



Factors Affecting Consumption of Organic Poultry Products in TR72 Region (Kayseri, Sivas and Yozgat)

Hüdaverdi Bircan^{1,a,*}, Hasan Eleroğlu^{2,b}, Zafer Kartal^{3,c}

¹Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Cumhuriyet University, 58140 Sivas, Turkey

²Sarkisla Asik Veysel Vocational High School, Cumhuriyet University, 58400 Sivas, Turkey

³Erzurum Vocational School, Atatürk University, 25240 Erzurum, Turkey

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 28/12/2018 Accepted : 17/01/2019</p> <p>Keywords: Kayseri Sivas Yozgat Organic food Chicken Consumption</p>	<p>The data obtained as a result of this research to determine the effect of socio-economic conditions on the consumption of poultry products will affect the shaping of production and contribute to the elimination of the congestion in marketing. This research; The aim of this study was to determine the factors affecting the consumption of organic poultry products in different regions, different age, income, education level and occupational groups. For this purpose, a total of 1350 (Kayseri 500, Sivas 450, Yozgat 400) surveys were conducted face to face in three provinces in Kayseri, Sivas and Yozgat provinces (TR 72 Region). The participants' demographic characteristics such as gender, age group, education level, income status were taken into consideration, the factors affecting the organic product preference and the effect of the analysis on the consumption of the analysis to determine their opinions were examined on the basis of TR72 region. It has been found that it is very important for all occupational groups to have a price, nutritional value, safety, not to be harmful to health and natural and ecological. The difference between the evaluation of occupational groups on the basis of all factors was significant ($P<0.01$).</p>

Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi 7(5): 757-766, 2019

TR72 Bölgesinde (Kayseri, Sivas ve Yozgat) Organik Tavukçuluk Ürünlerinin Tüketimini Etkileyen Faktörler

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 28/12/2018 Kabul : 17/01/2019</p> <p>Anahtar Kelimeler: Kayseri Sivas Yozgat Organik Besin Tavuk Tüketimi</p>	<p>Tavukçuluk ürünlerinin tüketimi üzerine sosyo-ekonomik koşulların etkisini belirlemek üzere yapılan bu araştırma sonucunda elde edilecek veriler, üretimin şekillenmesine etki edecek, pazarlamanın yapılmasında yaşanan tıkanıklığın giderilmesine katkı sağlayacaktır. Bu araştırma; gelişmişlik düzeyi farklı bölgelerde, değişik yaş, gelir, eğitim düzeyi ve meslek gruplarındaki tüketicilerin, organik tavukçuluk ürünlerinin tüketimini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, Kayseri, Sivas ve Yozgat illerinde (TR 72 Bölgesi) bulunan üç ilde toplam 1350 (Kayseri 500, Sivas 450, Yozgat 400) örnekleme yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Ankete katılanların cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyleri, gelir durumları gibi demografik özellikleri dikkate alınarak, organik ürün tercihini etkileyen faktörler ve görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin tüketimi üzerine etkisinin değişimi TR72 bölgesi bazında incelenmiştir. Meslek bazında katılımcıların organik ürün tercihini etkileyen fiyat, besin değeri, güvenli olması, sağlığa zararlı olmaması ve doğal ve ekolojik olması tüm meslek grupları tarafından oldukça önemli bulunmuştur. Tüm faktörler bazında meslek gruplarının değerlendirmesi arasında fark önemli ($P<0,01$) olarak hesaplanmıştır.</p>

^a hbircan@gmail.com

^{id} <https://orcid.org/0000-0002-1868-1161>

^c zkartal@atauni.edu.tr

^{id} <http://orcid.org/0000-0003-2588-8264>

^b eleroglu@cumhuriyet.edu.tr

^{id} <https://orcid.org/0000-0002-1032-9833>



Giriş

İnsan ve çevre odaklı bir yaklaşım olan organik gıda üretimi, ekolojik çeşitliliğin korunmasını ve iyileştirilmesini hedeflediği gibi olabildiğince az tarımsal girdi kullanarak üretim yapmayı amaçlamıştır. Ayrıca organik gıda yaklaşımı, tüketim maddeleri içindeki organik ürün oranını artırmayı, üretim maddelerinde organik üretimi teşvik etmeyi amaç edinmiş, çevre ve insan sağlığını korumayı genel çerçeve olarak almıştır (Ustaahmetoğlu ve Toklu, 2015). Gıda tüketim tercihlerini farklılaştırmaya tüketicilerin zihninde oluşan kaygılar neden olmuştur. Bu farklılaşma tüketicileri daha sağlıklı ve kaliteli ürünleri benimsemeye teşvik etmiştir (Grunert, 2002). Haşere ilaçlarının sağlığa ve çevreye olan etkileri, genetik olarak değiştirilmiş organizmalar ve gıda güvenliği konularında tüketicilerin ve pazarlamacıların popüler medyaya gösterdikleri tepki nedeniyle, organik gıdaya olan ilgi önemli ölçüde artmıştır. Tükettiğimiz gıdaların kaynağına yönelik tutumların kademeli biçimdeki evrimi konusuna, gıda satın alma davranışına yönelik yayınlanmış kaynakların çoğunda yeterince yer verilmemiştir. Gerçekten de, organik gıdaların, sürekli büyüyen milyarlarca dolarlık küresel bir endüstri olarak, giderek artan popülerliği, hükümetler, üreticiler, dağıtımıcılar, perakendeciler, endüstri planlamacılar ve pazarlamacılar açısından dikkate değer soruların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Çelik, 2013).

Sağlık sorunlarının beslenme şekline bağlı olan kısmına kanatlı hayvan sektörü kayıtsız kalmamış, olumsuzlukları iyileştirmek amacıyla yetiştirme ve besleme modellerini üretme çabası içerisinde girmiştir (Revington, 2002; Ribarski et al., 1995; Huyghebaert, 2003; Sundrum, 2001). Sağlıksız beslenmenin en önemli nedenlerinden biri tüketicilerin hayvansal ürünlerin nasıl üretildiği hakkında yeterli bilgi sahibi olmamasıdır. Bireylerin hayvancılık ve gıda endüstrisi ile ilgili bilgileri de genelde medya kaynaklıdır. Bu haberler son dönemde genellikle olumsuzdur, ancak doğruluk payı da vardır. Henüz tüketicilerin, çiftlikteki hayvanların nasıl yetiştirildiğinden, içinde bulunduğu yetiştirme ve besleme koşullarından bilgi sahibi olduklarından söz edilemez (Refsdal, 2000). Bunun yanı sıra tüketicilerin, hayvanların iyi yaşam ve doğal kaynakları koruyan çevre dostu üretim beklentileri yüksek olmakla birlikte, aynı zamanda ucuz gıda istekleri ile çözülmesinde zor bir çelişki yaşanmaktadır (Rahman, 2004; Lohr, 2003). Sağlıklı beslenmeye önem vermeyenlere göre daha bilinçli olan ve beslenme sağlığına önem veren kişiler, “ekolojik üretim” ve “ekolojik hayvancılık” modeli ile gelecekte daha sağlıklı beslenmenin yanı sıra, hayvan konforunun da sağlanabileceğini ifade etmektedirler (Browne ve ark., 2000; Sundrum, 2001). Toplumların önemli çoğunluğu, bitkisel ve hayvansal üretim modellerini sorgulamakta, endüstriyel üretim yerine, sağlıklı ürünler ve çevre dostu üretimi ön plana çıkarmaktadır. Ekolojik ya da organik tarım olarak adlandırılan böyle bir üretim modelinin günümüzde ve gelecekteki bu tür beklentileri karşılaması beklenmektedir (Browne ve ark., 2000; Gil ve ark., 2000). Türkiye’de AB ile rekabet edebilen birkaç sektörden biri olan kanatlı eti üretimi, yaygın işgücü istihdamı ve entegre gıda alt sektörlerinden biri olması yönüyle, oldukça önemli

ve stratejik bir konumda bulunmaktadır (Keskin ve Demirbaş, 2012; Altindeğer ve Hekimoğlu, 2017). Kanatlı sektöründe son yıllarda hızlı bir gelişme sağlanmakta olup, işletmelerin büyük bir çoğunluğu entegre ve modern tesislerden oluşmaktadır. Dolayısıyla kümes hayvancılığı piyasasının izlenmesi ve gelişmelerin değerlendirilmesi gerekliliği de önem kazanmıştır (Dokuzlu ve ark., 2013; Çiçekgil ve Yazıcı, 2016).

Rüveyda ve ark. (2013), Tokat merkez ilçe kentsel alandaki hanelerin ekolojik yumurta tüketim alışkanlığını belirlemek amacıyla 270 hane ile yüz yüze yaptıkları çalışmada, hanelerin %15,93’ü ekolojik yumurta tüketirken %84,07’si endüstriyel yumurta tükettiğini belirlemişlerdir.

İskender ve Kanbay, 2014 yılında yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin; yumurta tüketimi, tercihleri ve yumurtanın besleyici değerine ilişkin bilgi düzeylerini belirlemeye çalışmışlardır. Öğrencilerin %91,9’unun yumurta tükettikleri ve haftalık yumurta tüketimlerinin ise ortalama 3,4 adet olduğunu bulmuşlardır. Öğrencilerin %81,2’si organik yumurtayı biliyorken, fonksiyonel yumurtayı bilenlerde bu oranın %7 olduğu belirlenmiştir.

Kızıloğlu ve ark. (2013), Tokat il merkezine yönelik yaptıkları çalışmada hanelerin ekolojik yumurta tüketimi alışkanlığını belirlemişlerdir. Bu çalışmada görüşülen kişinin; cinsiyeti, medeni hali, eğitim durumu, mesleği, eşinin çalışma durumu, eşinin eğitim durumu ve yumurta satın alma sıklığı faktörleri arasında istatistiksel olarak bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Hanelerin yumurta satın alırken dikkat ettikleri özellikler ile ilgili düşüncelerini; yumurtanın fiziksel özelliği, yumurtanın üretim özelliği, yumurtanın sağlık, güvenilirlik ve besin değeri ve yumurtanın pazar değeri diye dört faktör altında toplanabileceği faktör analizi sonucunda varılmıştır.

Türkiye’de tüketicilerin yumurta tüketim ve tercihlerine ilişkin davranışlarını belirleme amacıyla yapılmış olan çalışmaların, farklı illerde, farklı yaş ve gelir gruplarında, farklı sayıda katılımcılar üzerinde yapıldığı görülmektedir (Mızrak ve ark., 2012).

Bu çalışmada amaç gelişmişlik düzeyi farklı bölgelerde, değişik yaş, gelir, eğitim düzeyi ve meslek gruplarındaki tüketicilerin, organik tavukçuluk ürünlerinin tüketimini etkileyen faktörleri belirlemektir.

Materyal ve Yöntem

Bu çalışmanın materyalini, TR72 Bölgesinde (Kayseri, Sivas, Yozgat) ikamet eden ailelerden örnekleme yöntemiyle seçilen tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmada, organik tavukçuluk ürünlerinin tüketimi üzerine etkili olan faktörler ve bunların bölgelere, yaş gruplarına, eğitim düzeylerine, gelir gruplarına ve meslek gruplarına göre değişimini belirlemek amacıyla tüketiciler ile yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan veriler kullanılmıştır. Anketler, 2016 yılında TR72 Bölgesinde (Kayseri, Sivas, Yozgat) uygulanmıştır. Bu çalışmada, ayrıca Türkiye İstatistik Kurumu ve ilgili diğer kurum ve kuruluşların verilerinden ve daha önce yapılmış çalışmalardan da yararlanılmıştır.

Çalışmada, örnek hacmi ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmemiş tek aşamalı basit tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir (Çakıcı, 2009: Yıldız ve Bircan, 2012).

TR72 bölgesinde bulunan illerden Kayseri için: 500, Sivas için: 450 ve Yozgat için: 400 adet olacak şekilde toplamda 1350 adet anket yapılarak, tüm istatistiksel analizler SPSS Windows programında yapılmıştır.

Araştırma verilerine, varyans analiz yöntemi uygulanmıştır. Önemli farklılıkların karşılaştırılmasında Duncan testi kullanılmıştır. Ayrıca iki şıklı soruların analizi t testi ile yapılmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Ankete katılan bireylerin demografik özellikleri Çizelge 1’de verilmiştir. Çizelge verileri incelendiğinde, yarıdan fazlasının (%55,3) 25-44 yaş grubunda yer aldığı, 65 yaş ve üzerindeki katılımcıların ise %4,2 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bölgede katılımcıların %50,1’inin Lise mezunu olduğu, ilk ve ortaöğretim düzeyinde olanlarının oranlarının birbirlerine yakın olduğu, üniversite eğitim düzeyinde olanların ise %14,2 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Elde edilen verilere göre, katılımcıların %24,3’ünü ev hanımları oluşturmakta, bunu %20,5 oranla işçiler izlemektedir. Katılımcıların %3,7’sini işsizler oluşturmaktadır.

Ankete katılanların sosyo-ekonomik durumuna ilişkin veriler Tablo 1-4’de verilmiştir. Buna göre ankete katılanların %31,4’ü kiracı durumundadır. İncelenen ailelerin %26,9’u 4 kişilik olup, 3-4-5 kişilik aile yapısı %73,9 olarak hesaplanmıştır. Tek kişilik aile oranı %2,5 olarak gerçekleşmiştir. Hanede çalışma oranı en yüksek %60,2 oranında tek kişi olarak bulunmuştur. Eşlerin her ikisinin de birlikte çalışma oranı %32,9 oranında gerçekleşmiştir. Elde edilen bulgulara göre, asgari ücretli çalışanların oranı %11,9 olmasına karşılık 1300-3500 TL aylık gelir gruplarının toplamı %59,8 olarak bulunmuştur. Katılımcıların yarısından fazlasının gelir durumu ortalama 2.500 TL civarındadır.

Meslek bazında katılımcıların organik ürün tercihini etkileyen faktörler ve görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları Tablo 6’da verilmiştir. Fiyat, Besin değeri, Güvenli olması, Sağlığa zararlı olmaması ve Doğal ve ekolojik olması faktörlerinin tamamının ölçek ortalaması 4 ve üzerinde gerçekleşmiş olup tüm meslek grupları tarafından oldukça önemli bulunmuştur ($P<0,01$). Fiyat işsizler için daha yüksek ölçek değerine ulaşırken, serbest meslek grubu için diğerlerine göre düşük ölçek değerine sahiptir. Besin değeri bakımından en yüksek ölçek değeri Memur, İşsiz ve Ev hanımlarında gerçekleşmiş olup, aynı faktör bakımından en düşük değer Öğrenci kesiminde bulunmuştur. Güvenli olması faktörü Memur ve Ev hanımlarında yüksek bulunmuş, en düşük değer diğerlerine göre Serbest Meslek ve öğrenci grubunda gerçekleşmiştir. Sağlığa zararlı olmaması bakımından en yüksek ölçek değerini oluşturan meslek Ev hanımları, diğerlerine göre düşük öneme sahip olan meslek grubu öğrenci grubu oluşturmaktadır. Doğal ve ekolojik olması Ev hanımları tarafından diğerlerine göre yüksek öneme sahipken Öğrenci grubunda düşük öneme sahip olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1 Ankete katılan bireylerin demografik verileri
Table 1 Demographic data of the surveyed individuals

	Adet	Oran
Cinsiyet		
Kadın	572	41,6
Erkek	802	58,4
Yaş grupları		
18-24	219	15,9
25-34	382	27,8
35-44	378	27,5
45-54	212	15,4
55-64	125	9,1
65+	58	4,2
Öğrenim düzeyi		
İlk	252	18,3
Orta	239	17,4
Lise	688	50,1
Yüksek	195	14,2
Meslek Grupları		
İşçi	281	20,5
Memur	173	12,6
Serbest Meslek	68	4,9
Emekli	116	8,4
İşsiz	51	3,7
Ev Hanımı	334	24,3
Öğrenci	116	8,4
Esnaf	235	17,1

Tablo 2 İkamet edilen konutun mülkiyet durumu
Table 2 Property status of residence

Mülkiyet durumu	Adet	Oran
Kendimin	943	68,6
Kira	431	31,4
Toplam	1374	100,0

Tablo 3 Aile büyüklüğü
Table 3 Family size

Birey sayısı	Adet	Oran
1	35	2,5
2	218	15,9
3	309	22,5
4	369	26,9
5	337	24,5
6+	106	7,7
Toplam	1374	100,0

Tablo 4 Hanede çalışan birey sayısı
Table 4 Number of individuals working in households

Çalışan sayısı	Adet	Oran
1	814	60,2
2	446	32,9
3+	92	6,9
Toplam	1352	100,0

Tablo 5 Haneye giren aylık ortalama gelir (TL)
Table 5 Monthly average monthly income (TL)

Gelir Gruplar	Adet	Oran
Asgari Ücret ve Altı	164	11,9
1301-2500	446	32,5
2501-3500	375	27,3
3501-4500	179	13,0
4501-5500	90	6,6
5500+	120	8,7
Toplam	1374	100,0

Gelirler bazında katılımcıların organik ürün tercihini etkileyen faktörler ve görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları Tablo 7’de verilmiştir. Fiyat, Besin değeri, Güvenli olması, Sağlığa zararlı olmaması ve Doğal ve ekolojik olması faktörlerinin tamamının ölçek ortalaması 4 ve üzerinde gerçekleşmiş olup tüm meslek grupları tarafından oldukça önemli bulunmuştur. Fiyat, Sağlığa zararlı olmaması, Doğal ve ekolojik olması faktörleri bakımından gelir gruplarının değerlendirilmesi arasında fark önemli ($P<0,01$) olarak hesaplanmıştır.

Bölgeler bazında katılımcıların organik ürün fiyatı hakkındaki görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları Tablo 8’de verilmiştir. Evet diyen katılımcıların oranı %88,3 olup, iller bu cevap bakımından farklılık göstermiştir ($P<0,01$). Kayseri bu cevap bakımından %92,3 ile en yüksek oranda belirlenmiştir.

Benzer şekilde eğitim düzeyinde katılımcıların organik ürün fiyatı hakkındaki görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları ise Tablo 9’da verilmiştir. Evet diyen

katılımcıların oranı %88,3 olup, eğitim düzeyleri bakımından farklılık göstermiştir ($P<0,01$). Orta öğretim düzeyinde olanlar bu cevap bakımından %92,8 ile en yüksek oranda belirlenmiştir.

Meslekler bazında katılımcıların organik ürün fiyatı hakkındaki görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları Tablo 10’da verilmiştir. Evet diyen katılımcıların oranı %88,3 olup, meslek grupları bu cevap bakımından farklılık göstermiştir ($P<0,01$). İşsizler bu cevap bakımından %92,0 ile en yüksek oranda belirlenmiştir.

Gelir grupları bazında katılımcıların organik ürün fiyatı hakkındaki görüşlerini belirlemek üzere yapılan analizin sonuçları Tablo 11’de verilmiştir. Evet diyen katılımcıların oranı %88,3 olup, gelir grupları bu cevap bakımından farklılık göstermiştir ($P<0,01$). Gelir gruplarından 4500-5500 TL ve 5500+ grupları diğer gruplarından farklılık göstermiş olup, diğerlerine göre daha düşük oranda evet cevabını vermişlerdir.

Tablo 6 Meslek düzeyine göre organik ürün tercihi etkileyen faktörler ve önemi

Table 6 Factors affecting organic product choice according to occupation level and its importance

Faktörler	Meslek	N	Ortalama	F	P
Fiyatı	İşçi	280	4,1 _{bcd}	4,009	0,000
	Memur	172	4,0 _{abc}		
	Serbest Meslek	66	3,7 _a		
	Emekli	116	4,2 _{bcd}		
	İşsiz	50	4,4 _d		
	Ev Hanımı	331	4,3 _{cd}		
	Öğrenci	116	3,9 _{ab}		
	Esnaf	233	3,9 _{abc}		
Besin değeri	İşçi	280	4,4 _{ab}	2,815	0,007
	Memur	172	4,6 _b		
	Serbest Meslek	66	4,4 _{ab}		
	Emekli	116	4,5 _{ab}		
	İşsiz	50	4,6 _b		
	Ev Hanımı	331	4,6 _b		
	Öğrenci	115	4,3 _a		
	Esnaf	233	4,4 _{ab}		
Güvenli olması	İşçi	280	4,5 _{abc}	2,989	0,004
	Memur	172	4,7 _c		
	Serbest Meslek	66	4,4 _{ab}		
	Emekli	116	4,6 _{bc}		
	İşsiz	50	4,6 _{bc}		
	Ev Hanımı	331	4,7 _c		
	Öğrenci	115	4,4 _a		
	Esnaf	233	4,5 _{abc}		
Sağlığa zararlı olmaması	İşçi	281	4,6 _{bc}	4,764	0,000
	Memur	172	4,6 _{bc}		
	Serbest Meslek	66	4,3 _{ab}		
	Emekli	116	4,5 _{bc}		
	İşsiz	50	4,5 _{bc}		
	Ev Hanımı	331	4,7 _c		
	Öğrenci	115	4,2 _a		
	Esnaf	234	4,5 _{bc}		
Doğal ve ekolojik olması	İşçi	281	4,4 _b	2,491	0,015
	Memur	172	4,4 _b		
	Serbest Meslek	66	4,2 _{ab}		
	Emekli	116	4,3 _{ab}		
	İşsiz	50	4,3 _{ab}		
	Ev Hanımı	331	4,5 _b		
	Öğrenci	115	4,1 _a		
	Esnaf	234	4,4 _{ab}		

Tablo 7 Gelir düzeyine göre organik ürün tercihi etkileyen faktörler ve önemi
 Table 7 Factors and importance of organic product preference according to income level

Faktörler	Gelir	N	Ortalama	F	P
Fiyatı	Asgari Ücret ve Altı	162	4,3 ^c	10,227	0,000
	1301-2500	442	4,3 ^c		
	2501-3500	374	4,1 ^{bc}		
	3501-4500	178	4,0 ^{bc}		
	4501-5500	88	3,9 ^b		
	5500+	120	3,4 ^a		
Besin değeri	Asgari Ücret ve Altı	162	4,5	0,433	0,826
	1301-2500	442	4,5		
	2501-3500	373	4,5		
	3501-4500	178	4,5		
	4501-5500	88	4,6		
	5500+	120	4,4		
Güvenli olması	Asgari Ücret ve Altı	162	4,5	1,676	0,137
	1301-2500	442	4,5		
	2501-3500	373	4,5		
	3501-4500	178	4,7		
	4501-5500	88	4,7		
	5500+	120	4,7		
Sağlığa zararlı olmaması	Asgari Ücret ve Altı	162	4,4 ^a	6,056	0,000
	1301-2500	443	4,5 ^{ab}		
	2501-3500	373	4,4 ^a		
	3501-4500	178	4,7 ^{bc}		
	4501-5500	89	4,7 ^c		
	5500+	120	4,7 ^{bc}		
Doğal ve ekolojik olması	Asgari Ücret ve Altı	162	4,3 ^a	3,433	0,004
	1301-2500	443	4,3 ^a		
	2501-3500	373	4,3 ^a		
	3501-4500	178	4,5 ^{ab}		
	4501-5500	89	4,6 ^b		
	5500+	120	4,7 ^b		

Tablo 8 Bölgelere göre organik ürünlerin fiyatı
 Table 8 Price of organic products by region

Organik ürünler pahalımı?		Şehir			Toplam
		Sivas	Yozgat	Kayseri	
Evet	n	395 ^a	344 ^a	468 ^b	1207
	%	85,7	86,2	92,3	88,3
Hayır	n	66 ^a	55 ^a	39 ^b	160
	%	14,3	13,8	7,7	11,7
Toplam	n	461	399	507	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01).

Tablo 9 Eğitim düzeyine göre organik ürünlerin fiyatı
 Table 9 Price of organic products by level of education

Organik ürünler pahalımı?		Öğrenim durumunuz?				Toplam
		İlk	Orta	Lise	Yüksek	
Evet	n	227 ^a	220 ^a	600 ^{a, b}	160 ^b	1207
	%	90,8	92,8	87,6	82,1	88,3
Hayır	n	23 ^a	17 ^a	85 ^{a, b}	35 ^b	160
	%	9,2	7,2	12,4	17,9	11,7
Toplam	n	250	237	685	195	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01).

Tablo 10 Meslek gruplarına göre organik ürünlerin fiyatı
Table 10 Price of organic products by professional groups

Organik ürünler pahalımı?		Meslek								T
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Evet	n	253 ^a	135 ^b	55 ^{a, b}	105 ^{a, b}	46 ^{a, b}	304 ^a	101 ^{a, b}	208 ^{a, b}	1207
	%	90,0	78,5	83,3	90,5	92,0	91,8	87,1	88,5	88,3
Hayır	n	28 ^a	37 ^b	11 ^{a, b}	11 ^{a, b}	4 ^{a, b}	27 ^a	15 ^{a, b}	27 ^{a, b}	160
	%	10,0	21,5	16,7	9,5	8,0	8,2	12,9	11,5	11,7
Toplam	n	281	172	66	116	50	331	116	235	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01). T: Toplam 1: İşçi, 2: Memur, 3: Serbest Meslek, 4: Emekli, 5: İşsiz, 6: Ev hanımı, 7: Öğrenci, 8: Esnaf

Tablo 11 Gelir gruplarına göre organik ürünlerin fiyatı
Table 11 Price of organic products by income groups

Organik ürünler pahalımı?		Haneye giren aylık ortalama gelir (TL)						Total
		1	2	3	4	5	6	
Evet	n	146 ^a	407 ^a	337 ^a	156 ^a	73 ^{a, b}	88 ^b	1207
	%	90,1	91,7	90,1	87,6	82,0	73,3	88,3
Hayır	n	16 ^a	37 ^a	37 ^a	22 ^a	16 ^{a, b}	32 ^b	160
	%	9,9	8,3	9,9	12,4	18,0	26,7	11,7
Toplam	n	162	444	374	178	89	120	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01). T: Toplam, 1: Asgari ücret ve altı, 2: 1301-2500 TL, 3: 2501-3500 TL, 4: 3501-4500 TL, 5: 4501-5500 TL, 6: 5500+

Tablo 12 Bölgelere göre organik ürün fiyatını etkileyen faktörler
Table 12 Factors affecting organic product price by region

Organik ürün fiyatını etkileyen faktörler		Şehir			Toplam
		Sivas	Yozgat	Kayseri	
Üretimin zor olması	n	231 ^a	172 ^a	324 ^b	727
	%	50,2	43,1	63,9	53,2
Maliyetinin yüksek olması	n	80 ^a	83 ^a	91 ^a	254
	%	17,4	20,8	17,9	18,6
Üretimin az olması	n	149 ^a	144 ^a	92 ^b	385
	%	32,4	36,1	18,1	28,2
Toplam	n	460	399	507	1366
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01).

Tablo 13 Eğitim düzeyine göre organik ürün fiyatını etkileyen faktörler
Table 13 Factors affecting the organic product price by education level

Organik ürün fiyatını etkileyen faktörler		Öğrenim durumunuz?				Toplam
		İlk	Orta	Lise	Yüksek	
Üretimin zor olması	n	144 ^a	129 ^a	357 ^a	97 ^a	727
	%	57,6	54,4	52,2	49,7	53,2
Maliyetinin yüksek olması	n	28 ^a	44 ^{a, b}	139 ^b	43 ^b	254
	%	11,2	18,6	20,3	22,1	18,6
Üretimin az olması	n	78 ^a	64 ^a	188 ^a	55 ^a	385
	%	31,2	27,0	27,5	28,2	28,2
Toplam	n	250	237	684	195	1366
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Bölgeler bazında katılımcıların organik ürün fiyatını etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerini yansıtan sonuçlar Tablo 12'de özetlenmiştir. Ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından bölgesel farklılıklar önemli (P<0,01) bulunmuştur. Üretimin zor olması diğer faktörlere göre en yüksek (%53,2) oylanırken, bu faktör bakımından en yüksek değer %63,9 ile Kayseri ilinde gerçekleşmiştir. İkinci sırada üretimin az olması %28,2 oranında oylanmış,

bu değer içinde Kayseri diğer iki ilden ayrılarak en düşük düzeyde %18,1 oranında belirlenmiştir.

Eğitim düzeyine göre katılımcıların organik ürün fiyatını etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerini yansıtan sonuçlar Tablo 13'te verilmiştir. Ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından bölgesel farklılıklar önemsiz (P>0,05) bulunmuştur.

Tablo 14 Meslek gruplarına göre organik ürün fiyatını etkileyen faktörler

Table 14 Factors affecting organic product price by occupational groups

Organik ürün fiyatını etkileyen faktörler		Meslek								T
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Üretimin zor olması	n	152 ^a	91 ^a	28 ^a	62 ^a	33 ^a	184 ^a	47 ^a	130 ^a	727
	%	54,1	52,9	42,4	53,4	66,0	55,6	40,5	55,6	53,2
Maliyetinin yüksek olması	n	48 ^{a,b}	44 ^b	16 ^{a,b}	12 ^a	4 ^{a,b}	50 ^{a,b}	29 ^{a,b}	51 ^{a,b}	254
	%	17,1	25,6	24,2	10,3	8,0	15,1	25,0	21,8	18,6
Üretimin az olması	n	81 ^a	37 ^a	22 ^a	42 ^a	13 ^a	97 ^a	40 ^a	53 ^a	385
	%	28,8	21,5	33,3	36,2	26,0	29,3	34,5	22,6	28,2
Toplam	n	281	172	66	116	50	331	116	234	1366
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01). T: Toplam 1: İşçi, 2: Memur, 3: Serbest Meslek, 4: Emekli, 5: İşsiz, 6: Ev hanımı, 7: Öğrenci, 8: Esnaf

Tablo 15 Gelir gruplarına göre organik ürün fiyatını etkileyen faktörler

Table 15 Factors affecting organic product price by income groups

Organik ürün fiyatını etkileyen faktörler		Haneye giren aylık ortalama gelir (TL)						T
		1	2	3	4	5	6	
Üretimin zor olması	n	86 _a	245 _a	196 _a	105 _a	41 _a	54 _a	727
	%	53,1	55,2	52,4	59,0	46,6	45,0	53,2
Maliyetinin yüksek olması	n	25 _a	81 _a	80 _a	28 _a	18 _a	22 _a	254
	%	15,4	18,2	21,4	15,7	20,5	18,3	18,6
Üretimin az olması	n	51 _a	118 _a	98 _a	45 _a	29 _a	44 _a	385
	%	31,5	26,6	26,2	25,3	33,0	36,7	28,2
Toplam	n	162	444	374	178	88	120	1366
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

T: Toplam, 1: Asgari ücret ve altı, 2: 1301-2500 TL, 3: 2501-3500 TL, 4:3501-4500 TL, 5: 4501-5500 TL, 6: 5500+

Tablo 16 Bölgelere göre organik ürünlerin temin noktaları

Table 16 Procurement points of organic products by region

Organik ürünleri nerden temin ediyorsunuz?		Şehir			Toplam
		Sivas	Yozgat	Kayseri	
Süper marketlerden	n	164 ^a	105 ^b	271 ^c	540
	%	35,6	26,3	53,5	39,5
Organik ürün satan marketlerden	n	79 ^a	66 ^a	137 ^b	282
	%	17,1	16,5	27,0	20,6
Köylerden	n	212 ^a	223 ^b	95 ^c	530
	%	46,0	55,9	18,7	38,8
Almıyor	n	6 ^a	5 ^a	4 ^a	15
	%	1,3	1,3	0,8	1,1
Toplam	n	461	399	507	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01).

Meslek gruplarına göre katılımcıların organik ürün fiyatını etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerini yansıtan sonuçlar Tablo 14'te verilmiştir. Ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından mesleki farklılıklar önemli (P<0,01) bulunmuştur. Üretimin zor olması en yüksek İşsizlerde, Maliyetin yüksek olması en yüksek Memur kesiminde ve Üretimin zor olması ise en yüksek Ev hanımlarında oylanmıştır.

Gelir gruplarına göre katılımcıların organik ürün fiyatını etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerini yansıtan sonuçlar Tablo 15'te verilmiştir. Ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından gelir grupları farklılıkları önemsiz (P>0,05) bulunmuştur.

Bölgesel bazda organik ürünlerin temin edildikleri yerler katılımcılara sorulmuş, elde edilen cevapların analizi Tablo 16'da özetlenmiştir. Organik ürünlerin satış noktaları bakımından iller arasında önemli (P<0,01) farklılıklar belirlenmiştir. Süpermarketler %39,5 oranında

tercih edilirken, bu oran Kayseri ilinde %53,5 olarak diğer illere göre en yüksek oranda gerçekleşmiştir. Bu değer bakımından Yozgat ili tercihi %26,3'te kalmıştır. Süpermarket satış noktasına çok yakın olan diğer bir satış noktası Köylerden yanıtı oldukça ilginç bulunmuş olup, bu satış noktası bakımında iller arasındaki fark da önemlidir (P<0,05). Bu satış noktası en yüksek Sivas ilinde, en düşük ise Kayseri ilinde hesaplanmıştır. Organik ürün satan marketlerin tercih oranı %20,6 olup, iller arasındaki fark önemlidir. Sivas ve Yozgat benzer oranlara sahip olmasına karşılık Kayseri %27,0 oranında diğer iki ile oranla yüksek tercih göstermiştir.

Eğitim düzeyine göre organik ürünlerin temin edildikleri yerler katılımcılara sorulmuş, elde edilen yanıtların analizi içeren veriler Tablo 17'de özetlenmiştir. Organik ürünlerin satış noktaları bakımından iller arasında fark önemsiz (P>0,05) olarak belirlenmiştir.

Tablo 17 Eğitim düzeyine göre organik ürünlerin temin noktaları

Table 17 Procurement points of organic products by level of education

Organik ürünleri nerden temin ediyorsunuz?		Öğrenim durumunuz?				Toplam
		İlk	Orta	Lise	Yüksek	
Süper marketlerden	n	104 ^a	99 ^a	267 ^a	70 ^a	540
	%	41,6	41,8	39,0	35,9	39,5
Organik ürün satan marketlerden	n	43 ^a	56 ^a	140 ^a	43 ^a	282
	%	17,2	23,6	20,4	22,1	20,6
Köylerden	n	100 ^a	82 ^a	268 ^a	80 ^a	530
	%	40,0	34,6	39,1	41,0	38,8
Almıyor	n	3 ^a	0 ^a	10 ^a	2 ^a	15
	%	1,2	0,0	1,5	1,0	1,1
Toplam	n	250	237	685	195	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,01).

Tablo 18 Meslek gruplarına göre organik ürünlerin temin noktaları

Table 18 Procurement points of organic products by professional groups

Organik ürünleri nerden temin ediyorsunuz		Meslek								T
		1	2	3	4	5	6	7	8	
Süper marketlerden	n	108 ^{a,b}	76 ^{a, b}	21 ^{a, b}	62 ^b	26 ^{a, b}	139 ^{a, b}	32 ^a	76 ^a	540
	%	38,4	44,2	31,8	53,4	52,0	42,0	27,6	32,3	39,5
Organik ürün marketlerden	n	48 ^a	35 ^a	13 ^a	18 ^a	15 ^a	69 ^a	33 ^a	51 ^a	282
	%	17,1	20,3	19,7	15,5	30,0	20,8	28,4	21,7	20,6
Köylerden	n	121 ^a	60 ^{a, b}	31 ^a	36 ^{a, b}	8 ^b	122 ^{a, b}	49 ^a	103 ^a	530
	%	43,1	34,9	47,0	31,0	16,0	36,9	42,2	43,8	38,8
Almıyor	n	4 ^a	1 ^a	1 ^a	0 ^a	1 ^a	1 ^a	2 ^a	5 ^a	15
	%	1,4	0,6	1,5	0,0	2,0	0,3	1,7	2,1	1,1
Toplam	n	281	172	66	116	50	331	116	235	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,05). T: Toplam 1: İşçi, 2: Memur, 3: Serbest Meslek, 4: Emekli, 5: İşsiz, 6: Ev hanımı, 7: Öğrenci, 8: Esnaf

Tablo 19 Gelir gruplarına göre organik ürünlerin temin noktaları

Table 19 The points of supply of organic products according to income groups

Organik ürünleri nerden temin ediyorsunuz		Haneye giren aylık ortalama gelir (TL)						T
		1	2	3	4	5	6	
Süper marketlerden	n	61 ^a	184 ^a	152 ^a	77 ^a	27 ^a	39 ^a	540
	%	37,7	41,4	40,6	43,3	30,3	32,5	39,5
Organik ürün satan marketlerden	n	31 ^a	89 ^a	88 ^a	33 ^a	19 ^a	22 ^a	282
	%	19,1	20,0	23,5	18,5	21,3	18,3	20,6
Köylerden	n	69 ^a	160 ^a	133 ^a	66 ^a	43 ^a	59 ^a	530
	%	42,6	36,0	35,6	37,1	48,3	49,2	38,8
Almıyor	n	1 ^a	11 ^a	1 ^a	2 ^a	0 ^a	0 ^a	15
	%	0,6	2,5	0,3	1,1	0,0	0,0	1,1
Toplam	n	162	444	374	178	89	120	1367
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir (P<0,05). T: Toplam, 1: Asgari ücret ve altı, 2: 1301-2500 TL, 3: 2501-3500 TL, 4: 3501-4500 TL, 5: 4501-5500 TL, 6: 5500+

Meslek gruplarına göre organik ürünlerin temin edildikleri yerler katılımcılara sorulmuş, elde edilen yanıtların analizi içeren veriler Tablo 18’de özetlenmiştir. Organik ürünlerin satış noktaları bakımından meslek grupları arasında fark önemli (P<0,01) olarak belirlenmiştir. Süpermarketler en yüksek oranda Emekli grup tarafından %53,4 oranında tercih edilmekte, organik ürün satan marketler bakımından meslek grupları arasında fark bulunmamakta, Köyü en yüksek oranda tercih eden meslek grubu ise Memurlar olarak hesaplanmıştır.

Gelir gruplarına göre organik ürünlerin temin edildikleri yerler katılımcılara sorulmuş, elde edilen yanıtların analizi içeren veriler Tablo 19’da özetlenmiştir. Organik ürünlerin satış noktaları bakımından meslek grupları arasında fark önemli (P<0,05) olarak belirlenmiştir. Süpermarket satış noktası en çok %43,3 oranında 3500-4500 TL gelir grubunda, organik ürün satan marketler en çok %23,5 oranında 2500-3500 TL gelir grubunda ve Köyleri tercih edenler ise %49,2 ile 5500+ gelir grubunda bulunmuştur.

Bölgelere göre organik ürünlerin temin edilirken dikkat edilen noktalara ilişkin yanıtların analizi içeren veriler Tablo 20'de özetlenmiştir. Organik ürünlerin temin edilmesinde dikkat edilen noktalar bakımından bölgesel farklılıklar önemli bulunmuştur ($P<0,01$). Etiket faktörüne %46,4 ile en yüksek oranda dikkat edilirken, bu faktör bakımından en yüksek tercih %53,1 oranında Sivas ilinde

gerçekleşmiştir. Ambalaj faktörü de etiket kadar önemli olup %41,4 oranında dikkat edilen faktör durumunda ve bu faktör bakımından Kayseri ili %45,9 ile diğer iller göre yüksek oranda tercih edilmektedir. Logo faktörü bakımından iller arsında fark bulunmazken tercih oranı %10,9 da kalmıştır.

Tablo 20 Bölgelere göre organik ürün alırken dikkat edilen noktalar
Table 20 Considerations when buying organic products by region

Ürünün hangi özelliklerine bakarsınız		Şehir			Toplam
		Sivas	Yozgat	Kayseri	
Etiketine	n	245 ^a	183 ^{a, b}	209 ^b	637
	%	53,1	45,4	41,0	46,4
Logosuna	n	42 ^a	46 ^a	62 ^a	150
	%	9,1	11,4	12,2	10,9
Ambalajına	n	166 ^a	169 ^{a, b}	234 ^b	569
	%	36,0	41,9	45,9	41,4
Almıyor	n	8 ^a	5 ^a	5 ^a	18
	%	1,7	1,2	1,0	1,3
Toplam	n	461	403	510	1374
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Aynı satırdaki farklı harfler istatistik bakımdan önemlidir ($P<0,01$).

Sonuç ve Tartışma

Organik tavuk tüketimini etkileyen fiyat, besin değeri, güvenli olması, sağlığa zararlı olmaması ve doğal ve ekolojik olması faktörleri tüm meslek grupları tarafından önemli bulunduğunu öncelikle belirtmek gerekir. Bu bağlamda Fiyat işsizler için önem arz ederken, ev hanımları için güvenilirlik, sağlıklı olma ve doğal-ekolojik faktörler ön plana çıkmaktadır. Fiyat, Sağlığa zararlı olmaması, Doğal ve ekolojik olması faktörleri bakımından gelir gruplarının değerlendirmesi arasında fark önemli bulunmuştur ($P<0,01$). Yüksek gelir grupları organik tavuk tüketiminde güvenilirlik, sağlıklı ve doğal olmasına azami derecede hassasiyet göstermişlerdir.

Organik ürün fiyatı bölgelere göre farklılık göstermiştir. Dikkat çeken bir husus Kayseri ilinin organik ürünlerin daha pahalı olduğunu ifade etmesidir. Eğitim düzeyi ile organik ürünlerin fiyat karşılaştırmasında, ilk ve ortaokul eğitimine sahip katılımcıların evet diyenlerin oranlarının oldukça yüksek olmasıdır. Gelir gruplarına göre organik ürün fiyatı karşılaştırmasında; 4500-5500 TL ve 5500+ grupları diğer gelir gruplarından farklılık göstermiş olup ($P<0,01$), diğerlerine göre daha düşük oranda evet cevabını vermişlerdir.

Bölgeler bazında katılımcıların organik ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından bölgesel farklılıklar önemli ($P<0,01$) bulunmuştur. Üretimin zor olması diğer faktörlere göre en yüksek (%53,2) oylanırken, bu faktör bakımından en yüksek değer %63,9 ile Kayseri ilinde gerçekleşmiştir. Meslek gruplarına organik ürün fiyatını etkileyen faktörler bakımından mesleki farklılıklar önemli ($P<0,01$) bulunmuştur. Üretimin zor olması en yüksek İşsizlerde, Maliyetin yüksek olması en yüksek Memur kesiminde ve Üretimin zor olması ise en yüksek Ev hanımlarında oylanmıştır.

Organik tavuk temininde gelişmiş bölgelerin marketleri ve diğerlerinin ise köyleri tercih etmesi ayrıca dikkat çekici bulunmuştur. Bu hususta emeklilerin marketleri memur kesiminin ise köyleri öncelikle dikkate alınmalıdır.

Üretimde ambalaj faktörü gelişmiş bölgelerde önemli bulunmuş iken logo faktöründe bölgesel bir farklılık görülmemiştir.

Teşekkür

Bu çalışma Cumhuriyet Üniversitesi CUBAP tarafından ENF-007 numaralı Araştırma Projesi olarak desteklenmiştir.

Kaynaklar

- Altundöğür M, Hekimoğlu B. 2017. TR831 Samsun İli Hayvancılık Sektörü Üretim, Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Samsun Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, https://samsun.tarim.gov.tr/Belgeler/Yayinlar/Tarimsal_strat_eji/TR83_Samsun_ili_Hayvancilik_Sektoru_Uretim_Sorunl_ar_ve_Cozum_Onerileri.pdf (Erişim Tarihi: 13.02.2018).
- Browne AW, Haris PJ, Hofny-Collins AH, Pasiecznik N, Wallace RR. 2000. Organic Production And Ethical Trade: Definition, Practice and Links. Food Policy. 25: 69-80.
- Çakıcı NM. 2009. Attitudes And Purchase Intentions Of Consumers For Organic Products In The Turkish Market. T.C. Yeditepe University Graduate Institute Of Social Sciences.
- Çelik Y, Şengül T. 2001. Şanlıurfa İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Yumurta Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. Hayvansal Üretim, 42 (2): 53-62 (8).
- Çelik S. 2013. Kimler, Neden Organik Gıda Satın Alıyor? Bir Alan Araştırması Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 30, ss. 93-108
- Çiçekgil Z, Yazıcı E. 2016. Durum ve Tahmin, Kümes Hayvancılığı. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, TEPGE, Yayın No:278 ISBN: 978-605-9175-65-4
- Dokuzlu S, Barış O, Hecer C, Gültaş M. 2013. Türkiye'de Tavuk Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Marka Tercihleri. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 27 (2): 83-92.
- Gil JM, Gracia A, Sánchez M. 2000. Market Segmentation and Willingness To Pay For Organic Products in Spain. Int. Food and Agribusiness Management Rev. 3: 207-226.

- Grunert KJ. 2002. Current Issues in the Understanding of Consumer Food Choice. Trends in Food. Science & Technology, 13(8): 275-280.
- Huyghebaert G. 2003. Replacement of antibiotics in poultry .Eastern Nutrition Conference, 8-9 May 2003. p.55-78.
- İskender H, Kanbay Y. 2014. Üniversite Öğrencilerinin Yumurta Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi, YYU Veteriner Fakültesi Dergisi, 25 (3): 57-62.
- Keskin B, Demirbaş N. 2012. Türkiye’de Kanatlı Eti Sektöründe Ortaya Çıkan Gelişmeler: Sorunlar ve Öneriler, U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 26, Sayı 1, 117-130, Bursa.
- Kızıloğlu R, Kızılaslan H, Dölek G. 2013. Ekolojik Yumurta ile Endüstriyel Yumurta Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Tokat İl Merkez Örneği, Alın Teri Ziraat Bilimler Dergisi, Cilt 24, sayı 1, s. 20-28.
- Lohr L. 2003. Factors Affecting International Demand And Trade in Organic Food Products. Economic Research Service/USDA. P, 67-79. Erişim: http://www.USDA/EconomicResearchService/Chan_ging_Structure_of_Global_Food_Consumption_and_Trade/WRS-01-1
- Mızrak C, Durmuş İ, Kamanlı S, Demirtaş ŞE, Kalebaşı S, Karademir E, Doğu M. 2012. Determination of egg consumption and consumer habits in Turkey. Turk. J. Vet. Anim. Sci. 36(6): 592-601 doi:10.3906/vet-1102-778.
- Rahman G. 2004. Organic Animal Husbandry in the European Union: Standards, Regulations And Practice with Special Consideration of Ruminants. 1. Uluslararası Organik Hayvansal Üretim ve Gıda Güvenliği Kongresi. Tebliğler. 28 Nisan- 1 Mayıs 2004. s. 8-24. Kuşadası, Aydın.
- Refsdal AO. (2000). To treat or not to treat: a proper use of hormones and antibiotics. Animal Reproduction Science. 60-61: 109-119.
- Revington B. 2002. Feeding Poultry in the postantibiotic era. Multi-State Poultry Meeting. 14-16 May 2002. Multi-state feeding and Nutrition Publications. Erişim: <http://ag.ansc.purdue.edu/poultry/multistate/multi-state.pdf>
- Ribarski S, Ghasoub G, Tchonka M, Svetla B, Marin K, Hristo C. 1995. Influence of a probiotic and an acidifier on meat quality and chemical composition in broiler chickens. Proceedings of the ;XII European Symposium on the Quality of Poultry Meat. I. Poultry Meat Quality. 25-29 September 1995, p:103-108, Spain.
- Sundrum, A. 2001. Organic livestock farming. A critical review. Livestock Production Science. 67: 207-215.
- 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.
- Yıldız N, Bircan H. 2012. Uygulamalı İstatistik, Sage Yayıncılık, Ankara.