

Erzurum İlindeki Tüketicilerin Organik Tarım Ürünlerine Yönelik Davranışları

Consumer Behavior in Erzurum Province towards Organic Agriculture Products

Özet

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

Abstract

The production efficiency rate per unit area in agriculture has been gradually increased with the development of science and technology and it is aimed to meet the food needs of the increasing world population. Additionally, the awareness of healthy and high quality nutrition in societies has also changed the expectations of agricultural production and organic agriculture has led to the formation of the legal basis of good agricultural practices. In the research study, it is aimed to determine the perspective of the region on organic agriculture and the behaviors of consumers in terms of healthy and quality nutrition. In this study carried out using the quantitative research method, the survey method was utilised as a data collection tool. It was benefited from 401 samples residing in Erzurum province and accepting participation in the study. Questionnaire statements were created by the researchers by examining similar studies performed before. Demographic questions, descriptive questions and consumer attitude scale were utilised in the survey. The information obtained from the questionnaire form was analyzed using the SPSS 25 package program. In the analysis obtained, correlation test, independent sample t-test and one-way analysis of variance as well as complementary statistics were used. The population of the research was selected by the Convenience Sampling Method among the households doing food shopping in Erzurum. A comprehensive discussion was made on the findings and the results were prepared as a report. It was concluded that the hypothesis tests did not negatively affect the use of chemical inputs by the consumers participating in the research while organic products were preferred and purchased by the consumers in some hypothesis tests. In the light of the information obtained in this way, recommendations are presented.

Bora Göktaş

Doç. Dr., Bayburt Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bayburt, Türkiye, boragoktas@bayburt.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-2159-0241>

Süreyya Önal

Yüksek Lisans öğrencisi, Bayburt Üniversitesi, Bayburt, Türkiye, canssin.25@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0009-0002-2486-1684>

Makale Türü / Article Type

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Organik tarım, organik tarım ürünleri, tüketici davranışları, Erzurum.

Keywords

Organic agriculture, organic agriculture products, consumer behavior, Erzurum

JEL Codes: M3,M31,Q13

Bilgilendirme/Information

Bu çalışma, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Organik Tarım İşletmeciliği Anabilim Dalında hazırlanmış "Organik Tarım Ürünlerine Yönelik Tüketici Davranışları: Erzurum İlinde Bir Uygulama" adlı yayınlanmamış yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Araştırma için gerekli çalışmalar Bayburt Üniversitesi Etik Kurulu'nun 23.05.2022 tarihli, 6. Oturumunda alınan 98 sayılı kararında verilen izin doğrultusunda yerine getirilmiştir.

Submitted: 05 / 02 / 2024

Accepted: 05 / 07 / 2024

Giriş

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

On dokuzuncu yüzyıl içerisinde Dünya nüfusunun giderek artması ile bu yıllarda oluşan ve 'Yeşil Devrim' adıyla isimlendirilen gelişmeler sonunda oluşabilecek gıda açığını önlemek amacıyla tarımsal üretimin artırılması hedeflenmiştir (Kabaklarlı, 2018). Yirminci yüzyılın başından itibaren bitki çeşitliliğinde ve hayvan ırkları üzerinde yapılan ıslah çalışmaları, birim alandan daha fazla verim elde etmek amacı için aşırı kimyasal girdi kullanımına gidilmesi, bitki ve hayvanlarda görülmesi muhtemel olan hastalıkları önlemek için kimyasal mücadele yöntemlerinin geliştirilip uygulanması, tarım arazilerinin sulanması için sulama sistemlerinin geliştirilmesi gibi nedenlerle birlikte, bahsi geçen dönemde tarımsal üretimde %100'ü aşan verime ulaşılmış, sonucunda ise belli ülkelerde tarımsal üretim fazlalığı açığa çıkmıştır (Çetiner ve Tuzla, 2005).

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

Organik ürünler hakkında tüketicilerin zihinlerinde genel olarak organik olmayan gıdaların daha zararlı olduğu düşüncesi oluşmuştur (Çınar ve Göktaş, 2019). Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığının (USDA) organik tarımı; "sürdürülebilir kalkınma gıda üretimi ile birlikte dar kaynakların ve ekosistemin korunmasını da içermelidir ki, mevcut canlı popülasyonunun ihtiyaçlarını bir sonraki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama haklarından yoksun bırakılmamasına neden olmaksızın karşılayabilsin" şeklinde tanımlamaktadır (<https://www.usda.gov>)

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

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

çaplı oluşu, iç pazardaki tüketicinin organik tarım ürünlerine yönelik eğilimlerinin incelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Merdan ve Kaya, 2013).

Türkiye’deki tarım faaliyetlerinin üretim durumu, ikinci dünya savaşından sonra önemli ölçüde artış göstermiş, üretimde birim alandan alınan verim artışı oranı ile ekilebilir alanların artış oranı karşılaştırıldığında çıkan sonucun olumlu olmadığı görülmüştür. 1960 sonrasında birim alanda ve tarımsal üretimde istenilen düzeye ulaşabilmek amacıyla, meralar ve ormanların belirli kısımlarının tarım arazisi statüsüne çevrilmesi, kimyasal girdi kullanımının bilinçsizce çoğalması, geliştirilmiş tohum çeşitlerinin tarımsal üretime dâhil edilmesiyle, birim alandan yüksek oranla verim artışı sağlanması amaçlanmıştır (Atsan ve Kaya, 2008). Son yıllarda tıp alanında ki gelişmelere rağmen, kimyasal girdi oranlarının yüksek olduğu gıdalarla beslenmek zorunda kalan insanlarda görülen şeker hastalığı, kanser hastalığı gibi hastalıkların artması ve tedavi süreçlerinin, ekonomik olarak pahalı olması, tarımsal üretimin modern üretimden organik üretime geçişine sebep olmuştur. Nitekim gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, insanların pahalı olmasına rağmen organik ürünlere yönelimi artmıştır.

Bu çalışmada Erzurum ilinde yaşayan insanların organik tarım hakkındaki düşüncelerinin, buldukları sosyoekonomik durumlarının tüketimlerine nasıl yansıtıldığının ve tarımsal çalışmalarda kimyasal kullanımının insan sağlığına, çevreye, gelecek nesillere nasıl etkiler bırakacağına anlaşılabilmesi noktasında tüketici davranışlarının saptanması araştırmanın konusu olmuştur. Alanyazına bakıldığında tüketici davranışları konusunda birçok çalışma yapılmasına rağmen, organik tarım ürünlerine yönelik Erzurum ili araştırma evreni olarak alınan çalışma yeterli düzeyde değildir. Eldeki çalışmanın alanyazındaki bu eksikliğin giderilmesine katkı sunabileceği düşünülmektedir. Çalışma öncelikle organik tarım ve tüketici davranışları kavramları hakkında kuramsal bir çerçeve sunmakta, sonrasında bu konularla yakınlık gösteren alanyazından örnekler sunmakta, araştırmadan elde edilen bulgularla devam etmekte ve son olarak da bulgulardan elde edilen sonuçları analiz edip; alanyazına, bilim dünyasına, sektöre yönelik öneriler sunarak tamamlanmaktadır.

1. Kurumsal Çerçeve

1.1. Organik Tarım Kavramı

Organik tarım; bitkinin ekiminin ardından en son alıcıya ulaşıncaya kadar herhangi bir kimyasal bileşen, tarım ilacı, gübre ve bitki düzenleyicilerinin kullanılmadığı bir üretim halidir (Çelik ve diğerleri, 2021). Literatürde organik tarım, biyolojik çeşitlilik, tarımsal ekosistem sağlığını desteklemesine ve geliştirilmesine katkı sağlayan bütüncül bir üretim yönetimi sistemi olarak tanımlanmaktadır. Organik tarım, sistem içindeki herhangi bir görevi sağlamak için yapay malzemeler yerine çiftlik içi, biyolojik ve mekanik yöntemler kullanılarak gerçekleştirilmektedir (FAO, 2021).

Organik tarımdaki esas amaç, insanların tüketimi amacıyla aldığı ürünlerin ve her türlü besin maddelerinin yanı sıra ihtiyaç duyduğu yaşamsal gıdaların üretim aşamalarında doğaya zarar vermeden, üretimin sürekliliğinin sağlanmasıdır (Gündüz ve Kaya, 2007). Ayrıca; birim alandan elde edilen ürün fazlalığı değil, yetiştirilen ürünlerin uygun yöntemlerle kalitesini artırmak, kimyasal girdi kullanımı sonucunda oluşan kirliliği en aza düşürmek, doğaya zarar vermeden üretim yapmak, herhangi bir canlının yaşam standartlarını bozması muhtemel durumları ortadan kaldırmak, biyolojik çeşitliliği koruyarak sürdürülebilirliği sağlamak, toprağı korumak, ıslah etmek, işlemek vb. konularında gerekli eğitimin verilmesi ve ilgili sunumların yapılmasını sağlamak, bitki ve hayvan genetiklerinin öncelikli korunması ve devam ettirilebilir tarım için bilinçli bir şekilde kullanılmasını sağlamak, tüketiciye kaliteli ve güvenli ürünler sunmak, gelecek nesillere doğal kaynakların kirlenmeden faydalanabilmelerini sağlamak gibi amaçları da bulunmaktadır (Çınar ve Göktaş, 2019). Organik tarımda hiçbir kimyasal girdi kullanımı olmadığından kirliliğe de neden olmamaktadır. Böylelikle organik tarımın ekosisteme zarar vermediği anlaşılmış ve tercih edilme sebebi olmuştur (Öztürk, 2012).

Organik tarım ürünleri tüketimi çevreye ve insan sağlığına verilen değeri arttırmaktadır. Tüm bunların yanı sıra doğadaki bütün canlıların da korunması gelecek nesillerin sağlıklı ve

sürdürülebilir bir tarımın mirası bırakılması hususu için de organik, sağlıklı beslenme önemlidir (Oflaz ve diğerleri, 2023: 546). Birçok çalışmada CO₂ salınımı organik tarımda geleneksel tarıma kıyasla %15-20 daha az olduğu belirtilmektedir. Bunun en temel sebebi organik tarımda inorganik N (azot) kullanılmasıdır. Tarımda inorganik kimyasalların kullanılması ve üretim seviyelerinin fazla olması, toprakta daha fazla organik madde kaybına sebep olmaktadır. Oysa farklı yollarla toprakta bulunan mevcut organik maddelerinin korunması ve sayısının artırılması esas alınmalıdır (Bozok ve diğerleri, 2016). Biyoçeşitlilik açısından da organik tarım birçok türün oluşmasında, geleneksel tarıma göre çok fazla pozitif etki oluşturmaktadır (Perkins ve diğerleri, 2005). Organik tarımda hayvan refahı öncelikli olarak, hayvanların yaşam alanlarının ve sağlık durumlarının iyi olması ile verimlerinin artması arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Sağlıklı hayvanlar yaşam sürelerinde daha az hastalanır ve hastalıklara karşı da daha dirençli olurlar. Organik tarımın hem çiftçi sağlığı üzerinde hem de tarımsal üretimin ekonomik boyutları bakımından olumlu etkileri görülmektedir (Gülgör Doğan, 2017).

Organik tarım ilk kez Avrupa ve Amerika Birleşik Devletlerinde uygulanmaya başlanmış ve daha sonra diğer ülkelere yayılmıştır. Organik ürünlere talebin artması uluslararası ticaretin de gelişmesine neden olmuştur. Bazı ülkelerin organik tarıma yönelik ilgilerinin olmamasına rağmen Avrupa'da yetişmeyen ve talep edilen organik ürünleri üretmeye ve ihraç etmeye başladıkları bilinmektedir (Demiryürek, 2011). Türkiye'nin konumu gereği dört mevsimi bir arada yaşaması ve tektonik ovalara sahip olmasına sebep olan fiziki coğrafyasıyla, tarım sektörünün çeşitliliğinin birleşmesi sonucunda ekonomik anlamda güçlü olmasını sağlamakta, organik tarım için geniş ve bakir alanlara sahip olması bir avantaj oluşturmaktadır (Ermetin ve Bayramoğlu, 2010: 39). Organik tarım sertifikası olan ürünlerin üzerinde aşağıda Şekil 1 ile sunulan ayırmaçlar bulunmaktadır (www.tarimorman.gov.tr).



Şekil 1. Organik Tarımın Logosu

Erzurum ilindeki çiftçilerin esas geçim kaynağının hayvancılık olması, tarıma elverişli alçak bölgelerde genellikle yonca, korunga gibi çok yıllık yem bitkilerinin ve fiğ gibi tek yıllık yem bitkilerinin yetiştirilmesine neden olmuştur. Genellikle Erzurum ovalarında yoğunlaşan bu ekimler, bölgenin ovalarında yetiştirilen tek yıllık ve çok yıllık çiçekli bitki flora zenginliğini geliştirmekte ve yüksek kesimlerde kendiliğinden yetişen ot florasının yerini almaktadır (Birinci ve Okan, 2008). Organik ürünlerin üretimdeki verim artışı açısından bakıldığında fiğ ve tiritikale yetiştiriciliğinden son derece faydalı sonuçlar elde edilmektedir. Organik yem üretiminin toprağın sağlığını koruduğu

gibi devamlılığını da sağladığı görülmektedir (Akbaş, 2023). Erzurum şehir merkezini de kapsayan ovası ve Pasinler ovasının bulunmasının yanı sıra diğer küçük tarım alanlarının yer aldığı bu bölümde, başta buğday üretimi, arpa, şeker pancarı, patates, ayçiçeği, yem bitkileri ile çeşitli sebze ve meyveler üretilmektedir. Ayrıca çayır ve mera alanlarının geniş yer kaplaması büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık faaliyetlerinin gelişimini olumlu yönde etkilemektedir (Koday, 2005). Erzurum ilinin geniş çayır, meralar ve yaylalara sahip olması, il sınırları içerisinde üç büyük ırmağı (Çoruh, Aras ve Karasu) besleyen su kaynaklarını barındırması, içerisinde endemik bitkileri bulunduran coğrafyaya sahip olması ve sanayileşmenin düşük oranlarda bulunması nedeniyle organik hayvancılık Erzurum için büyük bir avantaj oluşturmaktadır.

1.2. Tüketici Davranışları Kavramı

Kişisel menfaatlerini, isteklerini doyum noktasına erdirmek amacıyla, kuruluşlar tarafından kişiyi tatmin edici sunumlarda bulunulan tüm mal ve hizmetleri kişisel amacı için kullanabilen bireylere tüketici denmektedir (Sheth, 2020). Tüketici davranışları, bireylerin arzuladıkları ürünlere ulaşımının öncesine kadar uzayan, tüm düşünsel faaliyetlerini bir araya getirerek yönlendiren, alımından satımına kadar olan bütün faaliyetlerini kapsayan davranış biçimidir (Aydın ve Doğan, 2020). İnsanların arzuları neticesinde elde etmek istediklerinin alınmasını yönlendiren dışsal faktörler söz konusudur. Bunları pazarlama faktörü, tüketici özellikleri, psikolojik faktörler, durumsal faktörler, sosyal faktörler, kültürel faktörler, olağan üstü faktörler olmak üzere sıralamak mümkündür (Kayabaşı, 2020).

Covid-19 hastalık sürecinin tüketici davranışlarını yeniden şekillendirme üzerine olan etkileri de söz konusu olmuştur. Yavuz (2020)'a göre Covid-19'un insanların günlük yaşam biçimlerini, arzularının sınırlılığını, tutum ve davranışlarını yeniden şekillendiği belirlenmiştir. Tüketicilerin böylesi bir olağan dışı durum karşısında teknolojik faaliyetlere yönelmesi durumu Davis'in 'Planlı davranış Teorisi' ve 'Teknoloji Kabul Modeli' davranışları ile açıklanabilir (Temizkan ve Andsoy, 2021). Tüketici davranışlarının inanç ve değerler üzerinden biçimlendirilmesinin, tüketici davranışlarını anlamaya yönelik yeterli olmayacağı fikri doğmuş ve bunun üzerine üç davranış şeklinin de birbirleriyle olan bağlantıları göz önünde tutularak incelenmesinin gerekliliği doğmuştur (Yapraklı ve Ünal, 2017). Bu tüketici davranışları, kişide oluşan bilginin değişmesi, duygularındaki değişim ve bunlar sonucunda davranışların değişimi olarak oluşmuştur (Demirtaş, 2012).

Tüketicilerin davranışlarının anlamlandırılabilmesi adına, araştırmacılar tarafından birçok davranış ölçme tekniği geliştirilmiştir. Bu davranış ölçüm yöntemleri iki ana başlık üzerinde şekillenmektedir. Bunlar kişiler tarafından elde edilen verilerin doğrudan bildirim şekli ile kazılması, diğer yöntem ise kapalı veri akışı sağlayan yöntemdir. Bu yöntemlerden, katılımcıların davranışlarını net bir şekilde ifade ettikleri yöntem, doğrudan bildirim yöntemidir (İnceoğlu, 2010). Davranış ölçüm yöntemlerinin en çok kullanılanlarının başında Rennis Likert'in ölçüm yöntemi olan 5'li Likert ölçeği yöntemi gelmektedir. Tüketicilere sunulan sorulara verilen katılıyorum, kesinlikle katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum vb. seçeneklere verilen cevaplar derecelendirilerek ölçülmektedir. Diğer ölçüm yöntemlerinden biride Bogardus ölçeğidir. Bu ölçek genel itibarıyla psikoloji ve siyaset alanlarında genel bir bilgi toplamada kullanılmaktadır (Wark ve Galliher, 2007). Bir diğer ölçüm yöntemi ise "Birlikli Ölçekleme Tekniğidir". Guttman ve arkadaşları tarafından oluşturulan bu yöntem, karmaşık yapıları davranışların ölçülmesinde kullanılmaktadır (Tavşancıl, 2006). Bahsi geçen bu ölçme yöntemleriyle katılımcıların tutumları, davranışları anlaşılabilir hale gelmektedir.

2. Alanyazın Taraması

Organik tarım üretim süreci içerisinde, ne kimyasal girdilerden ne de kimyasal ilaçlardan etkilenmemiştir demek imkânsız bir durumdur. Organik tarım doğal tarım değildir, organik tarım üretimin en baş yönetiminden, ürünlerin pazara çıkışına kadar kendine özgü prensipleri ve uygulamaları olan, sürdürülebilir tarım sistemlerine bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Demiryürek, 2000). Organik ve geleneksel tarımda en önemli problem ise yabancı ot mücadelesidir (Reddiex ve diğerleri, 2001). Organik üretim ürünleri tüketicilerin ileri yaş grupları tarafından daha

fazla ilgi görürken, 18-39 yaş aralığındaki tüketicilerin tercih etme istekleri, yaşlı tüketicilere oranla daha azdır. Organik meyve ve sebze tüketim oranı düşük olan tüketicilerin bu gıdalara eğilimleri düşüktür. Bu gruptaki tüketicilere göre bazı kimyasal girdilerin kullanılması ve sağladığı fayda, içerdiği risklerden daha çoktur (Saba ve Messina, 2003). Organik tarım uygulamalarında izin verilen pestisitlerin genellikle böcek tuzaklarında kullanılması sebebiyle de besinlere karışması riski göz ardı edilebilmektedir. Organik tarım uygulamalarında en yüksek maliyeti yabancı ot mücadelesi ile ilgili harcamalar oluşturmaktadır (Uygur ve Lanini, 2006). Hollanda'da 2700 anne ve bebek üzerinde yapılan bir çalışmada, hamilelikten doğuma ve doğum sonrasında bebeklerin 2 yaşlarına girinceye kadar beslenmelerinde organik süt ve süt ürünleri kullanımı sonucunda, bebeklerde ve annelerde egzama riskinde %36'lık bir azalma gözlemlenmiştir. Ayrıca bu çalışmada anne sütündeki geviş getiren hayvanların yağ asitlerinin daha yüksek olduğu da saptanmıştır (Rist ve diğerleri, 2007). Gündüz ve Kaya'ya göre Türkiye'de yaklaşık 18 milyon hektar tarım arazisi ve üç milyonu aşkın tarım işletmesi bulunmaktadır. Ülkemizdeki bu işletmelerin çoğunluğu küçük aile işletmelerinden oluşmaktadır. Bu durum tarım işletmelerinin dağınık olmasına neden olmuştur. Dağınık ve küçük aile işletmelerinin oluşması ise teknoloji kullanımını kısıtlamakta ve tarımsal üretimde birim alandan alınan verimin azalmasına neden olmaktadır. Tarımsal üretimde aşırı kullanılan kimyasal ilaçlar, insan sağlığını önemli derecede tehdit etmektedir (Gündüz ve Kaya, 2007). İstanbul ve Ankara'daki tüketicilerin organik ürün satın almalarındaki ana sebeplerden biri, bu organik ürünlerin alternatiflerine göre daha sağlıklı, lezzetli, taze ve çevre dostu olmasından dolayıdır (Ergin ve Özsaçmacı, 2011). Irianto'nun 2015 yılında yaptığı çalışmaya göre; organik ürün fiyatına daha az duyarlı olan tüketicilerin, daha fazla ücret ödeme niyetlerinin olduğu tespit edilmiş ve sağlık kaygısı nedeniyle bu durum organik ürün alımlarına olumlu yansımıştır. Ayrıca katılımcılar, insan sağlığı bilincinin, tüketicilerin organik ürünleri seçme niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ifade etmişlerdir (Irianto, 2015). Geleneksel tarım yöntemlerinde bitkileri zararlılardan korumak amacıyla pestisitler kullanırken, organik tarım uygulamalarında zararlıları önlemek için münavebe yöntemleri kullanılmaktadır (Van Bruggen ve diğerleri, 2016). Yavuz vd. (2016)'nin tarımsal yatırımların hangi alanlara yöneltilmesi ve yapılması konulu bir çalışmalarında, Erzurum ilinin jeopolitik konumunun dezavantajları ve avantajlarının belirlenmesi, tarımsal üretim değerlerinin belirlenip geliştirilmesi, tarıma dayalı sanayi kollarının varlığının tespit edilip geliştirilmesi için SWOT (güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin değerlendirilmesi süreci) analizi yapmışlardır. Bu çalışma sonucunda Erzurum'un organik tarım açısından önemli arazi ve iklim yapısına sahip olduğu, buna rağmen üretilen üretim kapasitesinin altında kaldığının belirlendiği ve bu durum karşısında organik tarımın geliştirilip üretim potansiyelinin artırılmasının mümkün olduğunu bildirmişlerdir (Yavuz ve diğerleri, 2016). Organik olarak yetiştirilen turuncğiller ve elma bahçelerinde yabancı otlarla mücadele yöntemlerinden *Lolium perenne* L. Ve *Calendula arvensis* L, yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntemde mikrodalga ile yabancı otların en hızlı ve en kolay şekilde kontrol edilmesi sağlanmıştır (Kaçan ve diğerleri, 2018). Kısacası organik tarım, insan sağlığına, çevreye zarar vermeyen ve kimyasal girdi kullanmayan, üretim şemasının en başından tüketim aşamalarına kadar her anı kontrol edilen ve sertifikalandırılan tarımsal üretim şeklidir. Organik tarımda ürün ekiminden tüketiciye ulaşmasına kadar olan tüm aşamalarında kimyasal madde veya tarım ilacı kullanılmamaktadır (Boz ve Kılıç, 2021).

Tüketiciler çevre sorunları hakkında daha fazla endişe duydukça, "yeşil" ve "çevre dostu" ürünlere dayalı pazarlama stratejilerini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca tüketiciler, menfaatleri doğrultusunda sosyal gruplarının üyeleriyle paylaşma gerekliliğini ifade ederler, ancak toplumun genelinin refahını düşünmezler. Ayrıca tüketicilerin 'beslenme ve sağlıkla ilgili konulardaki tartışmalardan sıkıldığı' öngörülmüştür (Kim ve Choi, 2005). Eğitimli bireyler ile organik tarım ve gıda tüketimi arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek bireylerin %62'si organik gıda üretim sürecinin hayvanları koruduğunu, çevreye duyarlı olduğunu ve organik ürünlerin pahalı olmadığını düşünürken, bu oran eğitim seviyesi düşük bireylerde ise %35 değerlerine kadar düştüğü görülmektedir. Benzer çalışmalarda sağlık kaygısı ve duygusal düşüncelerinin ürünlerin seçiminde öneminin olduğu keşfedilmiştir. Avustralya'da hem organik hem de organik olmayan ürünlerle ilgili tüketicilerle gerçekleştirilen odak grup görüşmelerine göre

tat, lezzet, doku, koku ve görünüm gibi duyuşsal parametrelerin, insanların gıda seçimlerini gerçekleştirirken en önemli etken olduğu ifade edilmiştir (Chang ve Zepeda, 2005). Fraj ve Martinez (2006) İşpanyol tüketicisi örneğini ele aldıkları çalışmalarında tüketicinin ekolojik davranışlarını inceleyerek yaşam yöntemi ve değerlerinin etkisini analiz etmişlerdir. Bulgular İşpanyol tüketicilerin çevreye karşı olumlu bir tutum sergilediğini göstermiştir. Hong Kong'da yeşil tüketicisi davranışı üzerine yapılan bir araştırmada, çevresel sorumluluk ve çevresel kaygının, benlik imajı ve sosyal etkiler doğrultusunda yeşil satın alma davranışını benimseten faktörler olduğu saptanmıştır. Sağlık sorunları bazı araştırmacıların eserlerinde ana unsur olarak ifade edilmektedir. Son birkaç yıldır insanlar sağlık konusunda daha bilinçli hale gelmiştir ve diyetisyenlere, beslenme uzmanlarına, spor salonlarına vb. yerlere insanların yöneldiği bilinmektedir. Bu gelişmeler akabinde katkı maddesi olmadan, koruyucu içermeyen, tat ve renklendirici katılmayan gıdalar son dönemde daha çok istenir hale gelmiştir (Shaharudin ve diğerleri, 2010). Irianto tarafından yapılan bir araştırmada, cinsiyet farkının tüketicisi davranışlarını, organik ürün satın alımlarında farklılık gösterdiği görülmüş, kadınların, erkeklere göre sağlık ve çevre konusunda daha bilinçli olduğu öne sürülmüştür (Irianto, 2015). Velnampy ve Sivapalan (2016), yeşil satın alma niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden birinin (sosyal davranışın bir parçası olarak) akran baskısı olduğunu ifade etmişlerdir. Bilgi paylaşımı konusu Litvanyalı tüketiciler tarafından olumlu değerlendirildiği için, şirketlerin tüketicisi niyetlerini olumlu yönde etkilemek için bu faktörü kullanması gerektiği sonucuna varmışlardır. Gülgör Doğan (2017), yapmış olduğu çalışmasında tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerini açıklanmış, tüketicilerin bu durumlarının organik ürünlerin tüketimi üzerinde oluşan etkilerini ölçmüş ve ortaya çıkan bulgularla, tüketicilerin organik ürünlere karşı tutumlarını belirleyerek, bu tüketicisi grubunun gelecekte organik üretime olan bakış açısını öngörmüştür.

Yunanistan'ın Doğu Makedonya ve Trakya bölgesindeki üreticilerin organik tarımı benimseme motivasyonu konusunda yapılan araştırmada, üreticilerin organik tarıma ilişkin fikirlerinin, bakış açılarının bir parçası olarak algılandığı gibi, ürünlerinin kalitesinin iyileştirilmesine de aynı derecede önem verdikleri görülmektedir. Ayrıca kalitenin iyileştirilmesi, tüketicilerin güvenli ve sertifikalı gıda talepleriyle ilişkilidir. Üreticiler, organik ürünlere daha fazla ulaşılabilir olmanın organik tarıma yönelmelerinde önemli bir sebep olduğunu düşünmemektedirler. Mevcut üreticilerin büyük bir çoğunluğu, ürünlerini organik olarak satmamaktadır. Bu nedenle bu üreticiler, pazarın organik ürünlere olan talebini önemli bir sebep olarak görmemekte ve diğer tarım biçimlerine kıyasla organik üretimde daha iyi finansal sonuçlar alamadıklarını ifade etmektedirler (Karelakis ve diğerleri, 2018). Yeşil tüketicilerle ilgili bazı araştırmalarda, tüketicisi kararlarını ve organik ürünleri satın alma niyetlerini tahmin etmek için harekete geçiren güdüleri keşfetmek amacıyla yapılan çalışmada, tüketicilerin organik ürün satın almalarını etkileyen güdülerin en başında, sağlık sorunları ve çevre sorunları olduğu ifade edilmiştir (Ghali-Zinoubi ve Toukabri, 2019). Tayvanlı tüketiciler üzerinde yapılan çalışmada, tüketicisi seçimlerinin yalnızca sağlık veya kalite kaygılarından dolayı olduğu belirtilmiştir. Böylece Tayvan'da sağlık bilincinin organik gıdayı tercih etme nedenlerinden biri olduğu tespit edilmiştir (Pileliene ve Tamuliene, 2021). Tayvanlı tüketicilerle yapılan araştırmanın ardından çevrede oluşan kaygıların Tayvan pazarında organik gıdayı seçmek için önemli bir neden olduğu bulunmuştur. Ayrıca yeşil ürünlere yönelik algılanan güven ve bunlarla ilgili satın alma davranışları diğer tüketicisi eğilimlerini de olumlu yönde etkilemiştir (Yusifov, 2021).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

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

Dünya’da yaşanan gelişmeler karşısında Türkiye, ılıman iklim kuşağı ve jeopolitik konumu neticesinde yerküredeki önemini artırırken, organik tarım ürünleri konusunda iç pazarda istenilen seviyede olmaması araştırmanın problemini, iç pazarda oluşan bu durumun sebeplerinin anlaşılacak istenmesi ise araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Tüketici tutum ve davranışları üzerine belirlenen analizler neticesinde Erzurum ili örneğinden yola çıkılarak araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarım hakkındaki düşüncelerinin, tercihlerinin, davranışlarının belirlenmesi için oluşturulan hipotezler araştırmanın sorularını oluşturmaktadır. Araştırma Erzurum’da yaşayan tüketicilerin organik ürünlere olan tutumlarının belirlenmesi ve literatüre katkıda bulunması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmada anket formları bireylere dağıtılmış, e-posta ve sosyal ağ uygulamalarından yararlanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma kolayda örneklem yöntemi kullanılarak çevrimiçi gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni çok geniş olup tüm tüketicilerin düşünce ve davranışlarına ulaşmak mümkün değildir. Böylece ana veriyi oluşturan tüketicilerin hepsinin örneklemede bulunma varsayımının, seçilme şansına sahip olan kolayda örneklem yöntemi olması hasebiyle tercih edilmiştir.

Veri formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, meslek grubu, aylık gelir durumları, organik tarım hakkında duyuları vb. sosyoekonomik sorular yer almaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014). Veri formunun ikinci kısmında ise tüketicilerin organik tarım ve ürünleri hakkında tüketim eğilimleri, tüketici davranışları, çevrenin etkisi ve duyarlılıklarını ölçmek üzere ölçek maddeleri yer almaktadır. Bu çalışmanın ana materyali Erzurum il merkezi ve ilçelerinde yaşayan bireylerin organik tarım konusunda tutumlarının, davranışlarının ifade edildiği verilerden elde edilmiştir. Bunun yanı sıra ikincil kaynaklardan bilgi akışı sağlanmıştır. Bu ikincil veri kaynakları olarak; Tarım ve Orman Bakanlığı, IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), FAO (Food and Agriculture Organization), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) kurumlarından yararlanılmıştır. Aynı zamanda ulusal araştırmalardan, araştırma raporlarından, istatistiksel verilerden de faydalanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada Erzurum il merkezi, ilçeleri ve köylerindeki bireylerin katılımları ile sağlanmış, anket çalışmasını eksik doldurulan kişilerin anket verileri devre dışı bırakılmış, anketin tamamına doğru şekilde yanıt verenlerin, organik tarım hakkındaki tutum ve davranışları yer almıştır. Katılımcıların organik tarım hakkında bilgi sahibi olmasına bakılmaksızın demografik özelliklerinin anlaşılması için ifadeler kullanılmıştır. Kullanılan bu yöntemlerle anket çalışması verilerine göre tablolar, grafikler ve istatistiksel yöntemler kullanılarak şekillendirilmiştir.

Anket çalışmasında tüketici eğilimlerinin ölçülüp ifade edilebilmesi için doğrudan örnekleme; birinci bölümde cinsiyet, eğitim durumu, yaş, medeni durumu, evinizde kaç kişiyle yaşıyorsunuz, mesleğiniz, maddi kazancınız gibi demografik sorular yöneltmiştir. Anketin ikinci bölümde ise katılımcıların organik ürün hakkındaki bilgileri, düşünceleri, üçüncü bölümde ise 41 maddeden oluşan (1-Kesinlikle Katılıyorum, 2- Katılıyorum, 3-Karasızım, 4-Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum) şeklinde beşli Likert tutum ölçeği kullanılmıştır. Anket ölçek maddeleri oluşturulurken; Karabaş (2011), Gülgör Doğan (2017), Güngör (2019), Akgül ve diğerleri, (2020)’in eserlerinden faydalanılmıştır ve 401 katılımcı ile anket çalışması yapılmıştır.

Erzurum ilinin nüfusu araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla 749.754’tür. Anket ile en az 384 katılımcıya ulaşılması amaçlanmıştır. Çünkü pek çok İstatistiksel çalışmaya göre bir evrenin 100.000-1.000.000 arası olması durumunda, %95 güven aralığında örneklemin yeterli olması için asgari sayı 384’tür (Yıldız, 2017). Bu veriye dayanılarak çalışmada 401 örneklemden faydalandığı için örneklem sayısının yeterli olduğu varsayılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25 paket programında analiz edilmiştir. Bu paket programında aşağıda belirtilen analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Bayburt Üniversitesi Etik Kurulu tarafından (Tarih: 23.05.2022; Karar: 98; Oturum: 06) onay alınmıştır. Araştırma için etik kurul onayı alınması sonrasında, etik kurula belirtilen tarih doğrultusunda anket çalışması 2022 yılı Eylül ayında başlamış; ancak mücbir (sağlık) sebeplerden dolayı bir süre sonra askıya alınmış ve 2023 yılı içerisinde tekrar devam ederek Şubat ayında tamamlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Sınırlamaları

Araştırmada örneklem evrenin standart sapması (α)=0.05 ve +/- 0.05 örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden belirtilmesi gereken örneklem büyüklükleri kullanılmıştır. Buna istinaden örneklem 100.000 ila 1000.000 arası nüfusa sahip yerlerde 384 kişi olarak hesaplamalar kabul edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014). Bu nedenle +/- 0.05 örnekleme hataları için 401 tüketici üzerinde araştırmanın uygun olacağı değerlendirilmiştir.

Böylece yapılan çalışmada;

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

3.4. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

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

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

Tablo 1. Araştırmanın Normallik Değerleri

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

Tablo 2. Araştırmanın Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Standardize Edilmiş Cronbach's Alpha	Madde sayısı
0,870	0,878	41

Yukarıdaki Tablo 2’de güvenilirlik düzeyi (Cronbach’s Alpha Katsayısı); 0,870 olarak ölçülmüştür ve 0,81-1 arasında denk geldiği için oldukça güvenilirliğe sahiptir.

Tablo 3. KMO ve Bartlett’s Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçüsü.	,851
Bartlett'in Küresellik Testi	Approx. Chi-Square
	Df
	Sig.
	4753,149
	861
	,000

Yukarıda belirtilen Tablo 3’de tüketici tutum ve davranışlarının KMO değeri 0,851; Bartlett’in küresellik değeri 4753,149 bulunmuştur ve 0,000 düzeyinde de anlamlıdır. Diğer bir açıdan da tüketici davranışları için geliştirilen ölçekteki ifadeler Bartlett’in küresellik testine göre birbiriyle ilişkilidir ve KMO testine göre örneklem büyüklüğü uygundur. Bu duruma göre ölçek faktör analizlerini uygulamak için yeterlidir. Araştırmanın faktör yüklerinin dağılımları incelendiğinde organik tarımda kimyasal olması boyutu, organik tarımda kimyasal olmaması boyutu, organik tarımda güven boyutu, organik tarımda İ’e yönelik algı boyutu, organik tarım ürünlerinin tercih edilmesi boyutu, organik tarım ürünlerinin satın alınması boyutu ve genel kanı boyutlarına göre (AFA) açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör yükleri tüm ölçek maddelerinde 0,45 üzerinde olduğu için sınamaya alınmıştır. Oluşturulan bu 7 boyut toplam varyansın %60,153’ünü (1. boyut %19,931; 2. boyut %14,288; 3. boyut %6,114; 4. boyut %5,693; 5. boyut %5,012; 6. boyut %4,797 ve 7. boyut %4,318) açıklamaktadır.

4. Bulgular

4.1. Araştırmanın Demografik (Sosyoekonomik) Bulguları

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

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

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

Tablo 1. Demografik Özellikleri ve Frekans Tablosu

Terimler	Gruplar	Frekanslar	Yüzde %
Cinsiyet	Kadın	166	41,4
	Erkek	235	58,6
	Toplam	401	100
Yaş	18 Yaş altı	12	3,0
	18-24	60	15,0
	25-34	115	28,7
	35-44	149	37,2
	45-54	47	11,7
	55-64	14	3,5
	65 ve üstü	4	1,0
	Toplam	401	100
Medeni Durum	Evli	152	37,9
	Bekâr	249	62,1
	Toplam	401	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	13	3,2
	Lise	57	14,2
	Üniversite	249	62,1

	Lisansüstü	82	20,4
	Toplam	401	100
Meslek	Serbest Meslek	18	4,5
	Kamu Çalışanı	227	56,6
	Özel Sektör	68	17,0
	İşsiz	40	10,0
	Öğrenci	48	12,0
	Toplam	401	100
Gelir Durumu	5500 TL ve Altı	111	27,7
	5501-10000TL	118	29,4
	10001-15000TL	118	29,4
	150001-20000TL	37	9,2
	20001 TL ve Üstü	17	4,2
	Toplam	401	100

4.2. Diğer Betimsel İstatistikler

Tablo 5. Organik Ürünlerin Hangi İletişim Araçlarıyla Bilgi Sahibi Olunduğunun Frekans Değeri

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

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

Tablo 6. Organik Tarımın ve Ürünlerinin Bilinmesine Yönelik Frekans Değeri

Organik tarımı ve ürünlerini daha önce duydunuz mu?	Frekans	Yüzdesel Oran(%)
Evet	389	97,0
Hayır	12	3,0
Toplam	401	100

Tablo 6’da gösterildiği gibi ‘organik tarımı ve ürünlerini daha önce duydunuz mu?’ sorusuna ‘evet’ seçeneği ile katılım sağlayanların frekans değeri 389 (%97), ‘hayır’ seçeneği ile katılım sağlayanların frekans değeri 12 olarak ölçülmüştür.

Tablo 7. Ailelerde Gıda Alış Verişini Hangi Bireylerin Yaptığına Yönelik Frekans Değeri

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

Tablo 7 incelendiğinde frekans değerleri ile ifade edilen sonuçlara göre ‘ailenizdeki gıda alışverişini kim ve/veya kimler yapar?’ soruna en yüksek, % 66,1 oranı ve 265 frekans değeri ile ‘Ben veya Eşim’ seçeneğinin yanıtlandığı, katılımcıların bu durumda aile içindeki alışverişlerin en büyük payını aldığını görmekteyiz. İkinci sırada ‘Babam veya Annem’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değerinin 94; oranının ise %23,4 olduğu görülmektedir. Tablo 7 incelenmeye devam edildiğinde ‘Kardeşlerim’ seçeneğini yanıtlayanların frekans değerinin 12 olduğu, oransal olarak da %3,0

olduğu; 'Diğer' seçeneğini yanıtlayanların frekans değerinin 30, oranının ise %7,5 olduğu saptanmıştır.

Tablo 8. Organik Tarım Ürünlerinin Satın Alınmasıyla İlgili Frekans Değeri

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

Tablo 8'de bu çalışmanın anket sorularına örneklemin birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. 'Düzenli olarak satın alırım' yanıtını verenlerin frekans değeri 69, oranı ise %17,2 olarak ölçülmüştür. 'Ara sıra satın alırım' yanıtının frekans değeri 150, oranı ise %37,4 olarak ölçülmüştür. 'Aklıma gelince satın alırım' yanıtının frekans değeri 10, oranı ise %2,5 olarak ölçülmüştür. 'Denk gelince satın alırım' yanıtının frekans değeri 120, oranı ise %29,9 olarak ölçülmüştür. 'Diğer' yanıtının frekans değeri 27, oranı ise %6,7 olarak ölçülmüştür.

Tablo 9. Erzurum İlinde Üretilen Organik Tarım Ürünlerinden En Çok Hangisini Satın Alındığına Dair Frekans Değeri

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

Tablo 9'da belirtildiği üzere, bu çalışmanın anket sorularına katılımcıların birden fazla seçenek seçebilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. Bu analizde 'Çiçek balı' seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 52 ve oranı ise %13,0 olarak ölçülmüştür. 'Bakliyat' seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 25, oranı ise %6,2 olarak ölçülmüştür. 'Et ve süt ürünleri' seçeneğini yanıtlayanların frekans değeri 141, oranı ise %35,2 olarak ölçülmüştür. 'Diğer' yanıtının frekans değeri 56, oranı ise %14,0 olarak ölçülmüştür.

Tablo 10. Organik Tarım Ürün Alış Verişinin Nerelerden Yapıldığına Dair Frekans Değeri

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

Tablo 10'da belirtildiği üzere, birden fazla seçenek seçilmesi kısıtlanmamıştır. Bu nedenle yukarıdaki tabloda anket sorularına çoklu cevap verenler de olmuştur. Halk pazarlarından alışveriş yapanların frekans değerleri 58 ve oranı ise %14,5 olarak ölçülmüştür. Marketlerden alışveriş yapanların frekans değeri 39, oranı ise %9,7 olarak ölçülmüştür. Çiftlik ve bahçelerden alışveriş yapanların frekans değeri 21, oranı ise %5,2 olarak ölçülmüştür. Direk üreticiden satın alırım diyenlerin frekans değeri 60, oranı ise %15,0 olarak ölçülmüştür. Son olarak çoklu cevap verenlerin frekans değeri ise 223 ve oranı ise 55,6 olarak ölçülmüştür.

4.3. Araştırma ile İlgili Boyutların Ortalaması

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

Tablo 11. Boyutların Ortalamaları

Boyut	x	σ	Ölçek Aralığı	Durum
Kimyasal Olması Boyutu	2,9859	,69618	3	Kararsız
Kimyasal Olmaması Boyutu	1,8913	,56954	2	Katılıyör
Tercih Etme Boyutu	2,1586	,53058	2	Katılıyör
Satın Alma Boyutu	1,9679	,57766	2	Katılıyör
Güven boyutu	2,9081	,72981	3	Kararsız
İl'e Yönelik Algı Boyutu	2,4273	,47692	2	Katılıyör
Genel Kanı Boyutu	2,6249	,52190	3	Kararsız

Tablo 11'de anlaşılacağı üzere Erzurum ilinde organik tarım ve tüketici davranışları konulu çalışmada organik tarımda kimyasal kullanılması boyutuna, 5'li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,9859'luk ortalama değeriyle katılımcıların kararsız kaldıkları görülmektedir. Organik tarımda kimyasal olmaması boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 1,8913'lük ortalama değeriyle katılımcıların olumlu düşündükleri sonucuna varılmıştır. Organik tarımda tercih etme boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 2,1586'luk ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünleri tercih etme eğilimlerinin olduğu görülmektedir. Organik tarımda satın alma boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 1,9679'luk ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünlere olan eğilimlerinin yanında satın alma niyetlerinin oldukları sonucuna varılmıştır. Organik tarımda güven boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,9081'lik ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünlere karşı güven boyutu bakımından kararsız olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Organik tarımda İl'e yönelik algı boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (1,81-2,60) 2,4273'lük ortalama değeriyle katılımcıların organik ürünler hakkında İl'e yönelik algının olumlu yönde oluştuğu sonucuna varılmıştır. Organik tarımda Genel kanı boyutunun 5'li Likert ölçeğine göre (2,61-3,40) 2,6249'luk ortalama değeriyle katılımcıların kararsız kaldıkları sonucu görülmektedir.

4.4. Grupların Karşılaştırılmasına Yönelik Hipotezler ve Bulgular

Grupların karşılaştırılması kısmında katılımcıların demografik/sosyoekonomik özelliklerine ait gruplar arasında araştırmanın yukarıdaki Tablo 11'de ortalamaları sunulan boyutlarına yönelik tutumlarında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Bunun için $H_1, H_2, H_3, H_4, H_5, H_6, H_7$ ve H_8 şeklinde ana hipotezler oluşturulmuş ve bu hipotezlere ait araştırma için oluşturulan 7 boyuta ilişkin sonuçlar harfler ile kodlanarak ($H_a, H_b, H_c, H_d, H_e, H_f, H_g$) tablo halinde sunulmuştur. Grupların kıyaslanmasında elde edilen bulgular şöyledir;

H_1 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Cinsiyet" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Bu hipotez için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Kimyasal olması boyutu ($p=0,041 < \alpha$) ve tercih etme boyutu ($p=0,001 < \alpha$) için $p < 0,05$ 'tir. Bu iki boyut için H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Ancak diğer 5 boyut için gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı için (Kimyasal olmaması boyutu için $p=0,523 > \alpha$ ve $p > 0,05$; Satın alma boyutu için $p=0,261 > \alpha$ ve $p > 0,05$; Güven boyutu için $p=0,303 > \alpha$ ve $p > 0,05$; İl'e yönelik algı boyutu için $p=0,218 > \alpha$ ve $p > 0,05$; Genel kanı boyutu için $p=0,681 > \alpha$ ve $p > 0,05$) H_1 hipotezi bu boyutlar açısından reddedilebilmektedir.

H_2 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Eğitim" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Eğitim değişkeni için araştırmaya ilişkin 7 boyut açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına sınındığı H_2 hipotezi için gerçekleştirilen Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA), 7 boyutun 3'ünde kabul; ancak 4'ünde ret sonucu çıktığı görülmektedir. Tarımsal Ürünlerin Kimyasal Olması için $p > \alpha$ ($p=0,380 > 0,05$); Tarımsal Ürünlerin Kimyasal Olmaması için $p > \alpha$ ($p=0,790 > 0,05$); Satın Alma için $p > \alpha$ ($p=0,337 > 0,05$); 'İl'e yönelik algı için $p > \alpha$ ($p=0,094 > 0,05$) olup bu boyutlar için gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak Tercih Etme için $p=0,006$ (lisansüstü ile diğer grupların tümü arasında anlamlı farklılık); Güven için $p=0,027$ (ilköğretim mezunları ile lise, üniversite ve lisansüstü mezunları arasında anlamlı farklılık); Genel Kanı için $p=0,026$ (lisansüstü mezunları ile lise ve üniversite mezunları arasında anlamlı bir farklılık) olup bu 3 boyut için gruplar arasında ($p < \alpha$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_3 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Yaş" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yaş değişkeni için araştırmaya ilişkin 7 boyut açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığının sınındığı H_3 hipotezi için gerçekleştirilen Tek Yönlü Varyans Analizinde (ANOVA), 7 boyutun 4'ünde kabul, 3'ünde ret sonucu çıkmıştır. Kimyasal olması boyutu için $p=0,046$; Kimyasal olmaması boyutu için $p=0,003$; Tercih etme boyutu için $p=0,047$; Güven boyutu için $p=0,037$ olup bu boyutlar için H_3 kabul edilmektedir. Anlamlı farklılıkların tespit edilmesi için çoklu karşılaştırma (Post hoc) sınavasında Tukey HSD testine bakılmıştır. Testte gruplardan 18-24 yaş ile 25-34 yaş, 35-44 yaş ve 45-54 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Ancak Satın Alma Boyutunda $p=0,064$; İle Yönelik Algı Boyutunda $p=0,349$ ve Genel Kanı Boyutunda $p=0,217$ olup bu boyutlar için H_3 reddedilmektedir.

H_4 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Medeni durum" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Sınamaya göre 'p' değerlerine bakıldığında kimyasal olması boyutu için 0,900; kimyasal olmaması boyutu için 0,19; tercih etme boyutu için 0,778; satın alma boyutu için 0,09; güven boyutu için 0,36; İl'e yönelik algı boyutu için 0,853; genel kanı boyutu için 0,94 sonuçları çıkmıştır. Üç boyut için (kimyasal olmaması boyutu, satın alma boyutu, güven boyutu) gruplar arasında anlamlı farklılık vardır, geriye kalan boyutlar için gruplar arasında anlamlı farklılık yoktur. Burada üç boyut için H_4 kabul edilebilirken diğer dört boyut için reddedilmektedir.

H_5 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Hane halkı" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Bu hipotezde 7 boyuttan sadece 1'inde anlamlı bir farklılık olduğu, diğer 6'sında ise olmadığı sonucu çıkmıştır. Kimyasal Olması Boyutu için $p>\alpha$ (0,990>0,05); Tercih Etme Boyutu için $p>\alpha$ (0,248>0,05); Satın Alma Boyutu için $p>\alpha$ (0,116>0,05); Güven Boyutu için $p>\alpha$ (0,217>0,05); İl'e Yönelik Algı Boyutu için $p>\alpha$ (0,254>0,05) ve Genel Kanı Boyutu için $p>\alpha$ (0,283>0,05) H_5 olup reddedilmektedir. Sadece Kimyasal Olmaması Boyutunda $p=0,040$ olup H_5 kabul edilmektedir ve bu farklılık "eşim ve ben" grubu ile "diğer" grubu arasındadır.

H_6 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Meslek" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

"Kimyasal Olması Boyutu" açısından $p=0,296$; "Kimyasal Olmaması Boyutu" açısından $p=0,178$; "Tercih Etme Boyutu" açısından $p=0,303$; "Satın Alma Boyutu" açısından $p=0,621$; "Güven Boyutu" açısından $p=0,184$; "İle Yönelik Algı Boyutu" açısından $p=0,413$; "Genel Kanı Boyutu" açısından $p=0,755$ olup, guruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı için H_6 hipotezi reddedilebilmektedir.

H_7 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Maddi kazanç düzeyi" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

"Kimyasal Olması Boyutu" için $p=0,788$; "Tercih Etme Boyutu" için $p=0,336$; "Satın Alma Boyutu" için $p=0,305$; "Güven Boyutu" için $p=0,502$; "İle Yönelik Algı Boyutu" için $p=0,136$ 'dır ve bu 5 boyut H_7 açısından reddedilmektedir; fakat "Kimyasal Olmaması Boyutu" için $p=0,010$ ve "Genel Kanı Boyutu" için $p=0,037$ olup H_7 kabul edilmektedir.

H_8 : Tüketicilerin araştırma boyutlarına ilişkin tutumları "Organik ürün alımları için aylık ödediği ücret" değişkenine ait gruplar açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir.

"Kimyasal Olması Boyutu" için $p>\alpha$ (0,130>0,05); "Tercih Etme Boyutu" için $p>\alpha$ (0,169>0,05); "Güven Boyutu" için $p>\alpha$ (0,418>0,05); 'İl'e Yönelik Algı Boyutu' için $p>\alpha$ (0,343>0,05); 'Genel Kanı Boyutu' için $p>\alpha$ (0,804<0,05) olup bu 5 boyut açısından H_8 reddedilmekte; ancak "Kimyasal Olmaması Boyutu" için $p<\alpha$ (0,000<0,05) ve "Satın Alma Boyutu" için $p<\alpha$ (0,046<0,05) olduğundan H_8 bu 2 boyutta kabul edilmektedir.

Tablo 12. Grupların Karşılaştırılmasına Yönelik Hipotezlere Ait Sonuçlar

H_1	Karar	H_2	Karar	H_3	Karar	H_4	Karar	H_5	Karar	H_6	Karar	H_7	Karar	H_8	Karar
H_{1a}	+	H_{2a}	-	H_{3a}	+	H_{4a}	+	H_{5a}	-	H_{6a}	-	H_{7a}	-	H_{8a}	-
H_{1b}	-	H_{2b}	-	H_{3b}	+	H_{4b}	-	H_{5b}	+	H_{6b}	-	H_{7b}	+	H_{8b}	+
H_{1c}	+	H_{2c}	+	H_{3c}	+	H_{4c}	-	H_{5c}	-	H_{6c}	-	H_{7c}	-	H_{8c}	-
H_{1d}	-	H_{2d}	-	H_{3d}	-	H_{4d}	+	H_{5d}	-	H_{6d}	-	H_{7d}	-	H_{8d}	+
H_{1e}	-	H_{2e}	+	H_{3e}	+	H_{4e}	+	H_{5e}	-	H_{6e}	-	H_{7e}	-	H_{8e}	-

H_{1f}	-	H_{2f}	-	H_{3f}	-	H_{4f}	-	H_{5f}	-	H_{6f}	-	H_{7f}	-	H_{8f}	-
H_{1g}	-	H_{2g}	+	H_{3g}	-	H_{4g}	-	H_{5g}	-	H_{6g}	-	H_{7g}	+	H_{8g}	-

* H_a =Kimyasal olması boyutu, H_b =Kimyasal olmaması boyutu, H_c =Tercih etme boyutu, H_d =Satın alma boyutu, H_e =Güven boyutu, H_f =İle yönelik algı boyutu, H_g =Genel kanı boyutu

** Kabul:+;Ret:-

4.5. Korelasyon Analizine Yönelik Hipotez ve Bulgular

Organik tarım ürünlerine yönelik tüketici davranışları için oluşturulan boyutlar arasındaki ilişkiyi ifade etmek, büyüklükleri, yönü ve derecelerini açıklamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon değerleri, derecelerine göre anlam kazanmaktadır. Bu dereceler şu şekilde ifade edilmektedir.

Tablo 13. Araştırmanın Korelasyon Kat Sayıları.

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

Korelasyon katsayısı 1'e yaklaştığında değişkenler arasında ilişki düzeyinin arttığı görülmektedir. Korelasyon sınaması sonucu Pearson katsayısı (r değeri) yorumlanmıştır. (Karakoç ve Dönmez, 2014). Korelasyon analizine yönelik hipotez şu şekildedir;

H_9 : Araştırmaya boyutları arasında ilişki bulunmaktadır.

Tablo 14. Araştırmanın Korelasyon Analizi

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

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

*. Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2 -kuyruklu).

Tablo 14 incelendiğinde 'Kimyasal olması boyutu ile güven boyutu' arasında $r=-0,198$; 'Kimyasal olması boyutu ile satın alma boyutu' arasında $r=0,107$; 'Kimyasal olması boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=-0,129$; 'Kimyasal olmaması boyutu ile güven boyutu' arasında $r=0,111$; 'Kimyasal olmaması boyutuyla İl'e yönelik algı boyutu' arasında $r=0,444$; 'Kimyasal olmaması boyutu ile tercih edilme boyutu' arasında $r=0,475$; 'Kimyasal olmaması boyutu ile satın alma boyutu' arasında $r=0,529$; 'Kimyasal olmaması boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=0,343$; Güven boyutu ile İl'e yönelik algı boyutu' arasında $r=0,366$; 'Güven boyutu ile tercih edilme boyutu' arasında $r=0,377$; 'Güven boyutu ile satın alma boyutu' arasında $r=0,201$; 'Güven boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=0,543$; 'İl'e yönelik algı boyutu ile tercih edilme boyutu' arasında $r=0,402$; 'İl'e yönelik algı boyutu ile satın alma boyutu' arasında $r=0,382$; 'İl'e yönelik algı boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=0,562$; 'Tercih edilme boyutu ile satın alma boyutu' arasında $r=0,588$; 'Tercih edilme boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=0,461$; 'Satın alma boyutu ile genel kanı boyutu' arasında $r=0,320$ olup korelasyon bulunmaktadır. Bahsi geçen boyutlar için H_9 kabul edilmektedir. "Kimyasal olması boyutuyla; kimyasal olmaması boyutu, İl'e yönelik algı boyutu ve tercih edilme boyutu" arasında bir ilişki bulunmamaktadır ve bu boyutlar için H_9 reddedilmektedir. Özetle korelasyon sınamasında 18 boyut arasında korelasyon bulunmakta; 3 boyut arasındaysa bulunmamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

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

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

Organik tarım “gübresiz ve ilaçsız tarım” ya da “doğal tarım” değildir. Organik tarım çiftliğin en başı yönetiminden, ürünlerin pazarlanmasına kadar kendi özel prensipleri ve uygulamaları olan, sürdürülebilir tarım sistemlerine bir yaklaşım olarak ifade edilebilir (Demiryürek, 2000). Araştırmaya katılan tüketicilerin organik tarımda kimyasal olması boyutu ile kimyasal olmaması boyutları arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığını, kimyasal girdi kullanımına olumsuz bakmadıkları, organik tarımda kullanılabilecek kimyasal girdilerin genel kanı boyutuna göre de kabul görmediği saptanmıştır.

Organik tarımda ve geleneksel tarımda olduğu gibi en önemli sorunu yabancı ot mücadelesi oluşturmaktadır. Dünya’da buğday, mısır, çeltik, pamuk, soya gibi bazı önemli kültür bitkilerinde, zararlı ve yabancı otlardan dolayı verim kaybı yaklaşık %67.15 olup, bunun %13.78’i hastalıklardan %21.75’i zararlılardan ve %32 si ise yabancı otlardan kaynaklanmaktadır (Oerke ve Dehne, 2004). Türkiye de ise yabancı ot türü ve yoğunluğuna bağlı olarak ortalama verim kaybı %10-%50 arasında değiştiği bilinmektedir (Tepe, 2014). AB’de bazı pestisitlerin organik tarım üretiminde kullanılmasına izin verilmiştir. Bu açıdan bazı kimyasal bitki koruma ürünleri bir dizi toksikoloji testlere tabi tutularak kapsamlı bir değerlendirmeden sonra onaylanmaktadır. Organik tarım uygulamalarında izin verilen pestisitler genellikle böcek tuzaklarında kullanılması sebebiyle de besinlere karışması riski göz ardı edilebilmektedir. Araştırmada kimyasal girdi kullanılmamasının organik ürünlere karşı güven oluşturduğu, organik ürünlerde kimyasal kullanılmamasının organik ürünlerin tercih edilmesini, satın alınmasını sağladığı ve genel olarak kimyasal girdi kullanılmamasına olumlu bakıldığı saptanmıştır.

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

Tüketiciler çevre sorunları hakkında daha fazla endişe duydukça, ‘yeşil’ ve ‘çevre dostu’ ürünlere dayalı pazarlama stratejilerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu çalışmanın sınımlarında Erzurum ilinde bulunan tüketicilerin organik üretimi ve ürünlerinin tüketimini destekleyerek devamlılığını sağladıkları saptanmıştır. Litvanyalı tüketiciler üzerinde yapılan bir çalışmada, tüketici seçimlerinin yalnızca sağlık ve kalite kaygılarından dolayı olduğu görülmüştür. Tayvanlı tüketicilerle yapılan araştırmanın ardından sağlık bilincinin organik gıdayı tercih etme nedenlerinden biri olduğu öngörülmüştür (Yusifov, 2021). Ayrıca yeşil tüketicilerle ilgili bazı araştırmalarda, tüketici kararlarını ve organik ürünleri satın alma niyetlerini tahmin etmek için harekete geçiren güdüleri keşfetmek amacıyla çalışma yapılmış ve tüketicilerin organik ürün satın almalarını etkileyen güdülerin en başında sağlık sorunları ve çevre sorunları olduğu ifade edilmiştir (Ghali-Zinoubi ve Toukabri, 2019; Mei ve Piew, 2012). Eldeki araştırma bulgularına göre organik

ürünlerin satın alınmaları ve tercih edilmelerinin sağlık ve çevre kaygısının olduğunu (kimyasal olmaması, satın alma ve güven boyutu içerisindeki ölçek maddelerine verilen yanıtlardan) destekleyen sonuçlar saptanmıştır.

Tarım sektörü, ekonomik olarak incelendiğinde piyasanın serbest ekonomik yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu sebeptendir ki rekabete en açık sektör tarım sektörüdür. Şirketleşmeler sonucunda üretimin artması ise piyasa içerisinde oluşan arz ve talep miktarına oranla değer kazanıp veya değerinin azaldığı bir döngü içerisinde devam edebilir.

Tarım sektörü diğer sanayi sektörleri gibi, küresel ekonomiden etkilenmesi durumu zayıftır. Örneğin bir ekonomik kriz sürecinde diğer sanayi sektörlerinin olumsuz etkilendiğini açıkça görebilmek mümkündür. Ancak tarım sektöründe asıl amaç insan temel ihtiyacını karşılamak olduğu içindir ki zararına da olsa üretimin yapılması mecburidir. Buradan da anlaşılacağı üzere ekonomik kaygılar ikinci plandadır. Ayrıca tarım ürünlerinin üretiminin artması talebinin de aynı oranda artacağını ifade etmezken, bu durum tarım ürünlerinin inelastik olduğunu göstermektedir. Buğday, arpa, yulaf vb. ürünlerde ise depolama imkânları nedeniyle yıllara göre üretimi dengeleme olarak sonuçlandırılıp, sayılan tarım ürünlerinde elastikiyet yakalanabilmektedir.

Son dönemlerde organik tarım çalışmaları; Covid-19 pandemisi sonucu şehirlerden insanların köylerine veya kırsal alanlara göç etmesine ve kendi ürettiğini tüketme düşüncesinin güçlenmesine neden olmuş ve böylece organik üretime dönüş artmıştır.

Erzurum'un zararlı ve yabancı ot mücadelesi amacıyla kullanılan kimyasalların oldukça düşük seviyelerde olması nedeniyle, organik tarıma elverişlilik yönünden yüksek bir potansiyeli bulunmaktadır. Dolayısıyla Erzurum, Doğu Anadolu Bölgesinin organik hayvansal üretim konusunda merkez olabilecek potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Erzurum ilinde tüketicilerin organik ürün tüketim eğiliminin artmasında hane geliri ve bu gelire dolaylı yoldan etkili olan hane birey sayısı ve bireyin gelir getirici bir faaliyet ile uğraşma gibi faktörleri etkili olmaktadır. Ekonomik koşullar organik ürün tüketimi üzerine etkili olan en önemli faktördür (Uzundumlu ve Sezgin, 2019). Erzurum ilinin coğrafik yapısı ve iklim koşulları dikkate alındığında organik tarım için uygun alanlara sahip olduğu ve giderek organik tarımın il bazında geliştiği görülmektedir.

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

Kaynakça

- Akbay, F., Erol, A., & Kızılsımsek, M. (2023). Bazı organik gübrelerin fiğ+tritikale yetiştiriciliği ve toprak verimliliğinin korunması üzerine etkisi. *Muş Alparslan University Journal of Agriculture and Nature*, 3(1), 27-39.
- Akgül, E., Barın, S., Kılıç, G. B., & Şen, D. B. (2020). Gıda mühendisliği bölümü öğrencilerinin organik gıda tüketim tercihleri ve alguları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 324-328.
- Atsan, T. & Kaya, T. E. (2008). Genetiği değiştirilmiş organizmaların (GDO) tarım ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 1-6.
- Aydın, B. & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Birinci, A., & Okan, A. (2008). Erzurum ili tarım işletmelerinde kooperatifleşme ve sosyal güvenlik durumunun tespiti üzerine bir çalışma. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 14(1-2), 31-36.

- Boz, İ. ve Kılıç, O. (2021). Türkiye’de organik tarımın gelişmesi için alınması gereken önlemler. *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 390-400.
- Bozok, D., Narin, M., & Girgin, G. K. (2016). Organik tarım ve kırsal kalkınmaya etkisi: Kırtık Köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 6(1), 01-06.
- Chang, H. S., & Zepeda, L. (2005). Consumer perceptions and demand for organic food in Australia: Focus group discussions. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(3), 155-167.
- Çelik, H., Hayran, S., & Gül, A. (2021). Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarım. *ICONSAD’21*, 22-25 december, Adana, Türkiye, 364-372.
- Çetiner, S., & Tuzla, İ. (2005). *Türkiye ve dünyada tarımsal biyoteknoloji ve gıda güvencesi: sorunlar ve öneriler*. GDO Bilgi Platformu. available in chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjcgiclfndmkaj/https://www.obi.bilkent.edu.tr/bultenorta/ekoilk27102016.pdf (05.08.2022).
- Çınar, D., & Göktaş, B. (2019). Organik tarım ürünleri konusunda yapılmış pazarlama çalışmalarından örnekler. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(1), 131-144.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö., & İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Demirtaş, H. A. (2012). *Tutum, tutum değişimi ve ikna* (1.baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Demiryürek, K. (2000). *The analysis of information systems for organic and conventional hazelnut producers in three villages of the Black Sea region, Turkey*, published PhD thesis, The University of Reading, UK, OMÜ Ziraat Fakültesi Basımevi, 301.
- Demiryürek, K. (2011). Organik tarım kavramı ve organik tarımın dünya ve Türkiye’deki durumu. *GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Ergin, E.A & Özsaçmacı, B. (2011). Turkish consumers’ perceptions and consumption of organic foods. *African Journal of Business Management*, 5(3), 910-914.
- Ermetin, O. & Bayramoğlu, Z. (2010). Konya İlinde Organik Hayvancılık Potansiyeli ve Yaygınlaştırma Olanakları. *Ziraat Mühendisliği*, 355, 34-39.
- FAO, (2021). 2013 Food and Agriculture Organization of the United Nations. available in <http://faostat.fao.org/site/567/default.a.spx#ancor>, (04.05.2022)
- Fraj, E. & Martinez, E. (2006). Influence of personality on ecological consumer behaviour. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5(3), 167-181.
- Ghali-Zinoubi, Z. & Toukabri, M. (2019). The antecedents of the consumer purchase intention: Sensitivity to price and involvement in organic product: Moderating role of product regional identity. *Trends in Food Science & Technology*, 90, 175-179.
- Gülgör Doğan, E. (2017). *Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri*, yüksek lisans tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Gündüz, A. Y. & Kaya, M. (2007). Avrupa Birliği tarım politikası ve Türkiye’de organik tarımın geliştirilmesi üzerine olası etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(21), 305-330.
- Güngör, M. (2019). *Organik ürünlere yönelik tüketici ilgilenimi ile satın alma nedenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir pilot araştırma*, yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.
- Irianto, H. (2015). Consumers' attitude and intention towards organic food purchase: An extension of ththeory of planned behavior in gender perspective. *International journal of management, economics and social sciences*, 4(1), 17-31.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum algı iletişim* (5. baskı). İstanbul: Beykent Üniversitesi yayınları.
- Kabaklarlı E. (2018). *Sanayi 4.0 ve dijital ekonomi*. Ankara: Atlas Akademik Basım Yayın.
- Kaçan, K., Çakır, E., & Aygün, İ. (2018). Determination of Possibilities of Microwave Application for Weed Control. *International Journal of Agriculture & Biology*, 20(5), 966-974.
- Kalaycı, Ş. (2005). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karabaş, S. (2011). *Organik ürünlerin pazarlanmasında üretici-tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Samsun ili örneği)*, doktora tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

- Karelakis, C., Zafeiriou, E., Papadopoulos, S., & Koutroumanidis, T. (2018). Organics or not? Prospects for uptaking organic farming. *New Medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, 17(1): 3-22.
- Kayabaşı, T. E. (2020). COVID-19'un piyasalara ve tüketici davranışlarına etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5). 15-25.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *Association for Consumer Research*, 32(1), 592-599.
- Koday, S. (2005). *Doğu Anadolu Bölgesinde hayvancılık*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The antecedents of green purchase intention among Malaysian consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 248.
- Merdan, K. & Kaya, V. (2013). Türkiye'deki organik tarımın ekonomik analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 239-252.
- Oerke, E. C. & Dehne, H. W. (2004). Safeguarding production – losses in major crops and the role of crop protection. *Crop protection*, 23(4), 275-285.
- Oflaz, Ö., Göktaş, B. & Tarakçı, İ. E. (2023). Tüketici tercih ve davranışlarında iyi tarım uygulamalarına yönelik bir araştırma: Karaman ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 531-548.
- Öztürk, E. N. (2012). *Organik tarımın Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi*, yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Perkins, D. G., Wilson, A. J., Alexander, J. D., Grice, I. H., & Evans, A. D. (2005). Does organic farming benefit biodiversity? *Biological Conservation*, 122 (1), 113-130.
- Pileliene, L. & Tamuliene, V. (2021). Consumer attitudes and behavior towards organic products: Evidence from the Lithuanian market. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 269-299.
- Reddiex, S. J., Wratten, S. D., Hill, G. D., & Frampton, C. M. (2001). Evaluation of mechanical weed management techniques on weed and crop populations. *New Zealand Plant Protection*, 54, 174-178.
- Rist, L., Mueller, A., Barthel, C., Snijders, B., Jansen, M., Simoes-Wust, A. P., Huber, M., Kummeling, I., von Mandach, U., Steinhart, H. & Thijs, C. (2007). Influence of organic diet on the amount of conjugated linoleic acids in breast milk of lactating women in the Netherlands. *Br J Nutr.*, 97(4), 735-43.
- Saba, A. & Messina, F. (2003). Attitudes towards organic foods and risk/benefit perception associated with pesticides. *Food quality and preference*, 14(8), 637-645.
- Shaharudin, M. R., Pani, J. J., Mansor, S. W., Elias, S. J., & Sadek, D. M. (2010). Purchase intention of organic food in Kedah, Malaysia; A religious overview. *International Journal of Marketing Studies*, 2(1), 96.
- Sheth, J. (2020). Impact of COVID-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, (117), 280-283
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2023). <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Genel-Bilgiler>, 02.05.2023.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi* (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Temizkan, V., Güven, E. Ö., Yılmaz, A., & Andsoy, C. (2021). Covid-19 ile gerçekleşen tüketici davranışları ve eğilimlerine yönelik bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1311-1327.
- Tepe, I. (2014). *Yabancı otlarla mücadele*. İzmir: Sidas Medya Ziraat Yayın, No: 031.
- Usda (2023). *U.S. Department of Agriculture*, <https://www.usda.gov/tr>, 13.06.2023.
- Uygur, F. N. & Lanini, W. T. (2006). Organik tarımda yabancı ot kontrol yöntemleri ve yan etkileri. *Türkiye 3. Organik Tarım Sempozyumu*, 1-4 Kasım, Yalova.
- Uzun, N., & Sağlam, N. (2006). Ortaokul öğrencileri için çevresel tutum ölçeği geliştirme ve geçerliliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 240-250.

- Uzundumlu, A. S. & Sezgin, A. (2019). Analysis of factors effecting organic product consumption. A case study of Erzurum province. *IBAD Journal of Social Sciences*, (Special Issue), 441, 451.
- Van Bruggen, A. H., Gamliel, A., & Finckh, M. R. (2016). Plant disease management in organic farming systems. *Pest Management Science*, 72(1), 30-44.
- Velnampy, T. & Sivapalan, A. (2016). Integrated model for understanding and enhancing green purchase behavioral intention: Directions for future research. *Journal of Sociological Research*, 7(1), 105-122.
- Wark, C., & Galliher, J. (2007). Emory bogardus and the origins of the social distance scale. *The American Sociologist*, 38(4), 383-395.
- Yapraklı, T. Ş. & Ünal, M. (2017). Lojistik merkez olabilmesi açısından Erzurum'un SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(3), 677-700.
- Yavuz, F., Aksoy, A., & Demir, N. (2016). Erzurum İlinde Muhtemel Tarımsal Yatırım Alanları Rehberinin Hazırlanması Üzerine Bir Çalışma. *XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, 25-27 Mayıs, Isparta.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri-Spss uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, S. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme sorunu: Nicel ve nitel paradigmalardan örnekleme kuramına bütüncül bir bakış. *Kesit Akademi Dergisi*, (11), 421-442.
- Yusifov, T. (2021). *Tüketicilerin çevre dostu ürün değerlendirmelerine ilişkin bir araştırma*, yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.

Extended Abstract

Aim and Scope

Human beings discovered agriculture by hunting and gathering to meet their nutritional needs and by switching from nomadic to settled life; they took their period to a further level by cultivating and developing plants and domesticating animals. With the increasing world population in the nineteenth century, it was aimed to increase agricultural production in order to prevent the food deficit that could occur as a result of the developments called 'Green Revolution' that occurred in these years. Consumers generally have the idea that non-organic foods are more harmful about organic products. Organic farming practices in agricultural production; In addition to the reliability of the product quality obtained as a result of stopping and avoiding the use of chemical inputs, it supports the sustainability of agriculture to be left as a legacy to future generations. Today, it is known that as organic farming practices develop and become widespread, consumers' demands for these products also increase. Despite the developments in the field of medicine in recent years, situations such as the increase in diseases in people who have to eat foods with high chemical input rates and the economically expensive treatment processes have caused the transition of agricultural production from modern production to organic production. As a matter of fact, in developed and developing countries, people's tendency towards organic products has increased, even though they are expensive.

In this study; The subject of the research was to determine consumer behavior in order to understand the thoughts of people living in Erzurum about organic agriculture and how their socioeconomic status is reflected in their consumption. When we look at the literature, although there are many studies on consumer behavior, the study on organic agricultural products in Erzurum province is not sufficient. It is thought that the current study may contribute to filling this gap in the literature. The study firstly presents a theoretical framework about the concepts of organic agriculture and consumer behavior, then presents examples from the literature that are close to these subjects, continues with the findings obtained from the research, and finally analyzes the results obtained from the findings; it is completed by offering suggestions for the literature, the scientific world and the industry.

Methods

The study was conducted with the participation of individuals in Erzurum city center, districts and villages, and included the attitudes and behaviors of those who responded correctly to the entire survey about organic agriculture. In the survey study; in the first part, demographic questions such as gender, education level, age, marital status, how many people live in your home, your profession, and your financial income were asked. In the second part of the survey, participants' knowledge and opinions about organic products were used, and in the third part, a five-point Likert attitude scale consisting of 41 items was used and a survey was conducted with 401 participants. The survey was completed in February 2023. The data obtained was analyzed in the SPSS 25 package program.

Findings

The population of the study was selected from households shopping for food in Erzurum province. In hypothesis tests, it was concluded that consumers participating in the research did not view the use of chemical inputs negatively, and in some hypothesis tests, it was concluded that organic products were preferred and purchased by consumers. The emerging factors of the research are; The dimension of having chemicals in organic agriculture, the dimension of not having chemicals in organic agriculture, the dimension of trust in organic agriculture, the dimension of perception towards the Province in organic agriculture, the dimension of preferring organic agricultural products, the dimension of purchasing organic agricultural products and the general opinion dimensions. In the correlation test performed to see the relationship between these dimensions, it was found that there was a correlation between 18 dimensions, it has been observed that it does not exist among 3 dimensions.

Conclusion

In this study, it was tried to determine the attitudes and behaviors of consumers living in Erzurum about organic agriculture. The study was carried out, supported by demographic tests, to determine the attitudes and behaviors of consumers regarding the chemical aspect of organic agriculture, the non-chemical dimension, the trust dimension, the perception dimension towards the Province, the purchasing dimension, and the general opinion dimensions. Considering the geographical structure and climatic conditions of Erzurum province, it is seen that it has suitable areas for organic agriculture and organic agriculture is gradually developing on a provincial basis. Based on the benefits of organic agriculture to farmers in terms of human health and economy, it is recommended to announce its importance through mass media and to increase awareness levels by providing awareness training to relevant stakeholders on the subject. In addition, it has been observed that the behavior of consumers has changed in terms of preferring organic products, and health concerns as well as their economic situation are among the reasons that most affect this behavior. It is expected that this research will raise awareness and contribute to all stakeholders who want to conduct research in order to leave a healthy, livable legacy to future generations.