



## Gıda Teknolojisi Bölümü Öğrencilerinin Organik Ürün Tüketim Alışkanlığına Dair Görüşleri

Tugay AYAŞAN<sup>1\*</sup>, Hilal YILMAZ<sup>2</sup>, Hakan İNCİ<sup>3</sup>, B. Devrim ÖZCAN<sup>4</sup>, Zeynep ÇUĞ<sup>5</sup>

<sup>1,5</sup> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Organik Tarım İşletmeciliği Bölümü, Osmaniye, Türkiye

<sup>2</sup>Doğu Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Adana, Türkiye

<sup>3</sup>Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü, Bingöl, Türkiye

<sup>4</sup>Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü, Adana, Türkiye

<sup>1</sup><https://orcid.org/0000-0001-7397-6483>

<sup>2</sup><https://orcid.org/0000-0003-0449-7432>

<sup>3</sup><https://orcid.org/0000-0002-9791-0435>

<sup>4</sup><https://orcid.org/0000-0002-9198-656x>

<sup>5</sup><https://orcid.org/0000-0002-9396-4217>

\*Sorumlu yazar: tayasan@gmail.com

### Araştırma Makalesi

### ÖZET

#### Makale Tarihiçesi:

Geliş tarihi:10 Eylül 2020

Kabul tarihi:6 Ekim 2020

Online yayınlanma:15 Aralık 2020

#### Anahtar Kelimeler:

Anket

Görüşler

Organik ürün

Tüketim

Bu çalışmada, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümündeki öğrencilerin, organik ürün tüketim alışkanlıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 41 öğrenciye 24 soruluk bir anket çalışması uygulanmış olup; anketler, Eylül 2019 yılında yapılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, frekans dağılımları ve oransal dağılımlar kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmada, ailede gıda alışverişi yapan kişinin çoğunlukla anne olduğu; görüşme yapılan öğrencilerin %85,4'ünün organik ürünler hakkında bilgi sahibi olduğu, %14,6'sının da bilgi sahibi olmadığı görülmüştür. Çalışmada organik ürünler hakkında bilginin çoğunlukla internette alınacağı görülmüştür. Organik ürün tüketim tercihini etkileyen faktörlerin başında organik ürünlerin fiyatı olduğu ifade edilmiş; ankete katılanların %90,2'si organik ürünlerin pahalı, %9,8'i de pahalı olmadığını ifade etmiştir. Çalışmada organik ürünlerin en çok tüketildiği mevsimin yaz olduğu, organik ürün alırken öğrencilerin çoğu ürünün ambalajı ve etiketine bakarken; az bir kısmının da ürünün logosuna baktıkları tespit edilmiştir. Çalışmada organik ürün fiyatını etkileyen faktörlerin; üretim maliyetinin yüksek olması (%46,3), üretim miktarının az olması (%36,6), üretiminin zor olması (%17,1) olduğu saptanmıştır. Çalışmada organik ürün gruplarını tüketme bakımından organik yaş sebze ve meyveler (%51,2) ile organik salça ve zeytinyağının (%29,3) ön sıralarda yer aldığı görülmüştür.

## Food Technology Department Students' Opinions About Organic Product Consumption Habits

### Research Article

### ABSTRACT

#### Article History:

Received: 10 September 2020

Accepted: 6 October 2020

Published online: 15 December

In this study, it was aimed to determine the consumption habits of the students in the Food Technology Management Department of Osmaniye Korkut Ata University Kadirli School of Applied Sciences. For this reason, the data obtained from the surveys conducted with a total of 41 students who were

---

2020	given a 24 question survey formed the basis of the study. The surveys were implemented in September 2019. Data obtained from the surveys were evaluated using frequency distributions and proportional distributions. In the study, 85,4% of the students interviewed stated that they had knowledge about organic products and 14,6% didn't; the factors affecting the consumption preference of organic products were the price, nutritional value, being safe, not harmful to health and being natural. In the study, it was seen that information about organic products was mostly obtained from the internet; It was stated that the most important factor affecting the consumption of organic products is the price of organic products; 90,2% of the respondents stated that organic products are expensive and 9,8% are not expensive. In the study, it is stated that the season in which organic products are consumed the most is summer; While most of the students look at the packaging and label of the product while buying organic products; it was determined that a small part of them looked at the logo of the product. In the study, it was observed that organic fresh vegetables and fruits (51,2%), organic tomato paste and olive oil (29,3%) were at the top in terms of consuming organic product groups.
------	---

---

**Keywords:**  
Survey  
Ideas  
Organic product  
Consumption

---

**To Cite :** Ayaşan T, Yılmaz H, İnci H, Özcan BD, Çuğ Z., 2020. Gıda Teknolojisi Bölümü Öğrencilerinin Organik Ürün Tüketim Alışkanlığına Dair Görüşleri. *Tarım, Gıda, Çevre ve Hayvancılık Bilimleri Dergisi*, 1(1): 1-13.

---

## GİRİŞ

Organik tarım ürünlerinin kullanımında son günlerde artış görülmekte olup, bu durum tüketici taleplerinden kaynaklanmaktadır. Yapılan bir çalışmada organik gıdaların tüketilmesine etki eden çok sayıda faktörün olduğu ve bunlardan birkaçının organik ürünlerin lezzetli olması, organik ürünlerin sertifikalı olması, organik tarımın toprak ve su kaynaklarını koruması, hayvan sağlığı ve refahına önem verilmesi gibi faktörler olduğu ifade edilmiştir (Akın ve ark., 2010). Çelik (2013), yaptığı bir anket çalışmasında kimlerin daha çok organik gıda satın aldığını araştırmıştır. Araştırmacı organik gıda alımında en önemli etkenin sağlık olduğunu, bunu cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyinin takip ettiğini ifade etmiştir.

Bozyiğit ve Kılınç (2019), yürüttükleri çalışmada tüketicilere sağlıklı gıda alırken, nelere dikkat ediyorsunuz şeklindeki sorularına tüketicilerin %24'ü organik olmasına dikkat ettiklerini, %22'si üreticisine ve üretim sürecine dikkat ettiklerini, %18'i ise katkısız, koruyucusuz olmasının önemli olduğunu bildirmişlerdir. Türkiye'de organik pazarın gelişmesi için sadece belirli bir kesimin bu ürünlere olan talebi yeterli değildir. Orta gelire sahip olan tüketicileri de etkileyebilmek için çalışmalar yapılmalıdır (Varoğlu ve Turhan 2016). Ustaahmetoğlu ve Toklu (2015), organik gıda satın alma niyetinde tutumun, sağlık bilincinin ve gıda güvenliğinin etkisini araştırdıkları çalışmalarında sağlık bilincinin satın alma amacına etki etmediğini, satın alma durumuna en çok organik gıdaya olan davranış ve gıda güvenliğinin etki ettiğini ifade etmişlerdir. Merdan (2018), organik ürün tüketimine etki eden faktörleri araştırdıkları çalışmalarında tüketicilerin organik ürün satın alırken öncelikle hormonsuz olmasına daha sonra da tat-lezzetinin iyi olmasına dikkat ettiklerini bildirmiştir. Bu çalışmada, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı

Bilimler Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümündeki öğrencilerin, organik ürün tüketim alışkanlıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

## **MATERYAL VE METOT**

### **Materyal**

Bu çalışmanın materyalini, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümündeki öğrenciler oluşturmuştur. Çalışmada 50 öğrenciden 41 öğrenciye, 24 soruluk bir anket çalışması Eylül 2019 yılında uygulanmıştır. Veriler, çalışmanın amacına uygun olarak düzenlenmiş bir anket formu kullanılarak elde edilmiştir. Ayrıca konu ile ilgili ulusal ve uluslararası araştırma bulgularından da yararlanılmıştır.

### **Metot**

Gayeli Örneklem Yöntemi kullanılarak Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Bölümünde okuyan 50 öğrencinin %82'si ile yani 41 öğrenciyle yapılan anketler bu çalışmanın temelini oluşturmuştur. Gayeli örneklemede araştırmacı bilgi, tecrübe ve deneyimi ile kaç örnek seçeceği veya hangi birimleri örneğe seçeceği konusunda inisiyatif sahibidir. Dolayısıyla bu yöntemi uygulayacak araştırmacıların, araştırma konusu ve popülasyonun özellikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmaları ve bunun yanında belirli bir deneyimlerinin olması gerekmektedir (Çiçek ve Erkan, 1996).

## **BULGULAR VE TARTIŞMA**

Çalışmada, görüşme yapılan 41 öğrencinin %39'unun erkek, %61'inin kız öğrenci olduğu görülmüştür. Yaş gruplarına göre değerlendirildiğinde 15-25 yaş aralığında olanların oranının %95,1; 26-35 yaş aralığında olanların oranının ise %4,9 olduğu belirlenmiştir (Tablo 1). Yapılan bir çalışmada yaşın, organik ürün tüketimi, tercihleri ve farkındalığında oldukça önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir (Gürses, 2014). Yine medeni durumlarına baktığımızda, tamamının bekâr olduğu; %97,6'sının eğitim durumunun üniversite olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan 41 öğrenciye aylık gelirleri sorulmuş, %82,9'u aylık gelirlerinin 500-1000 TL olduğunu ifade ederken; %2,5'u 1001-1500 TL; %7,3'ü de 1501-2000 TL ile 2000 TL ve üstü gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılanlara ailede yaşayan birey sayısı sorulmuş, %19,5'i 4 kişiden daha az olduklarını, %31,7'si 4 kişi olduklarını, %48,8'i de 4 kişiden daha fazla bireye sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Yapılan bir çalışmada aile büyüklüğü bakımından tüketicilerin %41,8'inin 4'ten fazla birey sayısına sahip olduğu, bunu sırasıyla %17,5

ile 4 kişilik aileden ve %40,7'sinin 4'ten az bireye sahip ailelerden oluştuğu görülmüştür (İnci ve ark., 2017).

Tablo 1. Görüşme Yapılan Tüketici Profili (n=41)

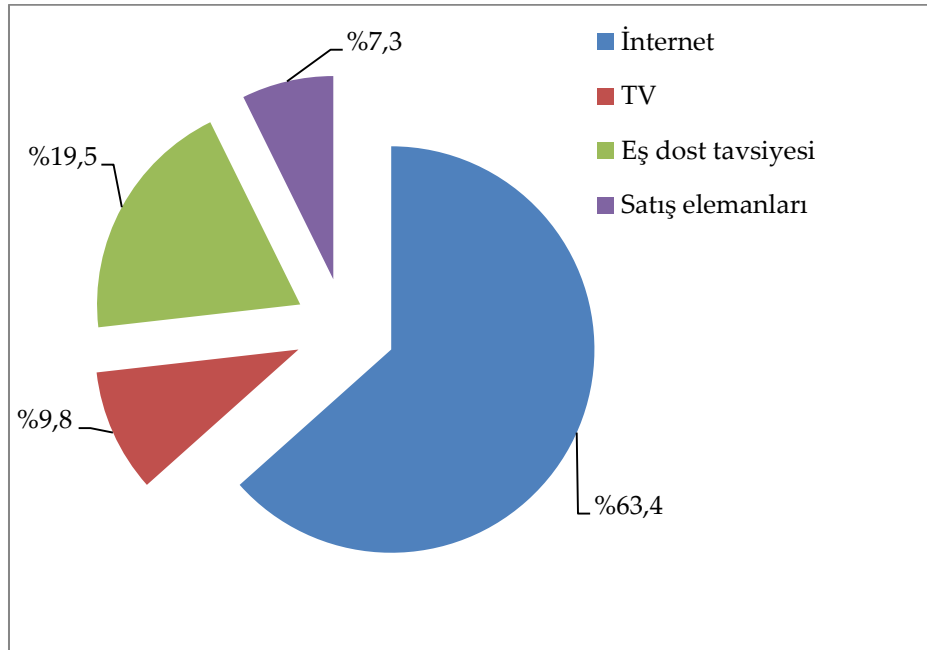
	Tanımlama	Oran (%)
Cinsiyet	Erkek	39,0
	Kız	61,0
Yaş	15-25	95,1
	26-35	4,9
Medeni Durum	Evli	0,0
	Bekâr	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	0,0
	Ortaokul	2,4
	Lise	0,0
	Üniversite	97,6
	Yüksek lisans, Doktora	0,0
Aylık Geliri (TL)	500-1000	82,9
	1001-1500	2,5
	1501-2000	7,3
	2000 ve üstü	7,3
Ailede Yaşayan Birey Sayısı	4'den az	19,5
	4	31,7
	4'den fazla	48,8

Ankete katılan öğrencilere “Ailede gıda alışverişini yapan kişi kim?” sorusu sorulmuş ve önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. İlk sırada %36,5 ile anne çıkarken, baba %29,3 ile 2.sırayı almış; hep birlikte alışveriş yapanların oranı %29,3; sadece çocukların alışveriş yapma oranı %4,9 olarak bulunmuştur (Tablo 2). Yapılan bir çalışmada aile sağlığının önemli olması sebebiyle kadınların erkeklere göre daha fazla organik ürün aldıkları tespit edilmiştir (Mutlu, 2007). Yılmaz ve ark. (2009), ailede gıda alışverişini çoğunlukla annenin yaptığını açıklarken; annelerin satın alırken daha çok tazelik kavramına dikkat ettiklerini, ürünün organik olup olmadığına çok az dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. İnci ve ark. (2017)'da kadınların erkeklere göre daha fazla organik ürün tüketme eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir. Akın ve ark. (2010) ise bunun sebebinin annenin hem bir eş hem de bir anne görevi olması nedeniyle eve daha iyi ve daha sağlıklı ürün götürme arzusu olduğunu ifade etmişlerdir. Ankette bulduğumuz sonucun aksine Aydoğdu ve ark. (2018), gıda tüketim alışverişinin %51,6'sının aile ile birlikte alışveriş yapma olduğunu açıklamışlardır.

Tablo 2. Ailede gıda alışverişini yapan kişi

	Oran (%)
Anne	36,5
Baba	29,3
Çocuk	4,90
Hep birlikte	29,3
Toplam	100,0

Görüşme yapılan öğrencilerin %85,4'ü organik ürünler hakkında bilgi sahibi olduğunu, %14,6'sı da bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. Organik ürünler hakkında bilgi kaynakları, öğrencilere sorulmuştur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%63,4'ü) internet derken; %19,5'i eş-dost tavsiyesi sayesinde organik ürünler hakkında bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Ankete katılanların %9,8'i TV sayesinde, %7,3'ü de satış elemanları sayesinde bilgi sahibi olduklarını belirtmişlerdir (Şekil 1). İnci ve ark. (2017), organik ürünler hakkında tüketicilerin bilgi kaynaklarını sıraladıkları çalışmada sırasıyla televizyon, internet, eş-dost tavsiyesi, satış elemanları ile dergi-gazetelerin etkin rol oynadığını tespit etmişlerdir. Yapılan bir araştırmada organik gıdalarla ilgili bilgilerin %41 ile internet ortamından alındığı açıklanmıştır (Aydoğdu ve ark., 2018). Tüketicilerin organik ürünler hakkında bilgi sahibi olmasında kitle iletişim araçları etkin rol oynamıştır.



Şekil 1. Organik ürünler hakkında bilgi kaynakları

Görüşme yapılan kişilerin %90,2'si organik ürünler hakkında tanıtım yapılmadığını ve %9,8'i de tanıtım yapılmakta olduğunu bildirmiştir. Bu konuda yapılan bir araştırmada, bu çalışmadaki bulguya benzer olarak katılımcıların %77'si organik

ürünler hakkında yeterince tanıtım yapılmadığını ifade etmiştir (Aydoğdu ve ark., 2018). Yine görüşme yapılan kişilerin %56,1'i yaşadığı bölgede organik ürünlerin her yerde bulunduğunu ve %43,9'u ise bulunmadığını belirtmişlerdir.

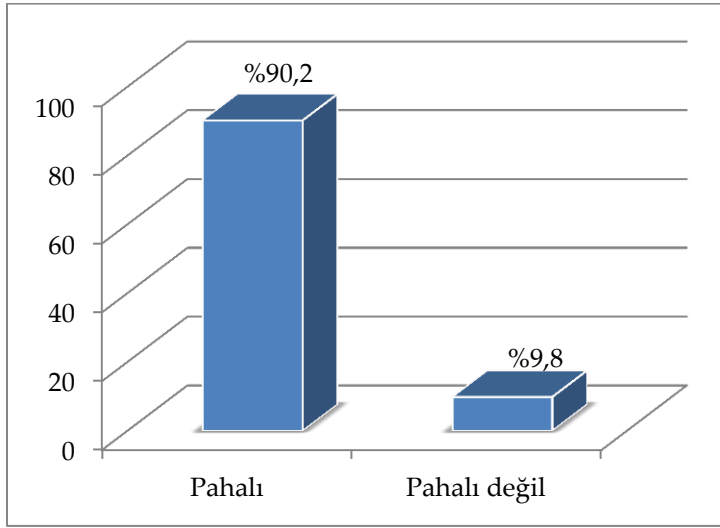
Öğrencilere “Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler nelerdir?” sorusu sorulmuş ve %39'u fiyatı derken; %24,4'ü bu ürünlerin doğal ve ekolojik olması nedeniyle tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Organik ürünlerin besin değerinin, organik ürün tüketim tercihini etkileyen faktörler içerisinde olduğunu söyleyenlerin oranı %9,8 ve güvenli olması diyenlerin oranı da %7,3 olarak saptanmıştır (Tablo 3). Yılmaz ve ark. (2009), organik ürünlerin kimyasal katkı, ilaç ve hormon içermemesi ve doğal ve katkısız olmasının, ürün tercihini etkileyen faktörler olduğunu bildirirken; Ustaahmetoğlu ve Ahmet (2015), tüketicileri organik ürün satın almaya yönelten nedenlerin, tadının iyi olması, merak, çevresel kaygılar, sağlık bilinci ve besleyicilik özelliğinin daha iyi olması, organik gıdalara olan güven olduğunu saptamışlardır. Bir çalışmada tüketicilerin organik ürün tüketirken sağlığa zararlı olmaması faktörüne çok önem verdikleri görülürken; besin değeri faktörüne çok fazla dikkat etmedikleri saptanmıştır (İnci ve ark., 2017). Yapılan başka bir çalışmada katılımcıların organik gıdalar hakkında bilgi ve sağlık açısından tercih etme nedenleri sorulmuş; katılımcılar organik gıdaların en çok tüketilme ve tercih edilme nedenlerinin başında sağlıklı gelecek nesiller olduğu, bunu sırasıyla aile sağlığını korumak, besin değeri-tat ve lezzeti, GDO ile ilgili çıkan haberler nedeniyle organik gıdaları tercih etme, hastalık riskini azaltma olduğu tespit edilmiştir (Aydoğdu ve ark., 2018).

Tablo 3. Organik ürün tüketim tercihini etkileyen faktörler

Faktörler	Oran (%)
Fiyatı	39,0
Besin değeri	9,8
Güvenli olması	7,3
Sağlığa zararlı olmaması	19,5
Doğal ve ekolojik olması	24,4
Toplam	100,0

Ankete katılanların %90,2'si organik ürünlerin pahalı, %9,8'i de pahalı olmadığını ifade etmişlerdir (Şekil 2). Yılmaz ve ark. (2009), organik ürün satın almamada en etkili faktörün, organik ürünlerin pahalı olması (%38,1) olduğunu açıklamışlardır.. Organik ürünler neden pahalı, organik ürün fiyatını etkileyen faktörler nelerdir diye sorulduğunda, öğrencilerin %46,3'ü üretim maliyetinin yüksek olması, %36,6'sı üretim miktarının az olması, %17,1'i de üretimin zor olması olduğunu belirtmişlerdir (Tablo 4). Tüketicilere organik ürün talebinin yetersiz olduğunu ifade eden bir çalışmada, bunun nedenlerinin ne olduğu sorulduğunda tüketiciler, cevap olarak

%44 oranı ile ürün fiyatı ve gelir yetersizliğinin ortak etkisi olduğu ifade edilmiştir (Karabaş ve Gürler, 2012).

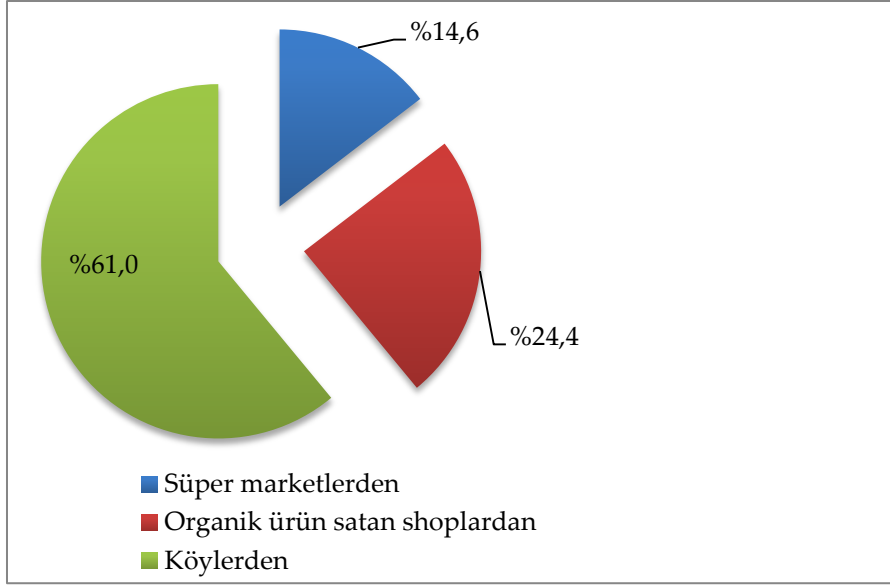


Şekil 2. Organik ürünlerin pahalı olma durumu

Tablo 4. Organik ürün fiyatını etkileyen faktörler

Faktörler	Oran (%)
Üretimin zor olması	17,1
Üretim maliyetinin yüksek olması	46,3
Üretim miktarının az olması	36,6
Toplam	100,0

Ankete katılan öğrencilere organik ürünleri temin etme yerleri de sorulmuştur (Şekil 3). Katılanların büyük çoğunluğu, organik ürünlerin çoğunu köylerden aldıklarını (%61,0), geri kalanlar ise organik ürün satan shoplara ile süper marketlerden aldıklarını bildirmişlerdir. Karabaş ve Gürler (2012), organik ürünlerin çoğunun süpermarketten alındığını ifade ederken; Varoğlu ve Turhan (2016), tüketicilerin organik ürün alım yeri tercihinin %54,32'sinin market, %24,69'unun pazar, %14,81'inin dükkân, %6,17'sinin ise kendinin üretmesi olduğunu bildirmişlerdir. Bu konuda yapılan bir araştırmada organik ürün alan kişilerin bu ürünleri çoğunlukla market/süpermarketlerden (%54), semt pazarlarından (%24,6) ve direkt üreticilerden (%10,8) aldıkları buna karşılık organik ürün satan mağazalar ile organik ürün pazarlarından daha az alım yapıldığını ifade etmişlerdir (İnci ve ark., 2017). Merdan (2018)'de tüketicilerin %39,6'sının internetten bilgi kaynaklarına ulaştıklarını ifade ederken; organik ürünleri nereden alıyorsunuz sorusuna tüketicilerin %39'u internet sitelerinden, %26'sı organik pazarlardan, %17'si doğrudan üreticilerden, %17'si de mağazalardan alıyor demişlerdir (Bozyiğit ve Kılınç, 2019).



Şekil 3. Organik ürünleri temin etme yerleri

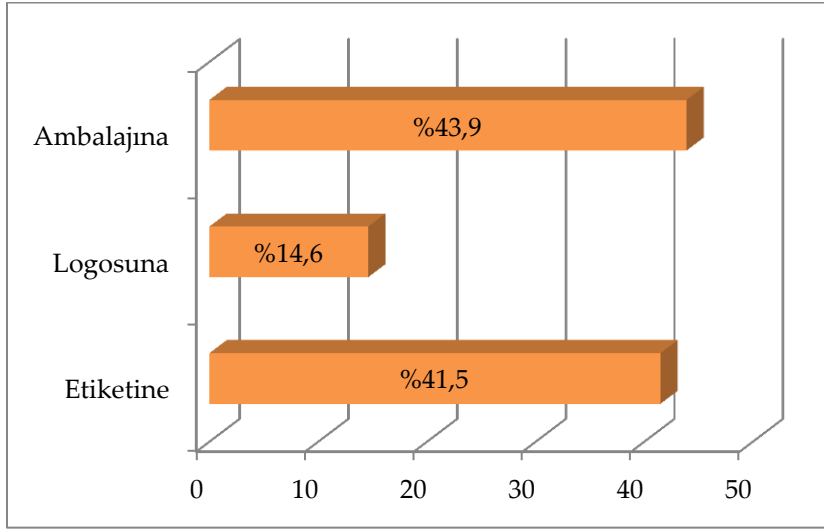
İnci ve ark. (2014), Bingöl'de yaptıkları çalışmada tüketicilerin %84,2'sinin organik ürün tükettiklerini ve bu gruptaki organik yaş sebze meyve ürün grubunun %60,6 oranıyla ilk sırada yer aldığını gösterirken; Sandallıoğlu (2014), Adana ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun (%68,5'i) organik ürün tükettiklerini, %31,5'inin ise organik ürün tüketmediklerini bildirmiştir. İnci ve ark. (2017), tüketicilerin %54,5'inin organik ürün tüketirken, %45,5'inin organik ürün tüketmediklerini bildirmişlerdir. Mercan (2018) ise tüketicilerin en çok sebze ve meyveleri (%56), organik süt ve süt ürünlerini (%28) ve organik eti (%6,7) tercih ettiklerini saptamıştır.

Çalışmamızda organik ürün satış yerlerini etkileyen faktörlerin büyük bir çoğunluğunu (%53,7) temizlik ve hijyen olduğu görülmüştür. Temizlik ve hijyenden başka arkadaş, eş-dost tavsiyesi, firma güvenilirliği, fiyat, ürün çeşitliliği de organik ürün satış yerini etkileyen faktörlerdendir. (Tablo 5). Bu konuda yapılan bir çalışmada organik ürünleri temin etme yerlerinin tercihinde %51 oranında temizlik ve hijyen faktörüne, %22 oranında güven faktörüne, %15 oranında ürün çeşitliliğinin bulunması faktörüne, %10 oranında tavsiyeye, %2 oranında da fiyata dikkat edildiği görülmüştür.



Tablo 5. Organik ürün satış yerlerini etkileyen faktörler

Faktörler	Oran (%)
Temizlik, hijyen	53,7
Tavsiye	9,7
Firma güvenilirliği	17,1
Fiyat	12,2
Ürün çeşitliliği	7,3
Toplam	100,0



Şekil 4. Organik ürün alırken ürünün hangi özelliğine bakıldığı

Ankette organik ürün alırken ürünün hangi özelliğine bakıldığı da sorulmuştur (Şekil 4). Öğrencilerin çoğu ürünün ambalajı ve etiketine bakarken; az bir kısmı da ürünün logosuna baktıklarını ifade etmişlerdir. Aydoğdu ve ark. (2018), organik logoyu tanıma oranının %58,9 olduğunu; bunun yüksek çıkmasının sebebinin, ankete katılanların tamamının organik gıda tüketicisi olmalarından kaynaklandığını açıklamışlardır. Bozyiğit ve Kılınç (2019), sağlıklı gıdaların etiket bilgilerinde daha çok içeriğin, tarihin, üretici bilgisinin, sertifikanın ve besin değerinin etkin olduğunu ifade etmişlerdir.

Ankete katılan Gıda Teknolojisi öğrencilerinin büyük çoğunluğunun (%51,2) organik yaş meyve ve sebze tükettikleri, organik salça ve zeytinyağı tüketenlerin oranının %29,3 olduğu, organik baharat kuru gıdalar ile organik içecekleri tüketenlerin oranının %7,3 olduğu, az bir miktarının da organik sabunlar, güzellik ürünlerini tükettikleri görülmüştür (Tablo 6). Yılmaz ve ark. (2009), tüketicilerin %81,2 ile en çok organik domates satın almayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda yapılan bir araştırmada, organik ürün tüketicilerinin %43,4'ünün yaş sebze-

meyve tükettikleri, bunu sırasıyla %23,1 ile süt ve süt ürünleri, %18,1 ile organik et, %8,6 ile yumurta ve %6,5 ile balın izlediği tespit edilmiştir (İnci ve ark., 2017).

Tüketicilere organik ürünlere yönelik düşünceleri sorulmuş ve birden fazla cevap verebilecekleri söylenmiştir (Tablo 7). Öğrencilerin %34,1'lik kısmı organik ürün satın alırken çevreyle ilgili uyarılara dikkat ettiklerini bildirirken; bunun dışında, çevre dostu ürünlere dikkat ettiklerini, hormonlu ürün almamaları için çevredekileri uyardıklarını, organik ürünlerin sağlığa yararlı olduğunu, organik ürünlerin pahalı olmasının normal olduğunu söylemişlerdir.

Tablo 6. Organik ürün gruplarını tüketme durumu

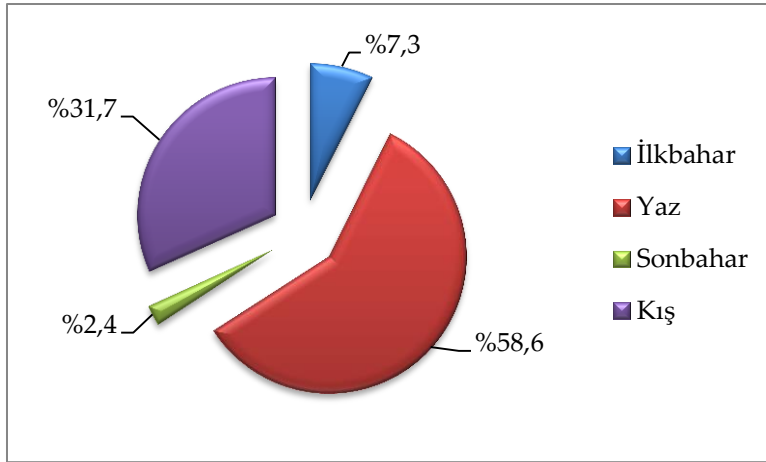
Organik Ürün Grupları	Oran (%)
Organik yaş meyve sebze	51,2
Organik baharat kuru gıdalar	7,3
Organik içecekler	7,3
Organik salça, zeytinyağı	29,3
Organik sabunlar, güzellik ürünleri	4,9
Toplam	100,0

Tablo 7. Tüketicilerin organik ürünlere yönelik düşünceleri

	Yüzde (%)*
Çevreye olumsuz etkisi olduğunu öğrendiğim ürünü satın almayı bırakırım	14,6
Ürün satın alırken çevreyle ilgili uyarılara dikkat ederim	34,1
Ürünlerin çevre dostu olması benim için önemlidir	19,5
Hormonlu ürünleri almamaları için çevredekileri uyarırım	34,1
Organik ürünlerin kontrol ve denetimi hakkında bilgi sahibiyim	12,2
Organik ürün yetiştirilirken her safhada kontrol ve denetime önem verilmektedir	9,8
Organik olmayan ürünler sağlığa zararlıdır	9,8
Organik ürünlerin pahalı olması normaldir	4,9
Kullandığım ürünler sağlığım açısından son derece faydalıdır	9,8

\*Birden fazla şıkka cevap verilmiştir.

Hangi mevsim daha çok organik ürün tüketildiği sorusuna öğrencilerin %58,6'sı yaz; %31,7'si kış %7,3'ü ilkbahar, %2,4'ü de sonbahar demiştir (Şekil 5).



Şekil 5. Hangi mevsim daha çok organik ürün tüketildiği

Görüşme yapılan tüketicilerin %97,6'sı organik ürün tüketmek gerektiğini belirtmişlerdir. Gıda teknolojisi öğrencilerinin %51,2'si ürünlerin son kullanma tarihine dikkat ettiklerini, ambalaj üzerindeki bilgiyi dikkate aldıklarını, %19,5'i promosyon ve indirimleri takip ettiklerini, az bir miktarı da reklamların etkisine inandıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 8). Yılmaz ve ark. (2009), organik ürünlere beslenen olumlu havanın, organik ürün satın almaya yansımadağını ifade ederken; Merdan (2018), ankete katılan katılımcıların %87,9'unun organik ürün tükettiklerini, %12,1'inin ise organik ürün tüketmediklerini açıklamıştır.

Yapılan bir araştırmada organik ürün tüketimini etkileyen faktörlerin organik ürünlere ulaşılabilirliği, pahalı olan organik ürünlere fazla para ödemeyi kabullenme, eşin eğitim düzeyi, organik ürünlerin sağlıklı olmasını benimseme, organik olmayan ürünlerin zararlı olabileceğini ifade etme vb. faktörler olduğu saptanmıştır (Karabaş ve Gürler, 2012).

Tablo 8. Organik ürün tüketimine yönelik ifadelere katılma durumu

	Yüzde (%)*
Ürünlerin son kullanma tarihine dikkat ederim	51,2
Ambalaj üzeri bilgiyi dikkate alırım	51,2
Promosyon ve indirimleri takip ederim	19,5
Reklamlar inanları daha fazla organik ürün tüketmeye yönlendirir	4,9

\*Birden fazla şıkka cevap verilmiştir.

Sonuç olarak; öğrencilerin organik ürün tüketim alışkanlıklarına yönelik görüşlerinin araştırıldığı mevcut çalışmada organik ürün tüketim tercihini etkileyen faktörlerin başında organik ürünlerin fiyatının olduğu tespit edilmiş olup; öğrenciler organik

ürünlerin fiyatının pahalı olduğunu, organik yaş sebze ve meyveleri daha çok tükettiklerini belirtmiş ve, organik ürünlerin çoğunun ise internetten alındığı saptanmıştır.

## KAYNAKLAR

Akın M, Çiçek R, İnal ME, Toksarı M., 2010. Niğde ilindeki tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile organik gıdalara ilişkin tutum ve bireysel değerleri arasındaki farklılığın incelenmesine yönelik bir araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(1): 29-56.

Aydoğdu MK, Kaya F, Eren ME, Doğan HP., 2018. Organik ürün tüketim nedenleri üzerine bir araştırma. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(64): 161-170.

Bozyiğit S, Kılınç G., 2019. Tüketicilerin sağlıklı gıda algıları ve tüketim davranışları: Keşifsel bir çalışma. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 45: 201-229.

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

Çiçek A, Erkan O., 1996. Tarım ekonomisinde araştırma ve örnekleme yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12, Ders Notları Serisi No:6, Tokat.

Gürses ST., 2014. Organik ürünlerin tüketim eğilimleri ve tüketici profilinin belirlenmesi Sakarya İli Örneği. Uludağ Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Bursa.

İnci H, Karakaya E, Söğüt B, Şengül T., 2014. Organic product consumption and customer preferences in urban sections of Bingol province. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1(2): 255-261.

İnci H, Karakaya E, Şengül AŞ., 2017. Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler (Diyarbakır ili örneği). KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 20(2): 137-147.

Karabaş S, Gürler ZA., 2012. Organik ürün tercihinde tüketici davranışları üzerine etkili faktörlerin logit regresyon analizi ile tahminlenmesi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (10): 129-156.

Merdan K., 2018. Organik ürün tüketimine etki eden faktörler: Tüketicilerin tutumlarının Gümüşhane ölçeğinde belirlenmesi. International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, 4(8): 174-188.

Mutlu N., 2007. Consumer attitude and behavior towards organic food: Cross-cultural study of Turkey and Germany. MSc. dissertation. Hohenheim University Stuttgart, Germany.

Sandallıoğlu A., 2014. Adana İlinde Organik Tarım Ürünleri Tüketimi ve Tüketici Eğilimleri. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi. Adana.

Ustaahmetoğlu E, Toklu Tİ., 2015. Organik gıda satın alma niyetinde tutum, sağlık bilinci ve gıda güvenliğinin etkisi üzerine bir araştırma. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(1): 197-211.

Varoğlu ST, Turhan Ş., 2016. Organik ürünlerde tüketici eğilimlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma Sakarya ili örneği. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 33 (3): 189-196.

Yılmaz V, Çelik HE, Yağızır C., 2009. Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojik ürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9: 1-14.