

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
ORGANİK GIDA SATIN ALMA İSTEĞİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

İsmail GÜNGÖR

HAYVAN SAĞLIĞI EKONOMİSİ VE İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Hasan ÇİÇEK

Bu Tez Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
tarafından 17.SAĞ.BİL.08 proje numarası ile desteklenmiştir.

Tez No: 2019-019

2019 - AFYONKARAHİSAR

KABUL VE ONAY

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Hayvan Sağlığı Ekonomisi ve İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı

çerçevesinde yürütölmüş bu araştırma, aşağıdaki jüri tarafından
Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 14/ 06/ 2019



Prof. Dr. Aytekin GÜNLÜ
Selçuk Üniversitesi
Jüri Başkanı



Prof. Dr. Hasan ÇİÇEK
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Üye



Dr. Öğr. Üy. Murat TANDOĞAN
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Raportör

Hayvan Sağlığı Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans programı öğrencisi İsmail GÜNGÖR'ün "Üniversite Öğrencilerinin Organik Gıda Satın Alma İsteğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi" başlıklı tezi / / günü saat 'da Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Esmâ KOZAN
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Beslenme ve gıda ile ilgili yapılan çalışmalarda öne çıkan konu dengesiz ve yetersiz tüketim düzeyidir. Gıdanın yeterli miktarda ve ihtiyaç duyulan protein dengesinde insanoğluna ulaştırılması sürekli tartışma konusu olmuş ve halen önemini sürdürmektedir. Lakin üretilen gıdanın sağlıklı, güvenli ve çevreci olması günümüzde yeterli ve dengeli beslenme kavramının önüne geçmeye başlamıştır. Gelineen noktada sağlık için riskli ve çevreye zarar veren tekniklerle üretilen gıdaların sürdürülebilir talep sağlaması ciddi şekilde tartışılmaktadır.

Yirmi veya otuz yıl öncesine kadar lüks ve pahalı besin özelliğinde görülen "organik gıdalar", günümüz beslenme alışkanlıklarında popülaritesini giderek arttırmaktadır. Sağlık bilincinin gelişmesi, doğayı ve doğal koruma davranışlarındaki değişim daha fazla insanın bu tür gıdalarla buluşmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sayede dünyada hem bitkisel hem de hayvansal üretim teknikleri bu yaklaşımı görmezden gelmemekte ve talebe uygun değişim göstererek üretim ve arz stratejisini yeniden şekillendirmektedir.

Organik gıdalara ilişkin yaşanan bu gelişmeler akademik pencereden de takip edilmekte, üretiminin teknik ve ekonomik boyutu yanında tüketici tercih ve tutumlarına yönelik çok sayıda araştırma da yapılmaktadır. Söz konusu talep çalışmalarının temel hedefi sektörün daha sağlıklı gelişimi için üretici, satıcı ve politika uygulayıcılara yol göstermektir. Bu noktadan hareketle yürütülen bu tez çalışmasında, Türkiye'de bir devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin organik gıda satın alma tercihleri incelenmiştir.

Yüksek lisans eğitimim ve tez çalışmalarım süresince öncelikle yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Hasan ÇİÇEK'e ve kendisinden aldığım dersler nedeniyle Dr. Öğr. Üyesi Murat TANDOĞAN'a teşekkür ederim. Anket çalışmalarım sırasında, fakültelerde tarafıma gösterdiği kolaylık ve yardımları için akademik ve idari personel ile ankete katılan öğrencilerimize ve destekleriyle her daim yanımda olan aileme şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
Kabul ve Onay.....	i
Önsöz.....	ii
İçindekiler.....	iii
Simgeler ve Kısaltmalar Dizini.....	iv
Tablolar Dizini.....	v
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Organik Gıda Talebini Etkileyen Faktörler.....	2
1.1.1. Sağlık Bilinci.....	3
1.1.2. Çevre Duyarlılığı.....	4
1.1.3. Gıda Güvenliği.....	5
1.1.4. Fiyat ve Ulaşılabilirlik.....	6
1.1.5. Diğer Faktörler.....	8
1.2. Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarım.....	9
1.3. Literatür Özeti.....	15
2. GEREÇ VE YÖNTEM.....	22
2.1. Gereç.....	22
2.2. Veri Temini Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler.....	22
2.3. Örnek Sayısının Tespiti.....	23
2.4. İstatistik Analiz.....	25
2.5. Güvenirlik Analizi.....	26
3. BULGULAR.....	27
3.1. Katılımcı Profiline İlişkin Bulgular.....	27
3.2. Katılımcıların Tutum Ölçeklerine İlişkin Bulgular.....	28
3.3. İstatistik Analiz Bulguları.....	33
4. TARTIŞMA.....	43
5. SONUÇ.....	48
ÖZET.....	50
SUMMARY.....	51
KAYNAKLAR.....	52

Simgeler ve Kısaltmalar Dizini

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AB	Avrupa Birliği
AKÜ	Afyon Kocatepe Üniversitesi
FIBL	Forschung Institute für Biologischen Landbau
Ha	Hektar
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
İİBF	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
S.E.	Standard Error
S.S.	Standart Sapma
TL	Türk Lirası
\$	Amerikan Doları
€	Euro
$\bar{x}$	Aritmetik Ortalama

Tablolar Dizini

Sayfa

Tablo 1.1. Tüketici tutumunu etkileyen faktörlerin kategorileri ve sonuçları.....	9
Tablo 1.2. Kıtalarla göre organik tarım yapan ülke sayı ve oranları (2017).....	10
Tablo 1.3. Kıtalarla göre organik tarım potansiyeli (2017).....	11
Tablo 1.4. Ükelere göre organik tarım potansiyeli (2017).....	12
Tablo 1.5. Avrupa Kıtası ve AB'nde organik hayvancılık (2017).....	12
Tablo 1.6. Türkiye'de organik bitkisel üretim istatistikleri (geçiş süreci dahil)...	13
Tablo 1.7. Türkiye'de organik hayvancılık istatistikleri (geçiş süreci dahil).....	14
Tablo 2.1. Ölçek güvenilirliği.....	26
Tablo 3.1. Katılımcıların demografik özellikleri.....	27
Tablo 3.2. Katılımcıların sosyo-ekonomik özellikleri.....	28
Tablo 3.3. Katılımcıların sağlık bilinci tutum ölçeği.....	29
Tablo 3.4. Katılımcıların çevre duyarlılığı tutum ölçeği.....	30
Tablo 3.5. Katılımcıların gıda güvenliği tutum ölçeği.....	31
Tablo 3.6. Katılımcıların organik gıda tutum ölçeği.....	32
Tablo 3.7. Katılımcıların organik gıda satın alma isteği tutum ölçeği.....	33
Tablo 3.8. Tutum ölçeklerinin cinsiyete göre karşılaştırılması.....	34
Tablo 3.9. Sağlık bilinci tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi.....	35
Tablo 3.10. Çevre duyarlılığı tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi.....	36
Tablo 3.11. Gıda güvenliği tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi.....	37
Tablo 3.12. Organik gıda tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi.....	39
Tablo 3.13. Satın alma isteği tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi.....	40
Tablo 3.14. Regresyon analizi sonuçları.....	41
Tablo 3.15. Bağımsız değişkenlere ait korelasyon matrisi.....	42

1. GİRİŞ

Dünya’da hızla artan nüfus beslenme sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Bu sorunun çözümünde sanayileşme devreye girmiş, geliştirilen üretim teknikleriyle birim alandan ya da birim hayvandan daha fazla ürün elde etmek mümkün hale gelmiştir. Ancak bu üretim şeklinde kimyasal girdilerin kullanılması insan sağlığı ve çevreyle ilgili diğer sorunları ortaya çıkarmıştır. Bu yöndeki kaygılar gıdanın insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyen yöntemlerle üretilmesi yönünde arayışlara neden olmuş ve "organik gıda" adıyla yeni bir pazarın oluşumuna katkı sağlamıştır (Merdan, 2018).

Organik gıdalar tarımsal faaliyetler (bitkisel ve hayvansal üretim) sonucunda elde edildiği için öncelikle "organik tarımsal faaliyet" ve "organik gıda" kavramlarının doğru anlaşılması gerekir. Organik tarımsal faaliyet; toprak, su, bitki, hayvan ve doğal kaynaklar kullanılarak organik ürün üretilmesi ya da yetiştirilmesine ilave olarak, bir dizi işlemi gerekli kılan süreç şeklinde tanımlanır (MBS, 2019). Organik gıda ise; üretiminde veya yetiştirilmesinde genetik mühendisliğin, sentetik gübrelerin, zararlılara yönelik ilaçların ve hormonların kullanılmadığı ürünler olarak tarif edilir (Seçer ve ark., 2010). Organik üretim modelinde sürecin her aşaması kontrollüdür ve ürün nihai tüketiciye sertifikalı olarak ulaştırılır.

Konvansiyonel üretimde verimliliği artırmak amacıyla kullanılan kimyasal girdilerin; toprağın fiziksel özelliklerini ve organik madde ve canlılığını kaybetmesi yanında, gerek toprak gerekse hayvandan elde edilen gıdaların besin madde dengesini bozması gibi verdiği çevresel zararları söz konusudur. Ayrıca bu tür girdilerle üretilen gıdanın içeriğinde kimyasal kalıntı ya da organik olmayan bileşen bulunması gıdanın güvenliğini riske atmaktadır (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015). Dolayısıyla organik gıdalar yapay kimyasallar ve genetiği değiştirilmiş organizmalar içermemesi nedeniyle doğal ve sağlıklı kabul edilir (Mohsen ve Dacko, 2013; Suprpto and Wijaya, 2012).

Günümüzde 181 ülkede organik tarımsal faaliyet yapıldığı bilinmektedir. Organik üretim yapılan tarım arazisi 11 milyon hektardan 70 milyon hektara (1999-2017 arasında), üretici sayısı 200 binden 2,9 milyona (1999-2017 arasında) ve piyasa hacmi 18 milyardan 97 milyar \$'a (2000-2017 arasında) yükselmiştir (FiBL ve IFOAM, 2019). Organik gıda pazarının gelişiminde en önemli faktör tüketicilerin sağlık bilinci ve çevre duyarlılığına artan ilgisidir (Özçelik ve Uçar, 2008). Söz konusu ilginin sağlık yönünden diğer tetikleyici unsuru da, yaşamsal hastalıkların görülme sıklığında meydana gelen yükselmedir (Rana ve Paul, 2017).

İnsanoğlunun yeterli ve dengeli beslenme ihtiyacı gündemdeki yerini korurken, ortaya çıkan kaygılar nedeniyle, gıdanın sağlıklı ve güvenilir şartlarda tüketiciye ulaştırılması daha da önem kazanmıştır. Ancak organik gıdaların talebinde, sağlık ve çevreye ilişkin kaygıların yanında, farklı unsurların da etkili olduğu bilinmektedir. Konuyla ilgili yapılmış araştırmalarda; tüketicileri organik gıda satın almaya sevk eden faktörler, tüketici özellikleri ve tüketici tutumlarının incelendiği görülmektedir. Son yirmi yıl içerisinde yapılmış bazı güncel araştırmaların bulguları tezin literatür özeti bölümünde sunulmuştur.

Organik gıda sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin üretimde sürdürülebilirliği sağlamaları için tüketicinin satın alma davranışlarının incelenmesi, hedef kitlenin talep ve ihtiyaçlarına uygun ürünün ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gerekir (İçli ve ark, 2016). Ayrıca satın alma isteğinde ön plana çıkan fiyat ve ulaşılabilirlik etkenleri üzerinde yoğunlaşarak, özellikle politika uygulayıcıların sektöre yönelik destek ve teşviklerin yönlendirilmesi ve üretici-pazar ağının gelişmesinde etkin rol almasına katkı sağlanmalıdır.

1.1. Organik Gıda Talebini Etkileyen Faktörler

Organik gıda satın alma niyetinin en önemli belirleyicisi tüketici tutumudur. Tutum ve satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu bildirilmektedir. Bununla

birlikte kişisel normların da organik gıda tüketiminde etkili olduğu ifade edilmektedir (Rana ve Paul, 2017). Bu bölümde, organik gıda talebinde tüketicinin tutum ve davranışlarında rol oynayan unsurlar ele alınmıştır.

1.1.1. Sağlık Bilinci

Daha önce ifade edildiği gibi, organik gıda satın almada birincil etken tüketicinin sağlıkla ilgili duyarlılığıdır. Sağlık bilinci, bireylerin sağlıkla ilgili gelişmeleri takip etmesi ve sorumluluk alması olarak ifade edilir. Bu bilince sahip tüketiciler sağlık yönünden yaşam kalitesini arttırmak için kendi motivasyonlarını sağladıkları gibi, sergiledikleri davranışlar sayesinde hastalık riskine karşı korunmaya gayret ederler (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015). Sağlıklı yaşam tarzını benimsemiş bireyler spor yapmak ve doğal gıdaları tüketmek gibi beden sağlıkları için iyi olanı yapmayı tercih ederler (Gil ve ark., 2000). Ayrıca organik gıda satıcıları ürün pazarlamasında "sağlık" ikonunu ön plana çıkararak bu bilince sahip tüketicileri ikna etmede daha başarılı olurlar (Paul ve Rana, 2012).

Organik gıdaya yönelik tüketici tutum ve davranışlarını inceleyen araştırmaların büyük bir bölümü sağlık bilincinin satın almada en etkili faktör olduğunu ortaya koymuştur (Rana ve Paul, 2017; Çelik, 2013; Suprpto and Wijaya, 2012; Lüleci, 2012; Ozguven, 2012; Shahrudin ve ark., 2010; Seçer ve ark., 2010; Magistris ve Gracia, 2008). Diğer taraftan, sağlık bilincinin satın alma tutumunda her zaman anlamlı farklılık göstermediği çalışmalar da mevcuttur (Tarkiainen ve Sundqvist, 2005; Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015). Sağlık bilincinin satın alma niyetinde önemsiz çıkması tüketici profili ile ilişkilendirilebilir. Düşük yaş grubu ve düşük gelir düzeyinin organik gıda satın alma tutumunda etkisiz olabileceği bildirilmiştir (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015).

1.1.2. Çevre Duyarlılığı

Organik gıda talebinde, sağlık kaygılarından hemen sonra ya da sağlık bilinci ile birlikte ortaya çıkan temel faktör çevre duyarlılığıdır. Sağlık bilincine sahip tüketiciler aynı zamanda çevreye karşı da oldukça hassastır (Akın ve ark., 2010). Yaşadığı çevrenin doğal şartlarının korunmasını önemseyen duyarlı bireyler, aynı zamanda bu çevrenin sağlıklı ve doğal besinlerin üretiminde önemli bir kaynak olduğunun da farkındadır. Burada ifade edilen "çevre" kavramı sadece toprak, su, hava, bitki ve orman gibi doğal unsurları değil, gıdanın temel kaynaklarından birisi olan ve söz konusu doğal unsurlarla girdi-çıkı ilişkisi bulunan hayvanları da kapsamaktadır. Yapılan çalışmalarda tüketicilerin organik gıda satın almada ortaya koyduğu çevre duyarlılığının hayvan refahına ilişkin yöntemleri de ifade ettiği bildirilmiştir (Shafie ve Rennie, 2012).

Çevre duyarlılığının satın alma tutumunda etkili olması, organik gıda sistemlerinin üretim ve tüketimde sürdürülebilirliğe alternatif bir yaklaşım sunmasına yönelik tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Bu konuda farklı görüşler ortaya çıkmaktadır. Organik tarım uygulamalarının çevreye daha az zarar vermesi nedeniyle, sosyal refahın artmasını sağlaması ve ekonomik esnekliğe yol açması gibi katkılarının olabileceği aktarılmaktadır. Bununla birlikte, organik sistemlerin konvansiyonele göre ortalama %20 daha az verim sağlamanın, yüksek çevresel etkilere ve daha fazla arazi kullanımına neden olabileceği, doğal ekosistemler üzerinde baskıya yol açabileceği ve küresel gıda kullanılabilirliğini riske sokabileceği belirtilmektedir (Schader ve ark., 2015).

Genel olarak, gıda tüketimi gıda arzının sürdürülebilirliğini (ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları üzerindeki etkisi nedeniyle) şekillendirmede önemli bir faktördür. Organik gıda tüketiminin artırılması ise daha sürdürülebilir gıda sağlama yollarından birisi olarak görülmektedir (Azzurra ve ark., 2019). Bu nedenle günümüzde ülkelerin organik tarımı teşvik edici yasal düzenlemeleri hayata geçirdiği bilinmektedir. Örneğin, 2018 yılında yeniden düzenlenen Avrupa Birliği organik

Üretim yönetmeliği; en iyi evre ve iklim eylemi uygulamaları, yüksek biyolojik çeşitlilik düzeyi, yüksek hayvan refahı standartları, doğal kaynakların korunması, tüketicinin artan talepleri doğrultusunda doğal ürünler ve yüksek standartlar kullanılarak üretim faaliyetlerini içermesi bakımından organik üretimi en iyi çiftlik yönetimi ve gıda üretim sistemi olarak tanımlamıştır. Böylece organik üretimin; tüketiciler taleplerine uygun üretimde bulunmak yanında evre ve hayvan refahının korunması ve kırsal gelişimin sağlanması gibi toplumsal rolleri yerine getirdiği bildirilmektedir (EU, 2018).

1.1.3. Gıda Güvenliği

Organik tarımın sosyal, ekonomik ve çevresel olmak üzere üç önemli boyutu vardır. Sosyal açıdan bakıldığında, organik tarımın kırsal alanda uzun vadeli istihdama katkıda bulunma potansiyeli olduğu görülür. Girişimciliği teşvik eder, g azaltır ve böylece toplumda yeni ve farklı grupların tarımsal faaliyetlere katılmasına ve istihdamın iyileştirilmesine yardımcı olur. Ekonomik yönden organik tarım küçük üretici ya da yetiştiricilerin gelişmesinde sürdürülebilir bir seçenektir. Üretici gelirinin genel performansının yükselmesine bağlı olarak hane halkı gelirinde de bir artış söz konusu olacaktır. Çevresel boyutta ise organik tarım toprak kalitesini iyileştirir, çiftlik geleceğini güvence altına alır ve çevrenin korunmasını sağlar. Toprak erozyonu azalır ve biyo-çeşitlilik artar. Bu gelişmeler gıda güvenliğinin devamlılığında ve gelişiminde önemli rol oynamaktadır (Morshedi ve ark., 2017).

Gıda güvenliği organik gıda üretimini arttırmada motivasyon aracı olarak kabul edilir (Rana ve Paul, 2017). Gıdanın güvenli olması, içeriğinde insan sağlığına zararlı kalıntı ya da inorganik bileşen bulunmaması anlamına gelir (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015). Daha önce de ifade edildiği gibi organik gıdalar, üretiminde insan sağlığını tehdit eden yapay kimyasalların, ilaç ve hormonların kullanılmadığı ürünlerdir. Bu özelliği nedeniyle organik gıdalar konvansiyonel olanlara göre daha güvenli görülmektedir. Organik gıdaya yönelik tutum ve satın alma davranışlarının

incelendiği araştırmalarda, gıda güvenliğinin tüketici tercihlerini doğrudan etkilediği bildirilmiştir (Shafie ve Rennie, 2012; Ozguven, 2012; Shahrudin ve ark., 2010).

Gıdanın üretimden tüketime kadar olan her aşamasının kontrol edildiğinin ve insan sağlığı için güvenli ve kaliteli olduğunun kanıtlanması için dünyada kalite güvence sistemleri geliştirilmiştir. Söz konusu sistemler sertifikasyon, etiket ve logo gibi belgelendirme araçlarıyla pazarda tüketici kabulüne sunulmaktadır. Organik gıdalar da insan sağlığını tehdit edecek hiç bir unsur içermediği, kontrollü şartlarda üretiminin gerçekleştirildiği ve tüketime sunulduğu sertifikasyon işlemleri ile belgelendirilmektedir. Ancak bazı durumlarda tüketicilerin satın aldığı ürünlerde sadece "organik" kelimesiyle yanıltıcı bir güven oluşturulması yolu da tercih edilebilmektedir. Söz konusu pazarlama eğilimlerine tüketicilerin yeterli bilgiye sahip olmadığı, satın alma bilincinin yaygınlaşmadığı ve organik gıda pazarının yeterince gelişmediği piyasalarda rastlamak mümkündür. Oysa organik gıdada önemli potansiyele ulaşmış ülkelerde tüketicilerin daha bilinçli bir satın alma davranışında olduğu gözlenmektedir. Örneğin, yürütülen bir araştırmada Alman tüketicilerin sertifikasyon logosu olmayan ve sadece "organik" kelimesiyle etiketlenen ürünlere karşı düşük güven seviyesine sahip oldukları belirlenmiştir (Janssen ve Hamm, 2014).

1.1.4. Fiyat ve Ulaşılabilirlik

Organik gıdaların tercih edilmemesi ya da satın alınmamasında birincil unsur konvansiyonele göre pahalı olması, ikincisi ise kolay ulaşılamaması gösterilmektedir (Merdan, 2018; Atalay, 2016; Ağır ve ark., 2014; Radman, 2005). Organik gıda fiyatlarının konvansiyonele göre yüksek olması üretim maliyetleri ile ilişkilendirilir. Ayrıca organik üretimde birim alandan ya da birim hayvandan elde edilen verim daha düşüktür. Beş kıtada 14 ülkede yetiştirilen 55 farklı bitkisel ürüne yönelik organik ve konvansiyonel üretim sonuçlarının değerlendirildiği araştırma (129 çalışmanın 44'ü kullanılmıştır) verileriyle gerçekleştirilen bir çalışmada finansal karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre, her iki üretim şeklinde değişken, sabit ve

toplam maliyetlerin önemli bir farklılık göstermediği, sadece işgücü maliyetlerinin organik üretimde daha yüksek olduğu görülmüştür. Yine de organik üretimin konvansiyonele göre %22-35 arasında daha karlı olduğu tespit edilmiştir (Crowder ve Reganold, 2015).

Organik ve konvansiyonel hayvansal üretimin karşılaştırıldığı araştırmalardan yola çıkılarak yapılan bir değerlendirme çalışmasında ise, organik üretimin yapıldığı süt sığırcılığında toplam, sabit ve değişken maliyetlerin konvansiyonel üretime göre az da olsa daha düşük olduğu bildirilmiştir. Sığır besiciliği, broiler yetiştiriciliği ve yumurta tavukçuluğunda ise organik üretim maliyetlerinin daha yüksek gerçekleştiği ifade edilmiştir. İşletme gelirlerinde ise tüm yetiştiricilik faaliyetlerinde organik üretimin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (van Wagenberg ve ark., 2017). Hem organik bitkisel hem de organik hayvansal üretim gelirlerinin daha yüksek olması ürün fiyatlarının konvansiyonele göre daha fazla olmasıyla açıklanabilir.

Organik gıdada fiyatların yüksek olması ve tüketici satın alma niyetini olumsuz yönde etkilemesine rağmen, bu tür gıdalara daha fazla bedel ödeme arzusunda olan bir tüketici kitlesi de bulunmaktadır. Tezin literatür özetinde detayları sunulan bazı araştırmalarda bu yönde tutum ve davranış sergilendiği görülmektedir (Canarslan ve Uz, 2019; Doğan ve Gürel, 2016; Vehapi ve Dolićanin, 2016; Radman, 2005). Genel olarak organik gıdalara bu tarzda satın alma niyetinde olanların belirli gelir seviyesine sahip tüketicilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Zira gelir artışı ile organik gıda satın alımında anlamlı ilişkinin olduğu bazı çalışmalarda tespit edilmiştir (Onurlubaş ve Doğan, 2016; Kacur, 2009).

Organik gıdada üretim potansiyeli arttıkça, tüketicilerin gıdaya ulaşmasının daha kolay olacağı beklenebilir. Ancak bu durumun ülkeden ülkeye hatta aynı ülkede bölgeden bölgeye farklılık arz edebileceği unutulmamalıdır. Üretim potansiyeli yüksek ülkelerde organik gıdanın dağıtım kanalları daha gelişmiş olabilir. Düşük potansiyele sahip ülkelerde ise organik gıda pazarının toplam piyasaya göre düşük oranda kalması tüketicinin bu tür gıdalara ulaşımını güçleştirmektedir. Kaldı ki,

belirli bir gelir grubunda ve eğitim seviyesindeki tüketicilerin organik gıdalara olan ilgisinin diğer tüketicilere göre arttığı bilindiğine göre, söz konusu tüketici kitlesinin bulunduğu büyük şehirlerde organik ürünlerin nispeten daha fazla olacağı unutulmamalıdır. Bununla birlikte, günümüzün en büyük ve global pazar ağı olan internetin organik gıdaya ulaşmada etkili bir yol olabileceği de belirtilmelidir. Bunun için organik gıda üreticilerinin etkin bir pazarlama stratejisi oluşturması gerekir (Eryılmaz ve ark., 2015).

1.1.5. Diğer Faktörler

Organik gıda satın alımında öne çıkan ve yukarıda ifade edilen faktörlerin yanı sıra; normlar, öz kimlik, inanışlar, sosyal kimlik, olumlu ahlaksal yaklaşım ve bilgi arama gibi daha az etkili unsurların da yer aldığı bildirilmektedir (İçli ve ark., 2016). Ayrıca tüketicilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin organik gıda talebinde etkili olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur. Bu konu tezin tartışma bölümünde, bu araştırmadan elde edilen bulguların değerlendirilmesinde, daha detaylı biçimde ele alınacaktır.

Organik gıdalarda tüketici tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlere yönelik buraya kadar yapılan açıklamalar neticesinde, söz konusu unsurların önem derecesine göre satın alan tüketici profili Tablo 1.1'de sunulmuştur (Rana ve Paul, 2017).

Tablo 1.1. Tüketici tutumunu etkileyen faktörlerin kategorileri ve sonuçları

TUTUM FAKTÖR DÜZEYİ	ORGANİK GIDA ALICISI
❖ ÇOK ÖNEMLİ ➤ Sağlık bilinci ➤ Gıda kalitesi ve güvenliği ➤ Çevre duyarlılığı	❖ DÜZENLİ ➤ Daha fazla organik gıda satın alıyor
❖ ÖNEMLİ ➤ Ödeme isteği ➤ Sertifikasyon	❖ DÜZENSİZ ➤ Hem organik hem de konvansiyonel gıda satın alıyor
❖ AZ ÖNEMLİ ➤ Moda trendi ➤ Yaşam tarzı ➤ Sosyal bilinç	❖ TESADÜFEN ➤ Daha fazla konvansiyonel gıda satın alıyor

Tabloda organik gıda bilinci gelişmiş tüketicilerin düzenli olarak organik gıda satın alıcısı pozisyonunda olduğu görülmektedir. Diğer kategorilerde ise satın alma davranışının gelişmediği söylenebilir.

1.2. Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarım

Dünya’da tarımsal üretim tekniklerinin gelişmesi sonucu verim düzeyinde de önemli bir artış sağlanmıştır. Özellikle 1960 ve sonraki yıllarda tarımsal üretimde yaşanan bu süreç ekosistemin dengesini bozmaya başlamış, doğal kaynaklarda (toprak, hava, su) kirlilik söz konusu olmuştur. Neticede, bu şartlarda üretilen gıdanın insan sağlığında bir risk oluşturması dönemine girilmiştir (Kacur, 2009). Ayrıca bu yıllardan itibaren çevreyle ilgili kaygılar da yükselmiştir.

Çok geçmeden insan sağlığı için güvenli ve kaliteli gıda elde etmek ve ekosistemde bozulan doğal dengeyi korumak üzere çevreyle dost alternatif bir üretim arayışı hızlanmış ve organik tarım modeline geçilmiştir. Organik tarım her ne kadar yeni bir model olarak ifade edilse de, aslında geçmişi 1800’lü yılların sonu 1900’lü yıllarına başına dayanır. İngiltere ve İsviçre gibi ülkelerde organik üretime yönelik

küçük çaplı uygulamalar bahsi geçen tarihlerde başlamış, Almanya’da 1893-1925 yılları arasında sağlıklı gıdaların satışının yapıldığı özel mağazalar kurulmuştur (Akın ve ark., 2010).

Organik tarım konusunda standartların önemli bir bölümü "şemsiye organizasyon" adı verilen bir yapı içerisinde oluşturulmuştur. Söz konusu organizasyon 1972'de kurulan ve kısa adı IFOAM olan "Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu" dur. Organik tarımın yaygınlaştırılmasını amaçlayan bu kuruluşun yanı sıra, 1973 yılında kurulan ve kısa adı FiBL olan "Organik Tarım Araştırmaları Enstitüsü" ise yaptığı araştırmalar ile sektörün gelişimine katkı sağlamayı amaçlamaktadır (Çelikyürek ve Karakuş, 2018; FiBL ve IFOAM, 2019).

Günümüzde 181 ülkede belirlenen mevzuatlara göre organik tarım uygulanmaktadır. Türkiye'nin içinde olduğu çok sayıda ülke adı geçen mevzuat şartlarını sağlayarak üretimde bulunmaktadır. Bazı ülkeler ise mevzuat hazırlık aşamasındadır. Daha önce de ifade edildiği gibi; sektörün üretim alanı, üretici sayısı ve pazar büyüklüğü son 20 yıla yakın bir süreçte önemli oranda artmıştır. Tablo 1.2'de kıtalara göre organik tarım yapan ülke sayıları ve oranları gösterilmiştir (FiBL ve IFOAM, 2019).

Tablo 1.2. Kıtalara göre organik tarım yapan ülke sayı ve oranları (2017)

Kıtalar	Organik tarım yapan ülke sayısı	Toplam ülke sayısı	%
Afrika	44	56	78,6
Asya	41	49	83,7
Avrupa	47	49	95,9
Latin Amerika	33	46	71,7
Kuzey Amerika	3	5	60,0
Okyanusya	13	25	52,0
Dünya	181	230	78,7

Tabloya bakıldığında, en fazla organik üretim yapılan ülke sayısının Avrupa Kıtası'nda olduğu, bunu da Asya'nın izlediği görülmektedir. Kıtaların dünyadaki

toplam organik üretim alanı içerisindeki payı incelendiğinde, Okyanusya ve Avrupa'nın öne çıktığı anlaşılmaktadır (Tablo 1.3). Benzer bir görünüme organik üretim alanlarının toplam tarımsal alan içerisindeki oranlarında rastlamak mümkündür. Üretici sayısında Asya ve Afrika öne çıkarken, pazar büyüklüğünde Kuzey Amerika ve Avrupa Kıtalarının liderliği söz konusudur (FiBL ve IFOAM, 2019).

Tablo 1.3. Kıtalarla göre organik tarım potansiyeli (2017)

Kıtalar	Organik tarım arazisi (Ha)	Organik tarım alanındaki payı (%)	Toplam tarım alanındaki payı (%)	Organik üretici sayısı (Adet)	Organik perakende satış hacmi (Milyon €)
Afrika	2.056.571	2,9	0,2	815.070	16
Asya	6.116.834	8,8	0,4	1.144.263	9.601
Avrupa	14.558.246	20,8	2,9	397.509	37.341
Latin Amerika	8.000.888	11,5	1,1	455.749	810
Kuzey Amerika	3.223.057	4,6	0,8	19.017	43.012
Okyanusya	35.894.365	51,4	8,5	26.750	1.293
Dünya	69.845.243	100,0	1,4	2.858.358	92.074

Organik üretim alanları itibariyle dünyadaki ilk 10 ülkeye ait veriler Tablo 1.4'de sunulmuştur (FiBL ve IFOAM, 2019). Avustralya, Arjantin ve Çin ilk üç sırayı paylaşırken, kendi ülke tarımsal alanları içerisinde organik üretim alanlarının en fazla olduğu ülkeler İtalya ve Uruguay'dır. Üretici sayısında Hindistan öne çıkarken, pazar büyüklüğüne göre ABD, Almanya ve Fransa'nın ciddi payı bulunmaktadır. Türkiye'nin organik üretimde arazi varlığının dünya ölçeğinde %1'in altında kalması ve pazar payının düşük düzeyde bulunmasına rağmen, üretici sayısı olarak ciddi potansiyel oluşturmaktadır. Zira, Avrupa ölçeğinde üretici sayısı en fazla ülke konumundadır.

Tablo 1.4. Ülkelere göre organik tarım potansiyeli (2017)

Kıtalar	Organik tarım arazisi (Ha)	Organik tarım alanındaki payı (%)	Toplam tarım alanındaki payı (%)	Organik üretici sayısı (Adet)	Organik perakende satış hacmi (Milyon €)
Avustralya	35.645.038	51,0	8,8	1.998	1.138
Arjantin	3.385.827	4,8	2,3	1.157	-
Çin	3.023.000	4,3	0,6	6.308*	7.644
İspanya	2.082.173	3,0	8,9	37.712	1.903
ABD	2.031.318	2,9	0,6	14.217*	40.011
İtalya	1.908.653	2,7	15,4	66.773	3.137
Uruguay	1.882.178	2,7	13,0	5	-
Hindistan	1.780.000	2,5	1,0	835.000	186
Fransa	1.744.420	2,5	6,3	36.691	7.921
Almanya	1.373.157	2,0	8,2	29.764	10.040
Türkiye	520.886	0,7	1,4	75.067	46**
Dünya	69.845.243	100,0	1,4	2.858.358	92.074

*2016 yılı verisi;

**2014 yılı verisi

Organik gıda pazarının ikinci büyük pazarı konumundaki Avrupa Kıtası ve Avrupa Birliği (AB)'nde organik hayvan yetiştiriciliği verileri Tablo 1.5'de görülebilir (FiBL ve IFOAM, 2019).

Tablo 1.5. Avrupa Kıtası ve AB'nde organik hayvancılık (2017)

Hayvan Türü	Avrupa (Baş)	Toplam içerisindeki oranı (%)	AB (Baş)	Toplam içerisindeki oranı (%)
Büyükbaş	4.398.530	3,5	4.159.911	5,2
Koyun	5.187.715	3,4	4.941.613	5,0
Domuz	998.828	0,6	961.212	0,7
Kanatlı	50.145.275	2,0	47.384.977	3,3

Kıta ve Birlik Avrupa'sında büyükbaş ve koyun yetiştiriciliği ağırlıklı olmak üzere organik hayvancılık yapıldığı anlaşılmaktadır. Kanatlı ve domuz yetiştiriciliğinde organik üretim payının büyükbaş ve koyuna göre daha düşük oranda kalması, yerel yem tedarikinde yaşanan yetersizlikler, izlenebilir sertifikalı yem ithalatının sağlanmasındaki zorluklar, domuz ve kümes hayvanlarında barınak ve

diğer yapıların yüksek yatırımlar gerektirmesi ve tüketicilerin yüksek fiyat ödemesi gibi gerekçelere bağlanmıştır.

ABD ve AB'de organik tarımın genellikle üreticiden başlayan arz yönlü bir anlayışla geliştiği görülür. Türkiye'de ise organik tarım faaliyetlerinin Avrupa'dan gelen şirketlerin tanıtım faaliyetleriyle üreticiyi yönlendirmesi suretiyle başladığı bilinmektedir. Yani ülkemizde organik üretim anlayışının 1980'li yılların ortasından itibaren yabancı şirketlerin bir bakıma talebiyle başladığı söylenebilir (Akın ve ark., 2010).

Yıllar içerisinde gelişimi hızlandıran sektörün günümüzde hem üretici sayısı hem de üretim miktarında önemli rakamlara ulaşılmıştır. Tablo 1.6'da Türkiye'de yıllara göre organik tarım istatistikleri verilmiştir (TOBa, 2019).

Tablo 1.6. Türkiye'de organik bitkisel üretim istatistikleri (geçiş süreci dahil)

Yıllar	Ürün Sayısı	Üretici Sayısı	Yetiştirme Alanı (Ha)	Doğal Alan (Ha)	Toplam Alan (Ha)	Üretim (Ton)
2002	150	12.428	57.365	32.462	89.827	310.125
2005	205	14.401	93.134	110.677	203.811	421.934
2010	216	42.097	383.782	126.251	510.033	1.343.737
2015	197	69.967	486.069	29.199	515.268	1.829.291
2017	214	75.067	520.885	22.148	543.033	2.406.606

Türkiye'de incelenen dönemde organik bitkisel üretim yapan üretici sayısının 5 kat, yetiştirme alanının 8 kat ve üretim miktarının 7 kat arttığı söylenebilir. Organik hayvancılıkta ise son 11 yıllık dönemde gerek hayvan sayısı gerekse ürün miktarında önemli değişiklikler yaşanmıştır (Tablo 1.7). Organik üretimde kullanılan hayvan varlığının incelenen dönemde 32 kat arttığı söylenebilir. Broiler ve yumurtacı sayısındaki artış oranı büyükbaş ve küçükbaştaki artıştan daha fazla gerçekleşmiştir. Büyükbaş sayısının 2010'a göre ciddi oranda azaldığı görülmektedir. Küçükbaşta 2015'e kadar artan hayvan mevcudu son 3 yıl içerisinde gerilemiştir. Toplam organik et ve süt miktarlarının 2015'e kadar arttığı ve son 3 yıl içerisinde azaldığı tespit

edilmiştir. Benzer bir gelişme organik arıcılık faaliyetlerinde de mevcuttur (TOBb, 2019).

Tablo 1.7. Türkiye'de organik hayvancılık istatistikleri (geçiş süreci dahil)

YILLAR	2008	2010	2015	2018
Üretici sayısı	37	174	255	181
Toplam hayvan sayısı (baş)	39.186	401.215	1.032.769	1.299.720
Büyükbaş sayısı (baş)	4.578	37.432	8.867	6.149
Küçükbaş sayısı (baş)	12.180	21.454	42.896	34.576
Broiler sayısı (adet)	500	273.910	589.804	616.390
Yumurtacı sayısı (adet)	21.928	68.419	391.202	642.605
Toplam et (ton)	554	6.803	2.605	1.688
Büyükbaş et (ton)	349	6.020	459	362
Küçükbaş et (ton)	204	233	16	64
Piliç eti (ton)	1	550	2.130	1.262
Toplam süt (ton)	8.711	11.605	19.739	12.884
Büyükbaş süt (ton)	7.640	10.960	18.120	12.293
Küçükbaş süt (ton)	1.071	645	1.619	591
Yumurta (adet)	4.424.000	17.889.808	58.938.769	174.675.362
Arıcılık üretici sayısı	281	416	561	492
Kovan sayısı (adet)	27.380	27.957	70.976	51.742
Arı ürünü* (ton)	181	208	675	495

*Bal, arı sütü, polen, propolis, balmumu ürünleri toplamıdır.

Ülkemizde organik hayvancılık için kullanılan hayvan varlığının toplam hayvan varlığımız içerisindeki payının %1'in altında kaldığı söylenebilir. Bu değer Avrupa Kıtası ve AB oranlarından daha düşüktür. Hayvan varlığı ve üretim verileri yıllar içerisinde dalgalanmalar göstermiş olsa da, genel itibariyle Türkiye'nin organik hayvancılık için potansiyelinin olduğunu belirtmek mümkündür.

1.3. Literatür Özeti

Araştırma konusu ile doğrudan ilişkili gerek yurtiçi gerekse yurtdışında önemli sayıda çalışma yapılmış olup, bunlardan bazıları aşağıda sunulmuştur:

Canarslan ve Uz (2019), 601 anne ve anne adayının organik gıda satın alma davranışlarını incelemişlerdir. Araştırmada katılımcıların %70'inin orta yaş grubunda (28-37 yaş arası), %85'inin eğitim seviyesi yüksek (lisans ve lisans üstü eğitim), %8,5'inin hamile, %61,4'ünün tek çocuklu ve %32,3'ünün çalışmadığı tespit edilmiştir. Organik gıda satın almak için daha fazla bedel ödeme isteğinde olanların oranı oldukça yüksek (%97,2) bulunmuştur. Organik gıda satın alımında etkili olan unsurlar; "gelecek nesiller için doğal kaynakları koruma isteği", "organik tarıma destek olmak" ve "organik gıdaların sağlıklı olduğu" şeklinde belirlenmiştir.

Merdan (2018), Gümüşhane kent merkezinde tüketicilerin organik ürün satın almadaki tutum ve davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır. Çalışma 480 katılımcı üzerinde yürütülmüştür. Analiz sonuçlarına göre, özellikle organik ürünlerin pahalı olması ve organik ürüne ulaşım zorluğu gibi nedenlerin söz konusu ürünlere yönelik ilgi artışına katkı sağlamadığı belirlenmiştir.

Rana ve Paul (2017), tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ve satın alma davranışlarındaki değişimi konuyla ilgili literatür bulgularıyla incelemişlerdir. Buna göre sağlık bilincine sahip tüketicilerde organik gıdalara konvansiyonel olanlara göre artan bir tercih gösterdiği belirlenmiştir. Organik gıdalara yönelik ilginin artmasında büyük ölçüde yaşamsal hastalıkların görülme sıklığındaki artışın etkili olduğu bildirilmektedir.

Özdemir ve ark., (2017), Kırşehir İli'nde 420 katılımcıyla yürüttükleri çalışmalarında, cinsiyet, medeni hal, eğitim ve gelir durumu ile organik ürünlere

yönelik algılama düzeyi arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Analizlerde organik ürün kullandığını belirten 333 katılımcı dikkate alınmıştır.

İnci ve ark. (2017)'nin Diyarbakır İli'nde yaptıkları çalışmada, tüketicilerin organik ürünlere yönelik tutumları ve organik ürünleri tercih etmelerinde etkili faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Toplam 384 katılımcı ile yürütülen araştırmada, tüketicilerin %54,5'inin organik ürün tükettiği, bunların da %43,4'ünün yaş sebze-meyve ürün grubunu tükettiği anlaşılmıştır. Diğer taraftan; kadınların erkeklere göre, evli olanların bekarlara göre, lise-üniversite eğitim grubunda olanların diğer bireylere göre ve genç ve yaşlı grupta olanların orta yaş grubundakilere göre daha fazla organik ürün tükettikleri sonucuna varılmıştır. Cinsiyet ve medeni hal ile organik ürün tüketme durumu arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur.

Doğan ve Gürel (2016) tarafından Kırşehir İli'nde 185 tüketiciye yönelik yapılan çalışmada, organik ürünlere bakış açısı, tüketim eğilimi ve bilinç düzeyi incelenmiştir. Buna göre, meslek, hane halkı büyüklüğü, satın alma yeri ve organik ürüne daha fazla bedel ödeme gibi değişkenlere bağlı gruplar arasında istatistik açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

İçli ve ark. (2016), 620 katılımcıyla gerçekleştirdikleri anket çalışmasında tüketicilerin organik gıda satın alma tercihlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Buna göre sırasıyla en etkili faktörden başlayarak, tüketicilerin organik gıda satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerin; normlar, sağlık bilinci, öz kimlik, organik gıda tüketmenin faydaları, inanışlar, sosyal kimlik, gıda güvenliği, olumlu ahlaksal yaklaşım ve bilgi arama olduğu sonucuna varılmıştır.

Atalay (2016), yüksek lisans tez çalışmasında (97 katılımcı ile), tüketicilerin organik gıdaları tercih etme nedenleri arasında; sağlıklı olması, kimyasal madde içermemesi ve sertifikalı olması (%45,9'u organik gıdayı sertifika-logo ile ayırt ettiğini bildirmiştir) görülmüştür. Tercih etmeme nedenlerinin başında ise organik

gıdaların yüksek fiyatlı (tüketicilerin %60,8'i organik gıda fiyatlarını yüksek bulduğunu bildirmiştir) olması gelirken, bunu kolay ulaşamama takip etmiştir.

Vehapi ve Dolićanin (2016), Sırbistan'da organik gıdalara yönelik tüketici davranışlarını 212 katılımcı üzerinde incelemişlerdir. Büyük oranda (%60) kadın, 15-25 yaş grubunun daha yüksek (%43,4) olduğu, eğitim düzeyi büyük oranda (%52,4) üniversiteli ve %41,5'inin de öğrenci olduğu katılımcı kitlesine yönelik bir çalışma yapılmıştır. Satın alımda gıda tipi önceliği sırasıyla; taze meyve (%55,7), süt ve süt ürünleri (%52,3), bal (%40,2) ve yumurta (%37,9) şeklindedir. Organik gıdalar çoğunlukla süpermarket ya da hipermarketlerden satın alınmaktadır. Analiz sonucuna göre katılımcıların %81'i geleneksel gıdalara göre organik gıdaya %30 daha yüksek bir bedel ödeme isteğinde bulunurken, %5,7'sinin ise %100 daha fazla bedel ödeme isteğinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Onurlubaş ve Doğan (2016), yaptıkları araştırmada, Türkiye'de tüketicilerin (7 coğrafi bölgede, 7 büyük şehirde, 1508 kişi), organik ürünlere yaklaşımı ve tüketimde etkili faktörleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Analiz sonucuna göre organik ürün tüketiminde; cinsiyet, medeni durum, meslek ve aylık gelir gibi değişkenlerin istatistik açıdan etkili olduğu bildirilmiştir.

Teng ve Wang (2015), Tayvan'da 693 katılımcıya uyguladıkları araştırmada tüketicilerin organik gıda satın alma niyetlerini incelemiştir. Buna göre organik gıdalara yönelik tutumlar ve kişisel normlar tüketicilerin organik gıda tercihlerini etkilemektedir. Organik gıda sektörü ve pazarlamacıların organik gıdaların güvenilir, sağlıklı ve çevreyle dost gibi yararlarını topluma tanıtmalarının, tüketici genel kabulünün arttırılması açısından önemli olduğu bildirilmiştir.

Ustaahmetoğlu ve Toklu (2015), 155 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada, organik gıda satın alma niyetini sağlık bilinci, gıda güvenliği ve organik gıda tutumu yönünden incelemişlerdir. Satın alma niyetini gıda güvenliği ve organik gıdaya yönelik tutumun etkilediği tespit edilmiştir. Katılımcı mesleği ile organik gıda

tutumu arasında ve katılımcı yaşı ile satın alma niyeti arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

Eryılmaz ve ark. (2015)'nin derleme olarak hazırladıkları çalışmalarında, Avrupa Birliği ve Türkiye'de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışlarının özelliklerini, konuya yönelik hem yurtiçi hem de yurtdışında yapılan araştırma bulguları kapsamında değerlendirmişlerdir. Araştırma bulgularına göre yapılan genel değerlendirmede, Türkiye'de organik gıda tüketiminin yetersizliğinde fiyat ve bilgi yetersizliğinin öne çıktığı vurgulanmıştır. Organik gıda piyasasının gelişiminin, üreticilerin talep odaklı bir anlayışla hareket etmelerine bağlı olduğu belirtilmiştir.

Janssen ve Hamm (2014), Almanya'da kamuya ve özel sektöre ait organik gıda sertifikasyon düzeylerine tüketici tercih ve tutumlarını incelemişlerdir. Toplam 370 katılımcıyla (%65'i erkek; %50'si 18-44 yaş aralığında; %43'ü üniversite mezunu) gerçekleştirilen çalışmada, Alman tüketicilerin organik gıda satın alırken sertifika etiketlerine dikkat ettikleri bildirilmiştir. Ayrıca tüketicilerin sertifikasyon logosu olmayan ve sadece "organik" kelimesiyle etiketlenen ürünlere karşı nispeten düşük güven seviyesine sahip oldukları belirlenmiştir.

Ağır ve ark. (2014), Kayseri İli'nde 341 tüketici (%53'ü erkek, %47'si kadın; %75'i evli, %25'i bekar; %42'si lisans, %32'si lise mezunu) ile bir anket çalışması yapmışlardır. Katılımcıların organik ürün satın alma tercihini etkileyen en önemli unsurun ürün fiyatı olduğu tespit edilmiştir. Tüketici yaşı ve eğitim düzeyi arttıkça organik ürünleri erken benimseme oranının da arttığı bildirilmiştir.

Çelik (2013), 195 denek üzerinde yürüttüğü çalışmasında, organik gıda satın alımında en etkili faktörlerin sağlık, besleyicilik ve çevreye duyarlılık olduğunu tespit etmiştir. Söz konusu araştırmada organik gıda tüketimi üzerinde daha detaylı araştırmalar yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Özellikle bu tür çalışmaların üretici ve politika uygulayıcılara önemli faydalar sağlayacağı ifade edilmiştir.

Shafie ve Rennie (2012), organik gıdalara yönelik tüketici algısını değerlendirmişlerdir. Gıda güvenliği, insan sağlığı, çevresel kaygı, besin değeri, tat, tazelik ve görünümün organik gıdalar için tüketici tercihini doğrudan etkilediği ifade edilmiştir. Tüketicilerin organik gıdaları doğal süreçle ilişkilendirdikleri, çevreye zarar vermeyen ve hayvan refahına uygun yöntemleri benimsedikleri vurgulanmıştır.

Lüleci (2012), İzmir İli'nde toplam 341 katılımcıyla gerçekleştirdiği tez çalışmasında tüketicilerin organik gıda satın alma davranışlarını incelemiştir. Araştırmada sağlık bilincinin satın alma kararında en önemli unsur olduğu belirlenmiştir. Ayrıca eğitim seviyesinin artmasıyla çevre duyarlılığının da arttığı tespit edilmiştir.

Paul ve Rana (2012), yüz yüze anket yöntemi uygulayarak toplam 463 kişi üzerinde yaptıkları çalışmada organik gıdaya yönelik tüketici davranışlarını etkileyen unsurları belirlemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre; sağlık, ulaşılabilirlik ve eğitim seviyesi organik gıda satın alma tutumunu olumlu yönde etkilemektedir. Aynı çalışmada tüketicilerin organik gıdaya yönelik genel memnuniyetinin konvansiyonele göre oldukça iyi olduğu vurgulanmıştır.

Ozguven (2012) İzmir'de yürüttüğü araştırmada, tüketicileri organik gıda satın almaya motive eden faktörleri analiz etmiştir. Katılımcıların tamamının erkek, 36-45 yaş aralığında, evli, üniversite mezunu, 2501-3500 ortalama gelir aralığında ve özel sektörde çalıştıkları bildirilmiştir. Tüketicileri organik gıda satın almaya motive dört önemli faktörün sağlık, kalite, fiyat ve gıda güvenliği olduğu tespit edilmiştir.

Shaharudin ve ark. (2010), Malezya'da organik gıda satın alımında etkili faktörleri incelemişlerdir. Katılımcı profilinde; erkeklerin (%54,7), 21-30 yaş aralığında olanların (%36), müslüman kitlenin (%83,3) ve düşük-orta gelir grubunun (%40) ağırlıkta olduğu bildirilmiştir. Satın alma niyetinde; sağlık bilinci, algılanan değer, gıda güvenliği endişesi ve dini faktörler araştırılmıştır. Bunlardan sadece

sağlık bilinci ve algılanan değerin satın alımı etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin organik gıdaların daha fazla besin değeri içerdiği algısında oldukları ifade edilmiştir.

Akın ve ark. (2010)'nın Niğde İlinde uyguladıkları araştırmada, 40 yaşın altında, gelir seviyesi 1000 TL'nin üzerinde (araştırmanın yapıldığı dönemdeki şartlarda), bir ya da iki çocuklu ailelerin ve bu grupta yer alan kadınların organik gıda konusunda daha duyarlı oldukları belirlenmiştir. Organik gıdalara olumlu tutum içerisinde olan bireylerin çevreye duyarlı ve kendisiyle barışık olduğu görülmüştür. Ayrıca söz konusu bireylerin hoşgörülü, yardımsever ve sorumluluk sahibi olduğu da bildirilmiştir.

Seçer ve ark. (2010)'nın Adana İli'nde 225 katılımcıya yönelik yürüttükleri çalışmada, organik ürün tüketicilerinin sosyo-ekonomik özellikleri, tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışlarında çevre duyarlılığının etkisi araştırılmıştır. Deneklerin (%58'i erkek, %42'si kadın; %55'i 19-35 yaş aralığında; %53'ü lisans ve lisansüstü mezunu; %38'i aylık 2001 ve üzeri gelire sahip; %55'i evli) organik ürün satın almasında sağlık, çevreye duyarlılık ve ürünün özelliklerinin etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Kacur (2009), organik ürünlerin algılanmasına yönelik olarak bir fakültede 47 akademisyen, 7 idari personel ve 493 öğrenci ile yaptığı çalışmada anket yöntemi uygulamıştır. Araştırma sonucuna göre, katılımcıların organik ürünleri algılamaları ile katılımcı cinsiyetleri, medeni durumları, öğretim üyelerinin ünvanları, ailelerinin aylık ortalama gelirleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca organik ürün algısı ile yaş ve öğrencilerin aylık kişisel gelirleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

Magistris ve Gracia (2008), İtalya'da tüketicilerin organik gıdalar için karar verme sürecini incelemişlerdir. Buna göre sağlık ve çevre bilincinin organik gıda satın alma karar sürecinde en önemli faktörler olduğu tespit edilmiştir.

Özçelik ve Uçar (2008), Ankara'da çalışan toplam 240 akademik personelin organik gıda algılarını belirlemek üzere bir araştırma yapmışlardır. Sağlık, fen ve sosyal bilimler alanlarından çalışmaya dahil olan katılımcıların organik gıda algıları ile temsil ettikleri bilim alanları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Radman (2005), Hırvatistan'da organik ürünlere yönelik algının belirlenmesi çalışmasında 179 katılımcıyı dahil etmiştir. Katılımcılar organik gıdaların daha sağlıklı ve kaliteli olduğunu ancak, fiyatlarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmada, organik gıdalara daha yüksek bedel ödeme isteğinde bir artış olduğu gözlenmiştir.

Zanoli ve Naspetti (2002), İtalya'da tüketicilerin organik gıdaya ilişkin bilgi ve motivasyon düzeyini incelemek için bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Toplam 60 katılımcı ile yapılan çalışmada, organik ürünler bulmanın zor ve pahalı olduğu düşünülse bile, çoğu tüketicinin organik gıdaları olumlu değerlendirdiği bildirilmiştir. Organik gıdaların sağlıklı, lezzetli ve besleyici olduğunu belirten katılımcılar tarafından zevk ve refahın en önemli değerler olduğu ifade edilmiştir.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin organik gıda satın alma isteğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür bulgularından yola çıkılarak organik gıda talebinde en etkili faktörlerden; sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği ve organik gıdaya ilişkin tutumun satın alma isteği üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin her bir tutum üzerindeki önemi incelenmiştir.

Araştırma evreni olarak seçilen üniversite öğrencileri, toplumun genç nüfus grubunda yer alan ve aldığı eğitimle nitelikli aktif nüfusa katılacak önemli bir kesimdir. Sahip olduğu demografik ve sosyo-ekonomik özellikler nedeniyle, organik gıda tutumu ve satın alma isteğinin incelenmesi literatüre, sektör temsilcilerine ve politika uygulayıcılara katkı sağlayacağı beklenmektedir.

2. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu araştırma, "Afyon Kocatepe Üniversitesi (AKÜ), Sağlık Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı" tarafından 05 Mayıs 2017 tarih ve E.21199 sayı ile verilen onay kararı (karar no: 2017/02) uyarınca yürütülmüştür.

2.1. Gereç

Araştırmanın materyali, Afyon Kocatepe Üniversitesinde örgün öğretim gören fakülte öğrencilerinden sağlanmıştır. Şubat 2017 itibariyle toplam 12 fakültede 13.853 öğrencinin örgün öğretimde kayıtlı olduğu tespit edilmiştir. Araştırma evrenine ileride ayrıntıları verilen toplam 7 fakülte dahil edilmiştir. Söz konusu fakültelerdeki öğrenci sayısı 12.146 kişi olup, toplam içerisindeki temsil oranı yaklaşık %88'dir.

2.2. Veri Temini Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmanın veri temininde yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu anket 6 bölümden ve toplam 27 sorudan oluşmaktadır. Anket bölümleri ve soru sayıları şu şekilde sıralanabilir:

1. Katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri (7 soru),
2. Katılımcıların sağlık bilinci tutumları (4 soru),
3. Katılımcıların çevre duyarlılığı tutumları (4 soru),
4. Katılımcıların gıda güvenliği tutumları (4 soru),
5. Katılımcıların organik gıda tutumları (4 soru),
6. Katılımcıların organik gıda satın alma isteği (4 soru).

Katılımcıların tutum ölçeklerini belirlemeye yönelik soruların hazırlanmasında konuyla ilgili yapılan araştırmalardan (Çelik, 2013; İçli ve ark., 2016; Lüleci, 2012; Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015) yararlanılmıştır. Sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği ve organik gıda tutumları ile organik gıda satın alma istekleri için verilen cevaplara beşli Likert-tip ölçeklendirme yapılmıştır (Tavşancıl, 2002). Buna göre verilen cevaplar aşağıdaki gibi puanlanmıştır:

Kesinlikle katılmıyorum = 1 puan

Katılmıyorum = 2 puan

Kararsızım = 3 puan

Katılıyorum = 4 puan

Kesinlikle katılıyorum = 5 puan

2.3. Örnek Sayısının Tespiti:

Araştırmanın evreni olarak belirlenen fakültelerde Şubat 2017 itibarıyla örgün öğrenci sayıları AKÜ Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'ndan temin edilmiş olup, aşağıda sunulmuştur:

1. Eğitim Fakültesi = 2.253 kişi
2. Fen Edebiyat Fakültesi = 2.394 kişi
3. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) = 3.045 kişi
4. Mühendislik Fakültesi = 1.902 kişi
5. Teknoloji Fakültesi = 1.142 kişi
6. Tıp Fakültesi = 916 kişi
7. Veteriner Fakültesi = 494 kişi

Örnek sayısının belirlenmesinde araştırma evrenindeki toplam öğrenci sayısı (12.146 kişi) dikkate alınmış, her bir fakülte için uygulanacak anket sayısı ise

fakültelerin evren içerisindeki oranlarına göre tespit edilmiştir. Örnek sayısının belirlenmesinde aşağıdaki formül kullanılmıştır (Özdamar, 2001):

$$n = \frac{N \times P \times Q \times Z_{\alpha}^2}{(N-1) \times d^2 + Z_{\alpha}^2 \times P \times Q}$$

Formülde;

n: Örnek sayısını

N: Araştırma evrenini

d: Örnekleme hatasını (anakütle ve örneklem arasında izin verilebilir maksimum fark: 0,05 alınmıştır)

Z_{α} : Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde teorik değeri (çift yönlü hipotez ve sonsuz serbestlik derecesinde $\alpha = 0,05$ için $Z_{0,05} = 1,96$ 'dır)

P: Evrende bir olayın gözlenme oranını (ön bilgi olmadığından $P = 0,5$ alınmıştır)

Q: Evrende bir olayın gözlenmeme oranını ($1-P = 1-0,5 = 0,5$) ifade eder.

Yukarıdaki değerler formülde yerine konulduğunda örnek sayısı;

$$n = \frac{12146 \times 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2}{12145 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 372.41 \text{ hesaplanmıştır.}$$

Veri temininde yaşanabilecek herhangi bir sorun ihtimali göz önünde bulundurularak %5 yedek anket (19 adet) yapılması uygun görülmüş ve toplam katılımcı sayısı (**n**) **391** olarak tespit edilmiştir. Bu durumda fakülteler evren içerisindeki oranlarına göre tabakalandırılmış ve uygulanacak anket sayısı aşağıda sunulmuştur:

Eğitim Fakültesi (%18.6): 73 adet
Fen Edebiyat Fakültesi (%19.7): 77 adet
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (%25.1): 98 adet
Mühendislik Fakültesi (%15.6): 61 adet
Teknoloji Fakültesi (%9.4): 37 adet
Tıp Fakültesi (%7.5): 29 adet
Veteriner Fakültesi (%4.1): 16 adet

Belirlenen anket sayıları son olarak; Eğitim (75 adet), Fen Edebiyat (80 adet), İİBF (100 adet), Mühendislik (65 adet), Teknoloji (40 adet) ve Tıp (30 adet) için en yakın 5 ve 10 basamaklı değerlere yükseltilmiştir. Veteriner Fakültesi için belirlenen sayı çok düşük bulunmuş ve 41 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Böylece toplam katılımcı sayısı (**n**) **431** kişiye yükselmiştir.

2.4. İstatistik Analiz

Katılımcıların tutumlarına yönelik her bir ölçek için ortalama puanlar elde edilmiş ve her bir puan için katılımcı yüzdeleri hesaplanmıştır. Sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği, organik gıda tutumu ve satın alma isteği için belirlenen ortalama puanların katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile karşılaştırılmasında; iki grup içeren değişken için t testi, ikiden fazla grup içeren değişkenler için varyans analizi uygulanmıştır. Sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği ve organik gıda tutumlarının (bağımsız değişkenler) organik gıda satın alma isteği (bağımlı değişken) üzerindeki etkisini belirlemek üzere regresyon analizi yapılmıştır (Özdamar, 2001).

2.5. Güvenirlik Analizi

Katılımcıların ifadelerine uygulanan Likert ölçeğinin güvenirliliğini test etmek üzere Cronbach α katsayısı hesaplanmıştır. Bu katsayının yüksek olması ölçekte bulunan ifadelerin birbirleri ile tutarlı ve ölçeğin unsurlarını tanımlayabilen nitelikte olduğunu gösterir. Tablo 2.1'de Cronbach α katsayısı ve güvenirlik dereceleri sunulmuştur (Nakip, 2013).

Tablo 2.1. Ölçek güvenirliliği

Cronbach α	Güvenirlik derecesi
$0.00 \leq \alpha < 0.20$	Ölçek hiç güvenilir değil
$0.20 \leq \alpha < 0.40$	Ölçek güvenilir değil
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	Ölçek nispeten güvenilir
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	Ölçek güvenilir
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	Ölçek yüksek derecede güvenilir

3. BULGULAR

3.1. Katılımcı Profiline İlişkin Bulgular

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların eğitim gördükleri fakülte, cinsiyet ve yaşlarına ilişkin bilgiler Tablo 3.1.'de; sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin veriler de Tablo 3.2'de sunulmuştur.

Tablo 3.1. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler	Frekans	%
FAKÜLTE		
İİBF	100	23,20
Fen Edebiyat	80	18,56
Eğitim	75	17,40
Mühendislik	65	15,08
Veteriner	41	9,52
Teknoloji	40	9,28
Tıp	30	6,96
Toplam	431	100,00
CİNSİYET		
Kadın	217	50,35
Erkek	214	49,65
Toplam	431	100,00
YAŞ		
18-19	43	9,98
20-21	227	52,67
22-23	134	31,09
24-25	18	4,18
26 ve üzeri	9	2,08
Toplam	431	100,00

Katılımcıların fakültelerine göre öğrenim gördükleri alanlar; yaklaşık %59 (255 kişi) ile sosyal bilimler (fen edebiyat fakültesinde sosyal bilimleri bölümü öğrencileri ile anket yapılmıştır), yaklaşık %24 (105 kişi) ile fen bilimleri ve yaklaşık %17 (71 kişi) ile sağlık bilimlerinden oluşmaktadır. Araştırmada katılımcı cinsiyetlerinin oranı birbirine eşitken, yaş grubunun 20-23 arasında (yaklaşık %84) yoğunlaştığı belirlenmiştir.

Tablo 3.2. Katılımcıların sosyo-ekonomik özellikleri

Değişkenler	Frekans	%
AYLIK GELİR (TL)		
500 ve altı	176	40,84
501-1000	159	36,89
1001-1500	63	14,62
1501-2000	22	5,10
2001 ve üzeri	11	2,55
Toplam	431	100,00
GELİR KAYNAĞI		
Aile	107	24,83
Burs / kredi	141	32,72
Çalışıyor	27	6,26
Aile + (burs / kredi)	144	33,41
Aile + çalışıyor	12	2,78
Toplam	431	100,00
BARINMA KOŞULLARI		
Yurt, pansiyon vb.	262	60,79
Öğrenci evi	133	30,86
Ailesi ile birlikte	36	8,35
Toplam	431	100,00
AYLIK GIDA HARCAMASI (TL)		
250 ve altı	235	54,52
251-500	169	39,21
501-750	24	5,57
751-1000	1	0,23
1001 ve üzeri	2	0,47
Toplam	431	100,00

Tabloya göre, katılımcıların yaklaşık %78'inin 1000 TL ve altında aylık gelire sahip olduğu, yaklaşık %91'inin aylık gelirini aile ve burs/kredi kaynaklarından temin ettiği, %61'inin yurt ve pansiyon gibi mekanlarda konakladığı ve yaklaşık %94'ünün 500 TL ve altında aylık gıda harcamasında bulunduğu söylenebilir. Ailesinden destek aldığını ifade edenler bulunsa dahi, toplam çalışarak eğitimini sürdürenlerin oranı ise yaklaşık %9'dur.

3.2. Katılımcıların Tutum Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Anket çalışmasının ikinci etabında katılımcıların sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği, organik gıda ve satın alma tutum ve davranışlarını ölçmek amacıyla

sorular yöneltilmiştir. Alınan cevapların puanlarına göre oransal dağılımı, ortalama puanlar ve geçerlilik analizi sonuçları Tablo 3.3 ve Tablo 3.7 arasında görülebilir.

Tablo 3.3. Katılımcıların sağlık bilinci tutum ölçeği

Katılımcı ifadeleri	n	Puanlama ve oransal dağılım					$\bar{x}$	S.S.
		1	2	3	4	5		
		%	%	%	%	%		
İnsan sağlığını tehdit eden risklerin farkındayım	431	2,32	1,62	7,42	59,63	29,00	4,11	0,79
Sağlığımdaki değişiklikleri takip ediyorum	431	1,62	7,42	18,10	53,83	19,03	3,81	0,88
Sağlığım için düzenli egzersiz yapmaya çalışıyorum	431	4,64	24,83	26,22	32,25	12,06	3,22	1,09
Sağlığım için güvenilir gıdalarla beslenmeye gayret ediyorum	431	3,48	11,37	30,39	38,75	16,01	3,52	1,00
Genel	431						3,67	0,67
Cronbach α	0,671							

Sağlık bilinci tutum ölçeğinde; katılımcıların sağlığını tehdit eden risklerin farkında olduğunu ve sağlığındaki değişiklikleri takip ettiğini belirtmiş olmasına rağmen, spor ve beslenme yönünden sağlığı için yeterince çaba göstermediği anlaşılmaktadır (ortalama puanlara ve cevap oranlarının dağılımına göre). Sağlık bilinci için hesaplanan ortalama puanın (3,67) diğer tutum ölçekleri içerisinde en düşük ikinci değer olduğu belirlenmiştir. Cronbach α katsayısına göre, ölçekte yer alan ifadelerin tutarlı ve ölçeği tanımlayabilen nitelikte olduğu söylenebilir.

Tablo 3.4. Katılımcıların çevre duyarlılığı tutum ölçeği

Katılımcı ifadeleri	n	Puanlama ve oransal dağılım					$\bar{x}$	S.S.
		1	2	3	4	5		
		%	%	%	%	%		
Günümüzde çevre sorunlarının insan sağlığını olumsuz etkilediğini düşünüyorum	431	0,93	0,69	4,41	43,62	50,35	4,42	0,70
Çevre kirliliği ve ekolojik dengeye ilişkin tartışmaları yakından takip ediyorum	431	2,55	21,11	32,72	34,57	9,05	3,26	0,98
Gelecek nesiller için çevrenin korunmasına yönelik sorumluluk taşıdığımı düşünüyorum	431	1,39	4,64	17,63	46,64	29,70	3,99	0,89
Çevre dostu gıda üretim tekniklerini destekliyorum	431	1,16	2,55	15,32	41,53	39,44	4,15	0,85
Genel	431						3,96	0,61
Cronbach α	0,667							

Çevre duyarlılığı tutum ölçeğinde; katılımcıların büyük oranda çevrenin insan sağlığındaki önemini bildiği, çevrenin korunmasına yönelik çabaları desteklediği ve gelecek nesiller için çevrenin korunmasında sorumluluk taşıdığı sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan çevreyle ilgili tartışmalara yeterince ilgi göstermediği de anlaşılmaktadır. Ölçeğin genel ortalama puanına bakıldığında (3,96), katılımcıların çevreye karşı duyarlı bireyler olduğunu söylemek mümkündür. Çevre duyarlılığı için yöneltelen ifadelerin tutarlı ve ölçeği tanımlayıcı özellikte olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.5. Katılımcıların gıda güvenliği tutum ölçeği

Katılımcı ifadeleri	n	Puanlama ve oransal dağılım					$\bar{X}$	S.S.
		1	2	3	4	5		
		%	%	%	%	%		
Gıda güvenliğinin, gıda üretim ve tüketimi arasındaki süreçte tüm önlemleri içerdiğini düşünüyorum	431	9,05	12,30	29,00	37,35	12,30	3,31	1,12
Gıda güvenliğine yönelik tartışmaları yakından takip ediyorum	431	4,18	26,45	36,43	27,84	5,10	3,03	0,96
Gıda güvenliği kapsamında gerçekleştirilen düzenlemeleri önemsiyorum	431	0,70	7,89	18,56	53,60	19,25	3,83	0,85
Satın aldığım ambalajlı gıdalarda güvenilir gıda sertifika etiketini (ISO, HACCP vb.) kontrol ediyorum	431	5,80	12,53	29,00	33,64	19,03	3,48	1,11
Genel	431						3,41	0,68
Cronbach α	0,600							

Gıda güvenliği tutum ölçeğinde; öncelikle hesaplanan ortalama puanın (3,41) tüm ölçek gruplarında en düşük değere sahip olduğunu belirtmek gerekir. Her bir ifade için hesaplanan ortalama puanlara bakıldığında, katılımcıların gıda güvenliği sürecine ilişkin yeterli bilgiye sahip olmadığı ve konuya fazla ilgi göstermediği ifade edilebilir. Buna rağmen, katılımcı tutumları gıda güvenliğine yönelik düzenlemeleri destekler bir görünüm ortaya koymaktadır. Bu ölçek için hesaplanan Cronbach α değeri de sınırdan bir güvenilirlik sunmaktadır.

Tablo 3.6. Katılımcıların organik gıda tutum ölçeği

Katılımcı ifadeleri	n	Puanlama ve oransal dağılım					$\bar{X}$	S.S.
		1	2	3	4	5		
		%	%	%	%	%		
Organik gıdalar daha doğal ve lezzetlidir	431	2,78	2,78	9,28	33,88	51,28	4,28	0,94
Organik gıdaların besin değeri daha yüksektir	431	1,63	2,78	13,92	33,64	48,03	4,24	0,91
Organik gıdalar daha güvenlidir	431	1,16	1,62	13,69	33,87	49,65	4,29	0,85
Organik gıdalar daha çevreci özelliğe sahiptir	431	1,39	2,32	10,67	35,96	49,65	4,30	0,86
Genel	431						4,28	0,79
Cronbach α	0,906							

Organik gıdaya yönelik tutum ölçeğinde; katılımcıların her bir ifadesi için hesaplanan ortalama puanlarının yüksek olması nedeniyle, genel ortalama puan (4,28) da tüm ölçek grupları içerisinde en yüksek değere ulaşmıştır. Zira katılımcılar bu ölçek için belirlenen ifadelerle %85'in üzerinde "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" şeklinde cevap vermişlerdir. Yani katılımcılar organik gıdaları doğal, lezzetli, besin değeri yüksek, güvenli ve çevreci olarak görmektedir. Ölçek güvenilirliğinin de oldukça yüksek bir değer aldığını belirtmek gerekir.

Tablo 3.7. Katılımcıların organik gıda satın alma isteği tutum ölçeği

Katılımcı ifadeleri	n	Puanlama ve oransal dağılım					$\bar{x}$	S.S.
		1	2	3	4	5		
		%	%	%	%	%		
Organik gıda satın alma isteğim her zaman mevcuttur	431	5,10	12,53	25,52	35,50	21,35	3,55	1,11
Satın alma isteğime rağmen, organik gıdalara ulaşmak her zaman mümkün olmuyor	431	4,18	6,26	12,30	44,78	32,48	3,95	1,04
Organik gıdaların daha pahalı olması satın alma isteğimi olumsuz etkiliyor	431	4,64	7,89	15,55	41,99	29,93	3,85	1,08
Organik gıda fiyatları makul seviyeye düştüğünde ve kolay ulaşabildiğimde sürekli satın alabilirim	431	1,62	3,71	13,69	32,25	48,72	4,23	0,93
Genel	431						3,90	0,73
Cronbach α	0,656							

Katılımcılar organik gıdalara yönelik sürekli satın alma isteğinde kararsıza yakın bir tutum sergilemiş olsa dahi, ağırlıklı olarak bu tür gıdalara kolay ulaşamadığını ve pahalı olduğunu ifade etmektedir. Zira ulaşım kolaylığı ve fiyatlar konusundaki iyileştirmenin satın almadaki tutumunu olumlu şekilde etkileyeceği hesaplanan ortalama puandan anlaşılmaktadır. Bu tutum ölçeğinde yer alan ifadelerin tutarlı ve tanımlayıcı nitelikte olduğu söylenebilir.

3.3. İstatistik Analiz Bulguları

Her bir tutum ölçeği üzerinde iki grup içeren cinsiyet değişkeninin etkisi t testi ile incelenmiş olup, analiz sonuçları Tablo 3.8'de verilmiştir.

Tablo 3.8. Tutum ölçeklerinin cinsiyete göre karşılaştırılması

Tutum ölçekleri	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	S.S.	t	Sig.
Sağlık bilinci	Kadın	217	3,18	0,61	1,539	0,124
	Erkek	214	3,62	0,73		
Çevre duyarlılığı	Kadın	217	3,92	0,56	-1.218	0,224
	Erkek	214	3,99	0,65		
Gıda güvenliği	Kadın	217	3,48	0,65	*2,069	0,039
	Erkek	214	3,34	0,71		
Organik gıda	Kadın	217	4,36	0,67	*2,087	0,038
	Erkek	214	4,20	0,88		
Satın alma	Kadın	217	3,96	0,66	1,888	0,060
	Erkek	214	3,83	0,79		

*p<0,05

Cinsiyetin gıda güvenliği ve organik gıdaya ilişkin katılımcı tutumları üzerindeki etkisi önemli ($p<0,05$), diğer katılımcı tutumları üzerindeki etkisi ise önemsiz bulunmuştur ($p>0,05$). Ortalama puanlara bakıldığında; kadın bireylerin erkek bireylere göre gıda güvenliği ve organik gıdaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Cinsiyetin dışında ikiden fazla grup içeren diğer değişkenlerin sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği, organik gıda ve satın alma isteği tutumları üzerindeki etkisinin araştırılmasında ise varyans analizi kullanılmıştır. Söz konusu değişkenler ile sağlık bilinci (Tablo 3.9), çevre duyarlılığı (Tablo 3.10) ve gıda güvenliği (Tablo 3.11) arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 3.9. Sağlık bilinci tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi

Değişkenler		n	$\bar{x}$	S.S.	F	Sig.
Fakülte	Veteriner	41	3,58	0,55	0,638	0,700
	İİBF	100	3,61	0,67		
	Fen Edebiyat	80	3,72	0,76		
	Teknoloji	40	3,71	0,73		
	Tıp	30	3,67	0,87		
	Eğitim	75	3,76	0,58		
	Mühendislik	65	3,62	0,60		
Bilim alanı	Sosyal bilimler	255	3,69	0,68	0,325	0,723
	Fen bilimleri	105	3,65	0,65		
	Sağlık bilimleri	71	3,62	0,70		
Yaş	18-19	43	3,70	0,54	0,865	0,485
	20-21	227	3,65	0,67		
	22-23	134	3,73	0,69		
	24-25	18	3,50	0,84		
	26 ve üzeri	9	3,44	0,57		
Gelir (TL)	500 ve altı	176	3,62	0,64	0,608	0,657
	501-1000	159	3,69	0,68		
	1001-1500	63	3,73	0,75		
	1501-2000	22	3,59	0,67		
	2001 ve üzeri	11	3,84	0,62		
Gelir kaynağı	Aile	107	3,68	0,59	2,239	0,064
	Burs/kredi	141	3,56	0,79		
	Çalışıyor	27	3,56	0,51		
	Aile + (burs/kredi)	144	3,79	0,63		
	Aile + çalışıyor	12	3,65	0,57		
Barınma	Yurt, pansiyon vb.	262	3,68	0,63	0,309	0,734
	Öğrenci evi	133	3,63	0,74		
	Ailesi ile birlikte	36	3,71	0,73		
Gıda harcaması	250 ve altı	235	3,64	0,69	0,604	0,660
	251-500	169	3,68	0,67		
	501-750	24	3,86	0,57		
	751-1000	1	3,75	-		
	1001 ve üzeri	2	3,62	0,53		

Tablo 3.10. Çevre duyarlılığı tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi

Değişkenler		n	$\bar{x}$	S.S.	F	Sig.
Fakülte	Veteriner	41	4,01	0,58	0,935	0,470
	İİBF	100	3,98	0,50		
	Fen Edebiyat	80	3,86	0,76		
	Teknoloji	40	4,04	0,62		
	Tıp	30	3,91	0,73		
	Eğitim	75	4,04	0,50		
	Mühendislik	65	3,89	0,62		
Bilim alanı	Sosyal bilimler	255	3,96	0,59	0,025	0,975
	Fen bilimleri	105	3,94	0,62		
	Sağlık bilimleri	71	3,96	0,64		
Yaş	18-19	43	3,87	0,58	0,365	0,833
	20-21	227	3,98	0,59		
	22-23	134	3,94	0,60		
	24-25	18	3,96	0,99		
	26 ve üzeri	9	4,06	0,54		
Gelir (TL)	500 ve altı	176	3,96	0,57	0,631	0,641
	501-1000	159	3,99	0,66		
	1001-1500	63	3,89	0,63		
	1501-2000	22	3,85	0,54		
	2001 ve üzeri	11	4,11	0,42		
Gelir kaynağı	Aile	107	4,02	0,48	0,615	0,652
	Burs/kredi	141	3,90	0,68		
	Çalışıyor	27	3,98	0,55		
	Aile + (burs/kredi)	144	3,95	0,64		
	Aile + çalışıyor	12	4,04	0,42		
Barınma	Yurt, pansiyon vb.	262	3,95	0,64	0,015	0,985
	Öğrenci evi	133	3,95	0,57		
	Ailesi ile birlikte	36	3,97	0,54		
Gıda harcaması	250 ve altı	235	3,99	0,60	0,606	0,658
	251-500	169	3,91	0,63		
	501-750	24	3,92	0,54		
	751-1000	1	4,50	-		
	1001 ve üzeri	2	4,12	0,18		

Tablo 3.11. Gıda güvenliği tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi

Değişkenler		n	$\bar{x}$	S.S.	F	Sig.
Fakülte	Veteriner	41	3,32	0,64	0,598	0,732
	İİBF	100	3,40	0,68		
	Fen Edebiyat	80	3,43	0,68		
	Teknoloji	40	3,29	0,64		
	Tıp	30	3,37	0,84		
	Eğitim	75	3,48	0,62		
	Mühendislik	65	3,48	0,75		
Bilim alanı	Sosyal bilimler	255	3,43	0,66	0,499	0,607
	Fen bilimleri	105	3,41	0,71		
	Sağlık bilimleri	71	3,34	0,72		
Yaş	18-19	43	3,44	0,65	0,603	0,661
	20-21	227	3,37	0,65		
	22-23	134	3,46	0,74		
	24-25	18	3,40	0,77		
	26 ve üzeri	9	3,61	0,60		
Gelir (TL)	500 ve altı	176	3,37	0,63	0,369	0,831
	501-1000	159	3,45	0,72		
	1001-1500	63	3,42	0,73		
	1501-2000	22	3,49	0,74		
	2001 ve üzeri	11	3,34	0,63		
Gelir kaynağı	Aile	107	3,33	0,59	1,673	0,155
	Burs/kredi	141	3,39	0,74		
	Çalışıyor	27	3,28	0,68		
	Aile + (burs/kredi)	144	3,50	0,70		
	Aile + çalışıyor	12	3,62	0,61		
Barınma	Yurt, pansiyon vb.	262	3,46	0,68	2,183	0,114
	Öğrenci evi	133	3,31	0,72		
	Ailesi ile birlikte	36	3,42	0,54		
Gıda harcaması	250 ve altı	235	3,44	0,70	0,727	0,574
	251-500	169	3,35	0,66		
	501-750	24	3,56	0,73		
	751-1000	1	3,50	-		
	1001 ve üzeri	2	3,50	0,71		

Katılımcıların organik gıdaya ilişkin tutumu ile fakülte, bilim alanı, yaş, gelir ve gelir kaynağı değişkenleri arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Tablo 3.12). Etkisi önemli bulunan her bir değişkendeki parametreler için Tukey testi kullanılmıştır. Buna göre fakülte değişkeninde; mühendislik ile İİBF, teknoloji ve eğitim fakülteleri arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Organik gıdaya ilişkin tutumda en yüksek ortalama puan eğitim fakültesinden katılımcılarda,

en düşük puan mühendislik fakültesinden katılımcılarda hesaplanmıştır. Bilim alanı değişkeninde Tukey testine göre gruplar arasında anlamlı farklılık görülmemiştir. Yaş değişkeninde; 20-21 arası yaş grubu ile 22-23 ve 24-25 arası yaş grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). En yüksek ortalama puan 20-21 arası yaş grubunda, en düşük ortalama puan da 24-25 arası yaş grubunda hesaplanmıştır. Gelir değişkeninde; 500 ve altı grup ile 1001-1500 ve 1501-2000 grupları arasında, 501-1000 grup ile 1001-1500 ve 1501-2000 grupları arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir ($p<0,05$). Gelir kaynağı değişkeninde ise çalışan grup ile aile grubu ve burs/kredi grubu arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).



Tablo 3.12. Organik gıda tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi

Değişkenler		n	$\bar{x}$	S.S.	F	Sig.
Fakülte	Veteriner	41	4,12	0,67	*4,444	0,000
	İİBF	100	4,38	0,71		
	Fen Edebiyat	80	4,18	0,97		
	Teknoloji	40	4,51	0,62		
	Tıp	30	4,12	0,68		
	Eğitim	75	4,52	0,65		
	Mühendislik	65	3,99	0,87		
Bilim alanı	Sosyal bilimler	255	4,36	0,79	3,587	0,029
	Fen bilimleri	105	4,19	0,82		
	Sağlık bilimleri	71	4,12	0,67		
Yaş	18-19	43	4,27	0,56	*3,665	0,006
	20-21	227	4,39	0,77		
	22-23	134	4,14	0,74		
	24-25	18	3,86	1,34		
	26 ve üzeri	9	4,42	0,83		
Gelir (TL)	500 ve altı	176	4,41	0,67	*7,779	0,000
	501-1000	159	4,32	0,80		
	1001-1500	63	3,94	0,80		
	1501-2000	22	3,73	1,08		
	2001 ve üzeri	11	4,48	0,55		
Gelir kaynağı	Aile	107	4,36	0,74	*3,349	0,010
	Burs/kredi	141	4,36	0,81		
	Çalışıyor	27	3,81	1,03		
	Aile + (burs/kredi)	144	4,23	0,73		
	Aile + çalışıyor	12	4,17	0,55		
Barınma	Yurt, pansiyon vb.	262	4,28	0,81	1,518	0,220
	Öğrenci evi	133	4,22	0,76		
	Ailesi ile birlikte	36	4,47	0,70		
Gıda harcaması	250 ve altı	235	4,35	0,76	1,737	0,141
	251-500	169	4,21	0,79		
	501-750	24	4,05	0,95		
	751-1000	1	5,00	-		
	1001 ve üzeri	2	3,75	0,35		

*p<0,05

Organik gıda satın alma isteğinde (Tablo 3.13) diğer değişkenlerden sadece aylık gelir ve gelir kaynağının anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p<0,05).

Tablo 3.13. Satın alma isteği tutumunda diğer katılımcı özelliklerinin etkisi

Değişkenler		n	$\bar{x}$	S.S.	F	P
Fakülte	Veteriner	41	4,07	0,55	1,657	0,130
	İİBF	100	3,91	0,77		
	Fen Edebiyat	80	3,82	0,79		
	Teknoloji	40	4,02	0,62		
	Tıp	30	3,77	0,73		
	Eğitim	75	3,98	0,65		
	Mühendislik	65	3,73	0,81		
Bilim alanı	Sosyal bilimler	255	3,90	0,74	0,439	0,645
	Fen bilimleri	105	3,84	0,75		
	Sağlık bilimleri	71	3,94	0,65		
Yaş	18-19	43	3,85	0,56	2,358	0,053
	20-21	227	3,96	0,75		
	22-23	134	3,82	0,73		
	24-25	18	3,57	0,80		
	26 ve üzeri	9	4,28	0,60		
Gelir (TL)	500 ve altı	176	4,08	0,64	*7,152	0,000
	501-1000	159	3,85	0,78		
	1001-1500	63	3,57	0,73		
	1501-2000	22	3,64	0,60		
	2001 ve üzeri	11	4,00	0,75		
Gelir kaynağı	Aile	107	3,92	0,68	*4,071	0,003
	Burs/kredi	141	4,00	0,75		
	Çalışıyor	27	3,40	0,90		
	Aile + (burs/kredi)	144	3,86	0,69		
	Aile + çalışıyor	12	3,92	0,72		
Barınma	Yurt, pansiyon vb.	262	3,92	0,71	1,496	0,225
	Öğrenci evi	133	3,81	0,78		
	Ailesi ile birlikte	36	4,02	0,69		
Gıda harcaması	250 ve altı	235	3,96	0,71	2,310	0,057
	251-500	169	3,84	0,73		
	501-750	24	3,59	0,86		
	751-1000	1	4,75	-		
	1001 ve üzeri	2	3,50	0,00		

*p<0,05

Tukey testi sonucunda aylık gelir değişkenine göre; satın alma isteğinde 500 ve altı grup ile 501-1000 ve 1001-1500 grupları arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir ($p<0,05$). Gelir kaynağı değişkenine göre satın alma isteğinde ise çalışan grup ile aile, burs/kredi ve aile+(burs/kredi) grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$).

Tablo 3.14'de katılımcıların organik gıda satın alma isteğinde her bir tutum ölçeğinin etkisinin incelendiği regresyon analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 3.14. Regresyon analizi sonuçları

Değişkenler	B	S.E.	t	Sig.	F	Sig.
Sabit	1,806	0,246	*7,341	0,000	*31,911	0,000
Sağlık bilinci	0,017	0,056	0,300	0,764		
Çevre duyarlılığı	0,041	0,062	0,659	0,510		
Gıda güvenliği	0,010	0,054	0,192	0,847		
Organik gıda	0,428	0,043	*10,039	0,000		

R²: 0,231

Durbin-Watson (DW): 1,954

*p<0,05

Tablodaki bulgulardan hareketle, kurulan regresyon modelinin bütün olarak (F testi) anlamlı (p<0,05) olduğu sonucuna varılmıştır. Modele dahil edilen tüm bağımsız değişkenler bağımlı değişken (satın alma isteği) üzerindeki varyasyonun (R²) %23'ünü açıklamaktadır. Her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi incelendiğinde; sadece organik gıdaya ilişkin tutumun satın alma isteği üzerindeki etkisi önemli (p<0,05) bulunmuştur. Bağımsız değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkiyi yansıtan DW değerine göre otokorelasyon olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca korelasyon matrisinde (Tablo 3.15) bağımsız değişkenler arasındaki ikili korelasyon katsayılarının düşük olması çoklu doğrusallığın bulunmadığını göstermektedir.

Netice olarak regresyon analizi ile tahmin edilen model;

"Satın alma isteği = 1,809 + 0,428 (Organik gıda tutumu)" şeklinde yazılabilir.

Tablo 3.15. Bağımsız değişkenlere ait korelasyon matrisi

Değişkenler		Sağlık bilinci	Çevre duyarlılığı	Gıda güvenliği	Organik gıda
Sağlık bilinci	Katsayı* Sig. n	1,000	**0,466 0,000 431	**0,483 0,000 431	**0,211 0,000 431
Çevre duyarlılığı	Katsayı* Sig. n	**0,466 0,000 431	1,000	**0,420 0,000 431	**0,366 0,000 431
Gıda güvenliği	Katsayı* Sig. n	**0,483 0,000 431	**0,420 0,000 431	1,000	**0,223 0,000 431
Organik gıda	Katsayı* Sig. n	**0,211 0,000 431	**0,366 0,000 431	**0,223 0,000 431	1,000

*Korelasyon katsayısı, **p<0,05

4. TARTIŞMA

Katılımcıların yaş gruplarının dağılımından da anlaşılacağı üzere, araştırmaya büyük oranda ikinci sınıf ve üstü katılımcıların dahil edilmesi amaçlanmıştır. Bu tercihin birincil nedeni, öğrencilerin eğitim süreçlerinde alan (sosyal, fen ve sağlık) derslerinin yoğunluğunun artmasını beklemek ve incelenen tutumlarında eğitim alanı farklılığının da etkisini araştırmaktır. Zira lisans eğitiminde alan derslerinin genellikle ikinci sınıftan itibaren daha yoğun verildiği bilinmektedir.

Tercihteki ikinci neden ise, üniversitenin bulunduğu şehir olan Afyonkarahisar'a çoğunlukla il dışından gelen öğrencilerin zaman içerisinde çevreyi tanımaları ve yaşadıkları ortama adapte olmalarını beklemektir. Çünkü organik gıda satın alımında yaşanan ortamın şartlarına göre katılımcı algısının şekillenebileceği düşünülmüştür (fiyat ve ulaşılabilirlik açısından). Tezin giriş bölümünde de belirtildiği gibi, organik gıda tercihinin olumsuz etkileyen en önemli iki unsur ürün fiyatları ve ulaşım zorluğudur (Merdan, 2018; Atalay, 2016; Ağır ve ark., 2014; Radman, 2005).

Demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerin tamamının sağlık bilinci ve çevre duyarlılığındaki etkisinin önemsiz ($p>0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Gıda güvenliğinde cinsiyetin, satın alma isteğinde gelir ve gelir kaynağının etkisinin önemli ($p<0,05$) olduğu belirlenmiştir. Organik gıda tutumunda ise daha fazla değişkenin (fakülte, eğitim alanı, cinsiyet, yaş, gelir ve gelir kaynağı) etkisi önemli ($p<0,05$) bulunmuştur. Organik gıdalara yönelik tüketici tutumları ve satın alma kararlarında katılımcı özelliklerinin etkili olduğunu gösteren bazı çalışma sonuçlarına tezin literatür özetinde yer verilmiştir. Bununla birlikte; organik gıda satın almada sosyo-demografik değişkenlerin rol oynadığı ifade edilse de, bunlardan belirli değişkenlerin etkili olabildiği ve söz konusu değişkenlerin her zaman tutarlı sonuçlar göstermediği de bildirilmektedir (Azzurra ve ark., 2019). Yine farklı bir araştırmada, demografik değişkenlerin organik gıda tüketicilerini tanımladığı ancak,

tüketim tercihlerinde önemli bir korelasyonun olmayabileceği ifade edilmektedir (Shafie ve Rennie, 2012).

Katılımcıların sosyo-ekonomik özellikleri içerisinde hem organik gıda satın alma hem de organik gıda tutumlarını etkileyen en önemli değişkenin aylık ortalama gelir olduğu söylenebilir. Gelirin organik gıda satın alımında anlamlı bir ilişki ortaya koyduğunu bildiren literatür bulgularını (Onurlubaş ve Doğan, 2016; Kacur, 2009) desteklemesi açısından elde edilen sonuç önemli bulunmuştur. Ancak bu araştırmada tespit edilen gelirin anlamlı farklılığı, gelir artışına bağlı olarak satın alma isteğinin de artması şeklinde bir sonuç değildir. Söz konusu farklılık, satın alma isteğinde 500 ve altı gelir düzeyindeki grubun 501-1000 arası ve 1001-1500 arasındaki gruba göre daha yüksek ortalama puana sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

En düşük gelir düzeyinde satın alma isteğinin daha yüksek çıkmasında, bu gruptaki katılımcıların (176 kişi) tutum ölçeğinde yer alan "organik gıda satın alma isteğim her zaman mevcuttur" ifadesine diğer iki gruba göre oransal olarak (%65) daha fazla puan (4 ve 5 puan) vermesi etkili olmuştur. Halbuki söz konusu ifade satın alma ölçeğinde en düşük ortalama puanı ($3,55 \pm 1,11$) almıştır. Benzer bir durumu organik gıdaya ilişkin tutum ölçeğinde de görmek mümkündür. En düşük gelir düzeyindeki katılımcıların organik gıda tutumlarına ilişkin ortalama puanı daha yüksek hesaplanmıştır. Zira ilgili tutum ölçeğindeki ifadelerle söz konusu gelir düzeyine sahip bireylerin diğer gruplara göre oransal olarak daha fazla puan verdiği tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin ağırlıklı olarak yer aldığı bir araştırmada, organik ürünlerin algılanmasında öğrenci gelirinin anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Satın alma isteğinde gelir kaynağının da anlamlı farklılığa neden olduğu görülmüş, katılımcı toplamı içerisinde düşük orana sahip "çalışan" grubun söz konusu farklılığın kaynağı olduğu tespit edilmiştir. Aylık gelirini ailesinden ya da burs/kredi seçeneklerinden sağlayanlara göre çalışan grubun satın alma isteğindeki ortalama puanı daha düşük hesaplanmıştır. Bu grubun satın alma ölçeğinde yer alan

ifadelere oransal olarak daha az puan verdiği (diğer gruplara göre) tespit edilmiştir. Benzer bir duruma organik gıdaya yönelik tutum ölçeğinde de rastlanmıştır. Çalışan grubun organik gıda ölçeğindeki ifadelere oransal olarak daha az puan vermesi nedeniyle ortalama tutum puanı bu grupta daha düşük hesaplanmıştır. Neticede eğitim ve yaşamsal giderlerini çalışarak karşılayan bu grupta hem organik gıda tutumu hem de organik gıda satın alma isteğinin daha düşük kaldığı söylenebilir.

Organik gıda tutumunda yer alan yaş değişkeninde en yüksek ortalama puan 26 ve üzeri yaş grubu için ($4,42 \pm 0,83$) hesaplanmış olsa da, yaşın tutum ölçeğinde belirlenen anlamlı farklılığı bu grup için tespit edilmemiştir. Katılımcıların yaklaşık %53'ünü oluşturan 20-21 yaş grubunun ikinci en yüksek ortalama puana ($4,39 \pm 0,77$) sahip olması ve anlamlı farklılığın kaynağını teşkil etmesi, bu gruptaki katılımcıların organik gıda tutumunda yer alan tüm ifadelere en yüksek puanı oransal olarak daha fazla vermesiyle ilgilidir. Bununla birlikte 20-21 yaş grubunun anlamlı farklılığın kaynağını oluşturmasını katılımcı cinsiyeti de etkilemiş olabilir. Cinsiyetin hem organik gıda hem de gıda güvenliği tutumlarındaki etkisinin önemli bulunması yanında, organik gıda tutumunda 20-21 yaş grubundaki bireylerin kadın cinsiyet oranı 18-19 yaş grubundakilerden sonra en yüksek ikinci orana sahip olduğunu da belirtmek gerekir.

Literatürde tüketici yaşının artmasıyla organik ürünlerin benimsenme oranlarının da arttığı bildirilmiş (Ağır ve ark., 2014) olsa da, bu araştırmada genç ve kadın cinsiyette yer alan üniversite öğrencilerinin organik gıdaya yönelik tutum düzeyinin daha yüksek olabileceği belirlenmiştir. Üniversite öğrencilerinin ağırlıklı olarak yer aldığı bir araştırmada organik ürünleri algılamada cinsiyetin önemli, yaşın önemsiz olduğu tespit edilmiş olup (Kacur, 2009), farklı bir çalışmada ise kadınlar ve gençlerin organik gıdaya daha fazla ilgi gösterdiği bildirilmiştir (Azzurra ve ark., 2019).

Organik gıda tutumunda öğrencilerin öğrenim gördükleri fakülte değişkeninin anlamlı farklılığı mühendislik grubundaki en düşük ortalama puandan ($3,99 \pm 0,87$)

kaynaklanmıştır. Bu gruptakiler ile en yüksek ortalama puana sahip eğitim, teknoloji ve İİBF grubundakiler arasındaki farklılık önemli bulunmuştur. Dördüncü sırada en yüksek puana sahip fen edebiyat değişkeni de dahil edildiğinde, sosyal bilimler alanındaki katılımcı kitlesinin organik gıda tutumu puanı daha büyük belirlenmiştir. Eğitim alanının organik gıda tutumunda anlamlı farklılığına rağmen, söz konusu farklılığın kaynağı yapılan test (Tukey) sonucunda net olarak belirlenememiştir. Bu araştırma evrenine yakın olduğu düşünülen ve üniversitede görevli akademik personele yönelik yürütülen bir araştırmada, katılımcıların organik gıda algıları ile temsil ettikleri bilim alanları (sağlık, fen ve sosyal) arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (Özçelik ve Uçar, 2008).

Regresyon analizi sonucuna göre, modele dahil edilen tutum ölçeklerinden sadece organik gıdaya ilişkin tutumun satın almada etkili olduğu; sağlık bilinci, çevre duyarlılığı ve gıda güvenliği tutumlarının satın alma isteğinde önemsiz kaldığı tespit edilmiştir. Tezin giriş bölümünde ayrıntılı olarak ele alındığı gibi, organik gıdaya ilişkin yapılan araştırmaların büyük bölümü sağlık bilincinin satın almada en etkili faktör olduğunu belirtirken (Rana ve Paul, 2017; Çelik, 2013; Suprpto and Wijaya, 2012; Lüleci, 2012; Ozguven, 2012; Shahrudin ve ark., 2010; Seçer ve ark., 2010; Magistris ve Gracia, 2008), bazı çalışmalarda da sağlık bilincinin satın alma tutumunda her zaman anlamlı farklılık göstermediği ifade edilmiştir (Tarkiainen ve Sundqvist, 2005).

Üniversite öğrencilerinin ağırlıklı olarak yer aldığı bir araştırmada, sağlık bilincinin satın almada etkili olmadığı bildirilmiş, bu sonuç katılımcıların önemli bir kısmının öğrenci olmasıyla ilişkilendirilmiştir. Öğrencilerin düşük fiyatlı ve kolay ulaşılabilen gıdalara yönelmesinin yanı sıra, sağlıklarına yeterli özeni göstermemelerinin bir sonucu olarak, sağlık bilincinin satın almada etkili olmadığı sonucuna varılmıştır (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015).

Bulgular bölümünde belirtildiği gibi, sağlık bilinci tutum ölçeğinde katılımcıların egzersiz ve beslenme alışkanlıkları gibi ifadelerinde daha düşük puan

vermesinin, satın alma isteğinde sağlık bilincinin etkisini azalttığı düşünülmektedir. Benzer bir yaklaşım satın almada etkisiz olduğu belirlenen çevre duyarlılığı tutumu için de yapılabilir. Katılımcılar tutum ölçeğinde çevrenin insan sağlığındaki önemi ve korunmasına yönelik çabaları destekleme ifadelerinde yüksek puanlama yaparken, çevreyle ilgili tartışmalara yeterince ilgi göstermediğini ortaya koyan puan tercihlerinde bulunmuştur. Satın alma isteğinde üçüncü etkisiz tutum ölçeği konumundaki gıda güvenliğinin ise katılımcılar tarafından yeterince anlaşılamadığı öngörülmektedir. Hesaplanan ortalama puanın $(3,41 \pm 0,68)$ kararsız düzeye daha yakın olması bu sonuca varılmasında etkili olmuştur.

Satın alma isteğinde etkisi önemli bulunan organik gıdaya ilişkin tutumun ortalama puanının $(4,28 \pm 0,79)$ da diğer tutum ölçekleri arasında en yüksek değer olduğu görülmüştür. Bu tutum ölçeğinde yer alan tüm ifadelerin katılımcılar tarafından genel kabul gördüğü ve yüksek düzeyde karşılık bulduğu söylenebilir. Buradan yola çıkarak, katılımcıların organik gıda tutumlarının satın alma davranışlarında önemli rol oynadığını belirtmek mümkündür. Üniversite öğrencilerinin katılımcı olarak daha fazla dahil edildiği bir araştırmada organik gıda tutumu ve gıda güvenliğinin satın alma niyetine en fazla etki eden unsurlar olduğu bildirilmiştir (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015).

Satın alma isteğinde etkisi önemsiz bulunan sağlık bilinci, çevre duyarlılığı ve gıda güvenliği tutum ölçeklerinin organik gıda tutumundaki etkisi de ayrıca incelenmiştir. Buna göre çevre duyarlılığının organik gıda tutumu üzerinde etkili olduğu ($p < 0,05$), sağlık bilinci ve gıda güvenliği tutumlarının ise, satın alma isteğinde olduğu gibi, organik gıda tutumunu etkilemediği ($p > 0,05$) tespit edilmiştir.

5. SONUÇ

Bu araştırmada düşük gelir grubundaki katılımcıların organik gıda satın alma isteğinde ön plana çıkması, organik gıdaya olan tutumlarından kaynaklanmış olabilir. Zira söz konusu gelir grubunun benzer yaklaşımına organik gıda tutumunda da rastlanmıştır. Yine de yaş itibarıyla daha genç ve düşük gelire sahip katılımcıların organik gıdalara yönelik tercihlerinin yüksek olması talep potansiyeli açısından önemli görülmüştür. Ayrıca satın alma isteğinde olmasa dahi, organik gıda tutumunda kadın cinsiyetin anlamlı farklılığı literatür bulgularını destekler niteliktedir.

Sağlık bilincinin hem organik gıda tutumu hem de satın alma isteğindeki etkisinin önemsiz bulunmasında, öğrencilerin bu tutum ölçeğinde özellikle beslenme ve egzersiz ifadelerine düşük puan vermesinin etkili olduğu düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak, öğrencilerin sağlıkları için yeterli ilgiyi göstermediği sonucuna ulaşmanın doğru bir yaklaşım olmayacağı ifade edilebilir. Çünkü sağlık bilinci tutum ölçeğinde katılımcıların sağlığını tehdit eden risklerin farkında olduğu ve sağlığındaki değişiklikleri takip ettiğine ilişkin ifadelerinde daha yüksek puanlama yaptığı belirlenmiştir.

Çevre duyarlılığı her ne kadar satın alma isteğinde önemsiz olarak bulunmuş olsa da, organik gıda tutumunda önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin ilgili tutum ölçeğinde çevre sorunlarının insan sağlığını tehdit ettiği ve çevre dostu üretim tekniklerini desteklediği yönündeki ifadelere yüksek puan verdiği düşünüldüğünde, çevre bilinci ve duyarlılığının bütün olarak organik gıda tercihinde önemli bir etken olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Gıda güvenliği için hesaplanan ortalama puanın kararsızların değerine yakın olması, bu ölçekte yer alan ifadelerin katılımcılar tarafından yeterince anlaşılmadığını düşündürmektedir. Katılımcıların gıda güvenliğine ilişkin düzenlemeleri önemseyen ifadesine daha fazla puan vermesi yanında, gıda güvenliği

süreci, belgelendirme ve konuyla ilgili kamuoyu tartışmalarına olan ilgisi için düşük puan tercihlerinde bulunması, söz konusu kanaate varılmasında etkili olmuştur.

Sonuç olarak, bu araştırmada organik gıda satın alma isteğinde etkisi incelenen dört faktörden sadece organik gıdaya ilişkin tutumun önemli bulunması, başta sağlık bilinci olmak üzere diğer tutum ölçeklerinin de organik gıda talebindeki önemini azaltmamaktadır. Çünkü organik gıdalara olan ilginin artmasında sağlık endişesi, çevrenin korunması ve güvenilir gıdaya ulaşım tartışmalarının etkisi oldukça büyüktür. Araştırmaya dahil edilen deneklerin tamamının öğrenci olması sonucun bu şekilde çıkmasını etkilemiş olabilir. Ayrıca etkisi önemli bulunmayan ölçeklerde yer alan ifadelerden bazıları (sağlık bilincinde egzersiz, çevre duyarlılığı ve gıda güvenliğinde konuyla ilgili tartışmaları yakından takip etmekle ilgili) katılımcı algılarının düşmesini sağlamış olabilir.

ÖZET

Üniversite Öğrencilerinin Organik Gıda Satın Alma İsteğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği ve organik gıda tutumlarının organik gıda satın alma isteği üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın materyali, Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde öğrenim gören 431 öğrenciden yüz yüze anket yoluyla elde edilmiştir. Her bir tutumda yer alan katılımcı ifadeleri için Likert-tip ölçeklendirme yapılmıştır. Tutum ölçekleri için belirlenen ortalama puanların katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile karşılaştırılmasında t testi (iki grup içeren değişken için) ve varyans analizi (ikiden fazla grup içeren değişkenler için) uygulanmıştır. Sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği ve organik gıda tutumlarının organik gıda satın alma isteği üzerindeki etkisini belirlemek üzere regresyon analizi yapılmıştır. Katılımcıların yaklaşık %59'unun sosyal bilimler alanında öğrenim gördüğü, yaklaşık %84'ünün 20-23 arası yaş aralığında bulunduğu ve cinsiyet oranının birbirine eşit olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların yaklaşık %78'inin 1000 TL ve altında aylık gelire sahip olduğu, yaklaşık %91'inin aylık gelirini aile ve burs/kredi kaynaklarından temin ettiği, yaklaşık %61'inin yurt ve pansiyon gibi mekanlarda konakladığı ve yaklaşık %94'ünün 500 TL ve altında aylık gıda harcamasında bulunduğu tespit edilmiştir. Organik gıda satın alma isteği ile aylık gelir ve gelir kaynağı arasındaki farklılık önemli ($p<0,05$); cinsiyet, yaş, eğitim alanı, barınma ve aylık gıda harcaması arasındaki farklılık önemsiz ($p>0,05$) bulunmuştur. Organik gıda satın alma isteği üzerinde sağlık bilinci, çevre duyarlılığı ve gıda güvenliğinin etkisiz ($p>0,05$), organik gıda tutumunun etkili ($p<0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak; katılımcıların organik gıda tutumlarının satın alma tercihlerinde belirleyici olduğu, genç bireylerin gelir düzeyi düşük olsa bile organik gıda satın alma isteklerinin bulunduğu anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Organik gıda, sağlık bilinci, çevre duyarlılığı, gıda güvenliği, satın alma isteği, tutum ölçeği

SUMMARY

Determination of the Factors Affecting the Organic Food Purchase Request of University Students

In this research, the effect of health consciousness, environmental awareness, food safety and organic food attitudes of university students on the request to purchase organic food were investigated. Material of the study was obtained by a face to face questionnaire from 431 students at Afyon Kocatepe University. Likert-type scaling was performed for participant expressions in each attitude. The t-test (for variables containing two groups) and variance analysis (for variables containing more than two groups) were applied to the mean scores determined for attitude scales in comparison with the demographic and socio-economic characteristics of the participants. Regression analysis was conducted to determine the effect of health consciousness, environmental awareness, food safety and organic food attitudes on the request to purchase organic food. It was determined that approximately 59% of the participants were educated in the social sciences, approximately 84% of the participants were in the 20-23 age range and the gender ratio was equal. In addition, approximately 78% of the participants have monthly income of 1000 TL and less, approximately 91% of the participants have monthly income from their family and scholarship / credit sources, 61% of them have accommodation in dormitories and hostels and 94% of the participants have 500 TL and less food expenditure per month. The difference between the request to purchase organic food and the monthly income with the source of income was significant ($p<0,05$); the difference between gender, age, education area, shelter and monthly food expenditure was insignificant ($p>0,05$). It was determined that health consciousness, environmental awareness and food safety on the request to purchase organic food were ineffective ($p>0,05$) and organic food attitude was effective ($p<0,05$). As a result; it was found that the participants' organic food attitudes were determinative in purchasing preferences, and that young individuals were willing to purchase organic food even if their income level was low.

Key words: Organic foods, health consciousness, environmental awareness, food security, purchase request, attitude scale

KAYNAKLAR

- AĞIR, H.B., POYRAZ, N., YILMAZ, H.İ., BOZ, İ. (2014). Tüketicilerin organik ürün algısı: Kayseri İli örneği. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014 Samsun*, S: 1434-1439.
- AKIN, M., ÇİÇEK, R., İNAL, M.E., TOKSARI, M. (2010). Niğde İlindeki tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile organik gıdalara ilişkin tutum ve bireysel değerleri arasındaki farklılığın incelenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1): 29-56.
- ATALAY, C. (2016). Yeni çevresel paradigma ölçeği ile organik gıda tüketicilerinin çevreye yönelik tutumlarının değerlendirilmesi: Ankara İli örneği. *Y. Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- AZZURRA, A., MASSIMILIANO, A., ANGELA, M. (2019). Measuring sustainable food consumption: A case study on organic food. *Sustainable Production and Consumption*, 17: 95-107.
- CANARSLAN, N.Ö., UZ, C.Y. (2019). Annelerin ve hamilelerin organik gıda satın alma davranışları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1): 457-478.
- CROWDER, D.W., REGANOLD, J.P. (2015). Financial competitiveness of organic agriculture on a global scale. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(24): 7611-7616.
- ÇELİK, S. (2013). Kimler, neden organik gıda satın alıyor? Bir alan araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30: 93-108.
- ÇELİKYÜREK, H., KARAKUŞ, K. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de organik hayvancılığa genel bir bakış. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8(2): 299-306.
- DOĞAN, H.G., GÜREL, E. (2016). Kırşehir İli Merkez İlçede yaşayan tüketicilerin organik ürün tüketimindeki tutum ve davranışlarının belirlenmesi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(2): 147-156.
- ERYILMAZ, G.A., DEMİRYÜREK, K., EMİR, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye’de organik tarım ve gıda ürünlerine karşı tüketici davranışları. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 30: 199-206.
- EU. (2018). European Union, Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products.
- FiBL ve IFOAM (2019). Forschung Institute für Biologischen Landbau; Research Institute of Organic Agriculture and International Federation of Organic Agriculture Movements - Organics International. The World of Organic Agriculture. Statistics and

Emerging Trends 2019. Edited by Helga Willer and Julia Lernoud. ISBN PDF version 978-3-03736-119-1, Germany.

- GIL, J.M., GRACIA, A., SANCHEZ, M. (2000). Market segmentation and willingness to pay for organic products in Spain. *International Food and Agribusiness Management Review*, 3(2): 207-226.
- İÇLİ, G.E., ANIL, N.K., KILIÇ, B. (2016). Tüketicilerin organik gıda satın alma tercihlerini etkileyen faktörler. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2): 93-108.
- İNCİ, H., KARAKAYA, E., ŞENGÜL, A.Y. (2017). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır İli örneği). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 20(2): 137-147.
- JANSSEN, M., HAMM, U. (2014). Governmental and private certification labels for organic food: consumer attitudes and preferences in Germany. *Food Policy*, 49: 437-448.
- KACUR, L.L. (2009). Erciyes Üniversitesi İİBF akademik ve idari personeli ile İİBF işletme gündüz ve ikinci öğretim öğrencilerinin organik ürünleri algılamaları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33: 249-277.
- LÜLECİ, S. (2012). İzmir’de organik gıdalara ilişkin tüketici davranışlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Y. Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- MAGISTRIS, T., GRACIA, A. (2008). The decision to buy organic food products in Southern Italy. *British Food Journal*, 110(9): 929-947.
- MBS. (2019). Mevzuat Bilgi Sistemi. Organik tarım kanunu. Erişim: [<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5262-20100311.pdf>] Erişim Tarihi: 20.04.2019.
- MERDAN, K. (2018). Organik ürün tüketimine etki eden faktörler: tüketicilerin tutumlarının Gümüşhane ölçeğinde belirlenmesi. *International Journal of Disciplines Economics and Administrative Sciences Studies*, 4(8): 174-188.
- MOHSEN, M.G., DACKO, S. (2013). An extension of the benefit segmentation base for the consumption of organic foods: a time perspective. *Journal of Marketing Management*, 29(15-16): 1701-1728.
- MORSHEDI, L., LASHGARARA, F., HOSSEINI, S.J.F., NAJAFABADI, M.O. (2017). The role of organic farming for improving food security from the perspective of Fars Farmers. *Sustainability*, 9, 2086: 1-13.
- NAKİP, M. (2013). Pazarlamada araştırma teknikleri. Seçkin Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara.

- ONURLUBAŞ, E., DOĞAN, H.G. (2016). Türkiye’de organik ürün tüketiminin mevcut durumu ve tüketici eğilimleri. *Akademik Bakış Dergisi*, 54: 353-367.
- ÖZÇELİK, A., UÇAR, A. (2008). Turkish academic staffs’ perception of organic foods. *British Food Journal*, 110(9): 948-960.
- ÖZDAMAR, K. (2001). SPSS ile Biyoistatistik. Kaan Kitabevi, 4. Baskı, Eskişehir.
- ÖZDEMİR, H.Ö., ACAR, N., ÇİZMECİ, B., KAHVECİOĞLU, R. (2017). Tüketicilerin organik ürünlere yönelik değerlendirmeleri: Kırşehir İlinde bir uygulama. *International Journal of Social Science*, 55: 493-505.
- OZGUVEN N. (2012). Organic foods motivations factors for consumers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62: 661-665.
- PAUL, J., RANA, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6): 412-422.
- RADMAN, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4): 263-273.
- RANA, J., PAUL, J. (2017). Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38: 157-165.
- SCHADER, C., STOLZE, M., NIGGLI, U. (2015). How the organic food system contributes to sustainability. In *Assessing Sustainable Diets within the Sustainability of Food Systems Proceedings of the International Workshop*, CREA, 15-16 September 2014 Rome, Italy; Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO): Rome, Italy, 2015; pp. 27-36.
- SEÇER, A., EMEKSİZ, F., DAVRAN, M.K. (2010). Tüketicilerin organik ürün tüketim kararlarında çevreye duyarlılığın etkisi: Adana İli örneği. *IX. Tarım Ekonomisi Kongresi 22-24 Eylül 2010 Şanlıurfa*, S: 653-660.
- SHAFIE, F.A., RENNIE, D. (2012). Consumer perceptions towards organic food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 49: 360-367.
- SHAHARUDIN, M.R., PANI, J.J., MANSOR, S.W., ELIAS, S.J. (2010). Factors affecting purchase intention of organic food in Malaysia’s Kedah state. *Cross-Cultural Communication*, 6(2): 105-116.
- SUPRAPTO, B., WIJAYA, T. (2012). Intentions of Indonesian consumers on buying organic food. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 3(2): 114-119.

- TARKIAINEN, A., SUNDQVIST, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11): 808-822.
- TAVŞANCIL, E. (2002). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- TENG, C.C., WANG, Y.M. (2015). Decisional factors driving organic food consumption generation of consumer purchase intentions. *British Food Journal*, 117(3): 1066-1081.
- TOBa. (2019). Tarım ve Orman Bakanlığı. Bitkisel Üretim Verileri. Erişim: [https://www.tarimorman.gov.tr/sgb/Belgeler/SagMenuVeriler/BUGEM.pdf.] Erişim Tarihi: 23.04.2019.
- TOBb. (2019). Tarım ve Orman Bakanlığı. Organik Tarım Verileri. Erişim: [https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Istatistikler.] Erişim Tarihi: 23.04.2019.
- USTAAHMETOĞLU, E., TOKLU, İ.T. (2015). Organik gıda satın alma niyetinde tutum, sağlık bilinci ve gıda güvenliğinin etkisi üzerine bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1): 197-211.
- VAN WAGENBERG, C.P.A., DE HAAS, Y., HOGEVEEN, H., VAN KRIMPEN, M.M., MEUWISSEN, M.P.M., VAN MIDDELAAR, C.E., RODENBURG, T.B. (2017). Animal Board Invited Review: Comparing conventional and organic livestock production systems on different aspects of sustainability. *Animal*, 11(10): 1839-1851.
- VEHAPI, S., DOLİCANIN, E. (2016). Consumers behavior on organic food: evidence from the Republic of Serbia. *Economics of Agriculture*, 63(3): 871-889.
- ZANOLI, R., NASPETTI, S. (2002). Consumer motivations in the purchase of organic food. A means-end approach. *British Food Journal*, 104(8): 643-653.