

# **Sağlık Bilinci ve evresel Kaygının Organik Gıda Satın Alma Niyetine Etkisi: Organik Gıda Bilgisinin Aracı Rolü**

The Effect of Health Consciousness and Environmental Concern on Organic Food Purchase Intention: The Mediating Role of Organic Food Knowledge

Alaidin KOŞAR <sup>1</sup>

## **Özet**

Bu çalışmanın amacı organik gıdaların satın alınma niyetlerinde insanların sağlık bilinçlerinin ve çevresel kaygılarının etkisini incelemektir. Ayrıca bu etkilerde insanların organik gıdalar hakkındaki bilgilerinin aracı rolü de incelenecektir. Çalışmanın amacı doğrultusunda yüz yüze anket yöntemi ile toplam 384 veri toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı ve bu program üzerinde çalışan Process isimli bir makro kullanılmıştır. Hipotezleri test etmek için çok değişkenli regresyon analizi ve aracılık analizleri yapılmıştır. Bulgular, sağlık bilinci ve çevresel kaygının organik gıda satın alma niyetini anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca bu iki etkide de organik gıda bilgisinin kısmi aracılık rolünün olduğu saptanmıştır.

## **Anahtar Kelimeler**

Sağlık Bilinci, evresel Kaygı, Organik Gıda Satın Alma Niyeti, Organik Gıda Bilgisi

## **Abstract**

The aim of this study is to examine the effect of people's health consciousness and environmental concerns on the purchase intention of organic foods. In addition, in these effects the mediating role of people's knowledge about organic foods will be examined. In line with the purpose of the study, a total of 384 data were collected by face-to-face questionnaire method. SPSS 22.0 package program and a macro named Process that running on this program were used in the analysis of the data. Multivariate regression analysis and mediation analysis were applied to test the hypotheses. Findings show that health consciousness and environmental concern significantly and positively affect the purchase intention of organic food. In addition, it has been determined that organic food information has a partial mediating role in both of these effects.

## **Keywords**

Health Consciousness, Environmental Concern, Organic Food Purchase Intention, Organic Food Knowledge

---

<sup>1</sup> Mersin Üniversitesi, alaidinkosar@mersin.edu.tr

## 1. Giriş

İnsan sağlığı ve çevre sorunları günümüz dünyasında üzerinde durulan önemli konuların başında gelmektedir. Konvansiyonel tarım ve tarım ürünlerinin yaratmış olduğu olumsuz etkiler sonucunda organik tarıma geçiş büyük önem kazanmış (Sarıkaya, 2007: s. 110) ve dolayısıyla organik gıdalara olan eğilim de artmaya başlamıştır. Organik gıda denildiğinde üretim ve işlenme süreçlerinde yapay gübrelerin, böcek ilaçlarının, genetik mühendisliğin, hormonların, antibiyotiklerin, katkı maddelerinin, koruyucuların, renklendiricilerin, kimyasal ve parlaticı maddelerin kullanılmadığı gıdalar anlaşılmalıdır (Ataseven ve Güneş, 2008: s. 27). Organik gıda üretimi, minimum düzeyde tarımsal girdi kullanarak ekolojik çeşitliliğin yararını temel alan, insan ve çevre odaklı bir üretim anlayışıdır. Bu anlayış, tüketicileri daha fazla organik gıda tüketmeye; üreticileri ise daha fazla organik gıda üretmeye teşvik etmektedir (İnci vd., 2017: s. 137). Tüketicilerin alışverişlerinde daha fazla bilgi toplaması, özen göstermesi kısaca alışverişte bilinç düzeylerinin artması sağlık ve beslenme konusunda önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bunun sonucunda ise “organik” adı verilen gıda grubuna olan talep günden güne artış göstermiştir (Özgen ve Yeşiloğlu, 2015: s. 199). Türkiye’deki organik gıda üretim miktarı da yurt dışı taleplerinin artması, Tarım Kredi Birliği’nin üretimi desteklemesi, üniversitelerin, araştırma kuruluşlarının, STK’ların, yerli tüketicilerin ve kamuoyunun konuya ilgi göstermesi ve iç pazarın oluşumu gibi faktörlerden dolayı hızla artmaktadır (Demiryürek, 2011: s. 31).

Bu çalışmada tüketicilerin sağlık bilinçleri ve çevresel kaygılarının organik gıda satın alma niyetlerine etkisi ve bu etkilerde tüketicilerin organik gıdalara hakkındaki bilgi düzeylerinin aracı rolü olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu çalışmanın, organik gıda üreticilerinin tüketiciler hakkında fikir sahibi olmalarına ve hedef kitlelerini daha doğru belirlemelerine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca tüketicilerin organik gıda satın alma niyetlerinde hangi faktörlerin etkisinin olduğunu tespit edilmesiyle literatüre de katkı yapılacağı düşünülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve ve Hipotez Geliştirme

Sanayi devrimi ve dünya genelinde gözlenen tarımsal üretim artışını ifade eden yeşil devrim ile birlikte insanlarda sağlık problemleri ortaya çıkmaya başlamış ve 1970’li yıllara gelindiğinde insanlar, organik gıdalara yönelmeye başlamıştır. 1980’li yıllarda ise organik gıda, ticari bir boyut kazanarak kendine özgü olan pazarını oluşturmaya başlamıştır. Organik gıdanın Türkiye’ye gelmesi ise teknolojinin tarımsal faaliyetlerde geç kullanılmaya başlanmasından dolayı 1985’li yılları bulmuştur ve bu tarihten itibaren organik gıda üretimi küresel çapta hızla artış göstermiştir (Onat ve Keskin, 2019: s. 3277). Günümüzde, gıda skandallarının medyaya yansımaları, toplum sağlığının bozulması ve çevresel felaketler gibi unsurların da eklenmesiyle insan sağlığı olumsuz yönde etkilenmiş ve bu da tüketim davranışlarında değişikliklere yol açmıştır. Dolayısıyla tüketiciler, fabrikasyon ürünler yerine kırsal ve doğal ortamlarda üretilen gıdalara eğilim göstermeye başlamıştır (Onurlubaş vd., 2020: s. 115). Doğal ortamlarda üretilen bu organik gıdalar, böcek ilacı, antibiyotik, gübre, herbisit ve genetiği değiştirilmiş organizmalar gibi yapay kimyasallar içermeyen doğal gıda maddelerinden oluşmaktadır.

### 2.1. Sağlık Bilincinin Organik Gıda Satın Alma Niyetine Etkisi

Sağlık bilinci, sağlıkla ilgili kaygıların kişinin günlük davranışlarına ne derece entegre edildiğini ifade etmektedir (Jayanti ve Burns, 1998: s. 10). Günümüzde kirlilik ve sağlık konularında artan sorunlarla beraber tüketiciler, sağlık, beslenme ve gıdaların kalitesi konusunda daha fazla bilgi sahibi olmaya başlamış ve gıda alımlarında sağlık önemli bir faktör haline gelmiştir (Chen, 2009: s. 166). Sağlık bilinci yüksek olan tüketiciler, yaşam kalitelerini arttırmak ve sağlıklı bir yaşam sürebilmek amacıyla kendilerini motive ederler ve aldıkları önlemlerle olası hastalık risklerini de azaltmayı amaçlarlar (Suprpto ve Wijaya, 2012: s. 173). Tüketiciler, organik gıdaları daha çok doğallığından dolayı, yani kimyasal kalıntı, böcek ilacı, gübre, suni katkı maddeleri ve koruyucular gibi zararlı maddeler içermemesi nedeniyle sağlıklı olarak algılamaktadır (Janssen, 2018: s. 20). Ayrıca organik gıdaların üretiminde sentetik kimyasallar kullanılmadığı için bu gıdalar daha sağlıklı kabul edilmektedir (Rana ve Paul, 2017: s. 158). Literatürde sağlık bilinci ile organik gıda satın alma niyetini ilişkilendiren ve bu

ilişkide pozitif sonuçlara ulaşan uluslararası (Chinnci vd., 2002; Zanolı ve Naspette, 2002; Michaelidou ve Hassan, 2008; Salleh vd., 2010; Irianto, 2015) ve ulusal (Karabaş ve Gürler, 2012; İnci vd., 2017; Oral, 2020; İnan vd., 2021) çalışmalar mevcuttur. Teorik çerçeve ve literatürde yapılan çalışmalar da göz önünde bulundurularak sağlık bilincinin, organik gıda satın alma niyetini pozitif yönde etkileyeceği varsayılmış ve H<sub>1</sub> hipotezi kurulmuştur:

**H<sub>1</sub>:** Sağlık bilinci, tüketicilerin organik gıda satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

## 2.2. Çevresel Kaygının Organik Gıda Satın Alma Niyetine Etkisi

Çevresel kaygı, insanların çevreye ilişkin problemlerin farkındalığını ve bunları çözme çabalarını veya bu problemlerin çözümünde gönüllü olmalarını ifade etmektedir (Dunlap ve Jones, 2002: s. 48). Çevre hakkında kaygı duyan tüketicilerde çevreye karşı genel bir tutum oluşmakta ve bu tüketiciler çevreyle ilgili tehditler karşısında da endişelenmektedirler (Tanrıku, 2015: s. 123). Organik gıda tüketicileri, geleneksel gıda ürünlerinde kullanılan kimyasalları ve pestisitleri çevreye zararlı olarak görürken, organik gıdaları çevre dostu olarak algılamaktadır (Hughner vd., 2007: s. 102). Haws vd. (2014), çevre bilincine sahip olan tüketicilerin satın alma ve tüketim davranışları ile çevreyi korumaya çalıştıklarını belirtmiştir. Literatürde çevresel kaygısı yüksek olan tüketicilerin organik gıda satın almaya daha eğilimli olduklarını destekleyici nitelikte çalışmalar (Davies vd., 1995; Wandel ve Bugge, 1997; Makatouni, 2002; Sarıkaya, 2007; Lee vd., 2015) mevcuttur. Teorik çerçeve ve literatürde yapılan çalışmalar da göz önünde bulundurularak tüketicilerdeki çevresel kaygı artışının, organik gıda satın alma niyetini pozitif yönde etkileyeceği varsayılmış ve H<sub>2</sub> hipotezi kurulmuştur:

**H<sub>2</sub>:** Çevresel kaygı, tüketicilerin organik gıda satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir.

## 2.3. Sağlık Bilinci ve Çevresel Kaygının Organik Gıda Satın Alma Niyetine Etkilerinde Organik Gıda Bilgisinin Aracılık Rolü

Tüketicilerin açık ve güvenilir bilgilere erişimi satın alma karar sürecinde önemli bir faktördür. Tüketicilerin organik gıdaların faydalarına ve bu gıdalara ilişkin tüm bilgiler, bütçelerine veya tercihlerine dayalı olarak bilinçli satın alma kararları vermelerine olanak sağlamaktadır (Teng ve Wang, 2015: s. 1070). Tüketicilerin organik gıdalarla ilgili sahip oldukları bilgiler, organik gıda pazarı için önemli bir değişken olarak kabul edilmektedir. Çünkü tüketicilerin, organik gıda ürünlerinin özelliklerini geleneksel ürünlerden ayırt etmeye ve tüketicilerde organik gıdalara karşı olumlu tutum oluşturmaya yardımcı olur (De Magistris ve Gracia, 2008: s. 932). Organik ürünler hakkındaki bilgi eksikliği ve düşük farkındalık bu gıdaları satın almada önemli engeller olarak görülmektedir. Pek çok tüketici organik ürünler hakkında bilgi sahibi olmadığı için bunları satın almayı da düşünmez (Pieniak vd., 2010: s. 582). Konu ile ilgili olarak organik gıda bilgisinin organik gıda satın alma niyeti üzerinde etkili olduğunu tespit eden çalışmalar literatürde bulunmaktadır (Hill ve Lynchehaun, 2002; Pieniak vd., 2010; Kvatchadze ve Akıncı, 2018). Tüketicilerdeki organik gıda bilgisinin organik gıdaları satın almada etkili olduğunu gösteren çalışmalar ve teorik bilgiler çerçevesinde organik gıda bilgisinin aracı bir rol oynayacağı varsayımıyla H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub> hipotezleri kurulmuştur:

**H<sub>3</sub>:** Sağlık bilincinin, tüketicilerin organik gıda satın alma niyetine olan etkisinde organik gıda bilgisinin aracı etkisi vardır.

**H<sub>4</sub>:** Çevresel kaygının, tüketicilerin organik gıda satın alma niyetine olan etkisinde organik gıda bilgisinin aracı etkisi vardır.

## 3. Yöntem

Çalışma, uygulamalı bir çalışma olup nedensel araştırma tasarımı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

### 3.1. Ana Kütle, Örneklem Yöntemi ve Büyüklüğü

Araştırmanın ana kütesini Mersin İli'nde ikamet eden 18 yaş ve üzeri tüm tüketiciler oluşturmaktadır. 18 yaş ve üzeri seçilmesinin sebebi ise bireylerdeki sağlık ve çevre bilincinin bu yaşlardan itibaren daha çok şekillenmeye başlamasıdır. Araştırmada örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem kullanılmıştır. Örnek büyüklüğünün belirlenmesinde ana kütle bilinememesi durumunda kullanılan  $n = (t^2 \cdot p \cdot q) / (d^2)$  formülü kullanılarak ve %95 güven aralığı baz alınarak hesaplama yapılmıştır.  $n = (1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5) / (0,05^2) = 384$  olarak bulunmuştur.

### 3.2. Veri Toplama Tekniği ve Süreci

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket seçilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırma kapsamında incelenen değişkenlere ait 19 ifade bulunmaktadır ve bu ifadeler 5'li likert şeklinde derecelendirilmiştir (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum). Bu bölümdeki 19 ifade 4 ayrı ölçeğin (sağlık bilinci, çevresel kaygı, organik gıda bilgisi, organik gıda satın alma niyeti) birleşimi ile oluşturulmuştur. Sağlık bilinci ölçeği Gould, 1988'den; çevresel kaygı ölçeği Nguyen vd., 2016'dan; organik gıda bilgisi ölçeği Kvatchadze ve Akıncı, 2018'den; organik gıda satın alma niyeti ölçeği ise Teng ve Wang, 2015'ten uyarlanarak oluşturulmuştur. Anketin ikinci bölümü ise katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgi edinebilmek amacıyla oluşturulan cinsiyet, medeni durum, yaş, öğrenim derecesi ve bireysel gelir gibi sorulardan oluşmaktadır. Anket uygulaması bizzat araştırmacı tarafından 2021 Mart-Nisan aylarında yüz yüze olarak yapılmış ve veriler toplanmıştır.

### 3.3. Kullanılan Analizler

Araştırmada ölçek güvenilirliklerini tespit etmek amacıyla güvenilirlik analizi, çok sayıda ifadeyi gruplandırabilmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi, katılımcıların demografik özelliklerini sınıflandırabilmek amacıyla frekans analizi, etki hipotezlerini test etmek amacıyla çok değişkenli regresyon analizi, aracı etki hipotezlerini test etmek amacıyla ise SPSS programı üzerinde çalışan "Process" isimli bir makro kullanılmıştır.

## 4. Bulgular

### 4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 384 katılımcıya ait demografik bulgular Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

| Değişkenler             | Sıklık (n) | Yüzde (%) |
|-------------------------|------------|-----------|
| <b>Cinsiyet</b>         |            |           |
| Erkek                   | 194        | 50.5      |
| Kadın                   | 190        | 49.5      |
| <b>Medeni Durum</b>     |            |           |
| Evli                    | 210        | 54.7      |
| Bekâr                   | 174        | 45.3      |
| <b>Yaş</b>              |            |           |
| 18-27 yaş               | 93         | 24.2      |
| 28-37 yaş               | 123        | 32        |
| 38-47 yaş               | 108        | 28.1      |
| 48 ve üzeri yaş         | 60         | 15.7      |
| <b>Öğrenim Derecesi</b> |            |           |
| Lise ve altı mezunu     | 72         | 18.8      |
| Ön lisans mezunu        | 83         | 21.6      |
| Lisans mezunu           | 149        | 38.8      |
| Lisansüstü mezun        | 80         | 20.8      |

| <b>Bireysel Gelir Düzeyi</b> |            |            |
|------------------------------|------------|------------|
| 3000 TL ve altı              | 44         | 11.5       |
| 3001-4000 TL                 | 92         | 24         |
| 4001-5000 TL                 | 85         | 22.1       |
| 5001-6000 TL                 | 101        | 26.3       |
| 6001 TL ve üzeri             | 62         | 16.1       |
| <b>Toplam</b>                | <b>384</b> | <b>100</b> |

Araştırmaya 194 erkek 190 kadın olmak üzere toplam 384 kişi katılmıştır. Katılımcıların 210'u evli 174'ü de bekârdır. Yaş dağılımlarına bakıldığında 123 katılımcı ile 28-37 yaş aralığının diğer yaş gruplarından fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların %38.8'inin lisans mezunu olarak ön planda olduğu; diğer öğrenim derecesine sahip olan katılımcıların oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bireysel gelir açısından bakıldığında ise 5001-6000 TL aralığında gelire sahip 101 katılımcının diğer gelir gruplarına göre daha fazla olduğu söylenebilir.

## 4.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

Tablo 2'de toplam 19 maddeye ait faktör analizi sonuçları gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Maddeler                                                                             | Faktör Yükleri |            |            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                                                                      | 1              | 2          | 3          | 4          |
| <b>Faktör 1: Sağlık Bilinci</b>                                                      |                |            |            |            |
| SB6.Gün içerisinde fiziksel durumuma dikkat ederim.                                  | <b>.83</b>     | .18        | .11        | .06        |
| SB7.Sağlık konusunda oldukça ilgiliyimdir.                                           | <b>.82</b>     | .24        | .02        | .06        |
| SB1.Kendi sağlığıma oldukça önem veririm.                                            | <b>.78</b>     | .21        | .00        | .08        |
| SB5.Gün içerisindeki sağlık durumuma dikkat ederim.                                  | <b>.78</b>     | .19        | .18        | .13        |
| SB2.Sağlığım hakkında oldukça bilinçliyimdir.                                        | <b>.78</b>     | .25        | .12        | .16        |
| SB4.Sağlığım konusundaki değişimlere duyarlıyım.                                     | <b>.72</b>     | .32        | .07        | .25        |
| SB3.Sağlığımı düzenli bir şekilde kontrol ederim.                                    | <b>.65</b>     | .24        | .23        | .17        |
| <b>Faktör 2: Çevresel Kaygı</b>                                                      |                |            |            |            |
| ÇK6.Kirlilikle mücadele için daha ciddi yasalar olmalıdır.                           | .29            | <b>.81</b> | .06        | .15        |
| ÇK4.İş dünyası çevreyi korumak için daha güçlü adımlar atmalıdır.                    | .21            | <b>.79</b> | .08        | .17        |
| ÇK5.Doğal çevreyi korumak için köklü sosyal değişimler gereklidir.                   | .23            | <b>.78</b> | -.05       | .15        |
| ÇK1.Çevre konusunda oldukça endişeliyim.                                             | .23            | <b>.76</b> | .14        | .14        |
| ÇK2.İnsanlar çevreyi oldukça kötü kullanmaktadır.                                    | .25            | <b>.72</b> | .13        | .12        |
| ÇK3.Çevreyi korumak için tüketim miktarımı azaltmaya razıyım.                        | .22            | <b>.64</b> | .29        | -.02       |
| <b>Faktör 3: Organik Gıda Bilgisi</b>                                                |                |            |            |            |
| OB1.Organik gıdalar hakkındaki bilgilerim yeterli düzeydedir.                        | .13            | .11        | <b>.89</b> | .19        |
| OB2.Organik ve organik olmayan gıdaları ayırt edebilecek yeterli bilgiye sahibimdir. | .12            | .14        | <b>.86</b> | .32        |
| OB3.Organik gıdalar hakkındaki bilgilerim yeterlidir.                                | .14            | .13        | <b>.85</b> | .25        |
| <b>Faktör 4: Organik Gıda Satın Alma Niyeti</b>                                      |                |            |            |            |
| OGSN2.Yüksek fiyatlarına rağmen organik gıdaları satın almaya razıyım.               | .19            | .14        | .23        | <b>.81</b> |
| OGSN3.Organik gıdaları satın alma olasılığım oldukça yüksektir.                      | .24            | .19        | .25        | <b>.79</b> |
| OGSN1.Satış noktalarında organik gıdalar olursa satın alırım.                        | .12            | .21        | .38        | <b>.76</b> |
| <b>Açıklanan Toplam Varyans: 73.02</b>                                               |                |            |            |            |
| <b>Kaiser Meyer Olkin: .909</b>                                                      |                |            |            |            |
| <b>Bartlett (p): .000</b>                                                            |                |            |            |            |

Faktör analizi yapabilmek için KMO değerinin 0.60'dan büyük; Bartlett testi p değerinin ise 0.05'ten küçük olması gerekmektedir (İslamoğlu, 2011: s. 244). Tablo 2'ye bakıldığında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin %60'dan büyük olduğu (%90.9) görülmektedir. Bu durum çoklu bağımlılık olmadığını yani maddeler arasındaki korelasyonun çok fazla olmadığını gösterir. Dolayısıyla verilerin faktör analizi için yeterli ve uygun olduğu söylenebilir. Bartlett küresellik testi sonucunda ise anlamlılık düzeyinin (p) <0.05 olduğu (.000) görülmektedir. Bu sonuca göre de maddeler arasında yeteri düzeyde ilişki olduğu ve verilerin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir.

Faktör yüklerinin anlamlı olabilmesi ve tanımladığı ifadeyi temsil edebilmesi için 0.45'ten yüksek olması gerekmektedir (Cesur ve Fer, 2007: s. 60). Faktör yükleri incelendiğinde maddelerin tüm faktör yüklerinin 0.45'ten büyük olduğu ve orijinal ölçeklerindeki dağılımı gösterdiği görülmektedir.

### 4.3. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Tablo 3, araştırma kapsamında kullanılan yapılara ilişkin güvenilirlik analizi sonuçlarını göstermektedir.

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| Yapı                           | Madde Sayısı | Cronbach $\alpha$ |
|--------------------------------|--------------|-------------------|
| Sağlık Bilinci                 | 7            | .921              |
| Çevresel Kaygı                 | 6            | .892              |
| Organik Gıda Bilgisi           | 3            | .929              |
| Organik Gıda Satın Alma Niyeti | 3            | .866              |

Yapılara ilişkin cronbach  $\alpha$  katsayılarına bakıldığında sağlık bilinci ve organik gıda bilgisinin çok iyi derecede güvenilir; çevresel kaygı ve organik gıda satın alma niyetinin iyi derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Habidin vd., 2015: s. 1020).

### 4.4. Normallik Testi Bulguları

Tablo 4, yapılara ilişkin normallik testi sonuçlarını göstermektedir.

**Tablo 4:** Normallik Testi Sonuçları

| Yapılar                        | Normallik Testi Sonuçları |                     |
|--------------------------------|---------------------------|---------------------|
|                                | Çarpıklık (Skewness)      | Basıklık (Kurtosis) |
| Sağlık Bilinci                 | -.149                     | -.425               |
| Çevresel Kaygı                 | -.317                     | .182                |
| Organik Gıda Bilgisi           | .156                      | -.539               |
| Organik Gıda Satın Alma Niyeti | -.306                     | -.377               |

Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1.5 ve +1.5 değer aralığında olması normal dağılım için yeterlidir (Tabachnick ve Fidell, 2013: s. 148). Tablo 4'te tüm yapılara ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin bu aralıkta olduğu görülmektedir. Dolayısıyla veriler normal dağılıma uymaktadır ve bu sonuca göre parametrik testler uygulanabilir.

#### 4.5. Çok Değişkenli Regresyon Analizi Bulguları

Tablo 5, sağlık bilinci ve çevresel kaygı bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken olan organik gıda satın alma niyeti üzerindeki etkilerini ve açıklama yüzdesini göstermektedir.

**Tablo 5:** Çok Değişkenli Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişkenler | Standardize Edilmemiş Katsayılar |               | t     | Sig. | Doğrusallık İstatistikleri |       |
|----------------------|----------------------------------|---------------|-------|------|----------------------------|-------|
|                      | B                                | Standart Hata |       |      | Tolerans                   | VIF   |
| Sabit                | 1.577                            | .193          | 8.181 | .000 |                            |       |
| Sağlık Bilinci       | .303                             | .058          | 5.231 | .000 | .648                       | 1.542 |
| Çevresel Kaygı       | .316                             | .065          | 4.869 | .000 | .648                       | 1.542 |

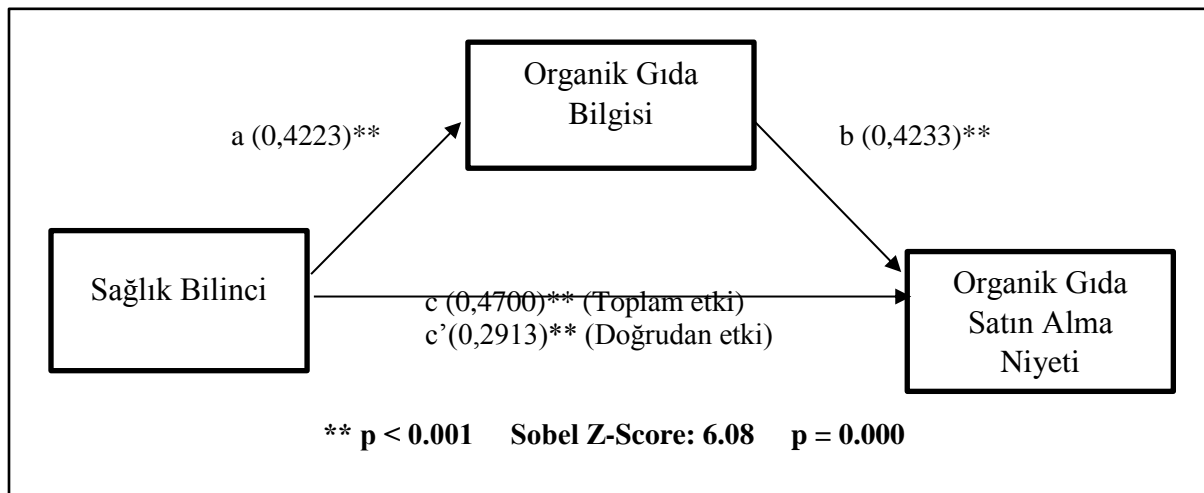
**Metot:** Enter  
**Düzeltilmiş R<sup>2</sup>:** .244  
**F:** 62.6  
**0.05 anlamlılık düzeyi**

**Bağımlı Değişken:** Organik Gıda Satın Alma Niyeti

Doğrusallık istatistik değerlerinden VIF (varyans büyütme faktörleri) değerlerinin 10'un altında olması bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını göstermektedir (Hair vd., 2013). Sağlık bilinci ve çevresel kaygı değişkenlerinin sig. değerleri (.000) < 0.05 olduğundan dolayı bu iki değişkenin organik gıda satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. B katsayılarına bakıldığında sağlık bilinci değişkenindeki bir birimlik artışın organik gıda satın alma niyetinde .303 birimlik bir artışa yol açacağı; çevresel kaygı değişkenindeki bir birimlik artışın da organik gıda satın alma niyetinde .316 birimlik bir artışa yol açacağı ifade edilebilir. Dolayısıyla H<sub>1</sub> ve H<sub>2</sub> hipotezleri kabul edilmiştir. Ayrıca sağlık bilinci ve çevresel kaygı, organik gıda satın alma niyetindeki değişimlerin %24.4'ünü açıklamaktadır.

#### 4.6. Aracılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Şekil 1, sağlık bilincinin organik gıda satın alma niyeti üzerindeki etkisinde organik gıda bilgisinin aracılık rolünü göstermektedir.



**Şekil 1:** Sağlık Bilincinin Organik Gıda Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Organik Gıda Bilgisinin Aracılık Rolü

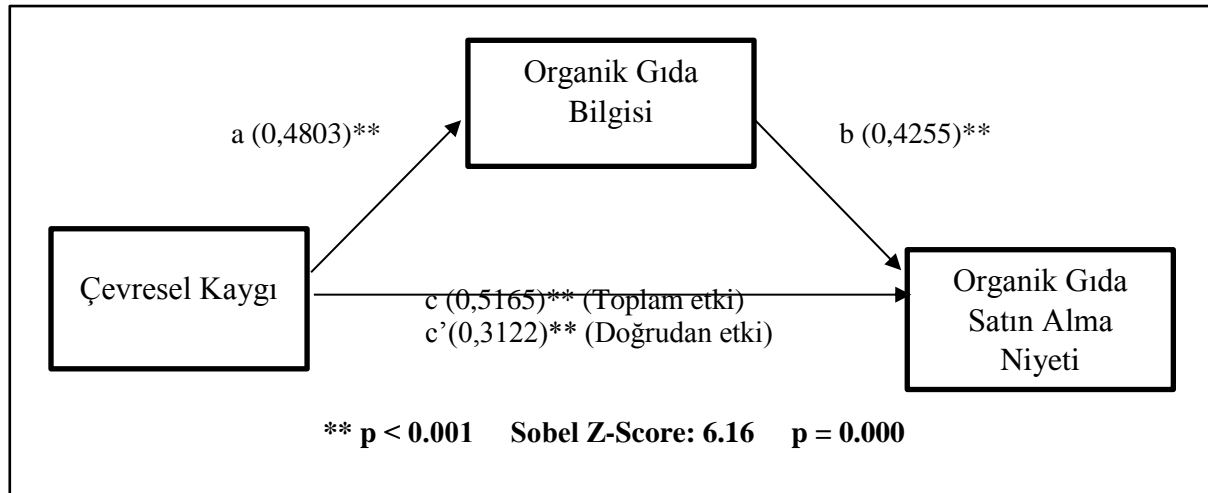
Tablo 6, aracılık rolüne ilişkin nokta tahminleri, katsayı çapanlarını ve aracı etki türünü göstermektedir.

**Tablo 6:** Sağlık Bilinci, Organik Gıda Satın Alma Niyeti ve Organik Gıda Bilgisi Arasındaki Modele İlişkin Etkiler

| Etkiler       | Nokta Tahmin | Katsayılar Çarpanı |        | Aracı Etki Türü |
|---------------|--------------|--------------------|--------|-----------------|
|               |              | Z                  | P      |                 |
| Dolaylı Etki  | 0.1787       | 6.08               | .000** | Kısmi Aracılık  |
| Toplam Etki   | 0.4700       |                    |        |                 |
| Doğrudan Etki | 0.2913       |                    |        |                 |

Şekil 1 ve Tablo 6'daki test sonuçları incelendiğinde üç değişken arasında da anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Sağlık bilincinin organik gıda satın alma niyeti üzerindeki toplam etkisi 0.4700 olarak bulunmuştur. Organik gıda bilgisi aracı olup sağlık bilinci ile birlikte modele dahil olduğunda bu etki anlamlılığını korumakla birlikte gücünde azalma olmuştur (0.2913). Bu durumda sağlık bilincinin organik gıda satın alma niyeti üzerinde organik gıda bilgisinin kısmi aracılık rolü söz konusu olmaktadır. Sobel testi sonucuna göre Z skoru 6.08 ve p değeri de anlamlı olduğundan organik gıda bilgisi değişkeninin dolaylı etkisi söz konusudur ve H<sub>3</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Şekil 2, çevresel kaygının organik gıda satın alma niyeti üzerindeki etkisinde organik gıda bilgisinin aracılık rolünü göstermektedir.



**Şekil 2.** Çevresel Kaygının Organik Gıda Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Organik Gıda Bilgisinin Aracılık Rolü

Tablo 7, aracılık rolüne ilişkin nokta tahminleri, katsayı çapanlarını ve aracı etki türünü göstermektedir.

**Tablo 7:** Çevresel Kaygı, Organik Gıda Satın Alma Niyeti ve Organik Gıda Bilgisi Arasındaki Modele İlişkin Etkiler

| Etkiler       | Nokta Tahmin | Katsayılar Çarpanı |        | Aracı Etki Türü |
|---------------|--------------|--------------------|--------|-----------------|
|               |              | Z                  | P      |                 |
| Dolaylı Etki  | 0.2043       | 6.16               | .000** | Kısmi Aracılık  |
| Toplam Etki   | 0.5165       |                    |        |                 |
| Doğrudan Etki | 0.3122       |                    |        |                 |



Şekil 2 ve Tablo 7’deki test sonuçları incelendiğinde üç değişken arasında da anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. Çevresel kaygının organik gıda satın alma niyeti üzerindeki toplam etkisi 0.5165 olarak bulunmuştur. Organik gıda bilgisi aracı olup çevresel kaygı ile birlikte modele dahil olduğunda bu etki anlamlılığını korumakla birlikte gücünde azalma olmuştur (0.2913). Bu durumda çevresel kaygının organik gıda satın alma niyeti üzerinde organik gıda bilgisinin kısmi aracılık rolü söz konusu olmaktadır. Sobel testi sonucuna göre Z skoru 6.16 ve p değeri de anlamlı olduğundan organik gıda bilgisi değişkeninin dolaylı etkisi söz konusudur ve  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Nüfus artışı, tarımda kullanılan yeni üretim teknikleri, doğanın dengesinin bozulması, sağlık alanında ortaya çıkan sorunlar ve daha pek çok sebepten dolayı insanların tüketim davranışları değişme eğilimine girmiştir. Organik gıdalar da değişen bu tüketim davranışlarında talebi artan ürünlerin başında gelmektedir. Bu çalışmada sağlık bilinci ve çevresel kaygının tüketicilerin organik gıda satın alma niyetlerine olan etkisi ve bu etkilerde organik gıda bilgisinin aracı bir rolünün olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda 384 tüketiciden anket yöntemi ile veri toplanmıştır.

Çalışmadaki katılımcıların 194’ünü erkekler; 190’ını kadınlar oluşturmaktadır. Evlilerin bekârlara göre çoğunlukta olduğu; orta yaş grubunun (28-47), genç ve ileri yaş gruplarına göre çoğunluğu (%60.1) oluşturduğu görülmektedir. Öğrenim düzeyi açısından lisans mezunu olan katılımcıların diğer gruplara göre daha fazla olduğu; gelir açısından ise katılımcıların yaklaşık yarısının (%48.4) 4001-6000 TL arası gelire sahip olduğu görülmektedir.

Hipotez testleri sonucunda tüketicilerin sağlık bilinçlerinin ve çevresel kaygılarının organik gıdaları satın alma niyetlerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla  $H_1$  ve  $H_2$  hipotezleri desteklenmiştir. Bu bulgular, literatürde elde edilen araştırma sonuçlarını da destekler niteliktedir ( Magnusson vd., 2003; Lockie vd., 2004; Honkanen vd., 2006; Hjelmar, 2011; Ergin ve Özsaçmacı, 2011). Buna karşın literatürde bu bulguları desteklemeyen çalışmalar da bulunmaktadır. Genç tüketiciler ile yapmış olduğu çalışmasında (Oral, 2020), organik gıda satın alma niyetinde çevresel kaygının anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular, sağlığı konusunda endişe duyan, sağlığına dikkat eden, çevre konusunda endişe duyan tüketicilerin organik gıda satın alma eğilimlerinin daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Aracılık hipotez testleri sonucunda ise hem sağlık bilincinin hem de çevresel kaygının satın alma niyeti üzerindeki etkisinde organik gıda bilgisinin kısmi aracılık rolü bulunmuştur. Bu bulguyu aracı değişken olarak olmasa da organik gıda satın alma niyetini doğrudan etkileyen bir değişken olarak destekleyen çalışmalar da literatürde mevcuttur (Hill ve Lynchehaun, 2002; Pieniak vd., 2010; Kvatchadze ve Akıncı, 2018). Bu bulgulara göre ise sağlık bilincine sahip olan tüketicilerin organik gıdalar hakkındaki bilgileri arttıkça bu gıdaları satın alma niyetlerinin daha güçlü olduğu; benzer şekilde çevre konusunda endişe duyan tüketicilerin organik gıdalar hakkında bilgisi arttıkça bu gıdaları satın alma niyetlerinin daha güçlü olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak tüketicilerin organik gıda satın alma niyetlerinde sağlık bilincine sahip olmaları, çevre hakkında endişe duymaları ve organik gıdalar hakkında bilgi sahibi olmaları etkili olmaktadır. Bu bulgular ışığında üreticilere, reklam ve satış çabalarında sağlık ve çevre temalarını ön plana çıkarmaları, organik gıdalar hakkında tüketicilere bilgilendirici mesajlar vermeleri gibi öneriler getirilebilir.

## Kaynakça

- Ataseven, Y. ve Güneş, E. (2008): “Türkiye’de İşlenmiş Organik Tarım Ürünleri Üretimi ve Ticaretindeki Gelişmeler”. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2): 25-33.
- Cesur, M. O ve Fer, S. (2007): “Dil Öğrenme Stratejileri Envanterinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması Nedir?”. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 4 (2): 49-74.
- Chen, M. F. (2009): “Attitude Toward Organic Foods Among Taiwanese as Related to Health Consciousness Environmental Attitudes, and the Mediating Effects of A Healthy Lifestyle”. British Food Journal, 111 (2): 165-178.

- Chinnici, G., D'Amico, M. ve Pecorino, B. (2002): "A Multivariate Statistical Analysis on the Consumers of Organic Products". *British Food Journal*, 104 (3/4/5): 187-199.
- Davies, A., Titterington, A. J. ve Cochrane, C. (1995): "Who Buys Organic Food? A Profile of the Purchasers of Organic Food in Northern Ireland". *British Food Journal*, 97 (10): 17-23.
- De Magistris, T. ve Gracia, A. (2008): "The Decision to Buy Organic Food Products in Southern Italy". *British Food Journal*, 110 (9): 929-947.
- Demiryürek, K. (2011): "Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye'deki Durumu". *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28 (1): 27-36.
- Dunlap, R. E. ve Jones, R. (2002): *Environmental Concern: Conceptual & Measurement Issues*. Riley E. Dunlap ve William Michelson (Ed.). *Handbook of Environmental Sociology* (ss.482-542). London: Greenwood Press.
- Ergin, E. A. ve Ozsacmaci, B. (2011): "Turkish Consumers Perceptions and Consumption of Organic Foods". *African Journal of Business Management*, 5 (3): 910-914.
- Gould, S. J. (1988): "Consumer Attitudes Toward Health and Health Care: A Differential Perspective". *Journal of Consumer Affairs*, 22 (1): 96-118.
- Habidin, N. F., Zubir, A. F. M., Fuzi, N. M., Latip, N. A. M. ve Azman, M. N. A. (2015): "Sustainable Performance Measures for Malaysian Automotive Industry". *World Applied Sciences Journal*, 33 (6): 1017-1024.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2013): *Multivariate Data Analysis: Advanced Diagnostics for Multiple Regression*. UK: Pearson Education.
- Haws, K. L., Winterich, K. P. ve Naylor, R. W. (2014): "Seeing the World Through GREEN-Tinted Glasses: Green Consumption Values and Responses to Environmentally Friendly Products". *Journal of Consumer Psychology*, 24 (3): 336-354.
- Hill, H. ve Lynchehaun, F. (2002): "Organic Milk: Attitudes and Consumption Patterns". *British Food Journal*, 104 (7): 526-542.
- Hjelmar, U. (2011): "Consumers' Purchase of Organic Food Products. A Matter of Convenience and Reflexive Practices". *Appetite*, 56 (2): 336-344.
- Honkanen, P., Verplanken, B. ve Olsen, S. O. (2006): "Ethical Values and Motives Driving Organic Food Choice". *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 5 (5): 420-430.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J. ve Stanton, J. (2007): "Who Are Organic Food Consumers? A Compilation and Review of Why People Purchase Organic Food". *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 6 (2- 3): 94-110.
- Irianto, H. (2015): "Consumers' Attitude and Intention Towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective". *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 4 (1): 17-31.
- İnan, R., Bekar, A. ve Urlu, H. (2021): "Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Davranışları ve Tutumlarına İlişkin Bir Değerlendirme". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1): 220-235.
- İnci, H., Karakaya, H. ve Şengül, A. Y. (2017): "Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler (Diyarbakır İli Örneği)". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 20 (2): 137-147.
- İslamoğlu, A. H. (2011): *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Janssen, M. (2018): "Determinants of Organic Food Purchases: Evidence from Household Panel Data". *Food Quality and Preference*, 68: 19-28.
- Jayanti, R. K. ve Burns, A. C. (1998): "The Antecedents of Preventive Health Care Behavior: An Empirical Study". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26 (1): 6-15.
- Karabaş, S. ve Gürler, A. Z. (2012): "Organik Ürün Tercihinde Tüketici Davranışları Üzerine Etkili Faktörlerin Logit Regresyon Analizi İle tahminlenmesi". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10): 129-156.
- Kvatchadze, S. ve Akıncı, S. (2018): "Sağlık Bilinci, Çevre Bilinci ve Organik Gıda Bilgisinin Satın Alma Niyetine Organik Gıdalara Yönelik Tutum Aracılığıyla Etkisi". *Akdeniz İİBF Dergisi*, 18 (37): 158-183.
- Lee, K. H., Bonn, M. A. ve Cho, M. (2015): "Consumer Motives for Purchasing Organic Coffee". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27 (6): 1157-1180.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G. ve Grice, J. (2004): "Choosing Organics: A Path Analysis of Factors Underlying the Selection of Organic Food among Australian Consumers". *Appetite*, 43 (2): 135-146.
- Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L. ve Sjödn, P. O. (2003): "Choice of Organic Foods is Related to Perceived Consequences for Human Health and to Environmentally Friendly Behaviour". *Appetite*, 40 (2): 109-117.

- Makatouni, A. (2002): "What Motivates Consumers to Buy Organic Food in the UK? Results From a Qualitative Study". *British Food Journal*, 104 (3/4/5): 345-352.
- Michaelidou, N. ve Hassan, L. M. (2008): "The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions Towards Organic Food". *International Journal of Consumer Studies*, 32 (2): 163-170.
- Nguyen, T. N., Lobo, A., Nguyen, H. L., Phan, T. T. H. ve Cao, T. K. (2016): "Determinants Influencing Conservation Behaviour: Perceptions of Vietnamese Consumers". *Journal of Consumer Behaviour*, 15 (6): 560-570.
- Onat, G. ve Keskin, E. (2019): "Organik Gıda Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4): 3275-3289.
- Onurlubaş, E., Gümüş, N. ve Karaca, Ş. (2020): "Tüketicilerin Organik Yumurta Satın Alma Niyetini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi". *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1): 113-131.
- Oral, M. A. (2020): "Tüketicilerin Organik Gıda Satın Alma Niyeti: Genç Tüketiciler ile Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2): 1207-1224.
- Özgen, P. ve Yeşiloğlu, H. (2015): "Organik Gıda Müşterilerinin Tüketim Davranışlarının Yaşam Tarzı Değişkeni Çerçevesinde İncelenmesi". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2): 197-215.
- Pieniak, Z., Aertsens, J. ve Verbeke, W. (2010): "Subjective and Objective Knowledge as Determinants of Organic Vegetables Consumption". *Food Quality and Preference*, 21 (6): 581-588.
- Rana, J. ve Paul, J. (2017): "Consumer Behavior and Purchase Intention for Organic Food: A Review and Research Agenda". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38: 157-165.
- Salleh, M. M., Ali, S. M., Harun, E. H., Jalil, M. A. ve Shaharudin, M. R. (2010): "Consumer's Perception and Purchase Intentions Towards Organic Food Products: Exploring Attitude Among Academician". *Canadian Social Science*, 6 (6): 119-129.
- Sarıkaya, N. (2007): "Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14: 110-125.
- Suprpto, B. ve Wijaya, T. (2012): "Model of Consumer's Buying Intention Towards Organic Food: A Study Among Mothers in Indonesian" [Bildiri]. *International Conference on Economics, Business and Marketing Management*.
- Tabachnick, G. B. ve Fidell, L. (2013): *Using Multivariate Statistic*. Boston: Pearson.
- Tanrikulu, C. (2015): "Çevresel Kaygı, Algılanan Tüketici Etkinliği ve Kollektivizmin, Tüketicilerin Yeşil Satın Alma Davranışlarındaki Rolü Üzerine Bir İnceleme". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (1): 121-136.
- Teng, C. C. ve Wang, Y. M. (2015): "Decisional Factors Driving Organic Food Consumption". *British Food Journal*, 117 (3): 1066-1081.
- Wandel, M. ve Bugge, A. (1997): "Environmental Concern in Consumer Evaluation of Food Quality". *Food Quality and Preference*, 8 (1): 19-26.
- Zanoli, R. ve Naspetti, S. (2002): "Consumers Motivations in the Purchase of Organic Food. A Means-End Approach". *British Food Journal*, 104 (8): 643-653.