

Tüketicilerin Çevre Konusundaki Bilinçlerinin Eko – Etiketli Gıdalar için Daha Fazla Ödeme İsteklilikleri Üzerindeki Etkisi: Adana İli Örnekleme¹

The Impact of Consumers' Environmental Consciousness on Their Willingness to Pay More For Eco-Label Food Products: Adana Province Sample

Zeynep ÖZDEMİR²

Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY³

öz

Bu çalışmanın amacı, Adana'da yaşayan ve en az bir kez eko etiketli ve /veya organik ürün satın alma davranışı sergileyen tüketicilerin çevre konusundaki bilinçlerinin, eko – etiketli ve çevre dostu gıdalar için ödeme isteklilikleri üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, gelir, çocuk sayısı ve medeni durum) göre çevre bilinçleri ile eko – etiketli ve çevre dostu gıdalar için ödeme istekliliklerinin arasındaki farklılıklar da incelenmiştir. Kolayda örneklem yöntemi ile yüz yüze anket formları aracılığıyla ulaşılan 428 (geçerli) denekten alınan veriler, SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda tüketicilerin çevre bilinci, eko – etiketli ve çevre dostu gıdaları satın alma davranışları üzerinde bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Çevre bilinci artan tüketicilerin, eko – etiketli ve çevre dostu gıda ürünleri satın almaya daha istekli olduğu görülmektedir. Cinsiyete göre her iki faktör için anlamlı bir farklılık bulunmaz iken, bekar tüketicilerin evli tüketicilerden daha fazla çevre bilincine sahip oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Organik Gıda, Eko – Etiket, Çevre Bilinci, Tüketici Davranışı

ABSTRACT

The aim of this study is, to discover the effect of consumer consciousness regarding the environment on the willingness to pay more for eco labeled or organic products in Adana region. Additionally, the study aims to reveal the differences among the demographics of the participants with regards to the environment consciousness and willingness to pay more for eco-labeled products. Convenient sampling and face to face survey methods been applied in order to gather the data and 428 valid surveys have been collected and were analyzed with SPSS program. The results show that the environmental consciousness of the consumers affects the purchasing behavior for eco-labeled and organic products. When the environmental consciousness of the consumers rises, they are more willing to pay for eco-labeled and organic products. There was no significant difference between the male and female consumers however the level of environmental consciousness of the single consumers were relatively higher than the married consumers.

Keywords: Organic Food, Eco – Label, Environment Consciousness, Consumer Behavior

Tür: Araştırma makalesi

Gönderim tarihi: 21.05.2019

Kabul tarihi: 18.06.2019

¹ Bu çalışma Zeynep Özdemir'in yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Bilim Uzmanı, zeynepzisanozdemir@gmail.com (ORCID: 0000-0001-8497-2664)

³ Doç.Dr., Çağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Uluslararası İşletmecilik Bölümü, edayasa@cag.edu.tr (ORCID: 0000-0001-9248-1371)