



Tüketicilerin organik ürünleri tüketim alışkanlıkları ve satın almayı etkileyen unsurlar: Kahramanmaraş ili örneği

Consumers' behavior and factors affecting purchasing organic products: The case of Kahramanmaraş province

Uğur KEKEÇ¹, Arzu SEÇER²

Çukurova Üniversitesi, Yumurtalık Meslek Yüksekokulu, Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü, Organik Tarım Programı, Yumurtalık, Adana
Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Sarıçam, Adana

Sorumlu yazar (*Corresponding author*): U. Kekeç, e-posta (*e-mail*): ukekec@cu.edu.tr
Yazar(lar) e-posta (*Author e-mail*): asecer@cu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

Alınış tarihi 13 Ağustos 2020
Düzeltilme tarihi 29 Eylül 2020
Kabul tarihi 09 Ekim 2020

Anahtar Kelimeler:

Organik tarım
Tüketici alışkanlıkları
Kahramanmaraş
Anket

ÖZ

Tarımın çevre üzerine yapmış olduğu olumsuz etkiler nedeniyle organik tarım büyük önem kazanmış, organik ürünlerin üretiminin ve tüketimin artırılmasına yönelik faaliyetler artmıştır. Yapılan bu çalışmanın amacı Kahramanmaraş İlinde tüketicilerin organik ürün tüketim alışkanlıklarını ve satın almayı etkileyen unsurları ortaya koymaktır. Çalışmanın ana materyalini tüketicilerle yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Çalışmada 101 kişi ile görüşme yapılmış ve veriler frekans, ortalama ve oranlar hesaplanarak sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre; tüketicilerin yaklaşık yarısı (% 48.5) organik ürünleri “kimyasal içermeyen ürün” olarak tanımlamış ve bu ürünleri tüketmeyi tercih etmelerinin en önemli sebebinin sağlık problemleri olarak belirtmişlerdir. Tüketicilerin organik ürün tüketmelerinin sebepleri, bu ürünlerin üretiminde daha az kimyasal girdi ve hormon kullanılması ile insan sağlığı açısından GDO’lu tohumlar içermemesidir. Tüketicilere göre organik ürünlerin tüketimini engelleyen en önemli unsurlar ise gelir düzeyindeki yetersizlikler ve yeterli bilgiye sahip olunmamasıdır.

ARTICLE INFO

Received 13 August 2020
Received in revised form 29 September 2020
Accepted 09 October 2020

Keywords:

Organic agriculture
Consumer behavior
Kahramanmaraş province
Survey

ABSTRACT

Organic agriculture has gained great importance due to the negative effects of agriculture on the environment and activities aimed at increasing the production and consumption of organic products have increased. The aim of this study is to reveal the consumers' organic product consumption habits and the factors affecting the buying in Kahramanmaraş province. The main material of the study is the primary data obtained from face to face interviews with consumers. In this research, 101 individuals were interviewed and the data were presented by calculating frequency, average and proportions. According to the findings, approximately half of the consumers (48.5%) defined organic products as “chemical-free products and stated that the most important reason for preferring to consume these products was health problems. The reason why consumers consume organic products is that they do not contain genetically modified organisms (GMO) seeds for human health by using less chemical inputs and hormones in the production of these products. According to consumers, the most important factors preventing the consumption of organic products are insufficiencies in income level and not having sufficient information.

1. Giriş

Tarımın çevre üzerindeki olumsuz ve aşırı baskısı, özellikle gelişmiş ülkelerde doğal kaynakların korunması, insan, hayvan ve çevre sağlığı konularının gündeme gelmesine ve toplum bilincinin gelişmesine neden olmuştur. Tarımın ekonomik ve ekolojik olarak kendisinden beklenen faydayı sağlayabilmesi için sürdürülebilir tarımsal uygulamaların ön plana çıkması ile

birlikte organik tarıma giderek daha çok önem verilmiştir (TOB 2013).

Avrupa’da 1900’lerin başlarında başlayan organik tarım faaliyetleri 1970’li yıllardan sonra devlet yardımlarıyla desteklenerek yaygınlaşmaya başlamıştır. Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya’da yaşanan gelişmeler, Türkiye’yi de

olumlu yönde etkilemiştir (Aksoy 1999). Avrupa Birliği üyesi ülkeler; organik tarım ürünleri üretimi ve ticaretinde en geniş ekiliş alanına, en yüksek iç tüketim değeri ve dış ticaret hacmine sahip ülkeler arasındadır. Türkiye’de ise organik tarım dış talebe bağlı olarak gelişmekte ve asıl gelişmenin iç piyasada tüketimin artmasına paralel olarak ortaya çıkması beklenmektedir (TOB 2013).

Dünyada 2014 yılında 172 ülkede yaklaşık 43.7 milyon hektar alanda 2.3 milyon organik üretici tarafından organik ürün üretimi gerçekleştirilmiştir. Bu alan, dünyadaki tarım alanlarının %1’ine denk gelmektedir. Türkiye’de ise 2014 yılında 491.477 hektar alanda 71.472 üretici tarafından organik ürün üretimi yapılmıştır. Bu alan, Türkiye’deki tarım alanlarının %2.0’ını kapsamaktadır (IFOAM 2015).

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından 18.08.2010 tarihli Resmi Gazetede çıkarılan “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik”e göre organik tarım “Toprak, su, bitki, hayvan ve doğal kaynaklar kullanılarak organik ürün veya girdi üretilmesi ya da yetiştirilmesi, doğal alan ve kaynaklardan ürün toplanması, hasat, kesim, işleme, tasnif, ambalajlama, etiketleme, muhafaza, depolama, taşıma, pazarlama, ithalat, ihracat ile ürün veya girdinin tüketiciye ulaşıncaya kadar olan diğer işlemleri” ifade etmektedir. Organik ürünler ise; yetiştirilmesinde ve işlenmesinde, genetik mühendisliğin, yapay ve benzeri gübrelerin, böcek ilaçlarının, yabani ot ve mantar öldürücü ilaçların, büyüme düzenleyici kimyasalların, hormonların vs kullanılmadığı ürünler olarak değerlendirilmektedir (REGA 2010).

Türkiye’de tüketicilerin organik ürün tüketim alışkanlıkları, algıları ve eğilimleri ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Argan 2008; Ulubaşoğlu ve Uray 2008; Dağıstan ve ark. 2010; Gürses 2014; Varoğlu ve Turhan 2016; Doğan 2017; Eti 2017; Fidan 2017; İnce ve ark. 2017; Çam ve Karakaya 2018; Merdan 2018). Ancak literatürde Kahramanmaraş ilinde tüketicilerin organik ürün tüketim alışkanlıklarını ve eğilimlerini ortaya koymaya yönelik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada, Kahramanmaraş ili merkezinde tüketicilerin organik ürün tüketim alışkanlıklarını ve satın almayı etkileyen unsurları ortaya koymak amaçlanmaktadır.

2. Materyal Ve Yöntem

2.1. Materyal

Çalışmanın ana materyalini Kahramanmaraş ili kentsel alanda yaşayan organik ürün tüketicileri ile 2014 yılında yüz yüze yapılan anket çalışması sonucu elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada konuyla ilgili ikincil verilerden de yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu literatür araştırması sırasında elde edilen bilgiler ışığında ve daha önce bu konuda yapılmış çalışmalardan (Argan 2008; Kacur 2009; Barrena ve Sanchez 2010; Lyons 2010) yararlanılarak hazırlanmıştır. Pilot anket uygulamasından sonra anketlere son hali verilmiştir. Araştırmanın anket formu 3 ayrı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tüketicilerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durum, meslek, doğum yeri), ikinci bölümde tüketicilerin organik ürünlerle ilgili bilgi düzeyi ve eğilimleri, üçüncü bölümde ise satın almayı etkileyecek faktörleri öğrenmeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

2.2. Yöntem

2.2.1. Örneklem Yöntemi

Araştırmanın örnek hacmi, “Anakitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örneklemesi” yöntemiyle belirlenmiştir. Buna göre araştırmada kullanılan örneklem yöntemi aşağıdaki eşitlikte verilmektedir (Malhotra 2004).

$$n = z^2 \cdot x(p \cdot q) / d^2 \quad (1)$$

n: Örnek hacmi

z: 1.64 (%90 güven düzeyine karşılık gelen standart z değeri)

p: incelenen konuyla ilgili ön bilgi ya da tahmine dayalı olarak belirli bir özelliğe sahip anakitle oranı. (Litaratür çalışması ve yapılan test anketi sonucunda 0.3 olarak belirlenmiştir).

q: (1-p) İlgili özelliğe sahip olmayan ana kitle oranı

d: Kabul edilen hata tolerans düzeyi $\pm\%5$ olarak kabul edilmiştir.

Bu çalışmada %90 güven aralığı ve %5 hata payıyla örnek hacmi 101 olarak hesaplanmıştır. Araştırma alanında organik ürün tüketiminin yaygın olmadığı bilinmektedir. Bu nedenle anket uygulanacak kişiler kartopu örneklem yöntemi ile seçilmiş, elde edilen veriler frekans, ortalama ve oranlar hesaplanarak sunulmuştur.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik profilleri

Araştırmaya katılan tüketicilerin %50.5’i erkek, %49.5’i ise kadındır. Katılımcıların %41.6’sı 30 yaşın altında olup ortalama yaş 33.8 yıldır. Tüketicilerin %52.5’i lise mezunu, %31.7’si üniversite mezunu, %7.9’u lisansüstü mezunu ve %7.9’u ilköğretim düzeyinde eğitime sahiptir. Görüşülen kişilerin %39.1’i kamu personeli, %27.5’i serbest meslek sahibi, %23.2’i işçi olarak çalışmaktadır (Çizelge 1).

3.2. Tüketicilerin organik ürünlerle ilgili bilgi düzeyleri ve eğilimleri

Çalışmada öncelikle tüketicilerden organik ürünleri tanımlamaları istenmiştir. Buna göre, tüketicilerin yarıya yakını (%48.5) organik ürünleri “kimyasal içermeyen ürün” olarak nitelendirmiştir. Tüketicilerin organik ürünleri tanımlarken kullandıkları diğer ifadeler ise; doğal ürünler (%24.8), sağlık açısından zarar vermeyen ürün (%11.9), GDO’lu materyal kullanılmadan üretilen ürün (%10.9) ve çevreye zarar vermeden üretilen üründür (%4.0) (Çizelge 2).

Katılımcıların organik ürün tüketme süresi 18.2 ay olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin organik ürün tüketmeyi tercih etmelerinin en önemli sebebi sağlık problemlerinin olmasıdır (%50.1). Tüketicilerin organik ürün tüketmelerinin diğer nedenleri ise; medyada GDO’lu ürünlerle ilgili çıkan haberlerden olumsuz olarak etkilenmeleri (%18.8), merak etmeleri (%15.8) ve çevreye zarar verilmeden üretilmesidir (%5.9) (Çizelge 3).

Çizelge 1. Tüketicilerin sosyo-ekonomik özellikleri.**Table 1.** Socio-economic characteristics of consumers.

| Özellikler | Frekans | Oran % | Özellikler | Frekans | Oran% |
|----------------------|---------|--------|-------------------------------------|---------|-------|
| Cinsiyet | | | Medeni Durum | | |
| Kadın | 50 | 49.5 | Evli | 73 | 72.3 |
| Erkek | 51 | 50.5 | Bekâr | 28 | 27.7 |
| Toplam | 101 | 100.0 | Toplam | 101 | 100.0 |
| Yaş Grupları | | | Doğum Yeri | | |
| <30 | 42 | 41.6 | Köy | 6 | 6.0 |
| 31-40 | 41 | 40.6 | İlçe | 27 | 26.7 |
| >41 | 18 | 17.8 | İl | 66 | 65.3 |
| Toplam | 101 | 100.0 | Yurtdışı | 2 | 2.0 |
| | | | Toplam | 101 | 100.0 |
| Eğitim Düzeyi | | | Meslek Grupları | | |
| İlköğretim | 8 | 7.9 | Mühendis/Tekniker/Teknisyen | 7 | 10.2 |
| Lise | 53 | 52.5 | Kamu Personeli | 27 | 39.1 |
| Üniversite | 32 | 31.7 | Serbest meslek | 19 | 27.5 |
| Lisansüstü | 8 | 7.9 | İşçi | 16 | 23.2 |
| Toplam | 101 | 100.0 | Toplam (Öğrenci ve ev hanımı hariç) | 69 | 100.0 |

Çizelge 2. Organik ürün tanımları.**Table 2.** Organic product definitions.

| Tanımlar | Frekans | Oran % |
|---|---------|--------|
| Kimyasal içermeyen ürün | 49 | 48.5 |
| Doğal ürünler | 25 | 24.8 |
| Sağlık açısından zarar vermeyen ürün | 12 | 11.9 |
| GDO'lu materyal kullanılmadan üretilen ürün | 11 | 10.9 |
| Çevreye zarar vermeden üretilen ürün | 4 | 4.0 |
| Toplam | 101 | 100.0 |

Çizelge 3. Tüketicilerin organik ürünleri tüketme sebepleri.**Table 3.** Reasons of consumers to consume organic products.

| Tüketicilerin Organik Ürünleri Tüketme Sebepleri | Frekans | Oran % |
|---|---------|--------|
| Sağlık problemleri | 51 | 50.5 |
| Medyada GDO'lu ürünlerle ilgili çıkan haberlerden olumsuz olarak etkilenmeleri | 19 | 18.8 |
| Merak etmeleri | 16 | 15.8 |
| Çevreye zarar vermeden üretilmesi | 6 | 5.9 |
| Arkadaşlarının/çevremin tavsiyesi ile | 5 | 5.0 |
| Medyada geleneksel yöntemlerle üretilen ürünler hakkında çıkan haberlerden etkilendim | 3 | 3.0 |
| Piyasada yeni bir eğilim olması | 1 | 1.0 |
| Toplam | 101 | 100.0 |

Tüketicilere, piyasada organik ürünlerin tüketiminin artışı olumsuz etkileyen unsurlar sorulmuştur. Tüketicilere göre organik ürünlerin tüketimini engelleyen en önemli unsurlar; gelir düzeyindeki yetersizlikler (%26.7), yeterli bilgiye sahip olunmaması (23.8), organik ürünlerin belirli satış birimlerinde bulunması (%11.9) ve piyasada organik ürünlerle ilgili bilgi kirliliği olmasıdır (%11.9) (Çizelge 4). Görüldüğü üzere insanların organik ürün tüketimini arttırma eğilimini etkileyen en önemli faktör gelir düzeyi olmuştur. Nitekim Çelik (2013) organik ürün tüketimini konu alan çalışmasında gelir düzeyinin

organik ürün tüketim düzeyi ile doğrudan ilişkili olduğunu belirtmiştir.

3.3. Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen unsurlar ve satın alma isteklilikleri

Araştırma alanında tüketicilerin organik ürün tüketmelerinin en önemli sebepleri bu ürünlerin üretiminde daha az kimyasal girdi kullanılması (ortalama: 4.9), daha az hormon içermesi (ortalama: 4.8), GDO'lu tohumlar kullanılmaması ve doğal kaynakların korunması açısından önemli olmasıdır. Mevcut

çalışmamızla paralel olarak Güney ve Giraldo, (2019)'da Türkiye'de yaptıkları bir çalışmada organik ürünlerin daha sağlıklı, besleyici ve lezzetli olarak görülmesinden dolayı tüketildiğini belirtmişlerdir. Tüketimi en az etkileyen faktörler ise renk maddesi ve tatlandırıcı kullanılmaması (ortalama: 4.4), bitki ve hayvan çeşitliliğinin korunması açısından faydalı olması (ortalama:4.4) ve daha uzun süre taze kalabiliyor (raf ömrü daha uzun) olmasıdır (ortalama: 4.4) (Çizelge 5).

Araştırmaya katılan tüketicilere, gelirlerinin artması durumunda organik ürün tüketimindeki miktarın değişimi ne olur sorusu sorulmuş ve tüketicilerin %88.1'i tüketimlerinin artabileceğini ifade etmiştir (Çizelge 6). Durmaz (2010), tüketicilerin organik ürünlere genel eğilimini araştırdığı makalesinde gelir düzeyi ile organik ürün tüketme eğiliminin doğrusal bir ilişki içinde olduğunu, dolayısıyla tüketicilerin gelirlerinin arttıkça organik ürün tüketme oranının da artacağını belirtmiştir.

Araştırmaya katılan tüketicilere, konvansiyonel ürün yerine organik ürün tercih edecek olsanız "organik ürünlere ne kadar fazla ücret ödemek istersiniz? sorusu sorulduğunda; tüketicilerin, %48.5'i "%10", %26.7'si "%10-20" ve %16.8'i "%20-30 fazla" şeklinde görüş bildirmiştir (Çizelge 7). Analiz sonuçlarına göre fazla ödeme oranı arttıkça ödeme isteklisi tüketici sayısı azalmaktadır. Kızıoğlu ve ark. (2013), üniversite öğrencilerinin %50'sinin organik gıdalara normal fiyatının %5 daha fazla ödemeye istekli olduklarını ve fazla ödeme oranı arttıkça ödeme istekliliğinin de azaldığını bildirmiştir.

4. Sonuçlar

Tarımın çevre üzerindeki olumsuz ve aşırı baskısı doğal kaynakların korunması, insan, hayvan ve çevre sağlığı konularının gündeme gelmesine yol açmıştır. Tarımın ekonomik ve ekolojik olarak kendisinden beklenen faydayı sağlayabilmesi için sürdürülebilir tarımsal uygulamaların ön plana çıkması ile birlikte organik tarıma giderek daha çok önem verilmiştir. Organik tarım Türkiye'de 1980'li yıllardan sonra yaygınlaşmış ve Türkiye'de ise 2014 yılında 491.477 hektar alanda 71.472 üretici tarafından organik ürün üretimi yapılmıştır. Türkiye'de ise organik tarımın dış talebe bağlı olarak geliştiği ve asıl gelişmenin iç piyasada tüketimin artmasına paralel olarak ortaya çıkması beklendiği bilinmektedir.

Çizelge 4. Organik ürün tüketiminin artışını olumsuz etkileyen unsurlar.

Table 4. Factors that negatively affect the increase of organic product consumption.

| Organik Ürün Tüketiminin Artışını Olumsuz Etkileyen Unsurlar | Frekans | Oran % |
|--|---------|--------|
| Gelir düzeyinde yetersizlikler | 27 | 26.7 |
| Yeterli bilgiye sahip olunmaması | 24 | 23.8 |
| Organik ürünlerin belirli satış birimlerinde bulunması | 12 | 11.9 |
| Piyasada organik ürünlerle ilgili bilgi kirliliği olması | 12 | 11.9 |
| Sertifikalara güven duyulmaması | 11 | 10.9 |
| Fiyat yüksekliği | 11 | 10.9 |
| Organik ürünlerin kalitesi (albenisi dış görünüşü) | 4 | 4.0 |
| Toplam | 101 | 100.0 |

Yapılan bu çalışma ile, Kahramanmaraş ili merkezinde tüketicilerin organik ürün tüketim alışkanlıklarını ve satın almayı etkileyen unsurları ortaya koyulmuştur. Çalışmanın ana materyalini Kahramanmaraş ili kentsel alanda organik ürün tüketicileri ile yapılan anket çalışması sonucu elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Araştırma alanında 101 kişi ile anket görüşmesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler frekans, ortalama ve oranlar hesaplanarak sunulmuştur.

Elde edilen bulgulara göre tüketicilerin yarıya yakını organik ürünleri "kimyasal içermeyen ürün" olarak nitelendirmekte ve bu ürünleri tüketmeyi tercih etmelerinin en önemli sebebinin sağlık problemleri olduğunu ifade etmektedir. Tüketicilerin organik ürün tüketmelerinin en önemli sebepleri ise bu ürünlerin üretiminde daha az kimyasal girdi kullanılması, daha az hormon kullanılması ve GDO'lu tohumlar bulunmamasıdır. Tüketicilere göre tarım ürünleri pazarında organik ürünlerin tüketimini engelleyen en önemli unsurlar ise gelir düzeyindeki yetersizlikler, yeterli bilgiye sahip olunmaması ve organik ürünlerin belirli satış birimlerinde bulunmasıdır. Bu bulguyu tamamlayacak şekilde tüketiciler (%88.1), gelirlerinin artması durumunda organik ürün tüketimindeki miktarın değişimi artabileceğini ifade etmektedir.

Araştırma alanında organik ürün tüketimini artırabilmek için bazı öneriler sunulabilir. Bu öneriler aşağıda açıklanmıştır; tüketiciler açısından, organik ürünlerin tüketimde gelir düzeylerinin düşüklüğünün ve bilgi yetersizliğinin önemli bir etken olarak görülmektedir. Bu nedenle, bu ürünlerin tüketiminin pazarlanmasında öncelikle gelir ve eğitim düzeyi yüksek ilçelere ve semtlere öncelik verilmelidir. Organik ürünler piyasasında bilgi kirliliğinin olması, bu ürünlerin tüketimini olumsuz etkileyen unsurlardan bir tanesidir. Tüketicilerin kontrol ve sertifikasyon ile ilgili bilgi düzeyinin ve reklam faaliyetlerinin artırılması oldukça önemlidir. Ayrıca tüketiciler için organik ürünlere kolay şekilde erişilememesi önemli bir sorundur. Bu sorunun giderilmesi için organik pazarların oluşumu desteklenmeli ve sayılarının artması amacıyla çabalarda bulunulmalıdır. Bu açıdan, internet aracılığıyla yapılacak satışlar da tüketimin artmasına yardımcı olabilecektir.

Çizelge 5. Tüketicilerin organik ürün tüketimini etkileyen etmenler.

Table 5. Factors affecting consumers' consumption of organic products.

| Tüketicilerin Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Etmenler | Ortalama | Standart Sapma |
|---|----------|----------------|
| İnsan sağlığı açısından daha az kimyasal girdi kullanılması | 4.9 | 0.4 |
| İnsan sağlığı açısından daha az hormon içermesi | 4.8 | 0.5 |
| İnsan sağlığı açısından GDO'lu tohumlar kullanılmaması | 4.7 | 0.5 |
| Üretimlerinde GDO'lu tohumlar kullanılmamasının çevre açısından önemli olması | 4.6 | 0.7 |
| Doğal kaynakların (toprak, hava ve su) korunması açısından önemli olması | 4.5 | 0.7 |
| Albenisi yüksek ürünler olması | 4.5 | 0.7 |
| Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından katkı sağlaması | 4.5 | 0.7 |
| Çevre sağlığı açısından daha az kimyasal ilaç içermesi | 4.5 | 0.7 |
| Çevre sağlığı açısından daha az kimyasal gübre içermesi | 4.5 | 0.7 |
| Lezzetli olması | 4.5 | 0.7 |
| Toprak erozyonunu engellemesi açısından faydalı olması | 4.4 | 0.8 |
| Besleyici olması (vitamin ve mineral içeriğinin yüksek olması) | 4.4 | 0.7 |
| Paketleme ve muhafaza işlemleri sırasında kimyasal ilaç veya koruyucu maddeler kullanılmaması | 4.4 | 0.8 |
| Renk maddesi ve tatlandırıcı kullanılmaması | 4.4 | 0.7 |
| Bitki ve hayvan çeşitliliğinin korunması açısından faydalı olması | 4.4 | 0.8 |
| Daha uzun süre taze kalabiliyor (raf ömrü daha uzun) olması | 4.4 | 0.8 |

Çizelge 6. Tüketicilerin geliri artarsa organik ürün tüketim değişimi.

Table 6. Change in organic product consumption if consumers' income increases.

| Değişme Durumu | Frekans | Oran % |
|----------------|---------|--------|
| Artabilir | 89 | 88.1 |
| Aynı kalır | 7 | 6.9 |
| Bilmiyor | 3 | 3.0 |
| Azalabilir | 2 | 2.0 |
| Toplam | 101 | 100.0 |

Çizelge 7. Tüketicilerin fazla ücret ödeme istekliliği.

Table 7. Willingness to pay of consumers for organic products.

| Fazla Ödeme Oranı | Frekans | Oran % |
|-------------------|---------|--------|
| %10 | 49 | 48.5 |
| %10-20 | 27 | 26.7 |
| %20-30 | 17 | 16.8 |
| %30-40 | 5 | 5.0 |
| %40-50 | 2 | 2.0 |
| %50'den fazla | 1 | 1.0 |
| Toplam | 101 | 100.0 |

Kaynaklar

- Aksoy U (1999) Dünya'da ve Türkiye'de Ekolojik Tarım. Türkiye 1. Ekolojik Tarım Sempozyumu, İzmir.
- Argan MT (2008) The factors related to organic food consumption and healthy lifestyles: a study of Turkish consumers. South-East Europe Review pp. 121-135.
- Barrena R, Sánchez M (2010) Frequency of consumption and changing determinants of purchase decision: from attributes to values in the organic food market. Spanish Journal of Agricultural Research 8(2): 251-272.
- Çam O, Karakaya E (2018) Siirt il merkezindeki tüketicilerin organik ürün tüketim tercihleri ve tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 15(2): 33-41.

Çelik S (2013) Kimler, neden organik gıda satın alıyor? Bir alan araştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 30: 93-108.

Dağistan E, Demirtaş B, Yılmaz Y, Tapkı N (2010) Organik ürün tüketim eğilimi. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, Şanlıurfa.

Doğan EG (2017) Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.

Durmaz DH (2010) Türkiye ve dünyada organik tarımın ekonomik boyutu: Organik tarımın Adana ili ekonomisindeki yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, İktisat Ana Bilim Dalı, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Eti HS (2017) Organik gıda tüketicilerinin belirlenmesi: Teşvik unsurları, güven yönelimleri ve satın alma davranışı. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi 3: 89-94.

Fidan F (2017) Bartın ilinde organik tarımın ekonomik boyutu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.

Güney Oİ, Giraldo L (2019) Consumers' attitudes and willingness to pay for organic eggs, A discrete choice experiment study in Turkey. British Food Journal. 122(2): 678-692.

Gürses ST (2014) Organik ürünlerin tüketim eğilimleri ve tüketici profilinin belirlenmesi: Sakarya İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.

IFOAM (2015) International Federation of Organic Agriculture Movements ISBN IFOAM 978-3-944372-12-9.

İnce H, Karakaya E, Şengül AY (2017). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır İli Örneği). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi 20(2): 137-147.

Kacur LL (2009) Erciyes Üniversitesi İİBF akademik ve idari personeli ile İİBF İşletme gündüz ve ikinci öğretim öğrencilerinin organik ürünleri algılamaları. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 33: 249-277.

Kızıloğlu R, Kızılaslan H, Gökçe C (2013) Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğrencilerinin yeşil gıda ürünleri hakkındaki bilgi, görüş ve tutumları üzerine araştırma. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi 6: 19-30

Lyons K (2010) Environmental values and food Choices: Views From Australian Organic Food Consumers. Journal of Australian Studies 30: 55- 166.

- Malhotra NK (2004) Marketing research. (An Applied Orientation). Pearson Prentice. Fourth Edition. 173.
- Merdan K (2018) Organik ürün tüketimine etki eden faktörler: tüketicilerin tutumlarının Gümüşhane ölçeğinde belirlenmesi. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies* 4(8): 174-188.
- REGA (2010) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/08/20100818-4.ht>. Erişim 15 Ekim 2019.
- TOB (2013) Türkiye Odalar Birliği, Organik Tarım Ulusal Eylem Planı, 2013-2016. Ankara.
- Ulubaşoğlu G, Uray N (2008) “Organik gıda satın alma davranışının altında yatan temel güdüler: Değer elde etme yaklaşımı”, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Bildiri Kitabı, Adana, s. 261-271.
- Varoğlu ST, Turhan Ş (2016) Organik ürünlerde tüketici eğilimlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma Sakarya ili örneği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 33(3): 189-196.