



**ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ
DAVRANIŞLARI: ERZURUM İLİNDE BİR UYGULAMA**

Süreyya ÖNAL

**Yüksek Lisans
Organik Tarım İşletmeciliği
Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ
2023
(Her Hakkı Saklıdır)**

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

**ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI: ERZURUM
İLİNDE BİR UYGULAMA**

(Consumer Behaviours Towards Organic Farming Products: An Application in Erzurum Province)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Süreyya ÖNAL

Danışman: Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ

Bayburt
Eylül, 2023

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ danışmanlığında, 202206013 numaralı Süreyya ÖNAL tarafından hazırlanan “ Organik Tarım Ürünlerine Yönelik Tüketici Davranışları: Erzurum İlinde Bir Uygulama” adlı bu çalışma 24/08/2023 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Organik Tarım İşletmeciliği Anabilim Dalı, Organik Tarım İşletmeciliği Programında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan :Prof. Dr. Vecihi AKSAKAL

İmza:

Jüri Üyesi :Doç. Dr. Salih MEMİŞ

İmza:

Jüri Üyesi :Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ

İmza:

Bu tezin Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili maddelerinde belirtilen şartları yerine getirdiğini onaylarım.

...../...../.....

Doç. Dr. Murat KUL

Enstitü Müdürü

ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Tez çalışması olarak sunduğum ‘*Organik Tarım Ürünlerine Yönelik Tüketici Davranışları: Erzurum İlinde Bir Uygulama*’ başlıklı çalışmanın tarafımdan bilimsel etik ilkelerine uyularak yazıldığını ve yararlandığım eserleri kaynakça gösterdiğimi beyan ederim.

... / ... / ...

Süreyya ÖNAL



TEŞEKKÜR

Üstün bilimsel kişiliği yanında insan olarak da örnek aldığım danışman hocam Sayın Doç. Dr. Bora GÖKTAŞ'a tez çalışmalarım boyunca gösterdiği her türlü destek ve yardımlarından dolayı en derin ve içten şükranlarımı sunarım.

Tez jürisi olarak, değerli görüşlerini esirgemeyen Prof. Dr. Vecihi AKSAKAL ve Doç. Dr. Salih MEMİŞ'e teşekkür ederim. Ayrıca kontrol sürecinde desteklerini esirgemeyen Dr. Işıl Nihan KORKMAZ, Ar. Gör. Mehmet Akif ÖMEROĞLU ve Özkan OFLAZ'a teşekkürlerimi sunarım.

Tüm eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, hayatımın her anında yanımda olan aileme yürekten teşekkür ederim.

ÖZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI:

ERZURUM İLİNDE BİR UYGULAMA

Süreyya ÖNAL

Eylül 2023, 106 Sayfa

Bilim ve teknolojinin gelişmesi ile tarımda, birim alanda üretim verimlilik oranı giderek artırılmış ve artan dünya nüfusunun gıda ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir. Ayrıca toplumlarda sağlıklı ve kaliteli beslenme bilincinin oluşması tarımsal üretimin beklentilerini de değiştirmiş ve organik tarım, iyi tarım uygulamalarının yasal zeminin de oluşmasına sebep olmuştur. Araştırmada bölgenin organik tarıma bakış açısının ve tüketicilerin sağlıklı, kaliteli beslenme açısından davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak yürütülen çalışmada veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Erzurum ili genelinde ikamet edip çalışmaya katılımı kabul eden 401 örneklemden faydalanılmıştır. Anket ifadeleri daha önce benzer çalışmalar incelenerek araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Anket çalışmasında Demografik ve betimsel sorular, tüketici tutum ölçeğinden yararlanılmıştır. Anket formundan elde edilen bilgiler SPSS 25 paket programından yararlanılarak analizler elde edilmiştir. Elde edilen analizlerde bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi yanı sıra tamamlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Araştırmanın popülasyonu, Erzurum ilinde gıda alışverişi yapan hane halkları arasından kolayda örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Elde edilen bulgular üzerinde kapsamlı bir tartışma yapılarak, çıkan sonuçlar rapor olarak düzenlenmiştir. Hipotez sınamalarının, araştırmaya katılan tüketicilerin kimyasal girdi kullanımlarına olumsuz bakmadığı, bazı hipotez sınamalarında ise organik ürünlerin tüketiciler tarafından tercih edildikleri ve satın alındıkları sonuçlarına varılmıştır. Böylelikle elde edilen bilgiler ışığında öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Organik tarım, tüketici davranışları, Erzurum.

ABSTRACT

MASTER’S THESIS

CONSUMER BEHAVIORS TOWARDS ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS: AN APPLICATION IN ERZURUM PROVINCE

Süreyya ÖNAL

September 2023, 106 Pages

The production efficiency rate per unit area in agriculture has been gradually increased with the development of science and technology and it is aimed to meet the food needs of the increasing world population. Additionally, the awareness of healthy and high quality nutrition in societies has also changed the expectations of agricultural production and organic agriculture has led to the formation of the legal basis of good agricultural practices. In the research study, it is aimed to determine the perspective of the region on organic agriculture and the behaviors of consumers in terms of healthy and quality nutrition. In this study carried out using the quantitative research method, the survey method was utilised as a data collection tool. It was benefited from 400 samples residing in Erzurum province and accepting participation in the study. Questionnaire statements were created by the researcher by examining similar studies performed before. Demographic questions, descriptive questions and consumer attitude scale were utilised in the survey. The information obtained from the questionnaire form was analyzed using the SPSS 25 package program. In the analysis obtained, independent sample t-test and one-way analysis of variance as well as complementary statistics were used. The population of the research was selected by the Convenience Sampling Method among the households doing food shopping in Erzurum. A comprehensive discussion was made on the findings and the results were prepared as a report. It was concluded that the hypothesis tests did not negatively affect the use of chemical inputs by the consumers participating in the research while organic products were preferred and purchased by the consumers in some hypothesis tests. In the light of the information obtained in this way, recommendations are presented.

Keywords: Organic agriculture, attitudes of consumer, Erzurum.

İÇİNDEKİLER

ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI	I
TEŞEKKÜR.....	II
ÖZ	III
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
TABLolar DİZİNİ.....	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	XII
KISALTMALAR DİZİNİ.....	XIII

BİRİNCİ BÖLÜM

Giriş	1
Araştırmanın Konusu	3
Araştırmanın Amacı ve Problemi.....	3
Araştırmanın Hipotezleri.....	4
Araştırmanın hipotezleri hakkında.	4
Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi	6

İKİNCİ BÖLÜM

Kurumsal Çevre ve İlgili Araştırmalar	7
Organik Tarımın Tanımı	7
Organik tarımın amacı.....	8
Organik tarımın ilkeleri.....	9
Organik tarımın faydaları.....	9
Dünyada Organik Tarım	11
Dünyada organik tarımın dağılımı.	12
Dünyada organik tarımın gelişimi.....	12
Türkiye’de Organik Tarım	13
Organik tarım sayısal verileri.....	15

Türkiye geneli bitkisel değerler.	17
Tarım Ekonomisinde Organik Tarımın Yeri ve Tarım Ekonomisinin Tanımı	19
İhracat.....	19
2022 yılında ihracatı en çok yapılan organik ürünler.....	19
İthalat.....	21
2022 yılında ithalatı yapılan ürünler ve ithalat yapılan ülkeler.	21
2021 yılı organik arıcılık geçiş süreci verileri.....	22
Araştırma Bölgesi olan Erzurum'un Genel Durumu	24
Erzurum ilinin coğrafi durumu.....	24
Erzurum ilinin tarımsal analizi.....	26
Erzurum da organik tarım ve hayvansal üretim.	29
Erzurum ilinin hayvan varlığı.	30
Erzurum ilinin su ürünleri üretimi.	31
Erzurum ilinin organik yem üretimi.....	31
Erzurum ilinin bitkisel üretimi.....	32
Tüketici Davranışları.....	35
Tüketici kavramı.	35
Tüketici davranışlarının etkilenmesi.....	35
Davranış ölçüm tipleri.....	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Literatür Araştırması.....	37
Literatür Araştırmasında Faktörler.....	37
Organik tarım üretiminde faktör 1, kimyasal olması boyutu.	37
Organik tarımda faktör 2, kimyasal kullanılmaması boyutu.....	38
Organik tarımda faktör 3 güven boyutu.	38
Organik tarımda faktör 4 il'e yönelik algı boyutu.	39
Organik tarımda faktör 5 tercih edilme boyutu.....	39
Organik tarımda faktör 6 satın alma boyutu.	39
Organik tarımda faktör 7 genel kanı boyutu.	40

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Yöntem.....	42
Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	42
Araştırmanın Sınırlamaları.....	43
Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği	44

BEŞİNCİ BÖLÜM

Araştırma Analizleri ve Bulguları	48
Araştırmanın Demografik (Sosyoekonomik) Bulguları.....	48
Diğer Betimsel İstatistikler	49
Araştırma ile İlgili Boyutların Ortalaması	53
Araştırmaya Ait Hipotezler ve Bulgular	54
H ₁ Hipotezine ait sına sonuçları.	54
H ₂ Hipotezine ait sına sonuçları.	55
H ₃ Hipotezine ait sına sonuçları.	57
H ₄ Hipotezine ait sına sonuçları.	60
H ₅ Hipotezine ait sına sonuçları.	62
H ₆ Hipotezine ait sına sonuçları.	64
H ₇ Hipotezine ait sına sonuçları.	67
H ₈ Hipotezine ait sına sonuçları.	69
Korelasyon analizi ve sına sonuçları.	72
H ₉ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	73
H ₁₀ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	73
H ₁₁ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	73
H ₁₂ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	74
H ₁₃ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	74
H ₁₄ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	74
H ₁₅ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	75
H ₁₆ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	75
H ₁₇ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	75
H ₁₈ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	76
H ₁₉ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	76
H ₂₀ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	76
H ₂₁ Hipotezi ile ilgili sına sonuçları.	77

H ₂₂ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	77
H ₂₃ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	77
H ₂₄ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	78
H ₂₅ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	78
H ₂₆ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	78
H ₂₇ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	79
H ₂₈ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	79
H ₂₉ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.....	79
Hipotezlerle İlgili Kararlar	80
Sonuç.....	83
Kaynakça.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Ekler.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK-1. Anket formu.....	93
Öz geçmiş.....	106

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Ülkelere Göre Organik Tarım Üretici Sayıları.....	12
Tablo 2. Yıllar İtibariyle Organik Tarımsal Üretim Göstergeleri.(Geçiş süreci dâhil).....	15
Tablo 3. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecinde Yer Alan Hayvancılık.	16
Tablo 4. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecindeki Arıcılık Göstergeleri.....	16
Tablo 5. 2018 Yılı Organik Tarım Verileri.....	16
Tablo 6. 2020 Yılı Organik Tarım Veriler.....	17
Tablo 7. Türkiye Geneli Bitkisel Değerler.....	17
Tablo 8. 2022 Yılı İhracatı En Çok Yapılan Ürünler	19
Tablo 9. 2022 Yılında İthalat Yapılan Başlıca Ürün ve Ülkeler	21
Tablo 10. 2021-2022 Yılı Organik Arıcılık Verileri	22
Tablo 11. Erzurum İli CORINE -2012 Arazi Kullanımı Arazi Örtüsü Sınıflaması.....	28
Tablo 12. Erzurum İlinin Hayvan Varlığının Cinslere ve Yıllara Göre Değişimi.	30
Tablo 13. Yıllara Göre Su ürünleri Verileri.	31
Tablo 14. 2020 yılı Organik Bitkisel Üretim Verileri.....	32
Tablo 15. 2020 Tarla Ürünleri Verileri (https://www.tuik.gov.tr/).	33
Tablo 16. 2020 Meyvecilik Verileri (https://www.tuik.gov.tr/).....	34
Tablo 17. 2020 Sebze Üretimi Verileri (https://www.tuik.gov.tr/).	34
Tablo 18. Araştırmanın Normallik Değerleri.....	44
Tablo 19. Araştırmanın Güvenilirlik İstatistikleri.....	45
Tablo 20. KMO and Bartlett's Testi	45
Tablo 21. Araştırmanın Faktör Yük Dağılımları;	46
Tablo 22. Demografik Özellikleri ve Frekans Tablosu	49
Tablo 23. Organik Ürünlerin Hangi İletişim Araçlarıyla Bilgi Sahibi Olunduğunun Çoklu Frekans Değeri	49
Tablo 24. Organik Tarımı ve Ürünlerinin Bilinmesine Yönelik Frekans Değeri.....	50
Tablo 25. Ailelerde Gıda Alış Verişini, Hangi Bireylerin Yaptığına Yönelik Frekans Değeri.	50
Tablo 26. Organik Tarım Ürünlerinin Satın Alınımalarıyla İlgili Frekans Değeri.	51
Tablo 27. Erzurum İlinde Üretilen Organik Tarım Ürünlerinden En Çok Hangisini Satın Alınmasına Dair Frekans Değeri.....	52
Tablo 28. Organik Tarım Ürün Alış Verişinizi Nerelerden Yapıldığına Dair Frekans Değeri.....	52

Tablo 29. <i>Boyutların Ortalamaları.</i>	53
Tablo 30. <i>Tüketicilerin Araştırma Boyutlarına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Yönelik T-Test Sonuçları.</i>	54
Tablo 31. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	55
Tablo 32. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i> ...	55
Tablo 33. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	55
Tablo 34. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	56
Tablo 35. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	56
Tablo 36. <i>Eğitim Değişkeni Açısından İl'e Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	57
Tablo 37. <i>Eğitim Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	57
Tablo 38. <i>Yaş Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	58
Tablo 39. <i>Yaş Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	58
Tablo 40. <i>Yaş Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	58
Tablo 41. <i>Yaş Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	59
Tablo 42. <i>Yaş Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	59
Tablo 43. <i>Yaş Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	60
Tablo 44. <i>Yaş Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	60
Tablo 45. <i>Tüketicilerin Araştırma Boyutlarına İlişkin Düşüncelerinin Medeni Durum Değişkeni Açısından T –Testi Sonuçları.</i>	61
Tablo 46. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	62
Tablo 47. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	62
Tablo 48. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	62
Tablo 49. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	63
Tablo 50. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	63
Tablo 51. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i> ...	63
Tablo 52. <i>Hane Halkı Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	64
Tablo 53. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	64
Tablo 54. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	65
Tablo 55. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	65
Tablo 56. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	65
Tablo 57. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	66

Tablo 58. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	66
Tablo 59. <i>Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	66
Tablo 60. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	67
Tablo 61. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	67
Tablo 62. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	67
Tablo 63. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	68
Tablo 64. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	68
Tablo 65. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	68
Tablo 66. <i>Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	69
Tablo 67. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	69
Tablo 68. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	70
Tablo 69. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	70
Tablo 70. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	70
Tablo 71. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	71
Tablo 72. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından İl'e Yönelik Algı Boyutu Göre ANOVA Testi</i>	71
Tablo 73. <i>Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi</i>	71
Tablo 74. <i>Araştırmanın Korelasyon Kat Sayıları</i>	72
Tablo 75. <i>Araştırmanın Korelasyon Analizi</i>	72
Tablo 76. <i>Araştırma Hipotezlerinin Durum Çizelgesi</i>	80

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Organik Tarımın Logosu.	15
Şekil 2. Erzurum İlinin Konum Haritası	26
Şekil 3. Erzurum İlinin Yükseklik Haritası.....	27



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
DSİ	: Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği
E.V.A	: Equal Variances Assumed
E.V.N.A	: Equal Variances Not Assumed
FAO	: Food and Agriculture Organization
FBİL	: Organik Tarım Araştırma Enstitüsü
GLOBALGAP	: Global Good Agricultural Organizma
İTÜ	: İyi Tarım Ürünleri
IFOAM	: International Federation of Organic Agriculture Movements
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

BİRİNCİ BÖLÜM

Giriş

Beslenme ihtiyacını karşılamak üzere avcılık, toplayıcılık yaparak ve göçebe konumdan yerleşik hayata geçerek tarımı keşfeden insanoğlu; bitkileri yetiştirmeyi, geliştirmeyi ve hayvanları evcilleştirerek döneminin en ileri seviyeye taşımıştır. Bilgi birikimini ilerleyen yıllarda teknolojiyle birlikte daha da artırarak, tarımsal üretim yönündeki çabalarını devam ettirmektedir. Dünya nüfusun sürekli çoğalmasıyla birlikte bahsedilen yönde çalışmalar hızlanmış, dönem içerisinde yeni yöntemler geliştirilmiş ve tarımsal olarak yeni bilimsel alanlar ortaya çıkarılmıştır. Tarım alanında yapılan teknik gelişmelerin üretimdeki artışa yol açmasıyla, Malthus 'un nüfus teorisinde insanların yeteri oranda gıda maddesine ulaşamayacağı, açlık gibi büyük bir felaketle karşılaşacağı, öngörüsünün şimdilik ertelendiğini göstermektedir.

On dokuzuncu yüzyıl içerisinde Dünya nüfusunun giderek artması ile bu yıllarda oluşan ve 'Yeşil Devrim' adıyla isimlendirilen gelişmeler sonunda oluşabilecek gıda açığını önlemek amacıyla tarımsal üretimin artırılması hedeflenmiştir. Yirminci yüzyılın başından itibaren bitki çeşitliliğinde ve hayvan ırkları üzerinde yapılan ıslah çalışmaları, birim alandan daha fazla verim elde etmek amacı için aşırı kimyasal girdi kullanımına gidilmesi, bitki ve hayvanlarda görülmesi muhtemel olan hastalıkları önlemek için kimyasal mücadele yöntemlerinin geliştirilip uygulanması, tarım arazilerinin sulanması için sulama sistemlerinin geliştirilmesi gibi nedenlerle birlikte, bahsi geçen dönemde tarımsal üretimde % 100'ü aşan verime ulaşılmış, sonucunda ise belli ülkelerde tarımsal üretim fazlalığı açığa çıkmıştır (Çetiner, & Tuzla, 2005).

Avrupa Birliği ülkeleri ve diğer gelişmiş ülkeler tarımsal üretimlerinin sonucunda oluşan üretim fazlasından hareketle; tarımda kimyasal madde kullanımı ve ilaçlı mücadele sistemlerinin, doğaya ve tüm canlı varlığına verdiği tahribatları göz önünde bulundurarak bu tip tarımsal üretimin kısıtlanmasına ve hukuken gerekli tedbirlerin alınmasına karar vermişlerdir (Atsan, & Kaya, 2008).

Organik ürünler hakkında tüketicilerin zihinlerinde genel olarak organik olmayan gıdaların daha zararlı olduğu düşüncesi oluşmuştur (Göktaş, 2019). Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığının (USDA) organik tarımı; 'Sürdürülebilir kalkınma gıda üretimi ile birlikte dar kaynakların ve ekosistemin korunmasını da içermelidir ki, mevcut canlı popülasyonunun

ihtiyaçlarını bir sonraki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama haklarından yoksun bırakılmamasına neden olmaksızın karşılayabilsin' şeklinde tanımlamaktadır (<https://www.usda.gov>)

Tarımsal üretimde organik tarım uygulamaları; kimyasal girdi kullanımının durdurulması ve kullanımından kaçınılması sonucunda elde edilen ürün kalitesinin güvenilir olmasının yanı sıra, tarımın gelecek nesillere miras bırakılması için sürdürülebilirliğini desteklemektedir. Yapılan bazı araştırmalarda organik tarım uygulamalarının geleneksel tarım uygulamaları sonucunda elde edilen ürünlerin lezzet ve kalitesinin daha fazla olduğu bildirilmiştir. Bununla birlikte doğal dengeyi de koruduğu için yeni bir gelişme olarak ele alınan organik tarım, CO₂ (karbondioksit) salınımının diğer tarımsal yöntemlere göre atmosfere daha az CO₂ salınımı uyguladığı ileri sürülmüştür. Havanın yanında tarımsal üretim süreci içerisinde kimyasal girdi kullanımı, hem yeraltı sularını hem yer üstü su kaynaklarının kirlenmesini, ayrıca topraktaki faydalı minarelin ölmesine ve toprağın erozyona uğramasına, böylelikle toprak kirliliğine de sebep olmaktadır. Organik tarım, tarımın sürdürülebilirliğinin yanı sıra, hayvansal üretime de olumlu etkisi görölmektedir. Hayvanların yaşam alanları iyileştirilmesinin ve kimyasal girdilerden korunan alanlarda beslenilmesi, üretimde verimliliğin ve kalitenin artmasına sebep olmaktadır (Doğan, 2017).

Organik tarım uygulamalarının son yıllarda gelişip yayılmasıyla beraber, bu ürünlere yönelik tüketicilerin taleplerinin de arttığı bilinmektedir. Taleplere ilişkin gelişen organik tarım pazarı, organik ürünlere yönelik tüketici davranışlarının belirlenmesinde önemli bir dönüm noktası olmaktadır. Tüketicilerin organik tarıma karşı oluşan tutumları, bu davranışın geçmiş yaşantılar sebebiyle ve inançları nedeniyle oluştuğu kanısına varılmıştır. Tüketicilerin bir ürüne karşı sahip olduğu düşüncelerinin olumlu ya da olumsuzluğu olarak da düşünülebilir. Bir nesneye karşı pozitif yönlü bakışı olan bir tüketicinin, ürünü alma ihtimali daha yüksektir. Organik tarımın yapılması için fazlaca avantaja sahip olan Türkiye'nin organik tarım uygulamalarının dış pazara yönelik gelişmesi ve günümüzde hala iç pazarın küçük çaplı oluşu, iç pazardaki tüketicinin organik tarım ürünlerine yönelik eğilimlerinin incelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Merdan, & Kaya, 2013).

Türkiye'deki tarım faaliyetlerinin üretim durumu, ikinci dünya savaşından sonra önemli ölçüde artış göstermiş, üretimde birim alandan alınan verim artışı oranı ile ekilebilir alanların artış oranı karşılaştırıldığında çıkan sonucun olumlu olmadığı görölmüştür. 1960 sonrasında birim alanda ve tarımsal üretimde istenilen düzeye ulaşabilmek amacıyla, meralar ve ormanların belirli kısımlarının tarım arazisi statüsüne çevrilmesi, kimyasal girdi kullanımının bilinçsizce çoğalması, geliştirilmiş tohum çeşitlerinin tarımsal üretime dâhil edilmesiyle, birim alandan yüksek oranla verim artışı sağlanması amaçlanmıştır (Atsan, & Kaya, 2008). Son

yıllarda tıp alanında ki gelişmelere rağmen, kimyasal girdi oranlarının yüksek olduğu gıdalarla beslenmek zorunda kalan insanlar da görülen şeker hastalığı, kanser hastalığı gibi hastalıkların artması ve tedavi süreçlerinin, ekonomik olarak pahalı olması, tarımsal üretimin modern üretimden organik üretime geçişine sebep olmuştur. Nitekim gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, insanların pahalı olmasına rağmen organik ürünlere yönelimi artmıştır.

Araştırmanın Konusu

Erzurum ilinde yaşayan insanların organik tarım hakkındaki düşüncelerinin, bulundukları sosyal durumlarının tüketimlerine nasıl yansıdığının ve tarımsal çalışmalarda kimyasal kullanımının insan sağlığına, çevreye, gelecek nesillere nasıl etkiler bırakacağını anlaşılabilmesi noktasın da tüketici davranışlarının saptanması, araştırmanın konusu olmuştur.

Araştırmanın Amacı ve Problemi

Dünyada yaşanan gelişmeler karşısında Türkiye, ılıman iklim kuşağı ve jeopolitik konumu neticesinde dünyadaki önemini artırırken, iç pazarda istenilen seviyede olmaması araştırmanın problemini, iç pazarda oluşan bu durumun sebeplerinin anlaşılmak istenmesi ise araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Tüketici tutum ve davranışları üzerine belirlenen analizler neticesinde Erzurum ili örneğinden yola çıkılarak araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarım hakkındaki düşüncelerinin, tercihlerinin, davranışlarının belirlenmesi için oluşturulan hipotezler araştırmanın sorularını oluşturmaktadır. Araştırmada organik tarımın tarihsel gelişim süreci, organik tarımın tanımı, organik tarımın ilke ve amaçları, Dünya ve Türkiye’de organik tarım, Erzurum ilinin tarımsal alan varlığı ve organik ürünlerin pazarlanması konuları yer almaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri hakkında.

*H₁: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Cinsiyet değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₂: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Eğitim değişkeni ne*' ait gruplar' açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir

*H₃: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Yaş değişkeni ne*' ait gruplar' açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₄: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Medeni durum değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₅: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Hane halkı sayısı değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₆: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Meslek düzeyi değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir

*H₇: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Maddi kazanç düzeyi değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₈: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin, organik ürün alımları için aylık ödediği '*Ücret değişkenine*' ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

*H₉: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*kimyasal olmaması*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

*H₁₀: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*güven*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

*H₁₁: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*İl'e yönelik algı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

*H₁₂: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*tercih edilme*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

*H₁₃: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*satın alma*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

*H₁₄: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olması*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

- *H₁₅: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olmaması*' boyutuyla, '*güven*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır
- *H₁₆: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olmaması*' boyutuyla, '*İl'e yönelik algı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₁₇: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olmaması*' boyutuyla, '*tercih edilme*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₁₈: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olmaması*' boyutuyla, '*satın alma*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₁₉: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Kimyasal olmaması*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₀: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Güven*' boyutuyla, '*İl'e yönelik algı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₁: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Güven*' boyutuyla, '*tercih edilme*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₂: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Güven*' boyutuyla, '*satın alma*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₃: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Güven*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₄: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*İl'e yönelik algı*' boyutuyla, '*tercih edilme*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₅: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*İl'e yönelik algı*' boyutuyla, '*satın alma*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₆: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*İl'e yönelik algı*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₇: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Tercih edilme*' boyutuyla, '*satın alma*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₈: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Tercih edilme*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.
- *H₂₉: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin '*Satın alma*' boyutuyla, '*genel kanı*' boyutu değişkenine ait gruplar arasında korelasyon bulunmaktadır.

Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi

Türkiye'nin coğrafik yapısı ve iklim durumu göz önüne alındığı takdirde, tarımsal çeşitliliğin oldukça fazla olduğunu ve bu durumun Türkiye adına büyük bir zenginlik oluşturduğu görülmektedir. Dünyada tarımsal imkânları neticesinde kendi halkını doyurabilecek sayılı ülkelerden biri olması, tarımsal ekonominin önemini de ortaya çıkarmaktadır. Türkiye'nin bu zenginliklerinin iyi değerlendirilmesi, tarımsal üretimin çağın gereğine uygun yapılması, sağlıklı yaşam için de kontrollü üretimin yapılması önem arz etmektedir.

Gündüz ve Kaya'ya göre Türkiye'de yaklaşık 18 milyon hektar tarım arazisi ve üç milyonu aşkın tarım işletmesi bulunmaktadır. Ülkemizde ki bu işletmelerin çoğunluğu küçük aile işletmelerinden oluşmaktadır. Bu durum tarım işletmelerinin dağınık olmasına neden olmuştur. Dağınık ve küçük aile işletmelerinin oluşması ise teknoloji kullanımını kısıtlamakta ve tarımsal üretimde birim alandan alınan verimin azalmasına neden olmaktadır. Tarımsal üretimde aşırı kullanılan kimyasal ilaçlar, insan sağlığını önemli derecede tehdit etmektedir (Gündüz & Kaya 2007).

Doğan, (2017)'a göre yapmış olduğu çalışmada tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerini açıklanmış, tüketicilerin bu durumlarının, organik ürünlerin tüketimi üzerinde oluşan etkilerini ölçmüş ve ortaya çıkan bulgularla, tüketicilerin organik ürünlere karşı tutumlarını belirleyerek, bu tüketici grubunun gelecekte organik üretime olan bakış açısını ön görmüştür.

Fahri Yavuz, (2016)'ın Tarımsal yatırımların hangi alanlara yönltilmesi ve yapılması konulu bir çalışmalarında, Erzurum ilinin jeopolitik konumunun dezavantajları ve avantajlarının belirlenmesi, tarımsal üretim değerlerinin belirlenip geliştirilmesi, tarıma dayalı sanayi kollarının varlığının tespit edilip geliştirilmesi için SWOT (güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin değerlendirilmesi süreci) analizi yapmışlardır. Bu çalışma sonucunda Erzurum'un organik tarım açısından önemli arazi ve iklim yapısına sahip olduğu, buna rağmen üretilen üretim kapasitesinin altında kaldığının belirlendiği ve bu durum karşısında organik tarımın geliştirilip üretim potansiyelinin artırılmasının mümkün olduğunu bildirmişlerdir (Yavuz vd. 2016). Araştırmaya ise Erzurum da yaşayan tüketicilerin organik ürünlere olan tutumlarının belirlenmesi ve literatüre katkıda bulunulması bakımından önem arz etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

Kurumsal Çevre ve İlgili Araştırmalar

Organik Tarımın Tanımı

Organik tarım; bitkinin ekiminin ardından en son alıcıya ulaşıncaya kadar herhangi bir kimyasal bileşen, tarım ilacı, gübre ve bitki düzenleyicilerinin kullanılmadığı bir üretim halidir (Çelik vd. 2021).

Birçok kamu kuruluşları tarafından organik tarım için farklı tanımlamalar yapılmıştır. Uluslararası Organik Tarım Federasyon (IFOAM)'un 2008 yılında organik tarımı; 'Toprak, ekosistem ve insan yaşamını devam ettiren ve insanın sağlıklı olmasını sağlayan bir üretim sistemi' olarak tanımlamaktadır. Sistem, olumsuz sonuç veren girdilerin kullanımı yerine ekolojik dengeye, biyolojik çeşitliliğe ve oluşan şartlara uyum sağlamış döngüleri esas almaktadır. Ekolojik tarım içinde bulunduğumuz doğaya fayda sağlamak ve tüm canlılar için iyi bir yaşam kalitesini oluşturup yaygınlaştırmak amacını güderek, yeni buluşları ve bilimi bir araya getirmektedir (Çınar, & Göktaş, 2019). Literatürde organik tarım, biyolojik çeşitlilik, tarımsal ekosistem sağlığını desteklemesine ve geliştirilmesine katkı sağlayan bütüncül bir üretim yönetimi sistemi olarak tanımlanmaktadır (Food and Agriculture Organization [FAO], 1999). Organik tarım, sistem içindeki herhangi bir görevi sağlamak için yapay malzemeler yerine çiftlik içi, biyolojik ve mekanik yöntemler kullanılarak gerçekleştirilmektedir FAO (2021).

Benzer şekilde bazı kurum ve kuruluşların yapmış oldukları tanımlardan hareketle organik tarım: Üretim sırasında ekolojik dengeyi koruyan, biyolojik çeşitliliği ve ekosistemi bozmayan, insan, hayvan, çevre ve diğer canlılara zarar vermeden, kimyasal maddelerin kullanımının yer almadığı, üretimden tüketime kadar olan her basamakta kontrollü bir şekilde devam eden ve gelişen tarım olarak ifade edilmektedir (Çınar, & Göktaş, 2019).

Organik tarım kurallarına göre elde edilen üretimin çıktısına organik ürün adı verilmektedir. Organik ürünler taze ve işlenmiş olabilir. Gıda, tekstil, kozmetik gibi birçok alanda organik ürünler yer almaktadır. Doğal olarak üretilmiş, üretim aşamasında organik ürünlere benzer kimyasal ya da sentetik madde kullanılmadan üretilen ürünlerle, organik ürünler arasında farklar bulunmaktadır. Organik ürünler üretim aşamalarının en başından son aşaması olan tüketiciye ulaştığı ana kadar organik tarımın kurallarına uyularak üretilmektedir. Bu süreçte olması gerekenler organik ürün sertifikası, ürünün ambalajının görünürde olması,

ürünlerin üzerinde mutlaka organik ürün damgasının bulunması, organik ürün sembolleri, işletme mührü gibi farklılıklara sahiptir (Çelik vd. 2021).

Organik tarımın amacı.

Dünya nüfusunun hızlı bir şekilde artması gıda ihtiyacına olan talebi artırmış ve bunun karşılanması için birim alanda verimi artırmak amacıyla çeşitli kimyasal madde uygulamaları ile üretimin artırılması hedeflenmiştir. Bu gelişmeler temiz su kaynaklarının kirlenmesine, toprakta yaşayan yararlı mikroorganizmaların ölmesine ve giderek tarım arazilerinin verimsizleşmesine neden olmuştur. Sonucunda ise insan sağlığını tehdit eder duruma ulaşmıştır. Temelinde insan uygulamalarının yanlışlığı, doğal yaşam ortamının tahribatına neden olmuştur. Organik tarım ise tüm bu kirliliğin ve insan sağlığını olumsuz etkileyen yanlış uygulamaların, sonuçlarını bertaraf etmek amacıyla doğal dengeyi koruyarak kimyasal madde kullanmadan kaliteli üretim ve sağlıklı yaşamayı hedeflemiştir. Organik tarımdaki esas amaç, insanların tüketimi amacıyla aldığı ürünlerin ve her türlü besin maddelerinin yanı sıra ihtiyaç duyduğu yaşamsal gıdaların üretim aşamalarında doğaya zarar vermeden, üretimin sürekliliğinin sağlanmasıdır (Gündüz, & Kaya, 2007)

Bu bilgilere ilaveten organik tarımın farklı amaçları bulunmaktadır, bunlar:

- Birim alandan elde edilen ürün fazlalığı değil, yetiştirilen ürünlerin uygun yöntemlerle kalitesini artırmaktır,
- Kimyasal girdi kullanımı sonucunda oluşan kirliliği en aza düşürmek,
- Doğaya zarar vermeden üretim yapmak,
- Herhangi bir canlının yaşam standartlarını bozması muhtemel durumları ortadan kaldırmak,
- Biyolojik çeşitliliği koruyarak sürdürülebilirliği sağlamak,
- Toprağı korumak, ıslah etmek, işlemek vb. konularında gerekli eğitimin verilmesi ve ilgili sunumların yapılmasını sağlamak.
- Bitki ve hayvan genetiklerinin öncelikli korunması ve devam ettirilebilir tarım için bilinçli bir şekilde kullanılmasını sağlamak.
- Tüketicilere kaliteli ve güvenli ürünler sunmak.
- Gelecek nesillere doğal kaynakların kirletilmeden, faydalanabilmelerini sağlamak. (Çınar, & Göktaş, 2019).

Organik tarımın ilkeleri.

1. Sağlık İlkesi;
2. Ekolojik İlkesi
3. Dürüstlük İlkesi,
4. Koruma İlkesi,

Bu bilgilerin yanı sıra Organik tarımın üç temel ilkesi bulunmaktadır. Doğayla uyumlu üretim, kendine yetebilen kapalı bir sistem ve ekim nöbetidir (Aksoy, 2001).

Bitkisel üretimde,

- En uygun yöntem kullanılarak toprağın işlenmesi,
- Toprak verimliliğinin sağlanması,
- Dayanıklı tohum,
- Uygun ekim-dikim hali,
- Bitki korumada ekolojik metot ve girdi kullanımı,
- Hasattan sonraki tüm süreçlerin organik üretimi destekleyen yöntemler içinde yürütülmesi.

Hayvansal Üretimde,

- Sağlıklı hayvan yetiştiriciliği,
- Uygun barınma koşulları,
- Organik yemlerden faydalanma,
- Damızlık ve ırk seçimlerinde ekolojik uyumluluk.

Bu bilgiler ışığında organik tarım, belirli bir kültürel ortamda sosyal, ekonomik ve ekolojik etkenlerin dengelenmesini sağlayan tarımsal faaliyettir (Aksoy, 2001).

Organik tarımın faydaları.

Geleneksel tarımda kullanılan kimyasal maddeler bitki kökünden toprak zemine geçerek yer altı kaynaklarının kirlenmesine sebep olmaktadır. Organik tarımda hiçbir kimyasal girdi kullanımı olmadığından kirliliğe de neden olmamaktadır. Geleneksel tarım doğada yaşamını sürdüren her türlü canlıyı olumsuz etkilenmektedir. Böylelikle organik tarımın ekosisteme zarar vermediği anlaşılmış ve tercih edilme sebebi olmuştur (Öztürk, 2012).

Tüketicilerin bilgilendirilmesi için yapılan çalışmalarda sağlıklı ve dengeli beslenme ifadeleri esas alınan konular arasında önemle vurgulanmaktadır. Bu bağlamda son zamanlarda

organik tarım ve gıda tüketimi yeni kalite merkezi olarak önemli bir yer tutmuştur (Viteterso, & Tangeland, 2015).

Beslenme faydası.

Oflaz (2023)'e göre; organik ürün ve iyi tarım uygulamaları üzerine yapılan çalışmada da, tüketicilerin satın aldıkları gıdaların insan sağlığına ve doğaya verilen zararları hakkında bilgi sahibi oldukça, çevreye ve insan sağlığına verilen değerin artırdığını belirtmiştir. Tüm bunların yanı sıra doğadaki bütün canlıların da korunması gelecek nesillerin sağlıklı ve sürdürülebilir bir tarımın mirası bırakılması hususu için de sağlıklı beslenmenin önemine dikkat çekmiştir.

Çevresel faydası.

Birçok çalışmada CO₂ salınımı organik tarımda geleneksel tarıma kıyasla %15-20 daha az olduğu belirtilmektedir. Bunun en temel sebebi organik tarımda inorganik N (azot) kullanılmasıdır. Toprakta atmosfere göre iki kat daha fazla karbon bulunmaktadır. Tarımda inorganik kimyasalların kullanılması ve üretim seviyelerinin fazla olması, toprakta daha fazla organik madde kaybına sebep olmaktadır. Farklı yollarla toprakta bulunan mevcut organik maddelerinin korunması ve sayısının artırılması esas kılınmaktadır (Bozok vd., 2016).

Biyolojik çeşitlilik faydası.

76 araştırmayı derleyen ve değerlendiren bir karşılaştırma da organik tarımın birçok türünün oluşmasında, çokluğunda ve farklılıkları üzerinde, geleneksel tarıma göre çok fazla pozitif etki oluşturduğunu ortaya koyulmuştur (Perkins vd., 2005).

Hayvan refahı faydası.

Organik tarımda hayvan refahı öncelikli olarak, hayvanların yaşam alanlarının ve sağlık durumlarının iyi olması ile verimlerinin artması arasında sıkı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sağlıklı hayvanların yaşam sürelerince daha az hastalanır ve hastalıklara karşı da daha dirençli olurlar. Refah koşullarının bütünüyle sağlanabilmesi için hayvanların durumlarına göre en uygun yöntem ile beslenmesi, stresten uzak tutulması, iyi koşullarda barınması ve sağlıklı şartlarda tedavileri yapılarak, ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir (Doğan, 2017).

Sosyo-ekonomik faydası.

Geleneksel tarımda tarım arazilerinde kullanılan kimyasal maddelerin fazla miktarda kullanımı tarım sektöründe çalışanlarının sağlıklarını da bozmaktadır. Ayrıca bu kimyasal

girdiler maliyetleri bakımından ekonomik olarak işletmelere girdi oluşturmaktadır. Bunun aksine organik tarımda kimyasal madde kullanımının olmayışı zehirlenme riskini azaltmış, neredeyse yok etmiştir. Organik tarımın hem çiftçi sağlığı üzerinde hem de tarımsal üretimin ekonomik boyutları bakımından olumlu etkileri görülmektedir (Doğan, 2017).

Organik tarım, üretim maliyetlerin de kimyasal girdi oluşturmaması üreticinin ekonomik olarak kar etmesini sağlamaktadır. Ayrıca organik ürünler dünyanın her yerinde aynı standartlarda üretildiği için güven ve sağlık açısından da tercih edilmektedir. Gıda ürünlerinin üzerlerinde olumsuz sonuçlar doğuracağı bilinmesine rağmen ekonomik çıkarlar gereği bazı olumsuz gelişmelerin önlenemez olması ve bu tür tehlikelere açık olmasının yanı sıra, fiyat düzeyinin diğer ürünlere nazaran yüksek seyretmesi, insanların yanlış yönlendirilmesine, kolayca kandırılmasına sebep olmaktadır (Doğan, 2017).

Dünyada Organik Tarım

Üretim aşaması süreci içerisinde organik ürünlerin, kırsalda yaşayan insanların geçimlerini sürdürmek için yapmak zorunda kaldıkları faaliyet olmaktan çıkarak 1970’li yıllarda ekonomik boyut kazanmış ve ticarete yerini almaya başlamıştır. İlerleyen yıllarda ise dünyada yaşanan hastalıklar, organik tarıma dönüşü hızlandırmış ve ürünlere olan talebi artırmıştır. Böylelikle ülkeler kendilerine özgü olarak üretimlere başlamışlardır (Aksoy, 1999).

Dünya savaşları sürecinde dikkatleri üzerine çeken organik tarım, özellikle 19. Yüzyılın ortasından sonra makineleşme ve kimyasal girdilerin kullanımı ile gölgelenmiştir. Bu sebeple insanlığın amacının ucuz gıda üretmek şeklinde değişmesine, böylece organik tarım uygulamalarının önemini yitirmesine neden olmuştur. Avrupa birliğinin temelini oluşturan Avrupa topluluğunun oluşması ve uyguladıkları tarımda gelişimi destekleyen politikalar ile 1970’de kimyasal gübrelerin ve pestisitlerin keşfinin de organik üretimin gölgelenmesine etki ettiğini bildirmiştir (Aksoy, 1999).

Gelişmeler neticesinde organik tarım üretiminin kontrollü, denetlenebilir olması için tek bir çatı altında toplanması gerekliliği açığa çıkmış ve 1972 de Uluslararası Organik Tarım Hareketi Federasyonu (IFOAM) kurulmuştur. 1985 de Organik Ticaret Birliği, 1945’de Birleşmiş Milletler Gıda Tarım Örgütü FAO gibi kurumların oluşturulmasıyla gelişimini sürdürmüştür. (Nasırlı, 2019).

Dünyada organik tarım başlıca ithalat pazarları Avrupa Birliği, ABD, Kanada ve Japonya’dır. Bu pazarın tamamı, organik ürünlerin ithalatı için katı kurallara sahiptirler ve bu kuralları zaman zaman ithalatı kısımaya yönelik politika aracı olarak da kullanmaktadırlar. AB organik tarım mevzuatı ilk olarak 1991 de yürürlüğe girmiş, ilerleyen yıllarda ise mevzuatta

44'ün üzerinde değişiklik yapmışlardır. İlk olarak tarım yönetmeliği sadece bitkisel üretim üzerine düzenlenmiş, 1992 yılında ürünlerin üçüncü ülkelerden ithalatına ilişkin yönetmelik çıkarılmıştır. İlk kez organik hayvancılık kuralları 1999 yılında tanımlanmış, hayvan beslemesi, hastalıkların önlenmesi, veterinerlik, hayvan koruma, genel olarak hayvancılık ve hayvan gübresi kuralları belirlenmiştir (Dalbeyler, & Ferruh, 2017). 2014 te ise AB birliği organik tarım eylem planı hazırlanmış ve mevzuatında değişiklikleri sürdürmüşlerdir.

Dünyada organik tarımın dağılımı.

Dünya Organik üretici sayıları kıtalar üzerinde değerlendirilmesi Tablo 1' de görölmektedir. Organik üretim yapan üreticiler 2019 yılı verilerine bakıldığında ilk sırada 1,589.563 üreticiyle Asya kıtası görölmektedir. Hemen ardından ise 850.490 üretici ile Afrika kıtası gelmektedir. Avrupa 430.742 üretici, Latin Amerika 224.388 üretici, Kuzey Amerika 22.153 üretici, Okyanusya ise 18.416 üreticiye sahiptir.

Tablo 1. *Ülkelere Göre Organik Tarım Üretici Sayıları*

ÜLKELER	ÜRETİCİ SAYILARI
Asya	1.589.563,0
Afrika	850.490,0
Avrupa	430.742,0
Latin Amerika	224.388,0
Kuzey Amerika	22.153,0
Okyanusya	18.416,0

Kaynak: FİBL ve IFOAM 2021

Dünyada organik tarımın gelişimi.

Organik tarım ilk kez Avrupa ve Amerika Birleşik Devletlerinde uygulanmaya başlanmış ve daha sonra diğer ülkelere yayılmıştır. Organik tarıma olan ilginin hızla artması ve sosyo-ekonomik koşulların gelişmesi gibi etkenlerden oluşmaktadır. Organik tarım ve gıda ürünlerine tüketici talebinin artması sonucu organik tarımı benimseyen çiftçi sayısı doğal olarak artmıştır. Bu talebin artması ve aynı zamanda uluslararası ticaretin de gelişmesine neden olmuştur. Bazı ülkelerin organik tarıma yönelik ilgilerinin olmamasına rağmen Avrupa'da yetişmeyen ve talep edilen organik ürünleri üretmeye ve ihraç etmeye başladıkları da bilinmektedir (Demiryürek, 2011).

İkinci dünya savaşı sonrasında yaşanan gelişmelerin teknolojinin ilerlemesine ve tarımsal üretiminde bu gelişmelerden yararlanmasına sebep olmuştur. 1960 yıllarında başlayan 'Yeşil Devrim' ile tarım ürünlerin de %100 oranında artış elde edilmiştir. Sonraki

yıllarda ise Yeşil Devrimin getirdiği tarımsal üretim gelişmelerinin gıda krizine çözüm olmayacağı görüşü öne sürülmüş ve bu görüş, intansif tarımın tüm canlı hayatının sağlığını olumsuz etkilediği araştırmalarla ortaya konulmuştur (Dalbeyler, & Işın, 2017).

Dünyada 2019 Yılında 3,1 milyon organik üretici bildirimi yapıldı. Ülkeler arasında Hindistan en fazla üreticiye sahip ülke olarak başı çekerken, (1.366.000) ikinci sırayı Uganda (210.000), üçüncü sırayı da Etiyopya (204.000) üretici sırasıyla yer almaktadır. Küçük ölçekli üreticilerin çoğu kontrol sistemine bağlı olarak gruplar halinde sertifikalandırılmıştır (Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu [IFOAM], 2020). Dünyadaki tarımın ekonomik boyutu içinde, organik gıda üretiminin küresel pazar da 2019 yılı verilerine göre 106 milyar avroya ulaştığı bilinmektedir. ABD’de 44,7 milyar avro ile lider pazar, onu Almanya 12,0 milyar avro ve Fransa 11,3 milyar avro ile izlemektedir. 2019 da birçok büyük pazar güçlü büyüme oranları göstermeye devam etmiştir. Örneğin Fransız pazarı %13’ten daha fazla artmıştır. Danimarkalı ve İsviçreli tüketiciler en çok harcamalarını organik gıda olarak göstermişlerdir. Danimarka ise toplam gıda pazarının yüzde 12,1 ile en yüksek organik pazar payına sahip olmuştur IFOAM (2020). Organik tarım ile ilgili olarak Dünyada bazı önemli kuruluşlar oluşturularak, yeni nesillerin doğal zenginliklerden faydalanmaları için koruma altına alınmak istenmiştir. Başlıca bu kuruluşlar;

- Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)
- Birleşmiş milletler Gıda Tarım Örgütü (FOA)
- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)
- Organik Ticaret Derneği (OTA).

Türkiye’de Organik Tarım

Ülkemizde organik tarım çalışmaları ilk olarak Avrupa kökenli bazı firmaların, çiftçilerle anlaşarak kendi ihtiyaçları olan ürünler için yaptırdıkları çalışmalar ile başlamış ve kendi ülkelerine fındık, incir, kuru kaysı gibi ürünleri ithal edildiği görülmüştür. 1998-2000’li yıllarda ilk kurulan organik tarım pazarı çalışmaları ve organik tarım ürünleri mağazalarının açılması ile organik üretimin başladığı görülmüştür (Geier, 2007).

Organik üretim, şirketler ile üreticiler arasında yapılan sözleşmelere göre uygulanması kararlaştırılmıştır. Bu sözleşmeler kimyasal girdilerin kullanılmaması üzerinde mutabık kalmak için sağlanmaktadır ve denetimi Tarım ve Orman bakanlığının yetkilendirdiği tüzel ve gerçek kişiler tarafından yürütülmektedir. Kontrol sertifikasyonu ise Tarım ve Orman bakanlığı tarafından yetki verilmiş kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Türkiye’nin konumu gereği dört mevsimi bir arada yaşaması ve tektonik

ovalara sahip olmasına sebep olan fiziki coğrafyasıyla, tarım sektörünün çeşitliliğinin birleşmesi sonucunda ekonomik anlamada güçlü olmasını sağlamaktadır. Tarımın ovalarda yapılan kısmında üretimi artırmak için kimyasal girdi uygulamaların kullanıldığı bilinmektedir. Son dönemlerde kimyasal girdi kullanımını azaltmak için organik tarım ve iyi tarım uygulamalarının gerçekleşmesi için devlet teşvikleri söz konusu olmuştur. Ovaların dışında kalan engebeli alanlarda ise tarımsal uygulamalarda kimyasal girdi kullanımının daha az olduğu görülmektedir. Bu sebeplerden dolayı Türkiye'nin coğrafi özellikleri göz önüne alındığında, organik tarım için geniş ve bakir alanlara sahip olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye de organik tarım uluslararası standartlara uyumlu, üreticilere kar sağlama amacı olan, bununla birlikte insanlığa güvenilir ürünler sunan bir yapı oluşturmuştur. Sektör ilk kurulduğu günlerde dış pazara yönelik üretim yapan, doğal çevrenin korunmasına önem veren ve henüz gelişmekte olan bir tarım sektörü olarak görülmektedir (Vatansever, 2007).

Türkiye'de organik tarım konusundaki yasal düzenlemeler ise, Avrupa birliği (AB)'in organik tarım konusundaki ilk yönetmeliği olan 2092/91 sayılı konsey tüzüğü mevzuatından sonra 18.12.1994 tarih ve 22145 sayılı resmi gazete 'de "Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik" yürürlüğe girmiştir. Mevzuat daha sonra yapılan değişiklikler sonucunda güncellenerek en son 03.12.2004 tarih ve 25659 sayılı resmi gazete' de yayımlanan 5262 sayılı "Organik Tarım Kanunu" (Anonymous, 2004) ve 10.06.2005 tarih ve 25841 sayılı resmi gazete 'de yayımlanan "Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik" (Anonymous, 2005) geçerlilik kazanmıştır (Demiryürek, & Bozoğlu, 2007).

Böylece ülkemizin organik tarımda yasal zemini oluşturulmuş, Avrupa birliği uyum programlarıyla da zamanla değişiklikler yaşanarak düzenlemelere gidilmiştir. Güncellemeler sonucunda organik tarım esasları ve uygulamasına yönelik 14217 sayılı kanun ise 18.08.2010 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2004) .

Tarım ve Orman Bakanlığı 'İyi Tarım uygulamaları' ve 'Organik Tarım' olmak üzere 2022 yılında 41 kuruluş ile birlikte kontrol ve sertifikasyon işlemlerini yürütmektedir. Bu firmalar Tarım ve Orman Bakanlığı organik tarım komitesinin kararları neticesinde belirlenmektedir (Yavuz, 2005).



Çerçevesiz Renkli Logo



Çerçevesiz Renkli Logo



Fonlu Renkli Logo



Çerçevesiz Siyah-Beyaz Logo



Çerçevesiz Siyah-Beyaz Logo



Fonlu Siyah Beyaz Logo

Şekil 1. Organik tarımın logosu.

Organik tarım sayısal verileri.

Ülkemiz de yaşanan son dönemdeki tarımsal gelişmeler sonucunda organik tarımda çiftçi sayısı, organik ürünler ve ekim alanlarında yıllara göre pozitif yönlü artış görülmektedir.

Tablo 2. Yıllar İtibariyle Organik Tarımsal Üretim Göstergeleri.(Geçiş süreci dâhil) (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

Yıllar	Ürün Sayısı	Çiftçi Sayısı	Yetiştiricilik Yapılan Alan(ha)	Toplam Üretim Alanı(ha)	Üretim Miktarı(Ton)
2018	213	79.563	540.000,0	626.885,0	2.371.612,0
2019	213	52.590	353.783,0	382.665,0	2.030.466,0
2020	235	52.590	353.783,0	382.665,0	1.631.943,0
2021	267	48.244	317.585,0	351.919,0	1.590.086,0
2022	268	44.927	294.580,0	310.584,0	1.600.858,0

Tablo 2 incelendiğinde 2018 yılı içerisinde 79.563 bin üretici tarafından 626,885 ha alana üretim yapılmış ve 2.371.612 ton civarında ürün elde edildiğini görülmüştür (OTBİS Kayıtları, 2012). Yıllar itibariyle incelendiğinde ürün sayısının ve üretici sayısının, sürekli bir artış halinde olduğu görülmektedir. Yetiştiricilik yapılan alanda yıllar içinde dalgalanmalar olmasına rağmen 2018 yılı için 540.000 ha alana ulaştığını görülmektedir. Dolayısıyla yıllara oranla üretim miktarında da dalgalanmaların olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecinde Yer Alan Hayvancılık Göstergeleri(<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

YILLAR	Toplam Sayısı	Üretici	Büyükbaş Hayvan	Küçükbaş Hayvan	Kanatlı hayvan sayısı
2018	148		4.659	21.328	1.164.170
2019	170		4.751	16.711	844.319
2020	108		7.643	2.204	1.091.423
2021	127		7.912	853	788.252
2022	100		7.190	5.330	684.408

Tablo 3 incelendiğinde 2018 ve 2022 yılları arasında üretici sayısında yıllara oranla dalgalanmalar görülürken büyük baş hayvan sayısında ise sürekli bir artış izlenmektedir. Küçükbaş hayvan sayısında ve kanatlı hayvan sayılarında yıllara oranla dalgalanmalar yaşanmıştır. Genel olarak 2022 yılı verilerine göre 7.190 adet büyükbaş, 5330 adet küçükbaş 684.408 adet kanatlı hayvan bulunmaktadır.

Tablo 4. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecindeki Arıcılık Göstergeleri (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

Yıllar	Üretici Sayısı	Kovan Sayısı	Üretim Miktarı(Ton)
2019		249	50.100
2020		387	70.385
2021		412	82.262
2022		360	72.937

Tablo 4 incelendiğinde 2019-2022 yılları arasında elde edilen verilere göre üretici sayısında ve arı kovan sayısında yıllara oranla dalgalanmalar görülmüştür. Üretim miktarında ise yıllara oranla sürekli bir artış izlenmektedir.

Tablo 5. 2018 Yılı Organik Tarım Verileri (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

YIL	Organik Çiftçi Sayısı	Organik Üretim Alanı HA	Organik Doğadan Toplama Alanı HA	Organik Nadas Alanı HA	Organik Toplam Alan HA	Organik Üretim Miktarı (Ton)Toplamı
2018	54.666,0	365.889,540	86.885,480	3.711,540	456.486,570	1.714.769,280

Tablo 5 incelendiğinde 2018 Yılı itibariyle çiftçi sayısının 54.666,0'a organik üretim 365.889,54 ha alana, organik doğadan toplama 86.885,48 ha alanı, organik nadas 3.711,54 ha

alanı, organik toplam alanı ise 456.486,57 ha alanı ve organik üretim miktarının da 1.714.769,28 ton seviyesine ulaştığı görülmektedir.

Tablo 6. 2020 Yılı Organik Tarım Veriler (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

YIL	Çiftçi Sayısı	Üretim Alanı	Doğadan		Toplam Alanı (HA)	Üretim Miktarı (TON)
			Toplama Üretim Alanı	Nadas Alanı (HA)		
2020	40.984,0	233.706,770	28.882,210	5.230,330	267.819,320	1.123.409,130

Tablo 6 incelendiğinde 2020 Yılı itibariyle 2018 nadasa bırakılan alan haricinde diğer değerlerde düşüş görülmektedir. Bunun sebeplerinin küresel ısınma nedeniyle yaşanan kuraklık, Covid-19 pandemisi'nin ekonomik ve sosyal olarak oluşturduğu problemlerden kaynaklandığını ifade edilebilir.

Türkiye organik tarımın yukarıda ifade edilen tabloları incelendiğinde, organik tarımın üretim alanı, üretim miktarı, çiftçi sayısı vb. küresel yaşanan sorunların etkisine rağmen genel anlamda pozitif bir artış gösterdiği söylenebilir (Tablo 2, 3, 4, 5, 6).

Türkiye geneli bitkisel değerler.

Türkiye geneli bitkisel üretimin yıllara göre sürekli arttığı Tablo 7'de sunulmuştur. İncelediğimizde en fazla çiftçi sayısına 2018 yılında 79,563 çiftçi ile üretime katılımın olduğu görülmektedir. 2019 yılında ise 3.260.997 ton organik üretim değeriyle yıllara göre en fazla üretimin yapıldığı yıl olmuştur.

Tablo 7. Türkiye Geneli Bitkisel Değerler (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

Yıllar	Ürün Sayısı	Çiftçi Sayısı	Yetiştiricilik Yapılan Alan(ha)	Doğal Toplama Alanı(ha)	Toplam Üretim	Üretim Miktarı
2014	208	71.472	491.472,0	350.239,0	842.216,0	1.642.235,0
2015	197	69.967	486.069,0	29.199,0	515.268,0	1.829.291,0
2016	225	67.878	489.671,0	34.106,0	523.778,0	2.473.600,0
2017	214	75.067	513.981,0	22.148,0	543.033,0	2.406.606,0
2018	213	79.563	540.000,0	86.885,0	626.885,0	2.371.612,0
2019	213	74.547	502.127,0	3.424,0	505.551,0	3.260.997,0

Tablo 7 incelendiğinde ürün sayısı ve çiftçi sayısında yıllara oranla küçük çaplı dalgalanmalar görülmektedir. Yetiştiricilik yapılan alanlarının, çiftçi sayısındaki değişimlerle ilişkili olduğunu ve doğal toplam alanlarının ise yıllara oranla azaldığı görülmektedir. Üretim miktarlarının ise tablodan yola çıkarak yıllara oranla dengeli olarak ilerlediği ifade edilebilir.



Tarım Ekonomisinde Organik Tarımın Yeri ve Tarım Ekonomisinin Tanımı

Tarım Ekonomisi, tarımsal gelişmeler sürecinde oluşan problemlere, ekonominin temel ilkeleri ve kısıtlı imkânlarını kullanarak çözüm yolu arayan ve geliştiren bilim dalıdır. Geniş anlamda ise üreticilerin tarımsal üretim yapabilmek amacıyla katlanmak zorunda olduğu zorlulukları ve kısıtlı imkânlar neticesinde ulaşabildiği kadar teknolojiyi kullanıp, neleri tercih edeceklerini, üretimlerinin sonunda elde ettikleri ürünlerin hangi zaman ve hangi şekillerde pazarlanması gerektiğini araştırıp inceleyen bilim dalıdır (Cinemre, & Kılıç, 2002).

Tarım Ekonomisi genel olarak tüketici eğilimlerini dikkate alarak ihtiyaçlarına yönelik ürünlerin üretilmesini, ürünlere ve bölgeye göre en uygun pazarlama yöntemlerini ortaya koymaktadır, üretimin devamlılığı için de tarım politikalarını ve kırsal kalkınmayı destekleyerek bir ekonomik çalışma yöntemi oluşturmaktadır. Organik tarım açısından incelendiğinde ise insan ihtiyaçlarının karşılanması ve üretimin sürekliliği, gelecek nesillere aktarılması, ekonomik kazanç ve refah düzeyleri artırılması bakımından tarım ekonomisi kavramı içinde yer almaktadır. Tarım ekonomisinin amacı ise elde olan imkânları, ekonomik alanda faydalı olacak şekilde kullanılmasını sağlayarak, yapılacak üretimin etkinliğinin anlamlı olması ve istenilen düzeyde olacak şekilde en faydalı ürünün elde edilmesini amaçlamaktadır (Cinemre, & Kılıç, 2002). Ekonomik olarak üreticini maliyetlerinin düşürülerek karlılık oranını artırmaktadır. Organik tarımda kimyasal girdi kullanılmadığı, onun yerine yeşil gübreleme, hayvansal gübrelemeler vb. yöntemler uygulandığı için girdi maliyetlerinin artmasının önüne geçmektedir. Ekonomik olarak üreticiler için büyük avantaj sağlamaktadır. Ayrıca organik ürünlere olan talep ise fiyat arasında ters orantı oluşturarak fiyatların artmasına sebep olmaktadır

İhracat

2022 yılında ihracatı en çok yapılan organik ürünler.

Tablo 8. 2022 Yılı İhracatı En Çok Yapılan Ürünler (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

Ürün Adı	Miktar (Kg)	Değeri (\$)
İncir ve ürünleri	7.324.210,0	58.571.315,90
Kayısı ve ürünleri	2.729.591,0	18.990.535,90
Fındık ve ürünleri	2.593.467,0	18.308.330,90
Üzüm ve ürünleri	5.988.912,0	23.653.244,30
Buğday ve ürünleri	10.647.979,0	7.122.423,60
Baklagiller	44.578,0	64.952,20
Meyve suyu	10.117.460,0	16.377.101,70

Tablo 8. (Devamı)

Sebze ve sebze ürünleri	792.083,0	1.792.787,90
Meyve ve ürünleri	8.667.582,0	378.524.044,90
Zeytin ve ürünleri	114.615,0	284.519,60
İtri-Tıbbi Baharat ürünleri	726.511,0	1.707.345,10
Tahıl ve ürünleri	85.536,0	38.233,20
Hayvansal ürünler	1.406.679,0	1.827.145,60
Yağ bitkileri ve ürünleri	52.426,0	153.667,90
Diğer	28.705,0	47.247,30
Toplam	51.320.336,0	187.462.896,00

Tablo 8 incelendiğinde 2022 yılında 7.324.210 ton incir ve incir ürünlerinin üretim miktarı sonucunda Türkiye ekonomisine 58.571.315,90 milyon dolar ihracatta kaynak sağlandığı, yine 8.667.582 meyve ve meyve ürünleri üretimi ile ekonomiye 38.524.044,90 milyon dolarlık kaynak sağlandığı görülmektedir.

Tablo 8’de yine 5.988.912 ton üzüm ve üzüm ürünleri üretimi ile ekonomiye 23.653.244,30 milyon dolar kaynak sağlandığı, 2.593.467 ton fındık ve türevlerinin üretimi ile ekonomiye 18.308.330,90 milyon dolar kaynak sağlandığı görülmektedir. Kayısı ve kayısı ürünlerinin 2.729.591 ton üretimi ile ekonomiye 18.990.535,90 milyon dolar kaynak sağlandığı, buğday ve buğday ürünlerinde 10.647.979 ton üretimi ile ekonomiye 7.122.423,60 milyon dolar kaynak sağlandığı bilgisine ulaşılmıştır.

Tablo 8’de 10.117.460 ton meyve suyu üretimi ile ekonomiye 16.377.101,70 milyon dolar kaynak sağlandığı ve yine 1.406.679 ton hayvansal ürünlerin üretimi ile ekonomiye 1.827.145,60 milyon dolar kaynak sağlandığı görülmüştür. Zeytin ve zeytin ürünleri 114.615 ton üretimi ile ekonomiye 284.519,60 milyon dolar kaynak sağlandığı ve yine 726.511 ton ıtri-tıbbi baharat bitkileri üretimi ile ekonomiye 1.707.345,10 milyon dolar gelir sağladığı görülmektedir. Genel toplamda 51.320.336 ton organik ürünlerin ihraç edilmesiyle Türkiye ekonomisine 187.462.896,00 milyon dolar getiri sağladığı bilgisine ulaşılmıştır.

İthalat

2022 yılında ithalatı yapılan ürünler ve ithalat yapılan ülkeler.

Tablo 9. 2022 Yılında İthalat Yapılan Başlıca Ürün ve Ülkeler
(<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

Ürün ADI	Miktar(ton)	İthal Edilen Ülke
Acai,Bobab ve Camu tozu	1.040	İsviçre, Tanzanya, Amerika
Ageye şurubu	9.340	Meksika, Almanya
Akçaağaç şurubu	8.580	Danimarka
Ay çekirdeği	917.230	Ukrayna
Ay çiçek yağı	4.420	Almanya
Bakliyat Makarnası	1.300	Almanya
Bebek ve çocuk ek gıdası	1.630.370	Almanya, Polonya, Fransa
Bezelye	0.400	Bulgaristan
Erik(kuru)	170.600	Sırbistan, Arjantin
Hindistan Cevizi sütü, unu	63.300	Sri Lanka
Hindistan Cevizi şekeri	14.000	Endonezya
Hindistan Cevizi cipsi	24.170	Sri Lanka, Almanya
Hindistan Cevizi Yağı	169.980	Sri Lanka
Hurma (kuru)	2.061.90	Tunus, Pakistan
Hurma (püre)	39.420	Irak, İran, Dubai
Hurma Pekmezi	7.700	İran
Hurma Suyu	8.510	İran
Kahve	121.050	İtalya, İsveç, Almanya
Kanola Tohumu	1.454.160	Ukrayna
Karnıyarık otu tohumu	11.230	Almanya, Hindistan
Ketçap	65.840	Hollanda
Kola	476.700	İsviçre, Avusturya
Kuru Üzüm(Çekirdeksiz)	292.840	Özbekistan
Mango	27.660	Gana, Peru
Mercimek (Kırmızı)	60.600	Rusya
Meyan Kökü	610.090	Özbekistan, Gürcistan
Meyve Aromalı içecek	1.154.420	Avusturya, İsveç
Muz Püresi	40.000	Ekvator
Sirke	4.450.820	İtalya, Almanya
Susam	157.000	Mısır
Tonik	512.810	Avusturya

Tablo 9 incelendiğinde 2022 yılı verilerine göre İthal ürünlerinin ilk sırasında sirke olduğu görülmektedir. Ay çekirdeği alımlarında Ukrayna'nın, Hindistan cevizinde Sri Lanka'nın ön planda olduğu, kuru üzümün Özbekistan'dan, bebek ve çocuk ek gıdalarında Almanya'dan ithal edildiği tablo aracılığıyla görülmektedir.

2021 yılı organik arıcılık geçiş süreci verileri.

Tablo 10. 2021-2022 Yılı Organik Arıcılık Verileri (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

İl	Ürün	Sadece Geçişte Olan Çiftçi (İşletme) Sayısı	Organik ve Geçişte Olan Çiftçi (İşletme) Sayısı	Kovan Sayısı
ADANA	BAL	1		80
ADİYAMAN	BAL	1		76
AKSARAY	BAL	1		88
ARTVİN	BAL	2		165
BAYBURT	BAL	2		352
ÇANAKKALE	BAL	10		457
ELAZIĞ	BAL	17		2.227
ERZURUM	BAL	11		2.067
İĞDIR	BAL	1		200
İSTANBUL	BAL	1		20
İZMİR	BAL	2		230
MUĞLA	BAL	5		687
ORDU	BAL	5		2.400
SİİRT	BAL	2		1.480
SİVAS	BAL	27		180
TRABZON	BAL	2		188
TUNCELİ	BAL	3		464
VAN	BAL	2		726
YALOVA	BAL	1		387
GENEL TOPLAM		96		12.474

Tablo 10. (Devamı) 2022 Yılı Organik Arıcılık Verileri (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

İl	Ürün	Sadece Geçişte Olan Çiftçi (İşletme) Sayısı	Organik ve Geçişte Olan Çiftçi (İşletme) Sayısı	Kovan Sayısı
ADANA	BAL	16		1.276
BATMAN	BAL	60		1.190
BAYBURT	BAL	4		686
BİNGÖL	BAL	15		2.105
ÇANAKKALE	BAL	5		155
ERZURUM	BAL	15		1.989
GİRESUN	BAL	1		200
İĞDIR	BAL	2		200
ISPARTA	BAL	1		50
İZMİR	BAL	2		320
KASTAMONU	BAL	1		50
KONYA	BAL	1		165
MANİSA	BAL	1		22
MUĞLA	BAL	4		610
ORDU	BAL	1		150
RİZE	BAL	1	1	1.672
SAKARYA	BAL	1		420
SİİRT	BAL	17		3.062
SİVAS	BAL	2		180
TOKAT	BAL	60		4.309
TRABZON	BAL	3		621
TUNCELİ	BAL	8		981
VAN	BAL	10		2.383
GENEL TOPLAM		231	1	22.796

2021 ve 2022 Yılı verilerinde organik bal üretiminin yapıldığı iller incelendiğinde, organik tarım için uygun olan, sanayiden uzak, doğal ortam olarak potansiyeli yüksek, kimyasal girdi kullanımının az olduğu kırsal bölgeler de üretici sayısının çok olduğu görülmektedir. Tablo 10 incelendiğinde Türkiye genelinde organik bal üretiminde ilk sırayı alan iller bazında Batman, Sivas, Elazığ, Siirt, Erzurum, Van ve 60 üretici sayısı ile Tokat illeri sıralanmaktadır. Ancak tablo 10'a bakılacak olursa, Erzurum İl'in de organik arıcılık

yapan çiftçi sayısının 15 kişi ve kovan sayısı 1989 olarak bilinmektedir. Bu durum da Erzurum ilinin organik bal üretimi açısından önemini bir merkez olduğu anlaşılmaktadır. Kovan sayısı bakımında 2021-2022 yıllarında Tokat ilk sırayı almaktadır. (Tablo 10).

Araştırma Bölgesi olan Erzurum'un Genel Durumu

Erzurum ilinin coğrafi durumu.

Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Erzurum, arazi bakımından 40.842 km²' lik (göller dâhil) yüzölçümü ile Türkiye yüzölçümünün %5,2'sine denk gelmektedir.

Bölgenin %63'ünü kaplayan dağlar sebebiyle fiziksel olarak yüksek ve engebeli bir şekildedir. Yerleşim alanları etrafı dağlarla çevrili ovalar üzerine kurulu olmasına rağmen bölge içerisinde 800m ile 2500m arasında değişen yükseltilerde yerleşim merkezleri bulunmaktadır. Bölge doğu-batı güzergâhının ticaret yolları üzerindedir. Orta Asya ve Kafkasya coğrafyasının yer altı zenginliklerinin uluslararası alanda pazarlanması için jeopolitik olarak son derece önemli bir konuma sahiptir. Bakü-Tiflis-Ceyhan ham petrol boru hattı ve Bakü-Tiflis-Erzurum ve Doğu Anadolu doğalgaz boru ana iletim hattı, Trans Anadolu doğal gaz boru hattı vb. yapılmış ve konumu itibarıyla yapılması planlanan birçok projeye ev sahipliği yapmaktadır (Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı [Kudaka], 2017).

Erzurum ilinin topraklarının bir kısmı Karadeniz bölgesin de bir kısmı ise Doğu Anadolu bölgesin de yer almaktadır. Bölgenin kuzeyinde İspir, Narman, Oltu, Olur, Pazaryolu, Tortum ve Uzundere İlçeleri yer almaktadır. Bahsi geçen ilçelerin toprakları Karadeniz Bölgesinin Doğu Karadeniz bölümünün sınırları içinde kalmaktadır. Ancak bu kesim, il topraklarının yaklaşık %30'luk bir kısmını kapsamaktadır. Geriye kalan %70 gibi önemli bir payı ise Doğu Anadolu Bölgesi sınırları içerisinde yer alır. İl, arazi büyüklüğü açısından, sırasıyla Konya, Sivas ve Ankara İllerinden sonra, Türkiye'nin toprak bakımından 4. büyük ili konumundadır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2013).

Erzurum ili, genel olarak deniz seviyesinden yüksekte bulunan araziden oluşur. Örneğin platoların deniz düzeyine göre yükseklikleri 2000 m'yi bulur, bunların üstünde yer alan dağların yükseklikleri ise, 3000 m. ve üzeridir. İl arazisinin büyük çoğunluğunda, karasal iklim özellikleri egemendir. Kışlar uzun ve sert, yazlar ise kısa ve sıcak geçer. Kar yağışlı gün sayısı ortalama 50 gün, kar örtüsünün yerde kalış süresi ise 114 gün kadardır. (Ünalın, & Yapraklı, 2017).

Erzurum dağlardan, ovalardan ve yaylalardan oluşan deniz seviyesinden yüksekte bir yayla vaziyetindedir. Şehir dikkate değer bir ortalama yüksekliğe sahiptir. İl jeomorfolojik olarak kuzeyden Rize Dağları, batıdan Kop ve Dumanlı, güneyden Bingöl dağları, doğudan

Allahuekber dağları ve Ardahan yaylaları ile sınırlıdır. Bunların dışında Erzurum ilinin güneyinde Palandöken dağ sırası, kuzeyinde kısmında ise Dumlu baba ve Kargapazarı dağları yer almaktadır.(Atalay, 1978).

Şehrin bulunduğu alanda ve sınırları içinde geniş alanlara sahip ovalara sahiptir. Aşkale ilçesinden başlayan ova şehri de içine alır, Çoban dede dağları sebebiyle Pasinler ovasından ayrılır. Pasinler ovası ise Horasan ilçesinin sonlarına kadar uzanmakta olan verimli arazilerle kaplıdır. Bu ovalarda yem bitkileri üretiminin yanı sıra hayvancılık faaliyetleri de yürütülmektedir. Akarsuların topografyada oluşturduğu derin vadiler nedeniyle ilin kuzeyi çok eğimli ve engebeli bir görünüm kazanmıştır. Bu alanlarda tarım arazileri oldukça kısıtlı olup, geçimlik küçük parsellerde tarımsal faaliyetler ve meyvecilik yapılmaktadır. Dağların yüksek kesimlerindeki yaylaları ise hayvancılık faaliyetleri için uygun ortamlar sunmaktadır. Erzurum ilinin büyük bir bölümünde karasal iklim koşulları mevcuttur. İlin kuzeyindeki alanlar karasal iklimden Karadeniz iklimine benzer nemli iklim koşullarına geçiş bölgesindedir. Kuzeyde Çoruh Vadisi'nin yer aldığı kısımlarda, nemli iklim koşulları belirgin olarak kendini göstermektedir. Diğer taraftan ilin geri kalanında ağır karasal iklim koşulları yaşanmaktadır. Bu alanlarda yıllık ortalama sıcaklıklar 6 °C civarındadır ve Kasım ile Mart ayları arasında ortalama sıcaklıklar 0 °C'nin altına düşmektedir (Devlet Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2019).

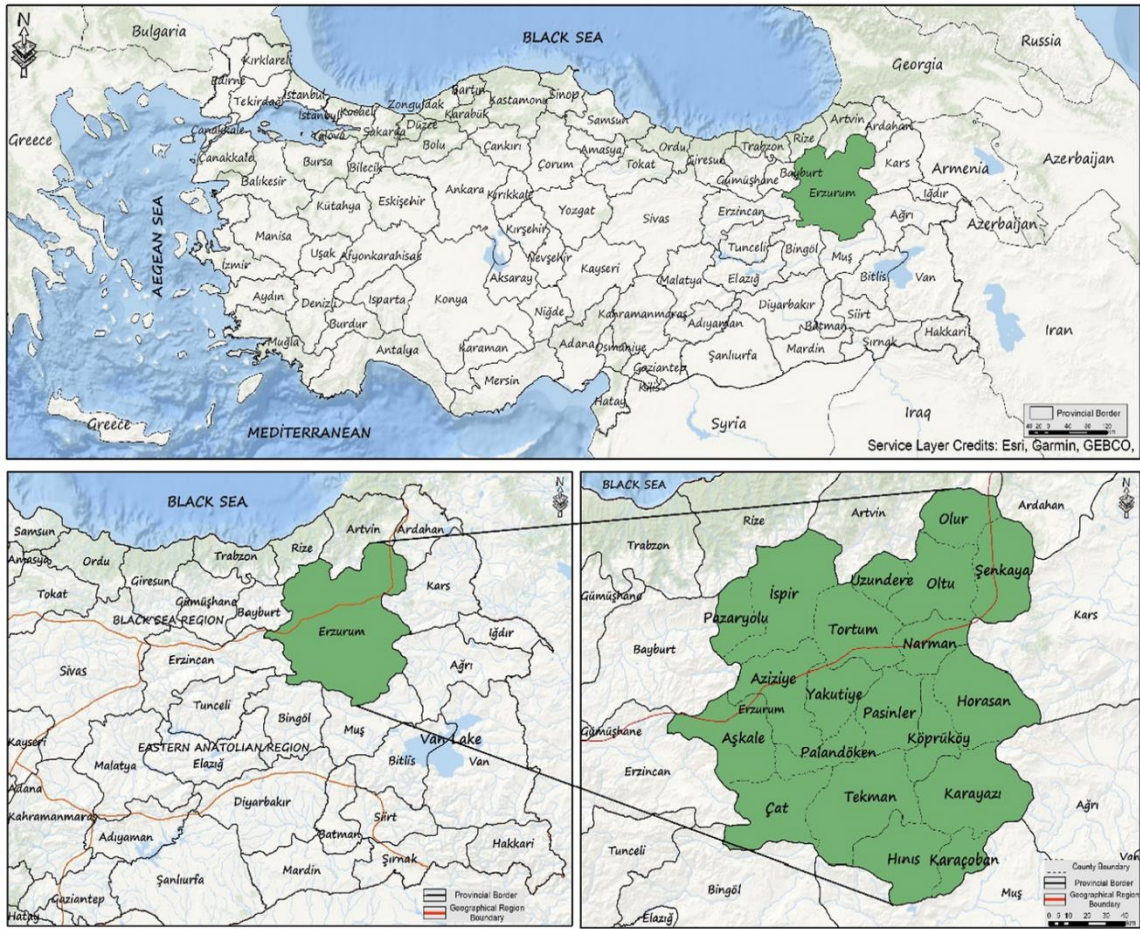
Erzurum ili Çoruh nehri ile Fırat ve Aras nehirlerinin havzalarının kaynağını oluşturmaktadır. Erzurum topraklarından akan suların önemli bir kısmı Çoruh nehri ile Karadeniz'e, Fırat nehrinin önemli kollarından olan Karasu kolu ile Basra Körfezi'ne, Aras nehri ile de Hazar Denizi'ne ulaşır. Ayrıca il sınırları içinde bulunan Palandöken kayak merkezi, yüksek dağları ve ovaları sebebi ile dağcılık turizmi, Uzundere ilçesinde bulunan tortum şelalesi turizm açısından öne çıkan önemli turizm kaynakları arasında gösterilmektedir (Koday, 2005).

2019 Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Erzurum ilinde 379.893 erkek ve 382.169 kadın olmak üzere toplam 762.062 kişi yaşamaktadır. Ancak bu nüfusun yarısından fazlasının (422.832 kişi) il merkezi ve yakın çevresinde (Yakutiye, Palandöken ve Aziziye) yoğunlaştığı görülmektedir. TÜİK, (2019).

Erzurum ilinde ekonomik açıdan hizmet sektörünün (ticaret, eğitim, sağlık, idari vb.) yanı sıra imalat, sanayi, hayvancılık ve tarım sektörlerinin geliştiği ve ön planda olduğu görülmektedir (Altaş, 2015).

Erzurum şehir merkezini de kapsayan ovası ve Pasinler ovasının bulunmasının yanı sıra diğer küçük tarım alanlarının yer aldığı bu bölümde, başta buğday üretimi, arpa, şeker

pancarı, patates, ayçiçeği, yem bitkileri ile çeşitli sebze ve meyveler üretilmektedir. Ayrıca çayır ve mera alanlarının geniş yer kaplaması büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık faaliyetlerinin gelişimini olumlu yönde etkilemektedir (Koday, 2005).



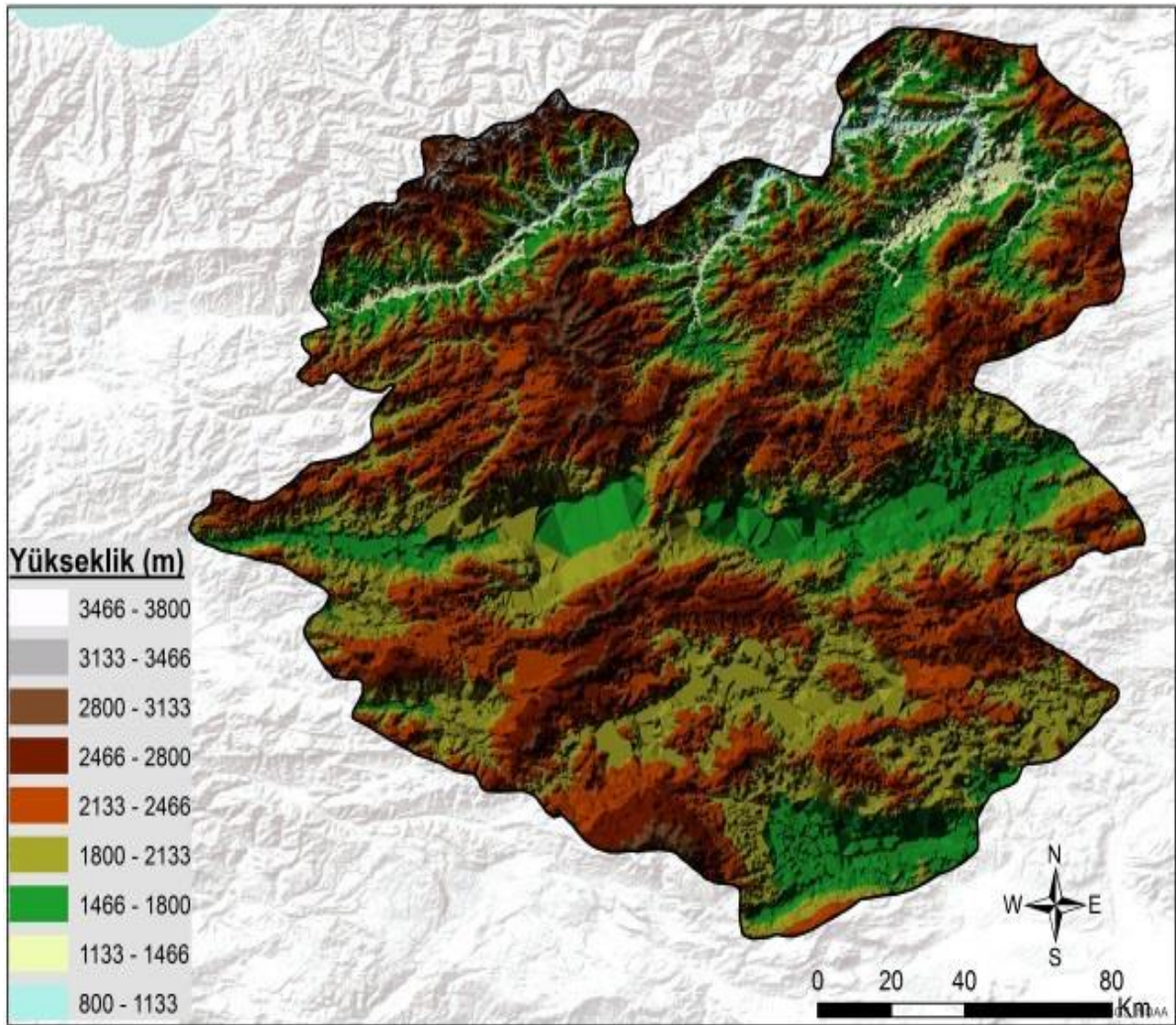
Şekil 2. Erzurum ilinin konum haritası (Kaymaz vd., 2021).

Erzurum ilinin tarımsal analizi.

Türkiye'nin tarım arazilerinin işlenmesinde özellikle Cumhuriyetin kuruluş yılından sonraki dönemlerde nüfus artışına bakılarak yeni tarım alanları açılmış ve arazi miktarında yıllar itibariyle önemli artışın gerçekleştiği görülmüştür. 1928 yılında yaklaşık 6,6 milyon hektar tarımsal arazilerde üretim yapılmakta iken, bu rakam 1950 yılında 25,3 milyon hektara, 1980'li yıllarda ise 28 milyon hektar seviyesine ulaşmıştır. Ancak tarım yapılmasına uygun hale getirilen araziler dâhil toplam olarak tarıma uygun arazi genişliği son noktasına geldiği 1980'li yıllardan sonra tarımsal arazi kullanımında azalmalar görülmektedir. Böylece günümüzde dâhil olmak üzere tarım arazilerin tarım dışı kullanımı hala sürmektedir. Türkiye de son yılların verilerine göre toplam 78 milyon hektar yüzölçümünün yaklaşık %31'ine tekabül eden, yaklaşık 24 milyon hektarlık kısmı tarım arazisi olarak değerlendirilmektedir. Erzurum'un tarıma elverişli alanlarında toplam 27150 da tarım arazisinin tarım dışı faaliyetler kullanılmakta olduğu ve bu arazilerin 17667 dekarının birinci sınıf tarım arazisi, 5422

dekarının ikinci sınıf tarım arazisi ve 4061 dekarının ise tarımsal amaç dışı kullanılan arazi niteliğinde olduğu belirlenmiştir. Tarımsal üretimin dışın da kullanılan arazilerin kullanılmamasından kaynaklı yıllık tarımsal gelir kaybının tahmini olarak 2,5 milyon dolar olduğu bildirilmektedir (Özbek, & Öztaş, 2004).

Erzurum ili; deniz seviyesinden 800 m. ile 3800 m. arasında olmakla birlikte yeryüzü şekilleri bakımından % 63,7'si dağlardan oluşurken, (Rize Dağları, Kuzey Anadolu Dağları, Karasu-Aras Dağları) %4'ü ovalardan (Erzurum Ovası, Pasinler Ovası, Hınıs Ovası), %12,2'si yaylalardan, %20'si platolardan oluşmaktadır. Toplam ilin %26,5'lik (656782,6 ha) alanı eğimli işlemeli arazilerden ve tarım sınırı %12'nin altında kalan alanlardan oluşmaktadır.



Şekil 3. Erzurum İlinin Yükseklik Haritası

Tablo 11. *Erzurum İli CORINE -2012 Arazi Kullanımı Arazi Örtüsü Sınıflaması*

Arazi Kullanım Örtüsü	Alan(ha)	%
Orman	1.251.304,0	5.03
Çıplak Kayalık	12.500.097,0	5.03
Sürekli Şehir	918.783,0	0.37
Kuru Tarım	3.796.859,0	15.27
Su yolu ve bataklık	1.616.355,0	0.65
Meyveyle karışık sulu arazi	3.507.624,0	1.41
Mera	1.390.540,0	55.91
Bitki değişim alanları	1.331.972,0	5.36
Doğal bitki örtüsü alanları	2.691.031,0	10.82
Endüstriyel alanlar	395.442,0	0.16
Toplam	2.487.048,0	100.00

Tablo 11'e göre yaklaşık %5,03'ünü orman alanları, % 5 ini çıplak kayalık alanlar, %15 ini kuru tarım arazileri, % 55 ini meralar, %10 unu doğal bitki örtüsü ile birlikte tarım alanları oluşturmakta ve geriye bırakılan %10'luk alanı ise diğer gruplardan oluşturmaktadır (Dengiz vd., 2019).

Yerküre üzerinde 2000 m rakımda bu denli geniş ve zengin alüvial topraklara sahip olan nadir bölgelerden biri de Erzurum platosudur. Erzurum il ölçeğinde 1. ve 2.sınıf arazi varlığı 213.659 hektar olup, toplamının %8,5 'lük kısmını oluşturmaktadır. İl ölçeğinde yaygınlık bakımından bazaldik ve kestane renkli topraklar %70 lik oranıyla ilk sırayı oluşturmaktadır. Erzurum il sınırlarının kapsadığı toprak yapısı orta bünyeli, hafif alkalin karakterli ve tuzsuzdur. Şiddetli erozyon ve organik bileşen içeriğinin düşük olmasının, bu sınırlar içerisinde yer alan toprakların verim düzeyini, yapısal karakterlerini, bitki gelişimini, destekleme kapasitesini sınırlandıran en önemli bir sebep olduğu bildirmişlerdir (Yavuz vd., 2016).

Erzurum ilinin bulunduğu konum ve coğrafi durumu dikkate alındığında büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık için geniş yayım alanlarına sahip olması da bu ile önemli bir avantaj sağlamaktadır. Erzurum ilinin mera varlığı, ot verimi ve ot kalitesi, yem bitkisi üretim potansiyeli baz alındığında, bölgede bulunan hayvan varlığından çok daha fazla sayıda hayvan besleme imkanına sahip olduğu belirtilebilmektedir (Çomaklı, 2012).

Erzurum ilinde bulunan toplam küçükbaş hayvan sayısı 717.843 olup kuzeydoğu Anadolu bölgesindeki payı yaklaşık %19.3 tür. İl'de bulunan otlak alanlarının tamamının kullanılması düşünüldüğünde küçükbaş hayvan sayısının %59 oranına (422.993 baş) kadar

artırılabilirliği tahmin edilmektedir. Bu bilgiler ışığında küçükbaş hayvan yetiştiriciliği ve yapılabilecek yatırım imkânlarından dolayı Erzurum ilinin bünyesinde barındırdığı güçlü potansiyelin, yatırımcıya büyük fırsatlar sunabileceği öngörülmektedir (Yavuz vd., 2016).

Erzurum'da kış aylarında hayvan beslemede kullanmak için tarım alanlarından 790.036 ton kuru ot ve saman saklanırken, yaz döneminde ise çayır ve meralardan 896.673 ton olmak üzere toplamda 1.686.709 ton kuru ot ve saman üretim seviyesine ulaşmıştır. Bununla beraber il düzeyinde kışlık kaba yem üretimi 3 kat artışla yaklaşık 1.905.160 tona, bölgedeki üretim ise 15.229.556 tona kadar artırılabilir TÜİK (2015a).

Erzurum da organik tarım ve hayvansal üretim.

Sentetik ürünlerin direk veya dolaylı olarak hiç kullanılmadığı ya da kullanılması zorunlu olan az miktarda kullanıldığı organik yem ile hayvan besleme ve sağlıklı hayvan yetiştiriciliği prensibi içinde kontrollü olarak, sertifikalı hayvan üretim modeline organik hayvancılık denilmektedir (Doğan, 2017). Erzurum ilinin geniş çayır, meralar ve yaylalara sahip olması, il sınırları içerisinde üç büyük ırmağı (Çoruh, Aras ve Karasu) besleyen su kaynaklarını barındırması, içerisinde endemik bitkileri bulunduran coğrafyaya sahip olması ve sanayileşmenin düşük oranlarda bulunması nedeniyle organik hayvancılık Erzurum için büyük bir avantaj oluşturmaktadır.

Erzurum ilindeki çiftçilerin esas geçim kaynağının hayvancılık olması, tarıma elverişli alçak bölgelerde genellikle yonca, korunga gibi çok yıllık yem bitkilerinin ve fiğ gibi tek yıllık yem bitkilerinin yetiştirilmesine neden olmuştur. Genellikle Erzurum ovalarında yoğunlaşan bu ekimler, bölgenin ovalarında yetiştirilen tek yıllık ve çok yıllık, çiçekli bitki flora zenginliğini geliştirdiği ve yüksek kesimlerde kendiliğinden yetişen ot florasının yerini almaktadır. Erzurum'un ovaları ile yüksek kesimlerinin arasında geçiş bölgesi olan ve ovaları baştanbaşa çevreleyen dağların yamaçlarında ise 'dağ stepleri' adı verilen hayvancılık ve yaylacılık açısından son derece önemli olan endemik türleri bünyesinde bulundurmaktadır. Bu kuşakta *Astiagalus eriocephalus*, *Thymus fallax*, *Poa longifolia* gibi dağ step türleri de görülebilmektedir. Çoğunlukla haziran ayı sonunda bu kesimlerde kar örtüsünün kalkması ile bu bitkilerin vejetasyon süresi başlamakta ve yaz yağışları alan bitkiler sonbahar başlarına kadar bu süreci devam ettirmektedirler (Birinci, A, & Okan, A, 2008).

Ülkemizin genelinde olduğu gibi Erzurum sınırları içerisinde hayvancılıkla ilgili işletmelerin tamamının aile işletmelerinden oluştuğu bildirilmektedir. Genellikle aile işletmelerinde hayvancılık ve tarımsal faaliyetler bir arada yürütmektedir. Tarımsal ve

hayvansal üretimi yapan işletmelerin oranı %77, kısmen hayvansal üretim yapan işletmelerin oranı ise %12 civarındadır (Birinci, A, & Okan, A, 2008).

Erzurum'un tarım ekonomisinin %64'ünü hayvansal üretim, %36'sını ise bitkisel üretim oluşturmaktadır. Böylelikle tarımsal faaliyet alanını büyük kısmını hayvancılık oluşturmaktadır. Bu bilgilere dayanarak Erzurum'un temel geçim kaynağının başında hayvancılık faaliyetlerinin geldiği belirtilmektedir (Tanay, 2014).

Erzurum ilinin hayvan varlığı.

Tablo 12. *Erzurum İlinin Hayvan Varlığının Cinslere ve Yıllara Göre Değişimi* (<https://www.tuik.gov.tr/>)

CİNS	TÜR	Hayvan Adı	2019	2020
Arı Kovanı	Arı Kovanı	Arı	142.085	134.270
Büyükbaş	Manda	Manda	2.081	2.118
Büyükbaş	Sığır	Kültür	151.697	169.999
Büyükbaş	Sığır	Melez	636.463	654.875
Büyükbaş	Sığır	Yerli	37.565	42.017
Büyükbaş Toplam			827.806	869.009
Kanatlı Toplam			179.453	181.504
Küçükbaş	Keçi	Kıl	92.536	105.433
Küçükbaş	Keçi	Tiftik	0	0
Küçükbaş	Koyun	Merinos	135	317
Küçükbaş	Koyun	Yerli	689.023	799.154
Küçükbaş Toplam			781.694	904.587

Erzurum ilinin 2020 yılı için toplam hayvan sayısı 1.955.100 olarak kaynaklarda geçmektedir. Bu hayvan varlığının genel itibariyle çayır, mera ve yaylalarda yetiştirilmesine rağmen organik tarıma kayıtlı hayvan sayısı 2.214 arı kovanı ile sınırlı kalan bal üretimi ile gerçekleşmektedir (Okcu, 2020).

Erzurum ilinin su ürünleri üretimi.

Organik su ürünleri yetiştiriciliği, kaliteli su kaynakları içerisinde kimyasal atık ve kimyasal yemlerden kaçınılarak doğal dengeyi ve çevreyi olumsuz etkilere maruz bırakmadan üretilmesini amaçlamaktadır.

Tablo 13. Yıllara Göre Su ürünleri Verileri (<https://www.tuik.gov.tr/>)

AVCILIK		YETİŞTİRİCİLİK			
YILLAR	İç su	Deniz/İç su	Deniz/İç su	Deniz/İç su	Toplam
	Üretim Miktarı (Ton)	Tesis Sayısı (Adet)	Kapasite (Ton/Yıl)	Üretim Miktarı (Ton)	Toplam Üretim Miktarı (Ton)
2016	69	30	2.470	726	795
2017	51	30	2.470	866	917
2018	45	30	2.470	892	937
2019	46	28	1.893	880	926

Tablo 13'ten anlaşılabacağı üzere yıllar içerisinde üretim miktarlarında ve üretim kapasitelerinde dalgalanmalar yaşanmıştır. Toplam üretim miktarında ise sürekli bir artış dikkat çekmektedir.

Erzurum ilinin organik yem üretimi.

Organik hayvancılık için organik üreticilerin, işletmelerinin ihtiyacını kendilerinin gidermesi gerekmektedir. Organik hayvancılık için organik yem üretimi son derece önemlidir. Çünkü organik yem üretiminin maliyetleri oldukça yüksektir.

Organik kaynaklı gübrelerin üretimi ve uygulanmasında üretimdeki verim artışı açısından bakıldığında fiğ ve tiritikale yetiştiriciliğinden son derece faydalı sonuçlar elde edilmiştir. Ayrıca kanatlı hayvanların gübrelerinin yeşil ot, kuru ot ve fiğ verimini de artırdığı gözlemlenmiştir. Sürekli kimyasal gübre kullanımlarında ise tarım arazilerinde toprak tuzluluğunun arttığı belirlenmiştir. Buradan sonuçla organik yem üretiminin toprağın sağlığını koruduğu gibi devamlılığını da koruduğu ve organik gübre üretiminin organik yem üretimi sürecini de olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır (Akbay, 2023).

Erzurum ilinin bitkisel üretimi.

Erzurum il genelinde üretimi yapılan organik ürünler, üretim alanları ve üretim miktarları

Tablo 14. 2020 yılı Organik Bitkisel Üretim Verileri (<https://www.tarimorman.gov.tr/>)

ÇİFTÇİ SAYISI	DOĞADAN		TOPLAM ÜRETİM ALANI (HA)	NADAS ALANI (HA)	TOPLAM ALAN (HA)	ÜRETİM MİKTARI (TON)
	ÜRETİM ALANI (HA)	TOPLAMA ÜRETİM ALANI (HA)				
ARPA	599,09				599,09	1.871,76
BUĞDAY	740,00				740,00	1.831,51
CEVİZ	13,61				13,61	15,58
ÇAVDAR	90,11				90,11	376,88
ÇAYIR OTU	181,65				181,65	1.531,27
ÇİLEK	0,38				0,38	15,38
DUT	0,54				0,54	3,47
ELMA	2,47				2,47	15,80
FASULYE	8,50				8,50	23,01
FİĞ	279,25				279,25	977,68
KABAK	0,03				0,03	0,09
KAYISI	1,23				1,23	2,82
KİRAZ	0,05				0,05	0,53
KORUNGA	325,91				325,91	1.740,56
LAHANA	0,07				0,07	2,58
MACAR FİĞİ	10,03				10,03	90,26
MAYDANOZ	0,06				0,06	1,26
MERCİMEK	2,50				2,50	3,82

Tablo 14. (devamı)

MISIR		1,25		1,25	3,94
NADAS			257,60	257,60	71,80
NANA		0,07		0,07	0,27
NOHUT		0,57		0,57	1,72
PATATES		3,67		3,67	18,34
SLAJLIK MISIR		17,98		17,98	96,63
SOĞAN		0,18		0,18	7,06
TRİTİKALE		124,05		124,05	405,62
YONCA		553,95		553,95	3.534,03
YULAF		677,10		677,10	2.296,58
TOPLAM ERZURUM	213	3.634,32	257,60	3.891,92	14.940,24

Yukarıda gösterilen tabloda 14’de 2020 yılı için geçerli olan organik bitkisel üretim verilerinin, üretim alanının 3.634,32 hektar olduğu ve üretim miktarının 14.940,24 ton olarak gerçekleştiği görülmektedir. Üretim alanlarının incelenmesi noktasın da ise en büyük payı sırasıyla yonca, yulaf, arpa, buğday, korunga, çayır otu olduğu görülmektedir.

Tablo 15. 2020 Tarla Ürünleri Verileri (<https://www.tuik.gov.tr/>)

Ürün Adı	Türkiye Üretimi(ton)	Erzurum Üretimi(ton)	Türkiye Yüzdesi(%)
Buğday	20.500.000,0	163.333,0	%0.82
Patates	5.200.248,0	88.397,0	%1.70
Şekerpancarı	23.025.738,0	83.460,0	%0.36
Arpa	8.300.000,0	57.264,0	%0.69
Çavdar	295.681,0	12.852,0	%4.35
Toplam	71.362.848,0	422.957,0	%0.59

Yukarıda tablo 15’de 2020 yılı için geçerli olmakla beraber, Erzurum ilinin buğday üretiminde 20.500.000 ton üretimle Türkiye genelinde %0.82’lik paya sahip olduğu

görülmektedir. Patates, şekerpancarı, arpa, çavdar ürünlerinin de içinde bulunduğu genel toplam üretim 71.362.848 ton seviyesiyle Türkiye geneli %0.59'luk bir orana sahiptir.

Tablo 16. 2020 Meyvecilik Verileri (<https://www.tuik.gov.tr/>)

Ürün Adı	Türkiye Üretimi(ton)	Erzurum Üretimi(ton)	Türkiye Yüzdesi(%)
Elma	4.300.486,0	4.919,0	%0.11
Dut	70.620,0	4.878,0	%6.91
Ceviz	286.706,0	3.467,0	%1.21
Armut	545.569,0	1.568,0	%0.29
Erik	329.056,0	1.238,0	%0.38
Toplam	23.585.768,0	20.844,0	%0.09

Yukarıda belirtilen tabloda 16'da 2020 yılı için Türkiye geneli 23.585.768 ton üretim yapılırken, Erzurum ilinin Türkiye geneline 20.844 ton üretimle kaynak oluşturduğu görülmektedir. Yüzdelik dilimde ise Türkiye geneli %0.09 oranla açıklanmaktadır.

Tablo 17. 2020 Sebze Üretimi Verileri (<https://www.tuik.gov.tr/>).

Ürün Adı	Türkiye Üretimi(ton)	Erzurum Üretimi(ton)	Türkiye Yüzdesi(%)
Lahana	851.648,0	12.543,0	%1.47
Domates	13.204.015,0	6.598,0	%0.05
Hıyar	1.886.239,0	6.276,0	%0.33
Taze Fasulye	547.349,0	3.755,0	%0.69
Karpuz	3.491.554,0	871,0	%0.02
Toplam	31.177.124,0	34.140,0	%0.11

Yukarıda belirtilen 2020 yılı için geçerli olan, Tablo 14, Tablo 15, Tablo 16 ve Tablo 17'deki verilere göre Erzurum ilinin organik üretim durumu bildirmektedir. Türkiye geneli 2020 TÜİK verilerine göre organik sebze üretiminde %0.11, organik meyvecilik üretiminde %0.09, tarla bitkileri üretiminde ise %0.59'luk paya sahiptir. Toplamda Türkiye geneli 31.177.124 ton sebze üretimine karşılık Erzurum'un katkısının 34.140 ton olduğu görülmektedir. Yüzdelik olarak Türkiye payı ise %0.11'i göstermektedir.

Tüketici Davranışları

Tüketici kavramı.

Kişisel menfaatlerini, isteklerini doyum noktasına erdirtmek amacıyla, kuruluşlar tarafından kişiyi tatmin edici sunumlarda bulunulan tüm mal ve hizmetleri kişisel amacı için kullanabilen bireylere tüketici denmektedir (Sheth, 2020).

Tüketici davranışları, bireylerin arzuladıkları ürünlere ulaşımının öncesine kadar uzayan, tüm düşünsel faaliyetlerini bir araya getirerek yönlendiren, alımından satımına kadar olan bütün faaliyetlerini kapsayan davranış biçimidir (Aydın, & Doğan, 2020).

Tüketici davranışlarının etkilenmesi.

İnsanların arzuları neticesinde elde etmek istediklerinin alınmasını yönlendiren dışsal faktörler söz konusudur. Bunlar Pazarlama faktörü, tüketici özellikleri, psikolojik faktörler, durumsal faktörler, sosyal faktörler, kültürel faktörler, olağan üstü faktörler olmak üzere sıralamak mümkündür (Kayabaşı, 2020)

Covid-19 hastalık sürecinin tüketici davranışlarını yeniden şekillendirme üzerine olan etkileri de söz konusu olmuştur. Yavuz,2020'e göre Covid-19'un insanların günlük yaşam biçimlerini, arzularının sınırlılığının olduğunu, tutum ve davranışlarının yeniden şekillendiğini bildirmişlerdir. Tüketicilerin böylesi bir olağan durum karşısında teknolojik faaliyetlere yönelmesi durumu Davis'in 'Planlı davranış Teorisi' ve 'Teknoloji Kabul Modeli'(Davis vd., 1989) davranışları ile açıklanabilir (Temizkan, V. & Andsoy, C, 2021).

Tüketici davranışlarının inanç ve değerler üzerinden biçimlendirilmesinin, tüketici davranışlarını anlamaya yönelik yeterli olmayacağı fikri doğmuş ve bunun üzerine üç davranış şeklinin de birbirleriyle olan bağlantıları göz önünde tutularak incelenmesinin gerekliliği doğmuştur (Ünalan, & Yapraklı, 2017). Bu tüketici davranışları, kişide oluşan bilginin değişmesi, duygularındaki değişim ve bunlar sonucunda davranışların değişimi olarak oluşmuştur (Demirtaş, 2012).

Davranış ölçüm tipleri.

Katılımcıların davranışlarının anlamlandırılabilmesi adına, araştırmacılar tarafından birçok davranış ölçme tekniği geliştirilmiştir. Bu davranış ölçüm yöntemleri iki ana başlık üzerinde şekillenmektedir. Bunlar kişiler tarafından elde edilen verilerin doğrudan bildirim şekli ile kazılması, diğer yöntem ise kapalı veri akışı sağlayan yöntemdir. Bu yöntemlerden, katılımcıların davranışlarını net bir şekilde ifade ettikleri yöntem, doğrudan bildirim yöntemidir (İnceoğlu, 2010).

Davranış ölçüm yöntemlerinin en çok kullanılanlarının başında Rennis Likert'in ölçüm yöntemi olan 5'li Likert ölçeği yöntemi gelmektedir. Tüketicilere sunulan sorulara verilen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum vb. cevaplarla verilen cevaplar derecelendirilerek ölçülmektedir. Diğer ölçüm yöntemlerinden biride Bogardus ölçeğidir. Bu ölçek genel itibariyle psikoloji ve siyaset alanlarında genel bir bilgi toplamada kullanılmaktadır (Wark & Galliher, 2007). Bir diğer ölçüm yöntemi ise 'Birikimli Ölçekleme Tekniği 'dir. Guttman ve arkadaşları tarafından oluşturulan bu yöntemle karmaşık yapıli davranışların ölçülmesinde kullanılmaktadır (Tavşancıl, 2006)



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Literatür Araştırması

Literatür Araştırmasında Faktörler

Organik tarım üretiminde faktör 1, kimyasal olması boyutu.

Geleneksel tarım yöntemlerinde bitkileri zararlılardan korumak amacıyla pestisitler kullanırken, organik tarım uygulamalarında zararlıları önlemek için münavebe yöntemleri kullanılmaktadır (Van Bruggen *vd.*, 2016). AB’de bazı pestisitlerin organik tarım üretiminde kullanılmasına izin verilmiştir. Bu açıdan bazı kimyasal bitki koruma ürünleri, bir dizi toksikoloji testlere tabi tutularak kapsamlı bir değerlendirmeden sonra organik üretimde kullanılması onaylanmaktadır (Söğüt, 2015). Organik tarım uygulamalarında izin verilen pestisitlerin genellikle böcek tuzaklarında kullanılması sebebiyle de besinlere karışması riski göz ardı edilebilmektedir.

Organik ve geleneksel tarımda en önemli problem ise yabancı ot mücadelesidir (Reddiex *vd.*, 2001). Dünyada bazı önemli kültür bitkilerinde (buğday, mısır, çeltik, pamuk, soya gibi) hatalıklardan, zararlılardan ve yabancı otlardan dolayı verim kaybı %67.15’tir. Bunun %13.78’i hastalıklardan %21.75’i zararlılardan ve %32’si ise yabancı otlardan kaynaklanmaktadır (Oerke, & Dehne, 2004).

Ülkemizde ise yabancı ot türü ve konsantrasyonuna bağlı olarak ortalama verim kaybının %10-50 arasında değiştiği bildirilmektedir (Tepe, 2014). Organik tarım uygulamalarında en yüksek maliyeti yabancı ot mücadelesi ile ilgili harcamalar oluşturmaktadır (Uygur, & Lanini, 2006). Organik olarak yetiştirilen turunçgiller ve elma bahçelerinde yabancı otlarla mücadele yöntemlerinden *Lolium perenne* L. Ve *Calendula arvensis* L, yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntemde mikrodalga ile yabancı otların en hızlı ve en kolay şekilde kontrol edilmesi sağlanmıştır (Kaçan *vd.*, 2018)

Sonuç olarak organik tarım da üretim süreci içerisinde, ne kimyasal girdilerden ne de kimyasal ilaçlardan etkilenmemiştir demek imkânsız bir durumdur, dolayısıyla organik tarım doğal tarım değildir. Organik tarım üretimin en baş yönetiminden, ürünlerin pazara çıkışına kadar kendine özgü prensipleri ve uygulamaları olan, sürdürülebilir tarım sistemlerine bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Demiryürek, 2000).

Organik üretim ürünleri tüketicilerin ileri yaş grupları tarafından daha fazla ilgi görürken, 18-39 yaş aralığındaki tüketicilerin tercih etme istekleri, yaşlı tüketicilere oranla daha azdır. Organik meyve ve sebze tüketim oranı düşük olan tüketicilerin bu gıdalara eğilimleri düşüktür. Bu gruptaki tüketicilere göre bazı kimyasal girdilerin kullanılması ve sağladığı fayda, içerdiği risklerden daha çoktur (Saba, & Messina, 2003).

Organik tarımda faktör 2, kimyasal kullanılmaması boyutu.

Organik tarım, insan sağlığına, çevreye zarar vermeyen ve kimyasal girdi kullanmayan, üretim şemasının en başından tüketim aşamalarına kadar her anı kontrol edilen ve sertifikalandırılan tarımsal üretim şeklidir. Organik tarımda ürün ekiminden tüketiciye ulaşmasına kadar olan tüm aşamalarında kimyasal madde veya tarım ilacı kullanılmamaktadır (Anonim. www.dunyaatlası.com. 11.12.2018).

Çiftçiler ve aileleri tarım ilaçlarıyla daha yakından etkileşim içinde kaldıkları için, organik tarım öncelikle çiftçi ve ailesini, genel anlamda da toplumun sağlığını koruyan ve iyileştiren tarım uygulamasıdır. Organik tarım geliştikçe ve yaygınlaştıkça, tedavisi çok pahalı olan hastalıklara yakalanma oranları da azalacak, dolayısıyla ekonomik olarak da üreticiyi olumlu etkileyecektir (Tarım ve Orman Bakanlığı).

Hollanda’da 2700 anneler ve bebekler üzerinde yapılan bir çalışmada, hamilelikten doğuma ve doğum sonrasında bebeklerin 2 yaşlarına girinceye kadar beslenmelerinde organik süt ve süt ürünleri kullanımı sonucunda, bebeklerde ve annelerde egzama riskinde %36’lık bir azalma gözlemlenmiştir. Ayrıca bu çalışmada anne sütündeki geviş getiren hayvanların yağ asitlerinin daha yüksek olduğu da saptanmıştır (Rist vd., 2007).

Organik tarımda faktör 3 güven boyutu.

Irianto’nun 2015 yılında yaptığı çalışmaya göre; organik ürün fiyatına daha az duyarlı olan tüketicilerin, daha fazla ücret ödeme niyetlerinin olduğunu tespit edilmiş ve sağlık kaygısı nedeniyle bu durum organik ürün alımlarına olumlu yansımıştır. Ayrıca insan sağlığı bilincinin, tüketicilerin organik ürünleri seçme niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ifade etmişlerdir (Irianto, 2015).

İstanbul ve Ankara’daki tüketicilerin organik ürün satın almalarındaki ana sebeplerden biri, bu organik ürünlerin alternatiflerine göre daha sağlıklı, lezzetli, taze ve çevre dostu olmasından dolayıdır (Ergin, & Özsaçmacı, 2011).

Organik tarımda faktör 4 il'e yönelik algı boyutu.

Fraj ve Martinez (2006a-b) bir İspanyol tüketici örneğini ele aldıkları çalışmalarında tüketicinin ekolojik davranışlarını inceleyerek yaşam yöntemi ve değerlerinin etkisini analiz etmişlerdir. Bulgular, İspanyol tüketicilerin çevreye karşı olumlu bir tutum sergilediğini göstermiştir. Hong Kong'da yeşil tüketici davranışı üzerine yapılan bir araştırmada, çevresel sorumluluk ve çevresel kaygının, benlik imajı ve sosyal etkiler doğrultusunda yeşil satın alma davranışını benimseten faktörler olduğu saptanmıştır. Tüketiciler çevre sorunları hakkında daha fazla endişe duydukça, "yeşil" ve "çevre dostu" ürünlere dayalı pazarlama stratejilerini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca tüketiciler, menfaatleri doğrultusunda sosyal gruplarının üyeleriyle paylaşma gerekliliğini ifade ederler, ancak toplumun genelinin refahını düşünmezler. Ayrıca tüketicilerin 'beslenme ve sağlıkla ilgili konularda ki tartışmalardan sıkıldığı' öngörülmüştür (Kim, & Choi, 2005).

Organik tarımda faktör 5 tercih edilme boyutu.

Tayvanlı tüketiciler üzerinde yaptıkları çalışmada, tüketici seçimlerinin yalnızca sağlık veya kalite kaygılarından dolayı olduğunu ifade etmişlerdir. Tayvanlı tüketicilerle yaptığı araştırmanın ardından Tayvan'da sağlık bilincinin organik gıdayı tercih etme nedenlerinden biri olduğunu ön görmüşlerdir (Pileliene, & Tamuliene, 2021).

Tayvanlı tüketicilerle yaptığı araştırmanın ardından çevre de oluşan kaygıların Tayvan pazarın da organik gıdayı seçmek için önemli bir neden olduğu bulunmuştur. Ayrıca yeşil ürünlere yönelik algılanan güven ve bunlarla ilgili satın alma davranışlarının diğer tüketici eğilimlerini de olumlu yönde etkilemiştir (Yusifov, 2021).

Ayrıca, yeşil tüketicilerle ilgili bazı araştırmalarda, tüketici kararlarını ve organik ürünleri satın alma niyetlerini tahmin etmek için harekete geçiren güdülerini keşfetmek amacıyla, çalışma yaptılar ve tüketicilerin organik ürün satın almalarını etkileyen güdülerin en başında, sağlık sorunları ve çevre sorunları, olduğunu ifade etmişlerdir (Ghali-Zinoubi, & Toukabri, 2019).

Irianto tarafından yapılan bir araştırmada, cinsiyet farkının tüketici davranışlarını, organik ürün satın alımların da farklılık gösterdiğini ifade etmişlerdir. Kadınların, erkeklere göre sağlık ve çevre konusunda daha bilinçli olduğunu öne sürmüştür (Irianto, 2015).

Organik tarımda faktör 6 satın alma boyutu.

Üreticiler tarafından organik tarıma ilişkin fikirleri, bakış açılarının bir parçası olarak algılandığı gibi, ürünlerinin kalitesinin iyileştirilmesine de aynı derecede önem

verilmektedir. Ayrıca, kalitenin iyileştirilmesi, tüketicilerin güvenli ve sertifikalı gıda talepleriyle ilişkili olduğu ifade etmiştir. Üreticiler, organik ürünlere daha fazla ulaşılabilir olmanın organik tarıma yönelmelerin de önemli bir sebep olduğunu düşünmemektedirler. Mevcut üreticilerin büyük bir çoğunluğu, ürünlerini organik olarak satmamaktadır. Bu nedenle bu üreticiler, pazarın organik ürünlere olan talebini önemli bir sebep olarak görmemekte ve diğer tarım biçimlerine kıyasla organik üretimde daha iyi finansal sonuçlar alamadıklarını ifade etmektedirler (Karelakis vd., 2018).

Organik tarımda faktör 7 genel kanı boyutu.

Velnampy ve Sivapalan (2016)'a göre, yeşil satın alma niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden birinin (sosyal davranışın bir parçası olarak) akran baskısı olduğunu ifade etmişlerdir. Bilgi paylaşımı açısından araştırmacılarla yapılan görüşmeler de Litvanyalı tüketiciler tarafından olumlu değerlendirildiğinden, şirketlerin tüketici niyetlerini olumlu yönde etkilemek için bu faktörü kullanması gerektiği sonucuna varmışlardır.

Pileliene ve Tamuliene (2021)'e göre; Organik ürün tüketiminde dünya genelindeki yönelimlere rağmen, onu etkileyen faktörlerde ülkeler veya bölgeler arasında farklılıklar görülebilir. Bilimsel literatürün gözden geçirilmesi ve farklı ülkelerin temsil eden bilim adamlarının araştırmaları, organik ürün seçimlerini muhtemelen etkileyen bir dizi faktörün oluşturulmasını göstermiştir. Bilimsel analiz, organik ürün seçimlerinin (konuya yönelik tüketici tutumlarını temsil eden) en geniş şekilde analiz edilen öncüllerinin sağlık sorunları olduğunu ifade etmişlerdir. Çevresel kaygılar, gıda güvenliği ve kalite yönünden ekonomik sebepler, sosyal nedenler, psikolojik nedenlerin etkisiyle seçim davranışını yönlendiren faktörler, organik ürünleri seçme amaçlıdır ve gerçek organik ürün alımlarını ifade eder (Pileliene, & Tamuliene, 2021).

Sağlık sorunları bazı araştırmacıların eserlerinde ana unsur olarak ifade edilir. Son birkaç yıldır insanlar sağlık konusunda daha bilinçli hale gelmiştir ve diyetisyenlere, beslenme uzmanlarına, spor salonlarına vb. yerlere insanların yönlendiği bilinmektedir. Bu gelişmeler akabinde katkı maddesi olmadan, koruyucu içermeyen, tat ve renklendirici katılmayan gıdalar son dönemde daha çok istenir hale gelmiştir (Shaharudin vd., 2010).

Eğitimli bireyler ile organik tarım ve gıda tüketimi arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek bireylerin %62'si organik gıda üretim sürecinin hayvanları koruduğunu, çevreye duyarlı olduğunu ve organik ürünlerin pahalı olmadığını düşünürken, bu oran eğitim seviyesi düşük bireylerde ise %35 değerlerine kadar düştüğü görülmektedir. Benzer çalışmalarda sağlık kaygısı ve duyuşal düşüncelerinin ürünlerin

seçiminde öneminin olduğunu keşfetmişlerdir. Avustralya'da hem organik hem de organik olmayan tüketicilerle gerçekleştirilen odak grup görüşmelerine göre, tat, lezzet, doku, koku ve görünüm gibi duysal parametrelerin, insanların gıda seçimlerini gerçekleştirirken en önemli etken olduğunu ifade etmişlerdir (Chang, & Zepeda, 2005).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Yöntem

Araştırma da yöntem; yapılmak istenen çalışmaya veri akışını sağlayabilmek için araştırma sürecinde verilerin nerelerden, hangi yöntemlerle toplanacağı hakkında bilgi sunan ve araştırmanın güvenilirliğini ortaya koyan, çalışma sisteminin açıklanmasıdır (Göktaş & Parıltı, 2016).

Araştırmada anket formları bireylere dağıtılmış, e-posta ve sosyal uygulamalardan yararlanılarak veriler toplanmıştır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi kullanılarak çevrim içi gerçekleştirilmiştir. Araştırma'nın evreni çok geniş olup tüm tüketicilerin düşence ve davranışlarına ulaşmak mümkün değildir. Böylece ana veriyi oluşturan tüketicilerin hepsinin örneklemede bulunma varsayımının, seçilme şansına sahip olan kolayda örneklem yöntemi olması hasebiyle tercih edilmiştir. Veri formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım da (sosyoekonomik) cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek grubu, aylık gelir durumları, organik tarım hakkında duyuları vb. sosyoekonomik sorular yer almaktadır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014).

Veri formunun ikinci kısmında ise tüketicilerin organik tarım ve ürünleri hakkında tüketim eğilimleri, tüketici davranışları, çevrenin etkisi ve duyarlılıklarını ölçmek üzere (ölçek maddeleri) sorular yer almaktadır. Bu çalışmanın ana materyalini Erzurum il merkezi ve ilçelerin de yaşayan bireylerin organik tarım konusunda tutumlarının, davranışlarının, ifade edildiği verilerden elde edilmiştir. Bunun yanı sıra ikincil kaynaklardan bilgi akışı sağlanmıştır. Bu ikincil veri kaynakları; Tarım ve Orman Bakanlığı, IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), FAO (Food and Agriculture Organization), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) kurumlarından yararlanılmıştır. Aynı zamanda ulusal araştırmalardan, araştırma raporlarından, istatistiksel verilerden faydalanılmıştır.

Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada Erzurum il merkezi, ilçeleri ve köylerinde ki bireylerin katılımları ile sağlanmış, anket çalışmasını eksik doldurulan kişilerin anket verileri devre dışı bırakılmış, anketin tamamına doğru şekilde yanıt verenlerin, organik tarım hakkındaki tutum ve davranışları yer almıştır. Katılımcıların organik tarım hakkında bilgi sahibi olmasına bakılmaksızın demografik özelliklerinin anlaşılması için ifadeler kullanılmıştır. Kullanılan bu

yöntemlerle anket çalışması verilerine göre, tablolar, grafikler ve istatistiksel yöntemler kullanılarak şekillendirilmiştir.

Anket çalışmasında tüketici eğilimlerinin ölçülüp ifade edilebilmesi için doğrudan anketörlere birinci bölümde cinsiyet, eğitim durumu, yaş, medeni durumu, evinizde kaç kişiyle yaşıyorsunuz, mesleğiniz, maddi kazancınız gibi demografik sorular yöneltilmiştir. Anketin ikinci bölümde ise katılımcıların organik ürün hakkındaki bilgileri, düşünceleri, üçüncü bölümde ise 41 maddeden oluşan (1-Kesinlikle Katılıyorum, 2- Katılıyorum, 3-Karasızım, 4- Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum) şeklinde beşli Likert tutum ölçeği kullanılmıştır. Anket ölçek maddeleri oluşturulurken; Gülgör (2017), Karabaş (2011), Oflaz (2021), Güngör (2019), Akgül vd., (2020)'in eserlerinden faydalanılmıştır. Toplamda 41 madde de beşli Likert ölçeğine göre ifadeler yöneltilmiş ve 401 katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır. Erzurum ilinin nüfusu araştırmanın yapıldığı tarih itibariyle 749.754'tür. Anket ile en az 384 katılımcıya ulaşılması amaçlanmıştır. Çünkü pek çok İstatistiksel çalışmaya göre bir evrenin 100.000-1000.000 arası olması durumunda, %95 güven aralığında örneklemin yeterli olması için asgari sayı 384'tür (Yıldız, 2017). Bu veriye dayanılarak çalışmada 401 örneklemden faydalanıldığı için, bu örneklem sayısının yeterli olduğu varsayılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25 paket programında analiz edilmiştir. Bu paket programında aşağıda belirtilen analizler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Sınırlamaları

Araştırmada örneklem evrenin standart sapması (α)=0.05 ve +,- 0.05 örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden belirtilmesi gereken örneklem büyüklükleri kullanılmıştır. Buna istinaden örneklem 100.000 ila 1000.000 arası nüfusa sahip yerlerde 384 kişi olarak hazırlanır ve bu hesaplamalar kabul edilmiştir (Yazıcıoğlu, & Erdoğan, 2004). Bu nedenle +,- 0.05 örnekleme hataları için 401 tüketici üzerinde araştırmanın uygun olacağı değerlendirilmiştir.

Böylece yapılan çalışmada;

- Araştırmaya katılan tüketicilerin yapılan anket çalışmasına samimi bir şekilde cevap verdikleri düşünülmüştür.
- Organik tarıma yönelik davranışlarının belirlenmesi amacıyla 401 katılımcıya anket çalışması yapılmıştır.
- Araştırmanın bulguları veri toplama araçlarından gelen bilgilerle sınırlıdır.
- Çalışma sadece Erzurum ili ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

Güvenilirlik kavramı, yapılmak istenen her ölçüm için gerekmektedir. Çünkü güvenilirlik testlerde ve anketlerde bulunan soruların, ölçek maddelerinin birbirleri ile olan bağdaşmalarını, yapılan ölçeğin bildirilmek istenen sorunun ne derece yansıtıldığını ifade etmektedir. Güvenilirlik, elde edilen veriler sonucunda üzerindeki yorumlar ve daha sonra ortaya çıkabilecek analizler için bir temel oluşturmaktadır (Kalaycı, 2005).

Beşli Likert ölçeği ve 41 maddelik tutum ölçekleri ile ilgili hipotezlerin test edilmesine başlamadan önce veri setinin normal dağılım gösterme durumuna bakılır. Bu verilerin normal dağılım göstermesi durumu skewness (Çarpıklık) ve kurtosis (Basıklık) katsayılarına bakılarak test edilmiştir. Bu değerlerin literatürde -1,96 ile +1,96 değerleri arasında olması durumunda dağılım normal dağılım gösterdiği belirtilmektedir (Demir, & İmrol, 2016). Tablo 18’de görüldüğü gibi tüm boyutların değerleri $\pm 1,96$ aralığında olup, normal dağılıma uygun olduğu varsayılmıştır.

Tablo 18. *Araştırmanın Normallik Değerleri*

	Kimyasal olması boyutu	Kimyasal olmaması boyutu	Tercih etme Satın boyutu	alma boyutu	Güven boyutu	İl’e yönelik algı boyutu	Genel_kanı_ boyutu
Ortalama	2,9859	1,8913	2,1586	1,9679	2,9081	2,4273	2,6249
Ortanca	3,0000	2,0000	2,1667	2,0000	3,0000	2,4444	2,7143
Tepe Değer	3,00	2,00	2,33	2,00	3,00	2,50	2,86a
Çarpıklık	0,063	0,336	0,055	0,567	-0,468	-0,068	-0,615
Std. Çarpıklık Hatası	0,122	0,122	0,122	0,122	0,122	0,122	0,122
Basıklık	0,011	-0,375	0,233	0,356	0,364	0,070	0,612
Std. Basıklık Hatası	0,243	0,243	0,243	0,243	0,243	0,243	0,243

Bu çalışmada ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için, Cronbach’s Alfa Katsayısına bakılmıştır. Bu katsayının 0.40’tan küçük olması güvenilir olmadığını, 0,41 ile 0,60 arasında olması durumunda düşük güvenilirlikte olduğunu, 0,61-0,80 aralığında olması oldukça güvenilir olduğunu, 0,81-1,00 arasında olması ise ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu ifade etmektedir (Göktaş, & Parıltı, 2016).

Tablo 19. *Araştırmanın Güvenilirlik İstatistikleri*

Cronbach's Alpha	Standardize Edilmiş Cronbach's Alpha	Madde sayısı
0,870	0,878	42

Yukarıdaki ölçekte güvenilirlik düzeyinin (Cronbach's Alpha Katsayısı); 0,870 olarak ölçülmüştür. 0,81-1,0 arasında denk geldiği için oldukça güvenilirliğe sahiptir.

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 birbiriyle ilişkisini göstermektedir. Sig>0.05 ise değişkenlerin birbiriyle alakasız olduğu anlamını vermektedir. Elde edilen bu veriye faktör analiz sınaması uygulanmaz. Kaiser Mayer Olkin (KMO) testinde ise örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygunluğu sınanmaktadır. Sosyal bilimler arasındaki araştırmalar genellikle KMO değerinin 0,60'dan büyük olması örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ifade etmektedir. Her iki testte de sonuçların beklenen değerlerin altında çıkması durumunda faktör analizi sürdürülemez (Göktaş, 2017).

Tablo 20. *KMO and Bartlett's Testi*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçüsü.		,851
Bartlett'in Küresellik Testi	Approx. Chi-Square	4753,149
	df	861
	Sig.	,000

Yukarıda belirtilen tablo 20'de tüketici tutum ve davranışlarının KMO değeri 0,851; Bartlett'in küresellik değeri 4753,149 bulunmuştur ve 0,000 düzeyinde de anlamlıdır. Diğer bir açıdan da tüketici davranışları geliştirilen ölçekteki ifadeler Bartlett'in küresellik testine göre birbiriyle ilişkilidir ve KMO testine göre örneklem büyüklüğü uygundur. Bu duruma göre ölçek faktör analizlerini uygulamak için yeterlidir.

Faktör analizi ölçekte belirtilen bilgiler arasında hangilerinin birbirleri ile yakınlık kurduğunu çözümler. İşin özünde faktör çözümlerinde belirli bir olguyu ölçen çok sayıdaki değişkenlerin birbirleri ile olan ilişkilerini incelemek amacıyla bu değişkenleri gruplar halinde bir araya getirmek için kullanılan, istatistiki bir yöntemdir (Göktaş, 2017).

Tablo 21. Araştırmanın Faktör Yük Dağılımları

Boyut Adı	Maddeler	Faktör Yüğü
Organik Tarımda Kimyasal Olması(11,18,19)	Bölge çiftçilerinin kimyasal girdi kullanımı yok denecek kadar azdır	,570
	İnsanların gıda ihtiyacının karşılanmasında üretimi artırdığı için kimyasal girdilerin kullanılması gerektiğini düşünüyorum.	,881
	Tarımsal üretimde kimyasal girdi olmaz ise birim alanda alınan verim düşer ve gıda sorunu oluşur.	,864
Organik Tarımda Kimyasal Olmaması (16,17,20,21,22,40)	Tarımsal üretime yönelik yapılan sonucunda, böceklerin yanı sıra diğer canlıların zarar gördüğü düşünüyorum.	,716
	Organik tarım uygulamalarının kimyasal girdilere karşı en iyi üretim yöntemlerinden biri olduğunu düşünüyorum.	,709
	Kimyasal girdi kullanımlarında denetim mekanizmasının iyi yürütülmemesi sonucu olarak, doğanın ve canlıların zarar görebileceğini düşünmekteyim.	,788
	Yer altı sularının kimyasal girdiler sonucunda kirlenebileceği düşünüyorum.	,775
	Gelecek nesillere sağlık yaşam alanları bırakmak için kimyasal girdi kullanımı yeterli oranda veya hiç kullanılmaması gerektiğini düşünüyorum.	,774
	Erzurum coğrafyasının kimyasal kullanım karşısında daha korunaklı olduğunu ve organik tarım üretiminin daha yaygın yapılabileceğini düşünüyorum.	,563
Organik Tarım Güven (31,32,33,36)	Yöresel ürün satan mağazalardan aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.	,842
	Halk pazarlarından satın aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.	,858
	Süper market vb. yerlerden satın aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.	,675
	Satıcıların her ürün hakkında organik ibaresi kullanmaları, benim organik ürünlere güvenimi sarsar	,538
Organik Tarımda İt'e Yönelik Algı (2,4,5,6,7,8,10,39,41,42)	Organik tarımın Türkiye'den daha ileri seviyede olduğunu düşünüyorum.	,571
	Erzurum ilinin coğrafyasının organik tarım için elverişli olduğunu düşünüyorum.	,588
	Erzurum ilinin iklim yapısı organik tarımı olumsuz etkiler	,619
	Erzurum'da organik tarım, ekonomik olarak bölgenin kalkınmasına yararı olacaktır.	,566
	Erzurum'da hayvancılığın organik tarım gereklerine, uygun olarak yapıldığını düşünüyorum.	,658
	Erzurum hayvancılığı meralarda yayım yapılarak beslendiği için zaten organikdir.	,678
	Erzurum ilinde organik tarım için yeterince alan ve imkân bulunmaktadır.	,586
	Erzurum da yaşayan insanların organik tarım hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum.	,532
	Erzurum da yaşayan tüketicilerin organik tarımın sürdürülebilirliği için organik ürün satın aldığını düşünüyorum.	,550
	Organik tarım bölgeye ekonomik olarak katkı sunmuştur.	,611

Tablo 21. (devamı).

Organik Tarımda Tercih Edilme (12,13,14,27,30,35)	Organik ürünlerde kimyasal girdi kullanılmadığı için, tercih ederim.	,708
	Organik tarım ürünleri daha lezzetli ve GDO içermediği için, tercih ederim.	,749
	Organik tarım ürünlerinin daha dayanıklı olduğunu düşündüğüm için, tercih ederim.	,519
	Organik ürünler unuttuğumuz eski ürünlerin tatlarına yakın hissettirdiği için, tercih ederim.	,634
	Organik ürünlere daha çok kadınlar ilgi gösterir.	,684
	Organik ve iyi tarım ürünlerinin sertifikalı olanlarını tercih ederim.	,497
Organik Tarımda Satın Alma (15,26,28,29,43)	Organik ürünler doğanın dengesini bozmadığını düşünüyorum, bu nedenle organik ürün üreticilerine destek olmak için satın alırım.	,725
	Doktorların tavsiyeleri üzerine organik ürün satın alırım.	,600
	Organik ürünlerin fiyatları daha pahalıdır.	,580
	Organik ürünlerin bütçeme uygun olması halinde daha çok satın alırım.	,746
	Çevredeki her türlü seri üretim yapan endüstrileşmeye rağmen, organik ürün almaya devam ederim.	,609
Organik Tarımda Genel Kanı (9,23,24,25,34,37,38)	Organik tarım ve İyi tarım uygulamalarının aynı şeyler olduğunu düşünüyorum.	,674
	Organik tarım uygulamalarının, doğal kaynakların sürdürülebilirliği için gerekliliğine inanıyorum.	,868
	Organik ürünlerin yeterli denetimlere tabi tutulduğunu düşünüyorum.	,699
	Organik ürünlerin daha sağlıklı olduğuna inanıyorum.	,830

Yukarıda ifade edilen araştırmanın faktör yüklerinin dağılımları tablo 21’de sıralanarak yansıtılmıştır. Tablo incelendiğinde organik tarımda kimyasal olması boyutu, organik tarımda kimyasal olmaması boyutu, organik tarımda güven boyutu, organik tarımın İl’e yönelik algı boyutu, organik tarımın tercih edilme boyutu, organik tarımın satın alınma boyutu ve genel kanı boyutlarına göre (AFA) açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve faktörlerin yükleri tablo halinde belirtilmiştir. Tablo incelendiğinde faktör yüklerinin 0,45 üzerinde olanlar tabloya yansıtılmıştır. Faktör yükü 0,45’in altında olan ifadeler tabloya alınmamıştır. Oluşturulan bu 7 boyut toplam varyansın %60,153’ünü (1. boyut %19,931; 2. boyut %14,288; 3. boyut %6,114; 4. boyut %5,693; 5. boyut %5,012; 6. boyut %4,797 ve 7. boyut %4,318) açıklamaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Araştırmaya Analizleri ve Bulguları

Araştırmayla ilgili olarak tanımlayıcı bulgular ve istatistiksel raporlamalara incelemelere yer verilmiştir. Aşağıda ifade edilen analizler kullanılmıştır

- Demografik (sosyoekonomik) analizler
- Betimsel Analizler
- Anova Testi
- T-testi
- Korelasyon Sonuçları

Araştırmanın Demografik (Sosyoekonomik) Bulguları

Araştırmaya toplamda 401 kişi katılmıştır. Katılımcıların %41,4'ü kadınlardan (166'sı) oluşurken, %58,6'sı ise erkek (235) katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların (152'si) %37,9'u evlilerden oluşurken, %62,1'lik kısmını ise (249 kişi) bekâr katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların 12 tanesi 18 yaş altı %3'nü, 60 kişi ise 18-24 yaş aralığında %15'ini, 115 kişi ise 25-34 yaş aralığında %28,7'sini, 149 kişi ise 35-44 yaş aralığında %37,2'sini, 47 kişi 45-54 yaş aralığında %11,7'sini, 14 kişi 55-64 yaş aralığında %3,5'ini, geriye kalan 4 kişi ise 65 yaş ve üstü %1'ini oluşturduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların %3,2'si (13 kişi) İlköğretim mezununu, %14,2'si (57 kişi) Lise mezununu, %62,1'i (249 kişi) üniversite mezunu, %20,4'ü (82 kişi) lisansüstü mezunu olduklarını ifade etmiş ve mezuniyet gruplarını oluşturmuştur. Katılımcıların meslek grupları incelendiğinde ise %4,5'lik kısmını ifade eden serbest meslek sahibi 18 katılımcıdan oluşmuştur. Katılımcıların %56,6'lık kısmını ifade eden kamu çalışanı sayısı 227 kişiden oluşmaktadır. Devamında ise %17,0'lık kısmını ifade eden 68 katılımcı ile özel sektör grubu oluşmuştur. Katılımcıların %10'luk kısmı ifade eden 40 kişi ise işsiz grubunu, %12'lik kısmını ifade eden 48 kişi ise öğrenci gurubunu oluşturarak, meslek gurupları belirlenmiştir.

Katılımcıların ekonomik yapısını ifade eden maddi durum gurubu ise 5500 TL ve altı (araştırmanın yapıldığı dönemdeki asgari ücret) 111 katılımcı ile %27,7'lik kısmını oluşturmuştur. 5501-10000 TL arasını oluşturan 118 katılımcı ile %29,4'lük kısmını, 10001-15000 TL arasını oluşturan 118 katılımcı ile %29,4'lük kısmını oluşturmaktadır. Katılımcıların 15001-20000 TL arasını oluşturan 37 kişi ile %9,2'lik kısmı, 20001 TL ve üstünü oluşturan 17 katılımcı ile %4,2'lik kısmı oluşmuştur.

Tablo 22. Demografik Özellikleri ve Frekans Tablosu

TERİMLER	GRUPLAR	FREKANSLAR	YÜZDE %
CİNSİYET	Kadın	166	41,4
	Erkek	235	58,6
	Toplam	401	100
YAŞ	18 Yaş altı	12	3,0
	18-24	60	15,0
	25-34	115	28,7
	35-44	149	37,2
	45-54	47	11,7
	55-64	14	3,5
	65 ve üstü	4	1,0
	Toplam	401	100
MEDENİ DURUM	Evli	152	37,9
	Bekâr	249	62,1
	Toplam	401	100
EĞİTİM DURUMU	İlköğretim	13	3,2
	Lise	57	14,2
	Üniversite	249	62,1
	Lisansüstü	82	20,4
	Toplam	401	100
MESLEK	Serbest Meslek	18	4,5
	Kamu Çalışanı	227	56,6
	Özel Sektör	68	17,0
	İşsiz	40	10,0
	Öğrenci	48	12,0
	Toplam	401	100
GELİR DURUMU	5500 TL ve Altı	111	27,7
	5501-10000TL	118	29,4
	10001-15000TL	118	29,4
	150001-20000TL	37	9,2
	20001 TL ve Üstü	17	4,2
	Toplam	401	100

Diğer Betimsel İstatistikler

Tablo 23. Organik Ürünlerin Hangi İletişim Araçlarıyla Bilgi Sahibi Olunduğunun Çoklu Frekans Değeri

Organik ürünler hakkında hangi iletişim araçlarıyla bilgi sahibi odunuz.	Frekans	Yüzdesel oran(%)
Tv veya Radyo	93	23,2
Gazete ve Kitaplardan	14	3,5
Çevreden	86	21,4
Doktor/Diyetisyen tavsiyesi ile duymuş oldum	8	2,0
Diğer	81	20,2
Çoklu cevap verenler	119	29,7
TOPLAM	401	100

Tablo 23’de görüldüğü üzere çalışmanın anket sorularına anketörlerin birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. Çoklu cevap verenlerin frekansı 119, oranı ise %29,7 olarak ölçülmüştür. Çalışmada TV ve radyo kanallarıyla iletişim kuranların frekans değeri 93 oranı ise %23,2 olarak, gazete ve kitaplardan bilgi sahibi olanların frekans değeri 14 oranı ise %3,5 olduğu, çevrelerinden bilgi sahibi olanların frekans değeri 86 oranı ise %21,4 olduğu, doktor/diyetisyen tavsiyesi ile bilgi sahibi olanların frekans değeri 8 oranı ise %2,0 olarak, diğer durumlarla bilgi sahibi olanların frekans değeri 81 oranı ise %20,2 şeklinde ölçülmüştür.

Tablo 24. *Organik Tarımı ve Ürünlerinin Bilinmesine Yönelik Frekans Değeri*

Organik tarımı ve ürünlerini daha önce duydunuz mu?	Frekans	Yüzdesel Oran(%)
EVET	389	97,0
HAYIR	12	3,0
TOPLAM	401	100

Tablo 24’de gösterildiği gibi ‘organik tarımı ve ürünlerini daha önce duydunuz mu?’ sorusuna ‘evet’ seçeneği ile katılım sağlayanların frekans değeri 389, ‘hayır’ seçeneği ile katılım sağlayanların frekans değeri 12 olarak ölçülmüştür. Toplamda katılım frekans değeri 401 olarak görülmektedir.

Tablo 25. *Ailelerde Gıda Alış Verişini, Hangi Bireylerin Yaptığına Yönelik Frekans Değeri*

Ailenizdeki gıda alış verişini, kim ve-veya kimler yapar	Frekans	Yüzdesel oran(%)
Ben veya Eşim	265	66,1
Babam veya Annem	94	23,4
Kardeşlerim	12	3,0
Diğer	30	7,5
TOPLAM	401	100

Tablo 25 incelendiğinde frekans değerleri ile ifade edilen sonuçlara göre ‘ailenizdeki gıda alışverişini, kim ve-veya kimler yapar ?’ soruna en yüksek, % 66,1 oranı ve 265 frekans değeri ile ‘Ben veya Eşim’ seçeneğinin yanıtlandığı, katılımcıların bu durumda aile içindeki alışverişlerin en büyük payını aldığını görmekteyiz. İkinci sırada ‘Babam veya Annem’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değerinin 94 oranını ise %23,4 olduğunu görmekteyiz.

Tablo 25 incelendiğinde ‘Kardeşlerim’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değerinin 12 olduğu oransal olarak da %3,0 olduğunu görmekteyiz. Diğer bir seçenek olan ‘Diğer’ seçeneğinin yanıtlayanların frekans değerinin 30, oranının ise %7,5 olduğunu görmekteyiz.

Tablo 26. *Organik Tarım Ürünlerinin Satın Alınımalarıyla İlgili Frekans Değeri*

Organik Tarım ürününü satın alıyor musunuz?	Frekans	Yüzdesel oran(%)
1-Düzenli olarak satın alırım	69	17,2
2-Ara sıra satın alırım	150	37,4
3-Aklıma gelince satın alırım	10	2,5
4-Denk gelince satın alırım	120	29,9
5-Diğer	27	6,7
Çoklu cevap verenler	25	6,5
TOPLAM	401	100

Tablo 26’da bu çalışmanın anket sorularına anketörlerin birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. 1- ‘Düzenli olarak satın alırım’ yanıtını verenlerin frekans değeri 69 oranı ise %17,2 olarak ölçülmüştür. 2- ‘Ara sıra satın alırım’ yanıtının frekans değeri 150, oranı ise %37,4 olarak ölçülmüştür. 3- ‘Aklıma gelince satın alırım’ yanıtının frekans değeri 10, oranı ise %2,5 olarak ölçülmüştür. 4- ‘Denk gelince satın alırım’ yanıtının frekans değeri 120, oranı

ise %29,9 olarak ölçülmüştür. 5- ‘Diğer’ yanıtının frekans değeri 27, oranı ise %6,7 olarak ölçülmüştür.

Tablo 27. Erzurum İlinde Üretilen Organik Tarım Ürünlerinden En Çok Hangisini Satın Alınmasına Dair Frekans Değeri

Erzurum ilinde üretilen organik tarım ürünlerinden en çok hangisini satın alırsınız	Frekans	Yüzdesel oranı(%)
1-Çiçek Balı	52	13,0
2-Bakliyat	25	6,0
3-Et ve Süt ürünleri	141	35,2
4-Diğer	56	14,0
Çoklu cevap verenler	127	41,8
TOPLAM	401	100

Tablo 27’de belirtildiği üzere, bu çalışmanın anket sorularına anketörlerin birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. Bu analizlerde 1-‘Çiçek balı’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 52 oranı ise %13,0 olarak ölçülmüştür. 2- ‘Bakliyat’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 25, oranı ise %6,2 olarak ölçülmüştür. 3- ‘Et ve süt ürünleri’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 141, oranı ise %35,2 olarak ölçülmüştür. 4- ‘Diğer’ yanıtının frekans değeri 56, oranı ise %14,0 olarak ölçülmüştür.

Tablo 28. Organik Tarım Ürün Alış Verişinizi Nereleden Yapıldığına Dair Frekans Değeri

Organik tarım ürün alış verişinizi nereleden yaparsınız?	Frekans Değeri	Yüzdesel oranı (%)
1-Halk pazarlarından	58	14,5
2-Marketlerden	39	9,7
3-Çiftlik ve bahçelerden	21	5,2
4-Direk üreticiden satın alırım	60	15,0
5-Çoklu cevap verenler	223	55,6
TOPLAM	401	100

Tablo 28’de belirtildiği üzere, bu çalışmanın anket sorularına anketörlerin birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu

cevap verenler de olmuştur. Bu analizler; Halk pazarlarından alışveriş yapanların frekans değerleri 58 oranı ise %14,5 olarak ölçülmüştür. Marketlerden alışveriş yapanların frekans değeri 39 oranı ise %9,7 olarak ölçülmüştür. Çiftlik ve bahçelerden alışveriş yapanların frekans değeri 21 oranı ise %5,2 olarak ölçülmüştür. Direkt üreticiden satın alımdan diyenlerin frekans değeri 60 oranı ise %15,0 olarak ölçülmüştür. Son olarak çoklu cevap verenlerin frekans değeri ise 223 oranı ise 55,6 olarak ölçülmüştür.

Araştırma ile İlgili Boyutların Ortalaması

İlgili boyutların ortalamaları; 5’li Likert ölçek aralıklarının da (‘1-1,80’ Kesinlikle Katılıyorum, ‘1,81-2,60’ Katılıyorum, ‘2,61-3,40’ Kararsızım, ‘3,41- 4,20’ Katılmıyorum ve ‘4,21-5’ Kesinlikle Katılmıyorum) şeklinde alınmıştır (Uzun, & Sağlam 2006).

Tablo 29. Boyutların Ortalamaları

Boyut	x	σ
Kimyasal Olması Boyutu	2,9859	,69618
Kimyasal Olmaması Boyutu	1,8913	,56954
Tercih Etme Boyutu	2,1586	,53058
Satın Alma Boyutu	1,9679	,57766
Güven boyutu	2,9081	,72981
İl’e Yönelik Algı Boyutu	2,4273	,47692
Genel Kanı Boyutu	2,6249	,52190

Tablo 29’da anlaşılabacağı üzere, ‘Erzurum ilinde organik tarım ve tüketici davranışları’ konu başlıklı çalışma da organik tarımda kimyasal kullanılması boyutuna, 5’li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,9859’luk ortalama değeriyle katılımcıların kararsız kaldıkları görülmektedir. Organik tarımda kimyasal olmaması boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 1,8913’lük ortalama değeriyle katılımcıların olumlu düşündükleri sonucuna varılmıştır. Organik tarımda tercih etme boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 2,1586’lık ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünleri tercih etme eğilimlerinin olduğu görülmektedir. Organik tarımda satın alma boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 1,9679’luk ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünlere olan eğilimlerinin yanında satın almakta kararlı oldukları sonucuna varılmıştır. Organik tarımda güven boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,908’lik ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünlere karşı güven boyutu bakımından kararsız olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Organik tarımda İl’e yönelik algı boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 2,4273’lük ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünler hakkında İl’e yönelik algının oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Organik tarımda Genel kanı boyutunun 5’li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,6249’luk ortalama değeriyle katılımcıların kararsız kaldıkları sonucu görülmektedir.

Araştırmaya Ait Hipotezler ve Bulgular

Sosyoekonomik değişkenlerin sınamasına ait bulgular

H₁ Hipotezine ait sınama sonuçları.

H₁: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri ‘cinsiyet’ değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 30. *Tüketicilerin Araştırma Boyutlarına İlişkin Düşüncelerinin Cinsiyet Değişkenine Yönelik T-Test Sonuçları*

		Varyansların eşitliği için Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi						
		F	Sig.	t	df	Sig (2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Hata Farkı	95 % Farklılığın Güvenirlilik Aralığı	Üst
*Kimyasal olması boyutu	E.v.a			-2,045	399	,041	,14378	,07030	,28200	,00557
	E.v.n.a	1,911	,168	-2,083	376,668	,038	,14378	,06903	,2795	,00806
*Kimyasal olmaması boyutu	E.v.a			-,639	399	,523	,03692	,05779	,15052	,07669
	E.v.n.a	2,425	,120	-,631	339,256	,528	,03692	,05850	,15199	,07815
*Tercih etme boyutu	E.v.a			-3,267	399	,001	,17367	,05316	,27817	,06917
	E.v.n.a	,002	,966	-3,292	364,710	,001	,17367	,05275	,27741	,06993
*Satın alma boyutu	E.v.a			-1,127	399	,261	,06596	,05855	,18106	,04914
	E.v.n.a	,991	,320	-1,113	339,266	,267	,06596	,05927	,18255	,05063
*Güven boyutu	E.v.a			-1,031	399	,303	,07626	,07399	,22172	,06919
	E.v.n.a	,130	,718	-1,037	362,725	,300	,07626	,07355	,22090	,06838
*İle yönelik algı boyutu	E.v.a			-1,234	399	,218	,05962	,04832	,15462	,03537
	E.v.n.a	4,341	,138	-1,264	382,398	,207	,05962	,04716	,15236	,03311
*Genel kanı boyutu	E.v.a			-,412	399	,681	,02180	,05297	,12593	,08234
	E.v.n.a	,671	,413	-,415	365,816	,678	,02180	,05252	,12508	,08148

E.v.a : Equal variances assumend

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

Tablo 30’da Levene test sonucuna göre ‘Kimyasal olması boyutuna göre (Sig:0,168> α) $p>0,05$, ‘Kimyasal olmaması boyutu için (Sig:0,120> α) $p>0,05$, Tercih etme boyutuna göre: (Sig:0,966> α) $p>0,05$, satın alma boyutuna göre (Sig: 0,320> α) $p>0,05$, güven boyutuna göre (Sig:0,718> α) $p>0,05$ İle yönelik algı boyutuna göre (Sig:0,138> α) $p>0,05$, genel kanı

boyutuna göre (Sig:0,413> α) $p>0,05$ 'tir. Bu sonuçlara göre grup varyansları birbirine eşittir. Varyansların eşitliği testi yapıldıktan sonra bu kez grup ortalamaları incelenerek grup ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı belirlenir. Buna göre; Kimyasal olması boyutu ve tercih etme boyutu için(Sig: 0,041< α) $p < 0,05$ ve Sig:0,001< α) $p < 0,05$)'ten küçüktür. Bu iki boyut için H_1 hipotezi reddedilemez. Ancak diğer altı boyut için gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı için (Sig: 0,523> α) $p > 0,05$, Sig: 0,261> α) $p > 0,05$, Sig: 0,303> α) $p > 0,05$, Sig: 0,218> α) $p > 0,05$, Sig: 0,681> α) $p > 0,05$) bu sonuçlara göre yedi boyutun beşi ret, ikisi kabul edildiğinden H_1 hipotezi reddedilebilmektedir.

H₂ Hipotezine ait sınama sonuçları.

H₂: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri “eğitim” değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 31. *Eğitim Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,493	3	,498	1,027	,380
Gruplar İçerisinde	192,371	397	,485		
Toplam	193,864	400			

Tablo 31 için $p>\alpha$ (0,380>0,05) sonucu çıkmıştır. Bu durumda “*Kimyasal Olması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_2 hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının ‘tarımsal ürünlerin kimyasal olması’ boyutuna yönelik tutumlarında gruplar arasında herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir.

Tablo 32. *Eğitim Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	342	3	,114	,350	,790
Gruplar İçerisinde	129,407	397	,326		
Toplam	129,749	400			

Tablo 32 için $p>\alpha$ (0,790>0,05) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olmaması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_2 hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olmaması boyutuna göre herhangi bir anlamlı farklılık görülmemiştir.

Tablo 33. *Eğitim Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,437	3	1,146	4,167	,006
Gruplar İçerisinde	109,169	397	,275		
Toplam	112,606	400			

Tablo 33’de ‘*tercih etme*’ boyutuna yönelik katılımcıların eğitim değişkenine ait gruplar arasında öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Testte $p > \alpha$ (0,583 > 0,05) sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve test sonucu $p = 0,006$ yani gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Bunun sonucunda Tukey HSD testine bakılmıştır. Test sonucunda gruplardan lisansüstü ile diğer grupların tümü arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Böylece H_2 hipotezi kabul edilebilmektedir.

Tablo 34. *Eğitim Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,129	3	,376	1,129	,337
Gruplar İçerisinde	132,347	397	,333		
Toplam	133,476	400			

Tablo 34 için $p > \alpha$ (0,337 > 0,05) sonucu çıkmıştır. Bu duruma göre ‘*Satın Alma Boyutu*’ gruplar açısından anlamlı bir fark olduğu için H_2 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının tüketilen tarımsal ürünleri satın alma boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 35. *Eğitim Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	5,023	3	1,674	3,195	,027
Gruplar İçerisinde	208,024	397	,524		
Toplam	213,047	400			

Tablo 35’de güven boyutuna yönelik katılımcıların eğitim değişkenine ait gruplar arasında öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Testte $p > \alpha$ (0,504 > 0,05) sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve test sonucu $p = 0,027$ yani gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Bunun sonucunda çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınavasının Tukey HSD ve testine bakılarak bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Test sonucunda grupların ilköğretim mezunları ile

lise, üniversite ve lisansüstü mezunları arasında anlamlı farklılık olduğu için H₂ hipotezi kabul edilebilmektedir.

Tablo 36. *Eğitim Değişkeni Açısından İl'e Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,454	3	,485	2,149	,094
Gruplar İçerisinde	89,527	397	,226		
Toplam	90,981	400			

Tablo 36 için $p > \alpha$ ($0,094 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Bu sonuca göre gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H₂ hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumlarının tüketilen tarımsal ürünleri 'İl'e yönelik algı boyutuna' göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 37. *Eğitim Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,509	3	,836	3,119	,026
Gruplar İçerisinde	106,445	397	,268		
Toplam	108,954	400			

Tablo 37'de genel kanı boyutuna yönelik katılımcıların eğitim değişkenine ait gruplar arasında öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Testte $p > \alpha$ ($0,094 > 0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve test sonucu $p = 0,026$ yani gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Bunun sonucunda çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınamasının Tukey HSD testine bakılmıştır. Test sonucunda grupların lisansüstü mezunları ile lise ve üniversite mezunları arasında anlamlı bir farklılık olduğu için H₂ hipotezi kabul edilebilmektedir.

Eğitim değişkeni için araştırmaya ilişkin 7 boyut açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının sınıandığı H₂ hipotezi için gerçekleştirilen Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA), 7 boyutun 3'ünde kabul; ancak 4'ünde ret sonucu çıktığı için H₂ hipotezi reddedilebilmektedir.

H3 Hipotezine ait sına sonuçları.

H3: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 38. Yaş Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	6,165	6	1,028	2,157	,046
Gruplar İçerisinde	187,699	394	,476		
Toplam	193,864	400			

Tablo 38’de kimyasal olması boyutuna yönelik katılımcıların yaş değişkenine ait gruplar arasın da öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Testte $p < \alpha$ ($0,021 < 0,05$) sonucunda varyansların dağılımlarının homojen olmadığı görülmüştür. ANOVA Test sonucu $p = 0,046$ çıktığı ve varyansların homojen dağılmamasından dolayı ‘Tamhane’s T2’ testi yapılmıştır. Bu testin sonucuna göre 65 yaş üstü grup ile 55-64 yaş grupları arasında anlamlı farklılık vardır. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş değişkenine ait gruplar açısından tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olması boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu için H_3 hipotezi kabul edilebilmektedir.

Tablo 39. Yaş Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	6,397	6	1,066	3,406	,003
Gruplar İçerisinde	123,351	394	,313		
Toplam	129,749	400			

Tablo 39’de ‘kimyasal olmaması boyutuna’ yönelik katılımcıların yaş değişkenine ait gruplar arasın da öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Testte $p > \alpha$ ($0,275 > 0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve bunun sonucunda çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınavasının Tukey HSD testine bakılmıştır. Testte gruplardan 18-24 yaş ile 25-34 yaş, 35-44 yaş, 45-54 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görüldüğü için H_3 hipotezi kabul edilebilmektedir.

Tablo 40. Yaş Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,569	6	,595	2,150	,047
Gruplar İçerisinde	109,037	394	,277		
Toplam	112,606	400			

Tablo 40’da ‘*tercih etme boyutuna*’ yönelik katılımcıların yaş değişkenine ait gruplar arasında öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Teste $p>\alpha$ (0,610 >0,05) sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve bunun sonucunda çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınavasının Tukey HSD testine bakılmıştır. Testte gruplardan 18-24 yaş ile 25-34 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görüldüğü için H_3 hipotezi kabul edilebilmektedir.

Tablo 41. *Yaş Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,960	6	,660	2,008	,064
Gruplar İçerisinde	129,515	394	,329		
Toplam	133,476	400			

Tablo 41 için $p>\alpha$ (0,064>0,05) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Satın Alma Boyutuna*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_3 hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş değişkenine ait gruplar açısından tüketilen tarımsal ürünlerin satın alma boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 42. *Yaş Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	7,082	6	1,180	2,258	,037
Gruplar İçerisinde	205,966	394	,523		
Toplam	213,047	400			

Tablo 42’de de tercih etme boyutuna yönelik katılımcıların yaş değişkenine ait gruplar arasında öncelikle varyansların homojen dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Teste $p>\alpha$ (0,742 >0,05) sonucuna ulaşılmıştır. Testin sonucuna göre varyansların homojen dağıldığı görülmüş ve bundan dolayı çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınavasının Tukey HSD ve testine bakılmıştır. Test sonucunda gruplardan 18 yaş ve altı grubun, 65 ve üstü grup haricinde diğer yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş değişkenlerinin tüketilen tarımsal ürünlere olan güven boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu görüldüğü için H_3 hipotezi kabul edilir

Tablo 43. Yaş Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,527	6	,255	1,121	,349
Gruplar İçerisinde	89,454	394	,227		
Toplam	90,981	400			

Tablo 43 için $p > \alpha$ ($0,349 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “İle Yönelik Algı Boyutuna” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_3 hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş değişkenine ait gruplar açısından tüketilen tarımsal ürünlerin İle yönelik algı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 44. Yaş Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,260	6	,377	1,391	,217
Gruplar İçerisinde	106,694	394	,271		
Toplam	108,954	400			

Tablo 44 için $p > \alpha$ ($0,217 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Genel Kanı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_3 hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin yaş değişkenine ait gruplar açısından tüketilen tarımsal ürünlerin genel kanı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Yaş değişkeni için araştırmaya ilişkin 7 boyut açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının sınındığı H_3 hipotezi için gerçekleştirilen Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA), 7 boyutun 4’ünde kabul, 3’ünde ret sonucu çıktığı için H_3 hipotezi kabul edilebilmektedir.

H4 Hipotezine ait sınama sonuçları.

H4: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri medeni durum değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Aşağıda bildirilen tablo 45’de Levene test sonucuna göre ‘Kimyasal olması boyutuna göre (Sig:0,028< α) $p < 0,05$, ‘Kimyasal olmaması boyutu için (Sig:0,440> α) $p > 0,05$, Tercih etme boyutuna göre: (Sig:0,945> α) $p > 0,05$, satın alma boyutuna göre (Sig: 0,019< α) $p < 0,05$, güven boyutuna göre (Sig:0,023< α) $p < 0,05$ İle yönelik algı boyutuna göre (Sig:0,391> α) $p > 0,05$,

genel kanı boyutuna göre (Sig:0,048< α) $p<0,05$ 'tir. Kimyasal olması boyutu, satın alma boyutu, güven boyutu ve genel kanı boyutu için varyanslar eşit değilken, kimyasal olmaması boyutu, tercih etme boyutu ve İl'e yönelik algı boyut için ise varyanslar eşittir. Buna göre 'p' değerlerine bakıldığında kimyasal olması boyutu için 0,900, kimyasal olmaması boyutu için 0,19, tercih etme boyutu için 0,778, satın alma boyutu için 0,09, güven boyutu için 0,36, İl'e yönelik algı boyutu için 0,853, genel kanı boyutu için 0,94 sonuçları çıkmıştır. Üç (kimyasal olmaması boyutu, satın alma boyutu, güven boyutu) boyut için gruplar arasında anlamlı farklılık vardır, geriye kalan boyutlar için gruplar arasında anlamlı farklılık yoktur. Burada üç boyut için kabul edilebilirken diğer dört boyut için reddedilir. Yedi boyutun dördünde ret çıktığı için H_4 hipotezi reddedilebilmektedir.

Tablo 45. *Tüketicilerin Araştırma Boyutlarına İlişkin Düşüncelerinin Medeni Durum Değişkeni Açısından T-Testi Sonuçları*

		Varyansların Ortalamaların Eşitliği İçin T testi										
		eşitliği için										
		Levene Testi										
		F	Sig.	t	df	Sig(2-tailed)	Ortalama Farklılık	St. Farkı	Hata 95	%Farklılığın		
										Güvenirlik	Aralığı	
										Alt	Üst	
*Kimyasal olması boyutu	E.v.a	4,857	,028	,120	399	,904	,00863	,07175	-,13242	,14968		
	E.v.n.a			,125	358,584	,900	,00863	,06897	-,12701	,1442		
*Kimyasal olmaması boyutu	E.v.a	,597	,440	2,348	399	,019	,13689	,05830	,02229	,25150		
	E.v.n.a			2,302	298,962	,022	,13689	,05947	,01985	,25393		
*Tercih etme boyutu	E.v.a	,005	,945	,283	399	,778	,01546	,05468	-,09203	,12295		
	E.v.n.a			,279	304,795	,781	,01546	,05546	-,09367	,12459		
*Satın alma boyutu	E.v.a	5,530	,019	2,742	399	,006	,16175	,05898	,04580	,27770		
	E.v.n.a			2,626	276,345	,009	,16175	,06159	,04050	,28301		
*Güven boyutu	E.v.a	5,233	,023	-2,202	399	,028	-,16463	,07476	-,31160	-,01765		
	E.v.n.a			-2,105	274,753	,036	-,16463	,07821	-,31859	-,01067		
* İl'e yönelik algı boyutu	E.v.a	,738	,391	,185	399	,853	,00911	,04915	-,08751	,10574		
	E.v.n.a			,184	310,013	,854	00911	,04959	-,08847	,10670		
* Genel kanı boyutu	E.v.a	3,920	,048	-1,740	399	0,83	-,09324	,05359	-,19858	,01211		
	E.v.n.a			-1,683	285,789	,094	-,09324	,05541	-,20229	,01582		

E.v.a : Equal variances assumend

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

H₅ Hipotezine ait sınaama sonuçları.

H₅: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri hane halkı sayısı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 46. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,056	3	,019	,038	,990
Gruplar İçerisinde	193,809	397	,488		
Toplam	193,864	400			

Tablo 46 için $p > \alpha$ ($0,990 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H₅ hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 47. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,690	3	,897	2,802	,040
Gruplar İçerisinde	127,058	397	,320		
Toplam	129,749	400			

Tablo 47 için $p < \alpha$ ($0,040 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olmaması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H₅ hipotezi kabul edilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olmaması boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Bu farklılık “eşim ve ben” grubu ile “diğer” grubu arasındadır.

Tablo 48. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,162	3	,387	1,380	,248
Gruplar İçerisinde	111,444	397	,281		
Toplam	112,606	400			

Tablo 48 için $p > \alpha$ ($0,248 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Tercih Etme Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_5 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin tercih etme boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 49. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,971	3	,657	1,984	,116
Gruplar İçerisinde	131,504	397	,331		
Toplam	133,476	400			

Tablo 49 için $p > \alpha$ ($0,116 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Satın Alma Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_5 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin satın alınması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 50. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,370	3	,025	1,275	,217
Gruplar İçerisinde	210,677	397	,229		
Toplam	213,047	400			

Tablo 50 için $p > \alpha$ ($0,217 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Güven Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_5 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin güven boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 51. *Hane Halkı Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,075	3	,025	1,275	,254
Gruplar İçerisinde	90,906	397	,229		
Toplam	90,981	400			

Tablo 51 için $p > \alpha$ ($0,254 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “İl’e Yönelik Algı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_5 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin İl’e yönelik algı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 52. *Hane Halkı Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,039	3	,346	1,275	,283
Gruplar İçerisinde	107,914	397	,272		
Toplam	108,954	400			

Tablo 52 için $p > \alpha$ ($0,283 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Genel Kanı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_5 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin hane halkı değişkeni tüketilen tarımsal ürünlerin genel kanı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Yukarıdaki sonuçlarda da görüldüğü üzere 7 boyuttan sadece 1’inde anlamlı bir farklılık olduğu, diğer 6’sinde ise olmadığı sonucu çıktığı için H_5 reddedilebilmektedir.

H₆ Hipotezine ait sınaama sonuçları.

H_6 : Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşünceleri meslek düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 53. *Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,384	4	,596	1,233	,296
Gruplar İçerisinde	191,480	396	,484		
Toplam	193,864	400			

Tablo 53 için $p > \alpha$ ($0,296 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Kimyasal Olması Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_6 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 54. *Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,040	4	,510	1,582	,178
Gruplar İçerisinde	127,709	396	,322		
Toplam	129,749	400			

Tablo 54 için $p > \alpha$ ($0,178 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olmaması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olmaması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 55. *Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,367	4	,342	1,216	,303
Gruplar İçerisinde	111,239	396	,281		
Toplam	112,606	400			

Tablo 55 için $p > \alpha$ ($0,303 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Tercih Etme Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin tercih edilme boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 56. *Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,882	4	,220	,658	,621
Gruplar İçerisinde	132,594	396	,335		
Toplam	133,476	400			

Tablo 56 için $p > \alpha$ ($0,621 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Satın Alma Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin satın alma boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 57. Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,306	4	,826	1,560	,184
Gruplar İçerisinde	209,742	396	,530		
Toplam	213,047	400			

Tablo 57 için $p > \alpha$ ($0,184 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Güven Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin güven boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 58. Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,900	4	,225	,989	,413
Gruplar İçerisinde	90,081	396	,227		
Toplam	90,981	400			

Tablo 58 için $p > \alpha$ ($0,413 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “İle Yönelik Algı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin İl’e yönelik algı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 59. Meslek Düzeyi Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,519	4	,130	,474	,755
Gruplar İçerisinde	108,434	396	,274		
Toplam	108,954	400			

Tablo 59 için $p > \alpha$ ($0,755 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Genel Kanı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_0 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin meslek düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin genel kanı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

H7 Hipotezine ait sınaama sonuçları.

H7: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri maddi kazanç düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 60. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,835	4	,209	,428	,788
Gruplar İçerisinde	193,029	396	,487		
Toplam	193,864	400			

Tablo 60 için $p > \alpha$ ($0,788 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Genel Kanı Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H7 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 61. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	4,251	4	1,063	3,354	,010
Gruplar İçerisinde	125,497	396	,317		
Toplam	129,749	400			

Tablo 61 için $p < \alpha$ ($0,010 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olmaması Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H7 hipotezi kabul edilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olmaması boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 62. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,284	4	,321	1,142	,336
Gruplar İçerisinde	111,322	396	,281		
Toplam	112,606	400			

Tablo 62 için $p > \alpha$ ($0,336 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Tercih Etme Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_7 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin tercih edilmesi boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 63. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,616	4	,404	1,213	,305
Gruplar İçerisinde	131,860	396	,333		
Toplam	133,476	400			

Tablo 63 için $p > \alpha$ ($0,305 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Satın Alma Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_7 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin satın alma boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 64. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,786	4	,447	,837	,502
Gruplar İçerisinde	211,261	396	,533		
Toplam	213,047	400			

Tablo 64 için $p > \alpha$ ($0,502 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Güven Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_7 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin güven boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 65. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından İle Yönelik Algı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,588	4	,397	1,758	,136
Gruplar İçerisinde	89,394	396	,226		
Toplam	90,981	400			

Tablo 65 için $p > \alpha$ ($0,136 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “İle Yönelik Algı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_7 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin İl’e yönelik algı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 66. *Maddi Kazanç Düzeyi Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,765	4	,691	2,578	,037
Gruplar İçerisinde	106,188	396	,268		
Toplam	108,954	400			

Tablo 66 için $p < \alpha$ ($0,037 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Genel Kanı Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H_7 hipotezi kabul edilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin maddi kazanç düzeyi değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin genel kanı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmüştür.

Elde edilen tüm bu sonuçlar neticesinde 7 boyuttan 5’i için H_7 reddedilebildiğinden hipotez reddedilebilmektedir.

H₈ Hipotezine ait sınaama sonuçları.

H₈:Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşünceleri organik ürün alımları için aylık ödediği ücret değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 67. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Kimyasal Olması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,484	4	,871	1,789	,130
Gruplar İçerisinde	188,479	387	,487		
Toplam	191,964	391			

Tablo 67 için $p > \alpha$ ($0,130 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “Kimyasal Olması Boyutu” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_8 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olması boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 68. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Kimyasal Olmaması Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	7,222	4	1,805	5,809	,000
Gruplar İçerisinde	120,274	387	,311		
Toplam	127,495	391			

Tablo 68 için $p < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Kimyasal Olmaması Boyutuna*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H_8 hipotezi kabul edilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin kimyasal olmaması boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 69. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Tercih Etme Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,836	4	,459	1,167	,169
Gruplar İçerisinde	109,856	387	,284		
Toplam	111,692	391			

Tablo 69 için $p > \alpha$ ($0,169 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Tercih Etme Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_8 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin tercih edilmesi boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 70. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Satın Alma Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	3,270	4	,817	2,448	,046
Gruplar İçerisinde	129,232	987	,334		
Toplam	132,502	391			

Tablo 70 için $p < \alpha$ ($0,046 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Satın Alma Boyutu*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olduğu için H_8 hipotezi kabul edilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin satın alma boyutuna göre anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 71. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Güven Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	2,115	4	,529	,981	,418
Gruplar İçerisinde	208,646	387	,539		
Toplam	210,760	391			

Tablo 71 için $p > \alpha$ ($0,418 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre “*Güven Boyutuna*” açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_8 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin güven boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 72. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından İl’e Yönelik Algı Boyutu Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	1,039	4	,260	1,128	,343
Gruplar İçerisinde	89,100	387	,230		
Toplam	90,139	391			

Tablo 72 için $p > \alpha$ ($0,343 > 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre ‘*İl’e Yönelik Algı Boyutu*’ açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_8 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin tercih edilmesi boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 73. *Aylık Ödediği Ücret Değişkeni Açısından Genel Kanı Boyutuna Göre ANOVA Testi*

	Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
Gruplar Arasında	,452	4	,113	,407	,804
Gruplar İçerisinde	107,359	387	,277		
Toplam	107,810	391			

Tablo 73 için $p < \alpha$ ($0,804 < 0,05$) sonucu çıkmıştır. Buna göre ‘*Genel Kanı Boyutu*’ açısından gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_8 hipotezi reddedilebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin aylık ödediği ücret değişkenin, tüketilen tarımsal ürünlerin İl’e yönelik algı boyutuna göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Elde edilen tüm bu sonuçlar neticesinde 7 boyuttan 5’i için H_8 reddedilebildiğinden hipotez reddedilebilmektedir.

Korelasyon analizi ve sınamaları.

Tüketici davranışları ve tutumu ile organik tarım ürünlerinin tutumlarını ifade etmek amacıyla büyüklükleri, yönü ve derecelerini açıklamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon değerlerinin derecelerine göre anlam kazanmaktadır. Bu dereceler şu şekilde ifade edilmektedir.

Tablo 74. *Araştırmanın Korelasyon Kat Sayıları.*

r	İlişki
0,00	İlişkisi yok
0,01-0,29	Düşük seviyede ilişki
0,30-0,70	Orta seviyede ilişki
0,71-0,99	Yüksek seviyede ilişki
1,00	Mükemmel ilişki

Korelasyon katsayısı 1'e yaklaştığında değişkenler arasında ilişki düzeyinin arttığı görülmektedir. Korelasyon sınaması sonucu pearson kat sayısı (r değeri) yorumlanmıştır. (Karakoç, & Dönmez, 2014).

Tablo 75. *Araştırmanın Korelasyon Analizi*

		a	b	c	d	e	f	g
a)Kimyasal olması boyutu	r	1	,045	,051	,107*	-,198**	-,027	-,129**
	p		,369	,310	,032	,000	,586	,010
b)Kimyasal olmaması boyutu	r	,045	1	,475**	,529**	,111*	,444**	,343**
	p	,369		,000	,000	,027	,000	,000
c)Tercih etme boyutu	r	,051	,475**	1	,588**	,377**	,402**	,461,**
	p	,310	,000		,000	,000	,000	,000
d)Satın alma boyutu	r	,107*	,529**	,588**	1	,201**	,382**	,320**
	p	,032	,000	,000		,000	,000	,000
e)Güven boyutu	r	-,198**	,111*	,377**	,201**	1	,366**	,543**
	p	,000	,027	,000	,000		,000	,000
f)İle yönelik algı boyutu	r	-,027	,444**	,402**	,382**	,336**	1	,562**
	p	,586	,000	,000	,000	,000		,000
g)Genel kanı boyutu	r	-,129	,343**	,461**	,320**	,543**	,562**	1
	p	,010	,000	,000	,000	,000	,000	

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

*. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2 –tailed).

H₉ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₉: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olması boyutuyla, kimyasal olmaması boyutu*' arasında '**r=0,045**' değeri elde edildiğinden boyutlar arasında korelasyon bulunmamaktadır.

Korelasyon tahlilinden elde edilen verileri tablo 75'de açıklayıcı bir şekilde gösterilmiştir. Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde, $p > \alpha$ ($0,369 > 0,05$) ve $r = 0,045$ sonucu görülmektedir. Bu sonuca göre boyutlar arasında anlamlı ilişki olmadığından H₉ hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarım da kimyasal olması boyutu ile kimyasal olmaması boyutları arasında korelasyon olmadığı saptanmıştır.

H₁₀ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₀: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olması boyutu ile, güven boyutu*' arasında '**r=-0,198****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır ve bu ilişki düşük derecededir.

Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = -0,198^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında negatif yönlü anlamlı bir fark olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında ilişki olduğu için H₁₀ hipotezi kabul edilir. Tüketicilerin organik tarım ürünlerinde kimyasal girdi kullanılması, tüketiciler üzerinde organik tarıma olan güveni azaltacaktır. Korelasyon katsayısına göre boyutlar arasında düşük düzeyde ilişkinin olduğu saptanmıştır.

H₁₁ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₁: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olması boyutu, İl'e yönelik algı boyutu*' arasında '**r=0,027**' değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmamaktadır.

Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p > \alpha$ ($0,586 > 0,05$) ve $r = -0,027$ göre boyutlar arasında ilişki olmadığından H₁₁ hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarımda kimyasal girdi kullanımını ile yönelik algı boyutu arasında ilişki olmadığı saptanmıştır.

H₁₂ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₂: Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘*Kimyasal olması boyutu ile, tercih edilme boyutu*’ arasında ‘**r=0,051**’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmamaktadır.

Korelasyon tahlilinden elde edilen bulgular tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p > \alpha$ ($0,310 > 0,05$) ve $r=0,051$ sonucuna göre boyutlar arasında ilişki olmadığı için H₁₂ hipotezi reddedilir. Araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarımda kimyasal girdi kullanımını, tercih edilme boyutu arasında ilişki olmadığı saptanmıştır.

H₁₃ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₃: Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘*Kimyasal olması boyutu ile, satın alma boyutu*’ arasında ‘**r=0,107***’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır.

Korelasyon analizinde elde edilen bulgular tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde, $p < \alpha$ ($0,032 < 0,05$) ve $r=0,107^*$ sonucuna göre gruplar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₃ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin kimyasal girdi kullanımına olumsuz bakmadıkları anlaşılmaktadır. Korelasyon katsayısına göre boyutlar arasında düşük düzeyde ilişkinin olduğu saptanmıştır.

H₁₄ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₄: Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘*Kimyasal olması boyutu ile, genel kanı boyutu*’ arasında ‘**r=-0,129**’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde, $p < \alpha$ ($0,01 < 0,05$) ve $r=-0,129^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₄ hipotezi kabul edilir. Tüketicilerin organik tarım ürünlerinde kimyasal girdi kullanılması, genel kanı boyutuyla etkileşiminden yola çıkarak tüketiciler üzerinde organik tarımda kullanılabilecek kimyasal girdilerin genel anlamda kabul görmediğini ifade etmektedir. Korelasyon katsayısına göre boyutlar arasında düşük düzeyde ilişkinin olduğu saptanmıştır.

H₁₅ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₅:Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olmaması boyutu ile, güven boyutu*' arasında '**r=0,111***' değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon analizinde elde edilen bulgular tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon analizinde, $p < \alpha$ ($0,027 < 0,05$) ve $r = 0,111^*$ sonucuna göre gruplar arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₅ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde kimyasal girdi kullanılmamasının organik ürünlere olan güven boyutunca, korelasyon katsayısına göre düşük düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₁₆ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₆: Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olmaması boyutu ile, İl'e yönelik algı boyutu*' arasında '**r=0,444****' değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,444^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₆ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde kimyasal girdi kullanılmamasının, İl'e yönelik algı boyutuna, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde bir ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₁₇ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₇: Tüketicilerin araştıırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Kimyasal olmaması boyutu ile, tercih edilme boyutu*' arasında '**r=0,475***' değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon analizinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,475^*$ sonucuna göre gruplar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₇ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde kimyasal girdi

kullanılmamasının, tüketicilere göre tercih edildiğini ifade etmektedir. Korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₁₈ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₈: ‘Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de *Kimyasal olmaması boyutu ile, satın alma boyutu*’ arasında ‘**r=0,529****’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,529^{**}$ sonucuna göre gruplar arasında ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre boyutlar arasında korelasyon olduğu için H₁₈ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde kimyasal girdi kullanılmamasının, tüketicilere göre satın alınması boyutunda olumlu olarak karşılanmıştır. Kimyasal girdi kullanılmaması organik ürünlerin satın alınmasını boyutunca, Korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₁₉ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₁₉: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘*Kimyasal olmaması boyutu ile, genel kanı boyutu*’ arasında ‘**r=0,343****’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,343^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₁₉ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde kimyasal girdi kullanılmamasının, tüketicilerin genel kanısı boyutunca, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₀ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₀: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘*Güven boyutu ile, İl’e yönelik algı boyutu*’ arasında ‘**r=0,366****’ değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75’de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,366^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna

göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₀ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde güven boyutunun, tüketicilerin İl'e yönelik algı boyutunca, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₁ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₁: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Güven boyutu ile, tercih edilme boyutu*' arasında '**r=0,377****' değeri elde edildiğinden arasında korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,377^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₁ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde güven boyutunun, tüketicilerin organik ürünleri tercih etmesi boyutunca, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₂ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₂: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Güven boyutu ile, satın alma boyutu*' arasında '**r=0,201****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,201^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₂ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde güven boyutunun, tüketicilerin organik ürünleri satın alınması boyutlarının, korelasyon katsayısına göre düşük düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₃ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₃: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Güven boyutu ile, genel kanı boyutu*' arasında '**r=0,543****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,543^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₃ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya

katılan tüketicilerin organik ürünlerde ve tarımsal üretiminde güven boyutunun, tüketicilerin organik ürünlere karşı genel düşünceleri boyutunca, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₄ Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H₂₄: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*İl'e yönelik algı boyutu ile, tercih edilme boyutu*' arasında '**r=0,402****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,402^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₄ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırma merkezi olan Erzurum ilinin tüketicilerinin, tercih edilme boyutuna göre, davranışlarının organik üretimin desteklenmesi ve devamlılığı açısından, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₅ Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H₂₅: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*İl'e yönelik algı boyutu ile, satın alma boyutu*' arasında '**r=0,382****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,382^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₅ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırma merkezi olan Erzurum ilinin tüketicilerinin, satın alma boyutuna göre, davranışlarının organik üretimin desteklenmesi ve devamlılığı açısından, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₆ Hipotezi ile ilgili sınama sonuçları.

H₂₆: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*İl'e yönelik algı boyutu ile, genel kanı boyutu*' arasında '**r=0,562****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon analizinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ ($0,00 < 0,05$) ve $r = 0,562^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna

göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₆ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya merkezi olan Erzurum ilinin tüketicilerinin, genel kanı boyutuna göre, davranışlarının organik üretimin desteklenmesi ve devamlılığı açısından, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₇ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₇: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Tercih edilme boyutu ile, satın alma boyutu*' arasında '**r=0,588****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır ve bu ilişkinin şiddeti orta seviyededir. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,588^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₇ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerin tercih edilmesi boyutuna göre organik ürünlere eğilimin, korelasyon katsayısına göre orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₈ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₈: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Tercih edilme boyutu ile, genel kanı boyutu*' arasında '**r=0,461****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,461^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu için H₂₈ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlerin tercih edilmesi boyutu ile genel kanı boyutunca, korelasyon katsayısına göre aralarında orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

H₂₉ Hipotezi ile ilgili sınaama sonuçları.

H₂₉: Tüketicilerin araştırmaya boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Satın alma boyutu ile, genel kanı boyutu*' arasında '**r=0,320****' değeri elde edildiğinden korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon tahlilinde elde edilen veriler tablo 75'de detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

Çalışmanın boyutları arasında yapılan korelasyon tahlilinde, $p < \alpha$ (0,00 < 0,05) ve $r = 0,320^{**}$ sonucuna göre boyutlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gruplar arasında korelasyon olduğu H₂₉ hipotezi kabul edilir. Bu durumda araştırmaya

katılan tüketicilerin organik ürünlerin satın alınması boyutu ile genel kanı boyutunca, korelasyon katsayısına göre aralarında orta düzeyde ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

Hipotezlerle İlgili Kararlar

Tablo 76. Araştırma Hipotezlerinin Durum Çizelgesi

Hipotez	Karar
H ₁ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₂ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin eğitim değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₃ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓
H ₄ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin medeni durum değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₅ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin hane halkı sayısı değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₆ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin meslek düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₇ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerinin maddi kazanç düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₈ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşünceleri organik ürün alımları için aylık ödediği ücret değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.	×
H ₉ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘Kimyasal olması boyutuyla, kimyasal olmaması boyutu’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	×
H ₁₀ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘Kimyasal olması boyutu ile, güven boyutu’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₁₁ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘Kimyasal olması boyutu, İl’e yönelik algı boyutu’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	×
H ₁₂ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘Kimyasal olması boyutu ile, tercih edilme boyutu’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	×
H ₁₃ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘Kimyasal olması boyutu ile, satın alma boyutu’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓

Tablo 76. (Devamı).

H ₁₄ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Kimyasal olması boyutu ile, genel kanı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₁₅ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Kimyasal olmaması boyutu ile, güven boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır	✓
H ₁₆ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Kimyasal olmaması boyutu ile, İl’e yönelik algı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₁₇ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Kimyasal olmaması boyutu ile, tercih edilme boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₁₈ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de <i>Kimyasal olmaması boyutu ile, satın alma boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₁₉ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Kimyasal olmaması boyutu ile, genel kanı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₀ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Güven boyutu ile, İl’e yönelik algı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₁ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Güven boyutu ile, tercih edilme boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₂ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Güven boyutu ile, satın alma boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₃ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Güven boyutu ile, genel kanı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₄ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>İl’e yönelik algı boyutu ile, tercih edilme boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₅ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>İl’e yönelik algı boyutu ile, satın alma boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₆ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>İl’e yönelik algı boyutu ile, genel kanı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₇ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Tercih edilme boyutu ile, satın alma boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓
H ₂₈ : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de ‘ <i>Tercih edilme boyutu ile, genel kanı boyutu</i> ’ arasında korelasyon bulunmaktadır.	✓

Tablo 76. (Devamı).

H₂₉: Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin düşüncelerin de '*Satın alma boyutu ile, genel kanı boyutu*' arasında korelasyon bulunmaktadır. ✓

✓ Kabul ✓ ** Ret

Yukarıda belirtilen Tablo 76'da araştırmaya dair hipotezlerin durumu verilmiş ve 19 adet hipotez kabul edilirken, 10 adet hipotez ise reddedilmiştir.



Sonuç

Yürütülen bu çalışmada elde edilen veriler yorumlanmış, literatüre katkı sunmak amacıyla bazı sonuçlara ulaşılmış ve böylece literatür ışığında tartışılıp önerilerde bulunulmuştur.

Organik tarım insanlar tarafından genel anlamda kimyasal girdilerin kullanılmadığı böylece doğanın korunarak üretimin yapıldığı tarımsal yöntem olarak bilinmektedir. Son yıllarda Dünya genelinde yaşanan gıda krizi, hastalıklar vb. durumlar karşısında insanların konveksiyon el tarım yerine organik tarıma yöneldiği görülmektedir. Bu gelişmeler ışığında Dünyada ve ülkemizde de organik tarıma ilgi giderek artmaktadır.

Bu çalışmada da Erzurum ilinde yaşayan tüketicilerin organik tarım hakkında tutumları ve davranışlarının ne yönde olduğu belirlenmiştir. Organik tarımın; kimyasal olması boyutu, kimyasal olmaması boyutu, güven boyutu, İl'e yönelik algı boyutu, satın alma boyutu, genel kanı boyutlarına yönelik tüketicilerin tutum ve davranışlarını belirlemek için çalışma demografik sınamalarla da desteklenerek yapılmıştır.

Organik tarım ürünleri yaşlı tüketiciler tarafından daha çok ilgi görürken, 18-39 yaş aralığındaki tüketicilerin tercih etme istekleri yaşlı tüketicilere oranla daha azdır. Organik meyve ve sebze tüketim oranı düşük olan tüketicilerin bu gıdalara eğilimleri düşük orandadır. Bu gruptaki tüketicilere göre bazı kimyasal girdilerin kullanılması ve sağladığı fayda, içerdiği risklerden daha çoktur (Saba, & Messina, 2003).

Tüketiciler çevresel sorunlar hakkında daha fazla kaygılandıkça 'yeşil' ve 'çevre dostu' ürünlere dayalı pazarlama stratejilerinin ortaya çıkmasına sebep olmuşlardır. Ayrıca yeşil tüketicilerle ilgili bazı araştırmalarda, tüketici kararlarını ve organik ürünleri satın alma niyetlerini tahmin etmek için harekete geçiren güdüler, keşfetmek amacıyla çalışma yaptıkları ve tüketicilerin organik ürün satın almalarını etkileyen güdülerin en başında sağlık sorunlarıyla birlikte çevre sorunlarının olduğunu ifade etmişlerdir (Kim, & Choi, 2005).

Organik tarım ne 'gübresiz ve ilaçsız tarım' ne de 'doğal tarım' değildir. Organik tarım çiftliğin en başı yönetiminden, ürünlerin pazarlanmasına kadar kendi özel prensipleri ve uygulamaları olan, sürdürülebilir tarım sistemlerine bir yaklaşım olarak ifade edilebilir (Demiryürek, 2000). H₉ hipotezinin sınamasında araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarımda kimyasal olması boyutu ile kimyasal olmaması boyutları arasında, anlamlı bir farklılık oluşmadığını, H₁₃ hipotez sınamasında da araştırmaya katılan tüketicilerin kimyasal girdi

kullanımına olumsuz bakmadıkları, H₁₄ hipotez sınamasında ise tüketicilerin, organik tarımda kullanılabilen kimyasal girdilerin genel kanı boyutuna göre de kabul görmediği saptanmıştır.

Organik tarımda ve geleneksel tarımda olduğu gibi en önemli sorunu yabancı ot mücadelesi oluşturmaktadır. Dünyada buğday, mısır, çeltik, pamuk, soya gibi bazı önemli kültür bitkilerinde, zararlı ve yabancı otlardan dolayı verim kaybı yaklaşık %67.15 olup, bunun %13.78'i hastalıklardan %21.75'i zararlılardan ve %32 si ise yabancı otlardan kaynaklanmaktadır (Oerke, & Dehne, 2004).

Türkiye de ise yabancı ot türü ve yoğunluğuna bağlı olarak ortalama verim kaybı %10-%50 arasında değiştiği bilinmektedir (Tepe, 2014). AB'de bazı pestisitlerin organik tarım üretiminde kullanılmasına izin verilmiştir. Bu açıdan bazı kimyasal bitki koruma ürünleri bir dizi toksikoloji testlere tabi tutularak kapsamlı bir değerlendirmeden sonra onaylanmaktadır. (Söğüt, 2015). Organik tarım uygulamalarında izin verilen pestisitler genellikle böcek tuzaklarında kullanılması sebebiyle de besinlere karışması riski göz ardı edilebilmektedir. Araştırmada Kimyasal girdi kullanılamaması, H₁₅ hipotez sınamasında organik ürünlere karşı güven oluşturduğu, H₁₆, H₁₇ hipotez sınamalarında organik ürünlerde kimyasal kullanılmamasının organik ürünlerin tercih edilmesini, H₁₈, H₁₉ hipotez sınamalarında ise satın alınmasının ve genel olarak kimyasal girdi kullanılmamasına olumlu bakıldığı saptanmıştır.

Çeşitli araştırmalar, sağlık kaygısı ve duyuşal düşüncelerin ürünlerin seçiminde öneminin olduğunu keşfetmişlerdir. Avustralya'da organik ürün tüketen ve organik ürün tüketmeyen kişilerle gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde (Chang, & Zepeda, 2005)'a göre tat, lezzet, doku, koku ve görünüm gibi duyuşal parametrelerin, insanların gıda seçimlerini gerçekleştirirken en önemli etken olduğunu ifade etmişlerdir. Organik ürün fiyatlarına daha az duyarlı olan tüketicilerin buna rağmen daha fazla ücret ödeme niyetlerinin olduğunu belirlemiş ve sağlık kaygıları nedeniyle de bu durumun yaptıkları organik ürün alımlarına yansıdığı görülmüştür. Ayrıca insan sağlığı bilincinin, tüketicilerin organik ürünleri seçme niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ifade etmişlerdir (Irianto, 2015). H₂₁, H₂₂ hipotez sınamalarında organik ürünlerin tüketiciler tarafından tercih edildikleri ve satın alındıkların destekleyen sonuçlar saptanmıştır.

Tüketiciler çevre sorunları hakkında daha fazla endişe duydukça, 'yeşil' ve 'çevre dostu' ürünlere dayalı pazarlama stratejilerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. H₂₄, H₂₅, H₂₆ hipotez sınamalarında Erzurum ilinde bulunan tüketicilerin organik üretimi ve ürünlerinin tüketimini destekleyerek devamlılığını sağladıkları saptanmıştır. Litvanyalı tüketiciler üzerinde yapılan çalışmada, tüketici seçimlerinin yalnızca sağlık ve kalite kaygılarından dolayı olduğunu belirlemişlerdir. Tayvanlı tüketicilerle yapılan araştırmanın ardından sağlık bilincinin organik

gıdayı tercih etme nedenlerinden biri olduğunu ön görmüştür (Yusifov, 2021). Ayrıca yeşil tüketicilerle ilgili bazı araştırmalarda, tüketici kararlarını ve organik ürünleri satın alma niyetlerini tahmin etmek için harekete geçiren güdülerini keşfetmek amacıyla çalışma yapıldı ve tüketicilerin organik ürün satın almalarını etkileyen güdülerin en başında sağlık sorunları ve (Ghali-Zinoubi, & Toukabri, 2019). Çevre sorunları olduğunu ifade etmişlerdir (Mei, & Piew, 2012). H₂₇, H₂₈, H₂₉ hipotez sınamalarında araştırma bulgularına göre organik ürünlerin satın alınmaları ve tercih edilmelerinin sağlık ve çevre kaygısının olduğunu destekleyen sonuçlar saptanmıştır.

Tarım sektörü, ekonomik olarak incelendiğinde piyasanın serbest ekonomik yapıya sahip olduğunu görmekteyiz, bu sebeptir ki rekabete en açık sektör tarım sektörüdür. Daha da açıklayacak olursak tarım sektöründe genel itibarıyla ailelerin kendi ekonomik kaygıları nedeniyle küçük çaplı üretim yaparak ve arta kalan ürünleri de piyasada değerlendirirler. Bu durumları ekonomiyi etkileyecek bir düzeyde üretime sahip olmamaları ve piyasaya giriş çıkışların kolay olması küresel ekonomiyi etkileyemedikleri gibi rekabete en açık piyasa olduğunu da göstermektedir. Bunun dışında şirketleşmeler sonucunda üretimin artması ise piyasa içerisinde oluşan arz ve talep miktarına oranla değer kazanıp veya değerinin azaldığı bir döngü içerisinde devam edecektir.

Tarım sektörü diğer sanayi sektörleri gibi, küresel ekonomiden etkilenmesi durumu zayıftır. Örneğin bir ekonomik kriz sürecinde diğer sanayi sektörlerinin olumsuz etkilendiğini açıkça görebilmemiz mümkündür. Ancak tarım sektöründe asıl amaç insan temel ihtiyacını karşılamak olduğu içindir ki zararına da olsa üretimin yapılması mecburidir. Buradan da anlaşılacağı üzere ekonomik kaygılar ikinci plandadır. Ayrıca tarım ürünlerinin üretiminin artması talebinin de aynı oranda artacağını ifade etmezken bu durum tarım ürünlerinin inelastik olduğunu göstermektedir. Buğday arpa yulaf vb. ürünlerde ise depolama imkânları nedeniyle yıllara göre üretimi dengeleme olarak sonuçlandırılıp, sayılan tarım ürünlerinde elastiye bulunabilmektedir. Son dönemde ise organik tarım çalışmaları Covid-19 pandemisi sonucu şehirlerden insanların köylerine veya kırsal alanlara göç etmesine sebep olmuş ve kendi ürettiğini tüketme düşüncesinin güçlenmesine neden olmuştur. Böylece organik üretime dönüşü artırmıştır.

Erzurum'un zararlı ve yabancı ot mücadelesi amacıyla kullanılan kimyasalların oldukça düşük seviyelerde olması nedeniyle organik tarıma elverişlilik yönünden yüksek bir potansiyeli bulunmaktadır. Dolayısıyla, Erzurum; Doğu Anadolu Bölgesinin organik hayvansal üretim konusunda merkez olabilecek potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Erzurum ilinde tüketicilerin organik ürün tüketim eğiliminin artmasında hane geliri ve bu gelire dolaylı yoldan

etkili olan hane birey sayısı ve bireyin gelir getirici bir faaliyet ile uğraşma gibi faktörleri etkili olmaktadır. Ekonomik koşullar organik ürün tüketimi üzerine etkili olan en önemli faktördür (Uzundumlu, & Sezgin, 2019). Erzurum ilinin coğrafik yapısı ve iklim koşulları dikkate alındığında organik tarım için uygun alanlara sahip olduğu ve giderek organik tarımın il bazında geliştiği görülmektedir.

Organik tarımın insan sağlığı ve ekonomik olarak çiftçiye sağlayacağı yararlarından yola çıkarak, öneminin kitle iletişim araçlarıyla duyurulması ve ilgili paydaşlara konu hakkında bilinçlendirici eğitimler verilerek, farkındalık düzeylerinin artırılması önerilmektedir. Ayrıca tüketicilerin organik ürünleri tercih etmeleri noktasında davranışlarının değiştiği görülmüş, ekonomik durumlarının yanı sıra sağlık kaygıları bu davranışlarını en çok etkileyen sebeplerden olmuştur. Gelecek nesillere sağlıklı yaşanabilir bir mirasın bırakılması ve araştırma yapmak isteyen tüm paydaşlara katkıda bulunulması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbay, F., Adem, E. R. O. L., & Kızılsımsek, M. (2023). Bazı Organik Gübrelerin Fiğ+ Triticale Yetiştiriciliği ve Toprak Verimliliğinin Korunması Üzerine Etkisi. *Muş Alparslan University Journal of Agriculture and Nature*, 3(1), 27-39.
- Akgül, E., Barın, S., Kılıç, G. B., & Şen, D. B. (2020). Gıda mühendisliği bölümü öğrencilerinin organik gıda tüketim tercihleri ve algıları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(Ek (Suppl.) 1), 324-328.
- Aksoy, U. (1999). Dünya’da ve Türkiye’de Ekolojik Tarım. Türkiye I. Ekolojik Tarım Sempozyumu, 21-23 Haziran 1999, Konak, İstanbul.
- Aksoy, U. (2001). Ekolojik Tarım: Genel Bir Bakış. Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu, 14-16 Kasım 2001, Antalya.
- Angın, N., Engindeniz, S., Kaya, B., & Yüksel, H. (1995). Organik tarım ve Türkiye açısından değerlendirilmesi. *Karınca Dergisi* 697:36-42.
- Anonymous, (2004a). 5262 sayılı Organik Tarım Kanunu. T.C. Resmi Gazete, Tarih: 03.12.2004, Sayı: 25659, Ankara.
- Anonymous, (2005a). Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik. T.C. Resmi Gazete, Tarih: 10.06.2005, Sayı: 25841, Ankara.
- Arınç, K. (2016). Doğal, Beşeri, İktisadi ve Siyasi Yönleriyle İç Anadolu Bölgesi. Erzurum: Biosfer Araştırma Merkezi Yayını.
- Atalay, İ. (1978). *Erzurum Ovası ve çevresinin jeolojisi ve jeomorfolojisi* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 543, Vol. 81). Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Atsan, T. & Kaya, T. E. (2008). Genetiği değiştirilmiş organizmaların (GDO) tarım ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 1-6.
- Aydın, B. & Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Birinci, A., & Okan, A. (2008). Erzurum ili tarım işletmelerinde kooperatifleşme ve sosyal güvenlik durumunun tespiti üzerine bir çalışma. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 14(1 ve 2), 31-36.
- Bozok, D., Narin, M., & Girgin, G. K. (2016). Organik tarım ve kırsal kalkınmaya etkisi: Kırtık Köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 6(1), 01-06.
- Chang, H. S., & Zepeda, L. (2005). Consumer perceptions and demand for organic food in Australia: Focus group discussions. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(3), 155-167.
- Chang, H. S., & Zepeda, L. (2005). Consumer perceptions and demand for organic food in Australia: Focus group discussions. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(3), 155-167.
- Cinemre, H. A., & Kılıç, O. (2002). Tarım Ekonomisi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders Kitabı, and*, (11).
- Çelik, H., Hayran, S., & Gül, A. (2021). Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarım. *ICONSAD’21* 22-25 December

- Çetiner, S., & Tuzla, İ. (2005). Türkiye Ve Dünyada Tarımsal Biyoteknoloji Ve Gıda Güvencesi: Sorunlar ve öneriler.
- Çınar, D., & Göktaş, B. (2019). Organik Tarım Ürünleri Konusunda Yapılmış Pazarlama Çalışmalarından Örnekler. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(1), 131-144.
- Çomaklı, B., Tuncay, Ö., & Daşcı, M. (2012). Farklı kullanım geçmişine sahip mera alanlarında bitki örtüsünün değişimi. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 2(2), 75-82.
- Dalbeyler, D., & Ferruh, I. Ş. (2017). Türkiye'de organik tarım ve geleceği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 215-222.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö., & İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Demirtaş-Madran, H. A. (2012). *Tutum, tutum değişimi ve ikna* (1.baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Demiryürek, K. (2000). The analysis of information systems for organic and conventional hazelnut producers in three villages of the Black Sea region. *Turkey, Published PhD Thesis, The University of Reading, UK, OMÜ Ziraat Fakültesi Basımevi*, 301.
- Demiryürek, K. (2011). Organik tarım kavramı ve organik tarımın dünya ve Türkiye'deki durumu. *GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Demiryürek, K., & Bozoğlu, M. (2007). Türkiye'nin Avrupa Birliği Organik Tarım Politikasına Uyumu. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 22(3), 316-321.
- Doğan, E. G. (2017). *Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri* (Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi).
- Ediz, D. (1992). Organik Tarım Nedir ve İngiltere'de nasıl bir gelişme göstermiştir. *TOK Dergisi* 77:11-13.
- Er, C. & Uranbey, S. (1996). Organik tarım ve Türkiye. *Karınca Dergisi* 709:43-46.
- Ergin, E.A & Özsaçmacı, B. (2011). Turkish Consumers' Perceptions and Consumption of Organic Foods. *African Journal of Business Management*, 5(3), 910-914.
- Erkan, S. & Duman, İ. (1999). Ekolojik Tarımda Sağlıklı Üretim materyali Seçimi. *Ekolojik Tarım Eğitimi Ders Notları*. ETO, İzmir.
- FAO, (1999): Organik Tarım Kavramı <https://www.fao.org/3/ac116e/ac116e02.htm>. (Erişim Tarihi: 19.10.2021).
- FAO, (2021). 2013 Food and Agriculture Organization of the United Nations, <http://faostat.fao.org/site/567/default.a.spx#ancor>. Erişim tarihi: 04.05.2021
- Forys, I., & Gaca, R. (2016). Application of the likert and osgood scales to quantify the qualitative features of real estate properties. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 16(2), 8-16. Doi: 10.1515/foli-2016-0021
- Fraj, E. & Martinez, E. (2006). Influence of personality on ecological consumer behaviour. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(3), 167-181.
- Geier, B. (2007). IFOAM ve Uluslararası Organik Hareketin tarihi. *Organik Tarımda : uluslararası bir tarih* (s. 175-186). Wallingford Birleşik Krallık: CABI

- Ghali-Zinoubi, Z. & Toukabri, M. (2019). The antecedents of the consumer purchase intention: Sensitivity to price and involvement in organic product: Moderating role of product regional identity. *Trends in Food Science & Technology*, 90, 175-179.
- Ghali-Zinoubi, Z. & Toukabri, M. (2019). The antecedents of the consumer purchase intention: Sensitivity to price and involvement in organic product: Moderating role of product regional identity. *Trends in Food Science & Technology*, 90, 175-179.
- Gifford, K. & Bernard, J. C. (2006). Influencing consumer purchase likelihood of organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 155-163.
- Göktaş, B. & Parıltı, N. (2016). Bütünleşik pazarlama iletişiminin marka imajına etkisi: Bir uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 923-944.
- Gülgör Doğan, E. (2017). *Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri* (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bil. Ensti. Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ).
- Gündüz, A. Y. & Kaya, M. (2007). Avrupa Birliği tarım politikası ve Türkiye'de organik tarımın geliştirilmesi üzerine olası etkisi.
- Güngör, M. (2019). Organik ürünlere yönelik tüketici ilgilenimi ile satın alma nedenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir pilot araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı. *İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Hakan, İ. N. C. İ., Karakaya, E., & Şengül, A. Y. (2017). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır ili örneği). *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 20(2), 137-147.
- Heinberg, R. & Bomford, M. (2021). *Tarım ve Gıdanın Dönüşümü*. Yeni İnsan Yayınevi.
- IFOAM (2020). <https://ifoam.bio>. Erişim Tarihi:03.05.2022
- Irianto, H. (2015). Consumers' attitude and intention towards organic food purchase: An extension of thmeory of planned behavior in gender perspective. *International journal of management, economics and social sciences*, 4(1), 17-31.
- İlter, E. & Altındışli, A. (1996). Ekolojik tarım ve ilkeleri. Ekolojik (Organik, Biyolojik) Tarım. Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği, Bornova, İzmir.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum algı iletişim* (5. baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi yayınları.
- Kaçan, K., Çakır, E., & Aygün, İ. (2018). Determination of Possibilities of Microwave Application for Weed Control.
- Kalaycı, Ş. (2005). (Ed). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karabaş, S. (2011). Organik ürünlerin pazarlanmasında üretici-tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Samsun ili örneği).
- Karakoç, A. G. D. F. Y., & Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 13(40), 39-49.
- Karelakis, C., Zafeiriou, E., Papadopoulos, S., & Koutroumanidis, T. (2018). Organics or not? Prospects for uptaking organic farming. *New Medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment= Revue Méditerranéenne d'Economie Agriculture et Environment*, 17(1).

- Kaymaz, Ç. K., Birinci, S., & Kızıllan, Y. (2022). Sustainable development goals assessment of Erzurum province with SWOT-AHP analysis. *Environment, Development and Sustainability*, 24(3), 2986-3012.
- Kayabaşı, T. E. (2020). COVID-19'un Piyasalara ve Tüketici Davranışlarına Etkisi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5). 15-25.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *ACR North American Advances*.
- Koday, S. (2005). *Doğu Anadolu Bölgesinde Hayvancılık*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- KUDAKA, (2017) Bayburt İli Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Kuzey Doğu Kalkınma Ajansı (KUDAKA). Erişim 20 Mayıs 2022. https://kudaka.ka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/d4c80-Bayburt_ili_uygun_yatirim_alanlari.pdf adresinden edinilmiştir. (<https://kudaka.ka.gov.tr/assets/img/logo/headerLogoColor.png>).
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The antecedents of green purchase intention among Malaysian consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 248.
- Merdan, K. & Kaya, V. (2013). Türkiye'deki organik tarımın ekonomik analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 239-252.
- Milfont, T. L. (2009). A functional approach to the study of environmental. *Medio ambiente y comportamiento humano*, 10(3), 235-252.
- Nasırlı, A. D. (2019). Organik gıda ürünleri ve iyi tarım ürünlerine ilişkin tüketici algı ve tutumları: Antalya örneği.
- Oerke, E. C. & Dehne, H. W. (2004). Safeguarding production—losses in major crops and the role of crop protection. *Crop protection*, 23(4), 275-285.
- Oflaz, Ö., Göktaş, B. & Tarakçı, İ. E. (2023). Tüketici Tercih ve Davranışlarında İyi Tarım Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Karaman İli Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 531-548.
- Okcu, M. (2020). Türkiye ve Doğu Anadolu Bölgesi çayır-mer'a alanları, hayvan varlığı ve yem bitkileri tarımının mevcut durumu. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 51(3), 321-330.
- Özbek, A. K. & Öztaş, T. (2004). Tarım arazilerinin amaç dışı kullanımı; Erzurum örneği. *Ekoloji*, 13(52), 1-6.
- Özdemir, Z. (2017). Sağlık bilimlerinde likert tipi tutum ölçeği geliştirme. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 5(1), 60-68.
- Öztürk, E. N. (2012). Organik Tarımın Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. (Yüksek Lisans Tezi), Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez. 419183)
- Perkins, D. G., Wilson, A. J., Alexander, J. D., Grice, I. H., & Evans, A. D. (2005). Organik tarım biyolojik çeşitliliğe fayda sağlar mı? *Biyolojik koruma*, 122 (1), 113-130.
- Pilelienė, L. & Tamulienė, V. (2021). Consumer attitudes and behavior towards organic products: Evidence from the Lithuanian market.
- Reddiex, S. J., Wratten, S. D., Hill, G. D., & Frampton, C. M. (2001). Evaluation of mechanical weed management techniques on weed and crop populations. *New Zealand Plant Protection*, 54, 174-178.

- Rist, L., Mueller, A., Barthel, C., Snijders, B., Jansen, M., Simoes-Wust, A. P., Huber, M., Kummeling, I., von Mandach, U., Steinhart, H., et al. (2007). Hollanda'da emziren kadınların anne sütündeki konjuge linoleik asit miktarına organik diyetin etkisi. *Br J Nutr.* 97(4):735–43.
- Saba, A. & Messina, F. (2003). Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides. *Food quality and preference*, 14(8), 637-645.
- Sangkumchaliang, P. & Huang, W. C. (2012). Thai Organic Food Demographics, Attitudes and Behavior. *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, 20(3), 7-11.
- Sarıkaya, N. (2007). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler ve tutumlar üzerine bir saha çalışması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (14), 110-125.
- Sezgin, A. & Uzundumlu, A. S. (2019). Analysis of Factors Effecting Organic Product Consumption. A Case Study of Erzurum Province. *IBAD Journal of Social Sciences,(Special Issue)*, 441, 451.
- Shaharudin, M. R., Pani, J. J., Mansor, S. W., Elias, S. J., & Sadek, D. M. (2010). Purchase intention of organic food in Kedah, Malaysia; A religious overview. *International Journal of Marketing Studies*, 2(1), 96.
- Sheth, J. (2020). Impact of COVID-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die? *Journal of Business Research*, (117), 280-283
- Söğüt, G. E., ÖZKÖK, A., & UZMANI, A. (2015). Avrupa Birliği'nde Bitki Koruma Ürünlerinin CLP'ye Göre Etiketlendirilmesi.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2004). Organik Tarım Kanunu- Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmeli Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/anasayfa/MevzuatFihristDetayIframe?MevzuatTur=7 &Mevzuat NO=14217&MevzuatTertip=5>
- Tanay, E. (2014). Erzurum ili büyükbaş ve küçükbaş hayvan varlığının mevcut durumu ve yapısal özellikleri. Atatürk Üniversitesi. *Fen Bilimleri Enstitüsü, Türkiye*.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi* (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Temizkan, V., GÜVEN, E. Ö., YILMAZER, A., & Andsoy, C. (2021). Covid-19 ile gerçekleşen tüketici davranışları ve eğilimlerine yönelik bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1311-1327.
- Tepe, I. (2014). Yabancı otlarla mücadele. *Sidas Medya Ziraat Yayın*, (031), 292.
- Turan, İ. D., Dengiz, O., & Özkan, B. (2019). Spatial assessment and mapping of soil quality index for desertification in the semi-arid terrestrial ecosystem using MCDM in interval type-2 fuzzy environment. *Computers and Electronics in Agriculture*, 164, 104933.
- TÜİK, (2013). www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi 28.02.2022
- TÜİK, (2015a) Ölüm Nedeni İstatistikleri, 2014. Retrieved 12 10, 2015, from <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18855>.
- USDA.(2023). <https://www.usda.gov/tr>. Erişim Tarihi 13.06.2023
- Uygur, F. N. & Lanini, W. T. (2006). Organik tarımda yabancı ot kontrol yöntemleri ve yan etkileri. *Türkiye*, 3, 1-4.
- Uzun, N., & Sağlam, N. (2006). Ortaokul öğrencileri için çevresel tutum ölçeği geliştirme ve geçerliliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 30(2006), 240-250.

- Ünalan, M. & Yapraklı, T. Ş. (2017). Lojistik merkez olabilmesi açısından Erzurum'un SWOT analizi ile değerlendirilmesi.
- Van Bruggen, A. H., Gamliel, A., & Finckh, M. R. (2016). Plant disease management in organic farming systems. *Pest Management Science*, 72(1), 30-44.
- Vatansever, H. (2007). Organik Tarımda Hayvan Hastalıklarının Alternatif Tedavi Yöntemleri. *AB ve Türkiye’de Organik Tarım*. s, 476, 484.
- Velnampy, T. & Sivapalan, A. (2016). Integrated Model for Understanding and Enhancing Green Purchase Behavioral Intention: Directions for Future Research. *Journal of Sociological Research*, 7(1), 105-122.
- Yavuz, F. (2005). Türkiye’de tarım. *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1*, 252.
- Yavuz, F. (2020). Tarıma Koronavirüs Etkisi. *Kriter Dergisi*, 5(46), 1-35.
- Yavuz, F., Aksoy, A., & Demir, N. (2016). Erzurum İlinde Muhtemel Tarımsal Yatırım Alanları Rehberinin Hazırlanması Üzerine Bir Çalışma.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). Bilimsel araştırma yöntemleri-spss uygulamalı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2017). Sosyal Bilimlerde Örneklem Sorunu: Nicel ve Nitel Paradigmalardan Örneklem Kuramına Bütüncül Bir Bakış. *Kesit Akademi Dergisi*, (11), 421-442.
- Yusifov, T. (2021). *Tüketicilerin çevre dostu ürün değerlendirmelerine ilişkin bir araştırma* (Master's thesis, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Wark, C., & Galliher, J. (2007). Emory bogardus and the origins of the social distance scale. *The American Sociologist*, 38(4), 383-395. Doi: 10.1007/S12108-007-9023-9

EKLER

EK-1. Anket formu

Lisans Üstü Anket Çalışması.

Erzurum İlinin Organik Tarımı ve Tüketici Davranışları

*Cinsiyetiniz?

Kadın

Erkek

*Eğitim Durumunuz?

İlköğretim

Lise

Üniversite

Lisans Üstü

*Yaşınız?

18 Yaş Altı

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65 ve üstü.

*Medeni Durumunuz?

Evli

Bekâr

*Evinizde Kaç Kişiyle Yaşıyorsunuz?

Yalnız Ben

Ben ve Eşim

Ben ve Eşim çocuklarım

Diğer

*Mesleğiniz?

Serbest Meslek

Kamu Çalışanı

Özel Sektör

İşsiz

Öğrenci

*Maddi Kazancınız ?

5500 TL Altı

5500 TL

5501 TL-10000 TL

10001 TL- 15000 TL

15001 TL- 20000 TL

20001 TL Üstü

*Ailenizdeki gıda alış verişini, kim ve-veya kimler yapar?

Ben veya Eşim

Babam veya Annem

Kardeşlerim

Diğer

*Organik Tarımı ve ürünlerini daha önce duydunuz mu?

Evet

Hayır

*Cevabınız evet ise nereden duydunuz?

*Organik Tarım ürününü satın alıyor musunuz?

*Organik Tarım ürünlerini satın alma sıklığı hakkında düşünceleriniz nelerdir? *Et ve Süt Ürünleri;

Düzenli, Ara sıra, Nadiren, Almam

Peynir

Çiğ süt

Tereyağı

Kırmızı Et

*Organik Tarım ürün grupları ve satın alma sıklığı hakkında düşünceleriniz nelerdir? *Bakliyatlar ve

Kuru Gıdalar;

Düzenli, Ara sıra, Nadiren, Almam

Kuru Fasulye

Nohut

Mercimek

Pirinç

*Kullandığınız organik ürün gurupları ve satın alma sıklığı hakkında düşünceleriniz nelerdir ?*Meyve ve Sebzeler;

Düzenli Ara sıra Nadiren Almam

Yumuşak çekirdekli meyveler (Elma, Ayva, armut)

Sert çekirdekli meyveler (Erik, Vişne, Kiraz)

Yumru Bitkiler (Patates, Soğan, Havuç)

Yaprakları yenen bitkiler (Lahana, Marul, Tere)

Meyvesi yenen bitkiler (Domates, Biber, Karpuz)

*Erzurum İlinde üretilen Organik Tarım ürünlerinden en çok hangisini satın alırsınız?

Çiçek bahı, Bakliyat , Et ve süt ürünleri, Diğer,

*Organik Tarım ürün alış verişinizi nerelerden yaparsınız?

Halk pazarlarından, Marketlerden, Yöresel ürün satan marketlerden, Çiftlik ve bahçelerden, Direk üreticiden satın alırım

*Organik ürün alış verişleriniz için aylık ne kadar ücret ödüyorsunuz?

Yaklaşık 1000 TL

Yaklaşık 2000 TL

Yaklaşık 3000 TL

Yaklaşık 4000 TL

5000 ve üzeri

Alışveriş yaparken Tarım ürünlerinin Organik Tarım ürünü olduğunu nasıl ayırt edersiniz?

-Güvendiğim satıcıdan alırım, sormam.

-Üreticiden alırım, başka bir şeye bakmam.

-Halk pazarlarından alırım, başka bir yere gerek duymam.

-Marketlerden alırken üretim şemasını inceler ona göre alırım.

-Ürünlerin üzerinde organik tarım logosunun olmasına dikkat ederim.

*Organik Ürün almadaki düşüncenize en yakın önermelerden size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1-Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda Organik tarıma yönelim artmaktadır.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

2-Avrupa'da Organik Tarımın Türkiye'den daha ileri seviyede olduğunu düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

3-Son yıllarda çevremizde şeker, obezite, kanser vb. hastalıklar sıklıkla görülmekte.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

4-Erzurum İlinin Coğrafyasının Organik Tarım için elverişli olduğunu düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

5-Erzurum İlinin İklim yapısı Organik Tarımı olumsuz etkiler.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum

☐ Kesinlikle Katılmıyorum

6-Erzurumda, Organik Tarımın ekonomik olarak bölgenin kalkınmasına yararı olacaktır.

☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

7-Erzurum da hayvancılığın Organik Tarımın gereklerine, uygun olarak yapıldığını düşünüyorum.

☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

8-Erzurum hayvancılığı, meralarda yayım yapılarak beslenildiği için zaten organikdir.

☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

9-Organik tarım ve İyi tarım uygulamalarının aynı şeyler olduğunu düşünüyorum.

☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

10-Erzurum İlin de Organik tarım için yeterince alan ve imkan bulunmaktadır.

☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım

- ☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

11-Bölge çiftçilerinin Kimyasal girdi kullanımı yok denecek kadar azdır.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

12-Organik ürünleri kimyasal girdi kullanılmadığı için, tercih ederim.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

13-Organik tarım ürünlerini daha lezzetli ve GDO içermediği için tercih ediyorum.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

14-Organik tarım ürünlerinin daha dayanıklı olduğunu düşündüğüm için tercih ederim.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

15-Organik ürünler doğanın dengesini bozmadığını düşünüyorum, bu nedenle organik ürün üreticilerine destek olmak için satın alıyorum.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım

- ☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

16-Tarımsal üretime yönelik yapılan ilaçlamalar sonucunda, böceklerin yanı sıra diğer canlıların zarar gördüğünü düşünüyorum.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

17-Organik Tarım uygulamalarının kimyasal girdilere karşı en iyi üretim yöntemlerinden biri olduğunu düşünüyorum.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

18-İnsanların gıda ihtiyacının karşılanması da üretimi artırdığı için kimyasal girdilerin kullanılması gerektiğini düşünüyorum.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

19-Tarımsal üretimde kimyasal girdi olmaz ise birim alanda alınan verim düşer ve gıda sorunu oluşur.

- ☐ Kesinlikle Katılıyorum
☐ Katılıyorum
☐ Kararsızım
☐ Katılmıyorum
☐ Kesinlikle Katılmıyorum

20-Kimyasal girdi kullanımlarında denetim mekanizmasının iyi yürütülememesi sonucu olarak, doğanın ve canlıların zarar görebileceğini düşünmekteyim.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

21-Yer altı sularının Kimyasal girdiler sonucunda kirlenebileceğini düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

22-Gelecek nesillere sağlıklı yaşam alanları bırakabilmek için kimyasal girdi kullanımının yeterli oranda veya hiç kullanılmaması gerektiğini düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

23-Organik Tarım uygulamalarının, doğal kaynakların sürdürülebilirliği için gerekliliğine inanıyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

24-Organik ürünlerin yeterli denetimlere tabi tutulduğunu düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

25-Organik ürünlerin daha sağlıklı olduğunu inanıyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

26-Doktorların tavsiyesi üzerine organik ürün satın alırım.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

27-Organik ürünleri unuttuğumuz eski ürünlerin tatlarına yakın hissettirdiği için tercih ederim.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

28-Organik ürünlerin fiyatı daha pahalıdır.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

29-Organik ürünlerin bütçeme uygun olması halinde daha çok satın alırım.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

30-Organik ürünlere daha çok kadınlar ilgi gösterir.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

31-Yöresel ürün satan mağazalardan aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

32-Halk pazarlarından satın aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

33-Süper market vb. yerlerden satın aldığım ürünler beni organik ürün almış gibi güvende hissettirir.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

34-Organik ürünlere daha kolay erişebilmek için, hukuki düzenlemeler gerektirmez.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

35-Organik ve iyi tarım ürünlerinin sertifikalı olanlarını tercih ederim.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

36-Satıcıların her ürün hakkında organik ibaresi kullanmaları, benim organik ürünlere güvenimi sarsar.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

37- Organik ürünlerin raf ömrünün kısa olması, benim için avantajdır.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

38-Yerel marka kullanılan ürünlerin organik üretim olduğunu düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

39- Erzurum da yaşıyan insanların Organik Tarım hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

40-Erzurum coğrafyasının kimyasal kullanım karşısında daha korunaklı olduğunu ve Organik Tarım üretiminin daha yaygın yapılabileceğini düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

41- Erzurum yaşıyan tüketicilerin organik tarımın sürdürülebilirliği için organik ürün satın aldığını düşünüyorum.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

42-Organik tarım bölgeye ekonomik olarak katkı sunmuştur.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum

43-Çevredeki her türlü seri üretim yapan endüstrileşemeye rağmen, organik ürün almaya devam ederim.

☐	Kesinlikle Katılıyorum
☐	Katılıyorum
☐	Kararsızım
☐	Katılmıyorum
☐	Kesinlikle Katılmıyorum



ÖZ GEÇMİŞ

Süreyya ÖNAL, ilk ve ortaokulu Erzurum ilinde, lise öğrenimini Ankara’da, ön lisans eğitimini Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesinde Kooperatifçilik Bölümünde, lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesinde İşletme Bölümü ve Atatürk Üniversitesinde Ziraat Fakültesin Tarım Ekonomisi Bölümünde tamamladı.

Çalışma hayatına başlama sürecinde ilk olarak özel şirketlerde yönetici yardımcılığı yapmıştır. Sonraki sürelerde ise Atatürk Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesinde personel şefliği görevini üstlenmiştir. Şuan ÖSYM Erzurum İl Koordinatörlüğünde görev yapmaktadır.

