

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TÜKETİCİLERİN ORGANİK GIDALARA YÖNELİK
TUTUMLARI: ANKARA İLİNDE BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zekeriya GÜL

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

OCAK 2017

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TÜKETİCİLERİN ORGANİK GIDALARA YÖNELİK
TUTUMLARI: ANKARA İLİNDE BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Zekeriya GÜL

1403810093

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Gökür Arzu AKYÜZ

Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 1403810093 numaralı Yüksek Lisans öğrencisi "Zekeriya Gül", ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı "Tüketicilerin Organik Gıdalara Yönelik Tutumları: Ankara İlinde Bir Uygulama" başlıklı tezini, aşağıda imzaları olan jüri önünde savunmuş ve oy birliği ile başarılı olarak kabul edilmiştir.

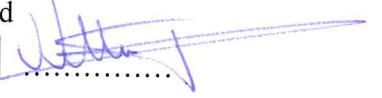
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Göknur Arzu AKYÜZ
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



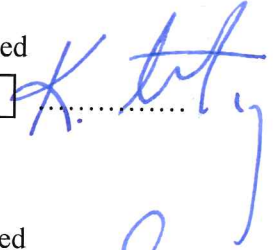
Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Nurettin PARILTI
Gazi Üniversitesi

Kabul/Red



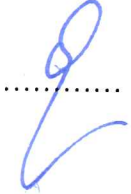
: Yrd. Doç. Dr. Kemal TEKİN
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



: Yrd. Doç. Dr. Göknur Arzu AKYÜZ
Türk Hava Kurumu Üniversitesi

Kabul/Red



Tez Savunma Tarihi: 23 Ocak 2017

ONAY

Yrd. Doç. Dr. Ruhi KILIÇ

Enstitü Müdürü

Tarih: 21.07.2017



TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

“Tüketicilerin Organik Gıdalara Yönelik Tutumları: Ankara İlinde Bir Uygulama” adlı Yüksek Lisans/Doktora Tezim olan bu çalışmanın, akademik ve etik kurallara aykırı herhangi bir durum söz konusu olmadan yazıldığını ve faydalandığım kaynakların kaynakçada gösterildiğini, atıf yapılmaksızın hiçbir kaynaktan yararlanılmadığını belirtir, onurumla doğrularım.

16.01.2017

Zekeriya GÜL



ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının hazırlanması aşamasında özverili desteklerinden ötürü öncelikle kıymetli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Göknuş Arzu AKYÜZ'e teşekkürü borç bilirim. Tez savunmam esnasında vakit ayırıp değerli bilgileri ile tezimin şekillenmesini sağlayan tez jürimde yer alan kıymetli hocalarıma sonsuz teşekkür ederim.

Tezimin analizleri aşamasında istatistiksel bilgileri ile beni aydınlatan ve doğru bir şekilde yönlendiren Arş. Gör. Sami PEKTAŞ'a teşekkür ederim.

Tezimin yazım aşamasında manevi desteklerinden ötürü yanımda olan Gül ailesine sonsuz teşekkür ederim.

Ocak 2017

Zekeriya GÜL

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLO LİSTESİ.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR	x
ÖZET.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	6
1. ORGANİK TARIM ÜZERİNE GENEL BİLGİLER	6
1.1 Kavramsal Anlamda Organik Tarım.....	6
1.2 Organik Tarımın Amaçları.....	9
1.3 Organik Tarımın Önemi.....	11
1.4 Organik Tarım Sisteminin Avantajları.....	13
1.5 Organik Tarım Sisteminin Dezavantajları.....	15
1.6 Organik Tarımın Tercih Edilme Sebepleri	16
1.7 Organik Tarımın Ekonomik Yönü	20
1.8 Gıda Güvenliği ve Organik Tarım	23
1.9 Organik Tarım Üretiminde Ana Sorunlar	24
1.10 Dünya'da Organik Tarım.....	24
1.10.1 Organik Tarım ile ilgili Uluslararası Kuruluşlar.....	24
1.10.2 Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM).....	24
1.10.3 Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü (FAO)	25
1.10.4 Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)	25
1.10.5 Organik Ticaret Birliği (OTA).....	26
1.11 Türkiye’de ve AB’de Organik Tarıma Verilen Destekler	26
1.11.1 Türkiye’de Verilen Destekler	26
1.11.2 Avrupa Birliğinde Organik Tarıma Verilen Destekler.....	28
1.12 Türkiye’de Organik Tarım.....	32
1.12.1 Türkiye’de Organik Tarımın Tarihsel Gelişimi	32
1.12.2 Türkiye’de Organik Tarım Uygulaması.....	35
1.12.3 Türkiye’de Organik Tarım Haritası	37
İKİNCİ BÖLÜM	38
2. ORGANİK GIDA ÜZERİNE TÜKETİCİ TUTUMLARI	38
2.1 Tüketiciler Açısından Organik Gıda Ürünlerine Yönelim.....	38
2.1.1 Doğal Kaynakların ve İnsan Sağlığının Korunması.....	39
2.1.2 Türkiye’de Organik Gıda Ürünleri ile İlgili Tüketici Tercihleri.....	39
2.1.3 Dünyada Organik Ürünlere Yönelik Tüketici Tercihleri.....	40

2.2	Organik Gıda Ürünlerine Genel Bakış.....	43
2.2.1	Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Nedenleri	44
2.2.1.1	Sağlık ve kalite etkisi	45
2.2.1.2	GDO'lu ürünlerle ilgili duyulan endişenin etkisi	45
2.2.1.3	Çevre bilinci etkisi	46
2.2.1.4	Lezzet etkisi.....	46
2.2.2	Organik Gıda Ürünlerinin Geliştirilmesi, Markalaştırılması ve Etiketlenmesi.....	46
2.2.3	Organik Gıdaların Tüketiciye Ulaştırılması	50
2.3	İlgili Araştırmalar.....	52
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM		56
3. BİR ANKARA UYGULAMASI		56
3.1	Yöntem.....	56
3.1.1	Araştırmanın Model	56
3.1.2	Araştırma Soruları	57
3.1.3	Evren ve Örneklem.....	58
3.1.4	Veri Toplama Aracı.....	60
3.1.4.1	Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi, Korelasyon Analizi ve Güvenirlik Analizleri.....	60
3.1.4.2	Tutum ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlikleri için yapılan pilot uygulama	61
3.1.4.2.1	Organik gıdalara yönelik tutum ölçeği geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları.....	61
3.1.4.2.1.1	Tutum ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi (AFA).....	61
3.1.5	Veri Analizi.....	64
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM		67
4. BULGULAR VE YORUM.....		67
BEŞİNCİ BÖLÜM		90
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....		90
5.1	Sonuçlar.....	90
5.2	Öneriler	101
KAYNAKLAR		103
EKLER.....		113
Ek-1: Tüketicilerin Organik Gıdalara Yönelik.....		114
ÖZGEÇMİŞ.....		119

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1	: Organik ürünlerin dağıtım kanalları ve bunların avantaj ve dezavantajları	22
Tablo 1.2	: ÇATAK programı kapsamında yer alan iller.....	27
Tablo 1.3	: 2013 yılı organik tarım destekleri.....	28
Tablo 1.4	: Ülke genelinde bazı tarla bitkileri ürünlerine ait üretim değerleri.....	33
Tablo 1.5	: Türkiye’de üretimi yapılan ve ticarete konu olan organik tarım ürünleri.....	34
Tablo 3.1	: Tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları.....	59
Tablo 3.2	: Tutum ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları.....	62
Tablo 3.3	: Tutum ölçeğine ait faktör özdeğerleri ve açıklama varyansları.....	62
Tablo 3.4	: Maddelere ait faktör yük ve madde toplam korelasyon sonuçları.....	63
Tablo 4.1	: Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin betimsel istatistik (ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum) sonuçları.....	67
Tablo 4.2	: Tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi sonuçları.....	68
Tablo 4.3	: Tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.....	69
Tablo 4.4	: Tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.....	70
Tablo 4.5	: Tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.....	72
Tablo 4.6	: Tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.....	73
Tablo 4.7	: Tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine	

	ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi sonuçları.	74
Tablo 4.8	: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi.	75
Tablo 4.9	: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların dağılımları.	76
Tablo 4.10	: Tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ait frekans dağılımları.	77
Tablo 4.11	: Tüketicilerin organik gıdalarla ile en sık karşılaştıkları yerlerin dağılımlarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	78
Tablo 4.12	: Tüketicilerin organik gıdalardan hangilerini satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	79
Tablo 4.13	: Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	81
Tablo 4.14	: Tüketicilerin organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	82
Tablo 4.15	: Tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	83
Tablo 4.16	: Tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	84
Tablo 4.17	: Tüketiciler organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurulan özelliklere ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	85
Tablo 4.18	: Tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	86
Tablo 4.19	: Tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.	87
Tablo 4.20	: Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik gıda tüketim maddelerine yönelik dağılımlarının tutumları üzerinde anlamlı farklılık yaratma durumlarına ilişkin dağılım.	88

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1	: Logo Örnekleri.....	36
Şekil 1.2	: Çiftçi sayısı, alan ve üretim değerlerinin illere dağılışı	37
Şekil 3.1	: Araştırmanın modeli/çerçeve.	56
Şekil 3.2	: Tutum ölçeğinin faktör öz değerlerine yönelik saçılma grafiği.....	63
Şekil 4.1	: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların dağılımlarına ilişkin bar grafiği.....	77
Şekil 4.2	: Tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ait frekans dağılımları.	78
Şekil 4.3	: Tüketicilerin organik gıdalarla en sık neredekarşılaştıklarına ilişkin dağılıma ait bar grafiği.....	79
Şekil 4.4	: Tüketicilerin organik gıdalardan hangilerini satın aldıklarına ilişkin dağılımlarına ait bar grafiği.	80
Şekil 4.5	: Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin dağılımlarına ait bar grafiği.	81
Şekil 4.6	: Tüketicilerin organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin bar grafiği.	82
Şekil 4.7	: Tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin bar grafiği.....	84
Şekil 4.8	: Tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin bar grafiği.	85
Şekil 4.9	: Tüketiciler organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurulmuş özelliklere ilişkin bar grafiği.....	86
Şekil 4.10	: Tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin bar grafiği.	87
Şekil 4.11	: Tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin bar grafiği.....	88

KISALTMALAR

ÇATAK	: Çevresel Amaçlı Tarımsal Arazilerin Korunması
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü
FEOGA	: Fonds European d'Orientation et de Garanti Agricoles)
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar
IFOAM	: Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu
ITC	: Uluslararası Ticaret Merkezi
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
NOP	: Ulusal Organik Program (National Organic Program)
ORGÜDER	: Organik Ürün Üreticileri ve Sanayicileri Derneği
OTA	: Organik Ticaret Birliği
UYK	: Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

ÖZET

TÜKETİCİLERİN ORGANİK GIDALARA YÖNELİK TUTUMLARI: ANKARA İLİNDE BİR UYGULAMA

GÜL, Zekeriya

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Yrd. Doç. Dr. Göknur Arzu AKYÜZ

Ocak 2017, 119 sayfa

Bu çalışmada Ankara'daki pazarlarda tüketicilerin organik ürünlere olan yönelimleri incelenerek hangi faktörlerin organik ürünleri seçmelerinde etkili olduğunu belirlemek ve tüketicilerin organik gıdalara karşı tutumları arasındaki ilişkiyi saptamak amaçlanmıştır. Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik ürünleri kullanımlarına yönelik çeşitli değişkenlere göre tutumları arasındaki farklılık araştırılmıştır. Yapılan araştırma nedensel karşılaştırma araştırmasıdır. Yenimahalle ve Çankaya etrafında oturan 1.563.662 tüketici araştırmanın evrenini, 338 tüketici ise örneklemini oluşturmaktadır. Veri toplama aracını, kişisel bilgi formu, organik gıda tüketimine yönelik maddeler ve organik gıdalara yönelik tutum ölçeği oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması için pilot uygulama 300 tüketici ile yapılmıştır. Geçerlik çalışması sırasında ölçeğin yapı geçerliğini test etmek için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)'nden yararlanılmıştır. İç geçerlik için madde-toplam korelasyonlarına bakılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi için Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısına bakılmıştır. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeği, önem alt faktörü 10 madde ve güven alt faktörü 6 madde olmak üzere 16 maddeden oluşmaktadır. Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik gıda tüketimi ile ilgili frekans ve yüzde değerlerine bakılmıştır. Tüketicilere uygulanan tutum ölçeğine ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek

tüketicilere oranla daha çok önemsedığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara olan tutumları göz önünde bulundurulduğunda anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Organik gıda, organik tarım, tarım ve çevre, tüketici tutumları, organik pazarlar.



ABSTRACT

CONSUMERS' ATTITUDES TO ORGANIC FOODS: APPLICATION IN ANKARA PROVINCE

GÜL, Zekeriya

Master, Department of Management

Thesis Advisor: Assist. Prof. Göknur Arzu AKYÜZ

January 2017, 119 page

In this study, the factors effective in organic products choosing and the relationship among consumer's attitudes to organic foods were aimed to determine by examining their tendency to organic foods in markets in Ankara. The consumer's demographic characteristics and use of organic foods according to various variables which effects their attitudes were investigated. Research conducted in this content is a casual comparison study. The number of 1.563.662 and 338 consumers residing in Yenimahalle and Çankaya constituted the universe and sample of the study respectively. Data collection tool consists of personal information form, attitude scale for organic food and perception scale for organic food. Pilot application for the validity and reliability studies of the two scales used in the study was done with 300 consumers. Explicit Factor Analysis was used to test the construct validity of the scales during validity study. Item-total correlations were performed for internal validity. Cronbach's Alpha internal coefficient was examined for the reliability analysis of the scales. The attitude scale for organic foods consist of 16 items, including trust and importance sub-factors which are 10 and 6 items respectively. The frequency and percentage values related to demographic characteristics and organic food consumption of the consumers were examined. Descriptive statistics of attitude scale applied to consumers were also included. Female consumers were

found to be more concerned about organic foods than male consumers. In addition, it was found that there were a meaningful difference when considering these consumers perception to organic foods according to their monthly incomes.

Key Words: Organic food, organic agriculture, agriculture and environment, consumers attitudes, organic markets.



GİRİŞ

Problem Alanı

Günümüzde dünya nüfusu her geçen gün süratli bir biçimde artmaktadır. Bu konu ile ilgili birçok araştırma yapılmaktadır ve nüfus üzerine birçok tahminler yürütülmektedir. Bu nüfus artışı bir takım sorunları beraberinde getirmektedir. Artan dünya nüfusu ile doğru orantılı olarak gıda tüketiminin artışı göstermesi kaçınılmaz bir gerçektir. Ancak bu oran dengelenirken, üretimi yapılacak gıdaların çevreye zarar vermeyecek, doğal kaynakları tahrip etmeyecek ve doğanın dengesini bozmayacak bir şekilde olması sağlanmalıdır. Kullanılacak yöntemler toprağı, suyu, insan ve hayvan sağlığını bozmayacak şekilde oluşturulmalıdır. Aksi takdirde önü alınamaz sorunlar ile karşılaşılması öngörülebilir bir gerçektir.

Organik tarımda amaç, sağlıklı bitkisel ve hayvansal ürünlerin devamlı üretilmesi ve yeni olduğu üretim esnasında insan sağlığını bozmamak, çevre kirliliğine neden olmamak ve nihayetinde doğal dengeye müdahale etmemektir. Yukarıda anlatılan sorunların organik tarım ile çözülebileceğı beklenmektedir.

Dünya üzerinde yaşayan insanların doğayı hiçe sayarak ve görmezden gelerek doğayı tahrip ederek yapmış oldukları tarımsal ve teknolojik faaliyetlere rastlanmaktadır. Bu faaliyetler neticesinde kendi sağlıklarının içerisinde bulunduğu birçok çevresel faktörün geleceğine zarar verdiğinin farkında olduklarından dolayı alternatif arayışlar içersine girmişlerdir. Yaptıkları tüm faaliyetlerde kısa dönemli ve tahrip ederek yararlanmak yerine organik tarım ile zarar vermeden ve uzun dönemli bir kazanç sağlama eğilimine girmeye başlamışlardır.

Araştırmanın Amacı

Araştırma; Ankara'daki pazarlarda organik ürünlere karşı tüketicilerin tutumlarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaç bağlamında tüketicilerin demografik özelliklerine göre ve organik gıda ürünlerini tüketme durumlarına ilişkin maddeler göz önünde bulundurularak tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Tüketicilere yönelik yapılan bu

araştımda; organik ürünlere ulaşabilme kolaylığı, organik olmayan gıdaların sağlığa olan zararları konusunda bilinçlenmeleri, gıda maddelerinin sağlık aısınan etkisinin dikkat çekmesi, organik tarım hususunda yeterli bilgi sahibi olup olmama gibi kriterler dikkate alınmıştır. Aynı zamanda araştımda tüketicilerin, organik tarımın önemli unsurlarından olan organik gıdaları normal gıdalardan ayırabilme konusunda bilinçlenmeleri amaçlanmaktadır.

Araştırmanın nemi

Artan dünya nufs dikkate alındığında insanların gıda taleplerini varolan rezervler karşılayamamaktadır. Bunun bilincinde olan üreticiler, günümüz bilimini de kullanarak kaliteli gıda üretimi yapmak, gıda çeşitliliğini artırmak, gıdaların rafta kalma süresini uzatmak ve birim alandan en fazla verimi en kısa sürede almayı hedeflemektedirler. Aynı zamanda daha fazla üretim çabası içerisinde olan üreticiler, bir adım ne geçebilmek için ürettikleri gıdalarda bir takım hormonlar, kimyasal gübreler gibi maddeler kullanmaya yönelmişlerdir.

Bu tarz maddeler çevreye ve insanların sağlığına oldukça zararlıdır. Normal gıdaların üretim noktasında zararlarının da bilincinde olan tüketiciler organik gıdalara rağbet göstermektedirler. Bu zararları önlemek, daha sağlıklı ve kaliteli yaşam sürebilmek için tüketiciler organik ürünleri alırken doğru organik ürün açısından, ürünlerin etiket üzerinde bulunan bilgileri aynı zamanda ürün sertifikasına sahip olup olmadığı incelenmelidir.

Organik rn çeşitliliği bu derece genişken, bu gıda ürünleri sağlık açısından bu derece önemli iken sağlıklı beslenme ilkelerinde organik ürünlere daha çok yer verilmesi gerekmektedir. Hem çevrenin korunması hem ekolojik dengeyi korumak hem de tüketicilerin talepleri doğrultusunda üretimi gerçekleştirmeyi sağlamak amacıyla organik gıdanın önemini ve bilincini, üreticilere ve tüketicilere aktarılma süreci desteklenmelidir. Bu sebeple organik tarım devamlı olarak önemini ve kullanım alanlarını arttıran bir konuma sahip olmaktadır.

Bu doğrultuda; Organik tarım, yanlış uygulamalar ile tahrip edilen ekolojik dengenin, doğal girdilerin kullanılması ve bilinçli uygulanan tarım teknikleri ile devam ettirilebilir bir agro-ekosistem haline gelmesini amaçlar (Taşbaşlı, Zeytin, Aksoy ve Konuşkan, 2003).

Klasik tarım metotlarının, dünyadaki açlık probleminin artmasını engelleyemediği, bu ürünlerin ortaya çıkardığı kimyasal atıkların bitki, hayvan ve

insan sağlığını tehdit ettiği sonucuna varılmıştır. Bu olumsuzlukları yok edebilmek gayesiyle organize olan üreticiler ve tüketiciler doğaya zarar vermeyen metotlarla üretilen aynı zamanda insanların sağlığı için olumsuz özellikler taşımayan ürünleri tercih etmeye başlamışlardır (Çakmakçı ve Erdoğan, 2005). Bu ürünler organik tarım sayesinde üretilebilmektedir.

Organik tarım, “ekolojik sistem içerisinde yanlış uygulamalar neticesi yitirilen doğal dengenin tekrar kurulmasına dönük, insana ve çevreye faydalı üretim sistemlerini içeren, temel olarak sentetik mineral, sentetik kimyasal gübrelerin, tarım ilaçları ve hormonların kullanımını yasaklayan, bunların yerine yeşil ve organik gübre kullanımı, bitkinin direncini arttırma gibi pek çok çevre dostu tekniği öneren tüm bu imkanların kapalı bir sistemde meydana getirilmesini tavsiye eden, üretimde yalnızca ürün kalitesinin değil ayrıca miktar artışının da arttırılmasını hedefleyen alternatif bir üretim biçimi” şeklinde tanımlanmaktadır (İlbaş, 2009).

Dolayısıyla çalışmamızda organik ürün tüketen tüketicilerin, organik gıdalar hakkındaki davranışları, organik tarımla ilgili bölgeye has tutumları ortaya koymasından yapılacak çalışmalara ışık tutacaktır. Araştırmadan elde edilen sonuçların, mevcut politikaların aksayan yönlerini ortaya koymasından ve öneriler sunmasından araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışmada tüketicilerin organik gıdara yönelik tutumları arasında nasıl bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacı bağlamında, tüketicilerin organik gıdaları tercih etme aşamasında nelere dikkat ettikleri, organik gıdalar hakkında ne kadar bilgi düzeyine sahip oldukları ve tüketicilerin demografik özelliklerine göre tutum arasında anlamlı farklılık olma durumlarını ortaya çıkarması açısından önemli görülmektedir.

Araştırma tüketicilerin organik gıdaları tüketimi konusunda ne kadar bilinçli olduğu, nasıl kullanması gerektiği konusunda bir yol göstericidir. Tüketici ile üreticinin organik gıdalar hakkında bilgi düzeylerini arttırmak için ne gibi önlemlerin alınması gerektiği ve üretim pazarlarının geliştirilmesi için neler yapılması gerektiğine yönelik bilinç uyandırması açısından araştırmanın konusu önemli görülmektedir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında Ankara'nın farklı sosyo-ekonomik yapıya sahip olan yerlerinde kurulan organik pazarlar tesadüfi örnekleme yoluyla seçilerek ve evren büyüklüğünü temsil edebilecek örnekleme uygun sayıya ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ana kitlelerini Ankara ilindeki Yenimahalle ve Çankaya etrafında oturan tüketiciler oluşturmaktadır. Ana kitleyi hane halklarının oluşturmasındaki amaç, araştırmanın kapsamında bulunan organik tarım ürünleri alışverişinin belirlenen hanede ikamet eden belli bir kişi tarafından yapıyor olmasıdır. Araştırma kapsamı Ankara İlinde Yenimahalle ve Çankaya bölgesi ile sınırlandırılmıştır.

Temel Tanımlar

Organik: Üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar her süreci kontrollü ve sertifikalı olan aynı zamanda üretiminde kimyasal madde kullanılmayan tarımsal üretim şeklidir (Heckman, 2005).

Organik Tarım: Hatalı uygulamalar sonucunda zarar gören doğal dengeye yeniden hayat vermek için toplumla ve ekolojik sistemle barışık, üretim sistemlerini kapsayan; sentetik mineralli gübrelerin, sentetik kimyasal tarım ilaçlarının, hormonların kullanılmasını yasaklayan bunların yerine bitkilerin direncinin artırılması, doğal tehlikelerden faydalanılması, toprakların korunması, münavebe, yeşil ve organik gübreleme gibi birçok çevre dostu teknik sunan ve mevcut imkanların kullanılması için kapalı bir sistem oluşturulmasını öneren, üretim sürecinde miktar artışının yanı sıra ürünlerin kalitesinin de artırılmasını kendine amaç edinen farklı bir üretim türü olarak tanımlanabilir (İlbaş, 2009).

Tüketici Eğilimleri: Bu kavram bilhassa tüketicilerin kendi lehlerine nedenlerden dolayı başka ürünlere yönelimlerini anlatan bir kavramdır. Bir örnekle bu kavramı açıklamak gerekirse; Karşılaşılan kronik ve salgın hastalıklar gıda güvenliğinin hızla dikkate alınması zorunluluğunu ortaya çıkarınca tüketim eğilimlerinde önemli oranlarda değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketiciler artık daha kaliteli ve sağlıklı ürünler tüketmeyi arzulamakla kalmayıp yaşadıkları ortamı da tüketmeden üretilebilecek ürünleri talep etmeye başlamıştır. İnsan sağlığına verilmeye başlanan önem konvansiyonel tarım uygulamalarının insan vücudunda sebep olduğu hastalıkların daha fazla görmezden gelinemeyeceği gerçeğini anlaşılmıştır. Fakat uygulamada henüz bile birçok üretici ürün niteliğine değil

niceliğine önem verdiğiinden birçok bölgede kimyasal girdi kullanımını sürmektedir (Gök, 2008).

Çalışma beş bölümden oluşturulmuş. Araştırmamızın ilk bölümünde organik tarım ile alakalı olarak genel bilgiler verilmiştir. Tarihsel olarak kavramın özüne inilerek önemi vurgulanmaya çalışılmıştır. İlkeleri ve organik tarıma geçiş aşamalarının da üzerinde durularak ülkelerin ve bireylerin neden geleneksel tarımdan, organik tarıma geçtikleri ifade edilmeye özen gösterilmiştir. Aynı zamanda bu bölümde organik tarımın amaçları da öneminin vurgulaması açısından irdelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümü organik gıda üzerine tüketici tutumlarından, organik gıda üzerine genel bakıştan ve ilgili araştırmalar kısımlarından bahsedilmiştir. Tüketiciler üzerine yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda tüketici eğilimleri, bu alanda meydana gelmiş olan temel problemler, tüketicilerin bu ürünleri seçme ya da seçmeme nedenleri ve son olarak da bu tüketiciler, Dünya ve Türkiye çapında ayrı ayrı ele alınarak tüketiciler arasındaki farklar ifade edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmamız tüm bunları ifade ettikten sonra son olarak konuyu daha fazla somutlaştırmak adına, Ankara ilinde tüketiciler üzerinde yöresel bazda bir araştırma yapılmıştır. Toplanan verilerin SPSS aracılığı ile t-testi, anova ve betimsel istatistikler ile açıklanmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ORGANİK TARIM ÜZERİNE GENEL BİLGİLER

1.1 Kavramsal Anlamda Organik Tarım

İnsanoğlunun birincil gereksinimleri, önem sırasına göre beslenme giyinme ve barınmadır. Bu, her üç gereksinimi temin etmek amacıyla oluşturulan üretim faaliyeti tarımdır. Bu durumda “insanın yaratılışı ve evrimiyle beraber tarımsal faaliyetler başlamıştır” Tarımsal faaliyetlerin bugüne değin geçirdiği önemli aşamalar mevcuttur. Bunlara geniş bir açıdan bakılacak olunursa;

1. Toplayıcılık dönemi
2. Avcılık dönemi
3. Göçebelik dönemi
4. Yerleşik hayata geçiş dönemi
5. Bitki ve hayvanların evcilleştirilmesi ve kültüre alınması dönemi olarak öneride bulunmak mümkündür (Er ve Başalma, 2013, s.4).

Başlangıçta evcilleştirilmiş hayvanlar ve kültüre alınan bitkiler olarak at, it, koyun buğday arpa vb. ürünler dile getirilebilir. İnsanlık tarihi içerisinde pek çok bitki ve hayvanın yetiştirilmesi ilk çağlarda sağlanmıştır. Yani milattan önce meydana gelmiştir. Ardından milattan sonra hem insanoğlunun bilgisi gelişmeyi sürdürmüş hem de doğayla beraber bir hayat sürmek doğaya hükmetmek ve doğadan istismar derecesinde yararlanma faaliyetleri hızlı bir biçimde gelişmiştir derken toprağın işlenmesi yetiştirmek tekniklerinin geliştirilmesi ve daha fazla ürün elde edebilme çalışmaları meydana getirilmiştir (Er ve Başalma, s.2).

Dünya nüfusunun hızla arttığı gözlenmektedir. 2050 yılında yani yaklaşık olarak kırk yıl sonra dünya nüfusunun 9,5 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Su ürünleri ile hayvansal ve bitkisel gıda maddeleri üretiminin oldukça önemli

olduğu bu değerler dikkate alındığında görülmektedir. Bu ortamda bugün bile önemli oranlarda gıda açığı mevcuttur. Gıda maddeleri üretiminin son 35-40 yıl içerisinde %35 civarında arttığı gözlenmektedir. Aynı süreç içerisinde, dünya nüfusunun yetersiz beslenme oranı veya açlık % 35 ten %20'lere kadar gerilemiştir. Hala 840 milyon insan ortalama olarak dünyanın çeşitli yerlerinde açlık sorunu ile mücadele etmektedir.

Organik Tarım, Eko-tarım veya Ekolojik Tarım olarak ifade edilen uygulamalar ile tarımsal üretimde kimyasal madde kullanımının en aza indirilmesi, aynı zamanda ürün yetiştirilirken kullanılan tekniklerin doğaya olan zararlarının kontrol altına alınması fazlasıyla önemli olduğu düşünülmektedir.

Organik tarım farklı yönlerden farklı biçimlerde algılanmaktadır. Bazılarına göre organik tarım mevcut tarım sistemine karşı olan onu eleştiren bir akımdır. Bazılarına göreyse organik tarım kendi kural ve ülküleri olan bağımsız bir tarım uygulama yöntemidir. Diğer bir yönden pazar anlayışlı bir düşünceyle, organik tarım yeni bir pazar seçeneği olarak düşünülmektedir. Kuşkusuz bütün bu düşünceleri değerlendirerek daha genel bir tanımlama yapılabilir (Alroe ve Noe, 2005). Organik tarımın birçok bilim adamı, kanunlar, kamu ve özel sertifikasyon kurumu eliyle yapılmış çokça tanımı mevcuttur. Bu anlayışla organik tarım organik gıda ve diğer ürünlerin, üretim, işleme, dağıtım ve pazarlama basamaklarını içermektedir (Rehber, 2011). Organik tarım ayrıca tüm dünyada aynı anda başlatılmış bir ifti hareketi olarak da yorumlanmaktadır. Bu durum organik tarımın başarılı olmasının sebeplerinden bazıları olarak düşünülmektedir. Yerel uygulama ve maziye dayalı bilgilerin, bu hareketin gelişmesine destek sağladığı gerçeği yanında, gelecekte de önemli bir hale gelecekleri görülmektedir (Sligh ve Cierpka, 2007).

Organik tarım ve benzeri yaklaşımlar genellikle doğaya geri dönüş, doğaya yakın üretim biçimi ve kaçınılmaz olarak aile işletmeciliğine dayalı ve işletme dışı girdilere en az ihtiyaç duyulan bir üretim şekli olarak adlandırılmaktadır (Ingram, 2007). Organik tarım üreticileri, bu ürünlerin ticaretini yapanlar ve tüketiciler, geleneksel tarımın doğal olmadığı anlayışına karşılık, organik tarım ve organik gıdalar için doğal sözcüğünü kullanmaktadırlar. Bu sistemin niteliklerini insan ürünü ve doğadan gelen olarak iki etmenden meydana geldiği kabul edilebilir. Doğa sözcüğü daha çok işlenmeyen alanlar veya insan etkisinden uzak kalabilmiş bölgeler için kullanılmaktadır (Hansen, Noe ve H jring, 2006). Organik tarım düzenlenmiş ve

kayıt altına alınmış bir tarım türüdür. Bir organik etiket bu ürünün organik metotlarla üretildiğini ifade eder. Organik tarım ürünü değil, üretim metodunu garantileyen bir üretim şeklidir. Farlı bir ifade ediş şekliyle bir üretim sistemi takip edilen metot ve ürüne göre tanımlanabilir (Rehber, 2011). Organik tarım esas olarak, organikliği tanımlamada takip edilen metotları esas alır (Deaton ve Hoehn, 2005).

Çevre sorunlarının artış gösterip önemli boyutlara ulaşmasıyla yoğunlaşan girdi kullanımının yol açtığı olumsuz etkiler tartışılmaya başlanmış, bilhassa gelişmiş ülkelerde bu tartışmalar daha fazla bir hal almıştır. Bu ülkelerde bulunan tüketiciler ve üreticiler temiz, sağlıklı, kimyasal girdiler kullanımda olmadan üretilmiş, insana ve çevreye zarar vermeyen tarım ürünlerinin tüketimini ve üretimini istemeye başlamışlardır (Ataseven ve Güneş, 2008). Ekolojik denge, geleneksel tarım metotlarının kullanıldığı sanayileşen Avrupa'nın birçok ülkesinde negatif yönde bir etki yaşamıştı. Bunun neticesi olarak da insan sağlığı etkilenmiş, birçok canlı çeşidinin nesli tükenme riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Tüm bu olumsuz neticeleri inceleyen ve değerlendiren Avrupa ülkeleri, tarımsal üretimin insan sağlığına ve çevreye duyarlı, devam ettirilebilir olması için çalışmalar yapılmış ve "Organik Tarım" sözcüğünü kullanmaya başlamışlardır (Çavdar, 2003). Organik tarım; ürün toplanması, yetiştirilmesi, kesim, hasat, tasnif, işleme, paketlenme, korunaklı hale getirme etiketleme, taşıma, depolama ile ürünün tüketicilere erişmesine değin olan diğer işlemlerde, tarım ilacı veya kimyasal madde olmadan yapılan tarım şeklinde tarif edilmektedir (Torun, 2011).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2005), Organik Tarım Kanunu ve Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına ilişkin Yönetmeliğe göre *Organik Ürün*; sözleşmeli çiftçi uygulamasıyla ve üretim aşamasından tüketime değin her düzeyde sertifikalandırılmış ve bilinçli bir şekilde yetiştirilmiş ürünlerdir. Organik tarım unsurlarını göz önünde bulundurarak kontrol edilmiş, sertifikalandırılmış, işlenmiş, hasatı yapılmış, paketlenmiş depolandırılmış ve nakil edilmiş bu ürünler, insan sağlığı için faydalı ve güvenilirdir. Ayrıca organik tarımın birçok tanımıyla karşılaşmak olasılık dâhilindedir. Dil farklılıkları sebebiyle organik tarım çeşitli ülkelerde çeşitli adlarla adlandırılmışlardır.

Misal vermek gerekirse Almanya'da ekolojik, Fransa'da biyolojik ve İngiltere'de organik sözcükleri genel olarak birbirleriyle anlamdaş bir şekilde kullanılmaktadır (Demiryürek, 2004). Organik tarım bu durumda, "Ekolojik sistemde

hatalı uygulamalar neticesi kaybedilen doğal düzeni tekrar kurmak için insana ve çevreye dost olan üretim sistemlerini barındırmakta olup esasında gübrelere ve sentetik kimyasal maddelerin kullanılmasının durdurulmasının yanında, yeşil ve toprağın korunması, organik gübreleme, ekim nöbeti, bitkilerin direncini artırma zararlı böcekleri ve parazitleri yiyen hayvanlardan faydalanmayı öneren, bu işlemlerin kapalı bir sistem içinde meydana getirilmesini isteyen, üretim sürecinde sadece miktar artışını değil ürünlerin kalitesini de arttırmayı hedefleyen bir üretim biçimi” olarak tarif edilmektedir (Best, 2008; İter ve Altındışli, 1996; Köse ve Odabaşı, 2005).

Bilinçsiz uygulamalar neticesinde tahrip olan ekolojik dengenin çevre dostu tekniklerin uygulanması ile tekrar kurulmasına dönük geliştirilmiş alternatif sisteme “Organik (Ekolojik, Biyolojik) Tarım” ismi verilmektedir. Farklı bir tanımlamaya göre; doğadaki dengeyi muhafaza eden, toprak verimliliğinde devamlılığı sağlayan, zararlıları ve hastalıkları etkisi altında tutarak; doğada bulunan canlıların sürekliliğini temin eden, enerjinin ve doğal kaynakları maksimum kullanımı ile maksimum verim alınan bir üretim sistemini anlatmaktadır (Gök, 2008).

1.2 Organik Tarımın Amaçları

Organik tarımın gayesi; toprağı, havayı ve suyu kirletmeden bitki, çevre, insan ve hayvan sağlığını muhafaza ederek tarımsal üretimin sağlanmasıdır. Fakat daha geniş bir açıdan ele alındığında, organik tarımsal üretim faaliyetinin temel hedefleri aşağıdaki gibidir (Er, 2009, s. 21-22):

1. Doğal kaynakları bitki, toprak, hava, su ve diğer azalan kaynakların gelişmesini ve kalitelerinin artmasını sağlayarak korumak,
2. Organik tarım ile çok daha uzun ömürlü ve daha ucuz üretim yaparak bilhassa küçük işletme sahibi üreticilerin gelirlerini yükseltmek başka bir hedefdir.
3. Organik tarım işletmelerinde hayvansal ve bitkisel üretim birlikte yapılacağından işletmelerdeki bütünleşme hedefi de önemli oranda hayata geçirilmiş olacaktır.
4. Bölgesel ve yerel üretimleri organik tarım ile desteklemek ve pek çoğu yok olmaya yaklaşmış hayvansal ve bitkisel ürünlerle su ürünleri üretimlerini desteklemek, bu metotla biyolojik çeşitliliğı ve endemik türleri geliştirmek,

5. Başta toprak olmak üzere her çeşit canlı erozyonunu durdurmak için bütün tedbirleri almak,
6. Her çeşit enerji ve su tasarrufunu temin etmek, israfın her türlüünden imtina etmek,
7. Organik tarım yapan çiftçilerle sözleşme yaparak, çiftçilere prim ve destek verilerek çiftçilerin buldukları yerde yaşamlarını sürdürmesini sağlamak, yok olmalarını ve göçü engellemek, fakat ürünlerin değer fiyat ile para etmesini temin etmek,
8. Organik tarım, ayrıca sözleşmeli tarım olduğu için çiftçilerin yetiştirdiği organik ürünlerin pazarlama problemlerini çözmek. Böylece üretici ile tüketici arasındaki mesafeyi kısaltmak,
9. Üretim materyali olarak hiçbir biçimde Genetiği Değiştirilmiş Organizmaları (GDO) kullanmamak organik tarımın en önemli amaçlarından biridir. Bu biçimde hayvanlar ve insan için sağlıklı, güvenli ve temiz ürünler meydana getirmek,

Organik tarımsal üretim sürecinde amaçlanan esas gaye doğanın korunması ve ekolojik dengeye zarar vermeden üretim yapmaktır. Sayın (2002)'ye göre, organik tarımsal üretimin: amaçları ise aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

1. Tarımsal üretim faaliyetlerinin sebep olduğu kirliliği en aza düşürmek,
2. Ekolojik dengeyi tahrip edecek biçimde doğa dostu üretimi sağlamak,
3. Doğadaki canlıların sağlığını riske atacak uygulamalardan kaçınmak,
4. Toprağın doğal yapısını korumak toprağın yok olmasını önlemek,
5. Doğada var olan biyoçeşitliliği muhafaza etmek ve sürekliliği temin etmek,
6. Bozulmuş olan ekolojik dengeyi tekrardan kurmak ve kurulan dengeyi bozmayacak biçimde doğa dostu üretimi sağlamak,
7. Hayvansal üretim ve bitkisel üretimin birbiriyle etkileşimli bir biçimde yapılmasına olanak sunmak,
8. Organik ürün üreten işletmelerde kendi kendine yeterliliği temin etmek ve çalışanlar için sağlıklı bir çalışma ortamı oluşturmak ve
9. Tarımın ekonomik, sosyal ve çevresel yönünü bir arada getirerek amaçlanan noktalara reel manada erişebilecek politikalar üretmek.

1.3 Organik Tarımın Önemi

Tarımsal girdi kullanımının zaman geçtikçe yoğunlaşmasının ortaya çıkardığı çevre ve sağlık problemlerinin çözülmesinde organik tarım alternatif bir çözüm olarak kabul görmektedir. Bu sebeple organik tarımın sürekli önemi gibi üretim ve tüketim miktarı da artmaktadır. Konvansiyonel tarıma alternatif olarak bulunan organik tarımın önemini aşağıdaki temel noktalarda ortaya çıkmaktadır:

1. Doğal dengeyi muhafaza etmek,
2. Hastalık ve zararlıları kontrol altında tutarak doğadaki canlıların devamlılığını temin etmek,
3. Gelecek jenerasyonu muhafaza,
4. İnsanı, çevreyi ve hayvanları kimyasalların negatif etkilerinden muhafaza etmek,
5. Organik şartları göz önünde bulundurarak doğal yöntemlerle uzun dönemde toprak verimliliğini temin ederek genetik kaynak ve toprak erozyonunu engellemek,
6. Su miktarı ve kalitesini muhafaza etmek,
7. Enerji tasarrufu sağlamak ve yenilebilir enerji kaynaklarını kullanmak,
8. Tarımsal ve üretici işletmelerde çalışanların sağlığını muhafaza etmek,
9. Küçük çiftçilerin, gelir seviyelerini, güvenliğini veya üretim döngüsünü sağlamak,
10. Ekonomiye katkı sağlamak ve
11. Besin kalitesi yüksek ve sağlıklı ürün temin etmek (Marangoz 2005, s.11).

Dünya popülasyonunun hızlı bir şekilde artış göstermesi ve bunun sonucunda teknolojik gelişmeler insanların tarım üretimi sürecinde minimum alanda en az zamanda olabilecek en çok verimi sağlamaya yönelmesini sağlamıştır. Tarımsal işletmeler verimi, doğal olarak karı arttırmak hedefiyle hayvan ve bitkileri zamanında önce büyütmek, zararlıları kontrol altına almak ve hastalıkları durdurmak için git gide daha çok oranda, kimyasal madde kullanımına başlamıştır. Ancak verimin artması için sarf edilen gayretler ekolojik, iktisadi ve sosyal meselelere sebebiyet vermiştir. Tarımsal yetiştiricilik çevre kirliliğine, doğal dengenin tahrip olmasına ve besin zincirleri aracılığıyla bütün canlı varlıklara erişebilen zararlı ürünler ile yaşamsal riske neden olmuştur.

Tarımda verimi artıracak tüm olanakların (sulama, gübreleme, kaliteli tohum kullanma ve makineleşme) kullanıldığı yöntemlerin (entansif tarım) dünyadaki açlık problemine çözüm olamadığı, git gide doğal dengenin tahrip olmasına, tarımsal ürünlerde bulunan kimyasal artıkların hayvan, insan ve bitki sağlığını tehlikeye sokar duruma gelmesine ve bunun bir sonucu olarak da üretim aşaması maliyetlerinin giderek artış göstermesine sebebiyet verdiği gözlenmiştir. Bu olumsuzlukları yok edebilmek hedefiyle organize olan üreticiler ve tüketiciler doğaya zarar vermeyen yöntemlerle üretimi yapılan ve canlı sağlığına kötü yönde etki etmeyen tarımsal ürünleri seçmeye yönelmişlerdir (Çakmakçı ve Erdoğan, 2005).

Organik tarım, “ekolojik düzende yanlış uygulamalar neticesi yitirilen doğal dengenin tekrar kurulmasına dönük, çevreye ve insana dost olan üretim yöntemlerini kapsayan, temelde hormonların, sentetik mineral gübrelerin ve sentetik kimyasal tarım ilaçlarının kullanılmasını durduran, alternatif olarak yeşil ve organik gübreleme, münavebe, toprağın korunması, bitkilerin dirençlerini arttırma, doğal tehlikelerden faydalanması gibi birçok çevreye dost olan tekniklerin öneren tüm bu imkanların açık olmayan sistemde meydana getirilmesini öneren, üretim sürecinde sadece miktar olarak değil ürün kalitesi olarak artışın sağlanmasını’da hedefleyen alternatif üretim biçimi” olarak tanımlanabilir (İlbaş, 2009).

Organik tarım, hatalı uygulamalar neticesi tahrip olan ekolojik dengenin doğal girdiler ve bilinçli tarım teknikler kullanarak tekrar tesisini ve devam ettirilebilir bir agro-ekosisteme tekrar dönülmesini hedefler (Taşbaşlı vd, 2003). Organik tarım ekolojik ilkeleri ve standartlarına sahip olan, devamlı belgelendirme ve denetimi zorunlu kılan, bitki sağlığını ve toprak verimliliğini temel alan, tarımsal kimyasalların kullanımına müsaade etmeyen bir tarımsal uygulamadır (Kırımhan, 2005). Organik gıdalar için söylenen en bariz tanım yapay katkı maddeleri, koruyucular ve radyasyon olmadan gıdanın bütünlüğünü muhafaza edecek kadar az oranda işlenmiş gıdadır (Hamzaoui ve Zahaf, 2008).

Organik tarım sözleşme temelini esas alır. Üreticiler direk bir sertifikasyon kuruluşu ve kontrol ile sözleşme yapabildikleri gibi, ürünü pazarlayacakları şirketle de sözleşme yapabilirler. Böyle bir durumda sertifikasyon kuruluşu ve kontrol ile denetim sözleşmesini şirket yapar. Kontrol ve sertifikasyon maliyetlerinin düşmesi yönünden çiftçilerin organize olmaları, toplu olarak ve toplulaştırılmış analizlerle üretime girmelerinde fayda bulunmaktadır. Organik tarımın diğer bir niteliği de

üretim planlaması talep etmesidir. Gerek ürün değişim planının gerekse pazar şartlarına göre üretim yapma zorunluluğu, üretim planı yapmayı zorunlu kılmaktadır. Üreticilerin pazar araştırmadan önce organik üretime geçmeleri pek önerilmez. Organik üretim mevzuatlar bağlamında oluşturulan disiplinli bir tarım biçimidir. Mevzuatlarda vurgulananların dışına pek çıkılmaz (Taşbaşlı vd, 2003).

Organik tarım uygulamaları esasında doğaya uyum sağlayan bir üretim sistemini amaçlamakta ve muhtemel bir oluşumda doğal öğelerin bütünü temel olarak ele almaktadır (Mander, Mikk ve Külvik, 1999). Organik tarım geleceğin gereksinimlerine dönük fikirlerine dayanan, bilgi özveri ve dikkat gerektiren çevre dostu bir sistemdir. Ekolojik tarımın hedefi, toprak, bitki, hayvan ve insan gibi birbirine bağlı olan toplulukların üretkenlik ve sağlıklarının en yüksek seviyeye yükseltilmesidir.

Organik tarım hayvan, çevre ve bitki kapasitesinin tamamen kaliteli bir biçimde kullanımını amaçlamaktadır (akmakı ve Erdoğan, 2005).

Organik tarım kimyasal ilaçlama, hormon, gübre gibi maddeler kullanılmayan, belirli ölçüler bağlamında devam ettirilebilir bir sistemdir. İlk olarak hava, su, toprak ve etrafındaki çevreyi koruyucu niteliktedir.

1.4 Organik Tarım Sisteminin Avantajları

Organik tarım uygulamalarıyla beraber temin edilen pek çok avantaj bulunmaktadır. Bunlardan bazılarını saymak gerekirse (Hatunoğlu, 2010):

1. Dünya çapında çiftçiler, sentetik kimyasalları organik tarımda çok az veya hiç kullanmamaktadır. Bu sebeple ekolojik tarıma geçişin kolaylaşmasının sağlanmış olması umulabilir.
2. Üreticilerin bütün ürünlerinin alınması sözleşmeli tarımla garanti edilebilmektedir.
3. Fiyatı sürekli artan pestisit, enerji girdilerinden ve kimyasal gübre tasarruf edilebilmektedir.
4. İhraç fiyatı % 10-20 fazla olan ekolojik ürünler, üreticilerin gelir ve kârlarını etkiler.
5. Ekolojik ürünlerin ihraç edilmesiyle tarım ürünlerinin üretiminde artış meydana getirebilmektedir. Doğal olarak ihraç edilen her ürün daha önce erişilemeyen tüketici grubuna ulaşabilecektir.

Organik tarımın yarar ve avantajlarını ekleme yapmak gerekir ise (Hatunoğlu, 2010; Akgün, 2011):

1. İnsan sağlığına zarar veren atıkların birtakımının barındırılmasının önüne geçip hastalıkların artmasını önleyebilir.
2. Sadece insan sağlığını değil, dünyanın sağlığının da muhafaza edilmesini sağlar.
3. Üretilen ürünlerin kolayca takip edilebilmesi ve üretim sırasındaki denetlemelerle tarımdaki önemli denetim eksikliğini önleyebilir.
4. Üretici geliri ürüne bağlı olarak yükselebilir.
5. Özel bir bilgi birikimi gerektiren ekolojik tarım sistemi ziraat alanlarında yetkin personeller için farklı iş alanları sağlayabilir.
6. Mevcut tarım arazilerinin çölleşmesini, azalmasını, kullanılamaz duruma gelmesini engeller.
7. Ekolojik ürünlerin diğer ürünlere göre ihraç fiyatı % 10-20 oranında daha fazladır ki bu da üreticilerin karlarını ve gelirlerini etkileyebilecektir.
8. Fiyatı sürekli artış gösteren kimyasal gübre, enerji ve pestisit maddelerinden kar edilebilmektedir.
9. Sözleşmeli tarım ile üreticilerin bütün ürünlerinin alınabilmesi garanti altına alınabilecektir.
10. Ekolojik ürün ihracatı ile tarımsal ürün üretiminde ek bir kapasite oluşturulmaktadır. Böylece ihraç edilen ürün daha önce erişilemeyen tüketici kitlesine varabilecektir.

Bu avantajlara ek olarak organik tarım, her ne kadar geçiş süreci ve sertifikasyon giderlerini beraberinde getiriyor olsa da kimyasal madde giderlerinden tasarruf eder. Yatırım maliyeti dış girdiye gereksinim olmadığından istenmez, kendi kendini çeviren bir üretim sistemi meydana getirilebilir ve ürün miktar ve kalitesinde artış temin eder. Ulusal ve uluslararası düzeyde talep gören üretim şekli olduğu için ihracat potansiyeli mevcuttur. Bu nitelikleri yanında taşıdığından organik tarım bütün dünyada kabul edilen ve talep gören bir tarımsal üretim şekli olarak uygulanmaya dönüşmüş ve üretimi tetiklemiştir (Lampkin, Foster ve Padel, 1999).

1.5 Organik Tarım Sisteminin Dezavantajları

Tarımda organik metotlar kullanılarak üretim yapılması esnasında bazen verimde bir takım düşüşler meydana gelebilmektedir. Fakat çalışmalar ortaya çıkarmaktadır ki verimdeki azalmanın yetiştirilen ürünlere göre değişmekle beraber geçiş döneminden sonra, bu yaklaşık iki ile beş yıl arasından değişmektedir, verim eski düzeye yaklaşmaktadır. Verimdeki düşüş üründen ürüne değişmekle birlikte geçiş döneminden sonra ortalama olarak %20 oranındadır (Heissenhuber ve Ring, 1992).

Buna ilave olarak organik tarım sisteminin dezavantajları şöyle ifade edilebilir (İzmir İl GTHM, 2011):

1. Konumunun yeni olmasından dolayı yeterli personelin ve tarımsal yayma işlemlerinin olmaması ekolojik tarımın diğer negatif yönüdür.
2. Ekolojik tarım yöntemiyle bitkisel üretimde oluşan önemli problem; arazilerin arasında çok mesafe olması arazilerin parçalı ve küçük olmasıdır. Organik üretim bu durumdan olumsuz bir şekilde yönde etkilenmektedir.
3. Öyle ki ekolojik üretimi tercih eden işletmeler etraftaki üreticilerin kullandığı kimyasal girdilerden dahi etkilenmektedir.
4. Ekolojik tarım sistemi ile yetişen ürünlerin pazarlaması bilhassa iç piyasa için belirsiz ve yeni bir husustur.
5. Tarımsal ürün arzında ülkemizde seneden seneye önemli değişimler meydana gelmektedir. Genç nüfus ile beraber tüketim çeşitliliği ve seviyesinin devamlı yükselmesi ve çevre ülkelerin neredeyse tamamının tarımsal ürün talepleri nedeniyle, organik tarımın veriminde oluşabilecek azalma sebebiyle kısa vadede gelişmesi zor görünmektedir.

Organik tarımın bu avantajlarının yanında az da olsa çeşitli dezavantajlarının da ortaya çıkması olasılık dâhilindedir. Mevcut tarımsal üretim metodunu hemen organik tarıma çevirmek neredeyse olanaksızdır.

Söz konusu üretim yolunun yerleşmesi belirli bir süre gerektirdiğinden, hem Türkiye’de hem de dünyada organik tarım metodunu uygulamakta bazı sıkıntılar meydana gelmektedir.

Bunlar arasında ilk sırada bilhassa bu metoda geçiş sürecinde verimliliğin ortalama % 10-20 arasında düşmesi bekleyişi bulunmaktadır.

Bunun haricinde organik tarıma geçişin meydana getirebileceği başka dezavantajlar ise pestisit kullanılmaması veya çok az kullanılmasına bağlı olarak hastalık ve zararlılarda artış, organik gübre ve organik pestisit piyasasının yeterince gelişmemiş olmasıdır şeklinde açıklanabilmektedir (Aydın, 2012: 65).

Aynı zamanda popülasyonun miktarında ve bileşimindeki değişimler, tüketim seviyesinin ve çeşitliliğinin devamlı yükselmesi ve dünyadaki ülkelerin neredeyse hepsinin tarımsal ürün talep eden nitelikleri nedeniyle organik tarımın kısa vadede gelişmesi zaman ve yüksek çaba gerekebilecektir (Hatunoğlu, 2010: 7).

Organik tarım yöntemi ile yapılan bitkisel üretimde meydana gelen bir problem, arazilerin birbirine çok yakın olması, parçalı durumda olması ve oldukça küçük olmasıdır. Sonuç olarak organik üretim yapılan bir işletmede, çevresinde yapılan klasik işletmelerdeki kimyasal girdilerden zarar görmektedir. (Demir ve Gül, 2004: 2).

Bilhassa iç piyasa için belirsizlik ve yenilik talep etmesi organik tarım sistemi ile yetiştirilen ürünlerin pazarlanmasında zorluklar meydana getirebilmektedir.

Mesele yeni oluşu için yeterli seviyede tarımsal bilgi aktarımı çalışmalarının ve yetişmiş iş gücünün olmaması ekolojik tarımın olumsuz bir tarafı olarak ortaya çıkmaktadır (Deniz, 2009: 18).

1.6 Organik Tarımın Tercih Edilme Sebepleri

Bu dönemde konvansiyonel tarımın üretim artışına dönük yüksek oranda kimyasal ve sentetik girdi kullanımı neticesi çevre kirliliği oldukça önemli düzeylere erişmiştir. Tarımın meydana getirdiği kirlilik doğal dengenin tahrip olmasına sebebiyet verirken besin zincirleri ve çevre kirliliğiyle bütün canlılara erişebilen hayati bir riske de mahal vermektedir. Doğal dengenin tahrip edilmesine örnek olarak, toprakların erozyona uğramasıyla toprak azalmalarındaki nispi bir artış, topraktaki humus ve organik madde eksikliği sebebiyle toprak mikroorganizma yaşamının bozulması, mineral toprak profilinin kaybedilmesi ve benzeri vakalar verilebilir. Mücadele için bilinçli şekilde kullanılmayan sentetik kimyasal pestisitler, çeşitli yararlı ırkların yok olmasına sebebiyet vermiş ve biyolojik mücadele alanı bozulmuştur. Verimliliğin artırması için toprakların yüksek oranda sentetik mineral maddeler ile gübrenmesi bilhassa çabuk yıkanan azotlu gübrelerin yer altı sularına değin erişimiyle, insan ve hayvanlarda nitrat zehirlenmesi ortaya

çıkıştır (Ankara İl GTHM, 2012). Ürünün kalitesinin konvansiyonel tarımda ikinci plana itilmesi, bilinçsiz uygulamalar ve iktisadi üretim için mekanizasyonun yükseltilmesi toprağın canlı katmanına zarar vermiştir. Toprakta meydana gelen sert katmanlar, sıkışmalar oluşarak erozyon tehlikesini arttırmıştır (Ankara İl GTHM, 2012).

Geleneksel tarımda, mono kültür üretim –aynı ürünlerin nöbete bırakılmadan aynı arazilere ekimi- zarar gören toprakların veriminin azalmasına sebep olmaktadır, organik tarım içerisinde yürütülen ekim nöbeti ise toprağı zenginleştirmiş aynı zamanda verimini de artırmıştır. Türkiye’deki bulunan çiftçilerin %85’ini küçük arazi sahipleri oluşturmaktadır, yatırım güçleri ve organize olarak bir arada bulunamamaktadırlar. Organik tarım sisteminde çiftçiler toplanarak üretime geçme imkânına sahip olmalarının yanı sıra en az masrafla en kaliteli ürünleri temin etme ve eskiye göre fazla kazanma imkânına sahip olabilmektedirler. Aynı zamanda tarlada çalışanlara organik tarım daha sağlıklı bir atmosfer temin eder. Çünkü insan sağlığını riske atan kimyasal maddelerin kalıntı riskleri en düşük seviyededir yani sağlığa zararlı değildir. Üretim maliyetlerindeki artış ürün satış fiyatlarını aşmakta, çiftçi üretim giderlerini geleneksel tarımda karşılayamamaktadır.

Ancak organik tarımda bu maliyetler daha düşüktür. Organik tarımın meydana getirdiği kolaylıklar şöyle sıralanabilir (Orgüder, 2004);

1. Organik tarım, su ve enerji tüketimini azaltarak yenilenemeyen kaynaklara tasarruflu kullanma imkanı sağlar,
2. Organik tarım, çevre problemleri sebebiyle risk altında olan tarımsal bölgeleri, yaban hayatı ve biyoçeşitliliği muhafaza etmektedir.
3. Üretim süreci maliyetinin artışının ürünlerin satış miktarından daha çok olması çiftçinin geleneksel tarım yöntemiyle yapılan üretim giderlerini karşılayamamaktadır. Organik tarımda ise bu maliyetler daha düşüktür.
4. Organik üretimde, genetiğı değiştirilmiş organizmalardan (GDO) üretilen girdi ürünleri kullanılmamakta, ürünlerin ışınlanmasına da izin verilmemektedir.
5. Organik ürünler organik tarım yöntemleri kullanılarak üretilmiş ve akabinde kontrol edilmiştir. Organik tarım etiketli, markalı, paketli ve ürünler üretimine imkan teşkil eder.
6. Organik ürünler üretiminde ürünlerde doğal tat maddeleri açısından bir

bozulmanın görülmediği ve sentetik kimyasal girdiler kullanılmadığı için sağlıklı ürünler üretilmektedir.

7. Organik tarım; su, toprak ve hava kirliliğine sebep olmadığından doğa dengesini muhafaza eden bir üretim biçimidir.
8. Kendine yetme oranı kırsal kesimde tehlike altındadır. Organik tarım, devamlı artan ve durdurulamayan köylerden kentlere yapılan göçlerin engellenmesinde de alternatif çözüm görevi üstlenmiştir.
9. Eko-turizm ve eko-köyler çiftçiler için çeşitli gelir kaynakları meydana getirmektedir.

Tüm bunlardan öte organik tarımın yapılamayacağı yerlerde mevcuttur. Reaktörler, ağır sanayi kuruluşlarına, maden işletme tesislerine, termik ve hidrolik enerji santrallerine, kentsel atıkların bütün bir şekilde atıldığı yerlere üç kilometre mesafedeki tarım arazilerinde organik tarım yapılamaz ve çevre kirliliği yönünden şüphelenilen bölgelerde konu uzmanının raporu alınarak ve/veya sertifikasyon kuruluşu eliyle bu onay verilebilir (Edirne İl GTHM, 2012). Organik tarım yapan işletmeler araştırıldığı 1980 senesinde ABD’de yapılan araştırma raporuna göre organik tarım yapmayı tercih eden işletme kurumlarının daha ziyade küçük işletmeleri tercih ettikleri görülmektedir (Buttel, Gillespie, Janke, Caldwell ve Sarrantonio, 1986). Organik tarıma geçişte yapılan bu tür çalışmalar başlangıçta geleneksel tarımın yanında hızla üretim düşüklüğü yaşasa da sonraları alınan tedbirler ile verim seviyesi eski haline yetişmektedir (Daitato, 1989).

Sentetik girdi kullanımından vazgeçilmesi verimin azalmasına sebebiyet vermenin yanında, önemli gider tasarrufları da ortaya çıkarmaktadır. Yapılan değerlendirmelere göre bitkisel üretim sürecinde de organik tarıma geçilmesi gayrisafi hâsılada %6-17 civarında azalma söz konusuysen giderlerdeki azalmanın etkisiyle en çok %13 civarında net gelir kaybının olduğu açıklanmaktadır. Organik tarım geleneksel tarıma mali olarak göre dezavantajlı olsa da bilhassa uzun vadede doğal dengenin ve çevre muhafazası konusundaki ekonomik destekleri ile daha ön planda tutulmaktadır (Rehber, 1991).

Dünya nüfusunun hızlı artışı ve insan sayısına paralel olarak tarım ürünlerine olan talebin fazlalığı, son dönemlerdeki hayvansal ve bitkisel üretimin de yoğun biçimde yapılmasına sebebiyet vermiştir. Konvansiyonel üretim sürecinde birim alandan üst seviyede meblada iktisadi ürün elde edilmesi öncelik taşıdığından çevre

dengesi ve ürün kalitesinde sağlık ölçütleri ikinci planda kalmıştır. Bunun neticesi olarak gerek hayvansal gerekse bitkisel üretim, hayvanlara, insan sağlığına ve çevreye zarar verme eğilimine girmiştir (Çetiner, 2011).

Bu topraklar üzerinde yetiştirilen bitkilerin de zararlı hayvanlara ve hastalıklara karşı dirençleri azalmıştır. Böylece zararlı hayvan ve hastalıklarla mücadele için kimyasal preparatlar ilerletilmeye başlanmış aynı zamanda bu kimyasalların kullanımıyla tarımsal verimlilik gözle görünür şekilde artmış, fakat globalleşen dünya içinde ucuz maliyet dalgası ve kitle üretiminde kimyasal girdi kullanımını da fazlasıyla artmış aynı zamanda yaygınlaşmıştır (Sürmeli, 2003). Bilhassa fazla sulama etkinlikleri, kimyasal gübrelerin ve tarım ilaçlarının doğal kaynakların ve çevrenin üstündeki etkileri de araştırılmış, tuzlanma, erozyon, yer altı ve yer üstü tatlı su kaynaklarının tahribi, hayvan ve flora varlıklarının tükenmesi, toprak sıkışması, yiyecek ve içeceklerde bulunan kimyasal ilaç miraslarının hayvan ve insan sağlığını tehdit etmesi gibi meselelerin meydana gelmesinde modern tarım metotlarının etkili olduğu ortaya çıkmıştır (Yürüdü, Kara ve Aribaş, 2010). Organik tarım, gıda güvenliği yönünden oldukça mühim üstünlüklere sahip, herhangi bir tarım metodunun sahip olmadığı seviyede gözlemlenebilirliği olan, çevre ve insan sağlığını muhafaza eden, doğal kaynakları ve ekolojik sistemi tüketmeden, kirlenmeden tahrip ve etmeden devamlılığını temin eden, çevreye ve insana dost bir üretim türüdür. Bu dönemde resmi düzenlemeler ile tarif edilmiş bir sistem olmakla birlikte sertifikasyon ve denetim kuruluşları eliyle denetlenip kayıt ve güvence altına alınması temin edilmiş bir üretim türüdür. Organik tarıma başlamak için rotasyon ve yönetmeliklerde belirtilen desteklerin ve girdilerin kullanılması geçiş dönemine uyulması, gerekmektedir (Altındışli ve Aksoy, 2010).

En mühim hedefi canlılara ve insanlara ortak hayat alanı oluşturmak ve doğayı muhafaza etmek olan ekolojik tarımın diğer hedefleri şu şekilde sıralanabilir (Ak, 2002);

1. Çevrenin kirlenmesini engellemek,
2. Biyolojik ürün çeşitliliğini muhafaza etmek,
3. Genetik kaynak ve toprak erozyonu durdurmak,
4. Suyun miktarını ve kalitesini muhafaza etmek,
5. Yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmak,
6. Enerjini yanlış kullanımını durdurmak

7. Köylerden kentlere yapılan göçü durdurmak,
8. Ekonomik kalkınmaya destek vermek,
9. İhraç ürünü olarak daha çok talep gören ürünler üretmek,
10. Hızla büyüme gösteren ekolojik ürünler pazarlarından ihtiyaç duyulan payları almak,
11. Küçük çaptaki çiftçilerin gelir seviyesini yükseltmek.

Birim alandan en çok fayda alan konvansiyonel tarım sistemi ile üretim artışı sağlansa da sistemin meydana getirdiği çevre kirliliği, insan hayatı için önemli tehditlerle karşı karşıya kalınmıştır. Açlık problemine çözüm ararken başvurulan bu yöntem, ekolojik dengenin tahribi pahasına sürdürülürken dünya popülasyonunun neredeyse 1/3'ünün hâla açlık problemiyle karşı karşıya olması daha fazla zaman kaybetmeden radikal bir sistem değişikliğine duyulan zorunluluğu gözler önüne sermiştir. Gerçekleşen farkındalık tüm dünya ülkelerinin ilgisini organik tarım sistemine çekmiştir.

Organik tarım uygulamaları konvansiyonel tarım uygulamalarının tersine yaban hayatı ve biyoçeşitliliği muhafaza etme ilkesini benimsemiştir.

1.7 Organik Tarımın Ekonomik Yönü

Temel gereksinim olması sebebiyle tarımsal ürünlerin talep elastikiyeti düşüktür, yani fiyat değişimleri talep miktarlarına çok fazla etki etmez. Fakat bu durum geleneksele göre birhayli yüksek meblağlarla sunulan organik ürünler için biraz farklıdır. Yüksek fiyatlardaki küçük bir değişiklik bile talebi oldukça fazla etkiler. Talep esnekliğine etki eden diğer bir etkende ikame edilebilme imkânıdır. Eğer tüketici geleneksel elma ile organik elma arasında bir fark görmüyorsa ikisinden birini seçme durumu mevcuttur.

Böyle bir durumda yüksek fiyata sahip organik elmanın talebi düşük bir düzeyde olur (Pezikoğlu, 2004). Organik ürünlerin fiyatının düşük olması için iktisadi analizinin iyi yapılması zorunludur (Marangoz, 2008).

Organik tarım için yalnızca çiftçinin motivasyonu yeterli değildir, ayrıca iktisadi getirisi de önemlidir. Bir çiftliğin iktisadi durumunu türlü etmenler etkilemektedir. Bilhassa harcama ve gelirdeki değişim hesaba katılmalıdır. Harcama ve gelirdeki farklılaşma çiftlikten çiftliğe ve ülkeden ülkeye değişiklik sergilemektedir. Bu sebeple tehdidi azaltmak ve başarısızlığı durdurmak için iktisadi

durumun analizi gerekmektedir. Organik tarımın iktisadi olarak varlığını devam ettirebilmesi için bazı koşulların meydana gelmesi gerekir. Bunlar yatırımın geri dönüşüm durumu, harcamaların düşürülmesi, çiftliğin ve ürünlerin pazardaki değerini arttırmaktadır (Marangoz, 2008).

a) Yatırımın geri dönüşüm durumu (maliyetlere karşı gelirin durumu):

Organik tarımda bir çiftçinin performansı için onun geliri ve kazancı hesaplanabilir olmalıdır. Bu kar üretim koşullarına ve pazarlama imkanlarına bağlıdır. İkisinin de maliyetleri ve getirileri de farklıdır. Üretim koşulları ve pazarlama imkanları ülkeden ülkeye ve çiftlikten çiftliğe farklılık teşkil eder.

b) Harcamaların düşürülmesi:

Bir çiftliğin karı üretim giderleri ve gelirleri arasındaki farktır. Gelir yalnızca üretim meblağını artırmakla yükseltilemez. Ayrıca üretim giderleri de düşürülmelidir.

c) Optimum geri dönüşümün temini:

Çiftlikteki materyallerin maksimum geri dönüşümü temin edilerek gübre girdisi olarak kullanılmaktadır. Bu harcamaları düşürmenin en etkin yöntemidir. Mesela, mutfak artıklarının tarlaya compost olarak atılması.

d) Dışsal girdilerin minimizasyonu:

Organik tarım sistemi dışsal girdilerin azaltılmasına katkı sağlar. Yine de bazı ürünlerin yetiştirilmesinde oldukça fazla oranda gübre, organik böcek zehiri ve diğer girdiler kullanmak gerekebilmektedir. Harcamaların azaltılmasının bazı metotları bulunmaktadır. Bunlar:

1. Lokal bitkilerin kullanılarak bitkisel pestisitlerin hazırlanması,
2. Fidelerin ve tohumların çiftçi eliyle üretilmesi,
3. Yerel erişilebilir gübre kaynaklarının araştırılması,
4. Hayvansal ürünlerin ve gübrelerin temini,
5. Dışarıdan hayvan yemi almaktansa kendi hayvan yemlerini üretmek ve
6. Gereksinim duyulan araç ve gereçleri ithal etmek veya satın almak yerine en yakın yerden veya komşular ile ortaklaşa kullanılmasıdır.

a) Geri dönüşümün artırılması:

Üretimin geri dönüşümünü yükseltmek için aşağıdaki yaklaşımlar kullanılabilir.

b) Üretimin artırılması:

Bir çiftlikteki üretim yerel koşullarda iyi ürün veren uygun ürün türlerinin üretilmesiyle arttırılabilir.

c) Pazar değerini arttırmak:

Çiftlikte üretilen ürünlerin ve çiftliğin pazardaki değerini yükseltmek için;

1. Pazardaki değeri yüksek olan ürünlerin araştırılarak üretilmesi,
2. Tıbbi ürünler, baharat vb.
3. Kaliteli ürünlerin üretilmesi,
4. Ürünlerin aynı zamanda işlenmesi (reçel, kurutma vb.)
5. Tereyağı, lor peyniri, yoğurt, kaymak, vb. Mandıra ürünlerinin de üretilmesi
6. Ürünlerin uygun biçimde depolanması temin edilmelidir.

a) Pazara daha iyi koşullarda girmek:

Gelir, ürüne pazarda ödenen fiyata ve ürünün oranına bağlıdır. Birtakım ülkelerde çiftçilerden düşük fiyata ürün alan komisyoncular bu ürünleri fahiş fiyata satmaktadırlar. Bunu engellemek için üreticiye farklı dağıtım kanalları arz edilmelidir. Buna dair farklı dağıtım kanalları ve bunların avantaj ve dezavantajları tablo 1.1’de görülmektedir.

Tablo 1.1: Organik ürünlerin dağıtım kanalları ve bunların avantaj ve dezavantajları (Marangoz, 2008).

Dağıtım Kanalı	Şartları	Avantajları	Dezavantajları
Doğrudan çiftlikte satış veya tezgahta satış	<ul style="list-style-type: none">• Çiftlikte bir mağaza veya tezgah açılması• Müşteriye hizmette duyarlılık• Depolamaya gereksinim duyma	<ul style="list-style-type: none">• Tüketiciler ile doğrudan irtibat sağlama• Kişisel güven sağlama• Yüksek gelir• Bağımsızlık• Devamlı gelir	<ul style="list-style-type: none">• Küçük potansiyelli müşteriler• Çok çalışmak zorunluluğu• Depolama, taşıma ve mağaza etkinlikleri için yatırım• Geniş ürün arzı gerekliliği• Garantinin olmaması
Bölgesel pazarlama (mağaza, otel, vb)	<ul style="list-style-type: none">• İyi kalite• Güvenilir hizmet• Yeterli miktar	<ul style="list-style-type: none">• Tüketiciler ile doğrudan bağlantı• Sözleşmeli üretim ve satın alma• Ürün taleplerine uyum	<ul style="list-style-type: none">• Daha düşük fiyat• Düzensiz talep

Tablo 1.1 (Devam): Organik ürünlerin dağıtım kanalları ve bunların avantaj ve dezavantajları (Marangoz, 2008).

Dağıtım Kanalı	Şartları	Avantajları	Dezavantajları
Büyük perakendeciler ve süpermarketler	<ul style="list-style-type: none">• En yüksek kalite• Çok güvenilir hizmet• Yeterli miktar• Bazı ürünlerde ihtisaslaşma	<ul style="list-style-type: none">• Büyük meblağlarda satılabilir• Düzenli talep• doğrudan çiftlikten ürün alınabilir	<ul style="list-style-type: none">• Tüketicile doğrudan bağlantının olmaması• Düşük fiyat
İhracat	<ul style="list-style-type: none">• En yüksek kalite ve güvenilirlik• Profesyonel idare• fazla miktar• Bazı ürünlerde ihtisaslaşma• Tasdik edilmiş sertifika	<ul style="list-style-type: none">• Yüksek fiyat düzeyi olabilir• Büyük ve gelişen pazarlara giriş olanağı	<ul style="list-style-type: none">• Tüketicile doğrudan bağlantının olmaması• Fiyatta ve kalitede yüksek seviyede rekabet• Sertifikaya ihtiyaç duyulmaması

1.8 Gıda Güvenliği ve Organik Tarım

Global dünyada iki çeşit beslenme problemi bulunmaktadır bunlardan birincisi yeterli miktarda gıdaya ulaşmadır. Öteki problem ise vücudun gereksinim duyduğu güvenli ve sağlıklı besin kaynaklarının teminidir. İlk meseleyi karşılayıcıda sözcük gıda güvencesidir. Gıda güvencesi tüm insanların sağlıklı ve aktif hayatlarını devam ettirebilmeleri için, daima güvenli, besin değeri yüksek, yeterli, gıdalara erişebilmeleri şeklinde tanımlanmakta ve “gıdaların temin edilmesi”, “gıdalara erişim” ve “gıdaların kullanımı” sözcüklerini kapsamaktadır (FAO, 2003). Gıda güvencesinin temin edilmesi, yeterli gıdanın bulunabilme oranı, arzın kısmen kararlı oluşu ve gıdaya gereksinimi olan kişilerin onu temin edebilmesidir (Demirbaş ve Atış, 2005).

Gıdaya dair temel meselerden ikincisi gıda güvenliğinin temin edilememesidir. Gıda güvenliğiye; sağlıklı gıda üretimini temin etmek maksadıyla gıdaların, taşıma ve dağıtım, işleme, saklama, üretim basamaklarında ihtiyaç duyulan kurallara uyulması ve tedbirlerin alınması olarak ifade edilmekte, sağlıklı durumu korunmuş gıda ve sağlığa faydalı sözcüklerini içine almaktadır (Bulduk, 2003). (Türkeş, 2014)'e göre agro-ekoloji, geleneksel bilgi ve yerel kaynaktan faydalanarak gıdaların güvenliğini temin etmenin en önemli araçlarından.

1.9 Organik Tarım Üretiminde Ana Sorunlar

1. Organik tarım ilaç sektörünün altyapı eksiklikleri,
2. Organik tarımsal üretimde kullanılacak olan girdilerin yetersiz olması sebebiyle fiyatlarının pahalı olması,
3. İç pazar talebinin yetersiz olması sebebiyle ihracat yapamayan üreticilerin zor durumda kalması ve ürünlerini konvansiyonel ürünlerle aynı fiyatlardan satmak mecburiyetinde kalmaları,
4. Sertifikasyon şirketlerinin merkezlerinin çoğunun İzmir'de bulunması nedeniyle denetim hizmetlerinin Anadolu'da yüksek maliyetli bir duruma düşmesi,
5. Organik üretimin yaklaşık %95'inin ihracata dönük olması dolayısıyla yurt içinde sağlıklı ürün kullanımının yaygınlaştırılmaması,
6. Üretici bilinçlendirme çalışmalarının ve bu hususta yetiştirilmiş teknik personelin yetersizliği,
7. Organik ürün tüketim şuurunun oluşturulmaması sebebiyle organik ürün iç pazar talebinin az olması,
8. Organik üretim bilincinin kazandırılmaması sebebiyle bazen yüksek kazanç gayesiyle ilaç kullanımında istismarların ortaya çıkması (İstanbul Ticaret Odası [İTO], 2009).

1.10 Dünya'da Organik Tarım

1.10.1 Organik Tarım ile ilgili Uluslararası Kuruluşlar

Organik tarım ile alakalı olarak dünya'da birçok kuruluş bulunmaktadır. Bunlar: Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM), Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü (FAO), Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) ve Organik Ticaret Birliği (OTA)'dir. Şimdi bunları ayrıntılı olarak incelemek gerekirse;

1.10.2 Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)

1972 senesinde kurulmuş olan IFOAM, milli Tarım Kuruluşları için bir şemsiye örgütüdür. Azaları arasında sertifikasyon kuruluşları, işleyiciler ve tüccarlar, eğitim ve araştırma kurumları gibi organik tarımın çeşitli kesimlerden kuruluşlar

bulunmaktadır. Bütün dünyada IFOAM organik tarımın bütün etkinliklerinin liderliğini üstlenmektedir. IFOAM, çeşitli sertifikasyon programları için bir perspektif meydana getiren “Organik Tarım ve Gıda İşletmesine İlişkin Uluslararası Temel Standartlar’ı hazırlamıştır.

Bu standartlar, IFOAM Standartlar Komitesi eliyle düzenli bir şekilde güncellenmekte ve iki senede bir IFOAM genel kurulunca tasdik edilmektedir (Ersun ve Arslan, 2011, s.42-43).

1.10.3 Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü (FAO)

İtalya’da 1945 senesinde kurulmuştur. FAO 183 adet üye ülkeye ve bir adet üye organizasyona sahiptir. Kuruluş gayesi bireylerin hayat standartlarını artırmak ve tarımda verimliliği ilerletmektir. Aynı zamanda kuruluş gayeleri içinde dünyadaki açlığı bitirmek ve tüm insanların arzuladıkları zaman yiyeceğe ulaşmalarını ve bu yiyeceklerinde sağlıklı olarak üretilmelerini temin etmek bulunmaktadır (Çetin 2005). Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü’nün (FAO) organik tarımla alakalı çalışmaları esasında organik üretim ile sağlanması olası kazançların FAO amaçlarıyla paralellik arz etmesinden dolayıdır.

1.10.4 Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)

Gelişmekte olan ülkelerde Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), organik içecek ve gıda pazarına dair kalkınma projeleri uygulama ve pazar araştırması faaliyetlerini uygulamaktadır. ITC’ nin hazırladığı programlar temel olarak 6 hizmeti içermektedir. Bunlar; ticaret hizmetlerinin geliştirilmesi, ürün ve pazar geliştirme, insan kaynakları gelişimi, ticaret bilgisi, gereksinimlerin tespiti uluslararası satın alma ve tedarikin idaresi ve programın tasarlanmasıdır (Ersun ve Arslan, 2011).

ITC’nin verdiği bu hizmetlerden en mühimi pazar ve ürün geliştirme olmakla birlikte organik ürünler de bu tür faaliyetlerin içinde yer almaktadır.

Gelişme sürecindeki ülkelerde bu hedef için organik ürün pazarına dair pazar araştırmaları yapılmaktadır ve bu araştırmalar yönünde kalkınma projelerini meydana getirilmektedir. Meydana getirilen bu projelerin esas amacı az gelişmiş ve gelişme sürecinde olan ülkelerdeki tarımsal ürün ihracat performanslarını artırmaktır (Güzel, 2001).

1.10.5 Organik Ticaret Birliği (OTA)

OTA; Organik ürünlerin pazar payını yükseltmek ve standartlarını muhafaza etmek gayesiyle Kuzey Amerika'da 1985 senesinde kurulmuştur, Meksika ve Kuzey Amerika, Kanada'daki organik ürün yetiştirici, işleyici, taşıyıcı, komisyoncu, kontrolör, çiftçi birlikleri, perakendecileri ve dağıtımçı içeren azalardan meydana gelmektedir (Türköz, 2002).

1.11 Türkiye'de ve AB'de Organik Tarıma Verilen Destekler

Bu bölümde organik tarıma Türkiye'de ve Avrupa birliğinde verilen destekler detaylarıyla incelenecektir.

1.11.1 Türkiye'de Verilen Destekler

Bütün dünyada ve aynı zamanda ülkemizde de üreticilerin organik tarıma yönlendirilmesinde ve organik tarımın kabul edilmesinde üreticilere temin edilen destekler oldukça önem arz etmektedir. Organik tarımsal girdi ve ürün üreten girişimcilere, düşük faizli tarımsal kredi uygulaması kapsamında 2004 senesinden beri %60 cari faiz indirimli işletme ve yatırım kredisi kullanma olanağı tanınmıştır.

Tarımsal arazilerde su ve toprak kalitesinin muhafaza edilmesi, yoğun tarımsal etkinliklerinin olumsuz etkilerinin azaltılması ve yenilenebilir doğal kaynakların devam ettirilebilirliğine dönük zorunlu kültürel önlemlerin alınması gayesiyle Çevresel Amaçlı Tarımsal Arazilerin Korunması (ÇATAK) Programına dâhil olan ve hibe sözleşmesini imzalamış çiftçilere bakanlık, tarımsal destek için ödeme yapmaktadır. 3. kategori çevre dostu tarım teknikleri ve kültürel uygulamalarına 135 TL/da ödeme verilmektedir. ÇATAK programı bağlamında yer alan iller Tablo 1.2'de gösterilmektedir.

Tablo 1.2: ÇATAK programı kapsamında yer alan iller.

Adana	Kahramanmaraş (Göksun ilçesi)
Aksaray	Karaman (Ereğli Akgün sızlığı-Ayrancı ilçesi)
Amasya	Kayseri-Sultan Sazlığı
Ankara	Kırşehir- Seyfe Gölü
Aydın	Konya-Ereğli Sazlığı
Bilecik	Manisa
Burdur	Mersin
Çanakkale	Nevşehir (Kozaklı)
Çorum	Niğde (Bor ilçesi)
Denizli	Samsun
Diyarbakır	Sivas
Edirne	Tokat
Isparta-Kovada Kanal	Toplam 25 il

Organik tarım sertifikası olan mamul, yarı mamul veya ham ürünlerden “Meyveler ve Sebze ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” bağlamında hal rüsumu alınmaya başlanmıştır.

Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ bağlamında, ihracata dönük organik ürünlerin analiz ve sertifika masraflarına destek verilmektedir. Bu süreçte belgelendirme ve laboratuvar analiz harcamaları %50 oranında ve en fazla 25.000 \$’a kadar yardımda bulunmaktadır. Öngörülen limitler dâhilinde, organik ürün ihracat yapan müteşebbisler, ihracat iadesi ödemelerinden faydalanmaktadır (Bayaner ve Süngü, 2013).

Hatta tarımsal danışmanlık ve yayım hizmetlerinden yararlanan üreticilere, 600 TL destek ödemesi sağlanmaktadır. Tarımsal müteşebbislerin bu desteklerden faydalanabilmesi için, sera veya çiftçi, su ürünleri, arıcılık -keçi koyun kayıt sistemine kayıtlı olmak zorundadırlar (Anonim, 2012a).

Organik tarım destekleri 2013 senesi için, 8 Nisan 2013 tarihinde çıkan ve 28612 sayılı Resmi gazetede şu şekilde yayınlanmıştır (Anonim, 2013b). Madde 7 kapsamında desteklendirme aşağıdaki gibidir:

(1) Bitkisel üretimde Çiftçi Kayıt Sisteminde kaydı bulunan ve icmallerin alındığı dönem itibari ile en az bir sene süreyle Organik Tarım Bilgi Sisteminde

kaydı olup organik tarımla uğraşan çiftçilerin geçiş iki süreci ve üzeri üretimlerine destek ödemesi yapılmaktadır.

(2) Küçükbaş ve büyükbaş hayvan, su ürünleri ve arı yetiştiriciliğiyle birlikte organik tarım ile ilgilenen çiftçilere organik tarım destekleme ödemesi yapılır.

Tablo 1.3'te 2013 senesi için organik tarım destek miktarları bitkisel ve hayvansal üretim alanları için ayrı ayrı gösterilmektedir. Tabloda meyve ve sebzelere dekar başına 50 TL katkı sunarken, tarla bitkilerine dekar başına 10 TL katkı sağlandığı görülmektedir. Bu durumun meydana gelmesinde tarla bitkileri üretim alanlarının daha geniş olması ve meyve ve sebze üretiminin işçilik ve üretim giderlerinin daha fazla olması etkili olmuştur.

Tablo 1.3: 2013 yılı organik tarım destekleri.

Sıra No	Desteklemeler	Destek Miktarı
1	Organik Tarım (Meyve, sebze)	50 TL/dekar
2	Organik Tarım (Tarla Bitkileri)	10 TL/dekar
3	Organik Tarım (Anaç Sığır, Manda)	150 TL/baş
4	Organik Tarım (Buzağı)	50 TL/baş
5	Organik Tarım (Anaç koyun, keçi)	10 TL/baş
6	Organik Tarım (Arılı kovan)	5 TL/kovan
7	Organik Tarım (Alabalık)	0,35 TL/kg
8	Organik Tarım (Çipura-levrek)	0,45 TL/kg

1.11.2 Avrupa Birliğinde Organik Tarıma Verilen Destekler

Dünyada organik gıda pazarlarının yarısından fazlasına ülkeleri sahiptir. Ayrıca tüm dünyada en büyük dış alımcı durumundadırlar. AB üyesi ülkelerin tarım politikalarının gerek politik gerek iktisadi manada ortak bir perspektifte idare edilmesi temelinde (OTP), ilk ve ortak politikası konumundadır.

Günümüzde Birlik bütçesinin yarısını meydana getiren Ortak Tarım Politikası Avrupa Birliği'nin en gözde politikalarından birisi olduğunu dile getirmek hiçte yanlış bir söylem değildir (Şentürk, 2007).

AB'de 1 Ocak 2005 tarihinde güncellenen OTP ile organik tarım, birliğin tarım politikasının temelinde yer almıştır. Ortak tarım politikası dâhilinde oluşturulan yeniliklerle tarım destek politikası tümünden değişime uğramıştır. Böylece yeni

düzenlemeler ile gıda güvenliği, çevrenin muhafaza edilmesi, tarımsal alanların devam ettirilebilir kullanımı, hayvan ve bitki sağlığı tahmin edilmektedir. Hatta tarım-çevre ilişkilerini kapsayan düzenlemelerin yanında çevre politikaları kapsamında hesaba katılan türlü düzenlemelerle organik tarıma yönlendirmede Avrupa Birliği'ne üye olan bütün ülkelerin kendi şartları doğrultusunda geliştirdiği milli programlar da destek sağlamaktadır.

AB Ortak Tarım Politikası harcamaları, Avrupa Birliği genel bütçesinin neredeyse %40'ına denk gelmektedir.

Harcamalar; çiftçilere yapılan direk ödemeler ve ihracat iadeleri ile piyasa müdahaleleri gibi tarımsal piyasaları tertipleyen önlemlerin finanse edildiği Avrupa Tarımsal Garanti Fonuyla üye devletlerin kırsal kalkınma programlarını finanse eden Avrupa Kırsal Kalkınma Tarımsal Fonu ismindeki 2 fondan karşılanmaktadır (Sağlık 2010).

AB ülkelerinde yaşayan çiftçiler tarımsal çevre programlarını kapsamı içerisinde destek almaktadır. Organik tarımsal faaliyete dönük destekler OTP kapsamında Gündem 2000 düzenlemelerinde bulunan 1257/99 no'lu Kırsal Kalkınma Yönetmeliği ve çevre politikaları içerisinde uygulanmaktadır.

1257/1999 no'lu yönetmelik 10 Ocak 2000 tarihinde uygulanmaya başlanmış ve bu yönetmelikle tüm kırsal kalkınma projelerinin tek bir çatı altında birleştirilmesi hedeflenmiştir ve konuyla alakalı tüm mevzuatlar tek bir kanuni düzenleme içerisinde toplanmıştır.

Aynı zamanda kırsal kalkınmaya destek verilmesi için ihtiyaç duyulan mali kaynakların da FEOGA (Fonds European d'Orientation et de Garanti Agricoles) olarak isimlendirilen Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu'nun Garanti bölümüne transfer edilecek fonlarla temin edilmesi karara bağlanmıştır (İpek ve Çil, 2010).

AB içerisinde yürütülen desteklemelerin biçimi büyük çoğunlukla (Sayın, 2002);

1. Hayvan başına direk üreticiye veya birim alana, göre teşvik verilmesi,
2. Çeşitli desteklemelerin pazarlama için kullanılması yönündedir.

Bunlar içerisinde üreticilere teşvik yardımı verilmesinde; Bölgelerin durumu, işlenen bölgenin niteliğine ve ürün çeşidi bağlı olarak verilen desteklerde %20-40 oranında değişiklik ortaya çıkabilmektedir. Destekleme kapsamına alınma sürecinde,

sertifikalı alan veya ürün olup olmama şartı getirilmesi ve yürütülen ortak politika türüne (çevre, tarım vd.) göre yeni biçimlenmelerin meydana gelmesi olasılık dâhilinde bir durumdur.

Pazarlamaya dönük desteklerdeki ana gayeleriniyse büyük oranda; Birliğe üye olan bütün ülkelerde üreticilerin herhangi bir pazarlama örgütüne bağlı olup etkinlikte bulunması, “Pazarlamayı Geliştirme Düzenlemesi” geliştirilmesi Organik ürünlerin işlenmesinin temin edilmesi, Organik ürünlere dair pazarlama sözcüğünün geliştirilmesi, olduğu ile karşılaşılmaktadır.

Ülkelere ait Ulusal Programlar kapsamında direk organik tarıma dönük çeşitli desteklemeler yürütmektedir. Fakat destekleme kapsamındaki üreticilere dönük ölçütler, yardım miktarları ve ürün çeşitleri hususunda ülkeden ülkeye farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Esas olarak destekleme biçimi, hayvan başına veya ekim alanına göreler. Bu husustaki yerel uygulamalarda ülkeler, bağımsız hareket edebilmektedirler (Sayın, 2002).

Çeşitli AB ülkelerinde organik tarıma dönük devlet katkılarında kısaca bahsetmek gerekirse (Anonim, 2012a):

Almanya: Organik tarımın gelişimi 1989’dan 1992 senesine değin kimyasalların yasaklanması biçimde bir destek sağlanmıştır. Bu destekleme tarımsal-çevre programı perspektifinde 1994 senesinden itibaren fon aktarımı biçiminde sürmüştür. 2002 senesinden bu yana organik tarıma ekime elverişli hektar başına destek sağlanmıştır. Organik tarıma Almanya’da sağlanan destek hususunda federal yapıdan kaynaklanan farklı uygulamalar mevcuttur. Organik tarımla meşgul olan çiftçilere destek vermek için çeşitli programlar yürütülmekte ve bunlara katılım şartları da çeşitlilik sergilemektedir.

Belçika: Devlet, organik tarımla meşgul olan çiftçilere, hektar başına sebze üretiminde yıllık sübvansiyon ödemekte ve organik tarım için kurulmuş 2 araştırma merkezinin finansmanını sağlamaktadır.

Danimarka: Organik tarım projelerini hükümet desteklemekte aynı zamanda hektar başına teşvik sağlamaktadır. Danimarkadaki çiftçiler organik tarıma geçmek hususunda hevesli olmamakla birlikte pazar baskılarının ve devlet politikalarının neticesi olarak organik tarıma ciddi oranlarda geçiş sağlanmıştır. Hatta Danimarka’da organik ürün üretimine ve pazarlama projelerine de destek verilmektedir.

Hollanda: 2000 senesinde ilan edilen “Kazanmak İçin Organik Pazar” isimli politikalarına göre organik tarım tüketim ve üretimini yükseltmek amacıyla türlü tedbirler alınmaktadır. Hollanda’daki organik üretim ile ilgilenen çiftçilere dönük kanuni düzenlemelerin hedefi, tarımda devam ettirilebilir yatırımların sayısını çoğaltmaktır. Çiftçiye likidite ve faiz avantajları temin etmek, yatırımların normalden daha az fiyata oluşturulmasını sağlamaktadır. Hollanda’da organik tarıma geçen çiftçilerin geçiş giderlerine katkı sunması hedefiyle geçiş dönemlerinde çiftçilere mali destek verilmektedir. Yılda kazandıkları miktarın en az %70’ini organik ürünler satarak kazandığını ispat eden üreticiler 2000 senesinden sonra gelir vergisinden 6.818 Euro’yu indirebilmektedir.

İngiltere: Öncelikli olarak çevresel hassas alanları ele almıştır. Çiftçilere arazinin yapısına bakılarak 5 sene için geçerli geçiş dönemi yardımları verilmektedir.

İtalya: Bazı bölgelerde organik tarıma sağlanan katkılar direk gelir desteği gibi kullanılmaktadır. Mali kaynak oluşturmak için organik pazarın gelişmesinde kullanılmak üzere zararlılarla mücadele için kullanılan ilaçlara vergi uygulaması başlatılmıştır. Hatta insanları bilinçlendirmek için çeşitli kampanyalar uygulanmaktadır.

Macaristan: Organik tarıma, ihracat potansiyeli yüksek olduğu için destek görmektedir. Pazarlamaya ve sertifikasyon sistemi kurulumuna dönük teşvikler ve yardımlar sağlanmaktadır.

Polonya: 1993 senesinden beri Tarım Bakanlığı aracılığıyla su ve toprak analizleri için destek sağlanmaya başlanmıştır. Tarım Bakanlığı kapsamında çalışan Organik Tarım Çalışma Grubu eliyle 1998 senesinde bir teşvik sistemi oluşturulmuştur. Bu teşvik sistemi bağlamında; 1998’den beri organik çiftliklerin kontrol kuruluşlarının sertifikalandırma ve kontrol bedelleri devlet eliyle temin edilmektedir.

Slovenya: Hükümetin organik tarıma olan mali katkıları; sertifika maliyeti destekleri, geçiş dönemli destekleri, sigorta destekleri ve kredi programlarıyla desteklemeler biçiminde ortaya çıkabilmektedir. Çevre politikalarında hedeflenen hususlar hayvan, insan, bitki ve çevre sağlığının muhafaza edilmesidir ve yüksek düzeyde koruma, bütünlüçilicilik, tedbir, ihtiyat, kirleten öder ilkeleri ve kaynakta tedbir bulunmaktadır.

Bu destekler ülkelere göre farklılık göstermekle beraber, bu farklılık senelere göre de farklılaşmaktadır. Üye ülkeler destek oranlarını ve hangi ürünlere destek ödemesi yapacaklarını kendi milli politikaları bağlamında saptamakta ve destekler buna göre yürütülmektedir. Bu durumda belirleyici faktör AB Ortak Tarım Politikasından ziyade ülkelerin milli tarım politikalarıdır (Schwarz, Nieberg ve Sanders, 2010).

1.12 Türkiye'de Organik Tarım

1.12.1 Türkiye'de Organik Tarımın Tarihsel Gelişimi

1972 Türkiye'sinde İsveç başkenti olan Stocholm'de gerçekleştirilen çevre ile ilgili konferanslara en üst düzeyde katılım göstermiş ve bilhassa, su, toprak ve hava kirliliğinin durdurulması hususlarında kaynakların devam ettirilebilir kullanımı adına tedbir çalışmaları yapmış bu yönde de ekolojik tarım söylemleri geliştirmiştir.

Bu ürünlere ek olarak daha sonra fındık, kuru kayısı ile antepfıstığı gibi gıdalar da eklenerek farklı alanlara yayılmıştır.1992 senesinde Türkiye'deki organik tarım hareketin doğru ve sağlıklı gelişimini sağlamak hedefiyle Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO) oluşturulmuştur. Organik tarım hususunda faaliyette bulunan veya ilgili olan üretici kontrol ve sertifikasyon kurum çalışanları, ihracatçı, işleyici, üniversitelerdeki ve tarım bakanlığındaki araştırmacılar, tüketiciler ve teknik elemanlar gibi sektördeki tüm çalışanlar derneğe katılmıştır. Organik tarım hususunda "Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği" (ETO) Türkiye'de çatı görevi gören, alakalı tüm kurum ve kişileri içeren şemsiye organizasyonu yapısı ile gönüllülük esasına dayalı bir kurumdur. Türkiye'de organik bitkisel üretim gerek üretici sayısı gerekse alan ve ürün çeşitliliği yönünden gelişme göstermekle birlikte bu tarım sistemi genel tarım içinde yavaş yavaş olsa pay olarak da yükselmektedir.

Son senelerde organik hayvan üretimine olan ilgi de artmakta, bu üretime dönük açık olmayan tesisler oluşturulmaktadır. 1999 senesinden beri pazarlarda da organik hayvansal gıdalar yönünden hareketlenmeler oluşmuştur (Er ve Başalma, 2013, s.31). Tarım ve Köyişleri Bakanlığı 2006 senesi verileri incelendiğinde göre Türkiye'de toplam 205 tane sertifikalı organik gıda üretimi yapıldığı görülmektedir. Toplamda 14500 üretici/işletme, 423 bin ton olarak bildirilen organik ürünleri; 203 890 hektarın üzerinde üretmektedir. Organik tarım hususunda üreticilerin tamamına yakını çalışan organizasyon kurumlarıyla sözleşmeli tarım yapılmakta ve yetişen

organik ürünlerin yüksek bölümü ihraç edilmektedir. Türkiye'deki organik üreticiler bölge bölge incelendiğinde Ege Bölgesi'nin % 37 pay ve 4894 üretici ile birinci sırada olduğu, Ege bölgesini 2907 üretici ve % 22 pay ile Karadeniz Bölgesi, 2021 üretici ve % 16 pay ile Doğu Anadolu Bölgesi takip etmektedir.

Bu bölgeler İç Anadolu, Marmara ve Akdeniz bölgeleri (1374,746 ve 711 üretici) olarak devam etmiştir. Organik üretici sayısı en az olan bölge ise 373 üretici ve %3 ile Güney Doğu Anadolu bölgesi olmuştur. Organik üretim alanlarına bölge bölge bakıldığında en büyük üretim alanına 42609 ha organik üretim alanı ve %41 payla Ege Bölgesi'nin sahip olduğu görülmektedir. Arkasından 21692 ha alan ve %21 payla Güney Doğu Anadolu Bölgesi ve 17048 ha alan ve %17 payla Akdeniz Bölgesi gelmektedir. Arkasından Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgesi (7890, 6168 ve 5480 ha alan) gelmiş, en küçük üretim alanına ise Marmara bölgesi 1861 ha alan ve %2 ile sahip bölge olmuştur (Er, Celal, Başalma ve Dilek, 2013, s.32). Tüm bunların yanında Türkiye'de ticarete konu olan ve üretimi yapılan organik tarım ürünlerinin ayrıntılı listesi aşağıda tablo 8'de (sayfa 60) verilmektedir.

Organik tarım 1984 senesinde Türkiye'de yurt dışındaki alıcıların kuru incir ve çekirdeksiz kuru üzüm istekleri ile başlamış, fındık ve kayısı üretimi ile sürdürülmüştür. Kısa zaman sonra ürünlerdeki çeşitlilik 8'e çıkmış ve 90'lı senelerin başına değin bu sayıda artış görülmemiştir. Akabinde yaşanan senelerde dünyada organik tarım gelişimine paralel olarak Türkiye'de de konunun sosyo-ekonomik önemi ve buna bağlı olarak da üretilen organik ürün sayısı artmıştır (Altındışli ve Aksoy, 2010).

Tablo 1.4: Ülke genelinde bazı tarla bitkileri ürünlerine ait üretim değerleri.

Ürün adı	Toplam üretim değeri (TON)
Yonca	195.486,33
Buğday	164.651,19
Korunga	60.406,14
Pamuk	31.066,32
Mısır	24.643,89
Arpa	21.568,00
Mercimek	8.335,90
Nohut	3.247,58
Patates	2.222,51
Fasulye	143,11
Tütün	17,28

(2012 yılına ait organik tarımsal üretim verilerden derlenerek alınmıştır)

Ülke genelinde oluşturulan organik bitkisel üretimin yanı sıra önemli bir oranda da geçiş süreci ürünü mevcuttur. 2012 senesi verilerine göre 30.229 üretici eliyle 295.777,49 hektar üretim alanı ve 510 hektar doğal toplama alanında toplam 873.755,28 ton bitkisel üretim geçiş süreci ürünü yetiştirilmiştir. Türkiye sahip olduğu 42.460 üretici sayısı ile Avrupa’da en fazla organik tarım üreticisine sahip ülkedir. Ülkemizi 42.041 üretici ile İtalya, 32.195 üretici ile İspanya izlemektedir. Üretici sayısı açısından ülkemiz dünyada; Hindistan (547.591), Uganda (188.625), Meksika (169.570), Tanzanya (145.430) ve Etiyopya’nın (122.359) ardından 6. sırada yer almaktadır (Willer, Lernoud ve Schaack, 2013).

Ülkemizin üretici sayısı açısından dünyada önemli bir yere sahip olmasına rağmen, üretim yapılan tarım alanı ve üretim miktarı açısından çok daha geri sıralardadır. Bu durumun esas sebepler arasında, ülkemizde ki tarımsal işletmelerin genel olarak geçimlik veya yarı geçimlik yapıda olması ve küçük, çok parçalı arazilerden meydana gelmesidir. Bunun yanında çiftçilerin organize olma bilincine sahip olmaması, üreticilerce organik ürün niteliklerinin, üretim tekniklerinin, organik tarım yöntemlerinin, çevre muhafazadaki rolü veya diğer sağlık değerleri ile ilgili yeterli bilgi sahibi olmamaları da bu durumun oluşmasına destek vermektedir (Bayram, Yolcu ve Aksakal, 2006).

Tablo 1.5: Türkiye’de üretimi yapılan ve ticarete konu olan organik tarım ürünleri (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı 2005).

BİTKİSEL ÜRÜNLER	
Sert kabuklu Meyveler	Fındık, Ceviz, Antepfıstığı, Badem, Yerfıstığı, Kestane
Kuru Meyveler	Üzüm, Kayısı, Dilimlenmiş Kayısı, Zerdali, Erik, İncir, (Tüm ve Dilimlenmiş) Elma, Kiraz, Vişne, Armut, Çilek
Kurutulmuş Sebzeler	Domates, Mantar
Yaş Meyve ve Sebze	Elma, İncir, Çilek, Erik, Armut, Vişne, Kiraz, Trabzon Hurması, Üzümsü Meyveler (Berry’ler), Karpuz, Limon, Portakal, Greyfurt, Mandalina, Şeftali, Üzüm, Domates, Biber, Salatalık, Ispanak, Pırasa, Karnabahar, Patlıcan, Maydanoz, Havuç, Patates, Kuru Soğan, Sarımsak, Kereviz, Balkabağı, Bezelye

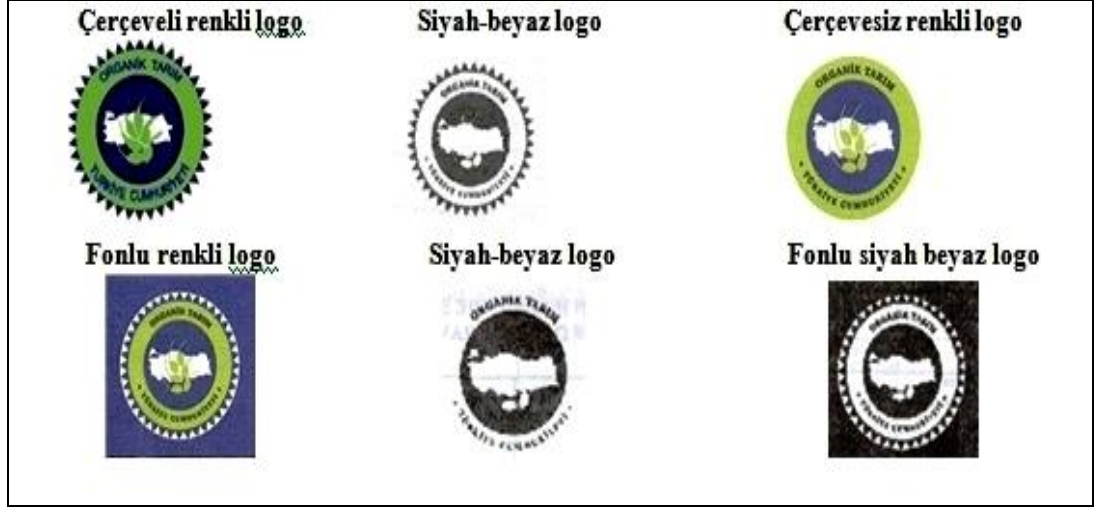
Tablo 1.5 (Devam): Türkiye’de üretimi yapılan ve ticarete konu olan organik tarım ürünleri (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı 2005).

BİTKİSEL ÜRÜNLER	
Bakliyat	Mercimek, Nohut, Fasulye
Baharat ve Tıbbi Bitkiler	Defne Yaprağı, Kekik, Kimyon, Adaçayı, Biberiye, Ihlamur, Rezene, Nane, Isırgan Otu
Sanayi Bitkileri	Pamuk, Haşhaş Tohumu, Anason, Şeker Pancarı
Yağlı Tohumlar	Ay Çekirdeği, Susam
Hububat	Buğday, Pirinç, Mısır, Yulaf, Arpa
Diğerleri	Kapari, Çam Fıstığı, Zeytin, Kuşburnu, Toz Biber, Fındık Unu
İŞLENMİŞ GIDA ÜRÜNLERİ	
Dondurulmuş Meyve ve Sebzeler	Kayısı, Çilek, Kiraz, Vişne, Üzümsü Meyveler (Berry’ler), Erik, Soğan, Kabak, Domates, Biber
Meyve Suyu ve Konsantreleri	Kayısı Püresi, armut Suyu Konsantresi, Vişne Suyu Konsantresi, Elma Suyu Konsantresi, Elma Püresi, Kuşburnu Püresi
Diğerleri	Zeytinyağı, Bulgur, Pekmez, Domates Ezmesi, Reçel, Şarap, Közlenmiş Biber
Diğer Tarımsal Ürünler	Bal, Kayısı Çekirdeği, Vişne Çekirdeği, Gül Kurusu, Gül Yağı, Gül Suyu, Mersin Yağı, Mersin Suyu, Kekik Yağı

1.12.2 Türkiye’de Organik Tarım Uygulaması

Organik tarımın araştırma ve geliştirme çalışmalarının yön verdiği organik tarım uygulamasının, üretim kararı alınmasından ürünün tüketiciye erişimine değin geçen süreçte, üretimin başlaması ve geliştirilmesiyle alakalı yol, metod ve denetim süreçleri önem arz etmektedir.

Aşağıda Türkiye’de organik tarıma geçiş ve başvuru süreci, organik tarım ürünlerinin kontrol ve sertifikasyonu, işlenmesi, paketlenmesi, depolanması, taşınması ve pazarlanması incelenecektir.



Şekil 1.1: Logo Örnekleri (Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik, 2012: Ek10).

Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmeliğe göre organik tarımsal ürün veya organik tarımsal madde üreten ve satanlar; paketlerinde Şekil 3’te verilen logoları kullanmak mecburiyetindedirler. Bu logoları bulundurmeyen ürünler organik adıyla iç pazara arz edilemez, reklam ve tanıtım yapılamaz veya kısaltmalarıyla patent için başvuramazlar (Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik, 2012: Ek 10).

Bu logoları kullandırma yetkisi, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’na aittir. Bu logo, Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik hükümlerine göre üretimi yapılmış ham madde, yarı mamul veya mamul tarımsal organik üretim maddelerine, bu Yönetmeliğe uygunluğunun onaylanarak tekrardan sertifikalandırılan ithal ürünlere, yetkilendirilmiş kuruluşça kullandırılır. Geçiş süreci ürünlerinde organik ürün logosu kullanılmaz. İç pazara arz edilen organik ürünlerde logo dili Türkçe olmalıdır. Logoların çapı ambalajın büyüklüğüne göre 6 mm ile 40 mm arasında farklılık göstermektedir. Verilen renkler haricindeki renkler ve tonlar kullanılamaz (Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik, 2012: Ek10).

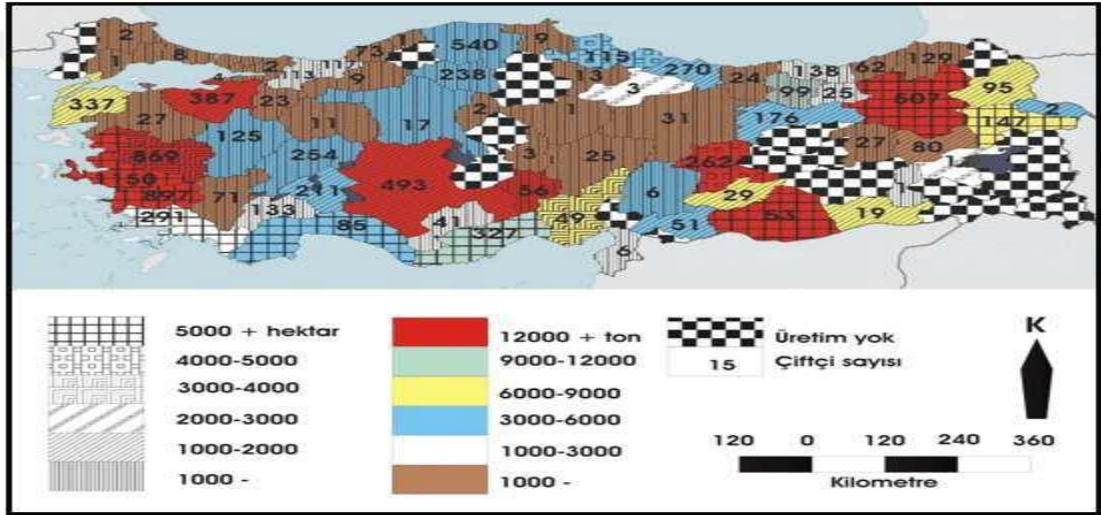
Geçiş dönemi ürünleri kesinlikle geçiş dönemi ürünü olarak etiketlenerek satışa arz edilmelidir. Geçiş süreci girişimcinin organik üretime başlamasından organik ürünün belgelendirilmesine değin geçen süreçtir ve bu süreç tek yıllık bitkilerde iki, çok yıllık bitkilerde ise üç yıldır (Yavuzer, Tahir ve Ümit, 2006: 152).

Organik ürünlerin etiketlenmesinde Organik Tarım Yönetmeliğinde izah edilmeyen hususlarda 16/11/1997 tarihli ve 23172 tekrar sayılı Resmi Gazete’de

yayımlanan Türk Gıda Kodeksi yönetmeliği ve 9/6/1998 tarihli ve 23367 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan gıdaların üretimi, tüketimi ve denetlenmesine dair yönetmelik maddelerine uyulur (Türk, 2006: 400).

1.12.3 Türkiye’de Organik Tarım Haritası

İller yönünden incelendiğinde Ege Bölgesi’nde İzmir, Aydın, Manisa gibi iller organik bitkisel üretimde ön plandadır. Bilhassa İzmir üretici sayısı, üretim alanı ve üretim miktarı yönünden dikkati çekmektedir. Aydın ve Manisa da dikkat çekici iller statüsündedir.



Şekil 1.2: Çiftçi sayısı, alan ve üretim değerlerinin illere dağılışı (Yürüdü vd., 2010).

Türkiye’de organik tarımla ilgili faaliyette bulunan firma sayısı Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı verilerine göre 2008 senesi itibariyle 567’dir. Bunların içerisinde yabancı firmalar da bulunmaktadır. Firmaların 397’si 11 il’e dağılmış durumdadır. Gerçekten de İzmir (133), İstanbul (88), Aydın (24), Malatya (23), Ankara (22), Mersin (21), Antalya (21), Manisa (20), Bursa (19), Adana (17) ve Gaziantep (19) illeri ülkemizdeki organik tarım şirketlerinin %70’ine ev sahipliği yapmaktadır (Yürüdü vd., 2010).

İKİNCİ BÖLÜM

ORGANİK GIDA ÜZERİNE TÜKETİCİ TUTUMLARI

2.1 Tüketiciler Açısından Organik Gıda Ürünlerine Yönelim

Karşılaşılan kronik ve salgın hastalıklar gıda güvenliğinin hızla dikkate alınması zorunluluğunu ortaya çıkarınca tüketim eğilimlerinde önemli oranlarda değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketiciler artık daha kaliteli ve sağlıklı ürünler tüketmeyi arzulamakla kalmayıp yaşadıkları ortamı da tüketmeden üretilebilecek ürünleri talep etmeye başlamıştır. İnsan sağlığına verilmeye başlanan önem konvansiyonel tarım uygulamalarının insan vücudunda sebep olduğu hastalıkların daha fazla görmezden gelinemeyeceği gerçeğini anlaşılmıştır. Fakat uygulamada henüz bile birçok üretici ürün niteliğine değil niceliğine önem verdiği için birçok bölgede kimyasal girdi kullanımını sürdürmektedir (Gök, 2008).

Çevreye ve insan sağlığına duyarlı kesimlerin çabalarıyla bir ürünün maksimum vitamin barındırması için bu tür ilaç ve kimyasal gübrelere uzak durulması zorunluluğu türlü çalışmalarla izah edilmeye çalışılmaktadır. Bu konudaki ortak bilincin meydana getirilmesi her ne kadar zor gözükse de çalışmaların başarıya ulaştığı bölgelerde kimyasal girdi kullanımını azaltılarak organik tarım uygulamaları tercih edilmeye başlanmıştır (Kırmacı, 2003).

Tüketicilerin organik ürünlere yönelim nedenlerine baktığımızda;

1. Toprak kayıplarını en aza indirgeyerek erozyonun önüne geçmek,
2. Organik tarımsal üretim yöntemlerinin toprağın tabii yapısını tahrip etmemesi,
3. Sözleşmeli üretim sistemi ile üretimin ardından ürün alım garantisinin verilmesi,
4. Biyoçeşitliliği muhafaza etmesi ve geliştirmesi,

5. Kimyasal içermeyen ürün yetiştirmek için genetiği değiştirilmiş organizmaları (GDO) bulundurmayan tohumların kullanılması,
6. Hayat kaynağı olan suyun israf edilmeden üretim yapılması,
7. Kimyasal ilaç kullanımının bitirilmesi sebebiyle bu ilaçları kullanan kişilerin karşı karşıya olduğu ölümcül hastalık riskini minimuma düşürmesi,
8. Kapalı sistem üretim yöntemi ile dışarıya bağımlılığı en aza indirilmesi,
9. Bitkisel ve hayvansal üretimde kullanılan pestisit ve antibiyotiklerden kaynaklanan sağlık problemlerini yok etmesi,
10. Sertifikasyon uygulamalarıyla güvenilir gıda garantisinin temin edilmesi,
11. Organik tarımsal üretimin yapıldığı çiftliklerde eko-turizm uygulamaları ile doğayla baş başa kalma olanağının temin edilmesi olarak sıralanabilir (Atlı, 2005). En temel nedenler olarak ortaya çıkmaktadır.

2.1.1 Doğal Kaynakların ve İnsan Sağlığının Korunması

Gelişmiş ülkelerde artan çevre bilinci konvansiyonel tarım uygulamalarının sebep olduğu zararların önlenmesi ve insan sağlığının daha önemsenmesi zorunluluğunun farkındalığına sebep olmuştur. Organik tarımsal üretim teknikleri ile toprak kaybının en aza düşürülmesi yolu ile erozyon riskinin önüne geçilmektedir. Hatta organik ürün tüketimiyle insan sağlığının muhafaza edilmesi yaratabilmektedir (Gök, 2008).

2.1.2 Türkiye’de Organik Gıda Ürünleri ile İlgili Tüketici Tercihleri

Ülkemizde iç pazarda gelişmenin sağlanamamasını nedeni olarak organik üretim yaparken dış pazara ön planda tutmak, ürün farklılıklarının yetersizliği, fiyatlardaki farklılık, gelişme sürecindeki ülkelerden olmak, organik ürün alıcılarındaki algı eksikliği, yeterli düzeyde pazarlama araştırması yapmamak gibi sebepler gösterilebilir (Rende, 2012: 31). Hatta Türkiye’de tüketiciler organik ürünler konusunda yeteri kadar bilgi sahibi değildir. Bu tür bilgilerin eksik olması gıda maddelerinin bilinçsiz ve yoğun üretimi için de tehlikeli olmaktadır.

Çernobil olayının meydana getirdiği radyasyon probleminde yaşandığı gibi kısmen toplumun gözle görülmeyen veya derhal meydana gelmeyen tehlikeleri çok cesurca karşılaşmasından kaynaklanmaktadır. Önemszenmesi gereken faktörlerden biri

de tüketicilerin mevcut katkı, gıda mevzuatı, satılan ürünlerin bu değerlere göre durumunun resmi makamlarca ilan edilmemesi, kalıntı sınır değerleri ve tüketici organizasyonlarının da atıl kalmasıdır (Aksoy, 2001: 5).

Organik gıdalara karşı tüketicilerin yönelişini 9 ana etken altında toplamak mümkündür. Bunlar; ekonomi, sosyal etkenler, farklı felsefeler, iyileşme, marka, popülasyonun eğitimidir görünüş ve lezzet, hizmet ve bilgi, fiyat ile tasdik edilmiş organik kalitesidir. Tüketicilerin organik ürün tercihini olumlu bir şekilde etkilediği düşünülen faktörler şöyle sıralanmaktadır (Gökçe, 2001: 179):

1. Toplumsal Tasalar: Oldukça yüksek bir bilinç ve kültür seviyesinde oluşabilen ve genellikle zor edinilen tasalardır.

2. Bireysel Tasalar: Bireyin yakınlarının ve kendinin uzun bir hayat sürmeleri ve sağlıklı olmaları gibi hususlardaki kişisel tasalar, organik ürün talep etmede önemli bir etmendir. Talebin artabilmesi için bu tasalara bağlı olarak iki şart gerekir. Bunlardan birincisi bu tasanın gerçek ve inanılır olması ikincisi de daha yüksek bir ödemeyi kaldırabilecek bir bütçeye sahip olunmasıdır.

3. Soy Egosu: Kişiler, yalnızca yaşamakta olan yakınlarını ve kendisini düşünmekle kalmaz, ayrıca ileride sahip olacakları çocukları ve onların hayatlarını da düşünür, endişelenir.

2.1.3 Dünyada Organik Ürünlere Yönelik Tüketici Tercihleri

Günümüzde bilhassa ABD, Avrupa Birliği ülkeleri ve diğer gelişmiş ülkelerde organik ürünlere olan talep sağlık ve çevre bilincinin artması ile artış göstermiştir. Değişik coğrafi alanlarda olan tüketicilerin farklı tercihleri mevcuttur. Yapılan pazar çalışmalarına göre tüketicileri organik ürün satın almaya yöneltten belli başlı etmenler şunlardır (Gökçe ve Bektaş, 2007: 76):

1. Sağlık ile alakalı kaygılarının olması ve organik ürünlerin konvansiyonel ürünlerden daha sağlıklı olduklarını düşünmeleri: Tüketiciler gıda ile ilgili spekülasyonlara şahit oldukça organik ürünleri güvenilir bir seçenek olarak görmüşler ve tüketmeye başlamışlardır. Organik ürünlerin sağlıklı olması öncelikle bebeklerin tükettiği gıda maddeleri gibi belirli ürün gruplarının talebinde artış olmasını sağlamıştır. Ebeveynler çocuklarının daha sağlıklı beslenebilmesi için bu tarz ürünlere normalden daha fazla ücret ödemeyi göze almışlardır.

2. Çevreyle alakalı tasaların olması ve organik tarımın ekolojik sistemle dost bir üretim tarzı olduğunu düşünmeleri: Almanya ve İngiltere'deki tüketicileri organik ürün satın almaya yönelten değerler üzerine yapılan bir çalışmada, ülkeden ülkeye bir çok farklılık gözlenmiştir örneğin, Almanya'daki tüketiciler, organik ürünlerde kimyasal gübrenin ve hasatdan sonra kimyasalların kullanılmaması, pestisit kalıntısının olmaması, çevreye ve doğaya verdikleri değerden ötürü organik ürün satın almaya iterken, İngiltere'deki tüketiciler organik ürünlerle çevre ve doğa arasında hiç bir ilişki kurmamıştır. Almanya'daki tüketiciler hayvan sağlığını dikkate alırken, İngiltere'deki tüketiciler organik ürünleri üreten çiftçilerin refahını ve güvenliklerini dikkate almaktadırlar. Hem Almanya hem de İngiltere'de organik ürün pazarına girmeyi arzulayana bir şirket tüketicilerin bu tutumlarını göz önünde bulundurmalı ve pazarlama mesajlarında organik ürünlerin tüketicilerde oluşturduğu değerler vurgulanmalıdır.

3. Çiftçilerin muhafaza edilmelerini düşünmeleri: Son zamanlarda organik ile beraber büyüyen bir trend olan adil ticaret de tüketicileri organik ürün satın almaya yöneltmektedir. Almanya'da yer alan adil ticaret şirketi olan Gepa' nın ürünlerinin% 60' ı kahve, çay, kakao, seker ve bal gibi organik ürünlerden meydana gelmektedir. Adil ticaretin önemseydiği husus üreticilerin ve çiftçilerin iktisadi ve sosyal durumlarıdır. Bilhassa kahve, çay, kakao gibi emek yoğun ürünlerde adil ticaret uygulamalarıyla sıklıkla karşılaşmaktadır.

4. Hayvanların refahı: Bilhassa bazı ülkelerde tüketiciler organik ürünleri, hayvan refahı sağladığı, onlara zarar vermediği için de tercih etmektedirler.

5. Organik ürünlerin daha lezzetli olduğunu düşünmeleri: Tüketicileri organik ürün satın almaya iten bir sebep de bu ürünleri konvansiyonel ürünlere göre daha lezzetli bulmalarıdır.

Almanya'da 2002 senesinde Emnid Enstitüsü eliyle 1000 kişi üzerinde uygulanan ankete göre tüketicilerin %60' ı bazen organik ürün satın aldıklarını dile getirmiştir. Ayrıca organik ürünleri moda olduğu için tercih edenlerin oranı %79 'dur ve bu fikre bilhassa 30-60 arasındaki tüketiciler katılmıştır. Organik ürünleri tadı iyi olduğu için tercih edenler %72'sini oluşturmaktadır (Kurt, 2006: 45).

1999 senesinde İngiltere'de tüketici tercihleri saptamak gayesiyle Soil Association eliyle MORİ'ye yaptırılan bir araştırmanın sonuçlarına göre İngiltere'deki tüketicilerin üçte biri organik gıda ürünlerini tercih etmektedir.

Organik ürün satın alan müşterilerin %40'ı Avrupa birliği sosyo-ekonomik sınıfına dâhildir.

İngiltere'deki tüketicilerin %53'ü organik gıdaları kendi sağlıklarını düşündükleri yönünden tercih etmektedir. Organik gıdaların lezzetlerinin organik olmayan ürünlere nazaran daha lezzetli olduğunu ifade edenler %43, çevre ile uyumlu olması sebebiyle tercih edenler % 28 oranındadır

Avrupa Komisyonunca finanse edilen bir proje araştırmasında Avrupa Birliği ülkeleri ve çeşitli ülkelerin de içinde bulunduğu 19 ülkede yapılan araştırmada organik tarımla alakalı üretim miktarı, işletme büyüklüğü, alanı, tüketim alışkanlıkları ve miktarı ve dış ticaret bilgilerini içeren bir araştırma yapılmış ve neticeleri ilan edilmiştir. Araştırmaların yapıldığı ülkelerde organik tarım hususunda sağlıklı istatistik bilginin bulunmasından dolayı ve bu bilgilerin eksikliğinin arz zinciri idaresiyle alakalı aksaklıkların belirlenmesinde ve organik ürünlere dönük tüketici tercihlerini öngörmede zorluklar meydana geldiğinden söz etmektedir. Çalışmanın kapsamı içerisinde oluşturan anket neticeleri oldukça şaşırtıcı olarak görülmektedir. AB ülkelerinden Danimarka ve Avusturya'da organik ürün pazarının diğer ülkelere nazaran daha yaygın olduğu dile getirmektedir. Danimarka'da tüketicilerin organik ürünlere daha fazla fiyat ödemelerinin sebepleri arasında önem derecesine göre; gıda güvenliği, çevreyi muhafaza etme ve lezzet faktörlerini saymaktadır (Hatunoğlu, 2010: 20).

ABD'de yapılan bir çalışmada tüketicilerin hangi sebeplerden dolayı organik ürünleri tercih ettiği araştırılmış ve tercihler yüzdeler olarak incelenmiştir. Buna göre; tüketicilerin %66'sı organik ürünleri sağlıklı ve daha besleyici bulmakta, %38'i tadının daha iyi olduğunu düşünmektedir. Aynı zamanda %30'u gıda güvenliği yönünden %26'sı çevreye olumlu etkileri olduğu yönündeki fikirlerinden dolayı organik ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Avrupa ülkelerinde, konvansiyonel ürünlerle organik ürünler arasındaki fiyat farklılığı 2000 senesi verileri ile %31 kırmızı şarap ile %113 tavuk eti arasında değişmektedir (Babadoğan ve Koç, 2005: 53).

2.2 Organik Gıda Ürünlerine Genel Bakış

Organik gıda üzerine önceki konularda sıklıkla değinilmişti. Ancak bu başlık içerisinde konular daha çok bir araya getirilerek daha anlaşılır bir hale getirilmeye çalışılacaktır.

Küresel dünya üzerinde yaygın olarak uygulanan entansif tarım metotları, zaman içerisinde doğal ve biyolojik dengenin tahrip olmasına, tarımsal ürünlerde bulunan kimyevi katkı maddelerinin insan sağlığını tehdit etmesi, hayvan ve bitki sağlığının tahrib olmasına ve bunlara tamamen bağlı olarak üretim maliyetlerinin zamanla artışına neden olmaktadır. Bu dezavantajlardan etkilenmemek gayesiyle organize olan üretici ve tüketici kesimler doğa üzerinde herhangi bir tahribat etkisi olmayan metotlarla üretimi yapılan ve bireylerde istenmeyen, olumsuz etkiler yapmayan ürünleri kullanmaya başlamışlardır. Bu hedef doğrultusunda organik tarım karşımıza çıkmıştır (Çelik ve Bilgiç, 2003: 12).

Sözü edilen bu tarım yöntemi, ekolojik sistem içerisinde hatalı işlemler neticesinde tahrip olan doğal dengenin, tekrar düzeltilmesine dönük olarak, insana ve doğaya zararsız üretim yöntemleri içermekte olup, sentetik kimyevi tarım ilaçları ve hormonlar kullanılmamaktadır. Bu sistem, organik gübreler kullanılması, ekim nöbeti, toprak ve su tasarrufu, üretim materyallerinin yabancı ot, hastalık ve böceklere karşı direncinin artırılması ve yalnızca miktar artışı değil, aynı zamanda ürün kalitesinin de artırılmasını hedefleyen bir yöntem olmaktadır (Er, 2009: 18).

Dünya üzerinde organik tarım metodu, bitkisel, hayvansal, su ürünleri ve bunun gibi birçok alanda üretim fazlalığı nedeni ile oluşan dengesizliğin ortadan kaldırılması ve doğal dengenin korunması hedeflerine erişmede önemli bir yöntem olarak kullanılmaktadır (Er, 2002: 145). Toplumların gelişmesi ile beraber doğal düzen karşı daha bilinçli olduğu görülmektedir. Nitekim doğal olmayan tarımsal yöntemlerin çevreye verdiği zararında farkına vararak bunu düzeltme eğilimi içerisine girmektedirler. Bu yöntem içerisinde tarımda kimyasal ve sentetik madde kullanımı durdurularak toprağın su tutma gücü arttırılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla bu yöntem ile erozyonun büyük ölçüde önüne geçilmektedir.

Tüm bu gelişmeler ışığında, çeşitlendirilmiş üretim ve biyolojik çeşitlilik üzerinde de büyük etkiler yaratmaktadır. Sözü edilen kimyevi ürünlerin kullanılmasının azaltılması ya da durdurulmasıyla beraber toprağın doğal dengesi

yeniden iyileşebilmekte ve yer altı kaynakları muhafaza edilebilmektedir (Türköz, 2002: 11).

2.2.1 Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Nedenleri

Ülkelerin bu sistemi tercih etmeleri, her durumda olduğu gibi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından farklılıklar arz etmektedir. Gelişmiş ülkeler ekonomik anlamda bir doygunluğa ulaşmazlar, dolayısıyla öncelikli hedef olarak insan sağlığı ve çevre sağlığını ön planda tutabilmektedirler. Nitekim üretilen ürünlerin insan sağlığı açısından güvenli bir yöntem olması, üretim aşamalarında doğal kaynakların verimli kullanımı ve çevreye dost üretim yöntemleri gelişmiş olan ülkelerde bu tarım metodunu kullanma oranını arttırmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelere baktığımızda, organik ürünlerin tercih konusunda öncelikli neden gelişmiş ülkelerde mevcut organik ürün gereksiniminin bir şans olarak ele alınması ve piyasa içerisinde yer edinebilme amacıdır. Bu ülkelerde bu yöntemi tercih sebeplerinde diğer sebepler, ekonomik anlamda tüketimine yetecek üretim yapmak, doğal kaynaklarını ve çevre sağlıklarını korumak olarak sayılabilir. Bilhassa gelişmiş ülkelerde bu gıdalara olan tercihlerin zamanla artış göstermesi, gelişmekte olan ülkelerde mevcut üreticilerin bu yöntemi tercih etmelerinde etkili olmuştur. Dolayısıyla hem gelişmiş ülkelerde mevcut pazar gereksiniminin temini açısından hemde gelişmekte olan ülkelerde üretim yapan firmaların iktisadi kar miktarlarının artması bağlamında pozitif bir düşünce meydana gelmiştir.

Tüm bunlardan ziyade üretimde ekolojik dengenin de gözetilmesi de ekolojinin muhafaza edilmesine katkı sağlamıştır. Sözü edilen bu ülkelerin bu sisteme geçişlerinde üreticilerin bu yöntemleri tercih etmeleri etkin olmuştur. Firmalar kurumsal olarak veya bireysel olarak kararlar ile bu üretim yöntemini tercih etmek suretiyle bu sisteme destek sağlamaktadırlar. Bu tercihler içerisinde, farklılıkları ülkelere, bölgelere ve üreticilere bağlı olarak farklılıklar arz etmektedir. Tabii bunların başında daha fazla ekonomik gelir elde etmek, sağlıklı ürünler yetiştirmek, daha yüksek fiyat ile alıcı bulunması ve geleneksel tarım yöntemlerine dayalı olarak daha kaliteli ürünler elde etmek gibi nedenler tercihi etkileyen sebeplerden olmaktadır (Karataş, 2007).

2.2.1.1 Sağlık ve kalite etkisi

Dünya üzerinde teknolojik faaliyetlerin hızla gelişmesi ile beraber, iletişim imkanları da son sürat gelişmektedir. İnsanlar bu durumda sağlık konusunda hiç olmadığı kadar bilinçlenme imkanına kavuşmakta ve gıda tüketimi arayışında tercih değişiklikleri yaşamaktadır. Bu konuya bir örnek vermek gerekirse; bir dönemin en yaygın beslenme türlerinden bir olan fast-food kültürü zaman içerisinde bilinçlenme ile birlikte terk edilmeye başlanmıştır. Nitekim bu yaygın beslenme şekli insanlarda hızlı tüketimi teşvik ederken, aynı zamanda insanların sağlıksız olarak yaşamalarına sebep olmaktadır. Bu bilinçlenme evresi içerisinde organik ürünlerde önemli bir ilerleme katedilmiştir. Bilhassa bazı tarım ürünlerin, üretimi aşamasında ele alınan kimyasal maddelerin insan sağlığına olumsuz etkilerinin anlaşılabilmesi açısından ve GDO'lu ürünlerin negatif etkilerinin öğrenilmesi organik gıdalara olan önemi arttırmıştır (Karataş, 2007).

2.2.1.2 GDO'lu ürünlerle ilgili duyulan endişenin etkisi

Genetiği değiştirilmiş organizmalar yani GDO'lu ürünler birçok insan tarafından endişe ile kullanılmaktadır. Bunları detaylandırmak gerekirse, zehirli kimyasal ilaç ve gübreler ile uğraşan çiftçilerin kansere yakalanma riski 6 kat daha fazladır. Nitekim bunun yanında çocuklar ve birçok bireyde bu risk ile karşı karşıya kalmaktadır (Gök, 2008).

Ayrıca bitkisel üretimde pestisitlerden ve hayvansal üretimde antibiyotiklerden kaynaklanan sağlık problemleri, toprak, hava ve su kalitesi sorunu ve doğayı tahrip etme sorunu ortaya çıkmaktadır. Bunların yanında toprak erozyonuna sebebiyet vermesi, toprakların bünyesinde bulunan organizmaları zararlı birtakım katkı maddeleri ile zenginleştirmeye çalışmak, enerjinin israf edilmesi, bunları üretme düşüncesinde olan küçük çiftçilerin yok olma tehlikesiyle karşılaşması korkusuna bu tarım yöntemine geçememeleri, üreticilerin pazarlama sorunları yaşamaları, belli bir otorite tarafından destek görülmemesi, biyolojik çeşitliliğin korunamaması, genetiği değiştirilmiş tohumlar kullanılarak temiz ürün elde edememek, bu ürünlerin sağlığı tehdit etmesi ve son olarak kısa vadede üreticilerin bu ürünlere yönelmelerinin onlara zarar vermesi, uzun dönemde ise bu işi yapmalarına olanak bulunmaması gibi sebepler bu ürünler ile ilgili duyulan endişeleri arttırmaktadır (Atlı, 2005).

2.2.1.3 Çevre bilinci etkisi

Gelişmiş ülkeler birtakım ekonomik doygunluğa erişmeleri dolayısıyla çevre bilinci konusunda belirli bir olgunluğa erişmişlerdir. Bu bilinç ile konvansiyonel tarım yöntemlerinin neden olduğu tahribatın önüne geçilmesi ve insan sağlığının daha kıymetli olmasının gerekliliğinin farkındalığını neden olmuştur. Sözü edilen bu tarım yöntemi ile birlikte mevcut toprak kayıpları en aza indirilebilmekte ve bu vesile ile erozyon riskinin en üst düzeyde önüne geçilebilmektedir. Ayrıca organik ürün tükeminin arttırılması ile insan sağlığının da korunması amaçlanmaktadır (Gök, 2008). Bu doğa dostu tercih eden bireylerin kendileri açısından birçok haklı sebepleri bulunmaktadır. Bazı insanlar açısından daha zengin içeriği sahip olması etkili iken bazı insanlar için ise çevreye duyarlı ürünler olmaları bir tercih sebebi olabilmektedir. Bu sorunların temelinde görülen problem üretim sürecinde kullanılan kimyasal girdilerdir. Bu kimyasal girdilerin doğal kaynaklar olan su ve toprak üzerinde yarattığı kirlilik nedeniyle çevrede uzun dönemli olumsuz etkiler doğurmasıdır (Atlı 2005).

2.2.1.4 Lezzet etkisi

Bu ürünlerin kullanılması konusunda bilinçli olan ve bilinçlendirmeye duyarlı kesimlerin, göstermiş oldukları çabaların şu yönde olduğu görülmektedir: bir ürünün sağlığa yararlı, bireylerin gelişimine katkı sağlamaları, bol vitamin barındırmaları ve lezzetli olmaları için böyle ilaç ve kimyevi gübrelere kaçınmalarının zorunluluğunu anlatmak üzerinedir. Bu husus üzerindeki ortak bilincin oluşturulması, her ne kadar imkansız bir faktör gibi karşımıza çıksa bile çalışmaların başarıya ulaştığı alanlarda kimyevi girdi kullanımı en aza indirilerek organik tarım uygulamaları yeğlenmeye başlamıştır (Kırmacı, 2003).

2.2.2 Organik Gıda Ürünlerinin Geliştirilmesi, Markalaştırılması ve Etiketlenmesi

Organik tarım incelendiğinde aslında çok da yeni bir ürün olarak görülemez nitekim üretim açısından ele alındığında bu sistem tarımda kimyevi atıkların yaygın olarak kullanımından önce de dünya üzerinde birçok alanda, araştırma merkezlerinde

ve birçok çiftlik alanlarında araştırma konusu olarak kullanılmıştır (İpek ve Çil, 2010, s.139).

Dünya üzerinde 20.yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen hızla endüstrileşme ve nüfus artışı ciddi düzeylerde çevresel sorunlar yaratmıştır. Buna yönelik çözümler ise açılık ve kıtlık sorunlarının giderilmesine yönelik çalışmalar ve yoğun girdi kullanılarak birim alandan maksimum verim elde etmek ve yeni alanların ilk fırsatta tarıma açılmasına gibi hedefle belirlenmiştir. Neticede yoğun ve bilinçsiz olarak kullanılan tarım ilaçları ve gübreler, toprağın yanlış işlenmesi, kalıntı riski, organik madde ve canlılığının yitirilmesi, fiziksel yapının tahrip edilmesi ve besin maddesi dengesinin bozulması gibi önemli ekolojik sorunları da ortaya çıkarmıştır. Verimliliği diğer alanlara nazaran daha düşük olan marjinal bölgelerin tarımsal üretime açılması ise daha sorunlu atmosferlerin meydana gelmesinde etkin rol oynamıştır (Er, 2009: 31). 1920’li senelerde baş gösteren organik tarım eğilimleri gelişmiş sanayisi olan Japonya, İngiltere, Almanya ve Amerika gibi ülkelerde 1930-1940’lı senelerinde hızlanmaya başlamıştır. Zira bu senelerde 1. Dünya Savaşı’nda patlayıcı olarak kullanılan azot, oldukça fazla üretilerek sentetik azotlu gübre olarak kullanılmaya başlanmış, kullanımı yaygınlaşan bu ilaçların zamanla yan etkileri görülmeye başlanmıştır (Eraslan ve Şelli, 2006, s.682).

1920’li senelerde Almanya’da Rudolf Steiner organik tarımın daha ileri ve etkin hali olan, metafizik tahminleri kapsayan ve özel bir kompost düzenlemeyi gerektiren biyodinamik tarım’ın ilkelerini meydana getirmiştir. Bahsi geçen bu biyodinamik tarım, diğer bir manada organik tarımın daha yoğun uygulanan ve nevi şahsına münhasır bazı değerlere de önem gösterilmesi gerektiren bir türü şeklinde de ele alınabilmektedir (Deniz, 2009: 8).

Bu ilerlemeler ışığında, organik tarım yönteminin sosyal ve teorik temellerini 1940’larda modern tarımın öncüsü olarak bilinen Sir Albert Howard, Balfour ve Rodale gibi bilim insanları eliyle ele alınmıştır. Sir Albert Howard 1905-1924 dönemleri arasında Bengal’de geleneksel doğu çiftçiliğini üzerinde çalışmalarda bulunmuş, bu çalışmaların konvansiyonel tarıma olan üstün yanlarını göstererek, 1940 senesinde “Bir Tarımsal Vasiyetname” isimli eserini yayınlamıştır (Babaoğlu, 2006, s.683).

İngiltere’de 1946 senesinde meydana gelen ve ülkede mevcut organik üretimlerin organizasyonuna dönük toprak birliklerinin temelini Albert Howard ve

Eve Balfour'un toprak verimliliği ve sağlığına dönük çalışmaları meydana getirmektedir (Güzel, 2001, s.18). 20.yüzyılın ortalarına bakıldığında ise dünyanın karşılaştığı en mühim problem nüfusun hızla artmasına karşılık, bilhassa savaşların akabinde gıdaların insanlara yetmesi konusunda atıl kalmasıdır. 1950 senesinin ardından ABD'de Marshall yardımıyla temin edilen iktisadi katkılar ve aşırı teşvikler neticesinde konvansiyonel tarım hızla yayılmış, makineleşme, kimyevi ilaç ve gübreler ile katkı maddeleri hızla kullanılma sürecine girmiştir (İpek ve Çil, 2010, s.139).

1960'lı senelerde değin çevre koruyucu, iyileştirici bir alan olarak düşünülen tarım alanı bu niteliğini, 1970'li seneler itibariyle yitirmeye başlamıştır. Tarım sektörünün toprağı işleme metotlarından başlanarak, sektörde değerlendirilen girdiler, bu girdilerin üretim ve kullanım evreleri, kullanıldığı ürünlere olan etkileriyle bu ürünleri tüketenler ve çevre üzerinde oluşturduğu negatif etkilerine dönük araştırmalar, tarım alanının çevreye etkisinin düşünülenenden daha çok olduğunu göstermiştir (İpek ve Çil, 2010: 139).

1970'li yıllarda ortaya çıkan yeşil devrim adı ile anılan tarım politikaları kıtlık meselelerine bazı açılardan çözüm bulmanın yanında, ana sorunun üretim miktarından ziyade paylaşım sorunu olduğunu ortaya koymuştur. Aynı zamanda son dönemlerde bütün ülkelerde nüfus artış hızına oranla gıda artış hızı da artmaya başlamıştır. Fakat yetersizce kullanılan bu yöntemler yalnızca üretim düzeyinde değerlendirilmemekte aynı zamanda çevreye, insan ve hayvan sağlığına etkileriyle beraber değerlendirilmektedir (Er, 2009: 32).

1972 senesine gelindiğinde, dünya çapında bu tarımsal hareketliliğin bir başlık altında toplanması, bu hareketin ilerletilmesi, sağlıklı bir biçimde yönlendirilmesi ve ihtiyaç duyulan standart ve yönetmeliklerin çıkarılması, tüm ilerlemelerin azalarına ve üreticilere aktarılmasını hedefleyen İFOAM kurulmuştur ve bununla birlikte organik tarım çok farklı bir boyut kazanma sürecine girmiştir (Er ve Başalma, 2008: 28). 1980'li senelere bakıldığında konvansiyonel tarımın yıkımları gözle görülür bir hal almaya başlamıştır. Tarımsal topraklarda kullanılan yoğun gübre, verimi düşürmekten ziyade doğal dengeyi tahrip etmekte ve erozyonun zararlarını arttırmaktadır.

Ayrıca doğal aromaların bozulmasına, bitki zararlıları ve hastalıklarının artmasına sebebiyet verir hale gelmiştir. Bu artış ile birlikte bilinçsizce kullanılmaya

devam edilen sentetik kimyasal pestisitler bazı yararlı olan canlıların da yok olmasına sebep olmaktadır. Çevrenin geri getirilemez şekilde tahrip edilip doğal dengenin bozulmaya başlaması ile birlikte gelir seviyeleri fazla olan ülkeler, başta olmak üzere birçok ülkede bilinçli bireyler toplanarak doğa dostu olan organik tarıma yönelme kararı almışlardır (Yıldız, 2009: 28).

Çevreye dost ürün sistemleri arasında organik tarım kanuni düzenlemeler ile ve yüksek pazar değeriyle dünya üzerinde süratle etkili olabilmektedir (İTO, 2009: 32). 1990'lı senelerin akabinde bilhassa deli dana, dioksin ve genetik yapısı değiştirilmiş organizmalar gibi hususlara karşı duyulan kaygı ve tepki sebebiyle organik ürünler için tüketici talebinde önemli miktarda artışlar ortaya çıkmış ve organik tarım birçok uluslararası kuruluşun sorunu haline gelmiştir. Dünyada organik tarım hususunda ilk geniş boyutlu yönetmelik Avrupa Birliği (AB) eliyle 1991 senesinde EEC2092/91 sayılı ile yayınlanmış ve akabinde gelen zamanlarda birçok değişiklikler yapılarak 1999 senesinde hayvansal ürünlerle alakalı (EC 1804/1999) kısım buna ilave edilmiştir (Uzun, 2006: 5).

İsviçre'de Bioswiss ve FAO eliyle 1999 senesinde organik tarım ile alakalı gıda standartları kurulu olan Gıda Etiketleme Komitesi (Codex Alimentarius) kurulmuştur. Bu komitenin görevi tüketici sağlığını koruyacak önlemler almak, serbest ticareti destekleyici uygulamalar meydana getirmek ve uluslararası kabul gören gıda standartları geliştirmektir. Bu komite aralarında Türkiye'nin de yer aldığı 173 üye ülkeden meydana gelmektedir. Komitenin hazırladığı raporlar ve standartlar Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ile Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) genel kurullarında gündeme alınmakta ve oylanmaktadır.

Sözleşme, rapor veya standartlar konusuna göre 2/3 veya basit çoğunluk kriterine göre onaylanmakta ve çerçeve belge niteliği durumuna gelmektedir. Fakat bu belgeler tavsiye özelliği taşımaktadır ve üye ülkeler üzerinde herhangi bir bağlayıcı etkisi bulunmamaktadır. Gıda Etiketleme Komitesi'nin temel gayesi üye ülkelerin kendi mevzuatlarını yaratmalarına yardımcı olmak, kılavuz bir sınır çizmektir (www.codexalimentarius.net).

2000 yılında hazırlanarak uygulamaya konulan ABD'de Ulusal Organik Program (National Organic Program-NOP), Japonya'da Japonya Organik Tarım Standartları (Japanese Agricultural Standards - JAS) tüm dünyada bilhassa küresel pazar hareketlerine etki etmiştir. mesela, Japonya'da JAS öncesi organik ürün iç

pazarı 1997 senesinde 1 milyar \$ iken, 2000 senesinde 2,5 milyar \$'a yükselmiştir. Fakat “yeşil ürün “ olarak tanımlanan bu pazarda yönetmeliğin kabulünün akabinde sertifikalı ürünlerin payı 350 bin \$ seviyesinde olmuştur. IFOAM'ın temel standartları gıda-gıda dışı üretim ve işleme, girdi üretimi gibi çok daha fazla alanı içine almasına karşılık, mesela AB yönetmeliği kadar detaylı değildir. Ulusal yönetmeliklerde pazarın harmonizasyonunu temin etmek üzere üçüncü ülkeler ve buradan ithal edilecek ürünlerin kontrol ve sertifikasyonuna dönük maddelere de yer verilmektedir (Er, 2009: 33).

Organik tarım üretimi gerçekleştiren ülkeler tüm dünyada genel olarak üretime geçişte ülkelerinin geleneksel ürünlerinden hareket etmeyi planlamışlardır (Marangoz, 2008: 30). Mesela Hindistan'da çay, Danimarka'da süt ve ürünleri, Arjantin'de et ve mamulleri, Orta Amerika ve Afrika ülkelerinde muz, Tunus'ta hurma, zeytinyağı, Türkiye'de kurutulmuş ve sert kabuklu meyveler, organik olarak üretilen ilk ürünlerdir (Usal, 2006: 18). Var olan bilgi ve yüksek adaptasyon organik tarıma geçişi daha pratik hale getirmiştir. Gelişen teknoloji ve iletişim olanakları organik tarımın daha fazla üretici ve tüketici kitlesi eliyle tanınmasını ve dolayısıyla yaygınlaşmasını olasılık haline getirmeyi başarmıştır.

2.2.3 Organik Gıdaların Tüketiciye Ulaştırılması

Ülkemizde organik üretimin dış pazarlara dönük gerçekleştirilmesi, ülkenin gelişmekte olan bir yapıda olması, müşterilerin beklentilerindeki eksiklik, fiyatlarda meydana gelen farklılaşmalar, ürün çeşitliliğinde atıl kalma, geniş kapsamlı pazarlama çalışmalarının oluşturulamamasının ve pazarlama alanlarının atıl kalması ve yeterli tanıtımın yapılamaması nedeniyle olması gereken bilincin tam anlamıyla kazandırılmaması gibi nedenlerden ötürü iç pazarlarda bir ilerleme yaşanmamaktadır (Rende, 2012: 31).

Bu özellikler göz önüne alındığında ülkemizde mevcut bireylerin ürünler hakkında yeteri düzeyde bilinçlenememeleri ile bu bilgi eksikliği ile piyasada mevcut gıda maddelerinde girdi yoğun bilinçsiz üretimin oluşturduğu risk etmenleri için de geçerlidir. İnsanların bilinç düzeyini bir örnekle açıklamak gerekirse; toplumun Çernobil vakasının oluşturduğu radyasyon probleminde yaşandığı gibi aynı anda ortaya çıkmayan ya da gözle görülemeyen risklere sebep olmaktadır. Ayrıca başka önemli bir etken de tüketicinin gıda mevzuatı, mevcut katkı, kalıntı sınır değeri ve

satılan ürünlerin bu değerlere göre durumunun resmi makamlarda ilan edilmemesi tüketici gruplarının da yetersiz kalmasıdır (Aksoy, 2001, s.5).

Dünyada ve Türkiye’de tüketicilerin organik ürünlere olan yaklaşımlarına değinmek gerekirse, tüketicilerin birtakım niteliklere sahip olduğu fark edilmektedir. Bunlar (Kurt, 2006: 108);

1. Yaşadığı Yer: Şehirleşmiş bölgeler, genel olarak büyük şehirler,
2. Tüketici Tutumları: Yiyecek ve içeceklere karşı seçici, kalite, kapsadığı maddelere ve üretim metotlarına dikkat eden,
3. Demografik Yapısı: Genel olarak iyi eğitilmiş ve orta-üst sosyal sınıfa dahil,
4. Alım Gücü: Orta sınıftan üst sınıfa uzanan yüksek alım gücüdür.

Tüketicilerin bu gıdalara eğilimlerinin birçok önemli nedeninin olduğu söylenebilir ve bu nedenler üreticiler tarafından kullanılarak, tüketicilere ulaşmak hedeflenmektedir. Şimdi bu nedenlere kısaca değinmek gerekirse; Bunlar; sosyal etkenler, iktisadi iyileşme, farklı felsefeler, kabul görmüş organik kalitesi, marka, lezzet ve görünüş, fiyat, bilgi ve hizmet ile nüfusun eğitimidir.

Organik tarım ürünleri talebinde tüketici tercihinin olumlu yönde etkileyebileceği düşünülen etmenler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Gökçe, 2001: 179): Toplumsal Kaygılar: Daha yüksek bir kültür ve bilinç seviyesinde ortaya çıkabilen ve genel olarak zor edinilen endişelerdir.

Bireysel Kaygılar: Bireyin kendi ve çevresindekilerin sağlıklı ve uzun bir hayat sürmeleri gibi hususlardaki kişisel kaygılar, organik ürünlerin talebi için önemli bir faktördür. Fakat, bu endişelere bağlı olarak talebin artabilmesi için iki şart gerekir. Bunlardan birincisi bu endişenin inanılır ve gerçek olması (yani organik tarım ürünlerinin diğer ürünlerden daha sağlıklı olması), ikincisi de daha yüksek bir ödemeyi kaldırabilecek bir bütçeye sahip olmasıdır.

Toplumda Saygınlık Kazanma Arzusu: Satın almalarda önemli bir dürtü olan bölümdür, çünkü birşeyler ve bilhassa da daha iyi olduğu düşünülen bir şeyler satın almak hem kendini beğenmenin ve hem de toplum eliyle kabul görmenin bir metodudur. Organik tarım ürünleri talebinin genişlemesi hususunda bu etmen önemli oranda etkin olabilecek ve etkinliği destek çalışmalarla daha da artırılabilir.

Soy Egosu: kişiler yalnızca kendisini ve yaşamakta olan yakınlarını düşünmekle yetinmez, ayrıca doğacak çocuklarını ve onların hayatlarını da düşünür ve endişelenir. Bilhassa bazı kimyasalların kalıtım üzerindeki etkilerinden

endişelenebilir. Kısırlık ve sakat doğum gibi imkanları akla getirir ve bunun neticesi olarak da organik ürünlere yönelebilir.

Genel olarak organik ürünlerin tüketiciler gözünde en önde gelen avantajı, sahip olduğuna inandıkları “Gıda Güvenliği”dir. Bunların besin değerlerinin yüksekliği, katkı maddeleri barındırmamaları, üretimleri sırasında herhangi bir kimyasal madde kullanılmamış olması, tüketici gözünde değer bulan diğer avantajlarından biridir.

2.3 İlgili Araştırmalar

Lampkin ve Padel (1994), “Organic Farming: Sustainable Agriculture in Practice, The Economics of Organic Farming” isimli araştırmalarında organik ve konvansiyonel tarım arasındaki farkları belirtilerek, organik tarımın konvansiyonel tarımdan daha üstün ve yararlı olan özellikleri üzerinde durulmaktadır. Çalışmada organik tarım, organik sanayi ve pazar gelişimi incelenmiştir. Dünyanın değişik ülkelerinde organik tarımın ne şekilde yürütüldüğü ve ekonomik getirileri üzerinde durulmuştur.

Parrot ve Marsden (2002), tarafından yapılan “The Real Green Revolution: Organic and Agro-ecological Farming in the South” isimli araştırmada organik yaklaşımların çiftçiyi koruma ve geliştirme konusunda ne şekilde yardımcı olacağı hususunda bilgi vermektedir. Araştırmada aynı zamanda organik tarımın nasıl desteklenebileceği ve geliştirilebileceği konusunda bazı net ve pratik bilgiler vermektedir. Bunlara ilişkin değişik ülkelerdeki organik tarıma ilişkin farklı çalışmaların bulunduğundan söz etmişlerdir.

Lee ve Fowler (2002), tarafından hazırlanan “A Critique of Methodologies for the Comparison of Organic and Conventional Farming Systems” isimli araştırmada geleneksel tarım yapan işletmelerle organik tarım yapan işletmelerin karşılaştırması yapılmıştır. Türlü ölçütlerin göz önünde bulundurulup yapılan karşılaştırmaları eleştirerek incelenmişlerdir. Nitel değerlendirmelerin en az klasik değerlendirmeler kadar önemli olduğu ve bu konuda teşvik edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Organik sistemleri kendi başına izlemeye çalışan uzun vadeli vaka çalışmalarının teşvik edilmesi gerektiğine değinilmiştir.

Keskin (2007), “Dünya’da ve Türkiye’de Organik Pamuk Tarımı ve Ekonomisi” konulu çalışmasında Dünya’da ve Türkiye’de geleneksel yöntemlerle ve

organik olarak üretimi yapılan pamuk üretim, ticaret ve tüketimindeki gelişmeler ile organik pamuk maliyeti, pazar yapısı ve fiyatları aynı zamanda Türkiye'nin üretim gücü incelenmiştir. Organik pamuk üretimi ile geleneksel pamuk üretimi seçiminde en önemli kriterin, ekonomik olması başka bir ifadeyle hangi durumun karlı olacağının önemi üzerinde durmuştur.

Yussefi ve Willer (2007), "The World Of Organic Agriculture, Statistics And Emerging Trends 2007" isimli araştırmalarında, organik tarım yapan ülkelerin organik tarıma ilişkin durumları istatistiksel olarak ortaya konmaktadır. Çalışmada ayrıca istatistiksel veriler yanında ülkelerin gelecekte organik tarımla ilgili hedefleri de yer almaktadır.

Yanmaz ve Beşirli (2009), tarafından yapılan "Türkiye'de Organik Tarım Araştırmaları" isimli araştırmalarında Türkiye'nin organik tarım yaklaşımı ortaya konularak organik tarım araştırma hedeflerinin sağlıklı bir şekilde belirlenmesine katkıda bulunulması gerektiği üzerinde durulmuştur. Geçmişten günümüze kadar Türkiye'deki bitkisel ve hayvansal üretimde organik tarım konusunda yapılan çalışmalar bir araya getirilmiştir

Willer ve Kilcher (2011), "The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2011", isimli araştırmalarında küresel organik tarımdaki son gelişmelere istatistiksel olarak yer vermişlerdir. Çalışmada ayrıca organik gıda, organik sertifikasyon, standart ve yönetmeliklerdeki son değişikliklere yer verilmiştir.

Aertsens (2011), "Organic Food as an Emerging Market: Personal Determinants of Consumption, Supply Governance and Retail Strategies" isimli araştırmasında hem tüketici açısından hem de arz açısından önemli olan organik pazarın büyümesinde gelişmesinde etkili olan faktörlere ışık tutmaktadır. Organik tüketimin kişisel belirleyicileri konusunda daha fazla fikir vermektedir. Organik tüketimin daha iyi anlaşılmasını sağlayan değerler teorisi ve planlanan davranış teorisi hakkında bilgiler vermektedir. Araştırmada eğer daha fazla tüketici organik gıda satın alma konusunda da tutarlı olursa diğer tüketiciler de bundan etkilenecek aynı şekilde organik gıdalara yöneleceği sonucuna varılmaktadır.

Tarım sektörü; hormonlar, pestisitler, organizmanın genleriyle oynanması gibi insan hayatını etkileyen sorunlar ile biyoçeşitlikten ve içilebilen su kaybından da sorumlu olduğunu öne sürmektedir (Gürler, Erdal ve Erdal, 2006).

Dünya nüfusunun hızla artması ve sanayileşmeyle minimum alanda yüksek oranda ürün alma isteği doğduğunu ve bu yüzden topraklarda yüksek dozda pestisit ve kimyasal gübre kullanılarak ürün yetiştirilmesi, insan sağlığını ve ürün kalitesini olumsuz olarak etkilediğini söylemektedir (William, 2001). Dünya üzerinde pestisit kullanımının %85'i tarım sektöründe kullanılmaktadır.

Özkan, Özçatalbaş, Yılmaz, Yılmaz ve Akpınar (2000) yaptığı bir çalışmada, Antalya'daki tüketicilerin organik ürün konusundaki tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan araştırma bulgularına göre; tüketicilerin %19,4' ünün organik ürünlerden haberdar olduğu ve organik ürünleri tanımaları ile eğitim seviyeleri arasında doğru orantı olduğu istatistiksel olarak saptanmıştır.

Tüketicilerin belirli özellikleriyle organik ürünlere olduğundan fazla para verme istekleri arasındaki ilişkileri de ortaya koymaktadır. Ayrıca tüketicilerin yaş meyve-sebze alırken %37,2' sinin ilk sırada besin değerine ve bunu takiben gıdaların kalıntı maddeleri taşımamasına önem verdikleri sonucunda ulaşılmaktadır.

Wier ve Calverley'in (2002) ortaya koyduğu çalışmalarda, tüketicilerin organik ürünleri tercih etmesinde etik ve çevresel etmenlerin etkili olduğunu ve tüketicilerin ilk olarak sağlık için organik ürünleri tercih ettiğini ortaya koymuşlardır.

Sarıkaya (2007) yaptığı çalışmada organik ürün tüketiminin yoğun olduğu Ankara ve İstanbul illerinde organik ürün tüketicileriyle yapılan anket sonuçlarına göre; tüketicilerin organik ürünleri satın alma tutumları ve davranışları konusunda dört boyutun ön planda olduğu belirlenmiştir. Bunlar; sorumluluk, güven, fayda ve değer 'dir. Bunun yanı sıra; organik ürün tüketicilerinin eğitim düzeyinin lisans ya da lisansüstü ağırlıklı olduğu saptanmıştır.

Tirkeş (2008) tarafından yapılan çalışmada, iç pazardaki mevcut ve potansiyel organik gıda tüketicilerinin profilini ve organik gıda tercih etme ve etmeme nedenlerini belirlemek ve organik gıda satın alma davranışı ile ilişkili olabilecek faktörler konusunda organik gıda üreticisi şirketlere bilgi sağlamak amaçlanmıştır.

Organik gıda üreticileri ürünlerini tüketicilere hem direk sunmakta hem de süpermarketler çiftçi birlikleri veya toptancılar gibi aracılar ile sunmaktadır. Aşağıdaki Şekilde verilen dağıtım kanalları dışında bazı restoran ve oteller de müşterileri için organik menüler hazırlayıp sunmaktadır (Eisenbach, 2002).

Organik tarım ile ilgili yurt dışı ve yurt içi çalışmalar incelendiğinde, organik tarımın avantajları, dezavantajları, üretimi nasıl destekleneceği, tüketicilerin organik

ürünlerde neleri tükettikleri, organik ürünlere yönlendirmelerin nasıl olması gerektiği, üretim pazarlarının nasıl geliştirebileceği gibi kavramlar ele alınmıştır. Bu araştırmada ise organik gıda tüketimi sırasında tüketicilerin tutumlarının nasıl değiştiği, organik gıdalara yönelik olumlu tutumun ne gibi önlemler alınarak artabileceği, tüketiciler ve üreticiler bağlamında neler yapılması gerektiği noktasında araştırmacılara bilgi vermesi açısından önemli görülmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

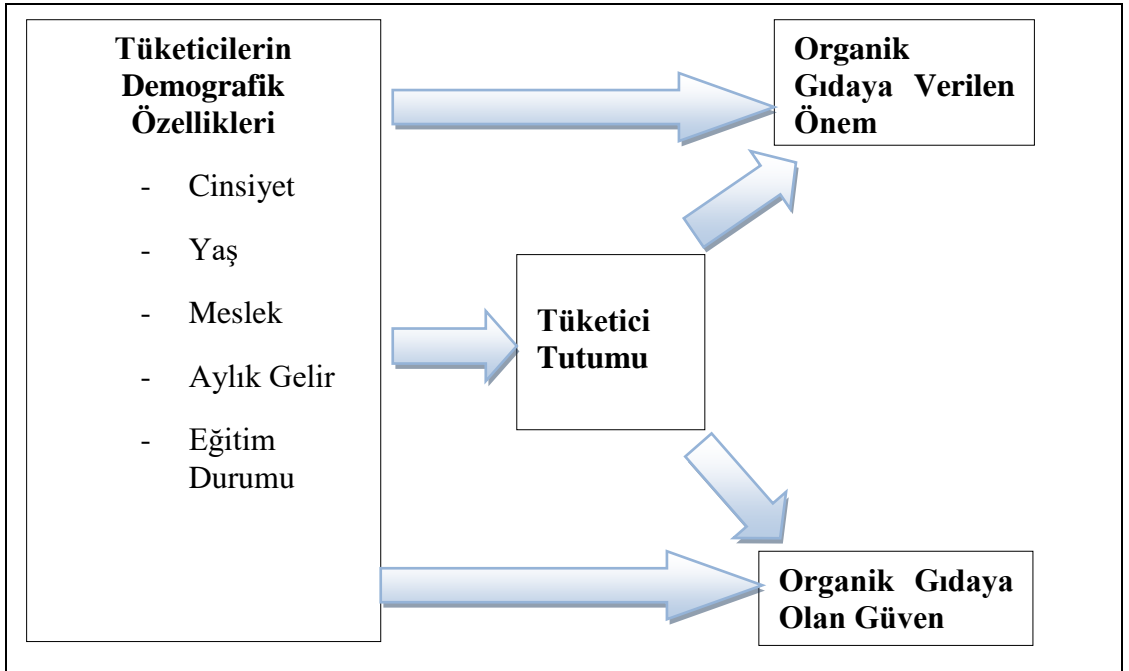
BİR ANKARA UYGULAMASI

Çalışmada Ankara'daki pazarlarda tüketicilerin organik ürünlere yönelik davranışlarının incelenerek, organik ürünleri tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları incelenmektedir.

3.1 Yöntem

3.1.1 Araştırmanın Model

Belirlenen amaç çerçevesinde değişkenler arasındaki ilişki model aşağıda verilmiştir:



Şekil 3.1: Araştırmanın modeli/çerçeve.

Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik ürünleri kullandıklarına yönelik değişkenlere göre tutumları arasındaki farklılığı ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Tüketicilerin demografik özelliklerine göre ve organik gıda kullanımına yönelik maddelere verdikleri cevaplara göre tutumları arasındaki farklılığı ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda yapılan araştırma tarama modeli niteliğindedir. Karasar (2007, s. 77)'a göre, tarama modeli var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır.

3.1.2 Araştırma Soruları

Bu model, aşağıdaki araştırma sorularına cevap vermek üzere oluşturulmuştur:

1. Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ne düzeydedir?
2. Tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
3. Tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
4. Tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
5. Tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
6. Tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
7. Tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
8. Tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?
9. Organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendiğiniz kaynak neresidir?
10. Organik gıdalarda tercihinizi etkileyen asıl sebep nedir?
11. Organik gıdalarla en sık nerede karşılaşılırsınız?
12. Aşağıdaki gıda ürünlerinden hangisini satın alırsınız?
13. Organik gıdaları ne sıklıkla satın alırsınız?

14. Eğer organik gıda tüketiyorsanız daha çok hangi çeşit ürünleri tercih edersiniz?
15. Sizce hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?
16. Organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?
17. Organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurduğunuz en önemli özellik nedir?
18. Tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın almaktasınız?
19. Sizi göre organik gıdaların fiyatları yüksek ise nedeni nedir?

3.1.3 Evren ve Örneklem

Yapılan araştırmada Türkiye İstatistik Kurumunun verilerine göre Yenimahalle ilçesinde yaşayan 644,543 kişi ve Çankaya ilçesinde yer alan 919,119 kişi olmak üzere semt pazarları, süper marketler ve organik mağazalar etrafında oturan 1,563,662 tüketici araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma evrenine bağlı olarak %95 güven aralığı ve 0.05 hata miktarı göz önünde bulundurularak olasılıklı örnekleme yöntemlerinden ulaşılabilir örnekleme yöntemi ile belirlenen 385 tüketici araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu örneklem içerisinde kayıp veri ve uç değerler dikkate alındıktan sonra 47 tüketici araştırmadan çıkarılarak 338 tüketici araştırma örneklemine alınmıştır. Araştırmada yer alan örneklem miktarını ilçelerin toplam nüfus miktarları dikkate alınarak Çankaya ilçesinden örneklemin %59'una ($919,119/1,563,662=0,59$) karşılık gelen 199 ($338 \times 0,59=199$) tüketici ve Yenimahalle ilçesinden örneklemin %41'ine ($644,543/1,563,662=0,41$) karşılık gelen 139 ($338 \times 0,41=139$) tüketici olmak üzere toplam 338 tüketici örneklem için seçilmiştir. Ulaşılabilir örnekleme yönteminde evrendeki tüm birimler, örneğe seçilmek için erişilmesi kolay örnekleme sahip bireylerin seçildiği örnekleme yöntemidir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2010, s. 90).

Tablo 3.1: Tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları.

Özellikler	Kategoriler	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kadın	168	49,7
	Erkek	170	50,3
Yaş	21-25	118	34,9
	26-30	47	13,9
	31-35	43	12,7
	36-40	54	16,0
	41-45	35	10,4
	46 ve Üzeri	41	12,1
Meslek	Kamu Kurumu	115	34,0
	Özel Sektör	98	29,0
	Serbest Meslek	41	12,1
	İşsiz	84	24,9
Aylık Gelir	1500 ve altı	102	30,2
	1501-2500 TL	95	28,1
	2501-3500 TL	63	18,6
	3501-4500 TL	47	13,9
	4501 ve Üstü	31	9,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	48	14,2
	Lise	70	20,7
	Ön lisans-Lisans	172	50,9
	Yüksek Lisans ve Doktora	48	14,2
Toplam		338	100,0

Tablo 3.1'e bakıldığında tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin dağılımların incelendiği görülmektedir. Tüketicilerin cinsiyetlerine göre dağılımları incelendiğinde, 168 (%49,7) kadın ve 170 (%50,3) erkek tüketiciden oluşmaktadır. Tüketicilerin yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında, "21-25" yaşa sahip olan 118 (%34,9) tüketici, "26-30" yaşa sahip olan 47 (%13,9) tüketici, "31-35" yaşa sahip olan 43 (%12,7) tüketici, "36-40" yaşa sahip olan 54 (%16,0) tüketici, "41-45" yaşa sahip olan 35 (%10,4) tüketici ve "46 ve Üzeri" yaşa sahip olan 41 (%12,1) tüketici bulunmaktadır. Tüketicilerin mesleklerine göre dağılımları incelendiğinde, kamu kurumlarında çalışan 115 (%34,0) tüketici, özel sektörde çalışan 98 (%29,0) tüketici, serbest meslek çalışanı 41 (%12,1) tüketici ve işsiz olan 84 (%24,9) tüketici

bulunmaktadır. Tüketicilerin aylık gelir düzeylerine göre dağılımlarına bakıldığında, “1500 ve altı” gelire sahip olan 102 (%30,2) tüketici, “1501 ve 2500” gelire sahip olan 95 (%28,1) tüketici, “2501 ve 3500” gelire sahip olan 63 (%18,6) tüketici, “3501 ve 4500” gelire sahip olan 47 (%13,9) tüketici ve “4501 ve Üstü” gelire sahip olan 31 (%9,2) tüketici bulunmaktadır. Tüketicilerin eğitim durumlarına göre dağılımlarına bakıldığında, ilköğretim mezunu olan 48 (%14,2) tüketici, lise mezunu olan 70 (%20,7) tüketici, Ön lisans-Lisans mezunu olan 172 (%50,9) tüketici, yüksek lisans-doktora mezunu olan 48 (%14,2) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile 338 (%100,0) tüketici bulunmaktadır.

3.1.4 Veri Toplama Aracı

Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları satın alma sürecinde doğrudan etkilidir. Bu bağlamda üretilen organik gıdaların tüketici ile buluşturulması, organik gıdaların kalitesi, yetiştikleri yer, faydalı olabilecek noktalar konusunda tüketicilerin bilinçlendirilmesi için literatürde organik gıdaların özelliklerine içeren kaynaklardan yola çıkarak bu başlıklar bağlamında incelemeler yapılmıştır. Organik gıdaya verilen önem ve organik gıdaya olan güven başlıkları altında tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarını yansıtabilecek maddeler pilot uygulamadan denemelik ölçek maddeleri yazılarak madde havuzu oluşturulmuştur. Tutum ölçeğine ilişkin denemelik maddelerin yazımında bazı çalışmalar incelenmiştir (Sarıkaya, 2007; Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015; Kacur, 2009). Bu çalışmalar ve literatür incelemeleri sonucunda ölçek ve kişisel bilgi formunun yapıları aşağıdaki şekilde ele alınmıştır. Tüketicilerin kişisel bilgilerini ortaya çıkarmaya yönelik 7 madde, organik gıda tüketimleri hakkında bilgi toplamak için 14 madde olmak üzere toplam 21 madde ölçekten önceki anket sorularını oluşturmaktadır.

3.1.4.1 Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi, Korelasyon Analizi ve Güvenirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan anketi oluşturan kişisel bilgi formu, tutum ölçeğinin geliştirilme aşamasına ait faktör analizleri, madde-toplam korelasyon analizleri ve güvenirlik analizleri aşağıdaki gibi ele alınmıştır. Tutum ölçeğini oluşturan yapıyı tanımlamak için ve gizil olan faktörleri ortaya çıkarmak için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Ölçeği oluşturan maddelerin iç geçerliğini sağlamak için

madde-toplam korelasyon analizleri yapılmıştır. Yapısı tanımlanan ölçeği oluşturan maddelerin iç tutarlık güvenirlik katsayılarını belirlemek için Cronbach Alpha İç Tutarlık Güvenirlik analizleri yapılarak aşağıdaki başlıklar altında ele alınmıştır.

3.1.4.2 Tutum ölçeğinin geçerlik ve güvenirlikleri için yapılan pilot uygulama

Araştırmanın amacına uygun olarak verilerin toplanması için çalışmada kullanılan anket kişisel bilgi formu, organik gıda tüketimine yönelik sorular ve tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anketi oluşturan araçların geliştirilmesi aşamasında literatür taranarak ve tüketiciler ve organik gıda pazarlamacıları ile görüşülerek araçları oluşturan maddeler hazırlanmıştır. Pilot uygulamaya geçmeden önce ölçme ve değerlendirme uzmanı ve alan uzmanlarından görüş alınmıştır. Anketin dil açısından ve anlaşılabilirliği açısından Türk Dili ve Edebiyatı uzmanına inceleme yaptırılarak gerekli düzeltme yapıldıktan sonra, üç tane tüketiciye sorular sorulmuş ve anlaşılabilirlik düzeyleri karşılaştırılmıştır. Pilot uygulamadan önce ankete son şekli verilerek anketin içerisinde yer alan ölçeğin taslak hali geliştirilmiştir. Ankete ait taslak form 300 tüketiciye uygulanarak ölçeğe ait geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır. Analizi sonucu faktör yük değerleri düşük olan ve birden fazla faktörde yük veren maddeler ölçekten çıkarılarak güvenirlik analizleri ve madde toplam korelasyonları yapılmıştır.

3.1.4.2.1 Organik gıdalara yönelik tutum ölçeği geçerlik ve güvenirlik çalışmaları

3.1.4.2.1.1 Tutum ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi (AFA)

Tutum ölçeğine için literatür taraması ve uzman kanısı ile hazırlanan 26 maddelik 5'li derecelenmiş likert tipi taslak form 300 kişilik tüketici grubuna uygulanarak, içerisinde bulunan örtük yapının ortaya çıkması için yapı geçerliği aşamasında açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Tutum ölçeğin, deneme uygulamasından elde edilen verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı yapı geçerliği bağlamında incelenmiştir. Toplanan verilere faktör analizi uygulanıp uygulanmayacağını gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testlerinin sonuçları Tablo 3.2'de görüldüğü gibidir.

Tablo 3.2: Tutum ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları.

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Ölçüsü		,79
Bartlett Küresellik Testi	X ²	584,14
	Sd	120
	p	,000

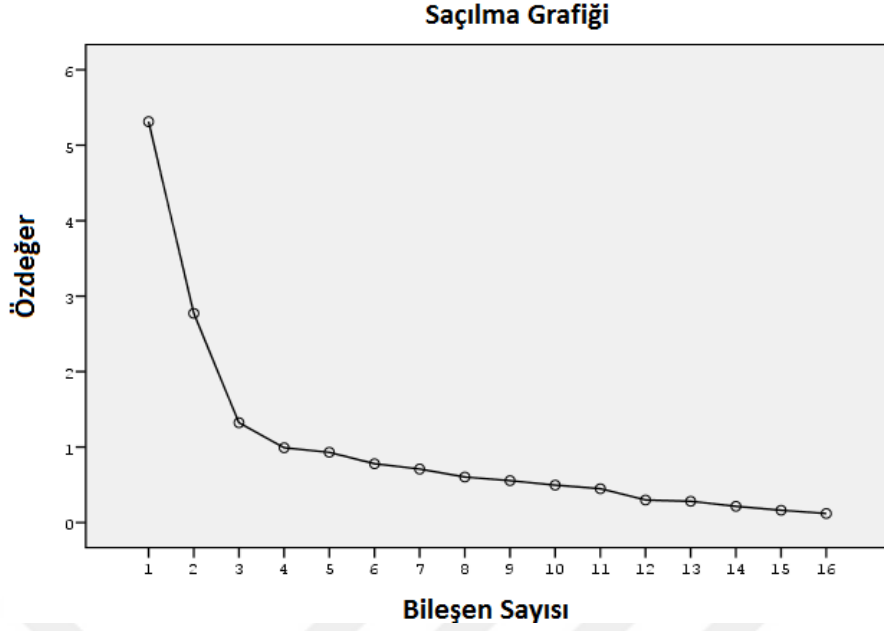
Tablo 3.2’de görüldüğü üzere, hesaplanan KMO uyum ölçüsü değeri 0,79’dur. Leech, Barrett ve Morgan (2005); Şencan (2005)’e göre kritik değer olarak 0,50’ye göre bu değer altında faktör analizi yapılamayacağını belirtmişlerdir (Büyüköztürk, Şekercioğlu ve Çokluk, 2010, ss: 207; Tavşancıl, 2010). Ölçeğe ait Kaiser-Meyer-Olkin değeri kritik değerler karşılaştırıldığında “0.70-0.80” kabul edilebilir düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Büyüköztürk, Şekercioğlu ve Çokluk, 2010, ss: 207). Aynı veriler için hesaplanan Bartlett Küresellik Testi 584,14 olup 0,01 düzeyinde manidardır ($X^2_{120}=584,14$). Bu değerlere, deneme uygulamasından elde edilen verilerin faktör analizine tabi tutulabileceğini göstermektedir. Uygulama yapılan örneklem sayısının faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Temel bileşenler analizi kullanılarak yapılan faktör analizi sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 3.3: Tutum ölçeğine ait faktör özdeğerleri ve açıklama varyansları.

Faktör	Başlangıç Özdeğer			Kare Yüklemelerin çıkarım toplamları		
	Toplam	Vary %	Küm %	Toplam	Vary %	Küm %
1	5,313	33,204	33,204	5,286	33,040	33,040
2	2,772	17,324	50,528	2,798	17,488	50,528

Tablo 3.3’de görüldüğü üzere, başlangıç öz değeri dikkat alındığında 1,00’den büyük 2 faktör vardır. 1. Faktörün öz değeri 5,31 ve 2. Faktörün öz değeri 2,77’dir. Öz değeri 1,00 altında olan faktörler dikkate alınmamıştır (Büyüköztürk, Şekercioğlu ve Çokluk, 2010). Bu iki faktörün açıkladığı varyans, toplam varyansın % 50,53’dür. Öz değerler incelendiğinde ölçek iki faktörlü olarak görülmektedir. Öz değerlere yönelik saçılma diyagramı Şekil 3.2’de görülmektedir.



Şekil 3.2: Tutum ölçeğinin faktör öz değerlerine yönelik saçılma grafiği.

Şekil 3.2 incelendiğinde saçılma grafiği incelendiğinde ölçek 2 büyük kırılma noktası gösterdiği, diğer kırılma noktalarının çok küçük olduklarından dolayı dikkate alınmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tutum ölçeğinin deneme formunda yer alan maddelerin hangi faktör yük değerine sahip oldukları Tablo 3.4’de verilmiştir.

Tablo 3.4: Maddelere ait faktör yük ve madde toplam korelasyon sonuçları.

Maddeler	Faktör		Madde Toplam Korelasyonları (r)	Cronbach Alpha (Güvenirlilik)
	Önem	Güven		
t4	0,68		0,61*	0,89
t5	0,79		0,69*	
t7	0,63		0,56*	
t8	0,85		0,77*	
t9	0,79		0,72*	
t12	0,55		0,44*	
t13	0,87		0,79*	
t14	0,82		0,75*	
t15	0,59		0,48*	
t21	0,59		0,52*	
t16		0,57	0,40*	0,73
t22		0,79	0,60*	
t23		0,71	0,52*	
t24		0,61	0,43*	
t25		0,72	0,56*	
t26		0,52	0,31*	
Genel				0,81

*p<0,05

Tablo 3.4'e bakıldığında 4., 5., 7., 8., 9., 12., 13., 14., 15. ve 21. maddeler 1. Faktör altında ve 16., 22., 23., 24., 25. ve 26. maddeler 2. Faktör altında en yüksek yük değerine sahiptir. Birinci faktörde maddelerin faktör yüklerine bakıldığında 0,55-0,87 arasında değişmektedir. İkinci faktörde maddelerin faktör yüklerine bakıldığında 0,52-0,79 arasında değişmektedir. Bu yük değerlerine göre ölçek iki faktörlü olup tüm maddeler ölçekte yer alabilecek yük değerine sahiptir. Faktör analizi yapılan 1., 2., 3., 6., 10., 11., 17., 18., 19. ve 20. maddeler faktör yük değerleri sınır değeri olarak belirlenen,30 faktör yükünün altında olduklarından çalışmadan çıkarılmıştır. Tabachnick ve Fidell'e (2001)'e göre her bir maddenin yük değerinin 0,30 kritik değerinin altında olması halinde "vasat" olduğu belirlenmiştir (Akt: Büyüköztürk, Şekercioğlu ve Çokluk, 2010, ss: 194). Belirlenen faktörün açıklama varyansını artırmak için sınır değer olarak,30 faktör yükü belirlenmiştir.

Madde toplam korelasyonuna dayalı olarak yapılan madde analizi sonuçları Tablo-9'da verilmiştir. Bu sonuçlara göre korelasyon değerleri $r=,31$ (t26) ile $r=,79$ (t13) arasında değişmektedir ve 0,05 düzeyinde anlamlıdır. Ölçek formunda yer alan ve 1. Faktörü oluşturan 10 madde "Önem" başlığı altında ve 2. Faktör oluşturan 6 madde "Güven" başlığı altında toplanmıştır.

Tablo 3.4'e göre ölçeğin iki faktörde Cronbach alpha iç tutarlılık katsayıları incelendiğinde, 1. Faktörü oluşturan 10 madde ile ,89 güvenilirlik katsayısına sahip olduğu ve 2. Faktörü oluşturan 6 madde ile ,73 güvenilirlik katsayısına sahip olduğu görülmektedir. Ölçeğin genel olarak 16 maddelik yapısının güvenilirlik katsayısının ,81 olduğu görülmektedir. Maddeler kendi içerisinde yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu yukarıda yer alan güvenilirlik katsayıları ile ifade edilmektedir.

3.1.5 Veri Analizi

Araştırmanın amacına uygun olarak toplanan veriler SPSS-21 istatistik paket programına işlenmiştir. Tüketicilerin demografik özelliklerine ilişkin olarak frekans ve yüzde değerlerine bakılmıştır. Tüketicilere uygulanan tutum ölçeğine ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Betimsel istatistiklerin yorumlanmasında tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarına ilişkin aritmetik ortalamalarının değerlendirme aralığı $(5-1)/5=0,80$ olarak belirlenmiştir (Kan, 2009, s. 407). Buna göre tutum ölçeğine ait bulguların yorumlanmasında aşağıdaki aralıklar esas alınmıştır: 1-

1,79=çok düşük; 1,80-2,59=düşük; 2,60-3,39=orta; 3,40-4,19=yüksek; 4,20-5,00=çok yüksek.

Tüketicilerin tutumlarına ait veri dağılımının parametrik veya nonparametrik olup olmadığına karar vermek için normallik ve Levene homojenlik testleri yapılmıştır. Ölçekten elde edilen tüketicilerin tutumlarını yansıtan puanların normal dağılım varsayımının sınanması için Kolmogorov-Smirnov Z testi incelemiş $p>,05$ 'e göre puan dağılımının normal dağıldığı yani normallik varsayımını sağladığı görülmektedir. Tüketicilerin tutumlarını yansıtan puanlara ilişkin test varyanslarının homojenliği yani Levene homojenlik testine ait dağılım incelendiğinde Levene İstatistiğine ait $p>,05$ 'e göre puan dağılımına ait test varyanslarının homojen dağıldığı yani homojenlik varsayımının sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğe ait elde edilen puan dağılımının sürekli veri olduğu ve eşit aralıklı ölçek düzeyinde olduğu görülmektedir. İki örneklemin (grup) birbirinden bağımsız olması, bağımlı değişkenlerin aralık veya oran ölçek düzeyinde ölçülmüş olması, normallik ve homojenlik varsayımlarının sağlanması parametrik test varsayımlarını karşılamaktadır (Köklü, Büyüköztürk ve Çokluk, 2007, s. 152-161).

3.1.5.1 Independent-sample (bağımsız örneklem) T-testi

Tüketicilerin cinsiyetlerine, organik gıda tüketme durumlarına, organik gıdalar hakkında bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdaları yönelik tutumları arasındaki farklılığa Independent-Sample (Bağımsız Örneklem) T-Testi analizi ile bakılmıştır.

3.1.5.2 One-way ANOVA (tek yönlü varyans)

Tüketicilerin mesleklerine, gelir düzeylerine, eğitim durumlarına, gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdaları yönelik tutumları arasındaki farklılığa One-Way ANOVA (Tek yönlü varyans) analizi ile bakılmıştır.

3.1.5.3 Frekans analizleri ve bar grafiği

Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların dağılımlarına, tercihlerini etkileyen asıl sebebe yönelik dağılıma,

organik gıdalar ile en sık karşılaştıkları yerlerin dağılımına, organik gıdalardan hangilerini satın aldıklarına, organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin dağılıma, organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin dağılıma, tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin dağılıma, organik gıda satın alınırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin dağılıma, organik gıdaları organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurulan özelliklere ilişkin dağılıma, tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin dağılıma, organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin dağılıma frekans ve yüzde analizi ve bar grafiği ile bakılmıştır. Tüm bu analizler ile ilgili detaylı bulgular ve yorumlar her bir alt problem için bir sonraki bölümde sunulmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

Birinci Alt Problem: Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ne düzeydedir?

Tablo 4.1: Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin betimsel istatistik (ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum) sonuçları.

	N	Minimum	Maximum	\bar{X} (Ortalama)	S (Standart Sapma)
Önem	338	10,00	50,00	40,29 (4,03)	6,53
Güven	338	6,00	30,00	17,36 (2,89)	4,20
Tutum	338	16,00	80,00	57,65 (3,60)	8,43

Kriterler: $57,65/16=3,6$ $4,20-5,00=\text{çok yüksek}$; $3,40-4,19=\text{yüksek}$; $2,60-3,39=\text{orta}$; $1,80-2,59=\text{düşük}$; $1-1,79=\text{çok düşük}$

Tablo 4.1'e bakıldığında tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeylerinin dağılımlarının incelendiği görülmektedir. "Önem" alt faktörüne ilişkin tüketicilerin tutum düzeylerinin $\bar{X}=40,29$ ($S=6,53$) ortalamaya sahip olduğu yani 4,03 ortalama ile (3,40-4,19) tüketicilerin organik gıdalara yönelik önemlerine yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Tüketiciler organik gıdaları yüksek düzeyde önemli gördükleri sonucuna ulaşılmaktadır.

"Güven" alt faktörüne ilişkin tüketicilerin tutum düzeylerinin $\bar{X}=17,36$ ($S=2,89$) ortalamaya sahip olduğu yani 2,89 ortalama ile (2,60-3,39) tüketicilerin organik gıdalara yönelik güvenlerine yönelik tutumlarının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdalara orta düzeyde güvendikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tutumlarına bakıldığında $\bar{X}=57,64$ ($S=8,43$) ortalamaya sahip olduğu yani 3,60 ortalama ile (3,40-4,19) tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

İkinci Alt Problem: Tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.2: Tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi sonuçları.

	Cinsiyet	N	\bar{X}	S	t	sd	p
Önem	Kadın	168	41,70	5,12	4,03	336	,000*
	Erkek	170	38,90	7,43			
Güven	Kadın	168	18,24	4,10	3,92	336	,000*
	Erkek	170	16,48	4,13			
Tutum	Kadın	168	59,94	7,14	5,16	336	,000*
	Erkek	170	55,38	9,00			

*p<,05

Tablo 4.2'ye bakıldığında tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. “Önem” alt faktörüne ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=41,70$) ile erkek tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=38,90$) arasında $t_{(336)}=4,03$, $p=,000<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek tüketicilere göre daha çok önemli gördüklerinden kaynaklanmaktadır.

“Güven” alt faktörüne ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=18,24$) ile erkek tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=16,48$) arasında $t_{(336)}=3,92$, $p=,000<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek tüketicilere göre daha çok güvendiklerinden kaynaklanmaktadır.

Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=59,94$) ile erkek tüketicilerin organik gıdalara

yönelik tutumları ($\bar{X}=55,38$) arasında $t_{(336)}=5,16$, $p=,000<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının, erkek tüketicilere tutumlarından daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Üçüncü Alt Problem: Tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.3: Tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.

	Meslek	N	\bar{X}	S	Kareler Toplam	Kareler Ort.	F (334/3)	p	Post Hoc (Tukey)
Önem	Kamu Kurumu	115	41,92	4,97	699,50	233,17	5,69	,001*	1>4
	Özel Sektör	98	40,18	6,51	13680,50	40,96			
	Serbest Meslek	41	40,41	6,64	14380,00				
	İşsiz	84	38,13	7,76					
Güven	Kamu Kurumu	115	17,49	4,30	122,90	40,97	2,35	,072	
	Özel Sektör	98	17,98	4,24	5824,49	17,44			
	Serbest Meslek	41	17,51	4,95	5947,40				
	İşsiz	84	16,37	3,45					
Tutum	Kamu Kurumu	115	59,41	7,05	1218,14	406,05	5,97	,001*	1>4, 2>4
	Özel Sektör	98	58,16	8,72	22734,96	68,07			
	Serbest Meslek	41	57,93	8,55	23953,10				
	İşsiz	84	54,50	9,04					

* $p<,05$ Kategori: Kamu Kurumu=1; Özel Sektör=2; Serbest Meslek=3; İşsiz=4

Tablo 4.3'e bakıldığında tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. "Önem" alt faktörüne ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=5,69$, $p=,001<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, kamu kurumunda çalışan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının

($\bar{X}=41,92$), işsiz olan tüketicilerin organik gıdaların organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=38,13$) daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=2,35$, $p=,072>05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=5,97$, $p=,001<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, kamu kurumunda çalışan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının ($\bar{X}=59,41$) ve özel sektörde çalışan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının ($\bar{X}=58,16$), işsiz olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarından ($\bar{X}=54,50$) daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Dördüncü Alt Problem: Tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.4: Tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.

	Gelir	N	\bar{X}	S	Kareler Toplam	Kareler Ort.	F (333/4)	p	Post Hoc (Tukey)
Önem	1500 ve altı	102	38,66	8,15	603,99	151,00	3,65	,006*	1<5
	1501-2500 TL	95	40,85	5,43	13776,02	41,37			
	2501-3500 TL	63	40,17	5,60	14380,00				
	3501-4500 TL	47	40,87	6,25					
	4501 ve Üstü	31	43,32	4,29					
Güven	1500 ve altı	102	16,77	4,28	178,68	44,67	2,58	,037	1<5, 3<5
	1501-2500 TL	95	18,00	4,08	5768,72	17,32			
	2501-3500 TL	63	16,41	3,19	5947,40				
	3501-4500 TL	47	17,85	4,75					
	4501 ve Üstü	31	18,45	4,79					
Tutum	1500 ve altı	102	55,43	10,0	1292,05	323,01	4,75	,001*	1<2, 1<5, 3<5
	1501-2500 TL	95	58,85	6,82	22661,05	68,05			
	2501-3500 TL	63	56,59	6,51	23953,10				
	3501-4500 TL	47	58,72	9,09					
	4501 ve Üstü	31	61,77	7,65					

* $p<,05$ Kategori: 1500 ve altı=1; 1501-2500 TL=2; 2501-3500 TL=3; 3501-4500 TL=4; 4500 ve Üstü=5

Tablo 4.4'e bakıldığında tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(333-4)}=3,65$, $p=,006<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=43,32$), “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=38,66$) daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır.

“Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(333-4)}=2,58$, $p=,037<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=18,45$), “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=16,77$) ve “2501 ve 3500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=16,41$) daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır.

Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(333-4)}=4,75$, $p=,001<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=61,77$), “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=55,43$), “2501 ve 3500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=56,59$) daha büyük olmasından ve “1501-2500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=58,85$), “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=55,43$) daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır.

Beşinci Alt Problem: Tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.5: Tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.

	Eğitim Durumu	N	\bar{X}	S	Kareler Toplam	Kareler Ort.	F (334/3)	p	Post Hoc (Tukey)
Önem	İlköğretim	48	37,58	7,38	1043,66	347,89	8,71	,000*	1<2 1<4
	Lise	70	41,00	5,65	13336,34	39,93			
	Ön lisans-Lisans	172	39,77	6,76	14380,00				
	Yüksek Lisans ve Doktora	48	43,85	4,04					
Güven	İlköğretim	48	16,33	3,66	241,58	80,53	4,71	,003*	1<4
	Lise	70	17,46	4,14	5705,81	17,08			
	Ön lisans-Lisans	172	17,06	4,08	5947,40				
	Yüksek Lisans ve Doktora	48	19,27	4,71					
Tutum	İlköğretim	48	53,92	8,26	2268,71	756,24	11,65	,000*	1<2, 1<3 1<4
	Lise	70	58,46	7,04	21684,40	64,92			
	Ön lisans-Lisans	172	56,83	8,71	23953,10				
	Yüksek Lisans ve Doktora	48	63,13	6,66					

*p<,05 Kategori: İlköğretim=1; Lise=2; Ön lisans-Lisans=3; Yüksek Lisans ve Doktora=4

Tablo 4.5'e bakıldığında tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. "Önem" alt faktörüne ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=8,71$, $p=,000<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=37,58$), lise mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=41,00$) ve Yüksek Lisans ve Doktora mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=43,85$) daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır.

"Güven" alt faktörüne ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=4,71$, $p=,003<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara olan güvene ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=16,33$), Yüksek Lisans ve

Doktora mezunu olan tüketicilerin gıdalara olan güvene ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=19,27$) daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır.

Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(334-3)}=11,65$, $p=,000<,05$ 'e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının ($\bar{X}=53,92$), lise mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=58,46$), ön lisans-lisans mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=56,83$), Yüksek Lisans ve Doktora mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından ($\bar{X}=63,13$) daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır.

Altıncı Alt Problem: Tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.6: Tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin one-wayanova (tek yönlü varyans) analizi sonuçları.

	Önem	N	\bar{X}	S	Kareler Toplam	Kareler Ort.	F (335/2)	p
Önem	Fiyatı	49	39,22	7,79	99,85	49,93	1,17	,311
	Kalite ve Çeşitliliği	159	40,79	6,09	14280,15	42,63		
	Hepsi	130	40,09	6,53	14380,00			
Güven	Fiyatı	49	16,53	5,14	68,96	34,48	1,97	,142
	Kalite ve Çeşitliliği	159	17,79	4,12	5878,44	17,55		
	Hepsi	130	17,14	3,87	5947,40			
Tutum	Fiyatı	49	55,76	10,71	334,05	167,02	2,37	,095
	Kalite ve Çeşitliliği	159	58,57	7,78	23619,06	70,51		
	Hepsi	130	57,23	8,14	23953,10			

Tablo 4.6'ya bakıldığında tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve

geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(335-2)}=1,17$, $p=,311>,05$ ’e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(335-2)}=1,97$, $p=,142>,05$ ’e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında $F_{(335-2)}=2,37$, $p=,095>,05$ ’e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Yedinci Alt Problem: Tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.7: Tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi sonuçları.

	Organik Gıda Tüketme Durumu	N	\bar{X}	S	t	sd	P
Önem	Tüketmiyorum	138	39,25	7,40	2,47	336	,014*
	Tüketiyorum	200	41,02	5,77			
Güven	Tüketmiyorum	138	17,46	4,55	,37	336	,713
	Tüketiyorum	200	17,29	3,95			
Tutum	Tüketmiyorum	138	56,70	9,26	1,72	336	,087
	Tüketiyorum	200	58,30	7,76			

* $p<,05$

Tablo 4.7’ye bakıldığında tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. “Önem” alt faktörüne ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=39,25$) ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=41,02$) arasında $t_{(336)}=2,47$, $p=,014<,05$ ’e göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdaları tüketmeyen tüketicilere göre daha çok önemli görmelerinden kaynaklanmaktadır.

“Güven” alt faktörüne ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=17,46$) ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik

gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 17,29$) arasında $t_{(336)} = 3,37$, $p = ,713 > ,05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Organik gıdalara yönelik algı ölçeğinin geneline ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 56,70$) ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 58,30$) arasında $t_{(336)} = 1,72$, $p = ,087 > ,05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Sekizinci Alt Problem: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Tablo 4.8: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneli ve alt faktörlerine ilişkin tutum düzeyleri arasındaki farklılığa ilişkin independent-sample (bağımsız örneklem) t-testi.

	Bilgi Düzeyine Sahip Olma	N	\bar{X}	S	t	sd	p
Önem	Evet	187	40,87	6,39	1,80	336	,072
	Hayır	151	39,58	6,65			
Güven	Evet	187	16,98	4,23	1,81	336	,071
	Hayır	151	17,81	4,14			
Tutum	Evet	187	57,85	8,22	,49	336	,624
	Hayır	151	57,40	8,71			

* $p < ,05$

Tablo 4.8'e bakıldığında tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin alt faktörleri ve geneline ilişkin tutumları arasındaki farklılıkların incelendiği görülmektedir. "Önem" alt faktörüne ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 40,87$) ile organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 39,58$) arasında $t_{(336)} = 1,80$, $p = ,072 > ,05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

"Güven" alt faktörüne ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X} = 16,98$) ile organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara

yönelik tutumları ($\bar{X}=17,81$) arasında $t_{(336)}=1,81$, $p=,071>,05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

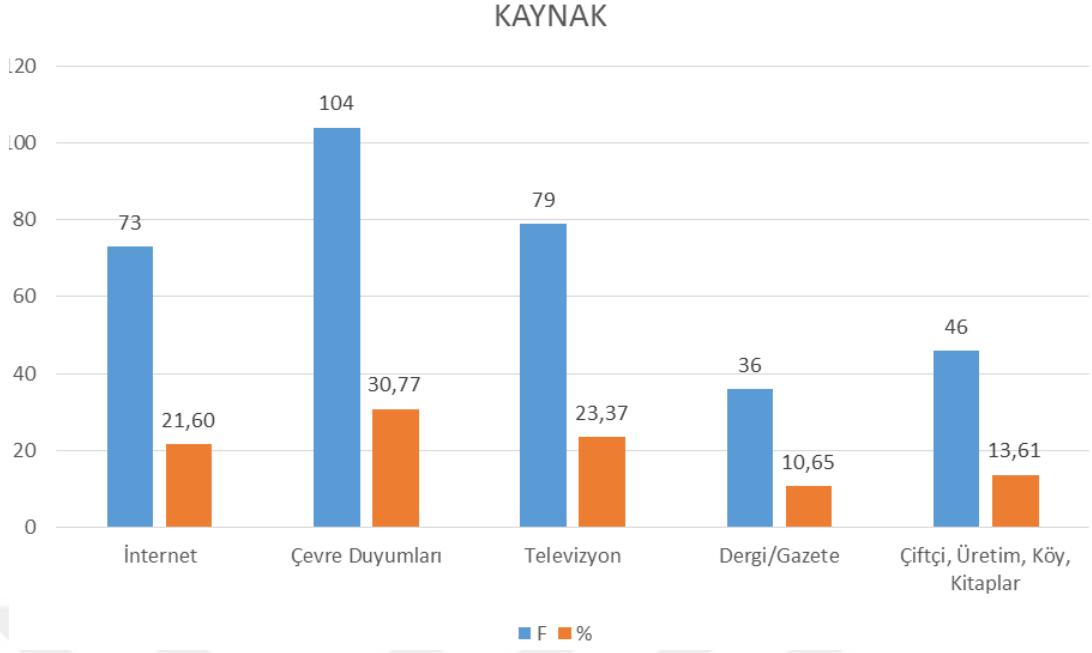
Organik gıdalara yönelik algı ölçeğinin geneline ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=57,85$) ile organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ($\bar{X}=57,40$) arasında $t_{(336)}=,49$, $p=,624>,05$ 'e göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Dokuzuncu Alt Problem: Organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendiğiniz kaynak neresidir?

Tablo 4.9: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların dağılımları.

	<i>F</i>	%
İnternet	73	21,60
Çevre Duyumları	104	30,77
Televizyon	79	23,37
Dergi/Gazete	36	10,65
Çiftçi, Üretim, Köy, Kitaplar	46	13,61

Tablo 4.9'a bakıldığında tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. "İnternet" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 73 (%21,60) tüketici, "Çevrem Duyumları" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 104 (%30,77) tüketici, "Televizyon" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 79 (%23,37) tüketici, "Dergi/Gazete" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 36 (%10,65) tüketici, "Çiftçi, Üretim, Köy, Kitaplar" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 46 (%13,61) tüketici bulunmaktadır. Genel olarak tüketiciler organik gıdalara hakkında bilgiyi en çok çevre duyumları üzerinden öğrendikleri görülmektedir. En az ise dergi/gazete gibi basılı kaynaklar üzerinden öğrenmektedir. Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynaklara ilişkin frekans dağılımlarına ait bar grafiği Şekil 4.1'de görülmektedir.



Şekil 4.1: Tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendikleri kaynakların dağılımlarına ilişkin bar grafiği.

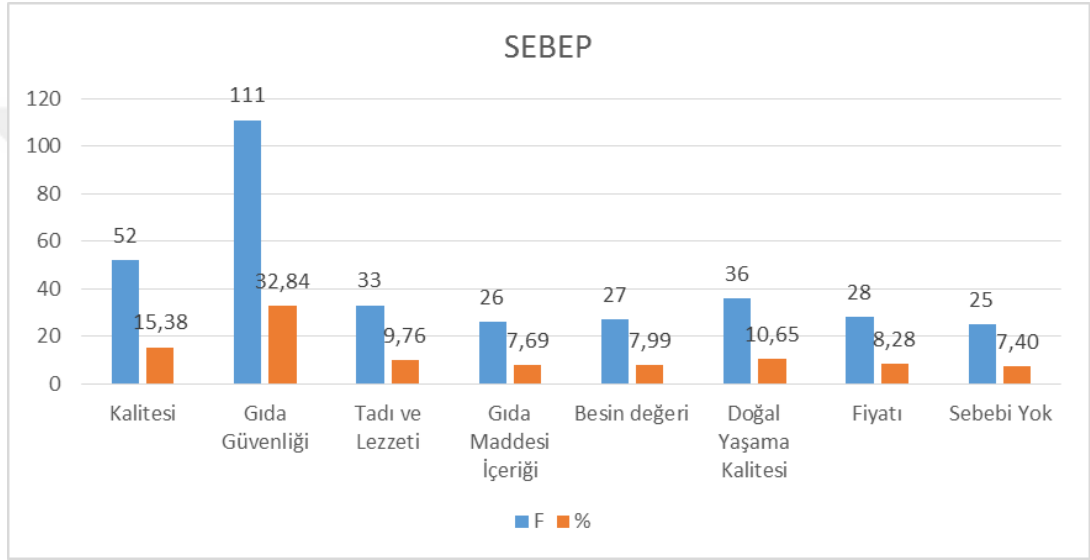
Onuncu Alt Problem: Organik gıdalarda tercihinizi etkileyen asıl sebeptir?

Tablo 4.10: Tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ait frekans dağılımları.

SEBEP	<i>F</i>	%
Kalitesi	52	15,38
Gıda Güvenliği	111	32,84
Tadı ve Lezzeti	33	9,76
Gıda Maddesinin İçeriği	26	7,69
Besin değeri	27	7,99
Doğal Yaşama Kalitesi	36	10,65
Fiyatı	28	8,28
Sebebi Yok	25	7,40

Tablo 4.10 Tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ilişkin frekans dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıdaları tercihte asıl sebebin kalitesi olduğunu düşünen 52 (%15,38) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin gıda güvenliği olduğunu düşünen 111 (%32,84) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin tadı ve lezzeti olduğunu düşünen 33 (%9,76) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin gıda maddesinin içeriği olduğunu düşünen 26 (%7,69) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin besin değeri

olduğunu düşünen 27 (%7,99) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin doğal yaşam kalitesi olduğunu düşünen 36 (%10,65) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin fiyatı olduğunu düşünen 28 (%8,28) tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin olduğunu düşünen 25 (%7,40) tüketici bulunmaktadır. Genel olarak tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebin en çok gıda güvenliği olduğu ve en az ise bir sebep belirtmedikleri görülmektedir. Organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ilişkin frekans dağılımına ait bar grafiği Şekil 4.2’de görülmektedir.



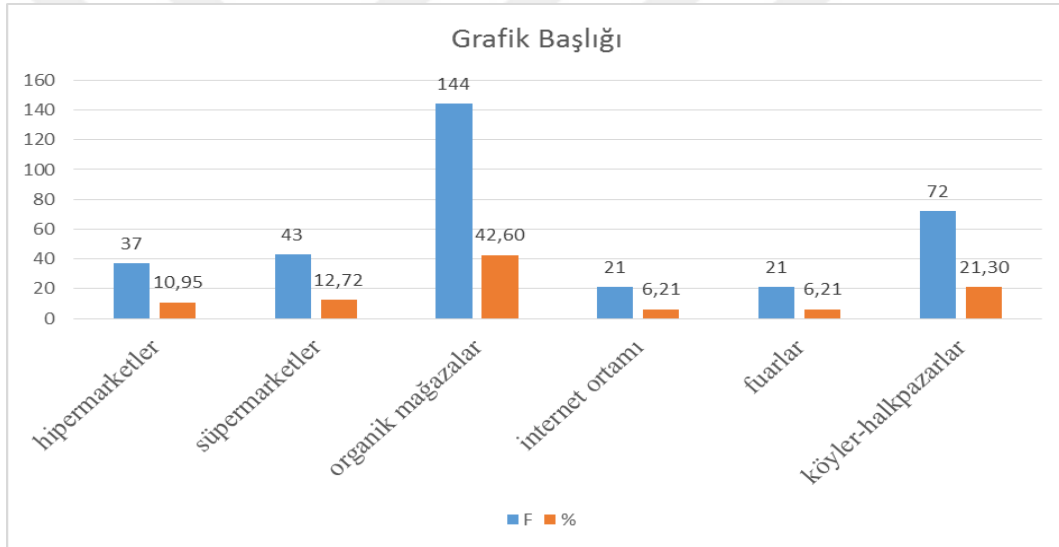
Şekil 4.2: Tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebe ait frekans dağılımları.

On Birinci Alt Problem: Organik gıdalarla en sık neredekarşılaşırsınız?

Tablo 4.11: Tüketicilerin organik gıdalarla en sık karşılaştıkları yerlerin dağılımlarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

	<i>F</i>	%
Hipermarketler	37	10,95
Süpermarketler	43	12,72
Organik mağazalar	144	42,60
İnternet ortamı	21	6,21
Fuarlar	21	6,21
Köyler-halk pazarları	72	21,30

Tablo 4.11 tüketicilerin organik gıdalarla en sık nerede karşılaştıklarına ilişkin frekans dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıdalara en sık hipermarketlerde karşılaşılan 37 (%10,95) tüketici, organik gıdalara en sık süpermarketlerde karşılaşılan 43 (%12,72) tüketici, organik gıdalara en sık organik mağazalarda karşılaşılan 144 (%42,60) tüketici, organik gıdalara en sık internet ortamında karşılaşılan 21 (%6,21) tüketici, organik gıdalara en sık fuarlarda karşılaşılan 21 (%6,21) tüketici, organik gıdalara en sık köyler-halk pazarında karşılaşılan 72 (%21,30) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile organik gıdalara en çok organik mağazalarda karşılaşıldığı, en az internet ortamı ve fuarlarda karşılaşıldığı görülmektedir. Organik gıdalarla en sık nerede karşılaştıklarına ilişkin frekans dağılımına ait bar grafiği Şekil 4.3’de görülmektedir.



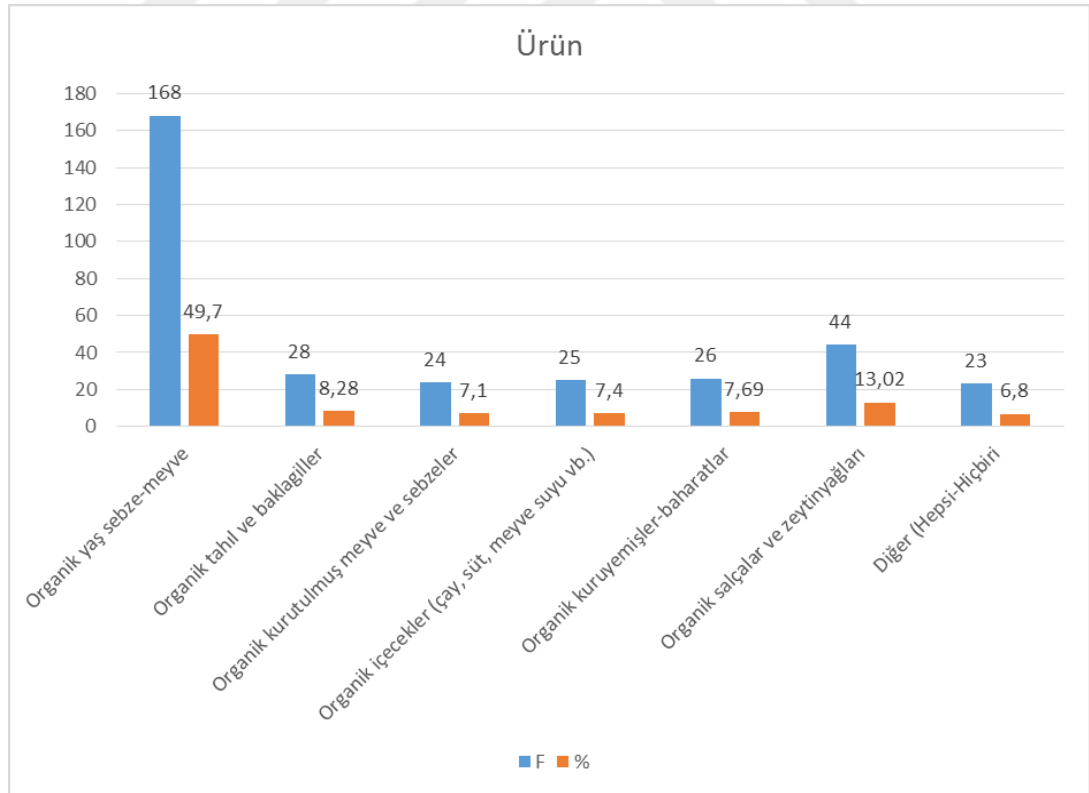
Şekil 4.3: Tüketicilerin organik gıdalarla en sık nerede karşılaştıklarına ilişkin dağılıma ait bar grafiği.

On İkinci Problem: Aşağıdaki gıda ürünlerinden hangisini satın alırsınız?

Tablo 4.12: Tüketicilerin organik gıdalardan hangilerini satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Ürün	F	%
Organik yaş sebze-meyve	168	49,70
Organik tahıl ve baklagiller	28	8,28
Organik kurutulmuş meyve ve sebzeler	24	7,10
Organik içecekler (çay, süt, meyve suyu vb.)	25	7,40
Organik kuruyemişler-baharatlar	26	7,69
Organik salçalar ve zeytinyağları	44	13,02
Diğer (Hepsi-Hiçbiri)	23	6,80

Tablo 4.12 Tüketicilerin organik gıda ürünlerinden hangilerini satın aldıklarına ilişkin frekans dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıda ürünlerinden organik yaş sebze-meyve satın alan 168 (%49,20) tüketici, organik gıda ürünlerinden organik tahıl ve baklagiller satın alan 28 (%8,28) tüketici, organik gıda ürünlerinden organik kurutulmuş meyve ve sebzeler satın alan 24 (%7,10) tüketici, organik gıda ürünlerinden organik içecekler (çay, süt, meyve suyu vb.) satın alan 25 (%7,40) tüketici, organik gıda ürünlerinden organik kuruyemişler-baharatlar satın alan 26 (%7,69) tüketici, organik gıda ürünlerinden organik salçalar ve zeytinyağları satın alan 44 (%13,02) tüketici ve organik gıda ürünlerinden organik Diğer (Hepsi-Hiçbiri) ürünlerin hepsinden satın alan veya hiçbirinden satın almayan 23 (%6,80) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok satın aldığı organik gıdanın organik yaş sebze-meyve olduğu, en az satın aldığı organik gıdanın organik kurutulmuş meyve ve sebzeler olduğu görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdalardan hangilerini aldıklarına ilişkin frekans dağılımına ait bar grafiği Şekil 4.4'de görülmektedir.



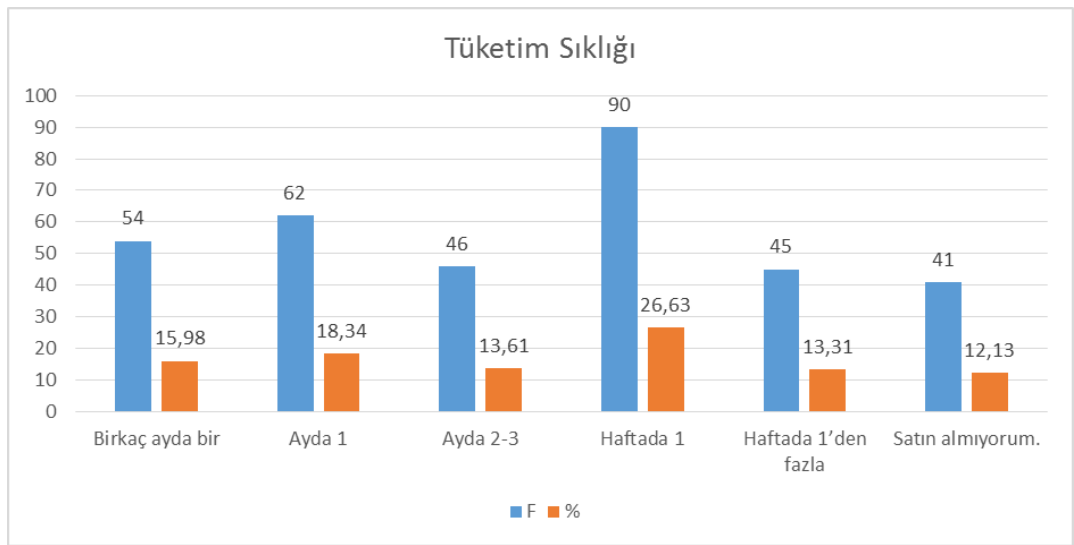
Şekil 4.4: Tüketicilerin organik gıdalardan hangilerini satın aldıklarına ilişkin dağılımlarına ait bar grafiği.

On Üçüncü Alt Problem: Organik gıdaları ne sıklıkla satın alırsınız?

Tablo 4.13: Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Tüketim Sıklığı	<i>F</i>	%
Birkaç ayda bir	54	15,98
Ayda 1	62	18,34
Ayda 2-3 kere	46	13,61
Haftada 1	90	26,63
Haftada 1'den fazla	45	13,31
Satın almıyorum.	41	12,13

Tablo 4.13'de Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin frekans dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıdaları birkaç ayda bir satın alan 54 (%15,98) tüketici, organik gıdaları ayda bir satın alan 62 (%18,34) tüketici, organik gıdaları ayda 2-3 kere satın alan 46 (%13,61) tüketici, organik gıdaları haftada 1 satın alan 90 (%26,63) tüketici, organik gıdaları haftada 1'den fazla satın alan 45 (%13,31) tüketici, organik gıdaları satın almayan 41 (%12,13) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin organik gıdaları en az haftada 1'den fazla satın aldıkları, en fazla hafta 1 satın aldıkları görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına İlişkin frekans dağılımına ait bar grafiği Şekil 4.5'de görülmektedir.



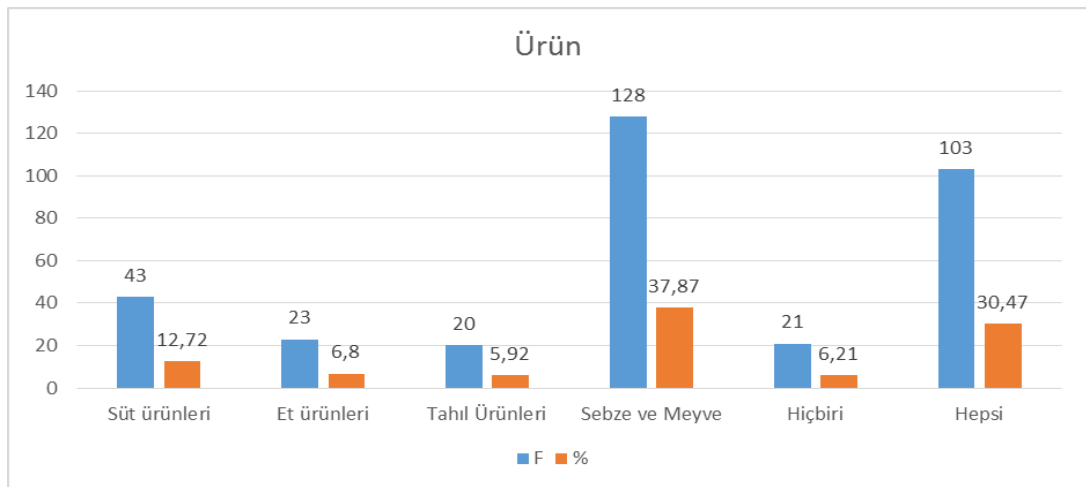
Şekil 4.5: Tüketicilerin organik gıdaları ne sıklıkla satın aldıklarına ilişkin dağılımlarına ait bar grafiği.

On Dördüncü Alt Problem: Eğer organik gıda tüketiyorsanız daha çok hangi çeşit ürünleri tercih edersiniz?

Tablo 4.14: Tüketicilerin organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Ürün	F	%
Süt ürünleri	43	12,72
Et ürünleri	23	6,80
Tahıl Ürünleri	20	5,92
Sebze ve Meyve	128	37,87
Hiçbiri	21	6,21
Hepsi	103	30,47

Tablo 4.14’de Tüketicilerin organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıdalardan süt ürünleri tüketen 43 (%12,72) tüketici, organik gıdalardan et ürünleri tüketen 23 (%6,80) tüketici, organik gıdalardan tahıl ürünleri tüketen 20 (%5,92) tüketici, organik gıdalardan sebze ve meyve tüketen 128 (%37,87) tüketici, organik gıdalardan hiçbirini tüketmeyen 21 (%6,21) tüketici, organik gıdalardan hepsini tüketen 103 (%30,47) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin organik gıdalardan en çok sebze ve meyve ürünleri satın aldıkları, en az hiçbirini tüketmedikleri görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdaları en çok hangi ürünleri satın aldıklarına ilişkin frekans dağılımına ait bar grafiği Şekil 4.6’da görülmektedir.



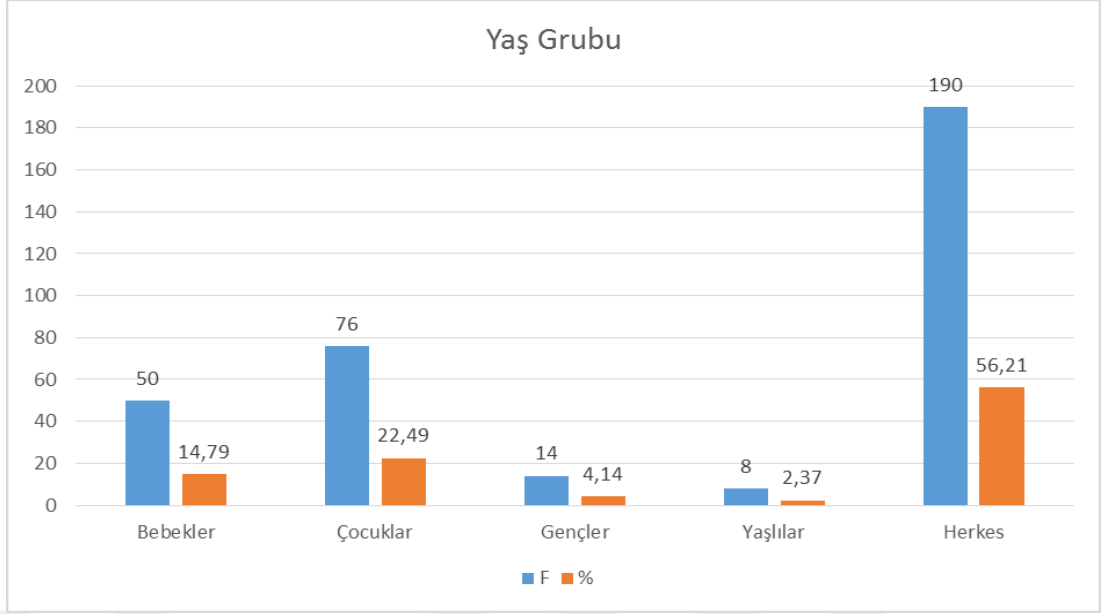
Şekil 4.6: Tüketicilerin organik gıdalardan en çok hangi çeşit ürünleri tükettiklerine ilişkin bar grafiği.

On Beşinci Alt Problem: Sizce hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?

Tablo 4.15: Tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Yaş Grubu	<i>F</i>	%
Bebekler	50	14,79
Çocuklar	76	22,49
Gençler	14	4,14
Yaşlılar	8	2,37
Herkes	190	56,21

Tablo 4.15’de tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Bebeklerin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 50 (%14,79) tüketici, çocukların organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 76 (%22,49) tüketici, gençlerin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 14 (%4,14) tüketici, yaşlıların organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 8 (%2,37) tüketici ve herkesin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 190 (%56,21) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin çoğunluğu herkesin organik gıdaları tüketmesi gerektiğini düşünmekte, tüketicilerin en az kısmının ise yaşlıların organik gıdaları tüketmesi gerektiğinin düşünmektedirler. Tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin bar grafiği Şekil 4.7’de bulunmaktadır.



Şekil 4.7: Tüketicilere göre hangi yaş grubunun organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğuna ilişkin bar grafiği.

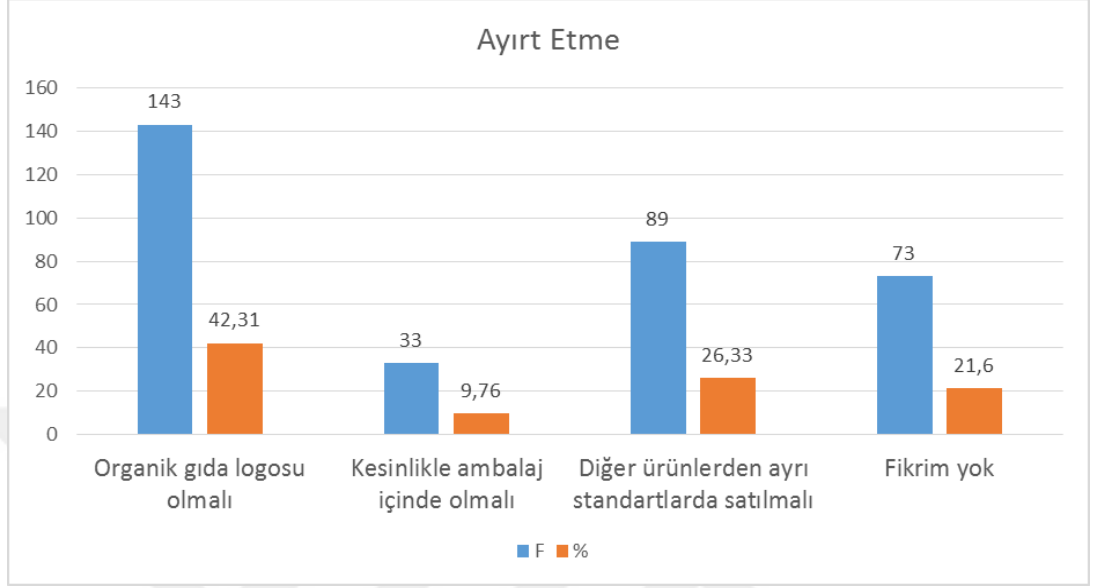
On Altıncı Alt Problem: Organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?

Tablo 4.16: Tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Ayırt Etme	F	%
Organik gıda logosu olmalı	143	42,31
Kesinlikle ambalaj içinde olmalı	33	9,76
Diğer ürünlerden ayrı standartlarda satılmalı	89	26,33
Fikrim yok	73	21,60

Tablo 4.16’de tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin frekans ve yüzde sonuçlarının incelendiği görülmektedir. Organik gıda logosunun olması ile diğer ürünlerden ayırt eden 143 (%42,31) tüketici, organik gıdaların kesinlikle ambalaj içinde olması ile diğer ürünlerden ayırt eden 33 (%9,76) tüketici, organik gıdaların diğer ürünlerden ayrı standartlarda satılması ile diğer ürünlerden ayırt eden 89 (%26,33) tüketici, organik gıdaları diğer ürünlerden ayırt etme noktasında bir fikri olmadığını ifade eden 73 (%21,60) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile organik gıdaları en çok logosunun olması ile diğer ürünlerden ayırt eden tüketicilerin olduğu ve en az organik gıdaları kesinlikle ambalaj içinde olması

ile diğer ürünlerden ayırt eden tüketicilerin olduğu görülmektedir. Tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin bar grafiği şekil 4.8’de görülmektedir.



Şekil 4.8: Tüketiciler organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt ettiklerine ilişkin bar grafiği.

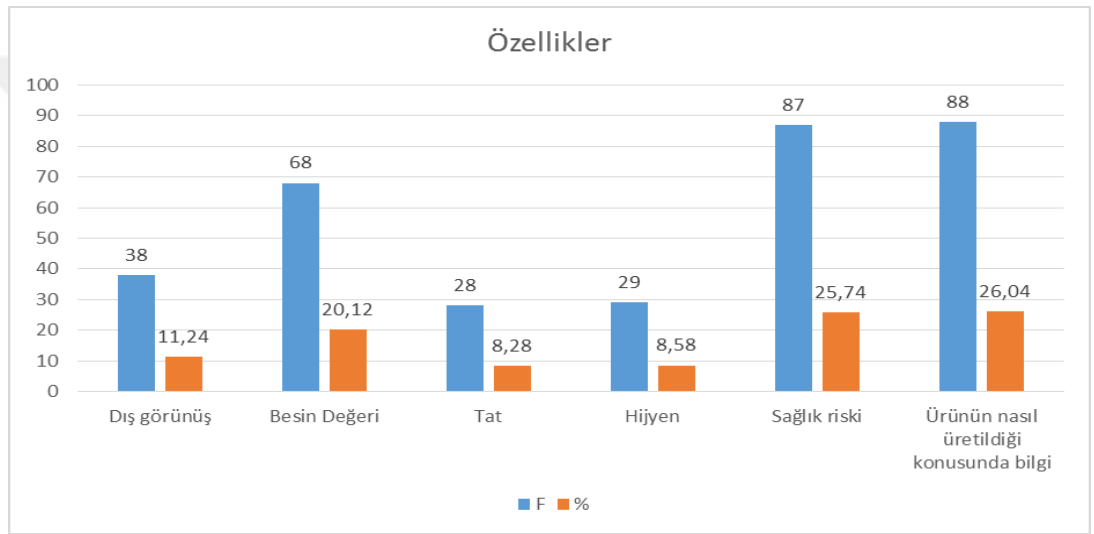
On Yedinci Alt Problem: Organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurduğunuz en önemli özellik nedir?

Tablo 4.17: Tüketiciler organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurulan özelliklere ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Özellikler	F	%
Dış görünüş	38	11,24
Besin Değeri	68	20,12
Tat	28	8,28
Hijyen	29	8,58
Sağlık riski	87	25,74
Ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi	88	26,04

Tablo 4.17’de tüketicilerin organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurduğu özelliklerin frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. Dış görünüşü ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 38 (%11,24) tüketici, besin değeri ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 68 (%20,12) tüketici, tat ile organik gıdaları, organik

olmayan gıdalardan ayıran 28 (%8,28) tüketici, hijyen ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 29 (%8,58) tüketici, sağlık riski ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 87 (%25,74) tüketici, ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 88 (%26,04) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran gıdalara tercih ederken özelliğine dikkat ettiği, en az tat ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran gıdalara tercih ederken özelliğine dikkat ettiği görülmektedir. Dağılıma ilişkin bar grafiği şekil 4.9’da görülmektedir.



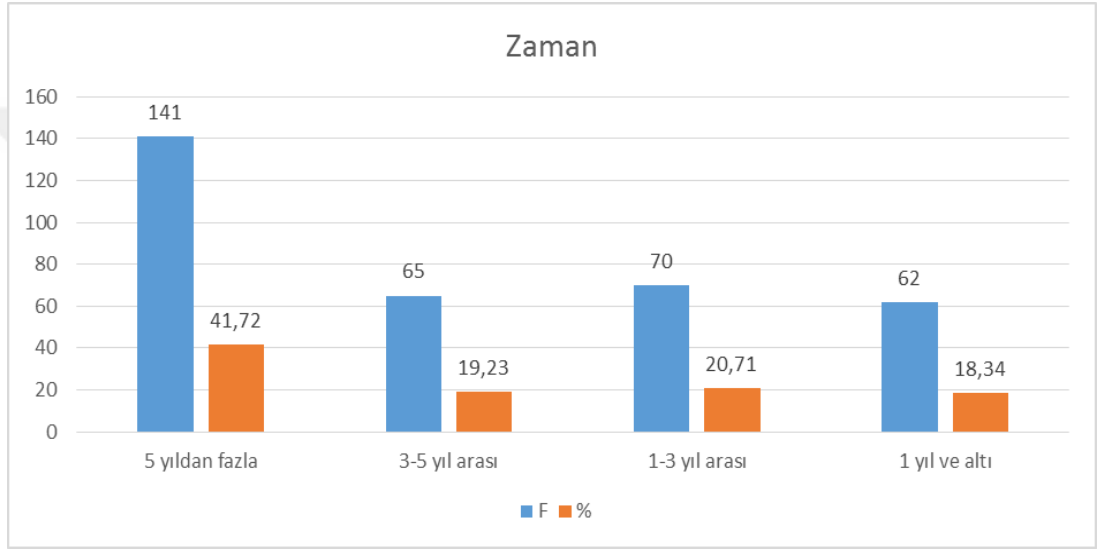
Şekil 4.9: Tüketiciler organik gıdaları, organik olmayan gıdalara tercih ederken göz önünde bulundurulan özelliklere ilişkin bar grafiği.

On Sekizinci Alt Problem: Tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın almaktasınız?

Tablo 4.18: Tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Zaman	F	%
5 yıldan fazla	141	41,72
3-5 yıl arası	65	19,23
1-3 yıl arası	70	20,71
1 yıl ve altı	62	18,34

Tablo 4.18’de tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarının incelendiği görülmektedir. 5 yıldan fazla bir süre organik gıda ürünü satın alan 141 (%41,72) tüketici, 3-5 yıl arası süre organik gıda ürünü satın alan 65 (%19,23) tüketici, 1-3 yıl arası süre organik gıda ürünü satın alan 70 (%20,71) tüketici, 1 yıl ve altı süre organik gıda ürünü satın alan 62 (%18,34) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok 5 yıldan fazla bir süre organik gıda tükettikleri görülmektedir. Dağılıma ilişkin bar grafiği şekil 4.10’da görülmektedir.



Şekil 4.10: Tüketicilerin tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın aldıklarına ilişkin bar grafiği.

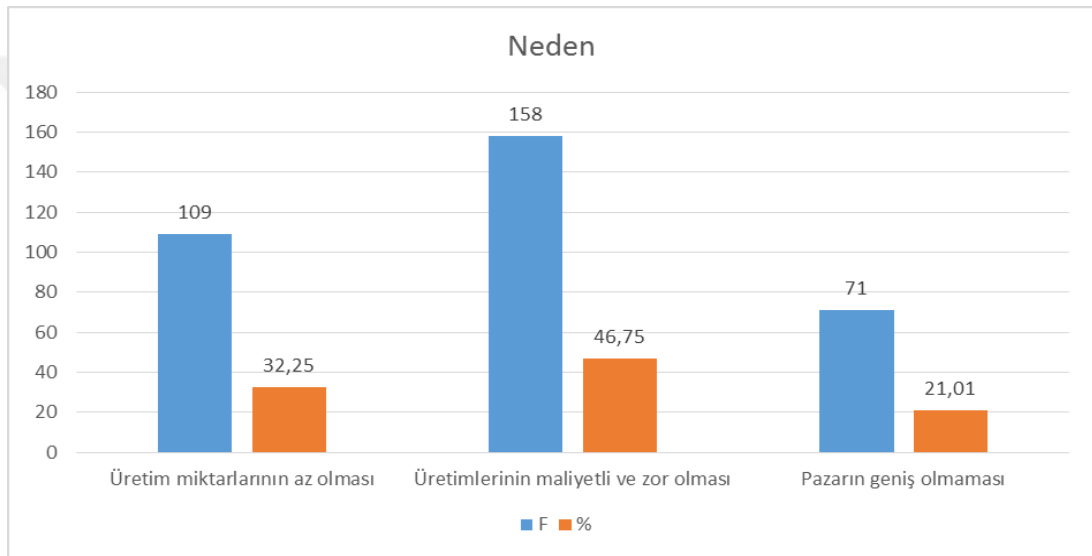
On Dokuzuncu Alt Problem: Sizi göre organik gıdaların fiyatları yüksek ise nedeni nedir?

Tablo 4.19: Tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin frekans ve yüzde sonuçları.

Neden	F	%
Üretim miktarlarının az olması	109	32,25
Üretimlerinin maliyetli ve zor olması	158	46,75
Pazarın geniş olmaması	71	21,01

Tablo 4.19’da tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin frekans ve yüzde dağılımının incelendiği

görülmektedir. Organik gıdaların üretim miktarlarının az olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 109 (%32,25) tüketici, organik gıdaların üretimlerinin maliyetli ve zor olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 158 (%46,75) tüketici, organik gıdaların pazarının geniş olmamasının az olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 71 (%21,01) tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının en az nedeni pazarının geniş olmaması ve en çok nedeni üretimlerinin maliyetli ve zor olmasından kaynaklandığı görülmektedir. Dağılıma ilişkin bar grafiği şekil 4.11’de görülmektedir.



Şekil 4.11: Tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının sebebinin ne olduğuna ilişkin bar grafiği.

Tüketicilerin demografik özelliklerine göre ve organik gıda tüketimine ilişkin maddelere göre organik gıda tüketimine yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin alt problemlerin dağılımları Tablo 4.20’de verilmektedir.

Tablo 4.20: Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik gıda tüketim maddelerine yönelik dağılımlarının tutumları üzerinde anlamlı farklılık yaratma durumlarına ilişkin dağılım.

Tüketiciler	Önem	Güven	Genel Tutum
Cinsiyet	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var
Mesleki Kıdem	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Var

Tablo 4.20 (Devam): Tüketicilerin demografik özellikleri ve organik gıda tüketim maddelerine yönelik dağılımlarının tutumları üzerinde anlamlı farklılık yaratma durumlarına ilişkin dağılım.

Tüketiciler	Önem	Güven	Genel Tutum
Aylık Gelir	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var
Eğitim Durumu	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Var
Gıda Alışverişinde Öncelikli Olarak Neye Önem Verdikleri	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Yok
Organik Gıda Tüketme Durumu	Anlamlı Farklılık Var	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Yok
Organik Gıdalar Hakkında Yeterince Bilgi Düzeyine Sahip Olma Durumu	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Yok	Anlamlı Farklılık Yok

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1 Sonuçlar

Dünya’da meydana gelen bazı sorunlar karşısında insanlar çözüme ulaşmak adına yanlış yöntemler kullanmaktadırlar. Nitekim dünya üzerinde artan nüfus ile beraber ihtiyaç duyulan gıda gereksiniminin artışı sağlamak için toprak üzerinde yoğun bir kimyevi gübre ve bunun gibi tarım ilaçları kullanılmaktadır. Yöntem her ne kadar sonuca ulaşmada doğru bir yöntem gibi gözükse bile akabinde oldukça fazla problemi de beraberinde getirmektedir. Bu problemler kısa vadede kendilerini göstermemeleri dolayısıyla insanlar tarafından ciddiyeti tam olarak kavranmış değildir. Ancak bilhassa son dönemlerde insan sağlığı ile alakalı dünya genelinde ortaya çıkan hastalıklar geçmiş yıllarda yapılmış olan hataların bugün tezahür ettiklerini bize kanıtlar niteliktedir. Tarımda yapılmış bu hataların sonuçları yalnızca bunlarla sınırlı kalmamaktadır. Bu yanlış uygulamalar neticesinde küresel ısınma oluşmakta ve bunun sonucu olarak da iklim değişiklikleri insanları kaygılandıran bir duruma dönüşmekte ve konu tüm dünyayı ilgilendiren bir hal almaktadır. Nitekim evren tüm insanların ortak alanıdır ve nihayetinde alınacak önlemler elbette global bir düzeyde olmaktadır. Dünya çapında birçok kuruluş bu problemleri çözmek için bir araya gelmekte uluslararası alanlarda işbirliği sağlamaktadırlar. Tüm bu olgular sonucu, çözüm olarak organik tarım sistemi ortaya çıkmaktadır. Kimyasal maddeler, ilaçlar ve katkı maddeleri kullanılmadan yapılan bu tarım metodu, doğal kaynaklara ve insan sağlığına zarar vermemesi açısından ve çoğaltılabilecek faydalı birçok sebepten dolayı neredeyse tüm dünyada talebi hızla artan bir metoda dönüşmektedir. Türkiye’de ortaya çıkan bu sorunlar ve çözümleri neticesinde sisteme adapte olmak adına yasa ve düzenlemeler ile organik tarımı uygulamaya çalışmakta ve bu vesile ile AB mevzuatına kayda değer oranlarda uyum sağlamaktadır.

Yapılmış olan çalışmanın sonuçlarına bakıldığında:

- 1) Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları incelendiğinde tüketicilerin organik gıdalara yönelik önemlerine ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdaları yüksek düzeyde önemli gördükleri sonucuna ulaşılmaktadır. Buna karşın tüketicilerin organik gıdalara yönelik güvenlerine yönelik tutumlarının orta düzeyde olduğu görülmektedir. Tüketicilerin organik gıdalara orta düzeyde güvendikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tutumlarına bakıldığında tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
- 2) Tüketicilerin cinsiyetlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile erkek tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek tüketicilere göre daha çok önemli gördüklerinden kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile erkek tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek tüketicilere göre daha çok güvendiklerinden kaynaklanmaktadır. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile erkek tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık kadın tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının, erkek tüketicilerin tutumlarından daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.
- 3) Tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, kamu kurumunda çalışan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının işsiz olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin

tutumlarından daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin mesleklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, kamu kurumunda çalışan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının ve özel sektörde çalışan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarının işsiz olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumlarından daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

- 4) Tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarının “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarından ve “2501 ve 3500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların güvenine ilişkin tutumlarından daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, “4501 ve Üstü” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının, “1500 ve Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından “2501 ve 3500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından daha büyük olmasından ve “1501-2500 TL” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının, “1500 ve

Altı” gelire sahip tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır.

- 5) Tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının, lise mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından ve Yüksek Lisans ve Doktora mezunu olan tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara olan güvene ilişkin tutumlarının, Yüksek Lisans ve Doktora mezunu olan tüketicilerin gıdalara olan güvene ilişkin tutumlarından daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır. Organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin eğitim durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarının, lise mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından, ön lisans-lisans mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından, Yüksek Lisans ve Doktora mezunu olan tüketicilerin organik gıdalara ilişkin tutumlarından daha küçük olmasından kaynaklanmaktadır.
- 6) Tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. “Güven” alt faktörüne ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Organik gıdalara

yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

- 7) Tüketicilerin organik gıda tüketme durumuna göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdaları tüketmeyen tüketicilere göre daha çok önemli görmelerinden kaynaklanmaktadır. “Güven” alt faktörüne ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Organik gıdalara yönelik algı ölçeğinin geneline ilişkin organik gıda tüketmeyen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları ile organik gıda tüketen tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.
- 8) Tüketicilerin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olma durumlarına göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına bakıldığında “Önem” alt faktörüne ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik ile organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara yönelik arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. “Güven” alt faktörüne ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Organik gıdalara yönelik algı ölçeğinin geneline ilişkin organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olan tüketicilerin organik gıdalara yönelik organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmayan tüketicilerin organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

- 9) Organik gıdalar hakkındaki bilginin öncelikli olarak öğrenildiği kaynağa bakıldığında “İnternet” üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 73 tüketici, “Çevre Duyumları” üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 104 tüketici, “Televizyon” üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 79 tüketici, “Dergi/Gazete” üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 36 tüketici, “Çiftçi, Üretim, Köy, Kitaplar” üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 46 tüketici bulunmaktadır. Genel olarak tüketiciler organik gıdalar hakkında bilgiyi en çok çevre duyumları üzerinden öğrendikleri görülmektedir. En az ise dergi/gazete gibi basılı kaynaklar üzerinden öğrenmektedir.
- 10) Organik gıda tercihini etkileyen sebeplere bakıldığında Organik gıdaları tercihte asıl sebebin kalitesi olduğunu düşünen 52 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin gıda güvenliği olduğunu düşünen 111 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin tadı ve lezzeti olduğunu düşünen 33 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin gıda maddesinin içeriği olduğunu düşünen 26 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin besin değeri olduğunu düşünen 27 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin doğal yaşam kalitesi olduğunu düşünen 36 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin fiyatı olduğunu düşünen 28 tüketici, organik gıdaları tercihte asıl sebebin olduğunu düşünen 25 tüketici bulunmaktadır. Genel olarak tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebin en çok gıda güvenliği olduğu ve en az ise bir sebep belirtmedikleri görülmektedir.
- 11) Organik gıdalara en sık hipermarketlerde karşılaşılan 37 tüketici, organik gıdalara en sık süpermarketlerde karşılaşılan 43 tüketici, organik gıdalara en sık organik mağazalarda karşılaşılan 144 tüketici, organik gıdalara en sık internet ortamında karşılaşılan 21 tüketici, organik gıdalara en sık fuarlarda karşılaşılan 21 tüketici, organik gıdalara en sık köyler-halk pazarında karşılaşılan 72 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile organik gıdalara en çok organik mağazalarda karşılaşıldığı, en az internet ortamı ve fuarlarda karşılaşıldığı görülmektedir.
- 12) Organik gıda ürünlerinden organik yaş sebze-meyve satın alan 168 tüketici, organik gıda ürünlerinden organik tahıl ve baklagiller satın alan 28 tüketici, organik gıda ürünlerinden organik kurutulmuş meyve ve

sebzeler satın alan 24 tüketici, organik gıda ürünlerinden organik içecekler (çay, süt, meyve suyu vb.) satın alan 25 tüketici, organik gıda ürünlerinden organik kuruyemişler-baharatlar satın alan 26 tüketici, organik gıda ürünlerinden organik salçalar ve zeytinyağları satın alan 44 tüketici ve organik gıda ürünlerinden organik Diğer (Hepsi-Hiçbiri) ürünlerin hepsinden satın alan veya hiçbirinden satın almayan 23 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok satın aldığı organik gıdanın organik yaş sebze-meyve olduğu, en az satın aldığı organik gıdanın organik kurutulmuş meyve ve sebzeler olduğu görülmektedir.

- 13) Organik gıdaları birkaç ayda bir satın alan 54 tüketici, organik gıdaları ayda bir satın alan 62 tüketici, organik gıdaları ayda 2-3 kere satın alan 46 tüketici, organik gıdaları haftada 1 satın alan 90 tüketici, organik gıdaları haftada 1'den fazla satın alan 45 tüketici, organik gıdaları satın almayan 41 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin organik gıdaları en az haftada 1'den fazla satın aldıkları, en fazla hafta 1 satın aldıkları görülmektedir.
- 14) Organik gıdalardan süt ürünleri tüketen 43 tüketici, organik gıdalardan et ürünleri tüketen 23 tüketici, organik gıdalardan tahıl ürünleri tüketen 20 tüketici, organik gıdalardan sebze ve meyve tüketen 128 tüketici, organik gıdalardan hiçbirini tüketmeyen 21 tüketici, organik gıdalardan hepsini tüketen 103 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin organik gıdalardan en çok sebze ve meyve ürünleri satın aldıkları, en az hiçbirini tüketmedikleri görülmektedir.
- 15) Bebeklerin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 50 tüketici, çocukların organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 76 tüketici, gençlerin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 14 tüketici, yaşlıların organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 8 tüketici ve herkesin organik gıdaları tüketmesinin daha önemli olduğunu düşünen 190 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin çoğunluğu herkesin organik gıdaları tüketmesi gerektiğini düşünmekte, tüketicilerin en az kısmının ise yaşlıların organik gıdaları tüketmesi gerektiğinin düşünmektedirler.

- 16) Organik gıda logosunun olması ile diğer ürünlerden ayırt eden 143 tüketici, organik gıdaların kesinlikle ambalaj içinde olması ile diğer ürünlerden ayırt eden 33 tüketici, organik gıdaların diğer ürünlerden ayrı standartlarda satılması ile diğer ürünlerden ayırt eden 89 tüketici, organik gıdaları diğer ürünlerden ayırt etme noktasında bir fikri olmadığını ifade eden 73 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile organik gıdaları en çok logosunun olması ile diğer ürünlerden ayırt eden tüketicilerin olduğu ve en az organik gıdaları kesinlikle ambalaj içinde olması ile diğer ürünlerden ayırt eden tüketicilerin olduğu görülmektedir.
- 17) Dış görünüşü ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 38 tüketici, besin değeri ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 68 tüketici, tat ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 28 tüketici, hijyen ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 29 tüketici, sağlık riski ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 87 tüketici, ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran 88 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran gıdalara tercih ederken özelliğine dikkat ettiği, en az tat ile organik gıdaları, organik olmayan gıdalardan ayıran gıdalara tercih ederken özelliğine dikkat ettiği görülmektedir.
- 18) 5 yıldan fazla bir süre organik gıda ürünü satın alan 141 tüketici, 3-5 yıl arası süre organik gıda ürünü satın alan 65 tüketici, 1-3 yıl arası süre organik gıda ürünü satın alan 70 tüketici, 1 yıl ve altı süre organik gıda ürünü satın alan 62 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilerin en çok 5 yıldan fazla bir süre organik gıda tükettikleri görülmektedir.
- 19) Organik gıdaların üretim miktarlarının az olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 109 tüketici, organik gıdaların üretimlerinin maliyetli ve zor olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 158 tüketici, organik gıdaların pazarının geniş olmamasının, az olmasının fiyatlarının yüksek olmasının nedeni olabileceğini düşünen 71 tüketici bulunmaktadır. Genel itibari ile tüketicilere göre organik gıdaların fiyatının yüksek olmasının en az nedeni

pazarının geniş olmaması ve en çok nedeni üretimlerinin maliyetli ve zor olmasından kaynaklandığı görülmektedir.

Selma ATABEY'in "Organik tarım ve eko-turizm uygulamalarına geçiş sürecinde çandır köyü örneği"(2015) konulu tez çalışmasındaki bulgular değerlendirildiğinde;

a) Tez hipotezleri sonucunda Organik tarım ile cinsiyet arasında ilişki olup olmadığı analiz edilmiş, genel anketlerde, üreticilerde ve işletmecilerde kadın ya da erkek oluşunun organik tarıma bakış açısını değiştirmedeği sonucuna varmıştır (Atabey, 2015).

Bu araştırma sonucunda ise kadın tüketicilerin organik gıdaları, erkek tüketicilere göre daha çok önemli gördükleri tespit edilmiştir. Bu durumun nedenleri arasında uygulama yapılan bölgelerin farklı olması gösterilebilir.

Arzu SANDALLIOĞLU'nun "Adana ilinde organik tarım ürünleri tüketimi ve tüketici eğilimleri" (2014) konulu tez çalışmasındaki bulgular incelendiğinde;

b) Araştırmaya katılan kişilerin gıda alışverişlerini genelde marketlerden, semt pazarlarından ve büyük marketlerden (AVM) yapmayı tercih etmekte oldukları sonucuna ulaşmıştır (Sandallıoğlu, 2014). Bu araştırma sonucunda organik gıdalara en çok organik mağazalarda karşılaştığı, en az internet ortamı ve fuarlarda karşılaştığı görülmektedir.

c) Organik ürün tüketicileri bir ürünün organik olduğunu belirleme özellikleri olarak lezzetinin, besleyici olmasının, ürün içeriğinin, kokusunun ve renginin çok etkili, bunun yanında sertifika, etiket, fiyat, ambalaj, marka ve görünüşün de etkili özellikler olduğu sonucuna varmıştır. Bu araştırma sonucunda organik gıdalara yönelik tutum ölçeğinin geneline ilişkin tüketicilerin gıda alışverişinde öncelikli olarak neye önem verdiklerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

d) En çok tüketilen organik ürünler yaş meyve ve sebze, süt ve süt ürünleri ve kuru meyve ve sebze olarak sıralanmaktadır. Organik ürün tüketen kişilerin organik ürünleri tercih etme nedenlerinin başında sağlıklı, besleyici, katkısız ve lezzetli olmaları geldiği sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırma sonucunda tüketicilerin en çok satın aldığı organik gıdanın organik yaş sebze-meyve olduğu, en az satın aldığı organik gıdanın organik kurutulmuş meyve ve sebzeler olduğu görülmektedir.

e) Organik ürünlerin satın alınma sıklıkları çoğunlukla haftada 2-3 kez ve haftada bir kez arasında değişmekte olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırmada sonucunda tüketicilerin organik gıdaları en az haftada 1'den fazla satın aldıkları, en fazla hafta 1 satın aldıkları görülmektedir.

f) Tüketicilerin organik ürünler konusundaki bilgi kaynaklarının başında TV programları, internet, doktor/uzman görüşleri ve gazetelerin geldiği sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırma sonucunda tüketiciler organik gıdalara hakkında bilgiyi en çok çevre duyuları üzerinden öğrendikleri görülmektedir. En az ise dergi/gazete gibi basılı kaynaklar üzerinden öğrenmektedir.

Oktay Gökhan ÖZER'in "Organik tarım ürünlerinin talep açısından irdelenmesi: Çanakkale örneği" (2008) konulu tez çalışmasındaki bulgular incelendiğinde;

g) Tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun organik ürün kavramını TV'den öğrendiği sonucuna ulaşmıştır.(Özer, 2008)

Bu araştırmada sonucunda "İnternet" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 73 (%21,60) tüketici, "Çevrem Duyuları" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 104 (%30,77) tüketici, "Televizyon" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 79 (%23,37) tüketici, "Dergi/Gazete" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 36 (%10,65) tüketici, "Çiftçi, Üretim, Köy, Kitaplar" üzerinden organik gıdalar hakkında bilgi öğrenen 46 (%13,61) tüketici bulunmaktadır.

h) Gelir düzeyi yüksek olan tüketici gruplarının, ekolojik yöntemlerle üretilen ve söz konusu özelliği sertifikalandırılan ürünleri satın aldıklarını ifade ettiklerini saptamıştır.

Bu araştırmada sonucunda tüketicilerin aylık gelirlerine göre organik gıdalara yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu anlamlı farklılık, "4501 ve Üstü" gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarının "1500 ve Altı" gelire sahip tüketicilerin organik gıdaların önemine ilişkin tutumlarından daha büyük olmasından kaynaklanmaktadır.

ı) "Organik ürün satın aldığını ifade eden tüketicilerin büyük çoğunluğu nadiren veya ayda bir kez organik ürün satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Tüketicilerin yalnızca %20,29'u haftada bir kere veya her gün satın aldıklarını ifade

etmişlerdir. Bu durum organik ürün satın alan deneklerin çoğunluğunun düzenli olarak organik ürün tüketmediklerini ortaya koymaktadır.” Sonuçlarına ulaşmıştır.

Bu Organik gıdaları bir araştırmada tüketicilerin organik gıdaları en az haftada 1’den fazla satın aldıkları, en fazla hafta 1 satın aldıkları görülmektedir.

i) “Tüketicilerin satın aldıkları ürün grupları içerisinde taze meyve ve sebze ilk sırayı alırken, bu grubu süt ve süt ürünleri izlemiştir. Tüketiciler en çok taze meyve ve sebze de kalıntı olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir” sonuçlarına ulaşmıştır.

Bu araştırma sonucunda tüketicilerin en çok satın aldığı organik gıdanın organik yaş sebze-meyve olduğu, en az satın aldığı organik gıdanın organik kurutulmuş meyve ve sebzeler olduğu görülmektedir.

j) Tüketicilerin, organik ürünlerin doğal koşullarda üretiliyor olmasının ve sağlıklı oluşunun tercih sebebi olduğu sonucuna varmıştır. Bu araştırma sonucunda tüketicilerin organik gıdalarda tercihlerini etkileyen asıl sebebin en çok gıda güvenliği olduğu ve en az ise bir sebep belirtmedikleri görülmektedir.

Sonuçları destekler nitelikteki görüşler incelendiğinde, aşağıda bahsi geçen çalışmalardaki görüşlerde çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir:

1. Pazarların oluşturulduğu ilk dönemlerde, Ekolojik tarım ürünleri açısından gelir seviyesi ve eğitim seviyesi daha yüksek olan tüketicilerin daha karlı olduğu saptanmıştır (Sarıkaya, 2007).
2. Tüketicilerin büyük bir kısmına göre organik tarım ürünleri satın alma güdeleri, tüketicilerin dolaylı şekilde faydalandıkları üretim aşamasına özel özelliklerden ziyade, tüketicilerin direk faydalandıkları ürüne özgü niteliklere ilişkindir (Gök, 2008).
3. Tüketici pazarı hizmetleri ve ürünleri ailesi ya da kendisi için satın alan bütün kişilerden ve kuruluşlardan oluşur. Ürünlere olan talepler ve istekler kurum ve kişilere göre değişiklik gösterir (Oluç, 1999: 6).
4. Son senelerdeki gıda tüketimleri, tüketicilerin tercihlerini çevreye duyarlı, daha yüksek kalitedeki ve daha sağlıklı ürünlerden yana koymalarına ve bunun yanında gıda güvenliğine yönelik artış gösteren ilgiye vurgu yapılmaktadır (Bernabeu, Brugarolas, Martinez ve Diaz 2008).
5. Organik ürün kullanmaya yönelen tüketicilerin tercih etme sebebi olarak o ürünlerin vitamin değerinin üst düzeyde olduğu gösterilebilir (Kırmacı, 2003).

6. “Hayvanlardan ve tarımdan verimlilik sağlanmak, daha çok ürün elde etmek için kullanılan tarımsal ilaçlar ile gübreler çevre ve insan sağlığını tehdit etmektedir. Özellikle dünyaya yeni gelen çocuklarda zekâ, fiziksel ve gelişimsel sağlık problemlerinin meydana gelmesinde önemli bir etken oluşturmaktadır” (Ak, 2002: 409).
7. Geleneksel yöntemler ile yapılan üretim sebebiyle kullanılan kimyasallar ve sentetik gübrelerin organik tarım üretimine engel olduğu belirtilmekte ve bu sebeple üretici ile tüketici arasında güvensiz bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Çünkü tüketicinin daha önce ilaçlarla ve kimyasallarla üretim yapılan sahadan elde edilen ürünlere de güven duymadığı ortaya konmuştur (Laughton, 1999).
8. Geçen süre zarfında ortaya çıkan konu, tüketicilerin şu anda sağlık ve çevre konuları ile daha çok ilgilenmeleridir. Yedikleri besin söz konusu olduğu müddetçe sağlık, beslenme ve güvenlik konularına artan bir dikkat göstermektedirler.

5.2 Öneriler

Ülke genelinde organik üretimin artırılmasına ve verimliliğine etki eden önemli hususlardan biri de organik tarım hakkında çiftçilerin bilgi ve bilinç seviyelerinin yetersiz kalmasıdır. Çiftçilerin bu hususta eğitilmesi organik tarımın hak ettiği değeri kazanmasında önemli katkılar doğuracaktır. Bu nedenle üreticilere yaygın eğitim verilebilecek bir yapının kurulması önemlidir.

Yapılan anketlerde de üzerinde bilhassa vurgu yapılan yetersiz pazarlama sorunu konusunda önlemler alınmalı, pazarlama araçları artırılmalı, organik gıdaların tüketiminin artırılması hususunda farklı metotlar geliştirilmelidir (Reklam faaliyetleri, bilinçlendirme faaliyetleri artırılmalıdır).

Özellikle organik ürünlerin ne denli güvenli olduğu hususu kamuoyuna anlatılmalıdır. Bu gıdaları üreten firmaların denetimi özenle yapılmalı ve bu hususta tüketicilerin güveni mümkün mertebe kalıcı hale getirilmelidir.

Alışveriş merkezleri gibi doğal alanları yok edip taş yığınlarının bulunduğu bölgelerde organik gıdalarının satışının yapılmasından ziyade; park, bahçe gibi yeşil alanların daha yoğun olduğu bölgelerde organik tarımın, yapısına da uygun olması

açısından, insanlara satışın ve tanıtımın daha çok buralarda yapılması daha makul karşılanacaktır.

Ülkede yetkili kurumların çalışmaları ön plana çıkarılmalıdır. Özellikle hükümetin çıkaracağı yönetmelikler ve yerel yönetimlere sağlayacağı destekler ile hem maliyetler en aza indirilebilir hem de tüketiciler bu ürünlere daha rahat erişebilme imkanına sahip olabilir.

Organik ürünlerin satış fiyatları ile geleneksel ürünlerin satış fiyatları arasındaki uçurumun yok edilmesi için organik ürün üreticilerine organik ürün fiyatları üzerine devlet katkısı mutlaka sağlanmalıdır.

Bu araştırmada - Ankara ili baz alınarak- tüketicilerin organik gıda tüketiminde hangi faktörleri gözönünde bulundurdıkları, önceliklerinin neler olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler özellikle organik gıda satışı yapanların, ürünlerini pazarlarken nelere dikkat etmeleri, hangi faktörleri gözünde bulundurmaları gerektiği konusunda yol gösterici niteliğindedir.

Yapılan çalışma ile sağlıklarını etkileyebilecek organik gıdaların neler olduğu noktasında bilinçlenmeleri için bir yol gösterici niteliğindedir. Organik gıdaların diğer gıda ürünlerine göre çok pahalı olması, organik pazarların az olmasından ve üretiminin maliyetli olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda organik gıda pazarların kurulması, devlet desteğinin daha çok verilmesi ve üretim maliyetlerinin düşürülmesi için bilinçli üretim seminerlerin verilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. İllerden organik gıda fuarları gerçekleştirilerek tüketici ile üreticiyi ortak bir paydada birleştirme noktasında bir yol gösterici niteliğindedir.

KAYNAKLAR

- Aertsens, J. (2011). Organic food as an emerging market: personal determinants of consumption, supply governance and retail strategies (pp. 1-219). Ghent University.
- Ak, İ. (2002). Ekolojik Tarım ve Hayvancılık. *Gıda ve Yem Bilimi-Teknolojisi*, Yıl, 1, 31-39.
- Akgün, T. (2011). Organik tarım. *Güney Ege Kalkınma Ajansı*, <http://geka.org.tr/yukleme/dosya/organiktarim.pdf> (10.06.2015).
- Aksoy, U. (2001). Ekolojik Tarım: Genel Bir Bakış. *Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu*, 14-16.
- Alroe, H. F., & Noe, E. (2005). What makes organic agriculture move: protest, meaning or market? A polyocular approach to the dynamics and governance of organic agriculture. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 7(1-2), 5-22.
- Altındışli, A., & Aksoy, U. (2010). Organik tarımın Dünya’da ve Türkiye’deki durumu. Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi (11–15 Ocak 2010) Bildiri Kitabı, Ankara.
- Ankara İl GTHM (2012). Ankara: T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Yayınları
- Anonim (2012). *Türkiye Organik Tarım Stratejik Planı (2012-2016)*. Ankara: T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Yayınları
- Anonim, (2012) *Organik Tarım Kanunu ve Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına*
- Anonim, (2013a). *Organik Tarım Ulusal Eylem Planı*, 36s. Ankara: T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Yayınları. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/04/20130408-5.htm> (01.05.2013)

- Ataseven, Y., & Güneş, E. (2008). Türkiye'de İşlenmiş Organik Tarım Ürünleri Üretimi ve Ticaretindeki Gelişmeler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2).
- Atabey, S. (2015) *Organik tarım ve eko-turizm uygulamalarına geçiş sürecinde çandır köyü örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Atlı, S.(2005) ”Orgüder ve Dünyada, AB Ülkelerinde Organik Ürün Pazarları ve İhracatındaki Gelişmeler”, *Gap IV. Tarım Kongresi*, Şanlıurfa.
- Aydın, B. (2012), Küreselleşme Sürecinde Tarımsal Yapıdaki Dönüşümler, Organik Tarım ve Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Babadoğan, G. ve Koç, D. (2005), *Organik Tarım Ürünleri Dış Pazar Araştırması*, Ankara: İGEME.
- Babaoğlu, M. (2006). *Dünya’da Organik Tarım Uygulamaları*. İstanbul: URAK
- Bayaner, A. & Süngü E. (2013). Organik Tarım. *Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Dergisi*, 14 (10).
- Bayram, B., Yolcu, H., & Aksakal, V. (2007). Türkiye’de organik tarım ve sorunları. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 38(2), 203-206.
- Bernabéu, R., Brugarolas, M., Martinez-Carrasco, L., & Diaz, M. (2008). Wine origin and organic elaboration, differentiating strategies in traditional producing countries. *British Food Journal*, 110(2), 174-188.
- Best, H. (2008). Organic agriculture and the conventionalization hypothesis: A case study from West Germany. *Agriculture and Human Values*, 25(1), 95-106.
- Bulduk, S. (2003). *Gıda ve personel hijyeni*. Detay Yayıncılık, Ankara, 52-76.
- Buttel, F. H., Gillespie, G. W., Janke, R., Caldwell, B., & Sarrantonio, M. (1986). Reduced-input agricultural systems: rationale and prospects. *American Journal of Alternative Agriculture*, 1(02), 58-64.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz Ş. & Demirel, F. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Pegem

- Çakmakçı, R.& Erdoğan, Ü. (2005). *Organik Tarım*. Atatürk Üniversitesi Ofset Tesisleri, Erzurum.
- Çavdar, Y. (2003). Organik Tarıma Genel Bir Bakış ve Organik Su Ürünleri Yetiştiriciliği. *Yunus Araştırma Bülteni*, 2003(2).
- Çelik, Y. ve Bilgiç, A. (2003), “Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarımın Mevcut Durumu ve Gelişimi”, *Türk-Koop Dergisi*. 25, 12-20.
- Çetin, E.N. (2005). Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarım Ürünleri Dış Ticareti ve Türkiye’nin AB’ye uyumu. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Çetiner, S. (2011). Organik tarım nedir? Ne değildir?. *Yemek ve Kültür*, 25, 110-115.
- Çetiner, S. (2011). Organik ürünler daha lezzetli, daha besleyici mi?. *Tarla Sera Dergisi*, 18-21.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Daitato, I. (1989). Organic Farm Makes a Comeback and Money Development Forum, Vol.17, No:5: 24.
- Deaton, B. J., & Hoehn, J. P. (2005). The social construction of production externalities in contemporary agriculture: Process versus product standards as the basis for defining “organic”. *Agriculture and Human Values*, 22(1), 31-38.
- Demir, A. & Gül, U. (2004) Organik Tarım. *Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 1-4.
- Demirbaş, N., & Atış, E. (2005). Türkiye Tarımında Gıda Güvencesi Sorununun Buğday Örneğinde İrdelenmesi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 42(1).
- Demiryürek, K. (2004). Dünya ve Türkiye’de organik tarım. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8(3/4), 63-71.
- Deniz, E. (2009). Organik tarım sektör raporu. Avrupa İşletmeler Ağı-Karadeniz, 2-23.

Eisenbach, J. (2002). Distribution channels for Greek organic food in the domestic and international market. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 214-219.

Er, C. & Başalma, D. (2013). *Organik Tarımdaki Gelişmeler*, İstanbul: Nobel

Er, C. (2002), “ Organik Tarım Bir Lüks Müdür?”, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı *Türk Tarım Dergisi*, (145), 1-55.

Er, C. (2009). *Organik Tarım Bakımından Türkiye'nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği*. İTO Yayınları, Yayın, (2009-3).

Er, C., & Başalma, D. (2008). *Organik tarımdaki gelişmeler*. Nobel Yayın Dağıtım, (1354).

Eraslan, İ. H., & Şelli, F. (2006). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü, Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar. *Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği, İstanbul*.

Ersun, N., & Arslan, K. (2011). *Türkiye’de Organik Tarım ve İyi Tarım Uygulamaları Üretim ve Pazarlama Esasları*. İTO Yayınları. Yayın, (2010-101).

FAO (2003); Organic Agriculture and FAO-Nadia Scialabba

Gök, S. A. (2008), AB Uzmanlık Ödevi, Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı.

Gök, S.A. (2008) Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi. AB Uzmanlık Tezi, Ankara.

Gökçe, O. (2001), Ekolojik Tarımın Ekonomik Analizi. Türkiye 1. Ekolojik Tarım Sempozyumu, İzmir: Tıbyan.

Gökçe, O. ve Bektaş, Z. K. (2007). *Ege Bölgesi Organik Tarım Çalışmaları*. İstanbul: URAK.

Gürler, A. Z., Erdal, G., & Erdal, H. (2006). The effects of agricultural development on ecosystem and the sustainability of development. *Journal of Agronomy*, 5(2), 293-298.

Güzel, T. (2001). *Dünyada Ve Türkiye’de Ekolojik Tarım Ürünleri Üretimi Ve İhracatı Geliştirme Olanakları*. İTO Yayını, İstanbul.

Hamzaoui Essoussi, L., & Zahaf, M. (2008). Decision making process of community organic food consumers: an exploratory study. *Journal of Consumer Marketing*, 25(2), 95-104.

Hansen, L., Noe, E., & Højring, K. (2006). Nature and nature values in organic agriculture. An analysis of contested concepts and values among different actors in organic farming. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 147-168.

Hatunoğlu Durmaz, D., (2010). Türkiye Ve Dünya'da Organik Tarımın Ekonomik Boyutu: Organik Tarımın Adana İli Ekonomisindeki Yeri (Doctoral dissertation, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Heckman, J. (2005). A history of organic farming: Transitions from Sir Albert Howard's War in the Soil to USDA National Organic Program. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 21(03), 143-150.

Heissenhuber, A. & Ring, H. (1992) Economical Aspects of Organic Farming. Prospettive e Proposte Mediterranee Rivista di Economia, Agricoltura e Ambiente Amo 3, Giugno, Bologno, Medit No.2/92:25-33.

http://ec.europa.eu/agriculture/organic/home_en (01.05.2013)

<http://organik.tarim.gov.tr/sayfam.asp?sayfa=ksk&sid=0&pid=0&ld=Kurulu%FEIar> (01.03.2013).

<http://www.bugday.org/article.php?ID=738>

<http://www.ankaratarim.gov.tr> (Erişim Tarihi: 15 Ekim 2011)

<http://www.bmelv.de/SharedDocs/Standardartikel/EN/Agriculture/OrganicFarming/OrganicFarmingInGermany.html> (01.03.2013)

<http://www.edirnetarim.gov.tr> (Erişim Tarihi: 14 Nisan 2012)

http://www.ifoam.org/sites/default/files/news/files/ifoam_directory_2013_small_0.pdf

<http://www.ito.org.tr/itoyayin/0019845.pdf> (09.12.2009).

<http://www.izmirtarim.gov.tr> (Erişim Tarihi: 15 Ekim 2011)

http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-gida-ve-tarim-orgutu_fao_.t_r_mfa
(12.05.2013)

İlbaş, A. İ. (2009). Organik tarım: ilkeler ve ulusal mevzuat. Eflatun Yayınevi.

İlter, E., & Altındışli, A. (1996). Ekolojik tarım ve ilkeleri. Ekolojik Tarım, 1-6.

Ingram, M. (2007). Biology and beyond: the science of “Back to nature” farming in the United States. *Annals of the Association of American Geographers*, 97(2), 298-312.

İpek, S. & Çil, G. Y. (2010), Uluslararası ticari boyutuyla organik tarım ve devlet destekleri, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1)

İTO (2009). *Organik Tarım Bakımından Türkiye'nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği*. İstanbul: İTO.

Kacur, L. L. (2009). Erciyes Üniversitesi İibf Akademik ve İdari Personeli İle İibf İşletme Gündüz Ve İkinciöğretim Öğrencilerinin Organik Ürünleri Algılamaları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (33), 249-277.

Kan, A. (2009). Ölçme sonuçları üzerinde istatistiksel işlemler. *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*, 397-456.

Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel

Karataş, K. (2007). Erzurum İli'nde Organik Tarım Yapan Ve Yapmayan Tarım İşletmelerinin Ab Tarım Sektörüne Uyum Sürecinde Ekonomik Analizi. Doktora Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Keskin, U. (2007). Dünyada ve Türkiye'de organik pamuk tarımı ve ekonomisi.

Kırımhan, S. (2005). *Organik tarım sistemleri ve çevre*. Turhan Kitabevi.

Kırmacı, M. V. (2003). Dış Ticarete Organik Tarımın Stratejik Yerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi.

Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., & Çokluk-Bökeoğlu, Ö. (2007). *Sosyal bilimler için istatistik*. Pegem A Yayıncılık.

- Köse, B. & Odabaşı, F. (2005) Bağcılıkta Organik Tarım. *OMÜ Ziraat Fakültesi dergisi*, 20 (3): 96-104.
- Kurt, Z. (2006). Organik tarım ürünleri pazarlaması ve uygulamalar (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Lampkin, N. & Padel, S. (1994). Organic Farming: Sustainable Agriculture in Practice, The Economics of Organic Farming (An International Perspective). Department of Agriculture Sciences, University of Wales, United Kingdom: 468.
- Lampkin, N., Foster, C., & Padel, S. (1999). The policy and regulatory environment for organic farming in Europe: Country Reports.
- Laughton, R., (1999). Farmers' Markets in the United Kingdom: A Significant Outlet for producers in a Time of Change. MSc Thesis, Wye College, University of London.
- Lee, H., & Fowler, S. (2002). A critique of methodologies for the comparison of organic and conventional farming systems. In Proceedings of the UK Organic Research 2002 Conference (pp. 281-284). Organic Centre Wales, Institute of Rural Studies, University of Wales Aberystwyth.
- Mander, Ü., Mikk, M., & Külvik, M. (1999). Ecological and low intensity agriculture as contributors to landscape and biological diversity. *Landscape and Urban Planning*, 46(1), 169-177.
- Marangoz, M. (2005). Organik Tarım Ürünleri Pazarının Gelişme Potansiyeli ve Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması. *GAP Girişimci Destekleme Merkez, Nurol Matbaacılık*, Ankara.
- Marangoz, M. (2008), *Organik Ürünlerin Pazarlanması*, Bursa: Ekin.
- Oluç, M., (1999)..Satın Alıcıların Davranışlarının Dinamikleri. *Pazarlama Dünyası*, Yıl, 5 Sayı: 27 Mayıs – Haziran
- Orgüder (2004), Organik Tarım, <http://www.orguder.org.tr/organiktarim.php> (17.07.2009).
- Özer, O.G.(2008). Organik tarım ürünlerinin talep açısından irdelenmesi: Çanakkale örneği. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale

- Özkan, B. Özçatalbaş, O. Yılmaz, S. Yılmaz, İ. & Akpınar, G., (2000). Antalya İli Kent Merkezinde Tüketicilerin Organik Tarım Ürünleri İle İlgili Duyarlılıklarının Belirlenmesi. Türkiye IV. Tarım Ekonomisi Kongresi, Tekirdağ.
- Parrott, N., & Marsden, T. (2002). *The real green revolution*. London: Greenpeace Environmental Trust, 11-16.
- Pezikoğlu, F. (2004). Organik (Ekolojik, Biyolojik) Tarımda Arz. Talep ve Pazarlama, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova.
- Rehber, E. (1991). Alternatif Tarım Üzerine Bir Tartışma. *UÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8, 153-160.
- Rehber, E. (2011). *Organik tarım ekonomisi*. Ekin.
- Rende, S. (2012). Organik Tarımın Türkiye Turizm Ekonomisinde Olası Payı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sağlık, F. C. (2010). AB Ortak Tarım Politikası ve Türkiye'ye Etkileri (Tarım müzakereleri analizi). Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, Ankara.
- Sandallıoğlu, A.(2014). Adana ilinde organik tarım ürünleri tüketimi ve tüketici eğilimleri. Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi, Adana
- Sarıkaya, N., (2007) "Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması". *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (14) 2007/2
- Sayın, C. (2002) Avrupa Birliği'nde Organik Tarıma Yönelik Politikalar. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 15(2)
- Sayın, C. (2002). *Dünya, AB ve Türkiye'de organik tarıma yönelik gelişmeler ve izlenen politikalar*. İzmir Ticaret Borsası Yayınları.
- Schwarz, G., Nieberg, H., & Sanders, J. (2010). Organic farming support payments in the EU.
- Şentürk, U.(2007). Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikaları ve Türkiye. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Avrupa Birliği İlişkileri, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Sligh, M. & Cierpka, T., (2007) *The Organic Values* pp.30-73

Sürmeli, A. (2003). *Organik Tarım Gelişimi ve İlkeleri*. Kırsal Kalkınma Programı Eğitim Dizisi, Dev-Maden Sen Yayınları, (1).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2005), *Organik Tarım Kanunu ve Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik*, Ankara, s.3.

Taşbaşı, H., Zeytin, B., Aksoy, E., & Konuşkan, H. M. (2003). *Organik tarımın genel ilkeleri*. TC Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Ankara.

Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS Veri Analizi*. (4. Baskı) Ankara: Nobel.

Türkeş, Ç. (2008). Yeşil pazarlama: Türkiye’de organik gıda ürünlerinin kullanımını arttırmaya yönelik stratejiler. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Torun, E. (2011). Organik Tarımda Çiftçilerin Bilgi Kaynakları (Kocaeli İli Kartepe İlçesi Örneği). *Kahramanmaraş Sutcu Imam University Journal Of Natural Sciences*, 14(4), 53-62.

Türk, R. (2006). Organik Tarımda Hasat, Depolama, Ambalajlama ve Taşıma. Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları, 395-403.

Türkeş, M. (2014). İklim Değişikliğinin Tarımsal Gıda Güvenliğine Etkileri.

Türköz, T. U. (2002). Ekolojik Tarım Ürünleri Pazarlaması. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.

Usal, G. (2006), Toros Dağ Köylerinde Organik Tarım Yoluyla Üretici Gelirlerini Arttırma Olanakları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Ustaahmetoğlu, E., & Toklu, İ. T. (2015). Organik Gıda Satın Alma Niyetinde Tutum, Sağlık Bilinci ve Gıda Güvenliğinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.

Uzun, F. (2006). Organik Tarım Üretim ve İhracatı (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Wier, M., & Calverley, C. (2002). Market potential for organic foods in Europe. *British Food Journal*, 104(1), 45-62.

Willer, H., Kilcher, L., (2011). *The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends*. IFOAM, Bonn. 292p.

Willer, H., Lernoud, J. & Schaack, D., (2013). The European Market for Organic Food 2011. *Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)*, Switzerland and Agricultural Information Company (AMI), Germany.

William L. F. (2001). Future shock: forecasting a grim fate for the Earth. *Trends in Ecology & Evolution*, 16(10), 531-533.

www.codexalimentarius.net (20.08.2012).

www.ifoam.org/growingorganic/.../masanobu_fukuoka.php

Yanmaz, R., & Beşirli, G. (2009). Türkiye’de Organik Tarım Araştırmaları.

Yavuzer, G. Tahir P. & Ümit Y. (2006), “*Genel Olarak Organik Tarım ve Yöntemi*”, İstanbul: URAK

Yıldız, D. (2009), AB-Türkiye Tarım Politikalarının Uyumlaştırılması ve Organik Tarım, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yürüdü, E., Kara, H. & Aribaş, K. (2010) Türkiye'nin Organik (Ekolojik) Tarım Coğrafyası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(32).

Yussefi, M., & Willer, H. (2007). Organic farming worldwide 2007: overview & main statistics. *The World of Organic Agriculture-Statistics and Emerging Trends 2007*, 9-16.

EKLER

1. Ek-A: Tüketicilerin Organik Gidalara Yönelik.....	114
---	------------



Ek-1: Tüketicilerin Organik Gıdalara Yönelik

TUTUMLARI: ANKARA İLİNDE BİR UYGULAMA

Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında yürütmekte olan yüksek lisans tez çalışması için hazırlanmış bu anket formunu ve ölçekleri cevaplamayı kabul ederek yapılan araştırmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

- 1- Cinsiyetiniz : Kadın Erkek
- 2- Yaşınız : 21- 25 26-30 31- 35 36- 40
 41-45 46 ve üzeri
- 3- Mesleğiniz : Kamu Kurumu Özel Sektör Serbest Meslek
 İşsiz
- 4- Aylık Toplam Geliriniz: 1500 TL ve altı 1501-2500 TL 2501-3500 TL 3501-4500 TL 4501 ve Üstü
- 5- Eğitim Durumunuz: İlköğretim Lise Önlisans-Lisans Yüksek lisans ve Doktora
- 6- Gıda alışverişinde öncelikli olarak sizin için önemli olan nedir? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)
 - a) Fiyatı
 - b) Çeşitliliği
 - c) Kalitesi
 - d) Hepsi
- 7- Organik gıda tüketme durumu?
 - a) Tüketmiyorum
 - b) Tüketiyorum

8- Organik gıdalar hakkında bilgiyi öncelikli olarak öğrendiğiniz kaynak neresidir?

(Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- İnternet
- Çevre duyumları
- Televizyon
- Dergi/gazete
- Çiftçi, Üretim, Köy, Kitaplar

9- Organik gıdalar hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip misiniz?

- Evet
- Hayır

10- Organik gıdalarda tercihinizi etkileyen asıl sebep nedir? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- Kalitesi
- Gıda güvenliği
- Tadı ve lezzeti
- Gıda maddesi içeriği
- Besin değeri
- Doğal yaşama katkısı
- Fiyatı
- Sebebi Yok

11- Organik gıdalarla en sık nerede karşılaşırsınız? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- Hipermarketler
- İnternet ortamı
- Süpermarketler
- Fuarlar
- Organik mağazalar
- Köyler-Halk pazarları

12- Aşağıdaki gıda ürünlerinden hangisini satın alırsınız? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- Organik yaş sebze-meyve
- Organik tahıl ve baklagiller
- Organik kurutulmuş meyve ve sebzeler
- Organik içecekler (çay, süt, meyve suyu vb.)
- Organik kuruyemişler ve baharatlar
- Organik salçalar ve zeytinyağları
- Hiçbiri

13- Organik gıdaları ne sıklıkla satın alırsınız?

- Birkaç ayda bir Haftada 1
 Ayda 1 Haftada 1'den fazla
 Ayda 2-3 Satın almıyorum.

14- Eğer organik gıda tüketiyorsanız daha çok hangi çeşit ürünleri tercih edersiniz?

(Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- a) Süt ürünleri
b) Et ürünleri
c) Tahıl ürünleri
d) Sebze ve meyve ürünleri
e) Hiçbiri
f) Hepsi

15- Sizce hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- a) Bebekler
b) Çocuklar
c) Gençler
d) Yaşlılar
e) Herkes

16- Organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- a) Organik gıda logosu olmalı
b) Kesinlikle ambalaj içinde olmalı
c) Diğer ürünlerden ayrı standartlarda satılmalı
d) Fikrim yok

17- Organik besinleri, organik olmayan besinlere tercih ederken göz önünde bulundurduğunuz en önemli özellik nedir? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- Dış görünüş
 Besin değeri
 Tat
 Hijyen
 Sağlık riski
 Ürünün nasıl üretildiği konusunda bilgi

18- Tahmini olarak ne zamandan beri organik gıda ürünlerini satın almaktasınız?

- a) 5 yıldan fazla
- b) 3-5 yıl arası
- c) 1-3 yıl arası
- d) 1 yıl ve altı

19- Sizi göre organik gıdaların fiyatları yüksek ise nedeni nedir? (Lütfen bir yanıt işaretleyiniz.)

- a) Üretim miktarlarının az olması
- b) Üretimlerinin maliyetli ve zor olması
- c) Pazarın geniş olmaması

20- Araştırmaya katılan tüketicilerin organik ürünlere ilişkin tutumları ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir maddede size en yakın olan derecelendirmeyi kutucuğun içine (X) işareti koyarak belirtiniz.

Tablo A.1: Öneme ve güvene yönelik tutum ölçeği.

Öneme Yönelik Tutum	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1. Organik besinler pahalı da olsa tüketilmelidir.					
2. Çocuklar mutlaka organik besin tüketmelidir.					
3. Organik besinler pahalı da olsa herkes tarafından tüketilmelidir.					
4. Organik gıdalar daha sağlıklıdır.					
5. Organik gıdalar yüksek kaliteye sahiptir.					
6. Gıdalardaki yapay katkı maddeleri ve koruyucu miktarı hakkında çok endişeliyim.					
7. Organik olan gıda ürünleri organik olmayan gıdalara göre daha güvenilirlerdir.					
8. Organik tarım, güvenli gıda ürünleri sağlar.					
9. Organik besinler konusunda tanıtım yetersizdir.					
10. Organik gıdaların zararlı etkisi yoktur.					
Güvene Yönelik Tutum	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
11. Organik tarım konusunda tüketiciler bilinçlidir.					
12. Organik gıdaların gerçekten doğal oldukları etiket bilgilerinden anlaşılır.					
13. Alınan besinlerin gerçekten doğal oldukları markalarından anlaşılır.					
14. Organik olduğu belirtilen her besine güvenilmez.					
15. Alınan besinlerin gerçekten doğal oldukları satıldıkları yerden anlaşılır.					
16. Yeni bir gıda ürünü denediğimde, içindekiler listesini kontrol etmem.					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Zekeriya GÜL
Uyruğu : T.C
Doğum Yeri ve Tarihi : K. Maraş / 1989
Medeni Hali : Bekar
Adres : Gazi Mah. Bolat Sok. 6/5 Yenimahalle / ANKARA
E-Posta Adresi : Zekigull@hotmail.com
İletişim (Telefon) : 0 543 536 92 46

EĞİTİM

Lise : Anadolu Fen Lisesi:
Lisans : Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi: İktisat
Yüksek Lisans : THK Üniversitesi, İşletme

MESLEKİ DENEYİM

2008-2009 : Nevzat Torna Atölyesi Satış ve Muhasebe Kahramanmaraş
2010-2010 : Kayhan Muhasebe Ön Muhabese Ankara
2011-2013 : Eko Gübre (Maram-Tarım) Pazarlama
2014-2015 : Nevzat Torna Atölyesi -İşletmeci -Kahramanmaraş
2015-201... : T.C. Cumhurbaşkanlığı – Büro Görevlisi – Uzman

YABANCI DİL

İngilizce