

**Atf İçin:** Ayaşan T, Gürsoy E, Çetin M, Karadaş K, Çelik Ş, Ayaşan Ş, 2022. Organik Bitkisel ve Hayvansal Üretim, Ürün, Bilgi ve Tüketim Alışkanlıkları. İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 12(4): 2558-2567.

**To Cite:** Ayaşan T, Gürsoy E, Çetin M, Karadaş K, Çelik Ş, Ayaşan Ş, 2022. Organic Crop and Animal Production, Product, Knowledge, and Consumption Habits. Journal of the Institute of Science and Technology, 12(4): 2558-2567.

### **Organik Bitkisel ve Hayvansal Üretim, Ürün, Bilgi ve Tüketim Alışkanlıkları**

Tugay AYAŞAN<sup>1\*</sup>, Esra GÜRSOY<sup>2</sup>, Merve ÇETİN<sup>1</sup>, Köksal KARADAŞ<sup>3</sup>, Şenol ÇELİK<sup>4</sup>, Şevval AYAŞAN<sup>5</sup>

**ÖZET:** Bu araştırma, bireylerin organik bitkisel ve hayvansal üretim, organik ürün tüketim alışkanlıkları ile bilgi kaynaklarını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışmada Ana Kitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme Yöntemi'ne göre belirlenen 399 kişiyle anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada, katılımcıların %95.0'i organik tarım hakkında bilgi sahibiyken, %5.0'i herhangi bir bilgiye sahip olmadıklarını bildirmişlerdir. "Tüketilen gıdanın güvenilir olduğunu düşünüyor musunuz?" sorusuna en yüksek frekansla "bazen" cevabı (%33.8) verilmiştir, "hayır" şeklinde cevap verenlerin oranının da %15.3 olduğu görülmüştür. En önemli gıda riski olarak, çoğunlukla (%60.4) kimyasallar, genetiği değiştirilmiş organizma (GDO), deli dana hastalığı ve radyasyon uygulamaları; en az oranda da (%16.0) mikroorganizmaların olduğu belirtmiştir. Katılımcıların %55.1'i gıda üzerindeki etiketleri bazen okuduklarını; %4.5'i ise hiçbir zaman okumadıklarını ifade etmişlerdir. Organik gıdayı daha mı güvenilir buldukları sorusuna ise, %77.9'u evet cevabını vermiştir. Katılımcıların %80.2'sinin organik ürün tükettiği belirlenmiştir. Organik ürün tüketmeyen tüketicilere, organik ürün satın almama nedenleri sorulduğunda, %55.9 ile organik olduğuna güvenmeme, %12.8 ile ek bir fayda getireceğine inanmama, %9.8 ile de fiyatının yüksek olması olarak belirtilmiştir. Katılımcıların çoğu (%84.2) daha önce organik yem kavramını duyduklarını ayrıca barınak koşullarının hayvansal ürün kalitesine etkisinin (%97.5) olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların organik, güvenilir ve sağlıklı ürünlere daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları (%78.7) ve organik hayvansal ürün satın alırken ürünlerin tanınmış marka olmasına dikkat ettikleri (%82.0) görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Anket, hayvansal üretim, organik hayvancılık, organik ürün

### **Organic Crop and Animal Production, Product, Knowledge, and Consumption Habits**

**ABSTRACT:** This research was organized in order to reveal people's organic plant and animal production, product, information, and consumption habits. In this study, a survey was applied to 399 people. In the study, while 95.0% of the participants knew about organic agriculture, 5.0% reported that they had no information. Do you think the food consumed is safe? The most frequently answered question was sometimes (33.8%), and the rate of those who answered no was 15.3%. They stated that the most important food risk was chemicals (60.4%), GMOs, mad cow disease, and radiation applications, and the least amount (16.0%) was microorganisms. Considering the rate of those who read the labels on the food, 55.1% answered sometimes; 4.5% stated that they have never read. When asked whether organic food is more reliable, 77.9% replied yes. It was determined that 80.2% of the participants consumed organic products. When consumers were asked what their reasons were for not buying organic products, 55.9% said they did not trust that it was organic, 12.8% did not believe that it would bring any additional benefit, and 9.8% said it had a high price. Participants stated that they had heard of the concept of organic feed (84.2%) before, and that the conditions of the shelter affected the quality of animal products (97.5%). It has been observed that the participants are willing to pay more for organic, reliable, and healthy products (78.7%), and they pay attention to being a well-known brand (82.0%) when buying organic animal products.

**Keywords:** Animal production, organic livestock, organic product, survey

<sup>1</sup>Tugay AYAŞAN (Orcid ID: 0000-0001-7397-6483), Merve ÇETİN (Orcid ID: 0000-0002-4227-9228), Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadırlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Osmaniye, Türkiye

<sup>2</sup>Esra GÜRSOY (Orcid ID: 0000-0002-4697-7365), Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Celal Oruç Hayvansal Üretim Yüksekokulu, Ağrı, Türkiye

<sup>3</sup>Köksal KARADAŞ (Orcid ID: 0000-0003-1176-3313), İğdır Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, İğdir, Türkiye

<sup>4</sup>Şenol ÇELİK (Orcid ID: 0000-0001-5894-8986), Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootekni Bölümü, Bingöl, Türkiye

<sup>5</sup>Şevval AYAŞAN (Orcid ID: 0000-0001-8816-3928), İstanbul Aydın Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, İstanbul, Türkiye

\*Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Tugay AYAŞAN, e-mail: tayasan@gmail.com

## GİRİŞ

Organik tarım, doğadaki dengeyi koruyan, toprak verimliliğinde devamlılığı sağlayan, her aşaması kontrol altında olan bir üretim şeklidir. Üreticilerin organik tarıma yönelmelerinde, sağlıklı olmak veya yaşamak istemeleri öncelikli sebeplerdendir. Organik tarımın avantajları organik ürünlerin kimyasal içermemesi, kullanılan yöntemlerin çevre dostu olması, kimyasal ürün ve yenilenemeyen enerji kullanımını azaltması, toprak oluşumunda etki göstermesi, sera etkisinde azaltmayı sağlaması, atık geri dönüşümde etkili olması, toprağı yumuşatmayı sağlaması sıralanabilir. Covid 19 çıktıktan sonra sağlığa daha çok önem verilmeye başlanmış olup; bu çerçevede organik ürün konusu daha çok dikkat çekmeye başlamıştır.

Organik yumurta ve et tüketiminin araştırıldığı bir çalışmada, tüketicilerin yaklaşık üçte ikisinin organik ürünlerden haberdar olduğu, tüketicilerin kendisini ve ailesi için organik ürünler tükettikleri ifade edilmiştir (Bardakçı, 2021).

Organik tarım işletmeciliğine bakış açısının değerlendirildiği bir çalışmada, ankete katılan ziraat mühendislerinin organik tarım bilgisini, çoğunlukla (%50.8), mezun oldukları bölümden aldıklarını ifade ederek organik bitkisel ve hayvansal üretim yapmanın gerekli olduğunu belirtmişlerdir (Bulanıklı ve ark., 2021).

Çınar ve ark., (2021), organik gıda satın alma düşüncelerinin ahlaki tutum, kişisel tercih, sağlık bilinci ve çevre endişesi ile doğrudan ilişkili olduğunu açıklarken; İnan ve ark., (2021), ürünlerin sağlıklı olması, kimyasal madde içermemesi ve ürün kalitesi ile ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu araştırma, katılımcıların organik bitkisel ve hayvansal üretim durumunu, organik ürün tüketim alışkanlıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

## MATERYAL ve METOT

Çalışmanın popülasyonunu 2021 yılı Osmaniye İl nüfusunun (553012 kişi) %50.63'ünü oluşturan Merkez ilçe (279992 kişi) Gayeli Örneklem Yöntemi ile seçilmiştir (Anonim, 2021).

Araştırmanın örnek hacminin belirlenmesinde Collins (1986)'ın önerdiği "Ana Kitle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örneklemesi" yöntemi uygulanmıştır. Popülasyonu temsil edecek maksimum seviyeye ulaşmak için oran %50 tutulmuştur.

Hatalı ve yetersiz cevap verilmesi ihtimaline karşılık örneklem büyüklüğü %10 artırılmıştır. Buna göre 422 anket uygulanmış ancak değerlendirme 399 anket üzerinden yapılmıştır. Anket soruları belirlenirken, bu konuda çalışmaları olan öğretim üyelerinden fikirleri alınmıştır.

$$n = \frac{z^2}{e^2} p x q \quad (1)$$

n: Örnek hacmi

z: % 95 önem derecesine karşılık gelen standart tablo değeri

e: örneklemede kabul edilen hata payı (bu çalışmada %5'lik hata kabul edilmiştir.)

p: Hesaplanması istenen oran,

$$q = p - 1 \quad (2)$$

$$n = \frac{1,96^2}{0,05^2} 0,5 x 0,5 = 384 \quad (3)$$

Bu çalışmada 2021/3/7 sayılı karar çerçevesinde Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan resmi onay alınmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, frekans dağılımları ile değerlendirilmiştir. Cinsiyete göre görüşler Mann-Whitney U testi, eğitim düzeyi ve öğrencilerin mezun oldukları bölüme göre kişilerin görüşleri Kruskal-Wallis testi ile değerlendirilmiştir.

Mann-Whitney U testi, bağımsız örnekler için düzenlenen t-testinin parametrik olmayan çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kalaycı ve ark., 2006). Bu testte verilerin ordinal ölçekte olması gerekir (Kartal, 2006).

X gözlem değerlerine atanan sıra sayılarının toplamı S olmak üzere, Mann-Whitney test istatistiği,

$$T = S - \frac{n_1(n_1+1)}{2} \quad (4)$$

olarak tanımlanır (Gamgam ve Altunkaynak, 2013).

Kruskal-Wallis testi ise tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan kısmı olarak karşımıza çıkar. Bu test için gerekli olan model aşağıdadır:

$$X_{ij} = \mu + \alpha_i + \varepsilon_{ij}, \quad i = 1, 2, \dots, n; \quad j = 1, 2, \dots, c \quad (5)$$

şekindedir (Hollander ve Wolfe, 1973).

Burada;  $X_{ij}$ : i. grupta j. işlem için gözlem değerleri,  $\mu$ : Genel ortalama,  $\alpha_i$ : i. grup etkisi,  $\varepsilon_{ij}$ : Hata terimi c: grup sayısıdır. Kruskal-Wallis (1952) tarafından önerilen test istatistiği

$$S = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{i=1}^c \frac{R_i^2}{n_i} - 3(n+1) \quad (6)$$

şekindedir. Burada,  $R_i^2$ : i. gruba ait sıra sayıları karesidir.

Anket sonucunda elde edilen veriler SPSS 22.00 programında analize tabi tutulmuştur.

## BULGULAR ve TARTIŞMA

Ankete katılan kişilerin büyük bir çoğunluğunu üniversiteyi okuyan ve bitirmiş kişiler, öğrenciler oluşturmuştur. Ankete katılan 399 kişinin %51.4'ünü erkek, %48.6'sını kadınlar oluşturmuştur (Çizelge 1). Katılımcıların yaş aralıklarının 18-61 yaş arasında değiştiği görülmüştür. Tüketicilerden öğrenci olanlar eğitim durumlarına göre değerlendirildiğinde, üniversite öğrencileri incelenmiş olup; 1. Sınıf %19, 2. Sınıf %15.5, 3. Sınıf %10.3, 4. sınıf %13.3, mezun %18.5, yüksek lisans %10, doktora öğrencisi %9 olup %4.3'ü diğer grupta yer almıştır. Tüketicilerin %30.1'i zootekni, %13.0'ü öğretmenlik, %9.0'u tarım ekonomisi, %18.5'i organik tarım işletmeciliği, %7.5'u ziraat mühendisliği, %5.0'i tarım teknolojisi, %4.3'ü gıda teknolojisi ve %12.6'sının diğer bölümlerde eğitim gördükleri saptanmıştır. Tüketicilerden mezun olanların eğitim durumu olarak en fazla %49.9 ile lisans ve %18.3 ile doktora olduğu tespit edilmiştir. Ağır ve ark., (2014), tüketicilerin eğitim durumları inceledikleri çalışmalarında %41.9'unun lisans eğitimi gördükleri, %32'sinin lise, %8.8'inin ortaokul, %14.1'inin ilkokul ve de %2.1'inin lisansüstü mezunu olduğunu açıklamışlardır. İnci ve ark., (2017), lise ve üniversitede eğitim gören tüketicilerin diğer tüketicilere göre daha fazla organik ürün tükettiklerini ifade ederken, Bahşi ve Akça (2019) tüketicilerin organik tarıma bakış açılarını inceledikleri çalışmada, ankete katılan tüketicilerin en fazla lise ve lisans mezunu olduklarını bildirmişlerdir.

Katılımcıların %38,3'ünün öğrencilik dışında başka işinin de olduğu belirlenmiştir (Çizelge 2). Tüketilen gıdanın güvenilir olduğunu düşünüyor musunuz? sorusuna en fazla "bazen" cevabı (%33.8) verilmiş, "hayır" şeklinde cevap verenlerin oranının da %15.3 olduğu görülmüştür. Bu oranlara göre tüketicilerin gıda güvenilirliği hakkında tereddüt yaşadıkları görülmüştür. En önemli gıda riski olarak, çoğunluğun (%60.4) kimyasallar, GDO, deli dana hastalığı ve radyasyon uygulamalarını, en az oranda (%16.0) ise mikroorganizmaların olduğunu belirtmişlerdir. Gıda güvenilirliği ve gıda riski konularında daha fazla çalışma yapılması ve ayrıca ilgili kurumların gıda riski konularının gıda güvenilirliğine etkilerini açıklayıcı çalışmalar yapması önerilebilir.

Avrupa Birliği Gıda Güvenliği İdaresi tarafından denetlenen katkı maddelerinde bulunan "E" harfi, "Avrupa (Europe)" anlamındadır. Gıda etiketleri üzerindeki E numarasının ne anlama geldiği

sorusuna %46.9'u bilmediklerini ifade ederken, %20.8'i koruyucular ve %14.5'i ise AB onaylı katkı maddeleri demıştır.

**Çizelge 1.** Görüşme yapılan tüketici profili (n=399)

	Tanımlama	Sayı, n	Oran (%)
Cinsiyet	Erkek	205	51.4
	Kadın	194	48.6
Sınıf	1	76	19.0
	2	62	15.5
	3	41	10.3
	4	53	13.3
	Mezun	74	18.5
	Yüksek Lisans	40	10.0
	Doktora	36	9.0
	Diğerleri	17	4.3
Bölümünüz	Zootekni	120	30.1
	Öğretmenlik	52	13.0
	Tarım Ekonomisi	36	9.0
	Organik Tarım ve İşletmeciliği	74	18.5
	Ziraat Mühendisi	30	7.5
	Tarım Teknolojisi	20	5.0
	Gıda Teknolojisi	17	4.3
	Diğerleri	50	12.6
Eğitim durumu	Lisans	199	49.9
	Yüksek lisans	50	12.5
	Doktora	73	18.3
	Ön lisans	72	18.0
	Okuryazar-Lise	5	1.3

Gıda üzerindeki etiketleri okuyanların oranına bakıldığında %55.1'i bazen cevabını verirken; %4.5'i de hiç okumadıklarını ifade etmişlerdir. Doğan (2017), tüketicilerin organik ürün ayırt etme şekillerine göre dağılımını inceledikleri çalışmada, %18.56'sının etiket bilgisine bakarak bu işi yaptıklarını söylemiştir.

**Çizelge 2.** Tüketicilerin gıda riski ve gıda tüketimi hakkındaki görüşleri

	Tanımlama	Sayı, n	Oran (%)
Tükettiğiniz gıdanın güvenilir olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet, kesinlikle	101	25.3
	Genellikle	102	25.6
	Bazen	135	33.8
	Hayır	61	15.3
En önemli gıda riski sizce nedir?	Mikroorganizmalar	64	16.0
	Pestisitler	94	23.6
	Kimyasallar, GDO, Deli dana hastalığı, radyasyon uygulamaları	241	60.4
Gıda etiketleri üzerindeki E numarasının ne anlama geldiğini biliyor musunuz?	AB onaylı katkı maddeleri	74	14.5
	Zararlı maddeler	11	2.8
	Koruyucular	83	20.8
	Doğal olmayan katkı maddeleri	44	11.0
	Bilmiyorum	187	46.9
Gıda üzerindeki etiketleri okur musunuz?	Evet, kesinlikle	158	39.6
	Evet, bazen	220	55.1
	Hayır	18	4.5
Gıda katkı maddeleri hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?	Evet, kesinlikle	93	23.3
	Evet fakat yeterli değil	204	51.1
	Çok az	102	25.6

Anket yapılan tüketicilerin %38.3'ünün (n=153) öğrencilik dışında herhangi işinin bulunmadığı belirlenmiştir.

Tüketicilerin tükettiği gıda içeriklerinin ne olduğuna dair bilinçlerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Gıda katkı maddeleri hakkında yeterli bilgiye sahip misiniz sorusuna %23.3'ü evet kesinlikle derken; %51.1'i evet ama yeterli değil cevabını vermiş; %25.6'sı da çok az bilgiye sahibim demiştir. Bilgiye sahip kişilerin okudukları bölümden dolayı bilgi sahibi oldukları düşünülmektedir. Naspetti ve Zanolı (2009), tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgi düzeylerini değerlendirdikleri çalışmada, organik gıdaların üretim sürecinde nasıl bir süreçten geçtiği konusunda tüketicilerin yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların %95.0'i organik tarım hakkında bilgiye sahipken, %5.0'i herhangi bir bilgiye sahip olmadıklarını bildirmişler (Çizelge 3). Doğan (2017), tüketicilerin %72.45'inin organik tarım hakkında bilgi sahibi olduğunu, %0.60'ının bilgisiz olduğunu, %26.95'inin de kararsız olduklarını söylemiştir. Acıbuca ve ark., (2018), organik tarım hakkında bilgi sahibi olduklarını belirten tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun (%73.1'i), Tarım Orman Bakanlığının İl/ilçe Müdürlüklerinden, %17.3'ünün tavsiye üzerine, %9.6'sının da sosyal medya aracılığıyla organik tarımdan haberdar olduklarını söylemişlerdir. Yapılan bir diğer araştırmada, organik ürün tanımı sorulmuş olup; ankete katılanların %48.5'u kimyasal madde içermeyen ürün derken, %24.8'i doğal ürünler şeklinde bilgi vermişlerdir (Kekeç ve Seçer, 2021).

Sizce organik gıda daha mı güvenilir sorusuna, %77.9'u evet cevabını vermiştir. Katılımcıların %80.2'sinin organik ürün tükettiği belirlenmiştir. İnci ve ark., (2017), tüketicilerin büyük çoğunluğunun (%54.5) organik ürün tükettiğini bildirirken; Merdan (2018) organik ürün tüketimine etki eden faktörleri incelediği çalışmasında, %87.9 oranında katılımcıların organik ürün tükettiğini bildirmiştir.

Ne kadar sıklıkla organik ürün tüketiyorsunuz sorusuna katılımcıların %29.8'i tüketmiyorum derken; %26.3'ü çok az, %16.0'sı haftada bir, %6.3'ü sıklıkla, %3.8'i çok sık ve %8.8'i hergün cevabını vermiştir.

**Çizelge 3.** Tüketicilerin organik ürün satın alma ve tüketim alışkanlıkları

	Tanımlama	Sayı, n	Oran (%)
Organik tarım hakkında bilginiz var mı?	Evet	379	95.0
	Hayır	20	5.0
Sizce organik ürün daha mı güvenlidir?	Evet	311	77.9
	Bazen	71	17.8
	Hayır	17	4.3
Organik ürün tüketiyor musunuz?	Evet	320	80.2
	Hayır	79	19.8
Ne kadar sıklıkla organik ürün tüketiyorsunuz?	Tüketmiyorum	119	29.8
	Çok az	105	26.3
	Bazen	36	9.0
	Haftada bir	64	16.0
	Sıklıkla	25	6.3
	Çok sık	15	3.8
	Hergün	35	8.8
Organik ürün satın almak / tercih etmek isterseniz sebepleriniz neler olur?	Sağlıklı olması	246	61.7
	Güvenilir olması	22	5.5
	Ürünlerin test edilmiş olması	38	9.5
	Çevre dostu yöntemlerle üretilmiş olması	35	8.8
	Hayvan refahı yönünden katkıları olması	11	2.8
	Tat kalitesi	7	1.8
	Damak zevki	4	1.0
Fikrime uygun	36	9.0	

Dağıstan ve ark., (2010), organik ürün tüketim eğilimi isimli çalışmalarında, tüketicilerin organik ürün tüketim oranını %66.67 olarak saptadıklarını bu oranın da çok yüksek olduğunu bildirmiştir. Özbağ (2010) ise organik ürün tüketenlerin %21.8'inin her zaman organik ürün tükettikleri, %32.7'sinin haftada 1-2 kez, %5.5'inin ayda 1-2 kez ve de %40'ının da değişen sıklıkta organik ürün tükettiklerini ifade etmiştir. Erbaşlar (2013), Uludağ üniversitesinde okuyan öğrencilerin en az haftada bir (%47), en az ayda bir (%38), en az yılda bir kez (%14 oranında) bitkisel ve hayvansal organik ürün tükettiklerini açıklamıştır. Yazar bu öğrencilerin yaş aralıklarının çoğunlukla 18-29 yaş arası olduğuna da dikkat çekmiştir.

Tüketicilerin organik ürün satın alma/tercih etme sebepleri olarak, %61.7'si sağlıklı olması, %9.5'i ürünlerin test edilmiş olması, %9.0'u fikirlerine uygun olması, %8.8'i çevre dostu yöntemlerle üretilmiş olması, %5.5'i güvenilir olması, %2.8'i hayvan refahı yönünde katkıları olması, %1.8'i tat kalitesinden ve %1.0'i de damak zevkenden dolayı tercih ettikleri görülmüştür (Çizelge 3). Sarıkaya (2007), yaptığı çalışmada, hormonsuz olduğu için organik ürünlerin daha çok (%80.6) tercih edildiğini bildirmiştir. Güney ve Giraldo (2019), organik ürünlerin tüketilme sebebinin daha sağlıklı olması olduğunu bildirirken; Güngör (2019), sağlık, çevre duyarlılığı ve tat/lezzet gibi faktörlerin, organik ürün almayı etkileyen en önemli 3 faktör olduğunu açıklamıştır. Kekeç ve Seçer (2021), tüketicilerin organik ürünleri tüketme sebeplerinin %50.5 ile sağlık problemleri, %18.8 ile medyada GDO'lu ürünlerle ilgili çıkan haberlerden olumsuz olarak etkilenme, %15.8 ile merak etmeleri, %5.9 ile çevreye zarar vermeden üretilmesi, %5.0 ile arkadaşlarının tavsiyesi, %3.0 ile haberlerden etkilenme, %1.0 ile de yeni bir eğilim olması olduğu olduğunu bildirmişlerdir.

Organik ürün tüketmeyen tüketicilere, organik ürün satın almama nedenleriniz nelerdir diye sorulduğunda, %55.9 ile organik olduğuna güvenmeme, %12.8 ile ek bir fayda getireceğine inanmama, %9.8 ile de fiyatının yüksek olması demişlerdir. Yapılan bir çalışmada kişilerin gelir düzeyinin organik ürün tüketim düzeyi ile direkt ilişki içerisinde olduğu görülürken (Çelik, 2013); İnci ve ark., (2017), tüketicilerin gelir durumları arttıkça, organik ürün harcamasında artışlar meydana geldiğini tespit etmiştir. Bıykoğlu (2010), organik gıdalarla ilgili tüketici davranışlarını incelediği çalışmada, tüketicilerin organik her gıdayı kolaylıkla her yerde bulamayışlarından (%73.4) dolayı tüketemediklerini açıklamıştır. Bu konuda yapılan bir araştırmada, Kekeç ve Seçer (2021), organik ürün tüketimindeki artışın çok fazla neden yüzünden olumsuz etkilendiğini bildirerek, bunlara örnek olarak yeterli bilgi eksikliği, organik ürünlerin her yerde satılmaması, organik ürünlere verilen sertifikalara güvenilmemesini vermişlerdir. Medya, reklam vb. yollarla tüketicilere organik üretimin önemini anlatılmasının sürdürülebilir tarımsal üretim sağlanması bakımından önem arz etmektedir.

Katılımcıların organik, güvenilir ve sağlıklı ürünlere daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları (%78.7) ve organik hayvansal ürün alırken tanınmış marka olmasına dikkat ettikleri (%82.0) görülmüştür. Ağır ve ark., (2014), organik ürün fiyatlarının normal ürünlerden daha pahalı olduklarını söylemişlerdir. Doğan (2017) ise organik ürünlerin fiyatının çok yüksek (%40.12), yüksek (%52.69) ve normal (%7.19) olduğunu ifade etmiştir.

Organik ürünlerin nerede satılmasını istersiniz sorusuna katılımcılar, %32.1 oranında fark etmez derken, %30.6 oranında süpermarketlerden, %21.8 oranında organik ürün satış mağazalarından, %14.5 oranında semt pazarlarından ve %1.0 oranında bakkal ve manavlardan almak isteriz demişlerdir. Tüketicilerin bu konuda kolay ulaşılabilmesi dahilinde satışının nerede olduğunun önemli olmadığını düşündükleri kanısına varılmıştır. İnci ve ark., (2017), organik ürünleri %54 ile market/süpermarketlerden, %24.6 ile semt/yöre pazarlarından, %10.8'de direkt üreticiden satın almayı istediklerini ifade etmişlerdir. Merdan (2018), tüketicilerin organik ürünleri satın almak için

başvurdukları yerin en fazla (%55.8) köyler olduğunu bildirmiştir. Güngör (2019) ise diğerlerine ek olarak %30.5 ile internetten de organik ürünlerin alındığını bildirmiştir.

Katılımcıların organik gıda organizasyonları hakkında bilgi sahibi oldukları (%71.2) anlaşılmıştır. Organik ürünlerin yeterli miktarda üretilmesi durumunda pazar payının katılımcılar tarafından en fazla %50.0 olacağı düşünülmektedir.

Çalışmaya katılım sağlayan tüketicilerin çoğunlukla organik hayvancılık hakkında bilgileri olduğu (%90.0), organik hayvancılığa geçiş hakkında bilgileri olduğu (%76.9), organik hayvancılığa geçiş için sağlanması gereken koşulların neler olduğunu bildikleri (%68.9) ve organik hayvancılık ilkelerinin neler olduğunu öğrendikleri (%63.7) görülmüştür.

Katılımcılar daha önce organik yem kavramını (%84.2) duyduklarını ayrıca barınak koşullarının hayvansal ürün kalitesine etkisinin (%97.5) olduğunu belirtmişlerdir. Hayvancılıkta uygun damızlık ve ırk seçiminin hayvansal üretim için önemini çoğunlukla bildikleri (%86.0), geleneksel etlerde antibiyotik kalıntısının varlığına inandıkları (%72.4) belirlenmiştir.

Tüketiciler daha fazla oranda Türkiye hayvancılığında organik üretime geçilmesini (%92.5) ve organik hayvancılık derneği kurulmasını istedikleri de (%86.2) saptanmıştır.

Organik ürünler yüksek gelirli kişilerin olduğu yerde satılır şeklindeki bir ifadeye, ankete katılanların %43.1'i katılıyorum, %27.1'i kesinlikle katılıyorum derken; %13.8'i kararsızım, %7.5'i katılmıyorum, %8.5'i de kesinlikle katılmıyorum demiştir.

Gelecekte organik ürün üretimi artacaktır ifadesine, ankete katılanların %36.8'i katılıyorum derken; %10.3'ü kesinlikle katılmıyorum demiştir. Organik ürün satışında internet veya web sitesi kullanılmalı şeklindeki ifadeye %42.6'sı katılıyorum demiştir.

Cinsiyete göre organik tarım hakkındaki düşünceler Mann-Whintey U testi ile yapılmıştır ve elde edilen sonuçlar Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4 incelendiğinde, Mann-Whintey U testi sonucunda p değerleri 0.05'den büyük olduğundan cinsiyete göre ele alınan değişkenlerde düşünceler farklı değildir, yani düşüncelerin farklılığı cinsiyete göre önemsizdir.

Mezun oldukları bölüme göre organik hayvancılık hakkındaki düşüncelerin değerlendirilmesi Kruskal-Wallis Testi ile yapılmıştır. Çizelge 5'de bu durum daha net görülmektedir.

**Çizelge 4.** Mann-Whintey U testi sonuçları

Organik Hayvancılık Gelişmeme Nedenleri	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	p
Organik hayvancılık gelişmeme nedenleri	19150	40265	-0.6725	0.5013
Yetersiz sürü büyüklüğü	18305.5	39420.5	-1.4713	0.1412
Geçimlik üretimin esas alınması	19379	40494	-0.4743	0.6353
Hayvan refahına önem verilmemesi	18369	39484	-1.4084	0.159
Üretici örgütlerinin yetersizliği	17985	39100	-1.7533	0.0796
Teknik bilgi teknik eleman Yetersizliği	19307	40422	-0.5335	0.5937
Yeterli araştırma yapılmaması	17989.5	39104.5	-1.7719	0.0764
Yetersiz teşvik politikaları ve uygulanması	19391.5	40506.5	-0.4607	0.645
Yetersiz Kalite Kontrol hizmetleri	19712.5	38627.5	-0.1613	0.8718
Tüketici bilincinin oluşmaması	19121.5	40236.5	-0.7005	0.4836
Girdi fiyatlarındaki artışlar	18115.5	39230.5	-1.6189	0.1055
Düşük iç talep	19574.5	40689.5	-0.2895	0.7722
Dış pazar yönünden rakip ülkelerin olması	19825.5	40940.5	-0.0562	0.9552
Bazı sektörlerin olumsuz etkilenmesi	19019.5	40134.5	-0.8122	0.4167
Ek maliyet gerektirmesi	19429.5	40544.5	-0.4261	0.67
Kaliteli sağlıklı ürün talebinin artması	19762.5	40877.5	-0.1144	0.9089
Üretici kararlarının desteklenmesi	19761.5	40876.5	-0.1153	0.9082
Sosyo-ekonomik araştırmaların yapılması	19629	40744	-0.2375	0.8123
Organik Ürün maliyet ve Karlarının Belirlenmesi	17858.5	38973.5	-1.8961	0.0579

## Çizelge 4 devamı

Deneyimli kişilerin politika oluşturması	19223.5	40338.5	-0.6152	0.5384
Organik tarım kurslarının verilmesi	19642.5	38557.5	-0.1387	0.8897
İç ve dış Pazarların Araştırılması	19492.5	38407.5	-0.3711	0.7106
Organik hayvancılığın teşvik edilmesi	19042	39952	-0.7032	0.4819
Meralık alanlarda organik küçükbaş üretimi	19293	38208	-0.4658	0.6413
Yem bitkisi alanlarının artırılması	19459	40574	-0.4006	0.6887
Organik ürünlerin kooperatiflerde satılması	18853	39763	-0.8835	0.3769
Organik ürünlerde düşük KDV uygulanması	19319.5	40434.5	-0.5332	0.5939
Organik ürünlerde farklı etiket ve ambalajlama	18906.5	40021.5	-0.89	0.3735
Organik üretim politikalarının oluşturulması	18658.5	39773.5	-1.0432	0.2969
Ulusal ve bölgesel planlar hazırlanması	18121.5	39031.5	-1.5006	0.1335
Organik hayvancılık desteklerinin artırılması	18767	39882	-0.9195	0.3579
Gelecekte organik ürün üretimi artacaktır	19312.5	40427.5	-0.5252	0.5995
Organik ürünler yüksek gelirli kişilerin olduğu yerde satılır	19020	39930	-0.7077	0.4791
Organik ürün satışında internet veya web sitesi kullanılmalı	19347	38068	-0.4013	0.6882
Organik ürünler güvenilirdir	19867.5	38782.5	-0.016	0.9872
Organik ürünler sağlıklıdır	19811.5	40926.5	-0.0676	0.9461

## Çizelge 5. Kruskal-Wallis Testi sonuçları

Organik hayvancılık gelişme nedenleri	Ki-kare	sd	p
Yetersiz sürü büyüklüğü	20.1607	13	0.0913
Geçimlik üretimin esas alınması	16.3942	13	0.2285
Hayvan refahına önem verilmemesi	13.6664	13	0.3977
Üretici örgütlerinin yetersizliği	11.8056	13	0.5436
Teknik bilgi teknik eleman Yetersizliği	18.6886	13	0.1331
Yeterli araştırma yapılmaması	14.6549	13	0.3294
Yetersiz teşvik politikaları ve uygulanması	19.449	13	0.1098
Yetersiz Kalite Kontrol hizmetleri	12.4195	13	0.4936
Tüketici bilincinin oluşmaması	19.792	13	0.1005
Girdi fiyatlarındaki artışlar	26.944	13	0.0127
Düşük iç talep	21.1716	13	0.0696
Dış pazar yönünden rakip ülkelerin olması	16.3928	13	0.2286
Bazı sektörlerin olumsuz etkilenmesi	17.6481	13	0.1713
Ek maliyet gerektirmesi	20.6111	13	0.081
Kaliteli sağlıklı ürün talebinin artması	27.8352	13	0.0095
Üretici kararlarının desteklenmesi	27.0458	13	0.0123
Sosyo-ekonomik araştırmaların yapılması	25.493	13	0.0199
Organik ürün maliyet ve karlarının belirlenmesi	29.6109	13	0.0054
Deneyimli kişilerin politika oluşturması	18.2675	13	0.1476
Organik tarım kurslarının verilmesi	26.1256	13	0.0164
İç ve dış pazarların araştırılması	25.9202	13	0.0174
Organik hayvancılığın teşvik edilmesi	21.9749	13	0.0558
Meralık alanlarda organik küçükbaş üretimi	20.3403	13	0.087
Yem bitkisi alanlarının artırılması	17.0812	13	0.1956
Organik ürünlerin kooperatiflerde satılması	27.8097	13	0.0096
Organik ürünlerde düşük KDV uygulanması	20.3847	13	0.086
Organik ürünlerde farklı etiket ve ambalajlama	16.1824	13	0.2394
Organik üretim politikalarının oluşturulması	36.387	13	0.0005
Ulusal ve bölgesel planlar hazırlanması	27.8676	13	0.0094
Organik hayvancılık desteklerinin artırılması	17.9352	13	0.16
Gelecekte organik ürün üretimi artacaktır	6.4491	13	0.9283
Organik ürünler yüksek gelirli kişilerin olduğu yerde satılır	15.623	13	0.2701
Organik ürün satışında internet veya web sitesi kullanılmalı	16.8402	13	0.2067
Organik ürünler güvenilirdir	13.3351	13	0.4223
Organik ürünler sağlıklıdır	10.7565	13	0.6312
Organik ürünler kalitelidir	13.2392	13	0.4295

Organik tarımla ilgili düşüncelerin eğitim durumuna göre istatistiki analizleri Kruskal-Wallis Testi ile incelendiğinde aşağıdaki maddelerin de önemli oldukları görülmüştür ( $P<0.05$ ).

Organik hayvancılık gelişme nedeni yetersiz sürü büyüklüğü ( $P=0,01912$ )



Organik hayvancılık gelişmeme nedeni geçimlik üretimin esas alınması (P=0,04262)

Organik hayvancılık gelişmeme nedeni yeterli araştırma yapılmaması (P=0,04679)

Organik hayvancılık gelişmeme nedeni dış pazar yönünden rakip ülkelerin olması (P=0,02997)

Organik hayvancılık gelişmeme nedeni organik üretim politikalarının oluşturulması (P=0,02759)

Organik hayvancılık gelişmeme nedeni ulusal ve bölgesel planlar hazırlanması (P=0,01764)

Organik hayvancılık gelişmeme nedeni organik hayvancılık desteklerinin artırılması (P=0,01311)

Organik ürün satışında internet veya web sitesi kullanılmalı (P=0,02836)

Organik ürünler kalitelidir (P=0,04564). Bu konuda yapılan bir çalışmada Fidan (2017), eğitim durumu ile organik ürün tüketimi arasında istatistiki bir farklılığın olmadığını ifade etmiştir.

Organik hayvancılığın gelişme nedenleri ile gelişmeme nedenleri sorulduğunda, tüm Asymp. Sig. Yani p değerleri 0.05'den büyük olduğundan cinsiyete göre araştırılan değişkenlerde düşünceler farklı bulunmamıştır, yani düşüncelerin farklılığı cinsiyete göre önemsiz saptanmıştır. Fidan (2017), cinsiyet ile organik ürün tüketimi arasında istatistiki bir farklılığın olmadığını ifade etmiştir. Organik hayvancılığın gerek girdi ve gerekse ürün bazında daha fazla miktarda desteklenmesinin üretimin artırılması bakımında önemli görülmektedir.

## SONUÇ

Ankete katılan katılımcıların, organik bitkisel ve hayvansal üretime karşı olumlu baktıkları, organik gıdaları daha güvenli buldukları, organik ürünlere daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları görülmüştür. Çalışmada organik hayvancılığın gelişmeme nedenleri olarak çok sayıda faktörün etkisi olduğu, insanlara organik bitkisel ve hayvansal üretim ile ilgili daha çok bilgi verilmesinin gerekli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca organik bitkisel ve hayvansal üretimin devamlılığı ve daha fazla organik ürün üretilmesi noktasında organik üretimin ilgili bakanlıkça daha fazla desteklenmesi gerektiği önerilmektedir.

## Çıkar Çatışması

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

## Yazar Katkısı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

## KAYNAKLAR

- Acıbuca V, Eren A, Budak DB, 2018. Organik tarımda üreticilerin karşılaştıkları sorunlar (Mardin İli Örneği). Bahri Dağdaş Bitkisel Araştırma Dergisi, 7(2): 39-46.
- Ağır HB, Poyraz N, Yılmaz Hİ, Boz İ, 2014. Tüketicilerin organik ürün algısı: Kayseri ili örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, s: 3-5.
- Anonim 2021. <https://www.nufusu.com/il/osmaniye-nufusu#:~:text=Osmaniye%20n%C3%BCfusu%20bir%20%C3%B6nceki%20y%C4%B1la,%2C%20%49%2C58%20kad%C4%B1nd%C4%B1r>. Erişim tarihi: 10 Ocak 2022.
- Bahşi N, Akça A, 2019. Tüketicilerin organik tarım ürünlerine bakış açılarının belirlenmesi üzerine bir araştırma: Osmaniye ve Şanlıurfa illeri örneği. KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi, 22(1): 26-34.
- Bardakçı B, 2021. Organik yumurta ve tavuk eti tüketimini etkileyen faktörler: Bursa ili örneği. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bursa.
- Bıyıkoğlu Ş, 2010. Organik gıdalarla ilgili tüketici davranışlarının belirlenmesi üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

- Bulanıklı M, Ayaşan T, Karadaş K, Çelik Ş, 2021. Ziraat mühendislerinin organik tarım işletmeciliğine bakış açısı. Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1): 1-12.
- Collins M, 1986. Sampling. consumer market research handbook. (Ed.) R. Worcester, Elsevier Science Publishing Company Inc., Amsterdam.
- Çelik S, 2013. Kimler, neden organik gıda satın alıyor? Bir alan araştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 30: 93-108.
- Çınar N, Engindeniz S, Çınar G, 2021. Tüketicilerin organik gıda ürünü satın alma niyeti; Aydın ili örneği. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(1): 15-26.
- Dağıstan E, Demirtaş B, Yılmaz Y, Tapkı N, 2010. Organik ürün tüketim eğilimi. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, 312-319, Şanlıurfa.
- Doğan EG, 2017. Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri. Namık Kemal Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, s:145, Tekirdağ.
- Doğan İ, Doğan N, 2014. Çoklu karşılaştırma yöntemleri. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Erbaşlar ÖGG, 2013. Uludağ üniversitesi öğrencilerinin organik ürünler konusunda tüketici bilincinin ölçülmesi. Türkiye II. Organik Hayvancılık Kongresi, 24-26 Ekim 2013, s: 1-12, Bursa.
- Fidan F, 2017. Bartın ilinde organik tarımın ekonomik boyutu. Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, s:167, Bartın.
- Gamgam H, Altunkaynak H, 2013. SPSS uygulamalı parametrik olmayan yöntemler. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- 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.
- Güngör M, 2019. Organik ürünlere yönelik tüketici ilgilenimi ile satın alma nedenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir pilot araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s:137, İstanbul.
- Hollander M, Wolfe DA, 1973. Nonparametric istatistikal methods. John Wiley and Sons, New York.
- İnan R, Bekar A, Urlu H, 2021. Tüketicilerin organik gıda satın alma davranışları ve tutumlarına ilişkin bir değerlendirme. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9(1): 220-235.
- İnci H, Karakaya E, Şengül AY, 2017. Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır ili örneği). KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 20(2): 137-147.
- Kekeç U, Seçer A, 2021. Tüketicilerin organik ürünleri tüketim alışkanlıkları ve satın almayı etkileyen unsurlar: Kahramanmaraş ili örneği. Mediterranean Agricultural Sciences, 34(1): 87-92.
- Kruskal WH, 1952. Use of ranks in one-criterion analysis of variance. Journal of the American İstatistikal Associations, 47: 583-621.
- 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.
- Naspetti S, Zanolı R, 2009. Organic food quality and safety perception throughout Europe. Journal of Food Products Marketing, 15(3): 249-266.
- Özbağ BC, 2010. Türkiye'de organik tarımın ekonomik analizi. Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, s:139, Bursa.
- Sarıkaya N, 2007. Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler ve tutumlar üzerine bir saha çalışması. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2): 110-125.