki Yeri (https://karaman.tarimorman.gov.tr/).*

Karaman Tarımında Öne Çıkan Meyve Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri								
Ürün Adı	2002				2019			
	Ekiliş Alanı (Hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması		Ekiliş Alanı (Hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması	
			Ekiliş Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama			Ekiliş Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama
Elma	16.622	211.941	2	3	20.678	485.363	3	2
Üzüm	19.036	112.030	11	8	4.273	44.323	21	17
Zeytin	703	3.781	21	18	2.240	1.998	21	23
Kiraz	344	6.439	23	11	1.927	10.422	13	17
Ceviz	343	4.240	9	2	1.721	4.782	25	14
Badem	129	1.823	11	7	1.252	3.958	12	11
Armut	277	6.869	17	8	358	7.409	12	12
Kayısı	80	5.820	35	10	260	2.723	21	20

Tablo’8 deki şelikde anlaşıldığı gibi, Karaman ili elma ağaç sayısı bakımından Türkiye’de birinci üretimde ise ikinci sırada yer almaktadır (Karaman Tarım Orman Müdürlüğü, 2020).



Şekil 20. Türkiye elma üretim haritası (<http://cogrfyharita.com>, 2021)

Karaman ili Türkiye genelinde Şekil 19’ deki haritada anlaşılacağı gibi Isparta ilinden sonra ikinci sırada yer almaktadır (Karaman Tarım Orman Müdürlüğü, 2020).

Karaman tarımında öne çıkan sebze ürünleri ve Türkiye’deki yeri

Tablo 9. Karaman Tarımında Öne Çıkan Sebze Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri (<https://karaman.tarimorman.gov.tr/>).

Karaman Tarımında Öne Çıkan Sebze Ürünleri ve Türkiye’deki Yeri

Ürün Adı	2002				2019			
	Ekiliş Alanı (Hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması		Ekiliş Alanı (Hektar)	Üretim (ton)	Türkiye Sıralaması	
			Ekilişe Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama			Ekilişe Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama
Karpuz	1.203	41.070	29	26	1.918	82.553	14	14
Soğan(Taze)	348	5.825	12	11	307	5.945	6	6
Kavun	350	5.120	41	46	1.107	35.324	20	14
Fasulye (Taze)	1.014	5.986	16	21	915	11.146	12	12
Hıyar	905	20.085	12	13	959	41.262	9	11

Tablo 9. Devamı

Lahana	688	16.401	10	9	469	15.615	14	12
Ispanak	1.241	9.830	5	7	392	3.021	12	17
Kabak (çerezlik)	3.200	109	9	12	756	858	8	8

Tablo'9 da öne çıkan sebze ürünlerinde ise; Türkiye genelinde soğan(taze) altıncı, fasulye(taze) on ikinci, karpuzda ise on dördüncü sırada yer almaktadır. Yalnız burada üzerinde durulması gereken diğer bir hususta hıyar ekiminde dokuzuncu üretiminde ise on birinci olması aynı şekilde ıspanak ekiminde on ikinci üretiminde ise on yedinci sırada olması ekim sıralamasına göre hıyar, ıspanak üreticileri için, verim kaybı olduğuna işaret olabilir. Diğer açıdan bakılırsa kavun ekiminde yirminci üretiminde on dördüncü, lahana ekiminde on dördüncü üretiminde ise on ikinci olması kavun ve lahana üreticileri için olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir.

Karaman ilinde sanayi ve tarıma dayalı sanayiler.

Karaman ili, 8.869 km² lik yüz ölçümü, 252.000 nüfusu ile Türkiye'nin en çok nüfusa sahip ilk 10 ilinin 6'sının merkezindedir. Verimli topraklara sahip olan Karaman'ın sanayi yapısı incelendiğinde Karaman İmalat Sanayisinin büyük oranda tarıma dayalı olarak geliştiği görülmektedir. İmalat gıda sanayinin alt grubu olan bisküvi, çikolata, kek ve gofret sektöründe Karaman, ülke üretiminde önemli bir yere sahiptir. Ülkemizdeki bisküvi, gofret, kek, çikolata ürünlerinin yaklaşık %35'i Karaman'da üretilmektedir ayrıca yurt içinde üretilen bulgurun %20'si Karaman'da üretilmektedir. Karaman elma üretimi miktarında %15'lik pay ile ülkemizde en büyük 2. üretici ildir. Sertifikalı elma ağaç sayısında da Türkiye'de 1. Sırada yer almaktadır. Kısa vadede ilimizin elma üretiminde 1.sırada olacağı ön görülmektedir. Ayrıca; arpa (malt), kuru fasulye, nohut, ceviz, kabak, yulaf, soğan, şeker pancarı ve badem üretiminde ülkemizde ilk 10 sırada yer almaktadır. Gıda imalat sanayi; ambalaj, hammadde, makine gibi çeşitli alt sektörleri tetiklemiş ve Karaman tamamıyla kendi kendine yete bilen bir gıda şehri konumuna gelmiştir. Buna bağlı olarak 2019 yılında 266 milyon dolar ihracat ve 109 milyon dolar ithalat rakamı ile Karaman 157 milyon dolar dış ticaret fazlası veren ve bunların büyük bir kısmını tarım ve tarıma dayalı sanayi den sağlayan önemli bir üretim şehridir. Karaman'dan yaklaşık 160 ülkeye ihracat yapılmaktadır. Karaman son 17 yılda dış ticaret hacminde ve ihracatta 7 kattan fazla artış sağlamıştır (Karaman Sanayi ve Ticaret Odası, 2020).

Tablo 10. Tarıma Dayalı Sanayi Faaliyet Kolları (<https://karaman.tarimorman.gov.tr>).

Karaman İli Tarıma Dayalı Sanayi Faaliyet Kolları

Faaliyet Konusu	İşletme Sayısı	Faaliyet Konusu	İşletme Sayısı
Alkollü ve Alkolsüz içecek üretimi	2	Pasta, börek, hamur ve sütlu tatlılar gibi her türlü pastacılık ürünleri üretimi	30
Bisküvi, çikolata, kakaolu ve benzeri ürünler üretimi	18	Süt ve süt ürünleri üreten iş yerleri (Toplama merkezleri dâhil)	17
Bulgur üretimi	5	Şeker paketleme	3
Diğer Gıda Üreten İşyerleri	1	Şekerleme üretimi	2
Doğal veya fabrikasyon olarak kurutulmuş gıda, kuruyemiş işleme	6	Tahin, helva ve pekmez üretimi	11
Ekmek ve ekmek çeşitleri üretimi	36	Meyve sebze paketleme ve işleme	6
Et ve et ürünleri üretim tesisleri (sakatat temizleme ve işleme yerleri)	1	Un üretimi	21
Gıda ile temas eden madde malzeme üretimi	17	Unlu mamuller üretimi	203
Hazır yemek, tablot yemek üretimi	17	Yeniden ambalajlama/Gıda ambalajlama	1
Hububat ve bakliyat üretimi	3	Yumurta paketleyen iş yerleri (Sıvı Yumurta Dahil)	9
Makarna ve irmik üretimi	1	Zeytinyağı üretimi (yağhaneler hariç)	2
Toplam			412

Yukarıdaki Tablo'10 da anlaşılaçağı üzere 412 tarıma dayalı sanayi faaliyet kolu olmakla beraber yaklaşık %82 gıda ürünleri kalan kısım ise gıda üretimine hizmet eden paketleme, ambalaj ve gıdaya temas eden ürünlerin üretimi şeklinde dağılım göstermiştir (Karaman Sanayi ve Ticaret Odası, 2020).

İlgili Araştırmalar

İyi tarım uygulamalı ürünleri incelerken çevre hassasiyeti, yeşil ürün, sürdürülebilir tarım, insan sağlığı, ekolojik tarım ve gıda güvenliği gibi kavramlar ile beraber incelenmiş ve bu kavramda daha önce yapılan çalışmalar incelenmiştir.

Tablo 11. *İlgili Literatürde Yapılan Çalışmalar ve Elde Edilen Sonuçlar*

Yazar(lar) Yayın Yılı	Bulgular ve Sonuç
Ceylan, E. & Alagöz, Başaran, S. (2020).	Türk tüketicilerin karar verme tarzlarının organik gıda satın alma üzerine etkisini belirlemektir. Bu çalışmanın analiz sonuçlarına göre tüketicilerin karar verme tarzları cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir ve eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Aynı şekilde organik gıda satın alma ile çocuk sahibi olup olmama ve organik gıda satın alma arasında da farklılık bulunmuştur. Tüketici karar verme tarzları ile organik gıda satın alma arasında ilişkiyi test etmek için korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuç olarak tüketici karar verme tarzı boyutlarının (mükemmeliyetçilik, fiyat odaklılık, düşünmeden alışveriş ve alışkanlık) organik gıda satın almayı etkilediği tespit edilmiştir.
Korucuk, N. & Çetin, F., A. (2019).	Akademisyenlerin, çevreye duyarlılıkları ile yeşil pazarlama faaliyeti farkındalıkları arasında pozitif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Bunun sonucunda çevreye karşı duyarlı olan akademisyenlerin yeşil pazarlama faaliyeti farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Azak, Ş. (2018).	Bu çalışmada katılımcılara alternatif üretim yöntemleri hakkında en çok nereden bilgi aldıkları sorulmuş olup, %38.10' u arkadaşlarından %19.05' i ise aile çevresinden en çok bilgi aldıklarını belirtmişlerdir. Aynı şekilde en az nereden bilgi aldıkları sorulduğunda ise %57.14' ü en az Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığın dan bilgi aldıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda üretim modellerine göre bilgi alma uzman olmayan kişiler, arkadaş ve aileden bilgi alırken tüketicilerin yarısından fazlası Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığın dan az düzeyde bilgilendiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar tarafından yaz mevsiminde en çok tercih edilen doğal domates %57.14 iken, en az tercih edilen domates ise %4.76 ile iyi tarım uygulamaları ile üretilen domates tercih edilmiştir. Katılımcıların kış mevsimi domates tercihi görülmektedir. Kış mevsiminde en çok tercih edilen domates organik domates %37.5 ve iyi tarım uygulamalı domates % 31.25 iken, en az tercih edilen ise % 12.5 ile doğal domates olmuştur.
Yaşar, G. (2017).	İTU'nın üretici, tüketici ve Migros üzerindeki yansımalarına yönelik bir araştırma yapmıştır. Bu çalışmada iyi tarım ürünlerinin Migros üzerinde olumlu bir etki yarattığı özellikle tavuk ve et satışını yükselttiği sonucuna varılmıştır.

Tablo 11. *Devamı*

Eryılmaz, Demiryürek, & Emir (2015).	AB’de organik gıda ürünlerinin tüketiminin düzenli olduğunu Türkiye’de ise düzensiz ve minimum seviyede olduğunu tespit etmiştir. Bunun üzerine bu sorunun kaynağına inilerek AB ve Türkiye’deki birbirine benzeyen ve farklılık gösteren davranış biçimleri ortaya konulmuş ve konuya dair çeşitli çözüm önerileri getirilmiştir. Çalışmanın bütününe bakıldığında pazara ulaşım, fiyatların makul seviyeye çekilmesi, tüketicinin bu ürünler hakkında bilgilendirilmesi gibi gereksinmelerin olduğu ve sürdürülebilirliğin sağlanması için tüketici odaklı bir yaklaşımın izlenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.
Armağan, E. & Karatürk, E. H. (2014).	Aydın ilinde çevrecilik ve çevreye duyarlı satın alma eğilimleri demografik açıdan anlamlı bir farklılık görülmüştür. Tüketicilerin çevreye duyarlı ürün tercihlerinde gelir durumlarının önemli bir derecede etkili olduğu anlaşılmıştır. Aynı zamanda tüketicilerin eğitim durumları arttıkça çevre hassasiyeti artmakta ve ürün tercihlerinde gelirleri yükseldikçe çevreye duyarlı ürün tercihi artmakta oldu görülmüştür.
Gürses, S. & T. (2014).	Tüketicilerin organik ürün satın almaya yöneltecek faktörlerin güven, sağlık anlamda olumlu etki inancı, fiyatın makul seviyeye çekilmesi ve kolay erişim olduğunu ve organik ürünlerle ilgili temel problemlerin de ürün çeşitliliğinin sınırlı olması, tüketici bilincinin düşük olması ve pazarlama stratejisinde yapılan hatalar olduğunu söylemek mümkündür.
Karkacier, O., & Karabaş, S. (2013).	2013 yılında tüketiciler üzerinde yapılan bu çalışmada, İTU’nı duyan ve bilgisi olanların İTÜ tüketme olasılığı 13,44 kat fazla olacağı varsayımında bulunmuşlardır. İTU’ nın başarılı olması açısından son derece önemli bir bulgu olduğunu ortaya sürmüştür. İTU ve İTÜ hakkında bilgili olanların çok yüksek bir oranda iyi tarım ürünü kullanması söz konusudur İTU’nın tarım sektöründe oluşabilecek tehditleri önlemek adına kontrollü ve denetimli bir üretim sistemi olarak her alana ve her bölgeye yaygınlaştırılarak geliştirilmesi gerektiği ve bu işin de devletin kurumları tarafından yürütülmesi gerektiği sonucuna araştırmacılar varmıştır.

Onurlubaş, E.
(2011).

İlgili araştırmada Tüketicilerin, %68,6' sının gıda güvenliği kavramını duyduğu, %31,4' ünün ise bu kavramını duymadığı belirtilmiştir. Tüketicilerin gıda ürünlerini tercih ederken daima en fazla son kullanma tarihine baktıkları anlaşılmıştır. Bunun dışında gıda güvenliğiyle ilgili bilgileri en fazla radyo-televizyon programlarından edindikleri ve gıda satın almada en çok TV reklamlarından etkilendikleri ifade etmişlerdir. İlgili araştırmada sebze - meyve, ve kırmızı et ürünlerini nereden tedarik ettikleri konusunda manav ve kasap gibi konusunda uzmanlaşmış sadece meyve/sebze ve et ürünleri satan geleneksel satış yerlerini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin yarısından fazlasının gıdaların üretildiği ve satıldığı yerlerde insan sağlığına ve hijyen koşullarına gerekli önem göstermedikleri saptanmıştır. Ayrıca tüketicilerin %75,8 gibi büyük bir kısmı, sağlıklı ve güvenilir gıda ürünleri için fazladan ödeme yapmaya gönüllü oldukları belirlenmiştir.

Hurma, H.,
Yılmaz, F., &
Demirkol, C.
(2010).

Tüketiciler yeterli bilgilendirme olmadığı için organik tarım ile iyi tarım arasındaki farkı bilmiyor olması bunda reklam ve bilgilendirmenin yetersizliğinden kaynaklı olduğunu belirtmiştir. Bunu destekleyen bir diğer yargıda “iyi tarım uygulamalarında kimyasal ilaç, gübre vb. kullanılmaz” yargısına tüketicilerin çekimser kalmasıdır. Bunun yanı sıra tüketiciler iyi tarım ile geleneksel tarımın farklı olduğunu ifade etmişlerdir. Örnek olarak sorulan, “İyi tarım ürünleri ile geleneksel ürünler arasından sağlık açısından bir fark yoktur ”yargısına tüketiciler ortalama ile “katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Bu durum tüketicilerin iyi tarım ürünlerini geleneksel olarak üretilen ürünlerden farklı bir yere koyduğunun göstergesidir.

Özbek Ş.F., &
Fidan, H.(2009)

Bu çalışmada, gıda üreten işletmeler güvenilir gıda üretimi yapabilmek amacıyla çeşitli gıda güvenliği yönetim sistemleri uygulanması gerektiği vurgulanmıştır. Genel olarak kabul görmüş yönetim sistemlerini; “tehlike analizi” ve “kritik kontrol noktaları”, “iyi tarım uygulamaları”, “iyi üretim uygulamaları”, “iyi hijyen uygulamaları”, “iyi laboratuvar uygulamaları”, “iyi dağıtım uygulamaları”, “iyi ticaret uygulamaları”, “iyi veteriner uygulamaları” olarak ifade etmişlerdir. Şeklinde derleme çalışması yapmıştır.

Çabuk, S.
Nakıboğlu, B., &
Keleş, C.
(2008).

Yeşil ürün şeklinde ifade edilen ürünler; insan yada hayvan sağlığına tehdit içermemeli, üretiminde ve tüketiminde çevreye zarar vermemeli, çevreye zararlı madde içermemeli, üretiminde fazla enerji tüketmemeli şeklinde tanımlanmış ve ilgili araştırma yürütülmüştür. Yapılan bu çalışmada kadınların erkeklere göre daha fazla yeşil ürün satın alma davranışında bulunduğu görülmüştür. Tüketicilerin medeni durumlarına göre ise; evlilerin daha fazla yeşil ürün satın alma davranışında bulunduğu anlaşılmıştır. Eğitim durumlarına göre ise, eğitim durumları bireylerin arttıkça yeşil ürüne daha fazla olumlu baktıkları tespit edilmiştir. Son olarak ise genç bireylerin yeşil ürünlere daha fazla hassas oldukları belirtilmiştir.

Tablo 11. *Devamı*

Çabuk, S. Nakıboğlu, B. (2003).	Yapılan bu çalışmada tüketicilerin çevreci hassasiyet düzeyleri ile çevreci ürünlerin farkında olma düzeyleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçları tüketicilerin çevreci duyarlılıkları ile satın alma davranışları arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Sonuçlara göre yüksek çevreci hassasiyete sahip tüketicilerin, çevreci satın alma davranışlarının düzeyi de yüksektir şeklinde ifade edilmiştir.
---------------------------------------	--

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Yöntem

Araştırmada nicel verilerinin elde edildiği anket formundan yararlanılarak çevrimiçi anketler, e-posta, whatsapp uygulamaları ve sosyal mecralarda gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 2 bölüm ve 67 ifadeden oluşmaktadır. Araştırma evreni çok geniş olup tüm tüketicilere ulaşmak imkansızdır. Bu yüzden ana kütleyi oluşturan tüketicilerin hepsinin örneklemde bulunma varsayımının seçilme şansına sahip olan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s.74). Birinci bölümde yer alan demografik ifadeler, aylık gelir durumları, gıdaları nerelerden satın aldıkları, iyi tarım uygulamalı ürün sertifikalarının görülüp görülmediği, iyi tarım uygulamalı ürünler için daha fazla ücret ödeme istekliliği ile ilgili vb. ifadeler yer almaktadır.

İkinci bölümde, iyi tarım ürünü tüketicisi olan kişilerin iyi tarım ürünü tüketme eğilimleri, tüketici davranışları, tutumları, iyi tarım ürünler konusundaki isteklilik düzeyleri, çevresel tutum soruları, çevreci davranış bilinirlik ile ilgili ifadeler bulunmaktadır. Çalışmanın ana materyalini, Karaman ili kent merkezinde ve ilçelerdeki bireylerin iyi tarım uygulamaları hakkında eğilimlerini ve bilgilerini ölçmeye yönelik anket çalışması yapmak ve sonucunda elde edilen verileri oluşturmaktır. Ayrıca; ikincil verilerden de istifade edilmiş olup, ilgili ikincil veriler; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kayıtları, ETO (Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği), IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), FIBL (Forschungs Institut für Biologischen Landbau), FAO (Food and Agriculture Organization), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) kaynaklarından faydalanılmıştır. Aynı zamanda konuyla ilgili olan ulusal ve uluslararası araştırma bulgularından, araştırma raporlarından ve istatistiksel verilerden de yararlanılmıştır.

Araştırmaya Katılım

Çalışmanın ana materyalini, Karaman ili kent merkezinde ve köylerinde bireylerin iyi tarım uygulamaları hakkında tutum ve davranışları oluşturmuştur. Ayrıca araştırmaya katılan kişilerin (iyi tarım uygulamalı ürün tüketicisi olsun ya da olmasın) demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler da bulunmaktadır. Bunun yanı sıra öğrenim durumlarıyla İyi tarım uygulamalı ürün ve organik ürün tüketimi arasında bir ilişki olup olmadığı, öğrenim

durumlarına göre, iyi tarım uygulamalı ürün satın alma sıklığı ve benzeri konular tablo, grafik ve istatistiksel yöntemler kullanılarak ele alınmıştır.

Veri Toplama Teknikleri ve Araçları

Tüketicilerin tutumlarını doğrudan ölçme amacı ile önermeler sorulmuş ve bu bağlamda (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyor/Ne Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde likert (beşli) tutum ölçeği kullanılmıştır. Toplam 50 ifade Likert olarak sorulmuş ve ilgili faktör yükleri bulunmuştur. Bu 50 madde için yapılan pilot araştırma sonrasında 10 Adet madde araştırma dışı bırakılmıştır ve 40 adet madde için anket uygulaması yapılmıştır. Uzun ve Sağlam (2006) tarafından geliştirilen “Çevresel Tutum Ölçeği”, J. Aaker ‘in (1997) “Marka Kişiliği Ölçeği” ve Ajzen’in “Planlanmış Davranış Teori” çalışmalarından yararlanılmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen veriler uygun istatistiksel programlar yardımıyla (SPSS-25) değerlendirilmiştir.

Süreç ve Uygulama

Formlarının hazırlanmasında daha önce yapılan benzer çalışmalar kullanılmıştır. Anket çalışması, farklı eğitim seviyesi, farklı gelir düzeyi ve farklı yaş düzeyinde satın alma bilincinde olan bireylerle 15 Eylül 2020 ile 15 Ekim 2020 tarihinde çevrim içi olarak telefon, mail ve sosyal mecralardan yararlanılmak üzere yapılmıştır.

Veri Analizi

Anket sonuçlarının analiz edilmesi aşamasında bütün ifadelere ait alınan cevapların frekans ve yüzdesel frekans tabloları düzenlenerek sonuçları değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Bir sonraki aşamada bireylere yöneltilen değişkenlerin birbirlerinden bağımsız olup olmadıklarına dair bilgi edinme amacıyla çapraz tablolar düzenlenmiş ve ki-kare testleri, bağımsız örneklem T-Testi ve tek yönlü ANOVA analizleri ile test edilerek sonuçları yorumlanmıştır. İlgili çalışmamızda Ki-kare testi kategoriksel veriler için uygun olduğu görülmüştür. Bu test kullanılarak oranların eşitliği test edilmiştir. Bağımsız örneklem T-Testi iki örneklem grubu arasında, tek yönlü ANOVA analizleri ise çok örnek grubu ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılmıştır. Bu bağlamda T-Testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup ana kütlenin standart sapmasının bilinmediği ve ana kütlenin parametrelerinin hipotez testinde kullanılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenirlik

Faktör analizi öncesi, ölçeğin sınamaya uygun olup olmadığının gösterilmesi için Bartlett'in küresellik testi ve KMO (Kaise-Meyer-Olkin) testi yapılmıştır. Bartlett testi bir küresellik sınaması olup, verilerin birbirleriyle ilişkili olup olmadığını göstermektedir. Eğer $\text{sig.} > 0.05$ ise değişkenlerin birbirleriyle ilişkisiz olduğu anlamına gelir. Böyle bir veriye faktör analizi uygulanmaz. Kaiser, Mayer, Olkin (KMO) testi ise örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygunluğunu sınamaktadır. Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda genellikle KMO değerinin 0,60'dan büyük olması örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Her iki testte de sonuçların beklenen değerlerin altında çıkması durumunda faktör analizine devam edilmez (Göktaş, 2017).

Tablo 12. *KMO and Bartlett's Testi*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,885
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2349,809
	Df	153
	Sig.	,000

Yukarıdaki Tablo 12' de görüldüğü gibi Tüketici Davranışları ve Marka Tutum Ölçeği' nin KMO değeri 0,885; Bartlett'in küresellik değeri 2349,809 bulunmuştur ve 0,000 düzeyinde de anlamlıdır. Diğer bir ifade ile Tüketici Davranışları Tutum ölçeği için geliştirilen ölçekteki ifadeler Bartlett'in küresellik testine göre birbiri ile ilişkilidir ve KMO testine göre örneklem büyüklüğü yeterlidir. Bu sonuca göre ölçek faktör analizi yapmak için uygundur.

Faktör Analizi ölçekteki ifadelerin hangilerinin birbiri ile yakın algılandığını analiz eder. Faktör analizi belirli bir kavramı ölçen çok sayıdaki değişkeni birbirleri ile olan ilişkisini incelemek amacı ile bu değişkenleri gruplar halinde bir araya getirmek için kullanılan istatistiki bir yöntemdir (Göktaş, 2017). Faktör analizinde ölçekte yer alan bir maddenin tanımlanacak olan bir faktörde yer alıp almaması, o faktörle olan ilişkisini gösteren yük değerinin yüksek olmasına bağlıdır. Bir faktörde yüksek yük değeri gösteren maddeler faktörün tanımladığı yapıyı ölçen maddeler olarak adlandırılır. Madde faktör yük değerinin genellikle 0.45 ve daha yüksek olması istenmektedir (Demirel, 2013).

Tablo 13. Araştırma Faktör Yük Dağılımları

Faktörler ve İfadeler:	f1	f2	f3	f4	f5	f6
f1- İTÜ' nin Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı						
f2-İTÜ'nin Çevreye Duyarlılığı						
f3-İTÜ'nin Yüksek Fiyat Algısı						
f4- İTÜ'nin Satın Alma Algısı						
f5- İTÜ'nin Bilinirlik Algısı						
f6- İTÜ'nin İmaj Algısı						
Tsa_S10- İyi tarım uygulamaları, insan sağlığına ve çevreye zarar veren kimyasalların kullanılmasına karşı çıkar.	650					
Tsa_S12- İyi tarım ürünleri daha sağlıklıdır.	807					
Tsa_S13- İyi tarım ürünleri daha lezzetlidir.	800					
Tsa_S14- İyi tarım ürünleri daha dayanıklıdır.	598					
Tsa_S15- İyi tarım uygulamalarının çevreyi koruduğunu düşünüyorum.	705					
Tsa_S16- İyi tarım ürünlerinin yeterince sağlıklı olduğunu düşünüyorum.	633					
Tsa_S17- İyi tarım ürünlerinin kokusunun diğer ürünlere göre daha belirgindir.	641					
Tçd_S26-Tarımsal ilaçlamaya bağlı olarak meyve/sebzelere atılan ilaçların böceklerin yanında çevrede yaşayan diğer canlılara da zarar verdiğini düşünüyorum.		,708				

Tablo 13. *Devamı*

Tçd_S27- Tarımsal ilaçlamaya bağlı olarak meyve/sebzelere atılan ilaçların böcekleri öldürmesi beni vicdani olarak rahatsız ettiğini düşünüyorum.		,537				
Tçd_S28- Kontrolsüz ve denetimsiz tarımsal ilaçlama doğaya zarar verdiğini düşünüyorum.		,671				
Tçd_S30- Tarımsal ilaçlamaya bağlı olarak yer altı suları kirliliğinin gelecekte çok önemli sorunlara neden olacağını düşünürüm.		,765				
Tçd_S31- Tarımsal ilaçlamaya bağlı olarak meyve/sebzelere atılan ilaç miktarı bir sonraki yılda daha fazla atılmasına neden olacağına inanıyorum.		,674				
Tçd_S32- İyi tarım ürünlerini ve çevre ile ilgili yeterince yasal düzenleme yoktur.		,467				
Tçd_S33- Zirai ilaç kullanılmayan veya az kullanılan ürünlerin daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum.		,534				
Tfa_S16- İyi tarım ürünleri çok üretilmediği için piyasada az bulunan ürünlerdir.			,452			
Tfa_S19- İyi tarım ürünleri ve organik tarım ürünlerinin fiyatları yüksektir.			,566			
Tfa_S22- İyi tarım ürünleri kolay kolay bulunmaz.			,767			
Tfa_S34- İyi tarım Sertifikalı ürünler kesin daha pahalıdır.			,680			
Msa_S11- İyi tarım ürünleri insanların rahatlıkla kullanabileceği ürünlerdir.				,682		
Msa_S35- İyi tarım sertifikalı tarım ürünleri normal ürünlere göre daha pahalı da olsa satın alırım.				,727		

Tablo 13. Devamı

Msa_S38- İyi tarım ürünlerini genellikle her mevsim tüketirim.				,624		
Msa_S42- İyi tarım ürünleri her zaman güvenilirdir.				,601		
Msa_S43- İyi tarım ürünleri bulmak için çaba sarf etmeye gönüllüyümdür.				,736		
Msa_S47- Sebze/Meyvelerin hangisinde sertifika var ise onu tercih ederim.				,683		
Mba_S4- İyi tarım uygulamaları ile organik tarım ürünlerinin aynı olduğunu düşünüyorum.					,750	
Mba_S5- İyi tarım ürünleri ile köydeki ürünlerin aynı olduğunu düşünüyorum.					,676	
Mba_S33- İyi tarım ürünleri ile geleneksel ürünler arasında bir fark olduğunu düşünmüyorum.					,463	
Mba_S44- Doğal Ürün ile İyi tarım ürünü aynıdır.					,803	
Mba_S45- Organik tarım ile İyi tarım ürünü aynıdır.					,774	
Mij_S19- İyi tarım ürünleri ve organik tarım ürünlerinin sertifikalarına güven duymuyorum.						,579
Mij_S20- İyi tarım ürünlerin dış görünüşü kötü olduğunu düşünüyorum.						,649
Mij_S23- Piyasadaki İyi tarım ürünleri ile ilgili bilgi kirliliğinin fazla olmasından dolayı tercih etmiyorum.						,631
Mij_S48- Tarım ürünlerine böcek veya zararlılardan korunması için kimyasal ilaçlama yapılmasını doğru buluyorum.						,678
Mij_S49- Zirai ilaç kullanılan ürünlerin daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum.						,660
Mij_S50- Sebze/Meyveleri fiyat olarak en ucuz hangisi ise onu tercih ederim.						,547

Yukarıdaki Tablo 13’ de “İTÜ’ nin Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı”, ”İTÜ’ nin Çevreye Duyarlılığı” , ”İTÜ’ nin Yüksek Fiyat Algısı”, ”İTÜ’ nin Satın Alma Algısı”, ”İTÜ’ nin

Bilinirlik Algısı”, ”İTÜ’nin İmaj Algısı” faktör yükleri verilmiştir. Bu faktörlere Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış ve ilgili ifadelerin faktörlere göre yükleri verilmiştir. Tablo 13’ de görüldüğü üzere faktörlere yükleri 0,45’ in üzerinde çıkmıştır. Faktör yükleri 0,45’in altında çıkan 5 ifade ise araştırmanın dışında tutulmuştur.

Tablo 14. *Araştırma Güvenirlik İstatistikleri*

Cronbach’s Alpha	Standardize Edilmiş Cronbach’s Alpha Değeri ve Madde Sayısı	Madde Sayısı
,892	,894	35

Tablo 14’ de görüldüğü üzere araştırma 6 boyuta ve 35 adet ifadeye yer verilmiş ve bu ifadelerin güvenirlik katsayıları Cronbach’s Alpha katsayısı 0,892 çıkmıştır ve güvenirlik düzeyi yeterli düzeydedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Araştırma Analizleri ve Bulguları

Bu bölümde araştırma ile ilgili tanımlayıcı bulgular ve istatistiksel olarak raporlamalara yer verilmiştir. Kullanılan analizler şunlardır;

- ✓ Frekans Raporlaması
- ✓ Anova Testleri
- ✓ T-Testi
- ✓ Korelasyon Sonuçları
- ✓ Crosstab Analizleri

Araştırma ile İlgili Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya katılanların 197'si (%60,6) erkeklerden ve 128'i (%39,4) kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların, 37'si (%11,4) 18-24 yaşı, 116'sı (%35,7) 25-34 yaşı, 117'si (%36,0) 35-44 yaşı, 32'si (%9,8) 45-54 yaşı, 17'si (%5,2) 55-64 yaşı ve 6'si (%1,8) 65 ve üzeri yaş grubunda bulunduğu belirlenmiştir. Katılımcıların 133 (%40,9)'u kamu çalışanı, 74 (%22,8) özel sektör çalışanı, 37 (%11,4)'ü ev hanımı, 25 (%7,7)'si öğrenci, 17 (%5,2)'si serbest meslek, 12 (%3,7)'si esnaf, 11 (%3,4)'ü çiftçi ve 16 % (4,9)' u işsiz olarak belirtilmiştir. Eğitim durumunda katılımcıların 101 (% 31,1)' i lisans, 67 (%20,6)' sı yüksek lisans/doktora 66 (%20,3)' ü lise, 43 (%13,2) ön lisans, 24 (%7,4)' ü ortaokul ve 24 (%7,4)' ü ilkokul şeklinde belirlenmiştir. Gelir durumlarına bakıldığında 65 (%20,0)' si 2324 TL ve altı, 32 (%9,8)' i 2325-2999, 57 (%17,5)' i 3000-4999, 62 (%19,1)' i 5000-5499, 39 (%12,0)' si 5500-6499, 54 (%16,6)' sı, 6500-8999 ve 16 (%4,9)' ü 9000 bin ve üzeri olmuştur. Medeni durumda ise 235 (% 72,3) evli, 90 (%27,7) bekâr olmuştur.

Tablo 15. Araştırmanın Demografik Özellikleri Frekans Tablosu

DEĞİŞKEN	GRUPLAR	FREKANS	YÜZDE (%)
CİNSİYET	Kadın	197	60,6
	Erkek	128	39,4
	Toplam	325	100
YAŞ	18-24	37	11,4
	25-34	116	35,7
	35-44	117	36,0
	45-54	32	9,8
	55-64	17	5,2
	65 ve üzeri	6	1,8
	Toplam	325	100
MESLEK	Kamu Çalışanı	133	40,9
	Özel Sektör Çalışanı	74	22,8
	Ev Hanımı	37	11,4
	Öğrenci	25	7,7
	Serbest Meslek	17	5,2
	Esnaf	12	3,7
	Çiftçi	11	3,4
	İşsiz	16	4,9
	Toplam	325	100

Tablo 15. *Devamı*

EĞİTİM DURUMU	İlkokul	24	7,4
	Ortaokul	24	7,4
	Lise	66	20,3
	Ön Lisans	43	13,2
	Lisans	101	31,1
	Y.Lisans/Doktora	67	20,6
	Toplam	325	100
MEDENİ DURUM	Evli	235	72,3
	Bekâr	90	27,7
	Toplam	325	100
GELİR DURUMU	2324 TL ve Altı	65	20,0
	2325-2999	32	9,8
	3000-4999	57	17,5
	5000-5499	62	19,1
	5500-6499	39	12,0
	6500-8999	54	16,6
	9000 Bin ve Üzeri	16	4,9
	Toplam	325	100

Araştırma İle İlgili Boyutların Ortalaması

İlgili boyutların ortalamaları;5’ li Likert ölçek aralıklarında (“1-1,80” Kesinlikle Katılmıyorum, ”1,81-2,60” Katılmıyorum, “2,61-3,40 Kararsızım, “3,41-4,20” Katılıyorum ve “4,21-5” Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde dikkate alınmıştır. (Uzun ve Sağlam 2006). Tablo 16’ da anlaşılabacağı gibi “İTÜ” nin Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı”, “ İTÜ’nin Çevreye Duyarlılığı” ve “ İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı”(3,41- 4,20)arasında olmuştur.

Tüketicilerin İTÜ’ nin sağlığa faydalı olduğu, çevreye duyarlılığı ve yüksek fiyat algısına katılmışlardır. Ayrıca “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” (2,61-3,40) arasında çıkmıştır. İTÜ’ nin binirliği ve imajı hakkında katılımcıların kararsız olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 16. *Boyutların Ortalamaları*

Boyut			$\bar{x}$	σ
İTÜ’ nin Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı			3,6985	,79421
İTÜ’nin Çevreye Duyarlılığı			3,7727	,75362
İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı			3,5062	,75459
İTÜ’nin Satın Alma Algısı			3,5195	,72681
İTÜ’nin Bilinirlik Algısı			2,7590	,86982

Tablo 15. *Devamı*

İTÜ’nin İmaj Algısı	2,6169	,74789
---------------------	--------	--------

Araştırma ile İlgili Hipotezler ve Bulgular

H1 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H1: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 17’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,222 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H1 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının, iyi tarım uygulamalı ürünlerini satın alma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 17. *Tüketicilerin Eğitim Durumlarının Satın Almaya Yönelik Tutumları Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,691	5	,738	1,406	,222
Gruplar İçerisinde	167,463	319	,525		
Toplam	171,154	324			

H2 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H2: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 18’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,362 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H2 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin gelir durumlarının, iyi tarım uygulamalı ürünlerini satın alma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 18. *Tüketicilerin Gelir Durumlarının Satın Almaya Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,480	6	,580	1,100	,362
Gruplar İçerisinde	167,675	318	,527		
Toplam	171,154	324			

H3 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H3: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. T-Testinden elde edilen bulgular Tablo 19’da detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 19. *Tüketicilerin Medeni Durumlarının Satın Almaya Yönelik T- Test Sonuçları*

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	1,731	,189	2,014	323	,045	,18061	,08967	,00419	,35703
E.v.n.a.			2,150	185,350	,033	,18061	,08400	,01490	,34633

E.v.a. : Equal variances assumed

E.v.n.a.: Equal variances not assumed

Tablo 19 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,045 < 0,05$) sonucu gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinde “medeni

durumları ” ile “iyi tarım ürünleri satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumlarına göre satın alma davranışları arasında anlamlı bir fark görülmüştür.

Tablo 20’ de görüldüğü gibi evli tüketicilerin bekâr tüketicilere göre iyi tarım ürünleri satın alma davranışı sergilediği söylene bilinir.

Tablo 20.T-Testi Medeni Durum Grup İstatistikleri

Hipotez	Medeni Durum	N	X	Standart Sapma	p
Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “Satın Alma” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Evli	235	3,56	0,75	0,045
	Bekâr	90	3,38	0,64	

H4 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H4: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “Satın Alma” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. T-Testinden elde edilen bulgular Tablo 21’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Bu durumda $p > \alpha$ ($0,814 > 0,05$) gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H4 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyetlerinin, iyi tarım uygulamalı ürünlerini satın alma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 21.Tüketicilerin Cinsiyetlerinin Satın Almaya Yönelik T- Test Sonuçları

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	3,147	,077	,235	323	,814	,01941	,08263	-,14316	,18197
E.v.n.a.			,245	306,147	,807	,01941	,07923	-,13650	,17531

E.v.a. : Equal variances assumed

E.v.n.a.: Equal variances not assumed

H5 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H5: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Satın Alma*” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Anova testinden elde edilen bulgular Tablo 22’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Tablo 22 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,031 < 0,05$) sonucu gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünlerin “satın alma düzeyleri” ile tüketici yaşları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın alma düzeyleri ile tüketici yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 22. *Tüketicilerin Yaşlarının Satın Almaya Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	6,460	5	1,292	2,503	,031
Gruplar İçerisinde	164,694	319	,516		
Toplam	171,154	324			

H6 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H6: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 23’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,230 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H6 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının, iyi tarım uygulamalı ürünlerini insan sağlığına yönelik algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 23. *Tüketicilerin Eğitim Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	4,338	5	,868	1,384	,230
Gruplar İçerisinde	200,030	319	,627		
Toplam	204,368	324			

H7 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H7: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 24’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,380 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H7 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin gelir durumlarının, iyi tarım uygulamalı ürünlerini insan sağlığına yönelik algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 24. Tüketicilerin Gelir Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F		Sig.
Gruplar Arasında	4,048	6	,675	1,071		,380
Gruplar İçerisinde	200,319	318	,630			
Toplam	204,368	324				

H8 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H8: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. T-Testinden elde edilen bulgular Tablo 25’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Bu durum Tablo 25’ de görüldüğü üzere $p < \alpha$ ($0,014 < 0,05$)araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumlarına göre anlamlı bir fark olduğu için H8 hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumları ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, insan sağlığı algısında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 25.Tüketicilerin Medeni Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik T- Test Sonuçları

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	,084	,772	2,473	323	,014	,24154	,09768	,04936	,43372
E.v.n.a.			2,511	166,402	,013	,24154	,09618	,05165	,43143

E.v.a. : Equal variances assumed
E.v.n.a.: Equal variances not assumed

Tablo 26.T-Testi H8 Hipotezi Grup İstatistikleri

Hipotez	Medeni Durum	N	X	Standart Sapma	p
Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir	Evli	235	3,76	0,79	0,014
	Bekâr	90	3,52	0,76	

H9 Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H9: Tüketicilerin cinsiyetlerinin; “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 27’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,177 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H9 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyetlerinin, iyi tarım uygulamalı ürünlerini insan sağlığına yönelik algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 27.Tüketici Cinsiyet Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik T- Test Sonuçları

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	2,419	,121	1,353	323	,177	,12185	,09005	- ,05531	,29901
E.v.n.a.			1,404	302,257	,161	,12185	,08682	- ,04899	,29269

E.v.a. : Equal variances assumed
E.v.n.a.: Equal variances not assumed

H10 Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.

H10: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 28’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,261 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H10 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaşlarının, iyi tarım uygulamalı ürünlerini insan sağlığına yönelik algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 28. *Tüketici Yaş Durumlarının İnsan Sağlığı Algısına Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	4,102	5	,820	1,307	,261
Gruplar İçerisinde	200,266	319	,628		
Toplam	204,368	324			

H11 Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.

H11: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Anova testinden elde edilen bulgular Tablo 29’da detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Bu durum tablo 29’ da görüldüğü üzere $p < \alpha$ ($0,024 < 0,05$) araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumlarına göre anlamlı bir fark olduğu için H11 hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumları ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” anlamlı bir fark vardır.

Tablo 29. *Tüketici Eğitim Durumlarının “Çevre Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	7,299	5	1,460	2,635	,024
Gruplar İçerisinde	176,713	319	,554		
Toplam	184,012	324			

H12 Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.

H12: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Anova

testinden elde edilen bulgular Tablo 30’da detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Tablo 30’ da görüldüğü üzere $p < \alpha$ ($0,046 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumlarına göre anlamlı bir fark olduğu için H12 hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin gelir durumları ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” algısında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 30. *Tüketici Gelir Durumlarının “Çevre Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları*

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	7,212	6	1,202	2,162	,046
Gruplar İçerisinde	176,799	318	,556		
Toplam	184,012	324			

H13 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H13: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. T-Testinden elde edilen bulgular Tablo 31’ de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Tablo 31’ de görüldüğü üzere $p < \alpha$ ($0,002 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumlarına göre anlamlı bir fark olduğu için H13 hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin medeni durumları ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, çevreye karşı duyarlı algısında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 31. *Tüketici Medeni Durumlarının “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik T-Test Sonuçları*

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	,902	,343	3,066	323	,002	,28281	,09223	,10136	,46426
E.v.n.a.			3,039	158,422	,003	,28281	,09305	,09903	,46659

E.v.a. : Equal variances assumed

E.v.n.a.: Equal variances not assumed

Tablo 32’ de görüldüğü gibi evli tüketicilerin bekâr tüketicilere göre daha çevreye daha duyarlı ürünler tercih ettiği söylene bilinir.

Tablo 32.T-Testi H13 Hipotezi Grup İstatistikleri

Hipotez	Medeni Durum	N	X	Standart Sapma	p
Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Evli	235	3,85	0,73	0,02
	Bekâr	90	3,56	0,75	

H14 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H14: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 33’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,833 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H14 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyetleri ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, çevreye karşı duyarlılığı algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 33.Tüketici Cinsiyetlerinin “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik T-Test Sonuçları

	Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
	F	Sig.	T	df	Sig. 2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	5 % Farklılığın Güvenirlik Aralığı	
								Alt	Üst
E.v.a.	4,492	,035	-,202	323	,840	-,01727	,08568	- ,18584	,15129
E.v.n.a.			-,211	307,855	,833	-,01727	,08194	- ,17852	,14397

E.v.a. : Equal variances assumed

E.v.n.a.: Equal variances not assumed

H15 Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.

H15: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Tablo 34’ de görüldüğü üzere $p > \alpha$ ($0,658 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için, H15 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaşları ile; iyi tarım uygulamalı ürünlerin, çevreye karşı duyarlı algısında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo 34. Tüketici Yaşlarının “Çevreye Duyarlılığı” na Yönelik Anova Test Sonuçları

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,870	5	,374	,655	,658
Gruplar İçerisinde	182,142	319	,571		
Toplam	184,012	324			

Korelasyon Analizi

Tüketici davranışları ve tutumu ile iyi tarım uygulamalı ürünlerin tutumuna ilişkisinin, büyüklüğünü, yönünü ve derecesini açıklamak maksadı ile korelasyon analizi yapılmıştır. Bu değerler için kısaca; korelasyon katsayısı, 1’e yakınlaştıkça değişkenler arasında ilişki gücünün arttığını söylene bilmektedir. Ayrıca değişkenler arasında ilişki “0,1 - 0,3” arasında görülmüş ise korelasyon zayıf, “0,3 - 0,5” arasında ise korelasyon orta kuvvette, “0,5 - 0,8” arasında ise korelasyon güçlü, “0,8” ve daha büyük bir korelasyon ise çok güçlü ilişki olduğu söylene bilinmektedir (İslamoğlu, ve Alnıaçık, 2014, s. 347).

Korelasyon sınaması sonucu pearson kat sayısı (r değeri) yorumlanmıştır.

Tablo 35. Korelasyon Analizi

Korelasyon							
		1	2	3	4	5	6
(1) Tüketici_Sağlığa_Zararlı_Algısı	r	1	,547* *	,552* *	,720 **	,315 **	-,089
	p		,000	,000	,000	,000	,110
(2) Tüketici_Çevre_Algısı	r	,547* *	1	,495* *	,476 **	,049	-,049
	p	,000		,000	,000	,378	,382
(3) Tüketici_Fiyat_Algısı	r	,552* *	,495* *	1	,403 **	,183 **	,111 *
	p	,000	,000		,000	,001	,046

Tablo 35. *Devamı*

(4) Ürün_Satın_Alma_Düzeyi	r	,720* *	,476* *	,403* *	1	,276 **	-,060
	p	,000	,000	,000		,000	,281
(5) Ürün_Bilinirlik_Algısı	r	,315* *	,049	,183* *	,276 **	1	,336 **
	p	,000	,378	,001	,000		,000
(6) Ürün_İmaj_Algısı	r	-,089	-,049	,111*	-,060	,336 **	1
	p	,110	,382	,046	,281	,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 35’ de görüldüğü gibi korelasyon analizi sonucu tüketici iyi tarım bilinci ve alt boyutları ile iyi tarım ürün bilgisi ve alt boyutları arasında korelasyon analizinde $p < 0,01$ ve $p < 0,05$ anlamlılık düzeylerinde ilişkiler saptanmıştır. Tüketicinin sağlık algısı ile tüketicin “Çevre Algısı” arasında $p < 0,01$ düzeyinde ($r = 0,547$) güçlü, “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ile ($r = 0,552$) güçlü, ürün satın alma düzeyinde ($r = 0,720$) güçlü, ürün bilinirliği algısında ($r = 0,315$) orta kuvvette bir korelasyon vardır. Ayrıca tüketicinin sağlık algısı ile ürün imajı arasında ($r = -0,089$) herhangi bir korelasyon söz konusu değildir. Tüketicin “Çevre Algısı” ile “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” arasında ($r = 0,495$) orta düzeyde, ürün satın alma düzeyinde ($r = 0,720$) güçlü bir korelasyon görülmüştür. Aynı zamanda ürün bilinirliği algısında ($r = 0,049$) ve ürün imajı arasında ($r = -0,049$) herhangi bir korelasyon yoktur. İTÜ’nin yüksek fiyat algısı ile ürün satın alma düzeyinde ($r = 0,403$) orta düzeyde, ürün bilinirliği algısında $p < 0,05$ anlamlılık düzeylerinde ($r = 0,183$) ve ürün imajı arasında ($r = 0,111$) zayıf bir korelasyon vardır. Tüketici ürün satın alma düzeyi ile ürün bilinirliği algısında $p < 0,01$ anlamlılık düzeylerinde ($r = 0,276$) zayıf ve ürün imajı arasında ($r = -0,060$) herhangi bir korelasyon söz konusu değildir. Tüketicinin ürün bilinirliği algısı ile ürün imajı arasında $p < 0,01$ anlamlılık düzeylerinde ($r = 0,336$) orta düzeyde bir korelasyon vardır.

H16 Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.

H16: “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” ve “Satın Alma Davranışı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,476^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin “Çevre Algısı” farkındalığının; iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın alma davranışı arasında anlamlı bir farklılık olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın

aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin çevreye duyarlılığı noktasında bilinç düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlere yönelik tercihleri de artmaktadır.

H17 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H17: “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” ve “*İTÜ’nin Bilinirlik Algısı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p > \alpha$ ($0,378 > 0,05$) ve $r = 0,049$ sonucu görülmektedir. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı için H17 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin çevre duyarlı olma bilinci ile iyi tarım uygulamalı ürünlerin bilinirliği arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H18 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H18: “*İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı*” ve “*İTÜ’nin İmaj Algısı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p > \alpha$ ($0,382 > 0,05$) ve $r = -0,049$ sonucu görülmektedir. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı için H18 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin çevre duyarlı olma bilinci ile iyi tarım uygulamalı ürünlerin imajı arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H19 Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H19: “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*” ve “*Satın Alma*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,720^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin “İnsan Sağlığına” yönelik farkındalığının; iyi tarım uygulamaları ürünlerini satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin sağlığa duyarlılığı noktasında bilinç düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlere yönelik tercihleri de artmaktadır. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H19 hipotezi kabul edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin sağlıklı olma bilinci arttıkça iyi tarım uygulamalı ürünleri satın alma tercihlerindeki artmaktadır.

H20 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H20: “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*“ ve “*İTÜ’nin Bilinirlik Algısı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,315^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bulgular ,tüketicilerin “İnsan Sağlığına” yönelik farkındalığının; iyi tarım uygulamaları ürünleri bilinirliği arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin sağlığa duyarlılığı noktasında bilinç düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlerin bilinirliğini de artmaktadır.

H21 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H21: “*Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı*“ ve “*İTÜ’nin İmaj Algısı*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p > \alpha$ ($0,110 > 0,05$) ve $r = -0,089$ sonucu görülmektedir. Bu durumda gruplar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı için H21 hipotezi ret edilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin “İnsan Sağlığına” yönelik farkındalığını ile iyi tarım uygulamalı ürünlerin imajı arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H22 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları..

H22: “*İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı*” ve “*Satın Alma*” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,403^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinde “fiyat algıları” ile iyi tarım ürünlerini satın alma davranışı arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin fiyat algı düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlerini satın alma davranışı da değişmektedir.

H23 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H23: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,001 < 0,05$) ve $r = 0,183^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinde “fiyat algıları” ile iyi tarım ürünleri bilinirliği arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin fiyat algı düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünleri bilinirliğini de artmaktadır.

H24 Hipotezi ile ilgili sına ma sonuçları.

H24: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 35’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 35 incelendiğinde, $p < \alpha$ ($0,046 < 0,05$) ve $r = 0,111^*$ sonucuna göre gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu anlaşılmaktadır. Bu bulgu, tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinde “fiyat algıları” ile iyi tarım ürünleri imajı arasında anlamlı bir ilişki” olduğunu varsayan hipotezi doğrulamaktadır. Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları iyi tarım uygulamaları ürünlerinin fiyat algı düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlerine olan imajda artmaktadır.

Çapraz Tablo Analizleri

Tablo 36. İTÜ Sertifikası Görülme Çapraz Tablo Analizi

Piyasada hiç iyi tarım ürünü sertifikası gördünüz mü?	Evet		Hayır		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
	101	31,1%	224	68,9%	325	100,0%

Tablo 36’ da görüldüğü üzere iyi tarım uygulamalı ürün sertifikasını araştırmaya katılan tüketicilerden sadece %31,1 gördüğünü kalan %68,9 herhangi bir iyi tarım uygulamalı ürünlerin sertifikasını görmediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 37.İTU Sertifikası Nerete Görüldüğü Çapraz Tablo Analizi

Piyasada iyi tarım ürünü sertifikasını nerede gördünüz?	Televizyond a		İl tarım, Ziraat Odası, Market vb. Kurum ve İşletmelerde		İnternette		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
	32	31,7%	10	9,9 %	59	58,4%	101	100,0%

Tablo 37’ de belirtildiği gibi iyi tarım uygulamaları ürünlerin sertifikasını gören tüketicilerin % 58,4’ ü internetten %31,7’si televizyondan %9,9’ luk bir kısmı da kurum ve işletmelerde görmüşlerdir.

Tablo 38. İTU Ürün Tüketilmesi Çapraz Tablo Analizi

Daha önce hiç iyi tarım ürünleri tükettiniz mi?	Evet		Hayır		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
	192	59,1%	133	40,9%	325	100,0%

Tablo 38’ de görüldüğü üzere tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünleri tüketip tüketmediği sorusuna verilen cevaplarda %59,1’nin tükettiği %40 ,9 herhangi bir iyi tarım uygulamalı ürünleri tüketmediğini belirtmişlerdir.

Tablo 39.Tarımsal Gıda Ürünlerinin Satın Alınmasın Betimsel Çapraz Tablo Analizi

Tarımsal gıda ürünlerini genellikle nereden satın alıyorsunuz?		Market (%)	Manav (%)	Semt Pazarı (%)	Köy Pazarı (%)	Diğer (%)
Cinsiyet	Kadın	35,0%	10,0%	35,0%	17,5%	2,5%
	Erkek	39,7%	3,2%	27,0%	28,6%	1,6%

Tablo 39. Devamı

Eğitim Durumu	İlkokul	41,7%	0,0%	16,7%	41,7%	0,0%
	Ortaokul	42,9%	0,0%	28,6%	28,6%	0,0%
	Lise	26,9%	0,0%	42,3%	30,8%	0,0%
	Ön lisans	25,0%	0,0%	41,7%	33,3%	0,0%
	Lisans	39,3%	14,3%	25,0%	14,3%	7,1%
	Yüksek Lisans/Doktora	55,6%	11,1%	22,2%	11,1%	0,0%
Yaş	18-24	22,7%	0,0%	50,0%	22,7%	4,5%
	25-34	39,5%	13,2%	21,1%	26,3%	0,0%
	35-44	57,7%	3,8%	19,2%	15,4%	3,8%
	45-54	25,0%	0,0%	62,5%	12,5%	0,0%
	55-64	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	0,0%
	65+	25,0%	0,0%	0,0%	75,0%	0,0%
Meslek Durumu	Ev hanımı	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%
	Çiftçi	11,1%	0,0%	22,2%	55,6%	11,1%
	Serbest Meslek	50,0%	16,7%	16,7%	16,7%	0,0%
	Esnaf	40,0%	0,0%	20,0%	40,0%	0,0%
	Öğrenci	20,0%	0,0%	46,7%	26,7%	6,7%
	İşsiz	25,0%	37,5%	12,5%	25,0%	0,0%
	İşçi/Özel Sektör Çalışanı	35,0%	0,0%	40,0%	25,0%	0,0%
	Kamu Personeli	53,1%	6,3%	28,1%	12,5%	0,0%
Medeni Durumu	Evli	34,4%	9,4%	26,6%	28,1%	1,6%
	Bekar	43,6%	0,0%	35,9%	17,9%	2,6%

Tablo 39’ da belirtildiği üzere Cinsiyete göre erkeklerin %39,7’si marketten % 28,6 sı köy pazarından; kadınların ise % 35’i marketten % 35’i semt pazarından satın aldıklarını belirtmişlerdir. Medeni durumlarına göre meyve/sebze ürünlerini genelde nereden satın alıyorsunuz sorusuna evliler %34,4 lük bir kısmı marketten % 28,1 lik kısmı da köy pazarlarını tercih etmiştir. Ayrıca meslek gruplarına göre kamu personeli %53,1 lik büyük bir kısmı marketten satın aldıklarını belirtmiştir. Aşağıdaki tablo 40’da görüldüğü üzere araştırmaya katılan tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünleri tüketip tüketmediği sorusuna demografik olarak verilen cevaplar gösterilmiştir.

Tablo 40.İTU Ürün Tüketilmesi Betimsel Çapraz Tablo Analizi

Daha önce hiç iyi tarım ürünleri tükettiniz mi?		Evet		Hayır		Toplam	
		N	%	N	%	N	%
Cinsiyet	Kadın	74	38,5%	54	40,6%	192	100,0%
	Erkek	118	61,5%	79	59,4%	133	100,0%
Eğitim Durumu	İlkokul	17	8,9%	7	5,3%	24	100,0%
	Ortaokul	17	8,9%	7	5,3%	24	100,0%
	Lise	43	22,4%	23	17,3%	66	100,0%
	Ön isans	26	13,5%	17	12,8%	43	100,0%
	Lisans	53	27,6%	48	36,1%	101	100,0%
	Yüksek Lisans/Doktora	36	18,8%	31	23,3%	67	100,0%
Yaş	18-24	23	12%	14	10,5%	37	100,0%
	25-34	60	31,3%	56	42,1%	116	100,0%
	35-44	73	38,0%	44	33,1%	117	100,0%
	45-54	22	11,5%	10	7,5%	32	100,0%
	55-64	12	6,3%	5	3,8%	17	100,0%
	65+	2	1,0%	4	3,0%	6	100,0%

Tablo 40. Devamı

Gelir Durumu	2324 Tl ve altı	36	18,8%	29	21,8%	65	100,0%
	2325-2999	15	7,8%	17	12,8%	32	100,0%
	3000-3999	39	20,3%	18	13,5%	57	100,0%
	4000-5499	36	18,8%	26	19,5%	62	100,0%
	5500-6499	23	12,0%	16	12,0%	39	100,0%
	6500-8999	31	16,1%	23	17,3%	54	100,0%
	9000+	12	6,3%	4	3%	16	100,0%
Yaşadığı Yer	Merkez	149	77,6%	100	75,2%	249	100,0%
	Kazımkarebekir	7	3,6%	7	5,3%	14	100,0%
	Ermenek	13	6,8%	2	1,5%	15	100,0%
	Sarıveliler	8	4,2%	9	6,8%	17	100,0%
	Ayrancı	9	4,7%	10	7,5%	19	100,0%
	Başyayla	6	3,1%	5	3,8%	11	100,0%
Meslek Durumu	Ev hanımı	25	13,0%	12	9,0%	37	100,0%
	Çiftçi	6	3,1%	5	3,8%	11	100,0%
	Serbest Meslek	10	5,2%	7	5,3%	17	100,0%
	Esnaf	9	4,7%	3	2,3%	22	100,0%
	Öğrenci	16	8,3%	9	6,8%	25	100,0%
	İşsiz	11	5,7%	5	3,8%	16	100,0%
	İşçi/Özel Sektör Çalışanı	36	18,8%	38	28,6%	74	100,0%
	KamuPersoneli	79	41,1%	54	40,6%	133	100,0%
Medeni	Evli	144	75,0%	91	68,4%	192	100,0%
	Bekar	48	25,0%	42	31,6%	133	100,0%
Genel Toplam(%)		192	59,1%	133	40,9%	325	100,0%

Tablo 40’da belirtildiği üzere araştırmaya katılan tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ile üretilmiş ürünlerin daha önce tüketip tüketmediği sorusunda demografik anlamda sınaması yapılmıştır. Bu noktadan hareket ile medeni durumlarına göre araştırma katılan evli bireylerin %75 oranında tüketmesi bekar bireylerin ise %25 de kalması dikkat çekici bir durumdur. Medeni durumlarına göre meyve/sebze ürünlerini genelde nereden satın alıyorsunuz sorusuna evliler %34,4 lük bir kısmı marketten %28,1 lik kısmı da köy pazarlarını tercih etmiştir. Bunu yanı sıra meslek gruplarına göre %40,6 lık bir kısmı İTU uygulamalı ürün tüketmişlerdir. Bu meslek grubunun tablo 39’ da belirtildiği üzere %53,1 lik büyük bir kısmı marketten satın aldıklarını belirtmiştir. Ayrıca yaş gruplarına baktığımızda İTU uygulamalı ürün tüketen ağırlıklı gruplardan 35-44 lük kısmın %38’ i tükettiğini ve bunlarında meyve/sebze ürünlerini genelde nereden satın alıyorsunuz sorusuna %57,7 lik kısmının marketten satın aldığını ve 25-34 yaş gurupların %31,3’ünün İTU uygulamalı ürün tükettiğini ve meyve/sebze ürünlerini genelde nereden satın alıyorsunuz sorusuna %39,5 lik kısmı marketten cevabı verilmiştir. Cinsiyet olarak ele aldığımızda ise erkeklerin %61,5 kadınların ise %38,5 lik kısmı İTU uygulamalı ürün tükettiğini ve meyve/sebze ürünlerini genelde nereden satın alıyorsunuz sorusuna erkeklerin %39,7si marketten %28,6 sı köy pazarından kadınların ise %35’i marketten %35’i semt pazarından satın aldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 41.İTU Ürün Tüketilmesi ve Tüketimdeki Artış Çapraz Tablo Analizi

İyi tarım ürünleri satın aldıktan sonra tekrar tüketiminizde artış oldu mu?	Evet		Hayır		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
	103	53,6%	89	46,4%	192	100,0%

Tablo 41’ de görüldüğü üzere tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünleri tükettikten sonra tekrar tüketim miktarında artış oldu mu? Sorusuna verilen cevaplarda %53,6’ nin tekrar tükettiği %46,4 herhangi bir iyi tarım uygulamalı ürünleri tekrar tüketmediğini belirtmişlerdir.

Tablo 42.İyi Tarım Ürünleri Ödeme İstekliliği Çapraz Tablo Analizi

İyi tarım ürünleri için daha fazla oranda fiyat ödemeye gönüllümüsünüz?		%10 Daha Fazla Olsa da Ödeyebilirim	%25 Daha Fazla Olsa da Ödeyebilirim	%50 Daha Fazla Olsa da Ödeyebilirim	%100 İki Kat ve Daha Pahalı Olsa da Ödeyebilirim	Hayır Ödemezdim
Cinsiyet	Kadın	46,1%	24,2%	6,3%	6,3%	17,2%
	Erkek	43,7%	21,8%	4,6%	9,6%	20,3%
Eğitim Durumu	İlkokul	45,8%	8,3%	0,0%	8,3%	37,5%
	Ortaokul	50,0%	20,8%	4,2%	12,5%	12,5%
	Lise	48,5%	22,7%	0,0%	10,6%	18,2%
	Ön isans	44,2%	14,0%	11,6%	4,7%	25,6%
	Lisans	46,5%	25,7%	5,9%	8,9%	12,9%
	Yüksek Lisans/Doktora	35,8%	29,9%	7,5%	6,0%	20,9%
Yaş	18-24	45,9%	5,4%	8,1%	10,8%	29,7%
	25-34	46,6%	17,2%	3,4%	10,3%	22,4%
	35-44	47,9%	27,4%	4,3%	8,5%	12,0%
	45-54	37,5%	37,5%	9,4%	3,1%	12,5%
	55-64	23,5%	47,1%	11,8%	0,0%	17,6%
	65+	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%
Gelir Durumu	2324 Tl ve Altı	52,3%	12,3%	1,5%	6,2%	27,7%
	2325-2999	59,4%	12,5%	3,1%	3,1%	21,9%
	3000-3999	43,9%	15,8%	5,3%	19,3%	15,8%
	4000-5499	37,1%	32,3%	6,5%	6,5%	17,7%
	5500-6499	43,6%	20,5%	7,7%	10,3%	17,9%
	6500-8999	38,9%	33,3%	9,3%	3,7%	14,8%
	9000+	44,6%	22,8%	5,2%	8,3%	19,1%

Tablo 42. Devamı

Yaşadığı Yer	Merkez	45,0%	22,5%	5,2%	8,0%	19,3%
	Kazımkarebekir	50,0%	28,6%	7,1%	0,0%	14,3%
	Ermenek	46,7%	26,7%	6,7%	20,0%	0,0%
	Sarıveliler	41,2%	23,5%	0,0%	0,0%	35,3%
	Ayrancı	26,3%	26,3%	5,3%	15,8%	26,3%
	Başyayla	63,6%	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%
Meslek Durumu	Ev hanımı	45,9%	27,0%	5,4%	10,8%	10,8%
	Çiftçi	9,1%	9,1%	9,1%	9,1%	63,6%
	Serbest Meslek	58,8%	29,4%	0,0%	0,0%	11,8%
	Esnaf	50,0%	25,0%	0,0%	8,3%	16,7%
	Öğrenci	48,0%	8,0%	0,0%	16,0%	28,0%
	İşsiz	37,5%	25,0%	6,3%	0,0%	31,3%
	İşçi/Özel Sektör Çalışanı	48,6%	20,3%	2,7%	9,5%	18,9%
	Kamu Personeli	42,9%	25,6%	8,3%	7,5%	15,8%
İyi Tarım Ürünlerini Biliyor musunuz?	Evet	43,3%	24,8%	5,5%	8,8%	17,6%
	Hayır	48,3%	17,2%	4,6%	6,9%	23,0%
Medeni Durumu	Evli	45,1%	26,4%	5,5%	7,2%	15,7%
	Bekar	43,3%	13,3%	4,4%	11,1%	27,8%
Genel Toplam(%)		44,6%	22,8%	5,2%	8,3%	19,1%

Tablo 42’ de görüldüğü üzere tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünleri tüketmek için diğer üretim şekillerine göre üretilen tarımsal ürünlerden daha fazla olsa da ödeme isteklilikleri var mı? Ayrıca hangi oranlara kadar daha fazla ödemeye istekliler. Bu doğrultuda araştırmaya katılan tüketicilerin %44,6’ lik bir kısmı %10 daha fazla olsa ödeyebileceklerini belirtmişlerdir. Tüketicilerin %22,8’ lik kısmı %25 daha fazla pahalı olsa da ödemeye razı iken %8,3’ lük bir kısım da İTU ürünleri iki kat daha pahalı olsa da satın alabileceklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra %19,1’lik bir kısım da herhangi bir fazla ücret ödemeyi kabul etmemişlerdir. Araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özelliklerine göre daha fazla ücret ödeme/ödememe istekliklerine bakıldığında Kadınların %46,1’ lik bir kısmı %10 daha fazla

olsa ödeyebileceklerini Erkeklerin ise %43,7' lik kısmı %10 daha fazla olsa ödeyebileceklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca cinsiyet olarak değerlendirdiğimizde kadınların % 6,3'lük bir kısmı iki katı fazla ücret olsa da ödeyebilirim şeklinde ifade ederken erkeklerde bu oran %9,6 olmuştur. Kadınların %17,2'lik bir kısım erkeklerin ise %20,3' lük bir kısmı da herhangi bir fazla ücret ödemeyi kabul etmemişlerdir. Meslek durumuna göre ise çiftçilerin %9,1'lik bir kısmı %10 daha fazla olsa ödeyebileceklerini belirtirken %63,6'lık çoğunluk ise herhangi bir fazla ücret ödemeyi kabul etmemişlerdir. Bu durumda katılımcıların genel ortalamasından fazla olarak bazı gruplar ön plana çıkmıştır. %19,1 lik kısım herhangi bir fazla ücret ödemeyi kabul etmeyerek genel ortalamayı oluşturur iken, yaş olarak bakıldığında 65 ve üstü aralıkta bu oran %66,7'lik bir oran ile oldukça yüksek çıkmıştır. Fazla fiyat ödeme istekliliğinde bulunmayan olarak eğitimde ise ilk okul mezunlarımda oran %37,5 olmuş ve grup ortalamasının üzerinde çıkmıştır.

Tablo 43.İyi Tarım Ürünleri Karaman İlinde Yapılması Çapraz Tablo Analizi

Karaman İl Merkezi ve Çevresinde Sizce İyi Tarım Uygulamalı Ürünler yetişiyor mu?		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyor Nede Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Cinsiyet	Kadın	8,6%	13,3%	41,4%	24,2%	12,5%
	Erkek	13,7 %	15,2%	37,1%	21,3%	12,7%
Eğitim Durumu	İlkokul	29,2 %	12,5%	25,0%	12,5%	20,8%
	Ortaokul	12,5 %	16,7%	20,8%	33,3%	16,7%
	Lise	15,2 %	13,6%	27,3%	24,2%	19,7%
	Ön isans	14,0 %	9,3%	51,2%	14,0%	11,6%
	Lisans	5,9%	18,8%	43,6%	22,8%	8,9%
	Yüksek Lisans/Doktora	9,0%	11,9%	46,3%	25,4%	7,5%

Tablo 43. Devamı

Yaş	18-24	8,1%	5,4%	43,2%	29,7%	13,5%
	25-34	9,5%	18,1%	48,3%	18,1%	6,0%
	35-44	12,0%	12,8%	35,0%	21,4%	18,8%
	45-54	28,1%	12,5%	18,8%	28,1%	12,5%
	55-64	5,9%	23,5%	29,4%	35,3%	5,9%
	65+	0,0%	16,7%	33,3%	16,7%	33,3%
Gelir Durumu	2324 Tl ve Altı	13,8%	20,0%	36,9%	18,5%	10,8%
	2325-2999	9,4%	9,4%	46,9%	15,6%	18,8%
	3000-3999	19,3%	7,0%	38,6%	22,8%	12,3%
	4000-5499	8,1%	16,1%	41,9%	25,8%	8,1%
	5500-6499	12,8%	10,3%	28,2%	28,2%	20,5%
	6500-8999	5,6%	16,7%	42,6%	22,2%	13,0%
	9000+	12,5%	25,0%	31,3%	25,0%	6,3%
Yaşadığı Yer	Merkez	12,9%	16,5%	42,6%	18,1%	10,0%
	Kazımkarebekir	14,3%	0,0%	35,7%	42,9%	7,1%
	Ermenek	6,7%	6,7%	20,0%	53,3%	13,3%
	Sarıveliler	5,9%	0,0%	41,2%	23,5%	29,4%
	Ayrancı	0,0%	15,8%	10,5%	47,4%	26,3%
	Başıyayla	18,2%	18,2%	27,3%	9,1%	27,3%

Tablo 43. Devamı

Meslek Durumu	Ev hanımı	16,2 %	8,1%	29,7%	27,0%	18,9%
	Çiftçi	18,2 %	9,1%	27,3%	18,2%	27,3%
	Serbest Meslek	5,9%	5,9%	58,8%	11,8%	17,6%
	Esnaf	25,0 %	33,3%	25,0%	0,0%	16,7%
	Öğrenci	4,0%	8,0%	40,0%	44,0%	4,0%
	İşsiz	12,5 %	31,3%	37,5%	6,3%	12,5%
	İşçi/Özel Sektör Çalışanı	13,5 %	13,5%	44,6%	13,5%	14,9%
	Kamu Personeli	9,8%	15,8%	37,6%	27,8%	9,0%
Medeni Durum	Evli	13,2 %	16,2%	34,9%	21,7%	14,0%
	Bekar	7,8%	10,0%	48,9%	24,4%	8,9%
Genel Toplam (%)		11,7 %	14,5%	38,8%	22,5%	12,6%

Tablo 43’ de görüldüğü üzere tüketicilerin iyi tarım uygulamaları Karaman ilinde ve çevresinde İTU uygulamaları yapılıyor sorusuna %11,7 lik bir oranda katılım göstermişken %38,8’lik bir oranda kararsız kalmıştır. Ayrıca %12,6 lık bir kısımda bu görüşe destek vermiştir. Araştırmaya katılanların bayanların %8,6 lık bir kısmı Karaman ilinde İTU uygulamaları gerçekleştiriliyor düşüncesine katılamamış erkeklerde ise bu oram %13,7 olmuştur.

Meslek grubunda ise çiftçiler %27,3’lük bir kısım Karaman ilinde İTU uygulamaları gerçekleştiriliyor düşüncesine katılmış ve bu görüşü destekleyen genel ortalamanın iki katından fazla olmuştur. Genel olarak tablo 43 değerlendirildiğinde katılımcıların çoğu kararsız kalmış çiftçiler ise Karaman ilinde İTU uygulamaları gerçekleştiriliyor düşüncesine katılmıştır.

Hipotezlerle İlgili Kararlar

Tablo 44. Araştırmanın Hipotezleri Durum Tablosu

Hipotez	Karar
H1: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Satın Alma</i> ” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H2: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Satın Alma</i> ” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H3: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Satın Alma</i> ” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H4: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Satın Alma</i> ” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H5: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Satın Alma</i> ” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H6: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı</i> ” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H7: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı</i> ” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H8: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı</i> ” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H9: Tüketicilerin cinsiyetlerinin; “ <i>Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı</i> ” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H10: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı</i> ” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H11: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “ <i>İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı</i> ” boyutu; eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓

Tablo 44. Devamı

H12: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H13: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H14: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; cinsiyetin durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✗
H15: Tüketicilerin iyi tarım uygulamaları ürünlerini “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” boyutu; yaş durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✗
H16: “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” ve “Satın Alma Davranışı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓
H17: “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✗
H18: “İTÜ’nin Çevreye Karşı Duyarlılığı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✗
H19: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “Satın Alma” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓
H20: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓
H21: “Tüketici Sağlığına Faydalı Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✗
H22: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “Satın Alma” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓
H23: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin Bilinirlik Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓

Tablo 44. *Devamı*

H24: “İTÜ’nin Yüksek Fiyat Algısı” ve “İTÜ’nin İmaj Algısı” boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	✓
*✓ Kabul	
**✗ Ret	

Yukarıdaki Tablo 44’ de araştırmaya dair hipotezlerin durumu verilmiş olup on iki adet hipotez kabul, kalan on iki adet hipotez de reddedilmiştir.



BEŞİNCİ BÖLÜM

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde, veri analizlerinden elde edilen bulgular yorumlanarak literatür ışığında kapsamlı bir şekilde tartışılmış ve buradan hareketle bazı sonuçlara varılmıştır. Bu doğrultuda öneriler kısmında literatüre katkı sağlaması amacı ile önerilerde bulunulmuştur.

Sonuç

Yapılan bu araştırmada tarımsal üretim sistemi olan iyi tarım uygulamalarının ve ürünlerinin, tüketiciler olarak ne ölçüde tanındığı, anlaşıldığı, algılarının ve duyarlılıklarının ne yönde olduğunu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. İTÜ' nin; tüketici sağlığına algısı, çevre algısı, fiyat algısı, satın alma algısı, bilinirlik algısı, imaj algılarına yönelik bir tutum ve davranış çalışması yapılmıştır. Tüketicilerin demografik durumlarına göre de sınamalar yapılmıştır.

Tüketilen işlenmiş gıda ürünlerinde içerik kısmına öz ürünü oluşturan bileşenler her ne kadar yazılsa da çok dikkat çekmediği ve gıda okur yazarlı yeterli düzeyde olmadığı için tüketicilerin tutum ve davranışlarına fazla etki etmediği anlaşılmaktadır. Ayrıca tüketilen tarımsal gıda ürünlerinde geçtiği aşamalardan, kullanılan kimyasal gübreler ve zirai ilaçların ürün üzerinde etiket, sefon vb. yerlerde belirtilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Böylece tüketicilerin tercih ettiği tarımsal ürünlerin insan sağlığına ve doğaya zarar verecek kimyasal kalıntıların farkında olmaları sağlanmalıdır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; tüketicilerin tutum ve davranışına insan sağlığı, çevreye algısı ve İTÜ' nin Fiyat Algısı boyutlarının etki ettiği anlaşılmıştır. Ayrıca bu boyutlar arasında tüketicilerin demografik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. İyi tarım uygulamalı ürünlerin bilinirliği, imajı ve iyi tarım uygulamalı ürünlerin satın alma düzeyleri arasında tüketicilerin satın alma davranışlarını etkiledikleri görülmüştür.

İyi tarım uygulamaları ve iyi tarım ürünleri hakkında bilgili olanların çok yüksek bir oranda iyi tarım ürünü kullanması söz konusudur İTÜ'nün tarım sektöründe oluşabilecek tehditleri önlemek adına kontrollü ve denetimli bir üretim sistemi olarak her alana ve her bölgeye yaygınlaştırılarak geliştirilmesi gerektiği ve bu işin de devletin kurumları tarafından yürütülmesi gerektiği sonucuna varılmıştır (Karkacier, O., & Karabaş, S. 2013). 2013 yılında

yapılan ilgili araştırmaya katkı olarak bu çalışmamızda İTU ve İTÜ hakkında bilgi sahibi olanların bilgi sahibi olmayanlara göre İTÜ ürünlere daha fazla fiyat ödemeye razı olduklarını ortaya koymaktadır. Bilgi sahibi olanların %43,3 'lük bir kısmı ve bilgi sahibi olmayanların % 48,3 'ü normal fiyatlardan en fazla %10 fazla fiyat farkı verebileceklerini belirtmişlerdir. Bilgi sahibi olanlara göre %5 lik fazla olmasının nedeni İTU ve İTÜ ürünlerini az maliyet ile ürünleri denemek istemeleri olarak yorumlana bilmektedir. İTU ve İTÜ hakkında bilgili olanların %25, %50 ve %100 olarak fiyat fazlalığı bile olsa tekrar satın alırdım şeklinde ifade etmesi bilmeyenlere göre daha fazla çıkmıştır. Ayrıca tüketicilerin %75,8 gibi büyük bir kısmı, sağlıklı ve güvenilir gıda ürünleri için fazladan ödeme yapmaya gönüllü oldukları belirlenmiştir (Onurlubaş, E. 2011). Yaptığımız çalışmada ise tüketicilerin %80,9 sağlıklı, güvenilir ve çevreye duyarlı ürünlere daha fazla ücret ödemeye razı olduğunu belirtmişlerdir. Geçen süre zarfında %5,1 lik bir artış olduğu anlaşılmıştır.

Tartışma

Tüketicilerin iyi tarım ürünlerini satın alma düzeyi ile tüketicilerin cinsiyetleri, eğitim ve gelir durumuna göre bir ilişki olmadığı, sınanmış olan “H1, H2, H4” hipotezlerinden anlaşılmıştır. Tüketicilerin yaş ve medeni durumuna göre anlamlı bir ilişki olduğu “H3,H5” hipotez sınamalarında tespit edilmiştir. Ceylan, E. & Alagöz, Başaran, S. (2020)’ e göre tüketicilerin karar verme tarzları cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir ve eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Aynı şekilde organik gıda satın alma ile çocuk sahibi olup olmama ve organik gıda satın alma arasında da farklılık bulunmuştur. Ayrıca yukarıdaki çalışmaya göre tüketicilerin ekonomik ve eğitim olarak farklılıkları, İTU ürünlerini tüketme/tüketmeme konusunda herhangi farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırmaya katılan tüketicilerin satın aldıkları tarımsal gıda ürünlerinin çevreye duyarlılığı noktasında bilinç düzeyleri arttıkça, iyi tarım uygulamalı ürünlere yönelik tercihleri de arttığı “H16” hipotez sınamasında görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda, Çabuk ve Nakıboğlu’nun çalışmasına yakınlık gösterdiği de anlaşılmıştır. Araştırma sonuçları tüketicilerin çevreci duyarlılıkları ile satın alma davranışları arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Sonuçlara göre yüksek çevreci hassasiyete sahip tüketicilerin, çevreci satın alma davranışlarının düzeyi de yüksektir (Çabuk, S., & Nakıboğlu B. 2003).

Tüketicilerin çevreye duyarlı ürün tercihlerinde gelir durumlarının önemli bir derecede etkili olduğu anlaşılmıştır. Aynı zamanda tüketicilerin eğitim durumları arttıkça çevre hassasiyeti artmaktadır. Tüketicilerin gelir düzeyi arttıkça çevreye duyarlı ürün tercihinde de artış olduğu görülmüştür (Armağan, E. & Karatürk, E. H. 2014). Yapılan çalışmamızda ise eğitim ve gelir durumları arttıkça çevre hassasiyetleri arttığı “H11 ve H12” hipotez

sınamalarında aynı sonuca ulaşılmıştır. Bunlara ek olarak bireylerin medeni durumlarına göre çevre hassasiyetleri anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın evli bireyler yönünde olduğu “H13” hipotez sınamamızda görülmüştür. Çevre hassasiyetlerin yaş ve cinsiyetlerine göre anlamlı bir fark olmadığı “H14 ve H15” hipotezlerimizden anlaşılmıştır.

Hurma, H., Yılmaz, F., & Demirkol, C. (2010)’ a göre; tüketicilere yeterli bilgilendirme yapılmadığı için organik tarım ile iyi tarım arasındaki farkın bilinmemesi reklam ve bilgilendirmenin yetersiz olduğundan kaynaklandığı olduğunu belirtmiştir. İyi tarım uygulamalı ürünlerin bilinirliği ve imaj algısında anlamlı bir fark olmadığı “H17, H18 ve H21” hipotez sınamamızda anlaşılmıştır. Tüketicilerin çevre algısı ile sağlık algısında iyi tarım uygulamaları bilinirliği ve imaj algısının bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Azak, Ş. (2018)’ e göre katılımcılara alternatif üretim yöntemleri hakkında en çok nereden bilgi aldıkları sorulmuş olup, %38.10’ u arkadaşlarından %19.05’ i ise aile çevresinden en çok bilgi aldıklarını belirtmişlerdir. Aynı şekilde en az nereden bilgi aldıkları sorulduğunda ise %57.14’ü en az Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığından bilgi aldıklarını belirtmişlerdir. Tarımsal üretim modellerine göre bilgi alma uzman olmayan kişiler, arkadaş ve aileden bilgi alırken tüketicilerin yarıdan fazlası Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığından az düzeyde bilgilendiklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda iyi tarım uygulamalı ürün sertifikasını araştırmaya katılan tüketicilerden sadece %31,1 gördüğünü kalan %68,9 herhangi bir iyi tarım uygulamalı ürünlerin sertifikasını görmediklerini belirtmişlerdir. İyi tarım uygulamaları ürünleri sertifikasını gören tüketicilerin %58,4’ ü internetten %31,7’si televizyondan %9,9’ luk bir kısmı da kurum veya işletmelerde gördüklerini ifade etmişlerdir. Buradan hareketle İTÜ veya benzeri ürünlerin kullanımını artırmak için internet ortamlarında daha aktif rol alınması gerekmektedir. Ayrıca tüketicilerin bu gibi uygulamaların bilgilendirilmesi açısından; İl Tarım Müdürlükleri gibi kamu kurum ve kuruluşlarında ve tüketicilerin alışveriş yaptıkları market vb. işletmelerde kontrol sertifikaları gibi sisteme kayıtlı denetlenebilir belgelerin tüketicilerin görebilecekleri yerlerde bulundurulması sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra İTÜ’ lerini tüketen bireylerin büyük çoğunluğu, semt veya köy pazarlarının aksine marketlerden satın aldığını ifade etmişlerdir.

Toprak ve doğa ile denge kurulduğunda aslında fazla bir problem olmadığı anlaşılır. Aslında sorun biz az verip doğadan daha çok ve sürekli istememiz ile ilgili olduğunu gözden kaçırmamak gerekir. Çünkü isteklerimizin ve tüketme eylemlerimizin hayatta kaldığımız sürece, sonsuz bir şekilde devam ettiği ve sürekli yenilendiği bir gerçektir. Toprakta, bitkilerden, hayvanlardan, ve çevremizden daha fazlasını alma imkanı teknolojinin makine, kimyasal ve ulaşımda geliştiğini düşünürsek daha fazlası için imkanlarında arttığını bir gerçek

olmuştur. Kazan kazan yaklaşımına göre düşünülürse, toprak hem alır hem verir ve verdiği safi anlamda yani gıda israfları ve fazla tüketim olmadığı sürece hem üreticiye kazanç bağlamında hem tüketiciye doyma ve yeterli beslenme anlamında ayrıca çevredeki diğer canlılara yetecek kadarını verebilmektedir. Toprağın bizden ziyade diğer canlılara verdiğini de düşünürsek durum daha da anlaşılır hale gelecektir. Zira daha fazla kazanma isteği ile, meyveye, sebzeye ve toprağa karışan kimyasal zehirler ile birlikte doğada yaşayan diğer canlıların türlerine zarar verilmektedir. Örneğin iklim değişikliğinde ortaya değişimler doğadaki bütün paydaşlarda hissedilmektedir. Bu değişim bazen hemen bazen de yıllar sonra ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında iklim değişikliğine sebep olacak yanlış politikalar yerine daha akılcı politikalar belirlenmesi daha faydacı olacaktır. Zira sistemi değiştirmek, iklim değiştirmekten daha kolay olduğu varsayımı göz ardı etmememiz gerekir. Tüketicilerin kendi sağlıklarına karşı iyi derecede sağlık okur yazarlığı eğitimi ve kursların düzenlenmesi, anlık isteklerinden ziyade kendilerine daha faydalı olabilecek tüketici okur yazarlığı kazandırılması ve tükettiği tarımsal ürünleri hangi yöntemle ve hangi prosedür ile üretilmiş olduğunu anlayabilecek tarım ve gıda okur yazarlığı eğitimleri verilmesi sonucuna varılmıştır. Üreticilerin birim alandan daha fazla ürün elde etmek için toprağa ve ürüne kimyasal girdiler yapmasını engellemek, elde edilen ürünleri zararlılardan korumak için koruyucu ilaçlar kullanmasını engellemek ve elde edilen ürünlerin daha uzun ömürlü olması için insan sağlığına zararlı koruyucu kimyasallardan kaçınmalarını sağlamaktır. Endüstriyel üreticiler, konvansiyonel tarım üreticileri ve diğer sistem üreticileri de aynı sistemin birer tüketicileridir. Bu yüzden daha fazla para, daha çok ürün ve daha geniş pazar hedefine koşarken kendileri de hedef haline geldiği gerçeği gözden kaçmamalıdır. Üreticilerinde bu konuda bilgilendirilmeleri ve aynı zamanda kontrol edilmeleri gerekmektedir. Bunun için kamunun bütün paydaşları eş güdüm içerisinde çalışacak bir mekanizma kurulması ve işler hale getirilmesi gerekmektedir.

Üreticilerin birim alandan daha fazla ürün elde etmek için toprağa ve ürünlerin kök veya yaprak kısmına kimyasal girdileri kontrolsüzce yapılmaması gerektiğini ortaya çıkarmaktır. Elde edilen mahsullerin zararlılardan korumak için koruyucu ilaçların denetimden geçmeden kullanmasını engellemek. Ayrıca elde edilen ürünlerin daha uzun ömürlü olması için insan sağlığına zararlı koruyuculardan ve kimyasallardan kaçınmalarını sağlamaktır. Tarımsal faaliyetlerin artmasına karşılık üretici ve tüketicilerin tercih ettiği tarımsal ve hayvansal ürünlerde insan sağlığına zarar verecek kimyasal kalıntıların farkında olmalarını sağlamaktır.

Endüstriyel tarımın günümüzde geldiği nokta özellikle endüstriyel ilaç şirketleri ile ortak hareket etmesi günümüzde aşıkardır. 2050 yılına kadar toprak, iklim, su ve birçok kaynak sabit kalsa bile endüstriyel tarımın toprak üstündeki baskısı ve endüstriyel ilaç şirketlerinin doğadaki diğer canlılar üzerindeki baskısı kalkmadıkça doğanın davranışındaki bozukluk ve küresel açlık yine boy gösterecektir. Kaldı ki her yıl bir önceki yıla göre iklimde, su ve birçok kaynak sabit kalmamaktadır (Yılmaz, 2015).

Öneriler

Uygulamaya yönelik öneriler.

Tarımsal gıda güvenliği sadece tüketici ve üretici arasına bırakılmayacak kadar ciddi bir sorundur. Devlet kademeleri, üreticileri, zirai ilaç üreticileri, ilaç bayileri, marketler ve tüketiciler arasında pay edilmesi gereken ortak bir sorumluluktur. Bu sorumluluk doğrultusunda insan sağlığı, doğa, çevre ve diğer canlıların sağlıklarının korunması hem tüketicilerin hem üreticilerin hatta politika yapıcılarının ortak sorumluluğudur. Hep birlikte hareket ederek tüketicilerin bu doğrultuda bilinçlendirilmesi ve doğayı koruyacak üretim sistemlerinin mevcutları desteklenip yeni projelerinde yapılması önemli bir durumdur. Günümüzde gıda okur yazarlığının daha artırılması gerektiği, gıda ile ilgi bilgi kirliliklerinin en asgariye indirilmesi ve bu bilgi kirliliği ile mücadele edilmesi gerektiği önem arz etmektedir. Bu bağlamdan yola çıkarak tarım ve diğer gıda ürünlerinin üretim aşamasındaki sayısal ve nicelik yapılarını, özelliklerini, hammadde ve ürün bağlantılarını, akıl yolu ile incelemek tüketicilerin tutumlarını ve davranışlarını hem kendi lehine hemde çevredeki diğer paydaşlarının lehine kararlar alabilen tüketiciler kazandırılmalıdır. Sorumluluk sahibi, kabullenilmiş ön yargılardan ziyade doğru bilgiyi kendisi bulabilme yeteneği kazandırılmış tüketici bilinci oluşturulmalıdır. Ayrıca; tutum ve davranış matematiğinin önemini insanlara anlatılması, bireylere küçük yaşlarda ilk harçlık almaya başladığı okul dönemlerinde eğitimlerinin verilmesi gerektiği söylemek ve önermek mümkündür.

Toprak, su ve çevrenin korunması kamunun tüm paydaşlarının ortak görevi olduğu unutulmamalıdır. Bunun için muhtarlıklardan, il ve ilçe tarım müdürlüklerine hatta ziraat odalarından özel teşebbüslere kadar sorumluluk sahibi olma noktasında ortak projeler yürütülmeli ve denetlenmelidir. Bu sayede tarımsal alanda sürdürülebilirlik esas alınmalı üretici ve tüketici de bozulan doğa şartlarına ve artan enflasyona karşı korunmuş olmalıdır.

Yapılacak diğer araştırmalara yönelik öneriler.

Tüketicilerin organik tarım ürünlerinin tercih sebepleri ile ilgili yapılan bir araştırmada; organik tarım gibi kontrollü, denetlenebilir ve sertifikalı ürünlerin tüketiciler

tarafından tercih etme nedenleri sağlıklı olması ve çevre dostu olması organik ürünleri tercihmetmelerinde etkili olduğu görülmüştür. Bu ürünleri tercih etme noktasında devlet desteğinin ve reklamın etkisi ise az olduğu tespit edilmiştir (Oflaz ve Göktaş, 2019). Araştırmamızda ilgili araştırmayı destekleyecek şekilde benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Organik tarım, iyi tarım vb. gibi tarımsal üretim sistemlerinin devlet tarafından yeterince teşvik edilmediği ve ürünlerinin tüketiciler tarafından fazla bilinmediği anlaşılmıştır. Bununla ilgili politika yapıcılarının tarımsal desteklemelere ek olarak, geçimlik tarım yapan küçük ölçekli çiftçilerin zirai ilaçlarını reçete ile bir kısmının devlet tarafından karşılanması ve tüketiciyi yeterince bilgilendirmesi noktasında reklam, kamu spotu vb. çalışmalar yapılması ve yıl içerisinde genele yayılması görüşünü desteklenmektedir.

Tüketicilerin iyi tarım uygulamalı ürünlerini tercih etmesinde; temel motivasyon insan sağlığına ve çevreye faydalı olmasından kaynaklı olduğu araştırmamızdan anlaşılmıştır. Bununla ilgili tüketiciler İTÜ'lerine %80,9 gibi yüksek bir oranda daha fazla ücret ödemeye gönüllü olmuştur. Çapraz tablo analizlerinde de gösterildiği üzere %59,1'lik kısım İTÜ'lerini tükettiklerini, %40,9'lık kısım ise bu ürünleri daha önce hiç tüketmediğini belirtmişlerdir. İTÜ'lerini tükettiklerini ifade eden %59,1'lik kısmında, tükettikten sonra tekrar tüketimde devamlılık oranı %53,6 ve devam etmeme oranı ise %46,4 olmuştur. Dolayısıyla tüketicilerin yüksek oranda daha fazla ödemeye istekli iken aynı oran tüketimin devamında yakalanamamıştır. Buradan yola çıkarak tüketicilerin İTÜ ve benzeri ürünleri tüketme/tüketmeme istekliliği yüksek fiyat algısının yanı sıra; her yerde ve her zaman kolaylıkla bulamamaları tüketimin devamının sağlanmasında engel olduğu düşünülmektedir.

İTÜ sağlıklı, çevreye duyarlı olduğu görülmekte; fakat tüketici tarafından fiyat yüksek olarak algılanmakta, bilinirlik ve imajı az seviyedir. Genel olarak fiyatının yüksek olarak algılanması, bilinirlik ve imajına ilişkin tutum ortalamalarının az olmasından kaynaklı olabilir. Bunun için bu iki kavrama (bilinirlik ve imaj) yönelik tutundurma ve eğitim çalışmaları gerçekleştirilirse fiyatın yüksek olduğu algısı da düzelebilir. Bilinirlik ve imajı için tüketici düşüncesi güçlendikçe fiyata karşı tutumu da değişebilir. Günümüzde küresel salgından kaynaklı internet üzerinden alışveriş yapma sayısının ve sıklığının dahada arttığı düşünülürse iyi tarım vb. ürünler tüketici tarafından daha çok bilinirliği artması sağlana bilinir. Böylece Türkiye'nin her tarafına ürünlerin tedariki sürekli olarak sağlanabilir. Bu açıdan araştırmacılar içinde farklı çalışmalar yapılabilir.

Sonuç olarak tüketicilerin sağlık ve çevre bilincine bağlı olarak tarımsal gıda ürünlerini satın alma noktasında tutum ve davranışları değiştikleri görülmektedir. Bireylerin

satın aldıkları gıdaların insan sağığına ve çevreye zararlılığı hakkında bilgisi arttıkça çevreye ve insan sağığına duyarlı hale geldiğı görölmüşür. Tüm bunların yanı sıra doğadaki diğcr canlıların da korunması gerektiğı hem sağılıklı beslenme adına hemde, gelecek nesillere daha temiz bir tarımsal alanların miras bırakılması gerektiğı vurgulanmıştır. Ayrıca bu bilgiler ışığında organik tarım, iyi tarım ve sürdürülebilir tarım gibi alanlarda araştırma, politika, üretim, tüketim, pazarlama vb. çalışma yapmak isteyen tüm paydaşlara katkı sunması beklenmektedir.



KAYNAKÇA

- Aba, G. Ö., & Işın, Ş. (3-5 Eylül 2014). *Dünyada ve Türkiye 'de iyi tarım uygulamalarının gelişimi*. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi İçinde (s. 19–25). Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory at Planned Behavior*, Organizational Behavior And Human Decision Processes, (50), 179-211. <https://people.umass.edu/aizen/obhdp.html>
- Apaydın, H. (2016). *Din Psikolojisi Terimler Sözlüğü* (1. baskı). İstanbul: Bilimkent Yayınevi.
- Ataseven, Y. & Güneş, E. (2008). Türkiye’de işlenmiş organik tarım ürünleri üretimi ve ticaretindeki gelişmeler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 25-33.
- Ardos, M. (2014). Karaman çevresinin jeomorfolojisi . *Türk Coğrafya Dergisi*, 0(26), 118-120 . <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tcd/issue/21261/228237>
- Armağan, E., & Karatürk H., E. (2014). Yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde Aydın bölgesindeki tüketicilerin çevreye duyarlı ürünleri kullanma eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Online*. 6(1), 1309-8039. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/151063>
- Azak, Ş. (2018). *İzmir İlinde Alternatif Üretim Yöntemleri İle Üretilmiş Tarım Ürünlerine Yönelik Tüketici Davranışlarının Analizi: Domates ve Yumurta Örneği*, (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir. (Tez No. 514173).
- Bjork, D. W., (1997). *BF Skinner: Bir hayat* (1. baskı) Washington: Amerikan Psikoloji Derneği.
- Bozyiğit, S., & Karaca, Y. (2016). Türkiye’deki etnik reklamlara yönelik tüketicinin tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane University Electronic Journal Of The Institute Of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15).
- Ctr, Belgelendirme Merkezi, (2021, 22 Şubat). [Uluslar Arası Belgelendirme & Denetim Ltd. Şti., Çevrim İçi Sitesi] <https://belgelendirme.ctr.com.tr/>
- Çabuk, S., & Nakıboğlu B. (2003). Çevreci pazarlama ve tüketicilerin çevreci tutumlarının satın alma davranışlarına etkileri ile ilgili bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,12(12). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/50144>
- Çabuk, S., Nakıboğlu B., & Keleş C. (2008). Tüketicilerin yeşil(ürün)satın alma davranışlarının sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 85(102).
- Ceylan, E. & Alagöz, Başaran, S. (2020). Tüketicilerin karar verme tarzlarının organik gıda satın alma davranışına etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 22(38),148-163
- Demirel, Y. (2013). *Piskolojik danışman öz yetkinlik ölçeğinin hazırlanması*. (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir. (Tez No. 339091).
- Demirtaş-Madran, H. A. (2012). *Tutum, tutum değişimi ve ikna* (1.baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Demiryürek, K. (2011). Organik tarım kavramı ve organik tarımın dünya ve Türkiye'deki durumu. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. 28(1), 27-36
- Doğanay, H., & Coşkun, O. (2015). *Tarım Coğrafyası* (3. baskı). Ankara: Pegem Akademi yayıncılık.
- Dölekoğlu Ö. C. (2003). Tüketicilerin işlenmiş gıda ürünlerinde kalite tercihleri; Sağlık riskine karşı tutumları ve besin bileşimi konusunda bilgi düzeyleri (Adana Örneği), *Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü*, Yayın No: 105, ISBN 975-407-128- 4
- Dünya Sağlık Örgütü, (18 Mart 2021). [Çevrim İçi Sitesi] <https://www.who.int/>
- Ekolojikpazar, (2021, 24 Mart). [Çevrim İçi Sitesi] <http://ekolojikpazarlar.org/>
- Er, C., & Başalma, D. (2013). *Organik Tarımda Gelişmeler* (2. baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Eryılmaz, G., Demiryürek, K., & Emir, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye’de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışları. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*. 30, 199-206.
- Eryılmaz, G, A., Kılıç, O., & Boz, İ. (2019). Türkiye’de organik tarım ve iyi tarım uygulamalarının ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilgileri Dergisi*. 29(2), 352-361
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, (2021, 24 Mart). [Food and Agriculture Organization, Çevrim İçi Sitesi]. <http://www.fao.org/home/en/>
- Giray, H. & Soysal, A. (2007). Türkiye’de Gıda Güvenliği ve Mevzuatı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(6), 485-490.
- Göktaş, B. (2017). *Bütünleşik pazarlama iletişiminin marka imajına etkisi ve bir uygulama*. (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir. (Tez No. 462211).
- Grahl, S., Strack, M., Weinrich, R., & Mörlein, D. (2018). Consumer-oriented product development: the conceptualization of novel food products based on spirulina (arthrospira platensis) and resulting consumer expectations. *Journal of Food Quality*. <https://doi.org/10.1155/2018/1919482>
- Güven, E. Ö. (2009). Hedonik tüketim: kavramsal bir inceleme. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 51(13), 6572. <https://dergipark.org.tr/en/pub/abmyoder/issue/46435/583392>
- Gürses, S. T. (2014). *Organik ürünlerin tüketim eğilimleri ve tüketici profilinin belirlenmesi: Sakarya ili örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nden edinilmiştir. (Tez No. 360456).
- Hurma, H., Yılmaz, F., & Demirkol, C. (2010). *İyi tarım ürünlerinin tüketiciye yansımaları, Tekirdağ ili örneği*. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, İçinde (s. 645–652). Şanlıurfa.
- İçel, C. D. (2007). *Avrupa Birliği Ülkelerinde İyi tarım uygulamaları ve Türkiye ile Karşılaştırılması*. (AB Uzmanlık Tezi) Ankara: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı <https://www.tarimorman.gov.tr/>
- İslamoğlu, A. H. & Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (4. baskı). İstanbul : Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- İslamoğlu, A. H. & Altınışik, R. (2008). *Tüketici Davranışları* (2. baskı). İstanbul : Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Jennifer L. Aaker. (1997). Marka Kişiliğinin Boyutları. *Sage Journals*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224379703400304>
- Kacar, B., & Katkat, V.(2018) *Gübreler ve gübreleme tekniği* (6. baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karaman Sanayi ve Ticaret Odası, (2020, 10 Kasım). [Karaman Sanayi ve Ticaret Odası Çevrim İçi Sitesi]. <https://www.ktso.org.tr/>
- Karaman İl Tarım ve Orman Mürlüğü, (2020, 06 Aralık). [Karaman İl Tarım ve Orman Mürlüğü Çevrim İçi Sitesi]. <https://karaman.tarimorman.gov.tr/>
- Karaman İl Tarım ve Orman Mürlüğü, (2020, 08 Aralık). 2017 Faaliyet Raporu <https://karaman.tarimorman.gov.tr/Belgeler/2018/mart/Brifing%20Raporu-2017.pdf>
- Karkacıer, O., & Karabaş, S. (2013). İyi tarım uygulamaları ve Tüketici Davranışları: Logit Regresyon Analizi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(2),71-79.
- Korfez Bilgilendirme & Danışmanlık, (2021, 20 Ocak). [Korfez Bilgilendirme & Danışmanlık Çevrim İçi Sitesi] <http://www.korfezdanismanlik.com.tr/>
- Korucuk, N. & Çetin, F., A.(2019). Yeşil pazarlama bağlamında yeşil ürünlere ilişkin tüketicilerin alma davranışı; Kafkas Üniversitesi örneği. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 250-289.
- Oflaz, Ö., Göktaş, B., Özel, E., & Dursunoğlu, Ş., B. (2019). *Güncel Pazarlama Çalışmaları* (1. Baskı). Ankara: İmaj Yayınevi
- On, C., & Peer, P. (2020). Conclusion on the peer review of the pesticide risk assessment of the active. *European Food Safety Authority*. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2015.4302>
- Onurlubaş, E. (2011). *Tüketicilerin gıda güvenliği konusunda bilinç düzeylerinin ölçülmesi: Tokat ili örneği*. (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No. 275633).
- Özbek Ş.F., & Fidan, H. (2009). Türkiye ve Avrupa Birliğinde gıda standartları. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Gıda ve Tarım Bilimleri Dergisi* 24(1), 92-100.
- Özer, A. K. (2015). *Ben değeri tiryakiliği: duygusal gerilim ile baş edebilme* (17. baskı). İstanbul: Galata Yayın Dağıtım.
- Öztürk E. B. (2015). *Tüketici davranışları* (1. baskı). Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Payot, J. (2021). *İrade terbiyesi* (11. baskı). İstanbul: Kapı Yayınları.
- Sakallı, N. (2016). *Sosyal etkiler: Kim kimi nasıl etkiler* (5. baskı). Ankara: İmge Kitapevi.
- Schünemann, R., Knaak, N., & Fiuza, L. M. (2014). Mode of action and specificity of bacillus thuringiensis toxins in the control of caterpillars and stink bugs in soybean Culture . *ISRN Microbiology*, 1–12. <https://doi.org/10.1155/2014/135675>
- Tarhan, N., & Nurmedov, S. (2017). *Bağımlılık: Sanal veya gerçek* (5. baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tiryaki, O. Canhilal, R. & Horuz, S. (2010). Tarım ilaçları kullanımı ve riskleri. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 26(2), 154-169.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2021, 19 Mart). [Türkiye istatistik kurumu çevrim içi sitesi]. <https://www.tuik.gov.tr/>

- Türkçapar, M. H. (2019). *Bilişsel davranışçı terapi: Temel ilkeler ve uygulama* (14. baskı). İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Türktarım, (2021, 01 Nisan). [Tarım ve ormandergisi çevrim içi sitesi]. <http://www.turktarim.gov.tr/>
- T. C . Karaman Valiliği, (2020, 09 Kasım). [Karaman Valiliği çevrim içi sitesi]. <http://www.karaman.gov.tr/ilin-cografi-bilgileri>
- T. C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2021, 02 Nisan). [Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Çevrimiçi sitesi]. <https://www.sbb.gov.tr/>
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, (2021, 15 Mart). [Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, çevrim içi sitesi]. <https://cevresehgostergeler.csb.gov.tr/tarim-ilaci-pestisit-kullanimi-i-85834>.
- Uzun, N., & Sağlam, N. (2006). Ortaokul öğrencileri için çevresel tutum ölçeği geliştirme ve geçerliliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 30(2006), 240-250
- Yaşar, G. (2017). İyi tarım uygulamaları: migros ticaret anonim şirketi örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 503-524.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A., Sezer, M., Aydın N. & Sönmezoğlu A. Ö. (2014). *Karaman İli Tarım Yatırım Klavuzu*. Konya: Olgun-Çelik Ofset Matbaa.
- Yılmaz, S. (2015). *Yeşil politika kitaplığı: Sürdürülebilir tarım mümkün mü?* (1. baskı). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

EK-2. Bakanlık Denetleme Talimat Yazısı



T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü

Sayı : 69500404-160.02[160.02]-E.2576226
Konu : İTU Sertifikalı Ürünlerin Piyasa
Denetimi

17.10.2017

DAĞITIM YERLERİNE

Bilindiği üzere, İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmelik'in amacı; çevre, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyen bir tarımsal üretimin yapılması, doğal kaynakların korunması, tarımda izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik ile güvenilir ürün arzının sağlanması için gerçekleştirilecek iyi tarım uygulamalarının usul ve esaslarını düzenlemektir.

Anılan Yönetmelik'in Dayanak Başlığı altında 3. Maddesi 1 inci fıkrasında ".... 11/6/2010 tarihli 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunun 31 inci ve 43 üncü maddeleri dayanılarak hazırlanmıştır.", İyi Tarım Uygulamalarının Genel Kuralları başlıklı 5. maddesinin 1 inci fıkrası d bendinde; "Sertifikalı ürünün, bu Yönetmeliğe uygunluğundan üretici, üretici örgütleri ve müteşebbisler, müteselsilen sorumludur." ve Denetim Başlığı altında yer alan 27. maddesi 1 inci fıkrasında "Bu Yönetmeliğin uygulanmasında; KSK, kontrolörler, İç kontrolörler, sertifikeler, üreticiler, üretici örgütleri ile müteşebbislerin her türlü denetimi Bakanlık tarafından yapılır." hükümleri bulunmaktadır.

Bakanlığımızca yayımlanan 13.06.2011 tarihli Bitkisel Üretimde İyi Tarım Uygulamaları Kriterleri Genelgesi (2011-007) ekinde yer alan kontrol noktalarında; "BÜ/CB 8.6 Bitki Koruma Ürünü (BKÜ) Kalıntılarının Analiz Edilmesi" bölümünde belirtildiği üzere BKÜ kalıntı analizleri ile ilgili bütün kontrol noktaları birince derece uygunluk seviyesindedir.

İl Müdürlüklerinin Görev ve Sorumluluklarına İlişkin 2015/001 Sayılı Genelge kapsamında, İTU sertifikalı ürünlerin piyasa denetimlerinin yapılması Bakanlık İl Müdürlüğü görevleri arasında yer almaktadır. Bakanlık İl/İlçe Müdürlüğü'nce yapılan piyasa denetimlerinde; İTU sertifikalı ürünlerde kalıntı tespit edilebilmektedir.

Bu itibarla, Bakanlık İl/İlçe Müdürlüklerinin piyasa denetimlerinin, Yönetmeliğin Denetim başlığı altında yer alan 27. maddesi 1 inci fıkrası kapsamında yapılan bir denetim olarak değerlendirilmesini, piyasa denetimlerinde kalıntı tespit edilmesi halinde konunun İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmelik ve ilgili mevzuat çerçevesinde değerlendirilerek, bu doğrultuda iş ve işlemlerin yerine getirilmesini rica ederim.



e-imzalıdır

Tuncay Gürsoy YÜCE
Genel Müdür V.

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Eskişehir Yolu 9. Km. Lodumlu Mevkii 06800 Çankaya/ Ankara
Tel: (0312) 287 33 60 Faks:

Bilgi için:Dilek ÇOBAN
Mühendis

EK-3. İyi tarım uygulamaları Logosu Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge



T.C.
GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü



İyi Tarım Uygulamaları Logosu Kullanımının Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge (2014/002)

İyi Tarım Uygulamaları ibaresi ve logosu T.C. Türk Patent Enstitüsü 556 sayılı Kanun Hükmündeki Kararname'nin 7 nci maddesinin 1 inci fıkrasının (h) ve (k) bentleri çerçevesinde koruma altına alınmıştır. İyi Tarım Uygulamaları logo ve belgesinin yanıltıcı, uygun olmayan ve İyi Tarım Uygulamaları Hakkındaki Yönetmelik hükümlerine göre sertifikalandırılmayan ürünlerin ambalajlarında kullanılması durumunda, her türlü yasal hak Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na aittir.

İyi Tarım Uygulamaları logosunun kullanımı ile ilgili uyulması gereken kurallar, 28/05/2014 tarihli ve 29013 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik hükümlerine uygun olarak aşağıda belirlenmiştir.

1. İyi Tarım Uygulamaları Logosunun Örneği, Kullanma Boyutları Ve Logo Biçimlendirme Bilgileri,

a) Logonun Anlam Ve İçeriği:

İyi Tarım Uygulamaları logosu; İyi Tarım Uygulamalarının amacı olan çevre, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyen bir tarımsal bir tarımsal üretimin yapılması, doğal kaynakların korunması, tarımda izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik ile güvenilir ürün arzının sağlanmasını sembolize etmektedir.

Yapraklar ufuktan doğan bir güneş gibi bu insan figürünün çevresinde yer almaktadır. Tarımın ve sağlıklı insanın doğusunu simgelemektedir.

Üstteki 5 yaprak turuncu rengiyle geleceği (rengin bıraktığı izlenim nedeniyle) sembolize etmektedir.



Mutlu ve sağlıklı insan
İyi Tarım Uygulamalarının ihtiyaç duyulmasındaki neden olan insan sağlığı, ortadaki ellerini kaldırmış mutlu ve sağlıklı insan figürü ile merkezdedir.



b) Logoda Kullanılacak Renkler Ve Kodları;

Logo renkli ve siyah-beyaz kullanılabilir. Renkli kullanımda logonun 3 temel rengi vardır. Bu renkler aşağıda belirtildiği gibi yeşil, açık yeşil ve turuncudur. Logoda, bu renkler dışında başka bir renk kullanılamaz. Logoda kullanılacak renklerin kodları aşağıda verilmiştir. Logoda, bu renk kodları dışında başka bir renk kodu kullanılamaz.



Renk Kodları



C= 100 R= 0
M=21 G=142
Y=100 B=76
K=0



C= 55 R= 126
M=0 G=194
Y=94 B=75
K=0



C= 2 R= 245
M=36 G=170
Y=95 B=40
K=0

4) Logo Örnekleri:

Logonun renkli, siyah-beyaz ve dişi kullanımı aşağıda verilmiştir.

a) Renkli kullanımı



b) Siyah-beyaz kullanımı



c) Dişi Kullanımı



c) Logonun Formatı:

İyi Tarım Uygulamaları logosu, kullanım büyüklüğü ne olursa olsun, kullanıldığı her yerde en boy oranı sabit kalmak koşuluyla orantılı olarak büyütülerek ve küçültülerek kullanılmalıdır. Logonun küçük boyutlarda kullanımında İyi Tarım Uygulamaları ifadesi okunabilir olmalıdır.



Logo, temel format ve renkleri korunmak kaydıyla kabartma veya hologram şeklinde kullanılabilir. Logonun elektronik ortamdaki çoğaltmaları, bu genelgedeki tüm şartlara ilave olarak aşağıda sıralanan şartları da karşılıyor olması koşuluyla kabul edilir:

- Logoda herhangi bir tahrifat yapılmamalıdır.
- Logonun formatında herhangi bir değişiklik yapılmamalıdır.
- Logonun kullanılacağı doküman zemininin renkli olması durumunda; logo beyaz bir fon ile dikdörtgen veya daire ile çerçeve içine alınmalı veya dışı baskı kullanılmalıdır.



d) Logo Yanlış kullanım Örnekleri;





2. İyi Tarım Uygulamaları Logosunun Kullanımı

1) Ürün Etiket Ve Ambalajlarında Logo Kullanımı:

İyi Tarım Uygulamaları sertifikasına sahip ürünlerin ambalajları ve etiketleri, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeler Yönetmeliği ile Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinde yer alan hükümlere uygun olmalıdır. Ayrıca, etiket üzerinde aşağıdaki bilgiler yer alır;

- a) Ürünün kime ait olduğu.
- b) Bu Yönetmeliğe uygun olarak üretildiği.
- c) Yetkilendirilmiş KSK adı, kod numarası ve ürünün sertifika numarası.
- ç) İyi Tarım Uygulamaları logosu.

Bu bilgilere ilave olarak ürünlerin etiketleri üzerinde KSK logosunun kullanılması halinde; bu logo İyi Tarım Uygulamaları logosundan büyük olmamalıdır.

2) Sertifikada Logo Kullanımı:

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları, yayımlayacakları sertifikalarda İyi Tarım Uygulamaları logosunu aşağıda belirtilen şartlara uygun olarak kullanmalıdır.

- a) Logonun boyutu, Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşunun kendi marka veya logosundan küçük olmamalıdır.
- b) Logo, İyi Tarım Uygulamaları sertifikasının geçerli olduğu sürece ve sadece sertifika kapsamındaki ürünler için kullanılmalıdır.
- c) Sertifikanın askıya alınmasında, iptalinde veya İyi Tarım Uygulamaları faaliyetinden vazgeçilmesi durumunda logo kullanımı kesinlikle durdurulmalıdır.

3) Logonun Tanıtım ve Reklam Malzemelerinde Kullanımı:

İyi Tarım Uygulamaları logosu Bakanlığımızca yetkilendirilen Kontrol ve Sertifikasyon kuruluşlarının İyi Tarım Uygulamaları ile ilgili faaliyetlerinde kullanılabilir.

İyi tarım uygulamaları logosu yanlış bilgilendirmeye sebep olabilecek şekilde kullanılmamalıdır. Logo, bu genelgedeki hükümlere uygun olmak koşuluyla:

- a) Kalem, ajanda, çakmak, takvim vb. promosyon malzemeleri üzerinde,
- b) Antetli kâğıt, kartvizit, irsaliye, fatura, sipariş formu, zarf vb. evraklar üzerinde,
- c) Kurum ve kuruluş tanıtım tabelalarında,
- d) Gazete ve dergi ilanlarında,
- e) Kitap ve broşürlerde,
- f) Web sayfalarında kullanılabilir.

EK-4. İyi tarım uygulamaları Sertifikaya İlişkin Örnek



İYİ TARIM UYGULAMALARI SERTİFİKASI

Kuruluş Kodu : TR.İTU.....
Sertifika Numarası : TR.İTU..... -

Üretici/Üretici Örgütü/Müteşebbis Adı
(Sertifikasyon Seçeneği)

Üretim Yeri

Sertifika kapsamındaki ürün :
Ürün miktarı :

..... tarih/tarihlerinde kontrol edilerek 7/12/2010 tarihli ve 27778 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmelik hükümlerine uygunluğu tespit edilmiştir

Bu sertifika / / tarihine kadar geçerlidir

Tarih/Yer

İmza
Sertifikerin Adı Soyadı

ÖZ GEÇMİŞ

Özkan OFLAZ,..... doğdu ilk ve orta okulu Karaman ilinde, Lise öğrenimini Konya ilinde tamamladı. Ön lisans eğitimini Selçuk Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Elektronik Teknolojileri, Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümünde, Yüksek Lisans Eğitimini de Karadeniz Teknik Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalında tamamladı. Ayrıca diğer bir yüksek lisansında Bayburt İli Bayburt Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, Organik Tarım Ana Bilim Dalı Organik Tarım İşletmeciliği Bölümünde yaptı. Bayburt Üniversitesi Sınav Koordinatörlüğü bünyesinde; Ösym Sınav Koordinatörlüğü, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Koordinatörlüğü, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Sınav Fakültesi Koordinatörlüğü ve Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Sınav Koordinatörlüğünde yürütücü olarak halen çalışmaktadır. Bayburt İl Milli Eğitim Müdürlüğü Halk Eğitim Merkezi ve Akşam Sanat Okulunda 2013-2020 yılları arasında bilgisayarlı muhasebe, finansal yönetim, pazarlama yönetimi vb. alanlarda ders vermiştir. Ayrıca çeşitli özel işletmelerde kurumsal kaynak planlama (ERP ve RTL) eğitmenliği ve danışmanlığı yapmıştır. Ofraz' ın Güncel Pazarlama Çalışmaları; "Organik tarım ürünlerinin tercih sebepleri" adında bir adet kitap bölümü ve "Fabrikalarda üretim öncesi ve sonrasını yönetim olgusunu kurumsal kaynak planlaması ile bütünleştirmek" mühendislikte yeni teknolojiler adında uluslararası bir adet bildiri sunumu bulunmaktadır.