



Araştırma Makalesi (Research Article)

Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg., 2023, 60 (1):111-123
<https://doi.org/10.20289/zfdergi.1180141>

Deniz SARICA¹

Grace Dikun MICHAEL¹

Ilyas OMAR¹

¹ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,
Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü,
32200, Çünür, Isparta, Türkiye

* Sorumlu yazar (Corresponding author):
denizsarica@isparta.edu.tr

Üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketim davranışlarını etkileyen faktörlerin ekonometrik analizi: Isparta ili örneği

Econometric analysis of factors affecting organic food consumption behaviors of university students: a case study of Isparta

Received (Alınış): 26.09.2022

Accepted (Kabul Tarihi): 05.01.2023

ÖZ

Amaç: Bu çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversite'nde okuyan öğrencilerinin organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri belirlemek amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem: Bu amaç doğrultusunda, anket yoluyla yüz yüze görüşülerek toplanan demografik ve bilişsel faktörlere ilişkin birincil verilerle Lojistik regresyon modeli tahmin edilmektedir. Bu faktörler cinsiyet, gelir seviyesi, bilgi düzeyi, çevresel kaygı, fiyat etkisi, sağlık bilinci ve ulaşılabilirliktir. Anket, Isparta ilinde Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi veya Süleyman Demirel Üniversitesi'nde okuyan 384 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Bulguları: Bu çalışmada, tüketicilerin %40.88'inin kadın, %59.11'inin ise erkek olduğu ve yaş ortalamalarının 22 olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %85.68'inin organik gıda tükettiği belirlenmiştir. Ayrıca, organik gıda tüketimini etkileyen faktörler arasında cinsiyet faktörünün, bilgi düzeyinin ve organik gıdaya ulaşılabilirliğinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç: Araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin organik gıdaları tüketmesinde yüksek bilgi düzeyinin ve cinsiyetin önemli olduğu görülmüştür.

ABSTRACT

Objective: This study aimed to determine the factors influencing the organic food consumption of students studying at Süleyman Demirel University and Isparta University of Applied Sciences.

Material and Methods: For this aim, a logistic regression model was estimated using primary data on demographic and cognitive factors collected through face-to-face interviews via a questionnaire. Gender, income level, knowledge level, environmental concern, price effect, health awareness, and accessibility were among these factors. The survey included 384 university students from Isparta University of Applied Sciences and Süleyman Demirel University.

Results: According to the study, 40.88% of the consumers were female, and 59.11% were male, with an average age of 22. It was discovered that 85.68% of participants consumed organic food. In addition, it was determined that the gender, level of knowledge, and accessibility to organic food were statistically significant among the factors affecting organic food consumption.

Conclusion: According to the results of the research, it was concluded that gender and a high level of knowledge are important for the consumption of organic food by consumers.

Anahtar sözcükler: Bilgi düzeyi, çevresel kaygı, logistik regresyon, sağlık bilinci, tüketici tutumu, ulaşılabilirlik

Keywords: Knowledge level, environmental concern, logistic regression, health awareness, consumer attitude, accessibility

GİRİŞ

Dünyada nüfus artışı ile ortaya çıkan ihtiyaçları karşılayabilmek amacıyla tarımsal üretimde karı ve verimliliği artırmak oldukça önem kazanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, tarımsal üretimde kimyasal gübre, hormon ve ilaç kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Ancak katkı maddelerinin aşırı kullanımı zaman içinde insan sağlığı ve çevre kirliliği bakımından tehlikeli bir hal almıştır. Bunun sonucunda, daha çevre dostu üretim yöntemleri arayışına girilmiş ve böylelikle organik tarım metodu ortaya çıkmıştır (Turan & Demircan, 2021).

Organik tarım kavramı ilk kez 1910 yılında İngiltere’de ortaya çıkmıştır, ancak ilk uluslararası yapılanma 1972 yılında Almanya’da Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)’nun kurulması ile gerçekleşmiştir (Kadirhanogulları vd., 2022). Organik tarımın tanımı, Haziran 2008’de İtalya, Vignola’daki IFOAM Genel Kurulu tarafından onaylanan Türkçe çevirisine göre;

“Ekolojik tarım; toprak, ekosistem ve insan sağlığını devam ettiren, sağlıklı olmasını sağlayan bir üretim sistemidir. Sistem, olumsuz etkisi olan girdilerin kullanımı yerine ekolojik işleme süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yerel koşullara uyum sağlamış döngülere dayanır. Ekolojik tarım, içinde bulunduğumuz çevreye fayda sağlamak, adil ilişkiyi ve tüm ilgili taraflar için iyi bir yaşam kalitesini yaygınlaştırmak adına gelenek, yeni buluşlar ve bilimi bir araya getirir.” şeklindedir (IFOAM, 2022a).

Özellikle 1980’li yıllardan sonra tüketicilerin artan talebiyle aile tarımı konumundan çıkıp ticari bir boyut kazanan organik tarım, başta Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere birçok ülkede uygulamaya başlanmıştır (Demiryürek, 2011). Dünya geneli için organik tarım ile ilgili güncel temel göstergeler Çizelge 1’de sunulmuştur. IFOAM (2022b)’a göre, 2020 yılında dünyada 190 ülkede, 74.9 milyon ha alanda organik tarım yapılmaktadır. Bu değer 1999 yılında yalnızca 11 milyon ha iken 2020 yılına gelindiğinde yaklaşık 7 kat artış göstermiştir. 2020 yılı itibarıyla, organik tarım alanlarının toplam tarım alanları içerisindeki payı yalnızca %1.6’dır. Organik tarım arazilerinin en çok bulunduğu ülkeler sırasıyla Avustralya (35.7 milyon ha), Arjantin (4.5 milyon ha) ve Uruguay (2.7 milyon ha)’dır. Dünya genelinde organik tarım üretici sayısı ise 3.4 milyondur. Organik tarım üreticilerinin büyük bir kısmını da sırasıyla Hindistan (1.6 milyon), Etiyopya (220 bin) ve Tanzanya (149 bin) oluşturmaktadır. Kişi başına tüketim ise dünya genelinde 15.8 Euro’dur. Dünya geneline bakıldığında oldukça küçük bir pay olan bu değer gelişmiş ülkelerde hayli yüksek olduğu görülmektedir. Kişi başına tüketimde ilk üçte yer alan ülkeler İsviçre (418 Euro), Danimarka (384 Euro), ve Lüksemburg (285 Euro)’ tur.

Çizelge 1. Organik tarım ile ilgili temel göstergeler

Table 1. Fundamental indicators related to organic agriculture

Göstergeler	Dünya	Önde gelen ülkeler
Organik tarım sertifikasına sahip ülkeler	2020: 190 ülke	
Organik tarım arazisi	2020: 74.9 milyon ha (1999: 11 milyon ha)	Avustralya (35.7 milyon ha) Arjantin (4.5 milyon ha) Uruguay (2.7 milyon ha)
Organik tarım arazilerinin toplam tarım arazisi içindeki payı	2020: %1.6	Lihtenştayn (%41.6) Avusturya (%26.5) Estonya (%22.4)
Üreticiler	2020: 3.4 milyon üretici (1999: 200 bin üretici)	Hindistan (1599010) Etiyopya (219566) Tanzanya (148607)
Organik pazar büyüklüğü	2020: 120.6 milyar Euro (2000: 15.1 milyar Euro)	Amerika Birleşik Devletleri (49.5 milyar Euro) Almanya (15 milyar Euro) Fransa (12.7 milyar Euro)
Kişi başına tüketim	2020: 15.8 Euro	İsviçre (418 Euro) Danimarka (384 Euro) Lüksemburg (285 Euro)
Organik yönetmeliği olan ülke sayısı	2020: 76 ülke	

Kaynak: IFOAM, 2022b.

Source: IFOAM, 2022b.

Türkiye’de ise organik tarım uygulamaları 1985 yılında ithalatçı ülkelerin talebi doğrultusunda az sayıda üretici tarafından organik İzmir üzümü (sultani) yetiştiriciliği ile başlamış, zamanla incir ve kayısı gibi farklı ürünlere yönelerek genişlemiş ve ticari bir boyut kazanmıştır (Karabaş & Gürler, 2012; Turan & Demircan, 2021). Günümüzde Türkiye’de yetiştirilen başlıca organik ürünler; tahıllar, kurutulmuş meyveler, taze veya işlenmiş sebze ve meyveler, baklagiller, fındık, baharatlar, aromatik bitkiler, çay ve bitkisel çaylar, yumurta, endüstri bitkileri ve çeşitli işlenmiş ürünlerdir. Ayrıca, işlenmiş ürünlerin bazıları, zeytinyağı, bal, süt, dondurulmuş sebze ve meyveler ile konsantre meyve sularıdır (Turan & Demircan, 2021).

Çizelge 2. Türkiye’de organik tarım bitkisel üretim verileri

Table 2. Organic agriculture plant production data in Türkiye

Yıllar	Üretim Yapılan Alan (ha)	İndeks (2002=100)	Üretim Miktarı (Ton)	İndeks (2002=100)	Çiftçi Sayısı	Ürün Sayısı
2002	89827	100	310125	100	12428	150
2007	174283	194	568128	183	16276	201
2012	702909	782	1750127	564	54635	204
2017	543033	604	2406606	776	75067	214
2018	626885	698	2371612	765	79563	213
2019	545870	608	2030465	655	74547	213
2020	233707	260	1123409	362	52590	235
2021	216863	241	1101236	355	48244	267

Kaynak: TOB, 2022.

Source: TOB, 2022.

Türkiye’de organik tarım bitkisel üretim verileri Çizelge 2’de gösterilmiştir. Tarım ve Orman Bakanlığı’ndan elde edilen veriler göre, 2002 yılında toplam üretim alanı 89827 ha iken 2021 yılında yaklaşık 2.5 kat artarak 216863 ha alana ulaşmıştır. Benzer bir şekilde bitkisel üretim miktarı 2002 yılında 310125 ton iken 2021 yılında 3.5 kat artarak 1101236 tona yükselmiştir. Türkiye’de organik tarım yapan çiftçi sayısı 2002-2021 dönemi içerisinde 12248’den 48244 çiftçiye yükselmiştir. Aynı dönemde organik üretici sayısı ise 1.8 kat artarak 150’den 267’ye yükselmiştir (TOB, 2022).

Bu araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi’nde okuyan öğrencilerin organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri ile birlikte, bilgi düzeyi, çevresel kaygı, sağlık bilinci, gelir seviyesi, organik ürünlerin fiyatı ve organik gıdaya ulaşılabilirlik faktörlerinin öğrencilerin organik gıda tüketimini ne yönde etkilediği incelenmiştir. Bahsi geçen bu faktörlerin etkisini incelemek için lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Dolayısıyla bu çalışma, üreticiler, tüketiciler, araştırmacılar ve politika yapımcılar için bir referans sunmayı amaçlamaktadır.

MATERYAL VE METOT

Veri

Bu çalışma Isparta ilinde okuyan Isparta Uygulama Bilimler Üniversitesi ve Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin organik ürün tüketimini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın ana materyalini, örnekleme yöntemiyle seçilen 384 üniversite öğrencisi ile yüz yüze görüşerek yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler oluşturmaktadır. Ayrıca organik ürün tüketimi ve tüketici davranışları ile ilgili geçmişte yapılmış çeşitli yerli ve yabancı araştırma sonuçlarından, raporlardan, tezlerden ve ulusal ve uluslararası araştırma kuruluşlarından elde edilen mevcut istatistik verilerden yararlanılmıştır.

Araştırma için hazırlanan anket soruları, daha önce benzer amaçlarla yapılmış çalışmalardan faydalanılarak araştırmanın amacına uygun bir şekilde düzenlenmiştir. Analize dâhil edilecek olan değişkenlerin seçiminde uluslararası literatürde yer alan benzer konuda yapılmış çeşitli kaynaklardan

yararlanılmıştır. Faydalanılan bu kaynaklar Çizelge 3’de ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur. Belirlenen değişkenler şu şekildedir; cinsiyet (C), gelir seviyesi (GS), bilgi düzeyi (BD), çevresel kaygı (ÇK), fiyat etkisi (FE), sağlık bilinci (SB) ve ulaşılabilirlik (U)’tir. Anket uygulaması 2022 yılı Şubat, Mart ve Nisan aylarında gerçekleştirilmiştir.

Ankette katılımcılara bireysel özellikler dışında yöneltilen ifadeler Likert tipi bir ölçekle uygun etiketler kullanılarak ölçülmüştür. Likert tipi ölçek, sosyal bilimlerde tutumları ölçmek için en yaygın kullanılan araştırma yöntemidir. Katılımcılardan, açıklayıcı bir ifadeye ne kadar katıldıklarını belirtmeleri istenir. Beş puanlık bir sistemde her bir ölçek, katılma düzeyine göre etiketlenebilir: 1: kesinlikle katılıyorum, 2: katılıyorum, 3: kararsızım, 4: katılmıyorum, 5: kesinlikle katılmıyorum. Ölçek etiketleri, neyin ölçüldüğüne bağlı olarak farklı şekillerde ifade edilebilir (Yin et al., 2014).

Çizelge 3. Ankete dâhil edilen değişkenler ve bunların ölçüm ifadeleri

Table 3. Variables included in the questionnaire and their measurement expressions

Değişken	İfade Sayısı	İfade	İfade Kaynağı
Cinsiyet (C)	1	Cinsiyetiniz: Kadın, Erkek.	Hansen et al. (2018)
Gelir seviyesi (GS)	1	Aylık ortalama geliriniz ne kadardır? (Bir ay içerisinde hanenize giren toplam miktar)	Yazdanpanah & Forouzani (2015)
Bilgi düzeyi (BD)	3	Gıdanın organik veya organik olmadığını biliyorum. Organik ürünlerin üretim sürecini biliyorum. Organik gıdaları yemenin daha güvenli olduğunu biliyorum.	Singh & Verma (2017)
Çevresel kaygı (ÇK)	4	Doğanın dengesi çok hassastır ve kolayca bozulabilir. İnsanlar çevreyi ciddi şekilde kötüye kullanıyor. İnsanlar hayatta kalabilmek için doğa ile bir denge kuralıdır. İnsanların doğaya müdahaleleri genellikle feci sonuçlar doğurur.	Roberts & Bacon (1997)
Fiyat etkisi (FE)	2	Organik gıdalar pahalıdır. Organik gıdanın fiyatı faydalarına kıyasla uygundur. Sağlıklı olmak için yiyecekleri özenle seçerim. Kendimi sağlık bilincine sahip bir tüketici olarak görmüyorum.	Singh & Verma (2017)
Sağlık bilinci (SB)	6	Sık sık sağlıkla ilgili konular hakkında düşünürüm. Günlük olarak tükettiğim besinlerdeki besin türü ve miktarı konusunda endişeliyim. Organik gıda sağlığa iyi gelir. Gerekirse tüketimimi azaltmaya razıyım ve mümkün olduğunca sağlıklı yemeye hazırım.	Tarkiainen & Sundqvist (2005); Singh & Verma (2017)
Ulaşılabilirlik (U)	2	Organik ürünler piyasadan kolayca elde edilebilir. İnternette organik ürün satın alabilirim.	Singh & Verma (2017)

Anket uygulanacak örnek sayısının belirlenmesinde literatürdeki benzer çalışmalar incelenmiş ve aşağıda belirtilen “ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmemiş tek aşamalı basit tesadüfi olasılık örnekleme” yöntemi kullanılmıştır (Collins, 1986).

$$(1) \quad N = t^2 \frac{p \cdot q}{e^2}$$

Formülde;

N: Örnek hacmi

t: %95 önem düzeyine karşılık gelen tablo değeri (1.96)

p: Söz konusu olayın meydana gelme olasılığı (bu çalışmada üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketim oranı bilinmediği için en yüksek örnek hacmine ulaşmak adına bu değer 0.50 olarak alınmıştır)

q: Söz konusu olayın meydana gelmeme olasılığı (q=1-p) (0.50)

e: Örneklemede kabul edilen hata payı (%5)

Bu bilgiler ışığında, Eşitlik 1. deki formülden yararlanılarak örnek sayısı 384 olarak hesaplanmıştır ve katılımcılar tesadüfen seçilmiştir.

Ekonometrik model kurulumu

Literatür taraması doğrultusunda, aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1: Tüketicilerin cinsiyeti onların organik gıda tüketim eğilimlerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Literatür taraması sonucunda çeşitli çalışmalar cinsiyet farklılığının organik gıda tüketimini etkilediğini göstermektedir. Irianto (2015), Radman (2005), Padel & Foster (2005) ve Van Loo et al. (2011) çalışmalarında kadınların erkeklere kıyasla organik gıda tüketimine daha olumlu baktıklarını belirtmiştir. Çalışmaların çoğu kadınların erkeklere nazaran daha çok organik gıda tükettiklerini savunsa da, Tsakiridou et al. (2008) cinsiyet farklılığı ile organik gıda tüketimi arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ifade etmiştir. Bu çalışmada cinsiyet faktörünün tüketicilerin organik gıda tüketim eğilimlerini anlamlı bir şekilde etkileyeceği düşünülmektedir.

H2: Tüketicilerin gelir seviyesi onların organik gıda tüketim eğilimlerini pozitif ve anlamlı etkilemektedir.

Daha önceki çalışmalardan (Kenanoğlu & Karahan, 2002; Nie & Zepeda, 2011; Durnortier et al., 2017; Nandi et al., 2017; Janssen, 2018) esinlenerek oluşturulan bu hipoteze göre, yüksek gelir seviyesine sahip olan bireylerin organik gıdayı daha fazla tüketmesi beklenmektedir. Surret (2016)'e göre, tüketicilerin ortalama gelirinin düşük olması organik gıdaları karşılayabilmesinin önüne geçmektedir. Bu durum organik gıda tüketimini doğrudan olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bu çalışmada, H2 hipotezi tüketicilerin gelir seviyelerinin organik gıda tüketimlerini ne ölçüde etkileyebileceğini tahmin etmek için önerilmiştir.

H3: Tüketicilerin organik gıdaya yönelik bilgi düzeyleri onların organik gıda tüketim eğilimlerini pozitif ve anlamlı etkilemektedir.

Organik gıdaya yönelik bilgi düzeyinin tüketicilerin organik gıda tüketimini etkileyen bir unsur olduğu düşünülmektedir. Nguyen (2011) çalışmasında, organik gıdanın faydalarının ve özelliklerinin bilinmesi tüketicilerde organik gıdaya karşı bir güven oluşturduğunu ve sahip oldukları bilgilerin tüketicileri kalite kıyaslamasında daha iyi bir hale getirdiğini ifade etmektedir. Bu durumun tüketicilerin organik gıda tüketme kararlarını olumlu yönde etkilediği varsayılmaktadır. Literatürde çeşitli ampirik çalışmalar bilgi düzeyinin organik gıda tüketimine etkisini geniş çapta incelemiştir (Botonaki et al., 2006; Gonzalez, 2009; Smith & Paladino, 2010; Lillywhite et al., 2013; Xie, 2015; Bryta, 2018).

H4: Tüketicilerin çevresel kaygısı onların organik gıda tüketim eğilimlerini pozitif ve anlamlı etkilemektedir.

Çevresel kaygının organik gıda tüketimini olumlu yönde etkilediğine dair literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Magnusson et al., 2001; Vindigni et al., 2002; de Magistris & Gracia, 2008; Teng & Wang, 2015; Shin et al., 2018). Çevre kaygısına sahip olan tüketicilerin organik gıdanın çevre dostu olması nedeniyle çevreye daha az zararı olduğu yönünde bir algıya sahiptir. Bu hipotezle çevre kaygısı daha yüksek olan tüketicilerin daha fazla organik gıda tüketme eğiliminde oldukları varsayılmaktadır.

H5: Organik gıda fiyatları tüketicilerin organik gıda tüketim eğilimlerini negatif ve anlamlı etkilemektedir.

Organik gıda fiyatlarının tüketicilerin tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerden biri olabileceği varsayılmaktadır. Organik gıda için ödenen paranın artması sonucunda tüketicinin organik gıda tüketimini olumsuz yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu konuda yapılan birçok çalışma (Lea & Worsley 2005; Zakowska-Biemans, 2011; Pomsanam et al., 2014; Bryta, 2016) yüksek fiyatın organik gıda tüketimi üzerindeki olumsuz etkisini doğrulamaktadır.

H6: Tüketicilerin sağlık bilinci onların organik gıda tüketim eğilimlerini pozitif ve anlamlı etkilemektedir.

Sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler besleyici, yüksek kaliteli ve sağlıklı gıdaları tüketmeyi tercih etmektedirler. Bu durum bahsi geçen özellikleri taşıdığı ve doğal olarak yetiştirildiği düşüncesiyle tüketicileri organik gıdaya yönlendirmektedir (Davies et al., 1995). Fotopoulos & Krystallis (2002), Shaharudin et al. (2010), Pomsanam et al. (2014), Shin et al. (2018), Pham et al. (2018) ve Hansen et al. (2018) gibi birçok çalışma sağlık bilincinin tüketicilerin organik gıda tüketimi üzerindeki etkisini ölçmektedir. Bu hipotezde tüketicilerin sağlık bilinci arttıkça organik gıda tüketme eğilimlerinin artacağı varsayılmaktadır.

H7: Organik gıdaya ulaşılabilirlik tüketicilerin organik gıda tüketim eğilimlerini pozitif ve anlamlı etkilemektedir.

Son olarak literatürdeki bazı ampirik çalışmalar (Dettmann & Dimitri, 2009; Zakowska-Biemans, 2011; Henryks et al., 2014; Vega-Zamora et al., 2014; Pomsanam et al., 2014) organik gıdaya ulaşılabilirliğin organik gıda tüketimi ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu ilişkinin pozitif yönlü olması beklenmektedir. Organik gıda tüketiminin gerçekleşebilmesi için organik gıdaların ulaşılabilir olması gerekmektedir. H7 hipotezi ile organik gıdaya ulaşılabilirliğin kolaylaşmasına bağlı olarak organik gıda tüketiminin de artacağı öngörülmektedir.

Metot

Çalışmada Isparta ilinde eğitim gören üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri analiz etmek için Lojistik regresyon modeli kullanılmıştır.

Model, özellikle iki kategorili bağımlı değişken için tasarlanmış doğrusal olmayan bir regresyon modelidir. Lojistik olasılık fonksiyonuna dayalı Logit ekonometrik model aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Gujarati, 1995):

$$(2) \quad Prob(Y_i = 1) = P_i = F(Z_i) = F(\alpha + \beta X_i) = \frac{1}{(1 + e^{-Z_i})} = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta X_i)}}$$

$$(3) \quad Prob(Y_i = 0) = 1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{(\alpha + \beta X_i)}}$$

burada F kümülatif olasılık fonksiyonudur, e üstel sabittir, α sabit katsayıdır, β her açıklayıcı değişken için tahmin edilecek parametredir ve X_i ise i'ninci bağımsız değişkeni ifade eder.

(2) ve (3) sayılı denklemlerinden,

$$(4) \quad \frac{Prob(Y_i=1)}{Prob(Y_i=0)} = \frac{P_i}{1-P_i} = e^{Z_i}$$

Denklem (4)'ün her iki tarafının doğal logaritması alınarak aşağıdaki denklem elde edilir.

$$(5) \quad L_i = \ln \left[\frac{P_i}{(1-P_i)} \right] = Z_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon_i$$

Modelde bağımlı değişkeni, belirli bir seçeneği tercih etmenin, etmemeye olan oranının doğal logaritmik değeri olarak ifade edilmiştir. Öğrenciler organik gıda tüketiyorsa $y = 1$, aksi takdirde $y = 0$ olduğu varsayılmıştır. Bağımsız değişkenler ise iktisat teorisi ve literatür taramasından elde edilen bilgiler ışığında belirlenmiştir. Böylece cinsiyet (C), gelir seviyesi (GS), bilgi düzeyi (BD), çevresel kaygı (ÇK), fiyat etkisi (FE), sağlık bilinci (SB) ve ulaşılabilirlik (U) bağımsız değişkenler olmasına karar verilmiştir.

$$(6) \quad OGT = \alpha + \beta_1 C + \beta_2 GS + \beta_3 BD + \beta_4 \text{ÇK} + \beta_5 FE + \beta_6 SB + \beta_7 U + \varepsilon_i$$

Logit regresyon modeli, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki doğrusallık varsayımına dayanmaması ve homoskedastisiteyi varsaymaması nedeniyle avantajlı bir regresyon modelidir. Araştırmada, yaklaşımın bu avantajlarından dolayı Logit regresyon tahmini kullanılmıştır. Ayrıca model, araştırmada tanımlanan veriler kullanılarak SPSS (2019) 26.0 programı aracılığıyla geliştirilmiş ve ampirik olarak test edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

Tanımlayıcı istatistikler

Araştırma kapsamında Isparta ilinde okuyan 384 üniversite öğrencisi ile yüz yüze yapılan görüşmelerden, modelde kullanılan değişkenler ile ilgili bilgiler dışında, görüşülen tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, organik ürün algısı ve tutumlarına dair bilgiler de elde edilmiştir.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda araştırmaya katılan tüketicilerin %40.88'inin kadın, %59.12'sinin ise erkek olduğu ve yaş ortalamalarının 22 olduğu saptanmıştır (Çizelge 4'e bakınız). Avcı & Yıldız (2019)'ın yaptığı benzer bir çalışmada Gümüşhane ilinde ankete katılan bireylerin %42.60'ının kadın, %57.40'ının erkek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin eğitim aldıkları seviyeler incelendiğinde %15.89'unun ön lisans, %79.69'unun lisans, %3.60'ının yüksek lisans ve %0.78'inin doktora seviyesinde olduğu belirlenmiştir. Görüşme yapılan öğrencilerin yalnızca %6'sının evli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan görüşmelerde öğrencilerin %9.89'u hem çalışıp hem okuduklarını ifade etmişlerdir. Ankete katılan öğrencilerin gelir düzeylerine bakıldığında ise büyük çoğunluğunun (%37.50) 500-1000 TL aylık gelir grubunda, %31.25'inin 1001-2000 TL grubunda, %17.97'sinin 4000 TL ≤ grubunda, %7.55'inin 2001-3000 TL ve %5.73'ünün 3001-4000 TL grubunda yer aldığı belirlenmiştir. Bu durum katılımcıların yarısından fazlasının oldukça düşük bir gelir seviyesine sahip olduğunu göstermektedir.

Katılımcılara organik gıda tüketip tüketmedikleri sorulduğunda %85.68'i organik gıda tükettiklerini, %14.32'si ise tüketmediklerini belirtmişlerdir. Benzer bir şekilde, Çam & Karakaya (2018) Siirt ilinde yürüttükleri araştırmada tüketicilerin %84.30'unun organik ürün tükettiğini belirlemişlerdir. Çalışmada organik gıdaları tercih etme nedenleri sorulduğunda %81.30'u sağlıklı olması, %35.40'ı güvenilir olması, %27.30'u lezzetli olması, %24.52'si taze olması, %20.80'i çevre dostu olması, %12.20'si pestisit içermemesi ve %5.50'si yeni bir şey denemek istemesi olarak belirtilmiştir. İnan vd. (2021) çalışmalarında tüketicilerin organik gıdaları tercih etme nedenleri arasında, ürünlerin sağlıklı olması sebebiyle tercih edilmesi ilk sırada yer almaktadır. Bu durum araştırmamızın bulgularıyla örtüşmektedir. Son olarak, gıda satın alırken organik ürün sertifikası olup olmadığına dikkat eden öğrencilerin oranı %40.10 olarak belirlenmiştir. Geri kalan %59.90'ı ise organik ürün sertifikasına dikkat etmediklerini ifade etmiştir.

Çizelge 4. Örneklem kitlesinin tanımlayıcı istatistikleri

Table 4. Descriptive statistics of the sample population

Değişken	Grup	f	%
Cinsiyet	Kadın	157	40.88
	Erkek	227	59.12
Medeni Durum	Evli	23	6.00
	Bekâr	361	94.00
Yaş	17-20 Yaş	115	29.95
	21-24 Yaş	214	55.73
	25 Yaş ≤	55	14.32
Eğitim	Ön lisans	61	15.89
	Lisans	306	79.69
	Yüksek Lisans	14	3.64
	Doktora	3	0.78
Gelir Seviyesi	500-1000 TL	144	37.50
	1001-2000 TL	120	31.25
	2001-3000 TL	29	7.55
	3001-4000 TL	22	5.73
	4000 TL <	69	17.97
Çalışma Durumu	Evet	38	9.89
	Hayır	346	90.11
Organik gıda tüketiyor musunuz?	Evet	329	85.68
	Hayır	55	14.32

Model tahmini

Daha önce bahsedildiği gibi, Isparta ilinde ikamet eden öğrencilerin organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri analiz etmek için lojistik regresyon modeli kullanılmıştır. Verilerin işlenmesinin ardından, lojistik regresyon modelinin analiz sonuçları Çizelge 5'te verilmiştir. Uyum iyiliği ölçümleri, modelin verilere makul ölçüde iyi uyduğunu göstermektedir. Nagelkerke R Square 0.501 ve logit fonksiyonunun önemini ölçen 2 log-likelihood değeri 188.577'dir. Hosmer-Lemeshow test sonucu 4.206 (0.838)'dir. Ayrıca çalışmada, elde edilen verilerin güvenilir olup olmadığını belirlemek amacıyla Cronbach alfa güvenilirlik analiz testi uygulanmıştır. Cronbach alfa katsayısının 0.60 ile 0.80 arasında bir değer alması analizin güvenilir olduğunu göstermektedir (Özdamar, 1999). Analiz sonucunda elde edilen Cronbach alfa katsayısı 0.643 olarak tespit edilmiştir ve bu değer bize çalışmanın güvenilir olduğunu göstermektedir. Son olarak doğru sınıflama oranı %89'dur. Diğer bir değişle model vakaların %89'unun sonucunu doğru bir şekilde sınıflandırmıştır. Bu bilgiler, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken için iyi bir açıklama gücüne sahip olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca, lojistik regresyon katsayılarının değişimin büyüklüğünü yansıtmadığına da dikkat edilmelidir, yalnızca yönü yansıtmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, cinsiyet faktörü ve bilgi düzeyi değişkenleri istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Tüketicilerin organik gıdaya ulaşılabilirlik faktörü ise %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Öte yandan gelir düzeyi, çevresel kaygı, fiyat etkisi ve sağlık bilinci değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Koyuncu vd. (2014)'nin Ege üniversitesi öğrencilerinin organik süt tüketme olasılığını etkileyen faktörleri ortaya koydukları çalışmanın bulgularının aksine bu çalışmada cinsiyet faktörünün tüketici davranışı üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Tahmin sonuçlarına göre, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla organik gıda tüketimine daha meyilli oldukları tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, Irianto (2015) ve Van Loo et al. (2011)'un kadınların erkeklere nazaran daha çok organik gıda tükettikleri savını ileri sürdükleri çalışmalarıyla da örtüşmektedir. Böylece kadınların beslenmelerine daha fazla özen gösterdikleri ve erkeklere kıyasla organik gıdalar ile ilgili daha bilinçli oldukları çıkarımı yapılabilir. Bir diğer anlamlı değişken olan bilgi düzeyine bakıldığında tüketicilerin bilgi düzeyleri artıkça organik gıda tüketiminin de arttığı görülmektedir. Bu sonuç, tüketicilerin organik gıdalar ile ilgili bilgi düzeyleri arttıktan sonra organik gıda satın alma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulan Napolitano et al. (2010) ile tutarlıdır. Ayrıca, Hamilton & Hekmat (2018) organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmada, sahip olunan bilgi düzeyinin organik gıda tüketimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu bularak bu çalışma ile benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Organik gıdaya ulaşılabilirlik faktörü incelendiğinde organik ürünlerin piyasadan kolayca elde edilebileceği düşüncesini ifade edenler aksini ifade edenlere kıyasla daha az organik gıda tüketimi gerçekleştirmektedirler. Singh & Verma (2017) tüketicilerin organik gıda ürünlerine yönelik tutumlarını etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmalarında ise, organik gıdaya ulaşılabilirliğin organik gıda tüketimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer bir şekilde, Karabaş & Gürler (2012) Samsun il merkezinde yaptıkları çalışmada organik ürünlere ulaşabilme kolaylığının organik ürün tüketimini artırdığı sonucuna varmışlardır.

Çizelge 5. Lojistik regresyon sonuçları
Table 5. Logistic regression results

Değişken	B	Wald	P-value
C	-1.834	9.947	.002***
G (1)	-.495	.579	.447
G (2)	.102	.019	.890
G (3)	-.656	.490	.484
G (4)	1.088	1.220	.269
BD1 (1)	2.474	1.875	.171
BD1 (2)	1.252	.676	.411
BD1 (3)	.980	.434	.510
BD1 (4)	2.424	1.988	.159
BD2 (1)	-5.161	14.887	.000***
BD2 (2)	-5.304	16.858	.000***
BD2 (3)	-4.100	11.070	.001***
BD2 (4)	-3.169	8.045	.005***
BD3 (1)	-8.546	13.359	.000***
BD3 (2)	-9.268	15.532	.000***
BD3 (3)	-7.505	9.498	.002***
BD3 (4)	-8.334	10.175	.001***
ÇK1 (1)	.026	.000	.990
ÇK1 (2)	.154	.005	.945
ÇK1 (3)	-.983	.165	.684
ÇK1 (4)	2.137	.672	.412
ÇK2 (1)	4.622	3.493	.062*
ÇK2 (2)	3.060	1.641	.200
ÇK2 (3)	6.103	5.234	.022**
ÇK2 (4)	3.796	1.591	.207
ÇK3 (1)	15.369	.000	1.000
ÇK3 (2)	15.614	.000	1.000
ÇK3 (3)	16.682	.000	.999
ÇK3 (4)	-30.165	.000	.999
ÇK4 (1)	-28.301	.000	.998
ÇK4 (2)	-28.104	.000	.998
ÇK4 (3)	-29.333	.000	.998
ÇK4 (4)	-50.422	.000	.997
F1 (1)	1.122	.140	.708
F1 (2)	1.292	.185	.667
F1 (3)	2.088	.436	.509
F1 (4)	-27.234	.000	.997
F2 (1)	-1.983	2.954	.086*
F2 (2)	-.064	.004	.952
F2 (3)	-.971	.904	.342
F2 (4)	.523	.250	.617
SB1 (1)	-3.435	3.655	.056*
SB1 (2)	-2.663	2.278	.131
SB1 (3)	-3.356	3.282	.070*
SB1 (4)	-5.296	5.997	.014**
SB2 (1)	2.438	1.916	.166
SB2 (2)	.613	.134	.715

Çizelge 5. Lojistik regresyon sonuçları (devamı)**Table 5.** Logistic regression results (continued)

Değişken	B	Wald	P-value
SB2 (3)	2.464	2.088	.148
SB2 (4)	2.918	2.846	.092*
SB3 (1)	-1.795	1.003	.316
SB3 (2)	-.997	.292	.589
SB3 (3)	-3.054	2.738	.098*
SB3 (4)	-1.662	.794	.373
SB4 (1)	3.268	1.377	.241
SB4 (2)	2.762	1.105	.293
SB4 (3)	2.276	.715	.398
SB4 (4)	4.107	2.234	.135
SB5 (1)	4.041	2.461	.117
SB5 (2)	5.595	4.361	.037**
SB5 (3)	5.730	4.694	.030**
SB5 (4)	3.079	.881	.348
SB6 (1)	-1.691	.639	.424
SB6 (2)	-1.212	.340	.560
SB6 (3)	-.739	.138	.711
SB6 (4)	.022	.000	.991
U1 (1)	4.488	4.514	.034**
U1 (2)	4.628	5.193	.023**
U1 (3)	4.914	5.973	.015**
U1 (4)	3.787	3.886	.049**
U2 (1)	1.164	1.105	.293
U2 (2)	-.176	.039	.843
U2 (3)	.166	.037	.848
U2 (4)	-.213	.064	.800
Hosmer and Lemeshow Test	4.206		.838
-2 Log likelihood	188.577		
Nagelkerke R Square	.502		
Classification (%)	89.00		

Kaynak: Yazarın kendi hesaplamaları

Source: Author's calculations

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tarımsal üretimde karı ve verimliliği artırmak amacıyla, kimyasal gübre, hormon ve ilaç kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Ancak katkı maddelerinin aşırı kullanımı zaman içinde daha çevre dostu üretim yöntemlerinden biri olan organik tarımı ortaya çıkarmıştır. Her geçen gün daha da büyüyen organik tarım, küresel gıda endüstrisinin en dinamik ve hızla büyüyen sektörü olma yolunda ilerlemektedir. Bu nedenle, makale, Isparta ilinde okuyan üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketimini etkileyen faktörleri ekonometrik olarak araştırmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, anket yoluyla toplanan demografik ve bilişsel faktörlere ilişkin birincil verilerle Lojistik regresyon modeli tahmin edilmiştir. Bu faktörler cinsiyet, gelir seviyesi, bilgi düzeyi, çevresel kaygı, fiyat etkisi, sağlık bilinci ve ulaşılabilirliktir. Anket, Isparta ilinde Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi ve Süleyman Demirel Üniversitesi'nde okuyan 384 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Bilindiği kadarıyla Isparta ilinde üniversite öğrencilerinin organik gıda tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi konusu ele alınmamıştır.

Bu çalışmanın, Türkiye genelinde organik gıda tüketimini etkileyebilecek faktörleri tespit etmede diğer araştırmacılara yardımcı olacağı düşünülmektedir. Genel anlamda, bu çalışmanın bulguları, organik gıda tüketiminin yoğunluğunu etkilemede cinsiyet faktörünün, tüketicilerin bilgi düzeylerinin ve organik gıdaya ulaşılabilirliğinin önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Sonuç olarak tüketicilerin organik gıdaları tüketmesinde yüksek bilgi düzeyinin önemli olduğu görülmüştür. Bu nedenle organik tüketimin artırılabilmesi için tüketicilerin bilgi düzeyini artıracak şekilde Tarım ve Orman Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve üniversitelerin iş birliğiyle organik gıdalara yönelik yazılı ve görsel medyada tanıtıcı-bilgilendirici (televizyon, sosyal medya vb. ağlarda) kamu spotları üretmek organik gıdalara daha fazla yer verilmelidir. Ayrıca, tüketicinin yanı sıra üreticinin de bilgilendirilmesi oldukça önemlidir. Bahsi geçen kuruluşlar tarafından organik gıdalar hakkında üreticilere de verilen eğitimler artırılmalıdır. Organik gıdaların tüketimini etkileyen bir diğer önemli neden ürünlerin ulaşılabilir olmasıdır. Bu sebeple organik gıda satışı yapan merkezlerin artırılmasının tüketimi olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Belediyelerin, organik gıda satışı yapılan pazarların kurulması adına çalışmalar yürütmesi organik gıdalara ulaşımı daha kolay hale getirecektir. Bu tür girişimlerin organik gıda tüketimini artırma yolunda olumlu etkiler yaratması beklenmektedir.

Bu çalışma, ilgili paydaşlarda farkındalık oluşturabilecek, organik gıda üreticilerine ve yerel yönetimlere pratik uygulamalar için rehberlik edebilecek ve konuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara kapsamlı bir temel sağlayabilecektir. Ayrıca, çalışmadan elde edilen sonuçlar, politika yapıcılara ve karar vericilere yeni politikaların ve stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Avcı, İ. & S. Yıldız, 2019. Organik ürünlerde tüketici tutumunu etkileyen faktörler ve satın alma türleri: Gümüşhane ili örneği. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (4): 933-956.
- Botonaki, A., K. Polymeros, E. Tsakiridou & K. Mattas, 2006. The role of food quality certification on consumers' food choices. *British Food Journal*, 108 (2): 77-90. <https://doi.org/10.1108/00070700610644906>.
- Bryta, P., 2016. Organic food consumption in Poland: Motives and barriers. *Appetite*, 105 (10): 737-746. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.07.012>.
- Bryta, P., 2018. Organic food online shopping in Poland. *British Food Journal*, 120 (5): 1015-1027. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2017-0517>.
- Collins, M., 1986. "Sampling, 149-160". In: *Consumer Marketing Research Handbook* (Eds. R.M. Worcester & J. Downham), Elsevier Sci. Pub. Company Inc., 840 pp.
- Çam, O. & E. Karakaya, 2018. Siirt il merkezindeki tüketicilerin organik ürün tüketim tercihleri ve tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Dergisi*, 15 (2): 33-41.
- de Magistris, T. & A. Gracia, 2008. The decision to buy organic food products in Southern Italy. *British Food Journal*, 110 (9): 929-947.
- Demiryürek, K., 2011. Organik tarım kavramı ve organik tarımın dünya ve Türkiye'deki durumu. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28 (1): 27-36.
- Dettmann, R.L. & C. Dimitri, 2009. Who's buying organic vegetables? Demographic characteristics of US consumers. *Journal of Food Products Marketing*, 16 (1): 79-91. <https://doi.org/10.1080/10454440903415709>.
- Dumortier, J., K.S. Evans, C. Grebitus & P.A. Martin, 2017. The influence of trust and attitudes on the purchase frequency of organic produce. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 29 (1): 46-69. <https://doi.org/10.1080/08974438.2016.1266565>.
- Fotopoulos, C. & A. Krystallis, 2002. Organic product avoidance. Reasons for rejection and potential buyers' identification in a countrywide survey. *British Food Journal*, 104 (3-4-5): 233-260.
- González, J.A.A., 2009. Market trends and consumer profile at the organic farmers market in Costa Rica. *British Food Journal*, 111 (5): 498-510. <https://doi.org/10.1108/00070700910957320>.
- Gujarati, D.N., 1995. *Basic Econometrics*, McGraw-Hill Inc., New York, NY, 849 pp.

- Hamilton, K. & S. Hekmat, 2018. Organic food and university students: A pilot study. *Nutrition & Food Science*, 48 (2): 218-227.
- Hansen, T., M.I. Sørensen & M.L.R. Eriksen, 2018. How the interplay between consumer motivations and values influences organic food identity and behavior. *Food Policy*, 74 (1): 39-52. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.11.003>.
- Henryks, J., R. Cooksey & V. Wright, 2014. Organic food at the point of purchase: Understanding inconsistency in consumer choice patterns. *Journal of Food Products Marketing*, 20 (5): 452-475. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.838529>.
- IFOAM, 2022a. Definition of Organic Agriculture, (Web page: https://archive.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/doa_turkish.pdf) (Date accessed: August 2022).
- IFOAM, 2022b. Global organic market: Unprecedented growth in 2020. (Web page: <https://www.ifoam.bio/sites/default/files/2022-02/Press%20Release%20-%20Global%20organic%20market-%20Unprecedented%20growth%20in%202020.pdf>) (Date accessed: August 2022).
- Irianto, H., 2015. Consumers' attitude and intention towards organic food purchase: An extension of theory of planned behavior in gender perspective. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 4 (1): 17-31.
- İnan, R., A. Bekar & H. Urlu, 2021. Tüketicilerin organik gıda satın alma davranışları ve tutumlarına ilişkin bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1): 220-235.
- Janssen, M., 2018. Determinants of organic food purchases: Evidence from household panel data. *Food Quality and Preference*, 68 (6): 19-28. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.02.002>.
- Kadirhanoğulları, İ.H., M. Kadirhanoğulları, M.K. Kara & A.M. Kumlay, 2022. İğdir il'inde organik gıda bilgi düzeyinin belirlenmesi. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 25 (4): 882-889. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdoga.vi.890284>.
- Karabaş, S. & A.Z. Gürler, 2012. Organik ürün tercihinde tüketici davranışları üzerine etkili faktörlerin logit regresyon analizi ile tahminlenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10): 129-156.
- Koyuncu, M., A. Uzman & G. Çınar, 2014. Gençlerin organik süt tüketme olasılığı: Ege Üniversitesi araştırması. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 51 (3): 219-227.
- Lea, E., & T. Worsley, 2005. Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British Food Journal*, 107 (11): 855-869.
- Lillywhite, J.M., M. Al-Oun & J.E. Simonsen, 2013. Examining organic food purchases and preferences within Jordan. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25 (2): 103-121. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.724000>.
- Magnusson, M.K., A. Arvola, U.K. Koivisto Hursti, L. Åberg & P.O. Sjöden, 2001. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103 (3): 209-227.
- Nandi, R., W. Bokelmann, N.V. Gowdru & G. Dias, 2017. Factors influencing consumers' willingness to pay for organic fruits and vegetables: Empirical evidence from a consumer survey in India. *Journal of Food Products Marketing*, 23 (4): 430-451. <https://doi.org/10.1080/10454446.2015.1048018>.
- Napolitano, F., E. Braghieri, E. Piasentier, S. Favotto, S. Naspetti & R. Zanolli, 2010. Effect of information about organic production on beef liking and consumer willingness to pay. *Food Quality and Preference*, 21 (2): 207-212.
- Nguyen, P.T., 2011. A comparative study of the intention to buy organic food between consumers in northern and southern Vietnam. *AU-GSB e-Journal*, 4 (2): 100-111.
- Nie, C. & L. Zepeda, 2011. Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57 (1): 28-37.
- Padel, S. & C. Foster, 2005. Exploring the gap between attitudes and behavior: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, 107 (8): 606-625.
- Pham, T.H., T.N. Nguyen, T.T.H. Phan & N.T. Nguyen, 2018. Evaluating the purchase behaviour of organic food by young consumers in an emerging market economy. *Journal of Strategic Marketing*, 27 (6): 540-556. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2018.1447984>.
- Pomsanam, P., K. Napompech & S. Suwanmaneepong, 2014. An exploratory study on the organic food purchase intention among thai-cambodian cross-border consumers. *Asian Journal of Applied Sciences*, 7 (5): 294-305.
- Radman, M., 2005. Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107 (4-5): 263-273.

- Roberts, J.A. & D.R. Bacon, 1997. Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research*, 40 (1): 79-89.
- Shin, Y.H., J. Im, S.E. Jung & K. Severt, 2018. Motivations behind consumers' organic menu choices: The role of environmental concern, social value, and health consciousness. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20 (1): 107-122. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1483288>.
- Singh, A. & P. Verma, 2017. Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*, 167 (28): 473-483. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.106>.
- Smith, S. & A. Paladino, 2010. Eating clean and green? Investigating consumer motivations towards the purchase of organic food. *Australasian Marketing Journal*, 18 (2): 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2010.01.001>.
- SPSS IBM, 2019. SPSS 26.0. for Windows, Armonk, NY.
- Tarkiainen, A. & S. Sundqvist, 2005. Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107 (11): 808-822. <http://dx.doi.org/10.1108/00070700510629760>.
- Teng, C.C. & Y.M. Wang, 2015. Decisional factors driving organic food consumption: Generation of consumer purchase intentions. *British Food Journal*, 117 (3): 1066-1081.
- TOB, 2022. 2021 yılı organik tarım istatistikleri. Tarım ve Orman Bakanlığı. (Web sayfası: <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Istatistikler>) (Erişim tarihi: Ağustos 2022).
- Tsakiridou, E., C. Boutsouki, Y. Zotos & K. Mattas, 2008. Attitudes and behaviour towards organic products: An exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36 (2): 158-175. <http://dx.doi.org/10.1108/09590550810853093>.
- Turan, B. & V. Demircan, 2021. Organik ürün tüketiminin mevcut durumu ve tüketimi etkileyen faktörler: Isparta ili örneği. *Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 16 (2): 154-168.
- Van Loo, E.J., V. Caputo, R.M.Jr. Nayga, J.F. Meullenet & S.C. Ricke, 2011. Consumers' willingness to pay for organic chicken breast: Evidence from choice experiment. *Food Quality and Preference*, 22 (7): 603-613.
- Vega-Zamora, M., F.J. Torres-Ruiz, E.M. Murgado-Armenteros & M. Parras-Rosa, 2014. Organic as a heuristic cue: What Spanish consumers mean by organic foods. *Psychology and Marketing*, 31 (5): 349-359. <https://doi.org/10.1002/mar.20699>.
- Vindigni, G., M.A. Janssen & W. Jager, 2002. Organic food consumption: A multi-theoretical framework of consumer decision making. *British Food Journal*, 104 (8): 624-642.
- Xie, B., L. Wang, H. Yang, Y. Wang & M. Zhang, 2015. Consumer perceptions and attitudes of organic food products in eastern China. *British Food Journal*, 117 (3): 1105-1121. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0255>.
- Yazdanpanah, M. & M. Forouzani, 2015. Application of the theory of planned behaviour to predict Iranian students' intention to purchase organic food. *Journal of Cleaner Production*, 107 (22): 342-352.
- Yin, J., Y. Gao & H. Xu, 2014. Survey and analysis of consumers' behaviour of waste mobile phone recycling in China. *Journal of Cleaner Production*, 65 (4): 517-525.