

**ORGANİK GIDALARLA İLGİLİ  
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Şuayip BIYIKOĞLU**  
**Yüksek Lisans Tezi**  
**Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı**  
**Danışman: Yrd. Doç. Dr. Bilal BİLGİN**  
**2010**

**T.C.**

**NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ**

**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ORGANİK GIDALARLA İLGİLİ  
TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ  
BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Şuayip BIYIKOĞLU**

**GIDA MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN: Yrd. Doç. Dr. Bilal BİLGİN**

**TEKİRDAĞ-2010**

**Her hakkı saklıdır**

Yrd. Doç. Dr. Bilal BİLGİN danışmanlığında, Şuayip BIYIKOĞLU tarafından hazırlanan bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak oybirliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı: Yrd.Doç.Dr. Bilal BİLGİN

*imza :*

Üye: Yrd.Doç.Dr. Ümit GEÇGEL

*imza :*

Üye: Yrd.Doç.Dr. Serdar POLAT

*imza :*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulunun ..... tarih ve ..... sayılı  
kararıyla onaylanmıştır.

Doç. Dr. Fatih KONUKCU  
**Enstitü Müdürü**

# ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

## ORGANİK GIDALARLA İLGİLİ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Şuayip BIYIKOĞLU

Namık Kemal Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Bilal BİLGİN

İstanbul'un çeşitli ilçelerinde yaşayan insanların organik gıdalarla ilgili bilgi düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada, 600 kişiye yüz yüze sorma yöntemiyle 13 soruluk anket formu uygulanarak, deneklerin organik gıdalar hakkındaki bilgileri ve bu gıdaları tüketme düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada deneklerin cinsiyetlerinin birbirine yakın olduğu (%51 bay, %49 bayan), yaş durumlarının genç ve orta yaşta yoğunlaştığı (%79; 15-40 yaş, %21; 41 yaş üzeri), öğrenim durumlarına bakıldığında; %18'inin ilköğretim, %23'ünün lise ve %59'unun ise üniversite mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Gelir durumlarındaki dağılım; 500-1000 TL arası %13, 1000-2000 TL arası %47, 2000-5000 TL arası %36, 5000 TL üzeri ise %4 tür.

Deneklerin % 68'inin organik gıdaları duydukları fakat tüketmedikleri, % 28'inin organik gıdaları tükettikleri, %4'ünün ise organik gıdaları hiç duymadıkları görülmüştür. Organik gıda tüketiminde bayanların sayısının baylardan daha çok olduğu (%67 ile %33), organik gıdaların 15-40 yaş arası denekler tarafından daha fazla tüketildiği (%51.5), üniversite mezunlarının organik gıda tüketim oranı diğer öğrenim durumundaki deneklerin sayısının toplamından daha fazla (% 64) olduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Organik gıda, Organik tarım, Tüketici.

2010, 57sayfa

## **ABSTRACT**

MSc. Thesis

### **DETERMINATION OF ORGANIC FOOD ON AN INVESTIGATION WITH RESPECT TO CONSUMER BEHAVIOR**

Şuayip BIYIKOĞLU

Namık Kemal University  
Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Main Science Division of Food Engineering

Supervisor: Ass. Prof. Dr. Bilâl BİLGİN

Istanbul's various districts of people living organic food-related knowledge levels in order to determine the study, 600 people face to face, asking method 13-question survey form was applied, the people in organic food knowledge about and consumption levels are determined.

Study of people gender close together that (51% men, 49% female), age, state of the young and middle aged concentrated (79%, 15-40 years, 21%, 41 years later), to the educational background is checked, 18% of primary school, 23% of high school and college graduates is 59% that have emerged. Clear distribution of income, between £ 500-1000 13%, 47% between 1000 to 2000 TL, 36% between 2000-5000 TL 5000 TL type of over 4%.

68% of people had heard of organic food but do not consume, they consume organic food and 28%, 4% were not heard about organic foods. Organic food consumption in the female of the number of men more than that (%67-%33), organic foods, 15-40 age range by people consume more (%51.5) when the university graduates of organic food consumption rate of other studies that the people of the number of total (%64), more than was understood.

**Keywords:** Organic Food, Organic farm, Consumer.

**2010, 57 pages**

## İÇİNDEKİLER

## Sayfa No

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ŞİMGELER DİZİNİ ve KISALTMALAR DİZİNİ	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	v
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
<b>1. GİRİŞ</b>	1
<b>2. KAYNAK ÖZETLERİ</b>	3
2.1. Organik Tarımın Tarihi ve Gelişimi	3
2.1.1. Organik Tarımın Türkiye’de gelişimi	4
2.1.2. Organik Tarımın Uygulanması ve Yasal Yapı	5
2.2. Organik Tarım Ürünleri	6
2.2.1 Türkiye’de Üretim	6
2.3. Türkiye’nin Dış Ticareti	8
2.4. Dünya Ticareti	10
<b>3. MATERYAL ve METOD</b>	12
3.1. Materyal	12
3.2. Metod	12
<b>4. ARAŞTIRMA SONUÇLARI ve TARTIŞMA</b>	15
<b>5. SONUÇ ve ÖNERİLER</b>	52
<b>6. EKLER</b>	53
<b>7. KAYNAKÇA</b>	54
<b>8. TEŞEKKÜR</b>	56
<b>9. ÖZGEÇMİŞ</b>	57

## **SİMGELER DİZİNİ VE KISALTMALAR DİZİNİ**

### **SİMGELER**

%	Yüzde
ha	Hektar
ton	1000 kilogram

### **KISALTMALAR**

OFB	Organic Food and Beverages
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
IFOAM	Uluslar arası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu
ETO	Ekolojik Tarım Örgütü
KSK	Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları
NOP	National Organic Program
JAS	Japan's Agricultural Standarts
AB	Avrupa Birliği
TV	Televizyon
TKB	Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı

<b>Çizelge 2.1.</b> Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Organik Ürün İhracatı.....	9
<b>Çizelge 2.2.</b> Dünyada Organik Gıda ve İçecek Pazarı.....	11
<b>Çizelge 3.1.</b> İstanbul ilinde anket uygulanan deneklerin sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı.....	13
<b>Çizelge 4.1.</b> Deneklerin gıda alışverişinde önemli olan etkeni bilme durumları .....	22
<b>Çizelge 4.2.</b> Deneklerin , “organik gıda terimini duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumları.....	25
<b>Çizelge 4.3.</b> Deneklerin,“organik gıda hakkında nereden bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna cevap verme durumları .....	28
<b>Çizelge 4.4.</b> İnsanların organik gıdalar hakkındaki düşünceleri.....	31
<b>Çizelge 4.5.</b> Organik gıda çeşitlerinin tercih edilme durumları.....	35
<b>Çizelge 4.6.</b> Deneklerin, “hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?” sorusuna cevap verme durumları .....	39
<b>Çizelge 4.7.</b> Deneklerin, “organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?” sorusuna cevap verme durumları .....	42
<b>Çizelge 4.8.</b> Deneklerin, “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumları .....	45
<b>Çizelge 4.9.</b> Deneklerin ”organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasının nedeni nedir?” cevap verme durumları .....	49



<b>Şekil 4.1.</b> Genel cinsiyet dağılımı.....	15
<b>Şekil 4.2.</b> Deneklerin cinsiyetlerinin sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	16
<b>Şekil 4.3.</b> Genel yaş dağılımı.....	17
<b>Şekil 4.4.</b> Deneklerin yaşlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	17
<b>Şekil 4.5.</b> Genel öğrenim durumları.....	18
<b>Şekil 4.6.</b> Deneklerin eğitim seviyelerinin sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	18
<b>Şekil 4.7.</b> Genel gelir durumları.....	19
<b>Şekil 4.8.</b> Deneklerin gelir durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	20
<b>Şekil 4.9.</b> Deneklerin “Gıda alışverişinde önemli olan kriter nedir?” sorusuna cevap verme durumları.....	23
<b>Şekil 4.10.</b> Deneklerin “gıda alışverişinde önemli olan kriter nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	24
<b>Şekil 4.11.</b> Deneklerin “Organik gıda terimini duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumları	26
<b>Şekil 4.12.</b> Deneklerin “organik gıda terimin duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	27
<b>Şekil 4.13.</b> Deneklerin “Organik gıda hakkında nereden bilgi edindiniz?” sorusuna cevap verme durumları.....	29
<b>Şekil 4.14.</b> Deneklerin “organik gıdalar hakkında nereden bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	30
<b>Şekil 4.15.</b> Deneklerin organik gıdalar hakkındaki düşüncelerini belirtme durumları.....	32
<b>Şekil 4.16.</b> Deneklerin “organik gıdalar hakkındaki düşünceleriniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	33
<b>Şekil 4.17.</b> Organik gıda çeşitlerinin tercih edilme durumları.....	36
<b>Şekil 4.18.</b> Deneklerin “hangi çeşit organik gıdaları tüketiyorsunuz?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	37
<b>Şekil 4.19.</b> Deneklerin “organik gıdaları hangi yaş gruplarının tüketmesi gerektiği” sorusuna cevap verme durumları.....	40
<b>Şekil 4.20.</b> Deneklerin “hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemli?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	41
<b>Şekil 4.21.</b> Deneklerin organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden ayırt edilebilme durumları	43
<b>Şekil 4.22.</b> Deneklerin “organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı...	44
<b>Şekil 4.23.</b> Deneklerin organik gıdaların tüketilmeme nedenlerine cevap verme durumları.....	46
<b>Şekil 4.24.</b> Deneklerin “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı.....	47
<b>Şekil 4.25.</b> Deneklerin organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasına cevap verme durumları...	50
<b>Şekil 4.26.</b> Deneklerin “organik gıdaların fiyatı yüksek ise size göre nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı	51

## 1. GİRİŞ

Organik tarım; kimyasal girdi kullanılmadan, üretiminden tüketimine kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimidir (Anonim 2003a). Organik tarımın amacı da; toprak ve su kaynakları ile havayı kirletmeden, insan, çevre, bitki ve hayvan sağlığını korumaktır. Organik tarım, tarımsal üretimin sürdürülebilirliğini sağlamakta ve oldukça fazla işçilik gerektirdiğinden, işsizliğin önlenmesine, kırsal alanlarda istihdam sağlanmasına büyük katkıda bulunmaktadır. Organik olarak üretilen ürünler daha kaliteli, sağlıklı ve lezzetli olduğundan dolayı, çok daha yüksek fiyatla pazarlanabilmekte ve üreticiye daha fazla gelir getirmektedir. Ayrıca, gübre ve ilaç kullanılmadığından, girdi masrafları azalmakta, üretim maliyeti düşmekte, dolayısıyla kârlılık artmaktadır (Anonim 2003b).

Organik (biyolojik, ekolojik) tarımın temel prensiplerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Çevresel etkileşime önem verilir.
- Enerji ve hammadde minimum düzeyde kullanılır.
- Yapay katkı, tatlandırıcı ve renklendiriciler kullanılmaz.
- Üretimde hormon ve kimyasal maddeler kullanılmaz.
- Ürün işleme yöntemleri doğayı koruma ve kaliteli ürün elde etmeye yöneliktir.
- Geri dönüşümlü ve insan sağlığına zarar vermeyen ambalaj malzemeleri kullanılır.
- İnsanın doğa ile bütünlük içinde; hiçbir canlının diğerine zarar vermeyeceği bir felsefe üzerine hareket eder (Anonim 2005b).

Günümüzde bütün dünya ülkelerinin üzerinde durduğu önemli konulardan biri insan sağlığı, diğeri ise çevre sorunlarıdır. Konvansiyonel tarım ve tarım ürünlerinin artan olumsuz etkileri karşısında, organik tarıma geçiş büyük önem kazanmıştır. Organik tarım, çevre korunmasına yönelik, tarımsal çevre kirliliğini önleyebilecek, insanlar üzerinde kimyasalların olumsuz etkilerini ortadan kaldıracak bir alternatif tarım yöntemidir. Gelişmiş ülkelerde tüketicilerden ve çevre örgütlerinden gelen isteklerle organik ürünlere talep başlamış, organik tarıma geçilmiş ve organik ürün pazarları artmıştır (Sarıkaya 2007).

Organik tarım uygulamalarının ülkemize yabancı firmalar aracılığı ile girmesi sonucu, üretimi yapılan organik ürün çeşitleri dış pazarların talebi doğrultusunda belirlenmektedir. Ancak son yıllarda Türk halkının sağlıklı ve güvenli beslenme konusunda göstermiş olduğu istek organik tarım ürünlerinde iç pazarın oluşumuna olanak sağlamaktadır (Gündüz ve Koç 2001).

Organik tarım ekolojik sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik insan sağlığını koruyan ve ekosisteme zarar vermeyen üretim sistemlerini içerir. Sentetik pestisitler, insan sağlığına zarar veren doğal olmayan ilaç kalıntıları ve gübrelerin kullanımını yasaklayan, toprağın muhafazası ve kuvvetlendirilmesini, bitkinin direncinin artırılmasını, ekolojik ve yeşil gübreleme ekim nöbeti uygulamasını tavsiye eden bunların kapalı bir sistemde oluşturulmasını talep edip üretimde miktar artışı yanında ürün kalitesinin yükselmesini amaçlayan üretim şeklidir (Anonim 2005b).

Organik tarım ürünlerinin önce üretilip sonra pazarlanma şansı bulunmamaktadır. Talep edilen çeşitler, talep edilen miktarlarda ve belli şartlar altında üretilmektedir. Bu sistemin sonucu olarak organik tarım ürünlerinin üretimi, ihracat ve iç pazardaki alım potansiyelini alıcı piyasadaki talep belirlemektedir (Sarıkaya 2007).

Organik tarım ürünleri konusunda Türk halkının bilgi sahibi olması ve bunun sonucu oluşacak talebin belirlenmesi, bu ürünlerin yurt içinde pazarlanma olanaklarını ortaya çıkaracak ve bu ürünler için bir iç piyasa oluşturulması yönündeki çalışmaları yönlendirici bilgiler sağlayacaktır. Bu araştırma ile insanların organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları, bilgi sahibi ise bu bilgiyi nerelerden elde ettikleri, organik gıdaları tüketip tüketmedikleri ve bu tercihlerinde etkili olan iç ve dış faktörlerin neler olduklarını belirlemek amaçlanmıştır.

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

### 2.1. Organik Tarımın Tarihi ve Gelişimi

Dünyada yirminci yüzyılın ikinci yarısında yaşanan hızlı sanayileşme ve nüfus artışı önemli çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Çözüm olarak ise açlık probleminin giderilmesine yönelik politikalar geliştirilmiş ve yoğun girdi kullanılarak birim alandan yüksek verim almaya ve yeni alanların tarıma açılmasına yönelik hedefler belirlenmiştir. Sonuçta, yoğun ve bilinçsiz tarım ilacı ve gübre kullanılması, yanlış toprak işleme uygulamaları, kalıntı riski, toprağın fiziksel yapısının bozulması, organik madde ve canlılığının yitirilmesi ve besin maddesi dengesinin bozulması, tuzlanma, çoraklaşma gibi önemli çevre sorunlarını beraberinde getirmiştir. Verimliliği daha düşük olan marjinal alanların tarıma açılması ise daha sorunlu ortamların oluşmasında etkili olmuştur (Anonim 2005a).

1970'lerdeki “Yeşil Devrim” olarak anılan tarım politikaları açlık sorununa kısmen çözüm oluşturmakla birlikte asıl sorunun üretim miktarı değil paylaşımından kaynaklandığı da ortaya çıkmıştır. Ayrıca son yıllarda nüfus artış hızına oranla gıda artış hızı hemen tüm ülkelerde artmış ancak çok az sayıda ülkede sorun olmaya devam etmektedir. Dolayısıyla artık tarımda uygulanan teknikler sadece üretim miktarında sağladıkları artışla değerlendirilmemekte, çevreye, insan ve hayvan sağlığına olan etkileri ile birlikte irdelenmektedir (Anonim 2005b).

Bu gelişmelerin sonucunda alternatif bir üretim sistemi olarak organik tarım ortaya çıkmıştır. Bu işin öncülüğünü giderek artan çevre sorunlarına duyarlı ve tarımdaki üretim tekniklerini ve kullanılan girdileri sorgulayan Avrupalı bazı üreticiler yapmıştır. İlk dönemlerde üretilen ürünler büyük oranda çiftliklerde veya yakın çevresindeki yöresel pazarlarda tüketilirken sonraki yıllarda olay ticari boyut kazanmış ve 1980'li yıllardan sonra tüm dünyada giderek artan bir kabul görmüştür. Dünyada ilk uluslararası yapılanma 1972 yılında Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) ile meydana gelmiştir (Aksoy ve Altındişli 1998).

Ekolojik ürünlerin tüketicilerce talep edilmelerinde kişisel sağlığa ve özellikle çocuklarının sağlığına verdikleri önem, ilk sırada yer almaktadır. Almanya ve İngiltere'de yapılan bir anket

çalışmasında sağlık, Almanya'da % 70, İngiltere'de ise % 46 ile ilk sırada ifade edilmiştir. Almanya'da çevre % 10-30, lezzet % 13-24 ile ikinci ve üçüncü sırada bulunmaktadır. İngiltere'de ise çevre % 41, lezzet % 40, hayvan hakları % 26 ile sağlığı takip etmektedir. Ekolojik hayvan üretiminde hayvanlara açık, havadar ve güneşli belirli bir alanın ayrılmasını öngörmesi nedeni ile Avrupa'daki hayvan severler arasında tercihte ilk sıralara doğru yükselmektedir (Anonim 2005a).

### **2.1.1. Organik Tarımın Türkiye’de Gelişimi**

Türkiye’de organik tarım 1984 yılında yabancı alıcıların talepleri ile başlamıştır. Üretilen ilk organik ürünler kuru üzüm, kuru incir olmuş daha sonra kuru kayısı ve fındık üretimine geçilmiştir. 1990’lı yıllara kadar organik ürün çeşidi 8 adet olmuş, daha sonraki yıllarda yurt dışı taleplerine bağlı olarak ürün çeşitliliği gelişmiştir. Günümüzde organik ürün çeşidi işlenmiş ürünler dahil artış göstererek 270 adet ürünü geçmiştir. Bir diğer önemli gelişme ise 1992 yılında ülkemizde organik tarım konusunda faaliyet gösteren tüm kuruluşların katılımı ile ülkemizde organik tarımın daha sağlıklı gelişmesini amaç edinen Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneğinin kurulması olmuştur. Dernek organik tarım konusunda üreticiden işleyiciye, araştırmacı, üniversitelerden tüketicilere kadar çok geniş yelpazede üyeleriyle çatı kurum, şemsiye organizasyon görevini sürdürmektedir (Anonim 2005a).

2005 yılı istatistiklerine göre üretici sayısı 14256 kişiye, üretim alanı 192788 ha’ra, üretim miktarı 458095 ton’a, ürün sayısı 270 ürüne ulaşmıştır. Üretilen organik ürünler başlangıçta ham ürün olarak değerlendirilirken, günümüzde işlenerek katma değeri arttırılmış ürün sayısı gittikçe artmaktadır (Anonim 2003b).

Ülkemizde hayvansal üretim olarak ilk yıllarda sadece bal üretimi gerçekleştirilirken son yıllarda büyük ve küçükbaş besiciliği, süt ve et üretimi, kanatlı yetiştiriciliği başlamıştır. 2005 yılında toplam 12 besici, 19296 adet hayvanla, 10502 ton et, 288803 ton süt üretmektedir. Buradaki hayvan varlığı içinde kanatlı varlığı tam organik sertifikalı olarak 1 üretici ve 2700 adet tavuk, geçiş dönemi olarak, 1 üretici ve 3194 tavukla yer almaktadır (Anonim 2005a).

### 2.1.2. Organik Tarımın Uygulanması ve Yasal Yapı

Bilindiği gibi organik tarım yapabilmek için öncelikle kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarından biri ile sözleşme yaparak organik tarım kurallarına uygun üretime başlamak gerekmektedir. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşlar üreticiyi haberli ve habersiz olarak üretim yerinde denetler. Eğer tüm uygulamalar doğru yapılmış ise ürüne organik ürün sertifikası verir, üretici veya kuruluş bu sertifika ile ürününü Türkiye’de veya yurt dışında organik ürün olarak satabilir. Ancak organik tarıma başlayan üretici daha önce konvansiyonel tarım yapıyorsa ürününün tam organik sertifikası alabilmesi için geçiş dönemi denen bir süreç geçirmek zorundadır. Bu süreçte organik tarım yapmak isteyen üretici yönetmeliklere uygun üretim yapar, denetlenir ancak geçiş dönemi diye ayrı bir sertifika alır. Bu sürecin sonunda organik sertifika almaya hak kazanır. Tarıma başlanan yer uzun yıllar tarım yapılmamış bir alan ise sertifikasyon kuruluşunun onayı ile bu süreç yarıya kadar kısalabilir (Anonim 2005b).

Organik tarımda tüketicinin ve üreticinin hakkını koruyan, sistemde izlenebilirliği ve güvenilirliği sağlayan yapı kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarıdır (KSK). Ülkemizde Tarım Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş 13 adet kuruluş bu görevi yerine getirmektedir. Bu KSK’lar tamamen bağımsız ve özel kuruluşlardır. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşları belgelendirme kalite belgesine sahip olmalıdır. Ayrıca ülkemizdeki KSK’ların hemen tamamı Türk organik tarım yönetmeliği haricinde Avrupa Birliği, Amerikanın NOP, Japonya’nın JAS ve bazı özel yönetmelikler (Bio-Swiss, Demeter, vd.) yönetmeliklerine uygun denetleme ve belge verme yetkisine sahiptir (Anonim 2003a).

Organik tarımda ülkemiz yasal alt yapısını tamamlamış durumdadır. Ancak tüm dünyada yönetmelikler sorunlara karşı sürekli yeni yöntem ve girdi geliştirilmesi nedeni ile devamlı değişikliğe uğrayarak yenilenmektedir. Avrupa Topluluğu ülkeleri öncülük yaparak 1991 yılında 2092 sayılı bitkisel ürünlerin üretimini ve pazara sunulmasını düzenleyen yönetmeliği yürürlüğe koymuştur. Ülkemizde ise ilk yönetmelik ekolojik üretimi şekillendiren ve Tarım ve Köyişleri Bakanlığı’na düzenleme yetkisi veren yönetmelik, ETO derneğinin ve Tarım Bakanlığının ortak çabaları ile hazırlanmış 22145 sayı ve 18 Aralık 1994 tarihinde resmi gazetede yayınlanarak uygulamaya girmiştir. Daha sonra 29 Haziran 1995 tarihinde ve 11 Temmuz 2002 tarihinde yönetmelikler yeniden düzenlenmiştir. Organik Tarım Kanunu ise 3 Aralık 2004 tarihinde resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelikteki son değişiklik ise 10 Haziran 2005 tarihinde yapılmıştır (Anonim 2005a).

Ülkemizde organik bitkisel ve hayvansal ürünler üretimi, işlenmesi ve pazarlanması 18 Aralık 1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Organik Metodlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik” ile açıklığa kavuşturulmuş olup, Avrupa Birliği’nin “EEC Regulation No:2092/91” sayılı düzenlemesi esas alınarak hazırlanmıştır. Ülkesinde organik ürünler üretiminin alt yapısını bu düzenleme esaslarına göre oluşturmayan ülkeler AB ülkelerine organik ürünler ihraç edememektedir. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı bahsedilen uygulama ile ilgili yetkili kamu kurumudur (Anonim 2005b).

## **2.2. Organik Tarım Ürünleri**

### **2.2.1 Türkiye’de Üretim**

1930’lardan başlayarak günümüze kadar bir çok ülkede farklı boyutlarda gelişim gösteren organik tarımın, 1980’lerde kazandığı ticari boyut ülkemize de yansımıştır. 1985-86 yıllarında ülkemizde başlayan organik tarım ürünleri üretimi o günden bu güne ihracata konu olmuştur. Mevcut tarımsal ihracatımıza ilave kapasite oluşturmuştur (Aksoy ve Altındışli 1998).

Ülkemizde, dış pazarlarca talep edilen çeşitlerin, talep edilen miktarlarda üretilmesiyle başlayan organik tarım ürünleri üretimi, 2000’li yıllara gelindiğinde yeni bir boyut kazanmıştır. Organik tarım pazarlarına yeni ürünler sunulmakta ve konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabaları yoğunluk kazanmaktadır. Bu bağlamda, kuru incir, kuru üzüm ve kuru kayısı ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi bitkisel ürünler, işlenmiş gıda ürünleri ve diğer tarım ve gıda ürünleri olarak sınıflandırabileceğimiz sektörel yelpazeye ulaşmıştır (Anonim 2003a).

Organik ürünler üretim ve ticareti özel düzenlemeler gerektirdiği için, bu düzenlemelerin de uluslararası bazda kabul görmüş kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarınca kontrol edilmesi gerekmektedir. Ülkemizde uluslararası düzeyde kabul görmüş 8 kontrol ve sertifikasyon firması faaliyet göstermektedir (Aksoy ve Altındışli 1998).

Tarım alanlarımızın gelişmiş ülkeler düzeyinde zarar görmemiş olması, yüksek organik ürünler üretim potansiyeline sahip olmamızı sağladığı gibi, dünya pazarlarından da daha fazla pay alabilmemizi sağlayacaktır.

Türkiye’de organik tarım ürünleri üretimine baktığımızda;

**Bitkisel ürünler:**

Sert Kabuklu Meyveler: Fındık, ceviz, antepfıstığı, badem, yerfıstığı, kestane.

Kuru Meyveler: Üzüm, kayısı, zerdali, erik, incir, elma, kiraz, vişne, armut, çilek.

Kurutulmuş Sebzeler: Domates, mantar.

Yaş Meyve ve Sebze: Elma, incir, çilek, erik, armut, vişne, kiraz, Trabzon hurması, üzümsü meyveler(berry’ler), karpuz, limon, portakal, greyfurt, mandalina, şeftali, üzüm, domates, biber, salatalık, ıspanak, pırasa, karnabahar, patlıcan, maydanoz, havuç, patates, kuru soğan, sarımsak, kereviz, balkabağı, bezelye.

Bakliyat: Mercimek, nohut, kuru fasulye.

Baharatlar ve Tıbbi-İtri Bitkiler: Defne yaprağı, kekik, kimyon, adaçayı, biberiye, ihlamur, rezene, nane, ısırgan otu.

Hububat: Buğday, pirinç, mısır, yulaf, arpa.

Sanayi Bitkileri: Pamuk, haşhaş tohumu, anason, şeker pancarı.

Yağlı Tohumlar: Ay çekirdeği, susam.

Diğerleri: Kapari, çam fıstığı, zeytin, kuşburnu, toz biber, fındık unu.

**İşlenmiş gıda ürünleri:**

Dondurulmuş Meyve-Sebze: Kayısı, çilek, kiraz, vişne, üzümsü meyveler (berry’ler), erik, soğan, kabak, domates, biber.

Meyve Suyu ve Konsantreleri: Kayısı püresi, armut suyu konsantresi, vişne suyu konsantresi, elma suyu konsantresi, elma püresi, kuşburnu püresi.

Diğerleri: Zeytinyağı, bulgur, pekmez, domates ezmesi, reçel, şarap, közlenmiş biber.

**Diğer Tarımsal Ürünler:** Bal, kayısı çekirdeği, vişne çekirdeği, gül kurusu, gülyacı, gül suyu, mersin yağı, mersin suyu, kekik yağı, lavanta yağı (Anonim 1999).



### 2.3. Türkiye'nin Dış Ticareti

Organik tarım ürünleri üretim ve ihracatına ilişkin istatistiksel altyapının oluşturulmasına yönelik çalışmalar diğer üretici ve ihracatçı ülkelerde olduğu gibi henüz ülkemizde de oluşturulamamıştır. Bahsedilen nedenle, üretim ve dış satıma ait net değerler ifade edilememektedir. Ancak, organik tarım ürünleri ihracatımız ağırlıklı olarak kuru meyvelere aittir. İhracatımızın yöneldiği ülke sayısı 2000 yılında 20 civarında olup (Bülbül ve Yücel 2001), AB ülkeleri en önemli ihraç pazarlarımızı oluşturmaktadır. AB ülkeleri dışında, Kuzey Avrupa ülkeleri, ABD, Kanada ve Japonya dikkat çeken potansiyel pazar görünümündedir (Gündüz ve Koç 2001).

1985-86 yıllarında kuru üzüm, kuru incir, kuru kayısı ihracata konu olan organik tarım ürünleri iken, 2003 yılında sektör ve ürün yelpazesi genişlemiştir (Çizelge 2.1.). Organik ürünler üretim ve ihracatı sert kabuklu ve kuru meyveler, dondurulmuş meyve ve sebzeler, yaş meyveler ve sebzeler, baharatlar ve bakliyat sektörlerinde yoğunlaşmış olup gülsuyu, gülyağı, zeytinyağı ve pamuk üretimi ve ihracatı gerçekleştirilen diğer organik ürünler olmuştur (Anonim 2000).

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nca yayınlanan yönetmeliğe ilave olarak ekolojik ürünler ihracatını belirli bir disipline kavuşturmak ve altyapısını hazırlamak amacıyla 6.1.1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği eki "Kayda Bağlı İhracat Listesi" nin 7. Maddesi çerçevesinde ekolojik ürünlerin ihracatı kayda bağlanmıştır. Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, söz konusu ürünlerin kayıt ve ihracatına yönelik işlemlerde Koordinatör Birlik olarak tayin edilmiştir (Gündüz ve Koç 2001).

**Çizelge 2.1:** Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Organik Ürün İhracatı (Anonim 2005a)

(M: Miktar: Ton, D: Değer: 1000 \$)

Ürünler	2003		2004		2005	
	M	D	M	D	M	D
Kuru Üzüm	2839	3855	3289	4150	4028	4610
Kuru Kayısı	953	2724	1045	3033	1050	2344
Kuru İncir	1469	3580	1580	3556	1733	3308
Kuru Erik	20	20	116	175	213	253
Fındık	742	3948	879	4036	1039	4009
Çamfıstığı	19	401	36	696	52	787
Mercimek	335	359	616	575	897	788
Nohut	590	535	934	818	679	598
Elma Suyu	-	-	555	761	290	388
Diğer Meyve Suları	-	-	15	52	236	363
Pamuk	75	161	169	356	175	299
Biber	29	54	131	166	145	217
Haşhaş	213	376	137	172	165	208
Zeytinyağı	21	50	381	872	15	48
<b>TOPLAM (Diğerleri Dahil)</b>	<b>8029</b>	<b>17849</b>	<b>11679</b>	<b>23562</b>	<b>12047</b>	<b>20837</b>

## 2.4. Dünya Ticareti

1930'lardan bugüne kadar biyolojik tarım modeli bir çok ülkede uygulanmıştır. Danimarka, İngiltere ve İsviçre Avrupa'da biyolojik tarımın temellerini atan ülkeler olmuşlardır. Bugün ABD, Kanada, Avustralya, Japonya ve Avrupa Birliği ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde iç pazarı sürekli artış gösteren organik ürünlerin üretimi, gelişmekte olan ülkelerde de gerçekleştirilmektedir. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde organik üretim yapısı farklılık arz etmektedir. Üretim iç pazarın talebini cevaplamak amacıyla değil, ihracat amacıyla başlamıştır (Aksoy ve Altındışli 1998).

Değişik ülkelerde yapılan ulusal bazdaki organik tarıma yönelik çalışmalar bağımsız olarak sürdürülürken, 1972 yılından sonra bu çalışmalar IFOAM altında toplanmıştır (Aksoy ve Altındışli 1998).

Yaş meyve-sebze, çorbalar, dondurulmuş gıdalar, su ürünleri, şeker ve şekerli ürünler, bebek gıdaları, diyet ürünleri, gıda katkı maddeleri, soslar, kuru ve sert kabuklu meyveler, bakliyat, baharatlar, tıbbi itri bitkiler, yağlar, et ürünleri, bal, peynir, un ve unlu mamuller ve bira, şarap, meyve suları, kahve, çay gibi alkollü ve alkolsüz içecekler dünya ticaretine konu olan organik tarım ürünleridir (Anonim 2005b).

Dünyada ki organik gıda ve içecek pazarının ülkelere göre dağılımı çizelge 2.2.'de verilmiştir.

**Çizelge 2.2:**Dünyada Organik Gıda ve İçecek Pazarı (Anonim 1999)

Ülkeler	Yaklaşık Perakende Satışlar(Milyon Dolar)	Toplam Gıda Satışının %'si	Orta Dönemde Tahmin Edilen Büyüme ( %)
Almanya	1 800	1,2	5-10
Fransa	720	0,5	20
İngiltere	450	0,4	25-35
Hollanda	350	1	10-15
İsviçre	350	2	20-30
Danimarka	300	2,5	30-40
İsveç	110	0,6	30-40
İtalya	750	0,6	20
Avusturya	225	2	10-15
Diğer Avrupa Ülkeleri *	200		
Toplam, Avrupa	5 255		
ABD	4 200	1.25	20-30
Japonya	1 000		
<b>Toplam</b>	<b>10 455</b>		

\* Belçika, Finlandiya, Yunanistan, İrlanda, Portekiz, İspanya, Norveç

### 3. MATERYAL VE METOD

#### 3.1. Materyal

Bu araştırmanın orijinal materyalini, İstanbul ilinde farklı sosyo-kültürel yapıya sahip yerleşim bölgelerinde ikamet eden kişilerle karşılıklı olarak yapılan anketler oluşturmaktadır. Araştırma, İstanbul ilindeki organik gıdalarla ilgili tüketici tercihlerini sağlıklı bir şekilde elde edebilmek amacıyla, ilin 4 farklı sosyo-kültürel yapıya sahip yerleşim bölgelerinde oturan toplam 600 kişi ile yapılmıştır.

#### 3.2. Metod

İstanbul ilindeki organik gıdalarla ilgili tüketici tercihleri üzerine yapılan bu çalışmada; konu ile ilgili verilerin elde edilmesi amacıyla, İstanbul ili 4 farklı sosyo-kültürel bölgeye ayrılmıştır. Belirlenen bu 4 farklı sosyo-kültürel yapıya sahip yerleşim bölgelerinde ikamet eden kişiler tamamen tesadüfî örnekleme yöntemi ile eşit sayıda denek seçilmiştir.

Formül uygulandığı da farklı yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir durumunda olan 600 kişi hedeflenmiştir. Deneklere bilgi düzeylerini saptamak üzere 4'ü kişisel, 9'u organik gıdalar hakkında olmak üzere 13 soruluk anket formu kullanılmıştır ( Ek-1).

Araştırmanın amacına göre araştırma kapsamında çekilecek örneğin hacmi şu şekilde hesaplanmıştır (Malhaotra 1993).

$$n = \frac{p.q.z^2\alpha/2}{D^2}$$

n = Örnek sayısı

p = Ziyaret edenlerin oranı

q = 1-p

D = Hata Payı\*\*

Z $\alpha/2$  = %99

\*\* 0,04 hata payı

Bu tip örneklemelelerde uygulanan genel kural  $(p) = (q) = 0,5$  kabul edilmiştir. Bu durumda sabit bir örnekleme hatası ve güvenilirlik derecesi mümkün olan en büyük örnek hacmi elde edilmektedir. Örnekleme hatası da klasik olarak kullanılan %4 alınmıştır. Örnekleme hatası (D) % 4 ve güvenilirlik derecesi %99 ( $Z_{\alpha/2} = 1,95$ ) kabul edilirse yapılması gereken anket sayısı (örnek hacmi), formülden hesaplanmıştır.

$$n = \frac{(0.5). (0.5). (1.95)^2}{(0.04)^2} \approx \mathbf{600}$$

olarak bulunmuştur.

Sınıfların belirlenmesi ve birbirinden ayrılmasında aynı kültürel yapıyı yansıtan semtler çeşitli göstergeler (gelir dağılımı, tiyatro, konser, sergi vs.) göz önünde bulundurularak sınıflandırılmıştır (Çizelge 3.1.).

**Çizelge 3.1.** İstanbul ilinde anket uygulanan deneklerin sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı

Sosyo – Kültürel Gruplar	Oranlar (%)	Anket uygulanan denek sayısı (Kişi)
A	25	150
B	25	150
C	25	150
D	25	150
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>	<b>600</b>

A grubuna: Beşiktaş, Levent ve Beyoğlu ilçelerinde oturan kişiler;

B grubuna: Bakırköy, Bahçelievler ve Kadıköy ilçelerinde oturan kişiler;

C grubuna: Üsküdar, Fatih ve Bayrampaşa ilçelerinde oturan kişiler;

D grubuna: Gaziosmanpaşa, Eyüp ve Beykoz ilçelerinde oturan kişiler dahil edilmiştir.

Ankete katılan 600 kişinin cinsiyetlerinin oransal dağılımını;

Bay'lar toplam denek sayısının %51'i (306 kişi),

Bayan'lar toplam denek sayısının %49'u (294 kişi) oluşturmaktadır.

Ankete katılan 600 kişinin yaşlarının oransal dağılımını ise;

15-25 yaş: toplam denek sayısının %40'ı (240 kişi),

26-40 yaş: toplam denek sayısının %39'u (234 kişi),

41-60 yaş: toplam denek sayısının %13'ü (78 kişi),

61 ve üstü yaş: toplam denek sayısının %8'i (48 kişi) oluşturmaktadır.

Ankete katılan 600 kişinin eğitim düzeylerinin oransal dağılımını ise;

İlkokul mezunu olan kişiler toplam denek sayısının %9'u (54 kişi),

Ortaokul mezunu olan kişiler toplam denek sayısının %9'u (54 kişi),

Lise mezunu olan kişiler toplam denek sayısının %23'ü (138 kişi),

Üniversite mezunu olan kişiler toplam denek sayısının %59'u (354 kişi) oluşturmaktadır.

Ankete katılan 600 kişinin gelir durumlarının oransal dağılımını ise;

500-1000 TL arası geliri olan kişiler toplam denek sayısının %13'ü (78 kişi),

1000-2000 TL arası geliri olan kişiler toplam denek sayısının %47'si (282 kişi),

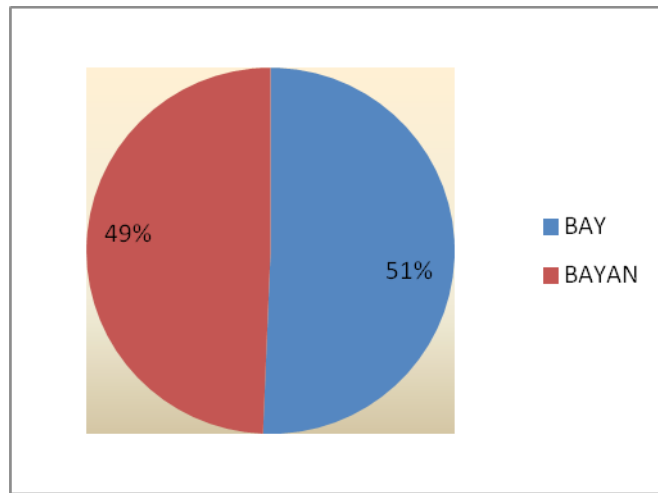
2000-5000 TL arası geliri olan kişiler toplam denek sayısının %36'sı (216 kişi),

5000 TL ve üstü geliri olan kişiler toplam denek sayısının %4'ü (24 kişi) oluşturmaktadır.

## 4. ARAŞTIRMA SONUÇLARI VE TARTIŞMA

### 4.1. Cinsiyet

İstanbulcun çeşitli ilçelerinde yaşayan insanların organik gıdalarla ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmaya bay ve bayan olmak üzere 600 kişi katılmıştır. Anketimize katılan insanların %51'i bay, %49'u bayandır (Şekil 4.1).

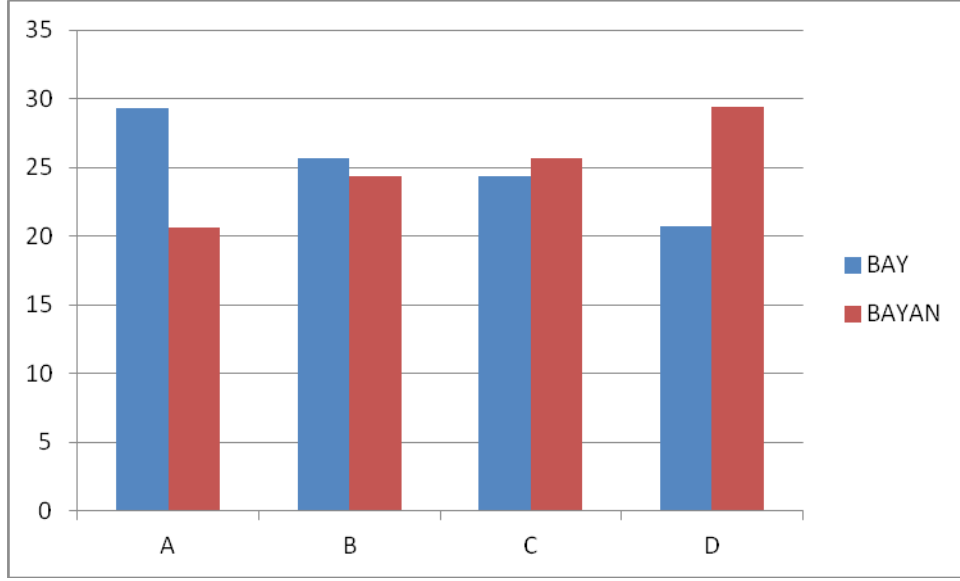


Şekil 4.1. Genel cinsiyet dağılımı

Cinsiyette organik ürün tercihlerinde etkili olan faktörler arasında değerlendirilmektedir. Örneğin, 1995 yılında Kuzey İrlanda'daki organik ürün satın alan tüketicilerin profillerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada, bayanların erkeklerden daha fazla organik ürün satın aldıkları ortaya çıkarılmıştır (Davies ve ark. 1995).

Deneklerin cinsiyetlerinin sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı da Şekil 4.2'de verilmektedir.





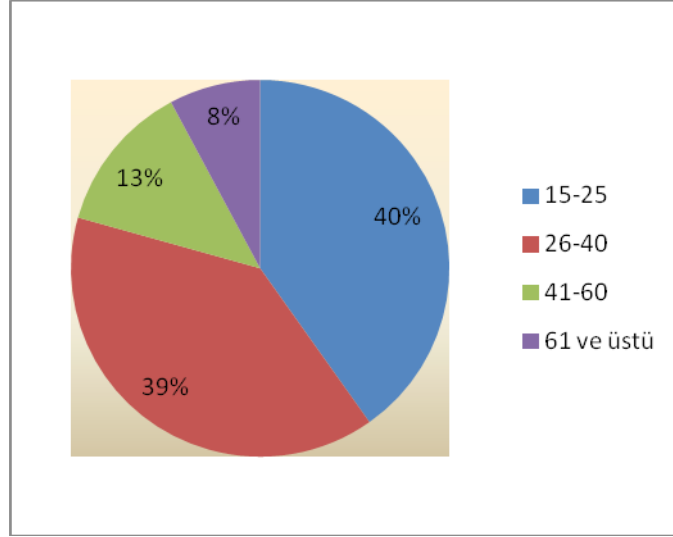
**Şekil 4.2.** Deneklerin cinsiyetlerinin sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

Cinsiyetlerinin sosyo-kültürel dağılımını; A grubunda %29 bay, %20 bayan; B grubunda %25 bay, %24 bayan; C grubunda %24 bay, %25 bayan; D grubunda % 20 bay, %29 bayan oluşturmaktadır.

#### 4.2. Yaş

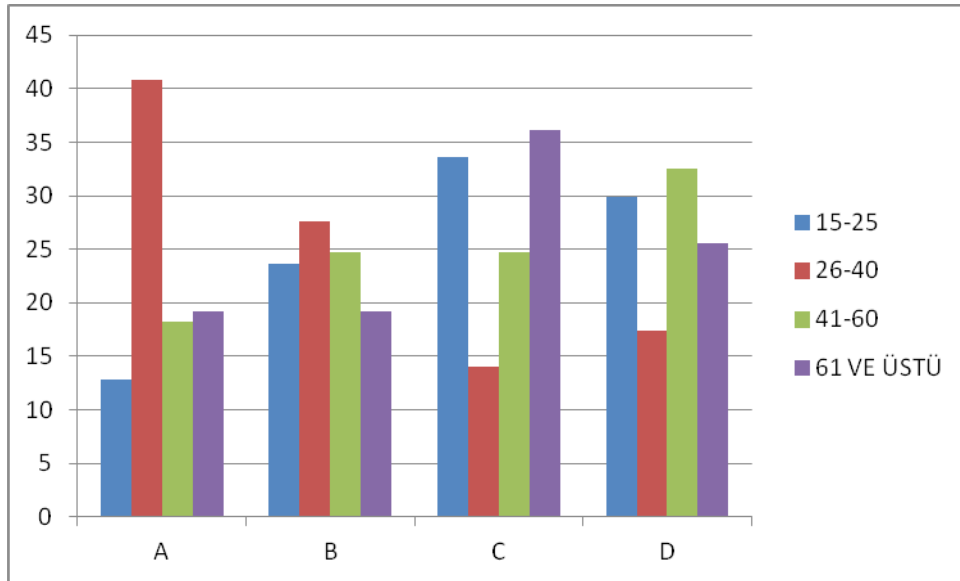
İnsanların yaş aralığına bakıldığında %40'ı 15-25 arası, %39'u 26-40 arası, %13'ü 41-60 arası ve %8'i 61 yaş ve üzerindedir (Şekil 4.3). Ankete katılanların % 79'unu 15-40 yaş arası kişiler oluşturmaktadır. Bu durum Türkiye'de genç nüfusun fazla olması ile doğru orantılı olarak açıklanabilir.

Davies ve ark. (1995), yaptığı araştırmada 20 yaş civarındaki gençler çevresel konulara oldukça duyarlı olmalarına rağmen organik ürün satın almamaktadırlar. Bu da elde ettikleri gelirin ya da aileleri tarafından verilen harçlıkların yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır.



**Şekil 4.3.** Genel yaş dağılımı

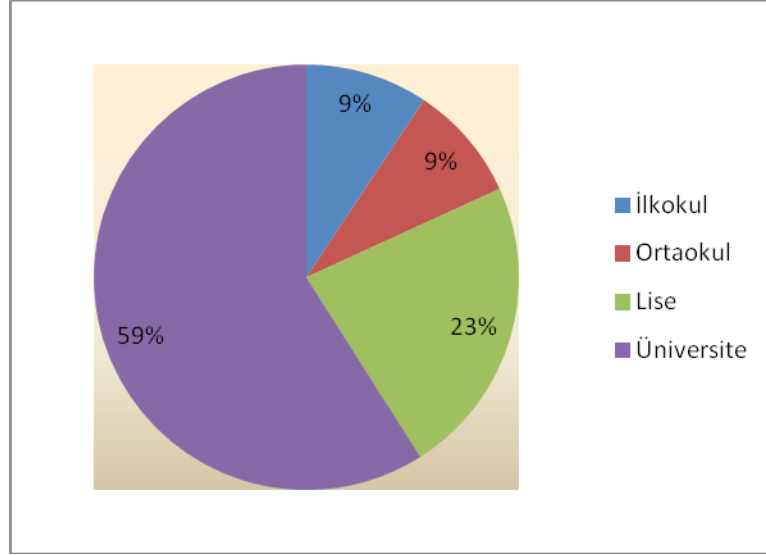
Deneklerin yaşlarının sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı da Şekil 4.4'te verilmektedir.



**Şekil 4.4.** Deneklerin yaşlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

### 4.3. Öğrenim durumu

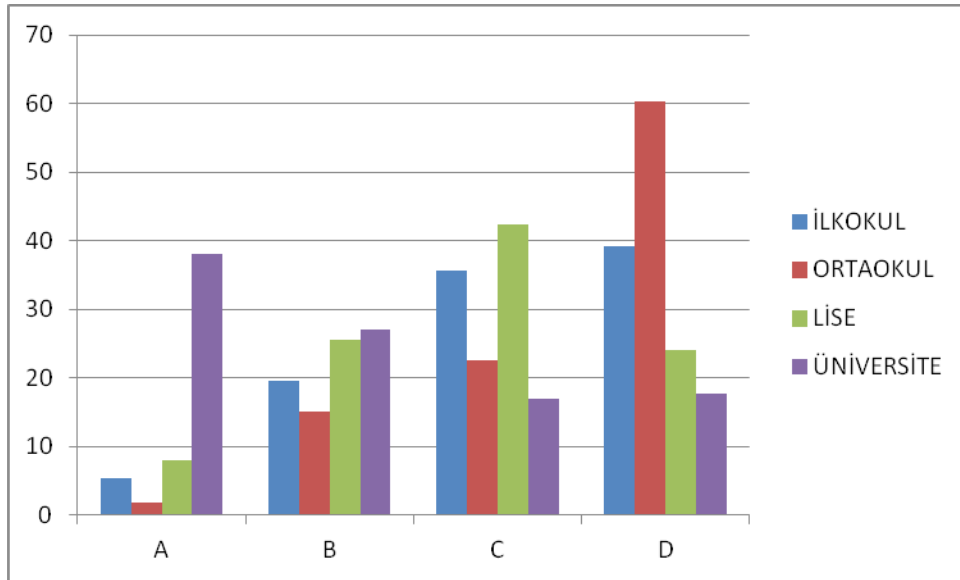
Öğrenim durumuna bakıldığında 600 kişinin %9'u ilkokul, %9'u ortaokul, %23'ü lise ve %59'u üniversite mezunu olduğu görülmüştür (Şekil 4.5).



Şekil 4.5. Genel öğrenim durumları

Sarıkaya (2007), yaptığı bir çalışmada eğitim seviyesi yükseldikçe insanların organik gıda tüketme oranının arttığını belirtmiştir.

Deneklerin eğitim seviyelerinin sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı da Şekil 4.6'da verilmektedir.



Şekil 4.6. Deneklerin eğitim seviyelerinin sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

Eğitim düzeylerinin sosyo-kültürel dağılımları;

A grubunda; İlkokul mezunlarının %5'i, ortaokul mezunlarının %2'si, lise mezunlarının %8'i ve üniversite mezunlarının %38'i bulunmaktadır.

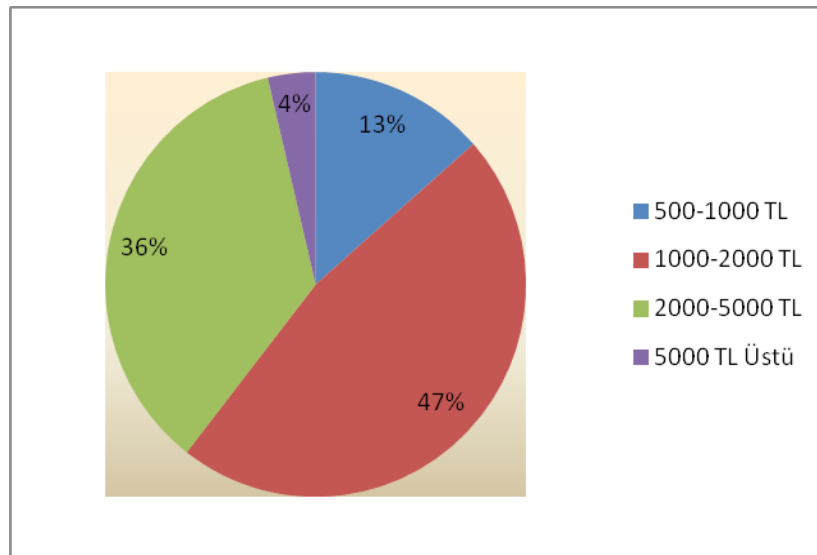
B grubunda; İlkokul mezunlarının %20'si, ortaokul mezunlarının %15'i, lise mezunlarının %26'sı ve üniversite mezunlarının %27'si bulunmaktadır.

C grubunda; İlkokul mezunlarının %36'sı, ortaokul mezunlarının %23'ü, lise mezunlarının %42'si ve üniversite mezunlarının %17'si bulunmaktadır.

D grubunda; İlkokul mezunlarının %39'u ortaokul mezunlarının %60'ı, lise mezunlarının %24'ü ve üniversite mezunlarının %18'i bulunmaktadır.

#### 4.4. Aylık gelir

Ankete katılanları gelir durumuna göre gruplandırdığımızda %13'ünün 500-1000 TL arası, %47'sinin 1000-2000 TL arası, %36'sının 2000-5000 TL arası ve %4'ünün 5000 TL'den fazla gelire sahip olduğu görülmüştür (Şekil 4.7).

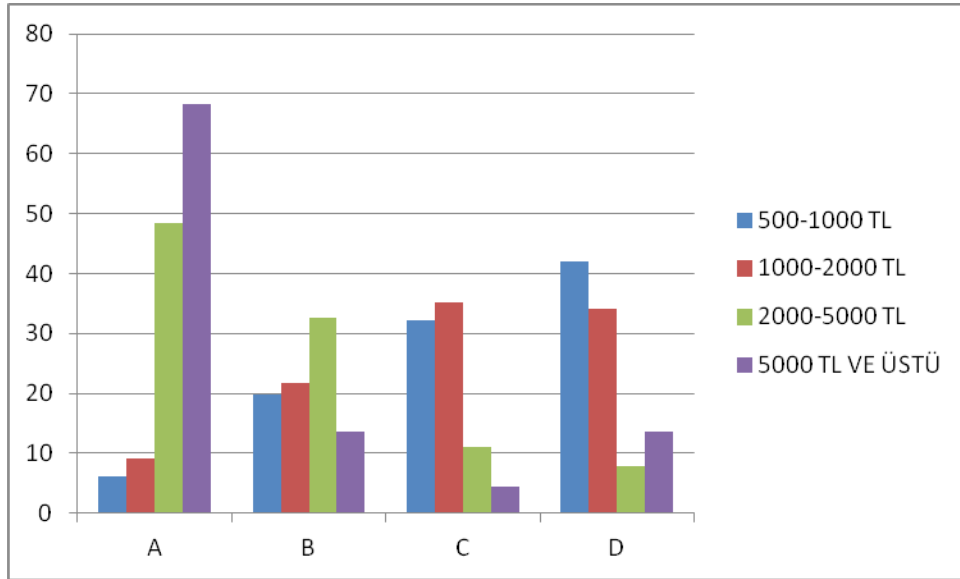


Şekil 4.7. Genel gelir durumları

Akgüngör vd. (1999), İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde tüketicilerin çevre dostu tarım ürünlerine yönelik potansiyel talebinin tahmin edilmesi amacıyla yapılan bir çalışmada; iç piyasada, özellikle gelir düzeyi yüksek olan tüketici gruplarının, organik yöntemlerle üretilen ve sertifikalandırılan ürünleri satın alma potansiyeline sahip oldukları ortaya çıkarılmıştır. Bu ürünlerin hedef tüketicilerinin ise, gelir düzeyi yüksek, orta yaşın üzerinde ve sağlık riskleri için duyarlı kişiler oldukları belirlenmiştir.

İnal vd. (2008)'e göre, 40 yaş altı, gelir seviyesi 1000 TL üzerinde olan, bir ya da iki çocuklu aileler ve özellikle bu grupta yer alan bayanların organik gıda konusunda diğer sosyo demografik özelliklere sahip gruplara göre daha duyarlı oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, organik gıdaya yönelik olumlu imaj sahibi bireylerin çevreye duyarlı, kendiyle barışık, doğayla bütünlük içerisinde olmak isteyen değerlere sahip oldukları da bulunmuştur.

Deneklerin gelir durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre dağılımı da Şekil 4.8'de verilmektedir.



**Şekil 4.8.** Deneklerin gelir durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

Gelir düzeylerinin sosyo-kültürel dağılımı; A grubunda; 500-1000 TL arasında geliri olanların %6,2'si, 1000-2000 TL arası geliri olanların % 9,2'si, 2000-5000 TL arası geliri olanların %48,4'ü ve 5000 TL'den fazla geliri olanların ise % 68,2'si bulunmaktadır.

B grubunda; 500-1000 TL arasında geliri olanların %19,8'i, 1000-2000 TL arası geliri olanların % 21,6'sı, 2000-5000 TL arası geliri olanların %32,6'sı ve 5000 TL'den fazla geliri olanların ise % 13,6'sı bulunmaktadır.

C grubunda; 500-1000 TL arasında geliri olanların %32,1'i, 1000-2000 TL arası geliri olanların % 35,1'i, 2000-5000 TL arası geliri olanların %11,2'si ve 5000 TL'den fazla geliri olanların ise % 4,5'i bulunmaktadır.

D grubunda; 500-1000 TL arasında geliri olanların %4,9'u, 1000-2000 TL arası geliri olanların % 34'ü, 2000-5000 TL arası geliri olanların %7,9'u ve 5000 TL'den fazla geliri olanların ise % 13,6'sı bulunmaktadır.

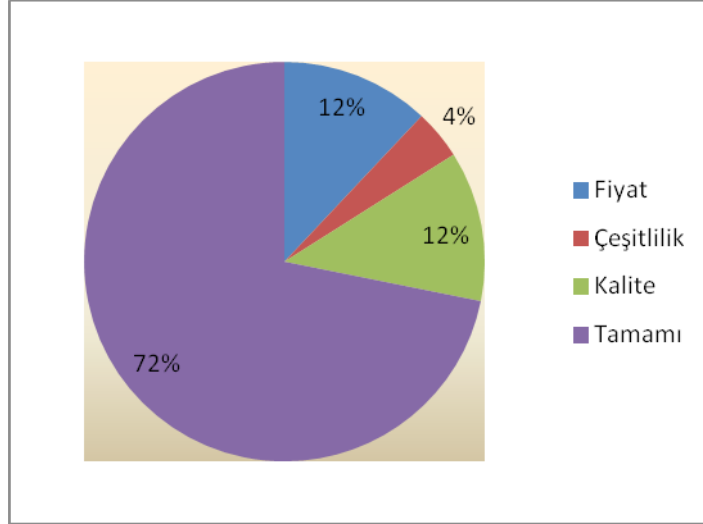
#### **4.5 Gıda alışverişinde sizin için önemli olan nedir?**

Araştırma kapsamında deneklere anketteki sorular sorulmuş ve onlardan alınan cevaplara göre bilgi düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Deneklere “gıda alışverişinde sizin için önemli olan nedir?” diye sorulmuş ve cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve gelir düzeylerine göre cevaplar sınıflandırılarak aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.1).

**Çizelge 4.1.** Deneklerin gıda alışverişinde önemli olan etkeni bilme durumları (%)

		Tercih Nedenleri			
		Fiyatı	Çeşitliliği	Kalitesi	Tamamı
Cinsiyet	Bay	13,9	3,9	11,5	70,7
	Bayan	10,2	4	12,8	73
Yaş aralığı	15-25	7	2,5	6,2	84,3
	26-40	7,2	2,1	9,8	80,9
	41-60	19,5	11,7	33,8	35
	61 ve üstü	48,9	8,5	19,2	23,4
Öğrenim durumu	İlkokul	58,9	8,9	16,1	16,1
	Ortaokul	32,1	11,3	20,8	35,8
	Lise	10,2	5,2	20,4	64,2
	Üniversite	2,3	1,7	7,1	88,9
Gelir durumu	500-1000 TL	55,5	6,2	18,5	19,8
	1000-2000 TL	8,2	3,9	12	75,9
	2000-5000 TL	1,4	3,3	9,3	86
	5000 TL'den fazla	4,5	4,5	18,3	72,7
<b>GENEL</b>		<b>12</b>	<b>4</b>	<b>12,2</b>	<b>71,8</b>

Çizelge 4.1.'de görüldüğü gibi gıda alışverişinde önemli olan hangisidir? sorusuna; fiyatı, çeşitliliği, kalitesi ve tamamı şıklarını işaretlemelerine göre değerlendirilmiştir. Gelir seviyesi, öğrenim durumu ve yaş parametreleri bu seçeneklerin belirlenmesinde oldukça etkili olmuştur. Gelir seviyesi düştükçe fiyat seçeneği, öğrenim seviyesi arttıkça kalite seçeneğinin arttığı görülmüştür. Toplamda ankete katılanların % 12'sinin fiyatı, % 4'ünün çeşitliliği, % 12,2'sinin kalitesi ve % 71,8'inin tamamı cevabını verdiği görülmüştür (Şekil 4.9).



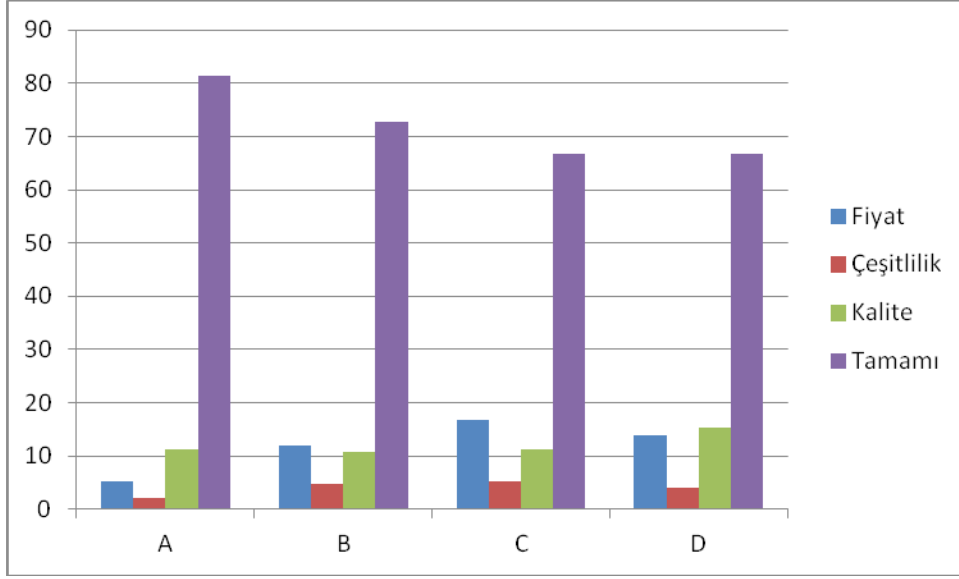
**Şekil 4.9.** Deneklerin “Gıda alışverişinde önemli olan kriter nedir?” sorusuna cevap verme durumları (%)

Verilen cevaplara bakıldığında tüm şıkların insanların çoğunluğu tarafından tercih edildiği, çeşitliliğin en son tercihte bulunduğu belirlenmiştir. Gelir durumunun ağırlıklı olarak belirleyici faktör olduğu bu soruda fiyat tercihi çoğunluktadır.

Sarıkaya (2007) organik ürünlerin pazarlanmasında, organik ürünleri kullanan tüketicilerin organik ürünlere yönelik tutumlarını ve tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, tüketicilerin organik ürün satın alma davranışları ve tutumları açısından dört boyutun öne çıktığını bulmuştur. Bunlar, sorumluluk, güven, değer ve fayda boyutlarıdır. Ayrıca bu çalışmada, tüketicilerin organik ürün tercihlerinin demografik özelliklere bağlı olarak değişkenlik gösterdiği de ortaya çıkarılmıştır.

Deneklerin “gıda alışverişinde önemli olan kriter nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.10’da verilmektedir.





**Şekil 4.10.** Deneklerin “gıda alışverişinde önemli olan kriter nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %5,3’ü “fiyat”, %2’si “çeşitlilik”, %11,4’ü “kalite”, %81,3’ü “tamamı” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %12’si “fiyat”, %4,7’si “çeşitlilik”, %10,7’si “kalite”, %72,6’sı “tamamı” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %16,7’si “fiyat”, %5,3’ü “çeşitlilik”, %11,3’ü “kalite”, %16,7’si “tamamı” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %14’ü “fiyat”, %4’ü “çeşitlilik”, %15,3’ü “kalite”, %66,7’si “tamamı” cevaplarını vermiştir.

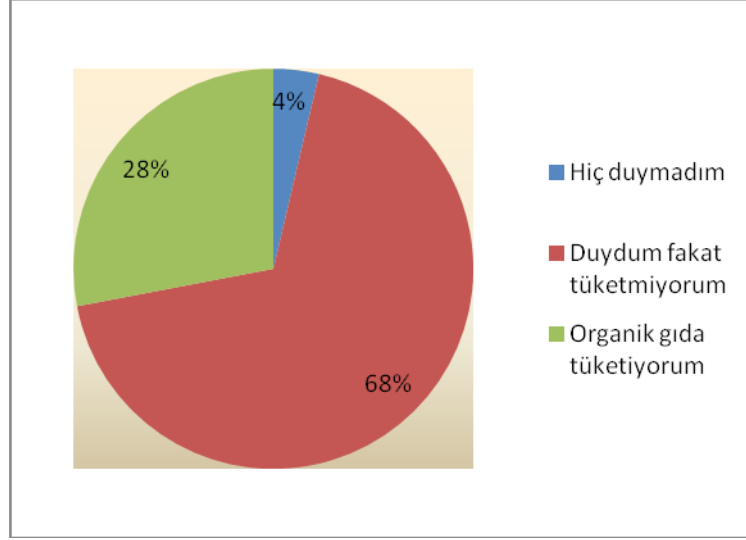
## 6. “Organik gıda” terimini duydunuz mu?

Araştırma sonunda deneklere “organik gıda terimini duydunuz mu? sorusunu yönelttiğimizde verdikleri cevaplar sınıflandırılarak aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.2.).

**Çizelge 4.2.** Deneklerin, “organik gıda terimini duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumları (%)

		Hiç duymadım	Duydum fakat tüketmiyorum	Organik gıda tüketiyorum
Cinsiyet	Bay	4,6	77	18,4
	Bayan	2,7	59,1	38,2
Yaş aralığı	15-25	1,3	84,2	14,5
	26-40	1,7	61,3	37
	41-60	5,2	53,2	41,6
	61 ve üstü	23,4	46,8	29,8
Öğrenim durumu	İlkokul	25	62,5	12,5
	Ortaokul	13,2	49,1	37,7
	Lise	0,7	75,2	24,1
	Üniversite	-	69,5	30,5
Gelir durumu	500-1000 TL	21	58	21
	1000-2000 TL	1,1	83,3	15,6
	2000-5000 TL	0,9	57,7	41,4
	5000 TL'den fazla	-	18,2	81,8
<b>GENEL</b>		<b>3,7</b>	<b>68,2</b>	<b>28,1</b>

Çizelge 4.2.'de görüldüğü gibi ankete katılan insanlardan bayanların baylara oranla daha çok organik gıda tükettiği, orta yaşlı insanların daha çok organik gıdayı duyduğu ve tükettiği, öğrenim seviyesi yüksek olanlardan organik gıda terimini duymayanın hemen hemen hiç olmadığı, gelir seviyesi arttıkça organik gıda tüketiminin arttığı görülmüştür. Bu sonuç eğitimin organik gıda tüketimiyle paralel bir yol izlediği anlaşılmaktadır. Toplamda ankete katılanların % 3,7'sinin organik gıda terimini hiç duymadığı, % 68,2'sinin organik gıdayı duyduğu fakat tüketmediği, % 28,1'inin ise organik gıda tükettiği görülmüştür (Şekil 4.11).

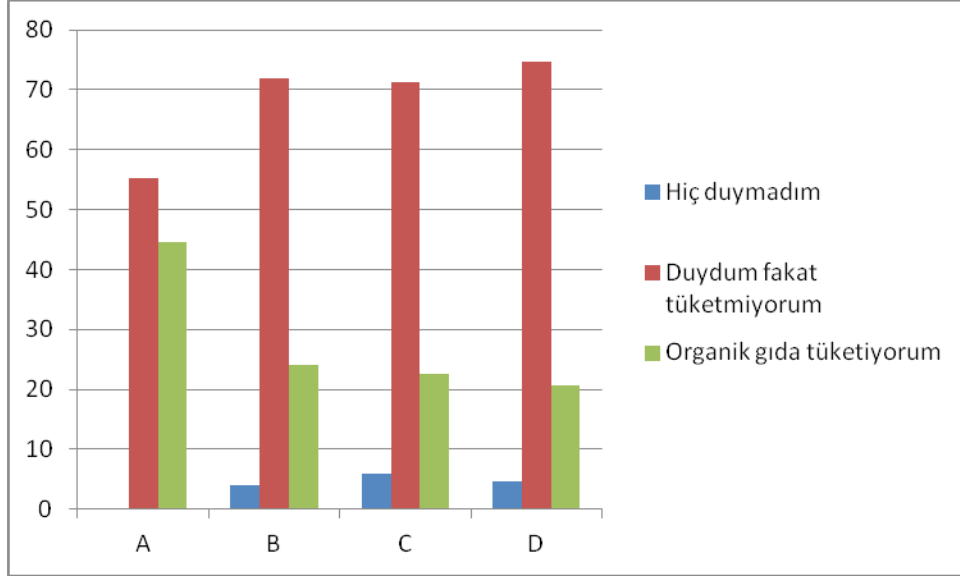


**Şekil 4.11.** Deneklerin “Organik gıda terimini duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumları

İnsanların büyük çoğunluğunun organik gıdayı duyduğu ancak yaklaşık % 25’inin organik gıdayı tükettiği anlaşılmaktadır. Organik gıda tüketimi gelir seviyesi ve eğitim durumuyla paralel olarak arttığı, yaşlı insanların her ne kadar organik gıda terimini duymadıklarını beyan etmişlerdir.

Yunan tüketicilerin organik ürünleri satın alma motiflerini ve profillerini araştırmak üzere bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın bulgularına göre, üç tür organik ürün tüketicisi olduğu bulunmuştur. Bu tüketiciler, organik ürünlere yönelik tutumlarına, satın alma niyetlerine ve organik ürün farkındalıklarına göre, “farkında olmayanlar”, “farkında olup satın almayanlar” ve “farkında olup satın alanlar” şeklinde üç grupta toplanmıştır (Fotopoulos ve Krystallis 2002).

Deneklerin “organik gıda terimin duydunuz mu?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.12’de verilmektedir.



**Şekil 4.12.** Deneklerin “organik gıda terimin duyduunuz mu?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; hepsi organik gıdayı duymuş, %55,3’ü “duydum fakat tüketmiyorum”, %44,6’sı “organik gıda tüketiyorum” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %4’ü “hiç duymadım”, %72’si “duydum fakat tüketmiyorum”, %24’ü “organik gıda tüketiyorum” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %6’sı “hiç duymadım”, %71,3’ü “duydum fakat tüketmiyorum”, %22,4’ü “organik gıda tüketiyorum” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %4,7’si “hiç duymadım”, %74,7’si “duydum fakat tüketmiyorum”, %20,6’sı “organik gıda tüketiyorum” cevaplarını vermiştir.

#### 4.7. Organik gıdalar hakkındaki bilgileri nereden edindiniz?

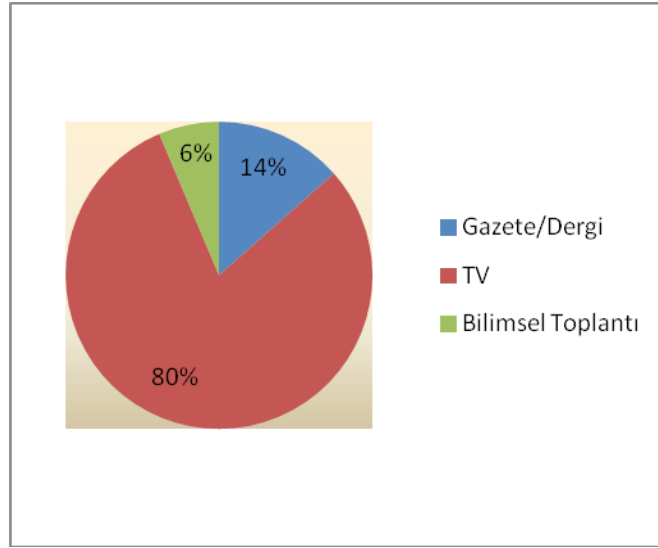
Araştırma sonunda deneklere “organik gıdalar hakkında nerden bilgi sahibi oldunuz?” sorunu yönelttiğimizde verdikleri cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.3).

**Çizelge 4.3.** Deneklerin, “organik gıda hakkında nereden bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna cevap verme durumları (%)

		Gazete/Dergi	TV	Bilimsel Toplantı	Bilgi sahibi olmayan
Cinsiyet	Bay	11,2	77,9	6,3	4,6
	Bayan	14,9	76,4	6,1	2,6
Yaş aralığı	15-25	12,9	81,3	4,6	1,2
	26-40	10,2	83,4	4,7	1,7
	41-60	23,4	59,7	11,7	5,2
	61 ve üstü	10,6	53,2	12,8	23,4
Öğrenim durumu	İlkokul	16,1	57,1	1,8	25
	Ortaokul	16,9	69,8	-	13,3
	Lise	20,4	76,6	2,2	0,8
	Üniversite	9	81,6	<b>9,4</b>	-
Gelir durumu	500-1000 TL	18,5	59,3	1,2	21
	1000-2000 TL	13,8	81,6	3,5	1,1
	2000-5000 TL	9,3	82,8	6,9	1
	5000 TL'den fazla	<b>18,2</b>	<b>31,8</b>	<b>50</b>	-
<b>GENEL</b>		<b>14</b>	<b>80</b>	<b>6</b>	<b>-</b>

Çizelge 4.3'te görüldüğü gibi ankete katılan insanların büyük bir çoğunluğun organik gıda hakkında bilgiyi Televizyon(TV)'dan aldığı, öğrenim durum seviyeleri arttıkça insanların bilimsel toplantılardan organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olma oranının arttığı görülmektedir. TV'lerin insanların organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olmaları konusunda olduça etkili olduğu açıkça görülmektedir. Toplamda ankete katılanların % 14'ünün

Gazete/Dergi, % 80'inin TV ve % 6'sının bilimsel toplantılardan organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olduğu ortaya çıkmaktadır ( Şekil 4.13).



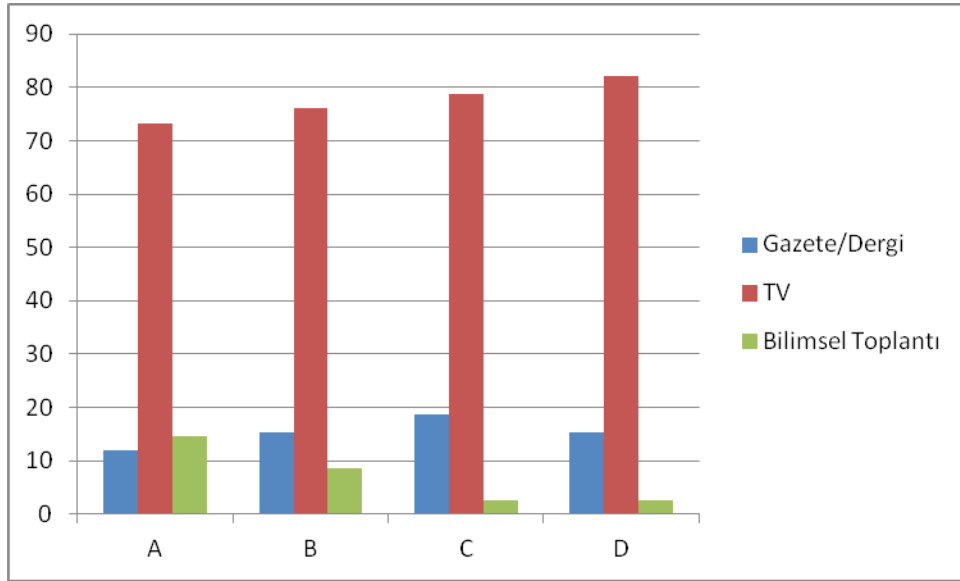
**Şekil 4.13.** Deneklerin “Organik gıda hakkında nereden bilgi edindiniz?” sorusuna cevap verme durumları

Ankete katılanları büyük bir çoğunluğunun organik gıdalar hakkında bilgiyi TV’lerden öğrendiği, bilimsel toplantı ve gazete/dergi’lerden bilgi edinme oranları oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Zanoli ve ark. (2002) organik ürün satın alınmasında tüketici güdülerini belirlemek amacıyla yaptıkları bir çalışmada, tüketicilerin organik ürün satın almalarında onları güdüleyen en önemli faktörlerin organik ürünler hakkında verilen güvenilir ve gerçek bilgilerle, organik ürünlerin ihtiyaç duyulan her yerde bulunabilmeleri olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Kacur (2009)’a göre organik ürünlerle ilgili yapılan tanıtımlar yetersizdir. Bu sebeple, tüketicinin organik ürünlerin yararları veya nasıl üretildikleri hakkında bilgileri az olduğu için organik ürünleri olumlu olarak algılama düzeyleri de düşmektedir. Akademik ve idari personel çeşitli araştırmalar, kitaplar ya da haberler sayesinde organik ürünler hakkında az çok bilgiye sahiptirler ancak, öğrencilerin konuyla ilgili ne yazık ki bilgisi sınırlıdır. Bu durumda, en fazla is organik ürün üreticilerine ve perakendecilerine düşmektedir. Eğer Türkiye’de organik ürünler için daha fazla tutundurma kampanyası yapılırsa, ürünlerin satın alınma oranı da artacaktır.

Deneklerin “organik gıdalar hakkında nereden bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.14’de verilmektedir.



**Şekil 4.14.** Deneklerin “organik gıdalar hakkında nereden bilgi sahibi oldunuz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %12’si “gazete/dergi”, %73,3’ü “TV”, %14,7’si “bilimsel toplantı” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %15,3’ü “gazete/dergi”, %76’sı “TV”, %8,7’si “bilimsel toplantı” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %18,7’si “gazete/dergi”, %78,7’si “TV”, %2,6’sı “bilimsel toplantı” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %15,3’ü “gazete/dergi”, %82’si “TV”, %2,7’si “bilimsel toplantı” cevaplarını vermiştir.

#### **4.8. Organik gıdalar hakkındaki düşünceleriniz?**

Araştırma sonunda deneklere sorulan sorulardan birisi olan “organik gıdalar hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki verilmiştir (Çizelge 4.4). Bu

soruda deneklerin birden fazla şıkları seçebildiği için oranların yatayda toplamı % 100'den fazladır. Deneklere yöneltilen bu soru sekiz adet şık içermektedir.

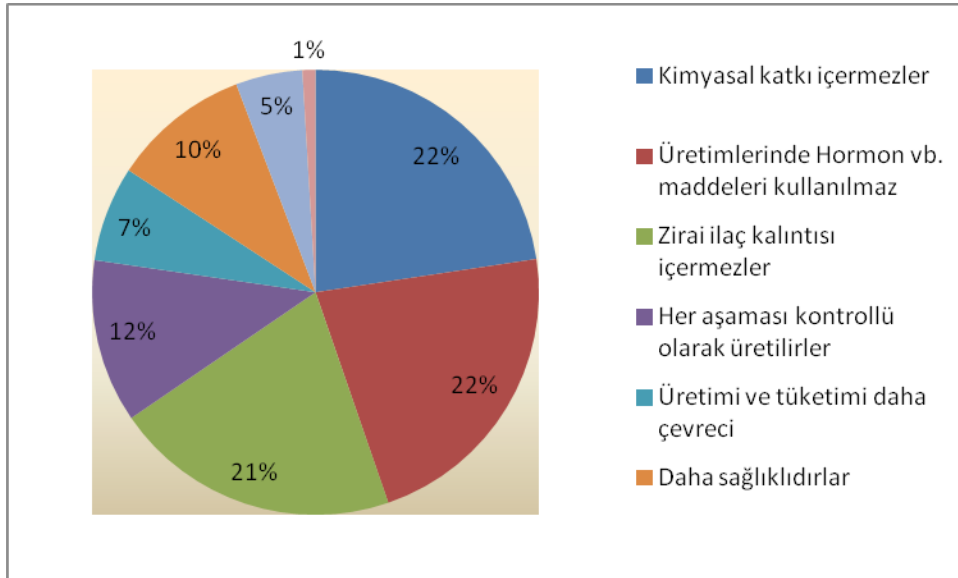
**Çizelge 4.4.** İnsanların organik gıdalar hakkındaki düşünceleri (%)

		Kimyasal katkı içermezler	Üretimlerinde hormon vb. maddeleri kullanılmaz	Zirai ilaç kalıntısı içermezler	Her aşaması kontrollü olarak üretilirler	Üretimi ve tüketimi daha çevreci	Daha sağlıklıdır	Daha lezzetlidir	Diğer gıdalarla aynıdır
Cinsiyet	Bay	86,2	85,2	80,6	53,3	19,4	29,6	18,1	4,3
	Bayan	89,5	83,8	80,7	38,5	34,5	48,3	19,6	3
Yaş aralığı	15-25	95,4	91,7	89,2	19,1	16,2	24,9	26,6	1,2
	26-40	90,6	91,9	88,9	80,4	35,7	45,1	14	1,3
	41-60	79,2	74	53,2	33,8	32,5	63,6	37,7	7,8
	61 ve üstü	48,9	44,7	40,4	31,9	27,6	38,3	23,4	21,3
Öğrenim durumu	İlkokul	50	50	44,6	21,4	17,8	51,8	23,6	16,1
	Ortaokul	67,9	67,9	62,3	45,3	43,4	52,8	33,9	11,3
	Lise	87,6	82,5	72,9	27,7	19,7	37,2	55,5	3,6
	Üniversite	96,9	95,5	92,1	57,1	28,8	35,3	13,3	0,6
Gelir durumu (TL)	500-1000	55,5	54,3	50,6	23,5	23,5	55,5	24,7	14,8
	1000-2000	91,2	87,6	84,8	23,8	17	23,4	17,7	2,1
	2000-5000	96,7	95,3	89,3	81,9	37,2	43,7	15,8	1,9
	5000 'den fazla	95,4	86,4	54,5	63,6	63,6	63,6	40,9	-
GENEL	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	

Çizelge 4.4'te görüldüğü üzere deneklerin organik gıdalar hakkındaki düşüncelerine bakıldığında, ilk üç şıkta verilen cevapların birbirine yakın olduğu görülmektedir (%22, %22 ve %21). Bu durumun en çok ilk üç şıkkın işaretlenmesiyle anlaşılmıştır (%66). Dolayısıyla



insanlar, organik gıdaların kimyasal katkı, hormon vb. madde ve zirai ilaç kalıntısı içermediği konusunda hem fikirdir (%65). Organik gıdaların daha sağlıklı olduklarını düşünenler de oldukça yüksektedir (%75). Organik gıdaların diğer gıdalarla aynı olduğunu düşünenler oldukça azdır (%1). Toplamda ankete katılanların, % 22'si kimyasal madde içermezler, % 22'si üretimlerinde hormon vb. maddeleri kullanılmaz, % 21'i zirai ilaç kalıntısı içermezler, % 12'si her aşaması kontrollü olarak üretilirler, % 7'si üretimi ve tüketimi daha çevreci, % 10'u daha sağlıklıdır ve % 1'i diğer gıdalarla aynıdır cevaplarını verdikleri görülmektedir ( Şekil 4.15).



**Şekil 4.15.** Deneklerin organik gıdalar hakkındaki düşüncelerini belirtme durumları

Ankete katılanların büyük çoğunluğu organik gıdalara olumlu yaklaşmaktadır. İnsanların organik gıdalar hakkında, katkı maddelerinin minimum seviyede olduğunu, daha sağlıklı olduklarını, çevreci bir yapıya sahip olduklarını düşündüklerini verdikleri cevaplardan anlamış bulunmaktayız.

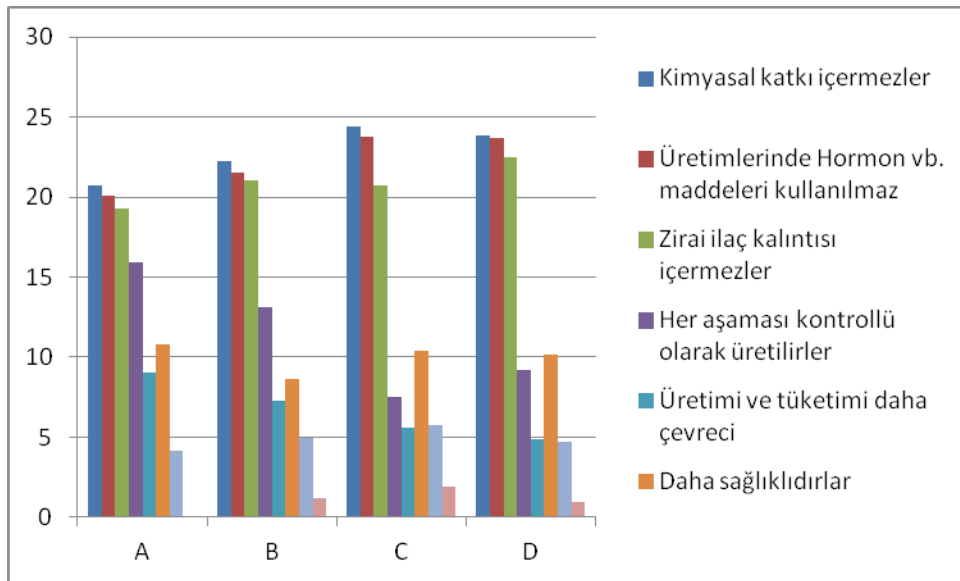
Lea ve Worsley (2005) Avustralya'daki tüketiciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, organik ürünlerin geleneksel ürünlerden daha sağlıklı, lezzetli ve aynı zamanda da çevre için faydalı olduklarını bulmuşlardır. Organik ürünlerin pahalı olması ve her yerde bulunamaması

ise sık tüketilememe sebepleri arasında belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmaya katılan bayanlar organik ürünler hakkında erkeklerden daha pozitif tutum sergilemişlerdir.

Tüketicilerin organik ürün satın alma karar sürecinin incelenmesi amacıyla 2008 yılında Kuzey İtalya’da yapılan bir diğer çalışmada, tüketicilerin organik ürünlere olan tutumlarının tüketicinin organik ürün satın alma sürecinin önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, tüketicinin organik ürünlere yönelik pozitif tutum sergilemelerinin ise, organik ürünler konusunda daha fazla bilgilendirilmeleriyle mümkün olacağı bulunmuştur. Sağlıklı bir diyet programı ve dengeli beslenme şeklini tercih eden tüketicilerin diğer tüketicilere nazaran organik ürünlere yönelik daha olumlu tutumlar sergiledikleride araştırmanın önemli bulguları arasında sayılabilmektedir (Magistris ve Gracia 2008).

Ekolojik yumurta ve tavuk etinin tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmalarında, anket uygulanan tüketicilerin % 25’inin ekolojik tarımdan haberdar olduğu, % 76’sının ekolojik tavuk ürünlerini “sağlıklı ve güvenilir” olduğu için tercih ettikleri ve %30’unun ise ekolojik ürünlere daha fazla fiyat ödemeye hazır oldukları bulunmuştur (Armağan ve Özdoğan 2005).

Deneklerin “organik gıdalar hakkındaki düşünceleriniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.16’da verilmektedir.



**Şekil 4.16.** Deneklerin “organik gıdalar hakkındaki düşünceleriniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %20,7'si "kimyasal katkı içermezler", % 20,1'i "üretimlerinde hormon vb. madde kullanılmaz", % 19,3'ü "zirai ilaç kalıntısı içermezler", % 15,8'i "her aşaması kontrollü olarak üretilirler", %9,1'i "üretim ve tüketimi daha çevreci", % 10,8'i "daha sağlıklıdırlar", % 4,2'si "daha lezzetlidirler", %0'ı "diğer gıdalarla aynıdırlar" cevaplarını vermişlerdir.

B grubunda bulunan deneklerin; %22,2'si "kimyasal katkı içermezler", % 21,6'sı "üretimlerinde hormon vb. madde kullanılmaz", % 21,1'i "zirai ilaç kalıntısı içermezler", % 13,1'i "her aşaması kontrollü olarak üretilirler", %7,3'ü "üretim ve tüketimi daha çevreci", % 8,6'sı "daha sağlıklıdırlar", % 4,9'u "daha lezzetlidirler", %1,2'si "diğer gıdalarla aynıdırlar" cevaplarını vermişlerdir.

C grubunda bulunan deneklerin; %24,4'ü "kimyasal katkı içermezler", % 23,8'i "üretimlerinde hormon vb. madde kullanılmaz", % 20,7'si "zirai ilaç kalıntısı içermezler", % 7,5'i "her aşaması kontrollü olarak üretilirler", %5,6'sı "üretim ve tüketimi daha çevreci", % 10,4'ü "daha sağlıklıdırlar", % 5,7'si "daha lezzetlidirler", %1,9'u "diğer gıdalarla aynıdırlar" cevaplarını vermişlerdir.

D grubunda bulunan deneklerin; %23,9'u "kimyasal katkı içermezler", % 23,7'si "üretimlerinde hormon vb. madde kullanılmaz", % 22,5'i "zirai ilaç kalıntısı içermezler", % 9,2'si "her aşaması kontrollü olarak üretilirler", %4,9'u "üretim ve tüketimi daha çevreci", % 10,2'si "daha sağlıklıdırlar", % 4,6'sı "daha lezzetlidirler", %1'i "diğer gıdalarla aynıdırlar" cevaplarını vermişlerdir.

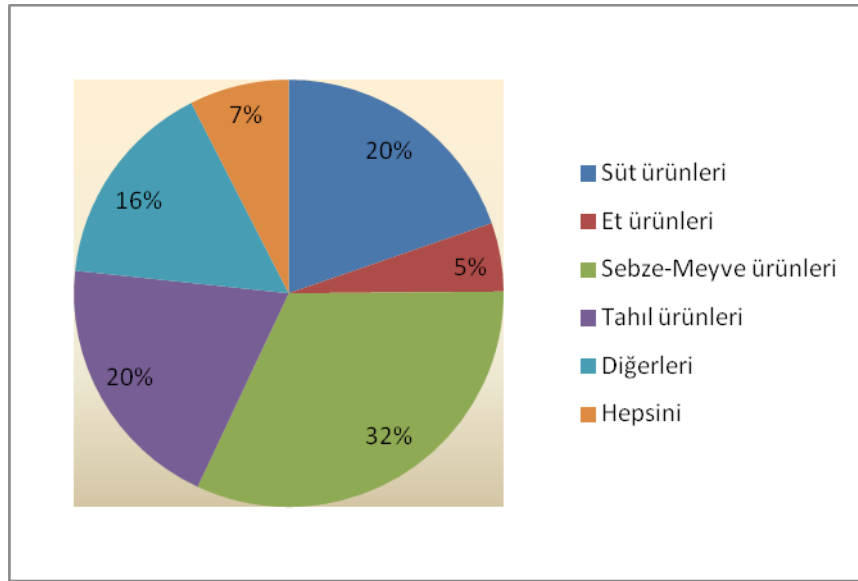
#### 4.9. Eğer organik gıda tüketiyorsanız daha çok hangi çeşit ürünleri tercih ediyorsunuz?

Araştırma sonunda deneklere “organik gıda tüketiyorsanız hangi çeşit ürünleri tercih ediyorsunuz?” sorusunu yönelttiğimizde verdikleri cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.5). Bu soruda birden fazla şık işaretlemesi yapılmıştır

**Çizelge 4.5.** Organik gıda çeşitlerinin tercih edilme durumları (%)

		Süt ürünleri	Et ürünleri	Sebze-meyve ürünleri	Tahıl ürünleri	Diğerleri	Hepsini
Cinsiyet	Bay	2,9	3,3	11,8	3,9	2,9	5,6
	Bayan	22,6	3,4	29,7	21,6	17,6	4,1
Yaş aralığı	15-25	4,6	2,1	10,4	4,9	2,9	1,7
	26-40	22,9	2,1	33,2	23,4	21,3	3,4
	41-60	9,1	5,2	18,2	7,8	3,9	15,6
	61 ve üstü	8,5	12,8	14,9	6,4	2,1	10,6
Öğrenim durumları	İlkokul	-	5,4	8,9	1,8	-	5,4
	Ortaokul	15,1	5,7	20,8	9,4	-	7,5
	Lise	7,3	4,4	16,8	5,8	2,9	5,1
	Üniversite	16,4	2,3	24	17,5	16,1	4,2
Gelir durumları (TL)	500-1000	-	6,2	11,1	2,5	-	3,7
	1000-2000	4,9	2,5	12,4	3,9	1,1	3,5
	2000-5000	26,9	3,3	34,9	27,9	25,6	3,3
	5000'den fazla	18,2	4,5	22,7	13,6	13,6	40,9
<b>GENEL</b>		<b>20</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>7</b>

Çizelge 4.5'e bakıldığında bayanların baylardan daha fazla organik gıda çeşidi tükettiği, bayanlarında çeşitlerin içinden daha çok sebze-meyve, süt ve tahıl ürünlerini tercih ettiği görülmektedir. Ankete katılanların yaş aralıklarına bakıldığında 26-40 yaş aralığındaki insanların organik gıda çeşitlerini tükettikleri görülmektedir. Eğitim seviyesi düşük olanların çeşitlerin bazılarını tüketmedikleri, gelir seviyesi ile organik gıdaların çeşitlerinin tüketiminin aynı paralelde arttığı görülmektedir. Toplamda ankete katılanların % 20'sinin süt ürünlerini, %5'inin et ürünlerini, % 32'sinin sebze-meyve ürünlerini, % 20'sinin tahıl ürünlerini, % 16'sının diğerlerini ve % 7'sinin ise tamamını tükettiğini görmekteyiz (Şekil 4.17).



Şekil 4.17. Organik gıda çeşitlerinin tercih edilme durumları

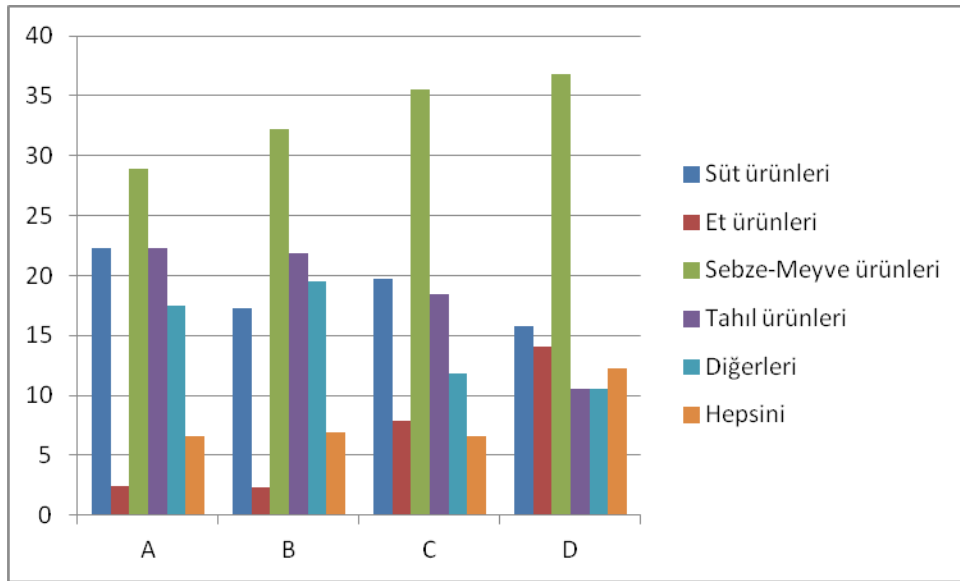
Şekil 4.17'den anlaşıldığı üzere ankete katılan insanların organik gıda çeşitlerinden en çok sebze-meyve ürünlerini tercih ettiği, bu çeşitleri süt ve tahıl ürünlerinin takip ettiği görülmektedir. Et ürünlerinin az miktarda tercih edildiği, hepsinin kısmende olsa tüketildiği anlaşılmaktadır.

Hill ve Lynchehaun (2002) organik süte yönelik tutumlar ve satın alma davranışlarını belirlemek amacıyla yaptıkları benzer bir araştırmada, organik süt satın alınmasında önemli olan faktörlerin bilgi ve eğitim olduğu bulunmuştur. Buna göre, tüketici ürün hakkında iyi şekilde bilgilendirilir ve ürün özellikleri ve pazarlama stratejileri ile ilgili eğitilirse, organik süt geleneksel süte oranla daha fazla tercih edilmektedir.

Armağan ve Özdoğan (2005) ekolojik yumurta ve tavuk etinin tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmalarında, anket uygulanan tüketicilerin % 25'inin ekolojik tarımdan haberdar olduğu, % 76'sının ekolojik tavuk ürünlerini "sağlıklı ve güvenilir" olduğu için tercih ettikleri ve %30'unun ise ekolojik ürünlere daha fazla fiyat ödemeye hazır oldukları bulunmuştur.

Soler ve ark. (2002) İspanyol tüketicilerin organik zeytinyağı satın almaya gönüllü olmalarında etkili olabilecek faktörleri belirlemek amacıyla deneysel bir araştırma yapmışlardır. Katılımcılara deneyin ortasında organik zeytinyağı ile ilgili bir takım bilgiler verilmiş ve bu bilgilerin satın almaya gönül olup olmamalarındaki etkisi değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, bilginin değil de bilginin veriliş şeklinin tüketicilerin satın alma gönüllülüklerini etkilediği bulunmuştur. Bu da, tutundurma kampanyasının nasıl yapılması gerektiği hakkında önemli ipuçları ortaya çıkartmıştır.

Deneklerin "hangi çeşit organik gıdaları tüketiyorsunuz?" sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.18'de verilmektedir.



**Şekil 4.18.** Deneklerin "hangi çeşit organik gıdaları tüketiyorsunuz?" sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %22,3'ü "süt ürünleri", %2,4'ü "et ürünleri", %28,9'u "sebze-meyve ürünleri", % 22,9'u "tahıl ürünleri", %17,4'ü "diğerleri", %6,6'sı "hepsini" cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %17,3'ü "süt ürünleri", %2,3'ü "et ürünleri", %32,2'si "sebze-meyve ürünleri", % 21,8'i "tahıl ürünleri", %19,5'i "diğerleri", %6,9'u "hepsini" cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %19,7'si "süt ürünleri", %7,9'u "et ürünleri", %35,5'i "sebze-meyve ürünleri", % 18,4'ü "tahıl ürünleri", %11,8'i "diğerleri", %6,6'sı "hepsini" cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %15,8'i "süt ürünleri", %14'ü "et ürünleri", %36,8'i "sebze-meyve ürünleri", %10,6'sı "tahıl ürünleri", %10,5'i "diğerleri", %12,3'ü "hepsini" cevaplarını vermiştir.

#### **4.10. Sizce hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?**

Araştırma sonunda deneklere "hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?" sorusu yöneltildiğinde verilen cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.6). Sorulara birden fazla cevaplar verilmiştir.

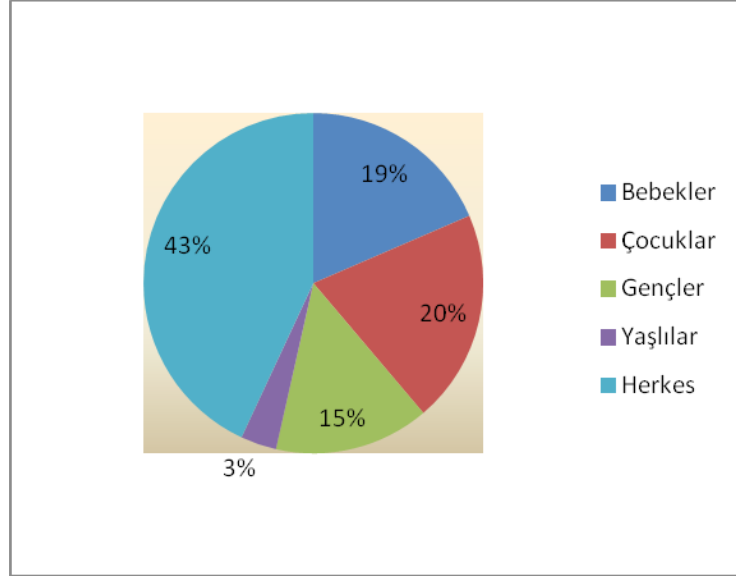
**Çizelge 4.6.** Deneklerin, “hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemlidir?” sorusuna cevap verme durumları (%)

		Bebekler	Çocuklar	Gençler	Yaşlılar	Herkes
Cinsiyet	Bay	7,9	11,2	3,6	4,9	79,3
	Bayan	44,9	46,6	38,5	4,7	41,9
Yaş aralığı	15-25	47,7	47,3	43,9	3,3	46,9
	26-40	7,2	8,1	2,6	2,6	85,5
	41-60	20,8	35,1	10,4	9,1	44,2
	61 ve üstü	19,1	25,5	16,6	17	36,2
Öğrenim durumu	İlkokul	17,9	33,9	8,9	12,1	32,1
	Ortaokul	18,9	22,6	18,9	11,3	43,4
	Lise	13,1	19,7	5,8	8	69,3
	Üniversite	33,6	32,2	28,8	1,4	64,7
Gelir durumu (TL)	500-1000	14,8	27,2	14,8	11,1	40,7
	1000-2000	45,7	48,2	38,3	4,6	43,9
	2000-5000	5,6	4,7	1,9	2,8	89,8
	5000'den fazla	18,2	18,2	4,5	4,5	68,2
<b>GENEL</b>		<b>19</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>43</b>

Çizelge 4.6'ya bakıldığında ankete katılan bayların çoğunluğu organik gıdaları herkesin tüketmesi gerektiğini işaretlerken, bayanlar ise bebekler, çocuklar ve yaşlıların organik gıdaları tüketmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. İnsanların yaş seviyeleri yükseldikçe “herkes” cevabının azaldığı, “yaşlılar” cevabının ise arttığı görülmektedir. Eğitim durumu ile “herkes” cevabında orantılı olarak arttığı gözlenmektedir. Gelir durumu yüksek insanların büyük çoğunluğu herkesin organik gıdaları tüketmesi gerektiğini belirtmişlerdir(% 68).

Toplamda ankete katılanların, % 19'unun bebekler, % 20'si çocuklar, % 15'i gençler, % 3'ü yaşlılar ve % 43'ü ise herkes cevabını vermiştir (Şekil 4.19).





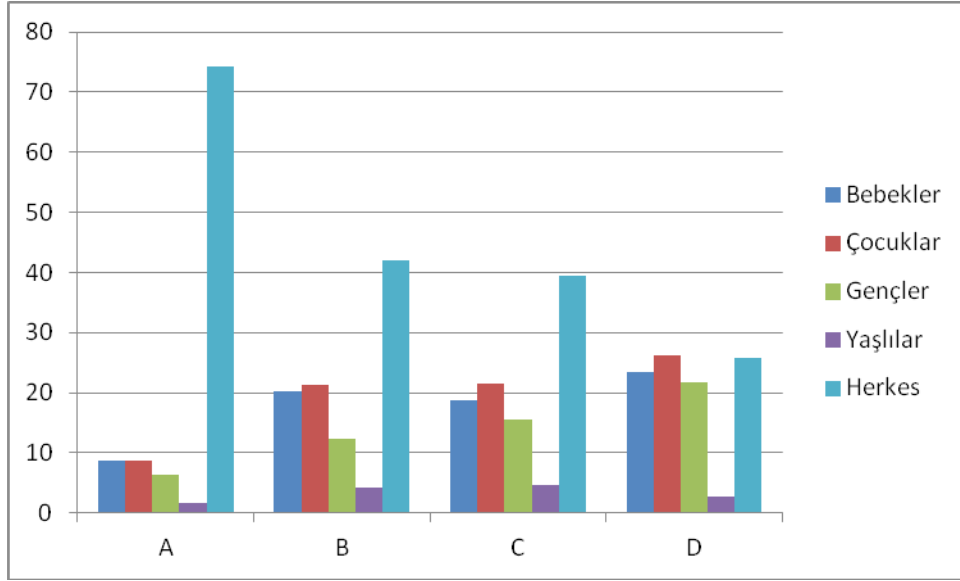
**Şekil 4.19.** Deneklerin “organik gıdaları hangi yaş gruplarının tüketmesi gerektiği” sorusuna cevap verme durumları

Ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun herkesin organik gıdaları tüketmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bebekler ve çocuklar cevabını verenlerin oranı herkes cevabı verenlerin yarısı kadardır. Az bir çoğunlukta yaşlıların tüketmesi gerektiğini düşünmektedirler (% 3).

Çocukların varlığı, aile geliri düşük olan tüketicilerde organik ürün satın almada etkili olmazken, aile geliri yüksek olan çocuklu tüketicilerde ise, oldukça önemli bir faktör olarak belirlenmiştir (Davies ve ark. 1995).

Özçelik ve Uçar (2008) Ankara Üniversitesi'nin üç farklı enstitüsünde çalışan akademik personellerin organik ürünleri algılamaları ile ilgili çalışmalarında, sağlık bilimleri, fen bilimleri ve sosyal bilimler enstitüsünde çalışan akademik personelin enstitüler ve çalışma alanları farklı olmasına rağmen organik ürünleri algılamalarında herhangi bir farklılık olmadığını bulmuşlardır.

Deneklerin “hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemli?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.20’de verilmektedir.



**Şekil 4.20.** Deneklerin “hangi yaş gruplarının organik gıdaları tüketmesi daha önemli?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %8,8’i “bebekler”, %8,8’i “çocuklar”, %6,4’ü “gençler”, %1,7’si “yaşlılar”, %74,3’ü “herkes” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %20,3’ü “bebekler”, %21,2’si “çocuklar”, %12,2’si “gençler”, %4,2’si “yaşlılar”, %41,9’u “herkes” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %18,8’i “bebekler”, %21,6’si “çocuklar”, %15,5’i “gençler”, %4,7’si “yaşlılar”, %39,4’ü “herkes” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %23,4’ü “bebekler”, %26,2’si “çocuklar”, %21,8’i “gençler”, %2,8’i “yaşlılar”, %25,8’i “herkes” cevaplarını vermiştir.

#### 4.11. Organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?

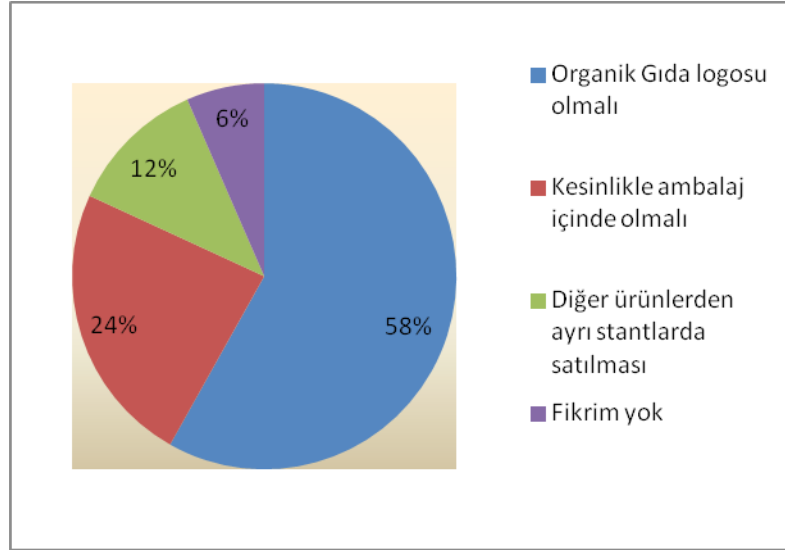
Araştırma sonunda deneklere “organik gıda satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz” sorusunu yönelttiğimizde verdikleri cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.7). Sorulara bir veya birden fazla cevaplar verilmiştir.

**Çizelge 4.7.** Deneklerin, “organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?” sorusuna cevap verme durumları (%)

		Organik gıda lodosu olmalı	Kesinlikle ambalaj içinde olmalı	Diğer ürünlerden ayrı standlarda satılması	Fikrim yok
Cinsiyet	Bay	84,5	9,2	5,9	9,9
	Bayan	81,1	59,1	27,4	8,8
Yaş aralığı	15-25	90,9	49,8	4,6	4,1
	26-40	88,9	24,7	28,5	4,3
	41-60	62,3	24,7	19,5	20,8
	61 ve üstü	44,7	12,8	12,8	42,6
Öğrenim durumu	İlkokul	37,5	7,1	19,6	41,1
	Ortaokul	56,6	20,8	18,9	22,6
	Lise	81,8	15,3	14,6	8
	Üniversite	94,6	47,2	16,4	2,8
Gelir durumu	500-1000 TL	44,4	11,1	16	35,8
	1000-2000 TL	85,8	45	10,6	7,4
	2000-5000 TL	93	27,9	25,1	2,3
	5000 TL'den fazla	86,1	31,8	9,1	4,5
<b>GENEL</b>		<b>58</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>6</b>

Çizelge 4.7'ye bakıldığında bay ve bayanların hemen hemen aynı oranda organik gıdalarda logo bulunması gerektiğini belirtmektedir. İnsanların yaş oranları arttıkça bu şıkkı işaretleme miktarlarının düştüğü görülmektedir. Eğitim ve gelir durumuda yine bu şıkla doğru orantılı

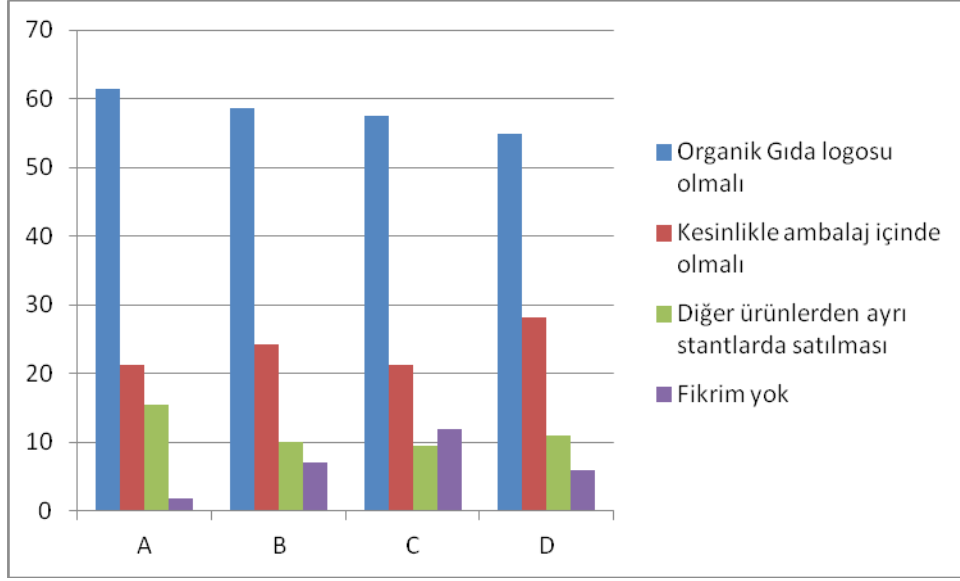
olarak artmaktadır. Toplamda ankete katılanların % 58'i organik gıda logosu olmalı, % 24'ü kesinlikle ambalaj içinde olmalı, % 12'si diğer ürünlerden ayrı standlarda satılmalı ve % 6'sının ise fikrinin olmadığı anlaşılmaktadır (Şekil 4.21).



**Şekil 4.21.** Deneklerin organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden ayırt edilebilme durumları

Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu, organik gıdaların üzerinde organik gıda logosu olması gerektiğini belirtmektedir. Kesinlikle ambalaj içinde olması gerektiğini belirtenlerin oranıda % 25 oranındadır. Diğer ürünlerden ayrı standlarda satılmasının gerektiğini düşünenler ile fikri olmayanlar az orandadır.

Deneklerin “organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.22’de verilmektedir.



**Şekil 4.22.** Deneklerin “organik gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %61,5’i “organik gıda logosu olmalı”, %21,2’si “kesinlikle ambalaj içinde olmalı”, %15,5’i “diğer ürünlerden ayrı stantlarda satılmalı”, % 1,8’i “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %8,8’i “organik gıda logosu olmalı”, %8,8’i “kesinlikle ambalaj içinde olmalı”, %6,4’ü “diğer ürünlerden ayrı stantlarda satılmalı”, % 1,7’si “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %57,4’ü “organik gıda logosu olmalı”, %21,3’ü “kesinlikle ambalaj içinde olmalı”, %9,4’ü “diğer ürünlerden ayrı stantlarda satılmalı”, %11,9’u “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %54,8’i “organik gıda logosu olmalı”, %28,2’si “kesinlikle ambalaj içinde olmalı”, %11,1’i “diğer ürünlerden ayrı stantlarda satılmalı”, %5,9’u “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

#### **4.12. Organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?**

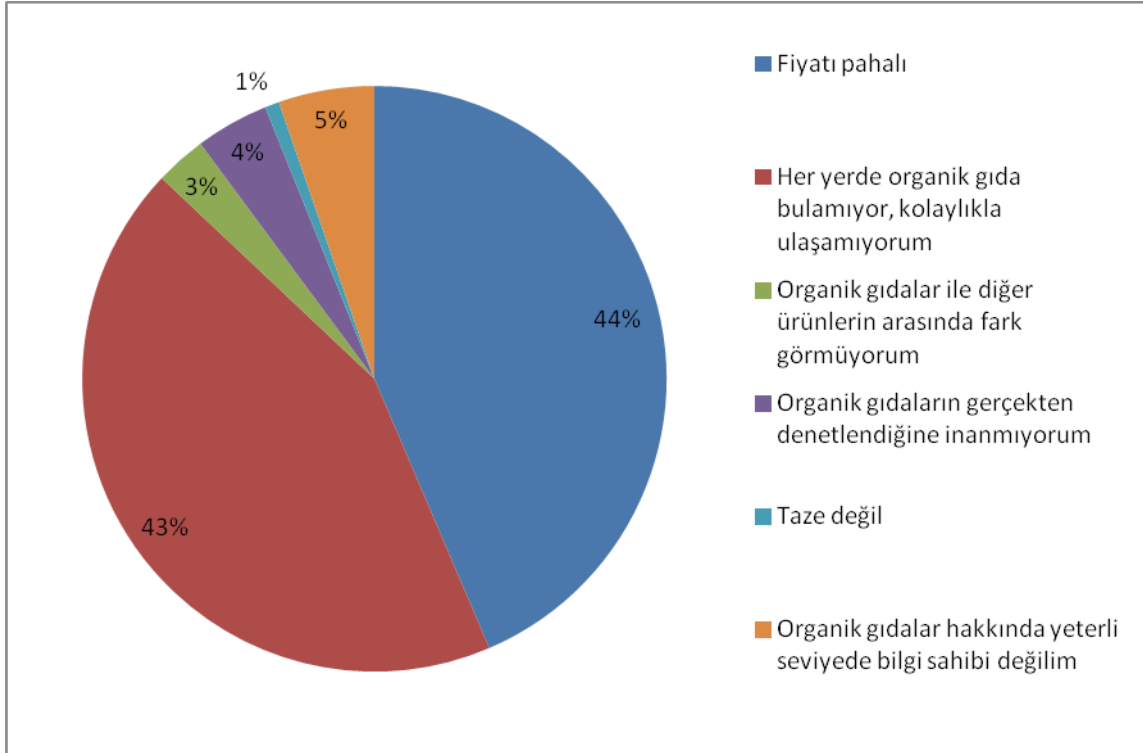
Araştırma sonunda deneklerin “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna verdikleri cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.8). Soruya birden fazla cevaplar verilmiştir.

**Çizelge 4.8.** Deneklerin, “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumları (%)

		Fiyatı pahalı	Her yerde organik gıda bulamıyor, kolaylıkla varamıyorum	Organik gıdalarla diğer ürünlerin arasında fark görmüyorum	Organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum	Taze değil	Organik gıdalar hakkında yeterli bilgi sahibi değilim
Cinsiyet	Bay	71,2	73,4	4,9	7,9	1,3	8,9
	Bayan	57,1	54,7	3,4	4,1	1	6,8
Yaş aralığı	15-25	81,7	82,2	2,1	4,1	-	5,8
	26-40	59,1	59,6	2,6	3,8	-	2,9
	41-60	44,2	42,8	9,1	14,3	3,9	16,9
	61 ve üstü	34	31,9	14,9	12,8	8,5	27,7
Öğrenim durumu	İlkokul	57,1	50	16,1	16,1	5,4	32,1
	Ortaokul	47,2	32,1	9,4	13,2	3,8	28,3
	Lise	67,9	70,8	4,4	8	1,4	5,1
	Üniversite	66,7	68,6	1,4	2,5	-	1,9
Gelir durumlarına göre (TL)	500-1000	55,5	44,4	13,6	14,8	3,7	29,6
	1000-2000	76,9	78,4	2,8	6	1,1	6,7
	2000-5000	56,7	57,7	2,8	3,3	0,5	1,4
	5000 'den fazla	9,1	18,2	-	-	-	4,5
<b>GENEL</b>		<b>44</b>	<b>43</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>

Çizelge 4.8’de görüldüğü gibi, bay ve bayanların aynı oranda fiyatın pahalı olduğunu ve organik gıdaları her yerde bulamadıklarını belirtmektedir. Yaş seviyesi arttıkça insanların organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olmadıkları, bazı insanların organik gıdaların taze olmadıklarını, eğitim durumu ile organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olmama durumu ters orantılı işlemektedir. Organik gıdalarla diğer gıdalar arasında fark olmadığını ve organik gıdaların gerçekten denetlenmediğini düşünenler her grupta mevcuttur. Toplamda ankete

katılanların % 44'ü fiyatı pahalı, % 43'ü heryerde organik gıda bulamıyor, kolaylıkla varamıyorum, % 3'ü organik gıdalarla diğer ürünler arasında fark göremiyorum, % 4'ü organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum, % 1'i taze değil ve % 5'i organik gıdalar hakkında yeterli bilgi sahibi değilim cevaplarını vermiştir (Şekil 4.23).



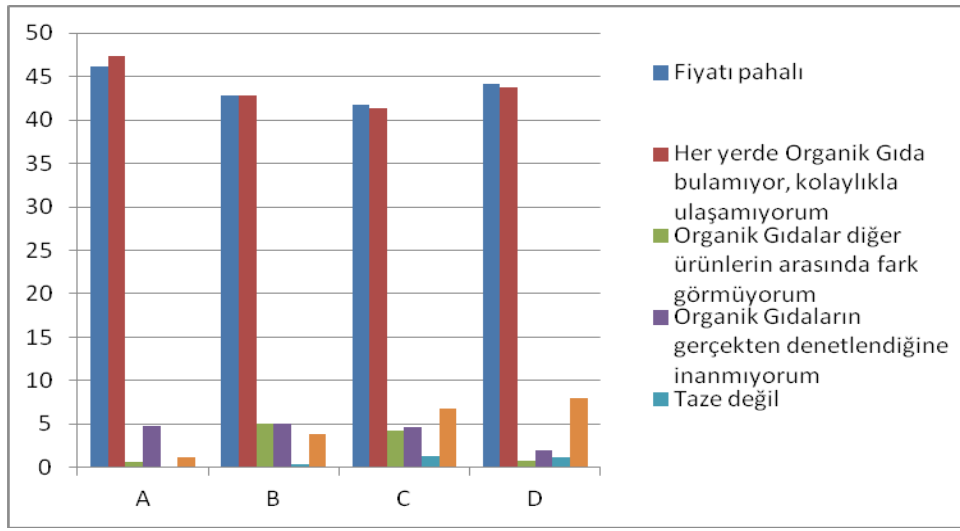
**Şekil 4.23.** Deneklerin organik gıdaların tüketilmeme nedenlerine cevap verme durumları

Şekil 4.23'de görüldüğü gibi insanların büyük çoğunluğunun organik gıdaları tüketmemesinin nedenlerinin başında fiyatının pahalı olması ve heryerde kolaylıkla organik gıdaları bulamamaları gelmektedir. Organik gıdalarla diğer gıdalar arasında fark göremediğini ve organik gıdaların gerçekten denetlenmediğini düşünerek organik gıda tüketmeyenlerin oranı düşük seviyededir. Organik gıdaların taze olmadığını düşünenlerin oranı ise çok düşük seviyede olup son sıradadır.

Krystallis ve Chrysohoidis (2005) organik ürün satın almada tüketici gönüllülüğü ile ilgili çalışmalarında, tüketicilerin organik ürün satın alma gönüllülüğünde etkili olan faktörler; ürün kalitesi ve güvenliği, sertifikaya güven ve bazı ürünlerde marka ismi olarak bulunmuştur. Duyusal özelliklerin, fiyatın ve tüketicilerin sosyo demografik özelliklerinin organik ürün satın almada fazla etkili olmadığı ortaya çıkmıştır.

Avustralya'daki tüketiciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, organik ürünlerin geleneksel ürünlerden daha sağlıklı, lezzetli ve aynı zamanda da çevre için faydalı olduklarını bulmuşlardır. Organik ürünlerin pahalı olması ve her yerde bulunamaması ise sık tüketilememeye sebepleri arasında belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmaya katılan bayanlar organik ürünler hakkında erkeklerden daha pozitif tutum sergilemişlerdir (Lea ve Worsley 2005).

Deneklerin “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.24’de verilmektedir.



**Şekil 4.24.** Deneklerin “organik gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %46,1’i “fiyatı pahalı”, %47,3’ü “heryerde organik gıda bulamıyorum, kolaylıkla ulaşamıyorum”, %0,6’sı “organik gıdalarla diğer ürünler arasında fark görmüyorum”, % 4,8’i “organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum”, % 0’ı “taze değil”, % 1,2’si “organik gıdalar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi değilim” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %42,8’i “fiyatı pahalı”, %42,8’i “heryerde organik gıda bulamıyorum, kolaylıkla ulaşamıyorum”, %5,1’i “organik gıdalarla diğer ürünler arasında fark görmüyorum”, % 5,1’i “organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum”, %



0,4'ü “taze değil”, % 3,8'i “organik gıdalar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi değilim” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %41,7'si “fiyatı pahalı”, %41,3'ü “heryerde organik gıda bulamıyorum, kolaylıkla ulaşamıyorum”, %4,3'ü “organik gıdalarla diğer ürünler arasında fark görmüyorum”, % 4,7'si “organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum”, % 1,2'si “taze değil”, % 6,8'i “organik gıdalar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi değilim” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %44,2'si “fiyatı pahalı”, %43,8'i “heryerde organik gıda bulamıyorum, kolaylıkla ulaşamıyorum”, %0,8'i “organik gıdalarla diğer ürünler arasında fark görmüyorum”, % 2'si “organik gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum”, % 1,2'si “taze değil”, % 8'i “organik gıdalar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi değilim” cevaplarını vermiştir.

#### **4.13. Size göre organik gıdaların fiyatları yüksek ise nedeni nedir?**

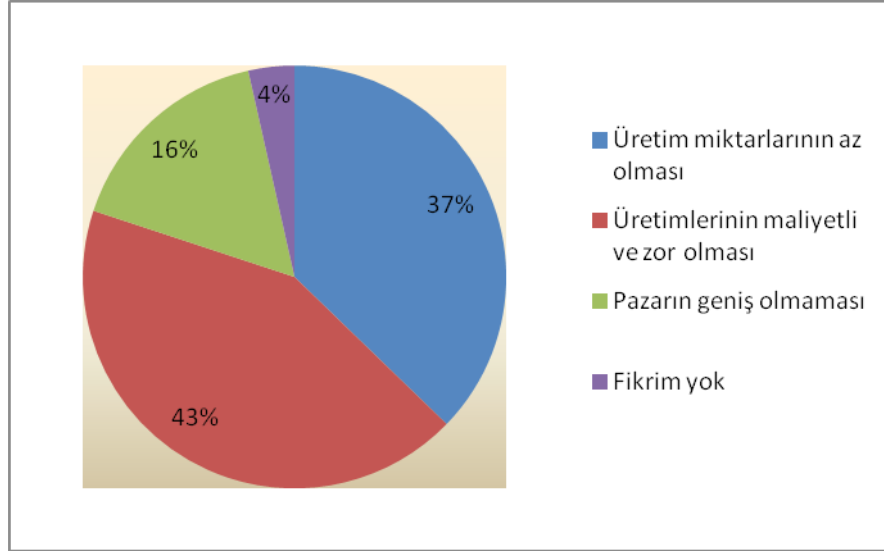
Araştırma sonunda deneklerin “organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasının nedeni nedir?” sorusuna verdikleri cevaplar aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.9). Soruya bir yada birden fazla cevap verilmiştir.

**Çizelge 4.9.** Deneklerin ”organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasının nedeni nedir?” cevap verme durumları (%)

		Üretim miktarlarının az olması	Üretimlerinin maliyetli ve zor olması	Pazarın geniş olmaması	Fikrim yok
Cinsiyet	Bay	59,5	78,9	12,8	6,6
	Bayan	78,4	79,4	48,3	6,4
Yaş aralığı	15-25	63,5	90	50,6	2,5
	26-40	84,7	82,1	10,6	3,8
	41-60	54,5	57,1	32,5	9,1
	61 ve üstü	40,4	44,7	21,3	36,2
Öğrenim durumu	İlkokul	37,5	48,2	25	33,9
	Ortaokul	56,6	52,8	26,4	16,9
	Lise	38,7	75,9	17,5	5,1
	Üniversite	87,3	89,3	36,7	1,1
Gelir durumları (TL)	500-1000	43,2	45,7	24,7	27,2
	1000-2000	64,2	84,4	47,2	35,5
	2000-5000	86,5	85,6	9,3	3,3
	5000'den fazla	50	72,7	40,1	-
<b>GENEL</b>		<b>37</b>	<b>43</b>	<b>16</b>	<b>4</b>

Çizelge 4.9'a bakıldığında cinsiyet durumları göz önünde bulundurulduğunda ilk iki şıkka yakın cevaplar (%43 ile %37) verdiklerini fakat bayanların pazarın geniş olmaması (%78,4 ile %59,5) şikkını daha çok işaretledikleri görülmektedir. Yaş seviyeleri arttıkça “fikrim yok” cevabının daha çok verildiği gözlenmektedir( %36,2). Eğitim durumu seviyesi arttıkça üretim miktarlarının az, maliyetli ve zor olması şikkına verilen cevapların daha çok olduğu, fikrim yok cevabının ise daha az verildiği gözlenmektedir. Gelir düzeyleri ise eğitim durumlarıyla

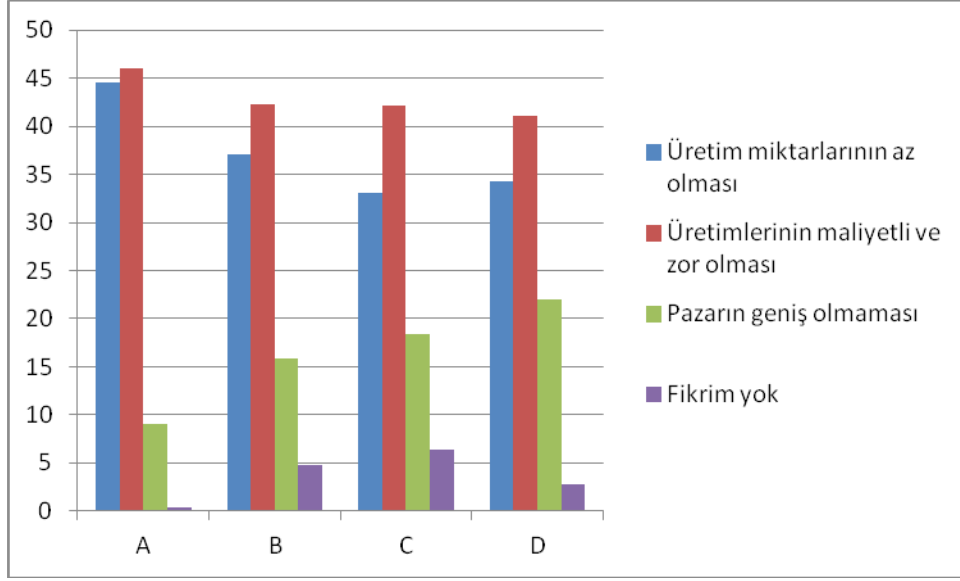
benzer ilişki göstermektedir. Toplamda ankete katılanların % 37'sinin üretim miktarlarının az olması, % 43'ünün üretimlerinin maliyetli ve zor olması, % 16'sının pazarın geniş olmaması ve % 4'ünün fikrim yok cevapları verdikleri görülmektedir (Şekil 4.25).



**Şekil 4.25.** Deneklerin organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasına cevap verme durumları

Şekil 4.13’de görüldüğü gibi ankete katılan insanların büyük bir çoğunluğuna göre organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasının nedeni üretimlerinin maliyetli ve zor olması gelmektedir. Buna yakın bir kısmının ise üretim miktarlarının az olması nedeniyle fiyatlarının yüksek olduğu düşünülmektedir. Pazarın geniş olmaması ve fikri olmayanların oranı oldukça düşük olduğu gözlenmektedir.

Deneklerin “organik gıdaların fiyatı yüksek ise size göre nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumlarının sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı Şekil 4.26’da verilmektedir.



**Şekil 4.26.** Deneklerin “organik gıdaların fiyatı yüksek ise size göre nedeni nedir?” sorusuna cevap verme durumları sosyo-kültürel gruplara göre oransal dağılımı (%)

A grubunda bulunan deneklerin; %44,6’sı “üretim miktarlarının az olması”, %46’sı “üretimlerinin maliyetli ve zor olması”, %9,1’i “pazarın geniş olmaması”, % 0,3’ü “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

B grubunda bulunan deneklerin; %37,1’i “üretim miktarlarının az olması”, %42,3’ü “üretimlerinin maliyetli ve zor olması”, %15,8’i “pazarın geniş olmaması”, % 4,8’i “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

C grubunda bulunan deneklerin; %33,1’i “üretim miktarlarının az olması”, %42,1’i “üretimlerinin maliyetli ve zor olması”, %18,4’ü “pazarın geniş olmaması”, % 6,4’ü “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

D grubunda bulunan deneklerin; %34,2’si “üretim miktarlarının az olması”, %41’i “üretimlerinin maliyetli ve zor olması”, %22’si “pazarın geniş olmaması”, % 2,8’i “fikrim yok” cevaplarını vermiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İstanbul'un çeşitli ilçelerinde yaşayan insanların organik gıdalar hakkındaki bilgi, görüş ve düşüncelerini belirlemek amacıyla yapılan çalışma sonuçlarına göre; ankete katılan insanların cinsiyet oranlarının hemen hemen aynı olduğu, yaş dağılımının ağırlıklı (% 79) olarak genç (15-25) ve orta (26-40) yaşta ki insanlardan oluştuğu, eğitim durumlarına bakıldığında çoğunluğunun (% 59) üniversite mezunu olduğu görülmüştür. Gelir düzeylerine bakıldığında ankete katılanların % 47'sinin orta seviyede (1000-2000 TL) olduğu anlaşılmıştır. Bu insanların büyük bir kısmının (% 68) organik gıdaları duydukları fakat tüketmediklerini, % 28'inin organik gıdaları tükettiklerini, % 4'ünün ise organik gıdaları hiç duymadıklarını görmekteyiz. Organik gıda hakkında bilgi sahibi olanların çoğunluğu (% 80) TV'lerden bilgi sahibi olduğu ortaya çıkmıştır. Genel olarak insanların organik gıdalara bakış açılarının olumlu olduğu, herkesin organik gıdaları tüketmelerini tavsiye ettikleri anlaşılmaktadır. Ancak bir yandan da organik gıdaların fiyatlarının yüksek olduğu, her yerde organik gıda bulamadıklarını belirtmişlerdir. Organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasının nedenlerini ise pazar payının az olması, üretimlerinin zor ve maliyetli olmasına bağlamışlardır. İnsanların organik gıdalar hakkında daha çok bilgi sahibi olması, organik gıdalara daha kolay ulaşılabilmesi ve organik gıdaları daha fazla tüketilebilmesi için aşağıdaki şu öneriler dikkate alınmalıdır;

1-) İnsanların büyük bir çoğunluğunun organik gıdalar hakkında bilgiyi TV'lerden edindikleri için TV'lerde organik gıdalarla ilgili öğretici program, reklam vb. görsel sunumlar yapılmalıdır.

2-) Çoğunlukla üniversite mezunlarının organik gıdalar hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Bu nedenle üniversite dışındaki öğretim kurumlarında ki derslerde organik gıdalarla ilgili eğitimin verilmesi ve ilgili ders kitaplarında organik gıdalarla ilgili bilgilerin bulundurulması gerekmektedir.

3-) Organik gıda tüketmeyenlerin büyük bir çoğunluğu organik gıdaların fiyatlarının yüksek olmasını ve her yerde organik gıda bulamadıklarını öne sürdüklerinden; organik gıda üreticilerine devlet tarafından teşvik kredisi verilmesi, gerekli yardımın yapılması ve organik gıdaların pazarlara, satış yerlerine ulaştırılmasında gerekli yardım ve kolaylığın sağlanması gerekmektedir.

## Organik Gıdalarla İlgili Tüketici Anket Çalışması

### 1. Cinsiyetiniz?

- a) Bay b) Bayan

### 2. Yaşınız?

- a) 15–25 b) 26–40 c) 41–60 d) 61 ve üstü

### 3. Öğrenim durumunuz?

- a) İlkokul b) Ortaokul c) Lise d) Üniversite

### 4. Ailenizin aylık geliri (TL)?

- a) 500–1.000 b) 1.000–2.000 c) 2.000–5.000 d) 5.000 den fazla

### 5. Gıda alışverişinde sizin için önemli olan nedir?

- a) Fiyatı b) Çeşitliliği c) Kalitesi d) Tamamı

### 6. “Organik Gıda” terimini duydunuz mu?

- a) Hiç duymadım b) Duydum fakat tüketmiyorum c) Organik Gıda tüketiyorum

### 7. Eğer Organik Gıdalar hakkında bilgi sahibi iseniz, bu bilgileri nereden edindiniz?

- a) Gazete/Dergi b) TV c) Bilimsel toplantı

### 8. Organik Gıdalar hakkındaki düşünceleriniz? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- a) Kimyasal katkı içermezler b) Üretimlerinde Hormon vb. maddeleri kullanılmaz  
c) Ziraî ilaç kalıntısı içermezler d) Her aşaması kontrollü olarak üretilirler  
e) Üretimi ve tüketimi daha çevreci f) Daha sağlıklıdır  
g) Daha lezzetlidirler h) Diğer gıdalarla aynıdır

### 9. Eğer Organik Gıda tüketiyorsanız daha çok hangi çeşit ürünleri tercih ediyorsunuz?

- a) Süt ürünleri b) Et ürünleri c) Sebze-Meyve ürünleri  
d) Tahıl ürünleri e) Diğerleri f) Hepsini

### 10. Sizce hangi yaş gruplarının Organik Gıdaları tüketmesi daha önemlidir?

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

### 11. Organik Gıdaları satın alırken diğer ürünlerden nasıl ayırt edersiniz?

- a) Organik Gıda logosu olmalı b) Kesinlikle ambalaj içinde olmalı  
c) Diğer ürünlerden ayrı stantlarda satılması d) Fikrim yok

### 12. Organik Gıdaları tüketmiyorsanız nedeni nedir?

- a) Fiyatı pahalı  
b) Her yerde Organik Gıda bulamıyor, kolaylıkla varamıyorum  
c) Organik Gıdalar diğer ürünlerin arasında fark görmüyorum  
d) Organik Gıdaların gerçekten denetlendiğine inanmıyorum  
e) Taze değil  
f) Organik Gıdalar hakkında yeterli seviyede bilgi sahibi değilim

### 13. Size göre Organik Gıdaların fiyatları yüksek ise nedeni nedir?

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

## 6. EKLER

## 7. KAYNAKÇA

- Akgüngör S, Mira B, Abay C, Orhan E ve Kızıldağ Nergiz N (1999). “İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde Tüketicilerin Çevre Dostu Tarım Ürünlerine Yönelik Potansiyel Talebinin Tahminlenmesi”, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü (TEAE) Proje Raporu, Ankara.
- Aksoy U ve Altındışli A (1998). Ekoloji( Organik, Biyolojik) Tarım Organizasyonu Derneği
- Anonim (1999). International Trade Centre web sitesi. <http://www.intracen.org> (erişim tarihi: 26.05.2010)
- Anonim (2000). İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME), Ankara.
- Anonim (2003a). Tarım Bakanlığı web sayfası. <http://www.tarim.org.tr> (erişim tarihi: 14.11.2009)
- Anonim (2003b). ETO web sayfası. <http://www.eto.org.tr> (erişim tarihi: 12.04.2010)
- Anonim (2005a). Ege İhracatçı Birlikleri web sayfası. <http://www.eib.org.tr> (erişim tarihi: 05.01.2010)
- Anonim (2005b). Tarım Bakanlığı web sayfası. <http://www.tarim.org.tr> (erişim tarihi: 05.01.2010)
- Anonim (2005c). FAO web sayfası. <http://www.fao.org> (erişim tarihi: 13.02.2010)
- Armağan G ve Özdoğan M (2005). “Ekolojik Yumurta ve Tavuk Etinin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi”, Hayvansal Üretim, 46(2), ss.14-21.
- Bülbül M ve Yücel T (2001). Türkiye’ de ekolojik tarım yapan firmaların analizi. Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu, 36-48, Antalya.
- Davies A, Albert JT ve Clive C (1995). Who Buys Organic Food? A Porfile Of The Purchasers Of Organic Food In Northern Ireland”, British Food Journal, 97(10), ss.17-23.
- Fotopoulos C ve Krystallis A (2002). “Purchasing Motives and Profile of The Greek Organic Consumer: A Countrywide Survey”, British Food Journal, 104(9), ss. 730-765.
- Gündüz M ve Koç D (2001). Türkiye’de organik tarım ürünleri ihracatının dünü, bugünü ve geleceği. Türkiye’de 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu, 30-35, Antalya.
- Hill H ve Fidelma L (2002). “Organic Milk: Attitudes and Consumption Patterns”, British Food Journal, 104(7), ss. 526-542.

- İnal E, Akın M, Çiçek R ve Toksarı M (2008). “Tüketicilerin Organik Gıdalara ilişkin inançları, Demografik Özellikleri ve Bireysel Değerleri Arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir araştırma”, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Bildiri Kitabı, 30 Ekim-1 Kasım, Adana, ss. 195-213.
- Kacur LL (2009). Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 33, Temmuz-Aralık 250 2009, ss.249-277
- Krystallis A ve Chrysohoidis G (2005). “Consumer Willingness To Pay For Organic Food”, British Food Journal, 107(5), ss. 320-343.
- Lea E ve Tony W (2005). “Australians Organic Food Beliefs, Demographics and Values”, British Food Journal, 107(11), ss. 855-869.
- Magistris T ve Azucena G (2008). “The Desicion To Buy Organic Food Products In Southern Italy”, British Food Journal, 110(9), ss. 929-947.
- Malhaotra NK (1993). Marketing Research. McGrow Hill, International Edition.
- Özçelik A ve Uçar A (2008). “Turkish Academic Staffs Perception Of Organic Foods”, British Food Journal, 110(9), ss. 948-960.
- Özaslan M (2006). “Organik Tarımın Sosyal Hayata Ve Biyolojik Çeşitliliğe Katkısı”, Editörler: İ.Hakkı Eraslan, Ferhat Şelli, Sürdürülebilir Rekabet Avantajını Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler Ve Uygulamalar, Uluslar Arası Rekabet Araştırmaları Derneği (Urak) Yayınları, Yayın No: 2006/1, İstanbul.
- Sarıkaya N (2007). “Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine BirSaha Çalışması”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(7), ss.110-125.
- Soler F, Jose M G ve Mercedes S (2002). “Consumer Acceptability Of Organic Food In Spain Results From An Experimental Auction Market”, British Food Journal, 104(8), ss. 670-687.
- Zanoli R ve Simona N (2002). “Consumer Motivations In The Purchase of Organik Food”, British Food Journal, 104(8), ss. 643-653.



## 8. TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın planlanmasında ve sonuna kadar her aşamasında büyük bir özveri ile bana yardımcı olan, teşvik ve tavsiyelerini hiçbir zaman esirgemeyen kıymetli hocam Yrd. Doç. Dr. Bilal BİLGİN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez savunma sınavımda jüri üyesi olarak bulunarak, yaptığı yapıcı eleştiriler ile tezimin son halini almasında katkıda bulunan Yrd. Doç. Dr. Ümit GEÇGEL'e ve Yrd. Doç. Dr. Serdar POLAT'a teşekkürlerimi sunarım.

Her zaman yanımda bulunmasada, attığım her adımda inanç ve yardımlarıyla varlığını hep yanımda hissettiğim değerli arkadaşım Nazan TOKATLI'ya teşekkür ederim.

Son olarak, beni bugünlere getiren, cesaretlendirici tavırlarıyla ilgi ve desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen, yoğun çalışma dönemlerimde bana huzurlu molalar verdiren, tezimin özellikle son aşamasında ders çalışmam için ellerinden gelen tüm gayreti gösteren, başarabileceğime inanan varlıklarıyla beni en mutlu insan kılan, babam Ahmet BIYIKOĞLU, annem Hacer BIYIKOĞLU'na; ayrıca kardeşlerim Yakup, Fatih ve Hilâl (YÜKSEL) BIYIKOĞLU'na, desteğini her an yanımda hissettiğim ve bana her zaman yardımcı olan eşim Zübeyde BIYIKOĞLU'na teşekkürlerimi sunarım.

Şuayip BIYIKOĞLU  
Eylül 2010

## 9. ÖZGEÇMİŞ

5 Eylül 1984 yılında Trabzon'un Of ilçesinde doğdu. Lise eğitimini 2002 yılında Bayrampaşa Mobil Süper Lisesi'nde tamamladı. 2003 yılında Trakya Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölüm'ünde başladığı eğitimini 2007 yılında bitirdi. Aynı yıl Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans öğrenimine başladı. 2007 yılında Bekard Yemek Tic. Ltd. Şti.'inde sorumlu müdür olarak çalıştı. 09.09.2009 tarihinde evlendi. 2008 yılında Gaziosmanpaşa Belediyesinde Gıda Mühendisi olarak başladığı görevini halen devam ettirmektedir.