



T.C.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**ODUN DIŞI ORMAN ÜRÜNLERİNE YÖNELİK  
TOPLUMSAL ALGININ İNCELENMESİ:  
KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ**

**Arif BİLİR**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ORMAN MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**

**KAHRAMANMARAŞ 2017**

**T.C.**  
**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ**  
**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**ODUN DIŞI ORMAN ÜRÜNLERİNE YÖNELİK**  
**TOPLUMSAL ALGININ İNCELENMESİ:**  
**KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ**

**Arif BİLİR**

**Bu tez,**  
**Orman Mühendisliği Anabilim Dalında**  
**YÜKSEK LİSANS**  
**derecesi için hazırlanmıştır.**

**KAHRAMANMARAŞ 2017**

## ONAY SAYFASI

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü öğrencisi Arif BİLİR tarafından hazırlanan “Odun Dışı Orman Ürünlerine Yönelik Toplumsal Algının İncelenmesi: Kahramanmaraş İli Örneği” adlı bu tez, jürimiz tarafından 07/08/2017 tarihinde oy birliği ile Orman Mühendisliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK (DANIŞMAN)

.....

Orman Mühendisliği, Kahramanmaraş Sütçü İmam

Doç. Dr. Atakan ÖZTÜRK (ÜYE)

.....

Orman Mühendisliği, Artvin Çoruh

Doç. Dr. Hasan SERİN (ÜYE)

.....

Orman Endüstri Mühendisliği, Kahramanmaraş Sütçü İmam

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Mustafa ŞEKKELİ

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

## TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada, alıntı yapılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Arif BİLİR

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

**ODUN DIŞI ORMAN ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TOPLUMSAL ALGININ  
İNCELENMESİ: KAHRAMANMARAŞ İLİ ÖRNEĞİ  
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**Arif BİLİR**

**ÖZET**

Odun ve odun dışı orman ürünleri kaynakları insan hayatında çok önemli bir yere sahiptir. Günümüzde artan teknoloji ile birlikte artan ihtiyaçlar, ormanların diğer işlevlerinin özellikle de odun dışı orman ürünleri üretiminin önemini ortaya çıkarmaktadır. Odun dışı orman ürünlerinin katma değeri yüksek olup pek çok alanda kullanılmaktadır. Türkiye ormanlarındaki zengin biyolojik çeşitlilik, ülkenin değişik yörelerinde yayılış gösteren ormanlar içinde zengin odun dışı orman ürünleri kaynaklarının yer almasına imkan sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı; Kahramanmaraş ili ölçeğinde toplumun odun dışı orman ürünleri konusundaki algı düzeylerinin tespit edilmesidir. Bu amaçla, il merkezinde günün farklı saatlerinde ve toplumun çeşitli kesimlerinde rastgele seçilmiş 480 katılımcıyla yüz yüze görüşmeye dayalı anket yöntemi uygulanmıştır. Anket marifetiyle elde edilen veriler üzerinde SPSS paket programı kullanılarak gerekli analizler yapılmış ve planlanan bulgular elde edilmiştir.

Bu tez çalışmasında elde edilen bulgulara göre; toplumun odun dışı orman ürünleri konusundaki algı düzeyleri bakımından ankete katılanların %20,6'sının düşük, %77,5'inin orta ve %1,9'unun yüksek algı düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre toplumun odun dışı orman ürünleri konusunda büyük oranda (%77,5) orta seviyede bir algı düzeyine sahip olduğu anlaşılmış ve toplumun algı düzeyini arttırmaya yönelik bilgilendirici seminerler, kamu spotları ve sosyal medya paylaşımları gibi faaliyetlerin yapılmasıyla ilgili önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Odun Dışı Orman Ürünleri, Toplumsal Algı, Kahramanmaraş

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, Ağustos / 2017

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK

Sayfa sayısı: 67

# **INVESTIGATION OF THE PUBLIC AWARENESS TOWARDS NON - WOOD FOREST PRODUCTS: A CASE STUDY FROM KAHRAMANMARAŞ**

**(M.Sc. THESIS)**

**ARIF BİLİR**

## **SUMMARY**

Wood and non-wood forest product resources in the forests have occupied a very important place in human's life. Today, developing technology along with increasing needs reveals the importance of the other functions especially nonwood forest products. NWFPs are of high added value and are used in many fields. Rich biological diversity of the forests in Turkey offers rich NWFP (Non-Wood Forest Products) sources in the forests in different parts of the country.

The purpose of this study is the determination of the perception levels of the non-wood forest products in the Kahramanmaraş province. For this purpose, face-to-face survey method has been applied with randomly selected 480 participants at different times of the day and various sections of the community in the province center. The data obtained by the questionnaire has been analyzed using SPSS package program and the planned findings has been obtained.

According to the findings obtained in this study, in terms of the level of perception it was determined that 20.6 % of the respondents had a low perception level, 77.5 % of them had medium level and 1.9 % had high level of perception in the society. According to these results, it was understood that the society had a medium level of perception level about the non-wood forest products (77.5%) and suggestions were made to increase the perception level of the society such as informative seminar, public service announcements and social media sharing.

**Keywords:** Non Wood Forest Product, Public Awareness, Kahramanmaraş

University of Kahramanmaraş Sütçü İmam

Graduate School of Naturel and Applied Sciences

Department of Forest Engineering, August / 2017

Supervisor: Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK

Number of pages:67

## TEŞEKKÜR

Tez alıŐma sűrecimde bilgi birikimi ve bilimsel bakıŐ açısıyla karŐılaŐtıĐım her sorunun özűműne ıŐık tutan yol gűsteren çok kıymetli hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Mehmet PAK' a saygı ve teŐekkűrlerimi sunarım.

Tezimin her evresinde fikir ve gűrűŐleriyle desteklerini esirgemeyen ArŐ. Gűr. Arif OKUMUŐ'a teŐekkűr ederim.

ÇalıŐmamın analiz aŐamasında yardımlarını esirgemeyen sevgili kuzenim Dr. Hamit Sırrı KETEN'e en içten dileklerle teŐekkűr ederim.

AraŐtırmamın saha çalıŐmalarında emeĐi geçen Orman Műhendisi Ali AYSABAR'a teŐekkűr ederim.

Hayatım boyunca maddi manevi desteklerini esirgemeyen aileme teŐekkűr ederim.

Arif BİLİR

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	i
ABSTRACT .....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
ŞEKİLER DİZİNİ .....	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	ix
KISALTMALAR DİZİNİ .....	xi
1.GİRİŞ.....	1
1.1.Odun Dışı Orman Ürünleri Tanımı ve Kapsamı.....	3
1.2. Türkiye’ de Odun Dışı Orman Ürünlerinin Ekonomik Açıdan Durumu.....	5
1.3. Türkiye’ de Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kurumsal ve Mevzuat Açısından Durumu .....	8
1.4. Kahramanmaraş Odun Dışı Orman Ürünlerinin Mevcut Durumu .....	10
1.4.1. Defne (Laurus nobilis) .....	11
1.4.2. Kekik ( Thymus) .....	11
1.4.3. Adaçayı (Salvia).....	12
1.4.4. Andız (Juniperus drupacea).....	12
1.4.5. Fıstık Çamı (Pinus Pinea).....	13
1.4.6. Biberiye (Rosmarinus officinalis L).....	13
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR .....	14
3. MATERYAL VE METOD .....	17
3.1. Materyal .....	17
3.1.1 Çalışma Alanın Tanıtımı .....	17
3.2. Metod .....	18
3.2.1. Anket Formunun Hazırlanması .....	18
3.2.2. Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi.....	18
3.2.3. Anket Çalışmalarının Gerçekleştirilmesi .....	19
3.2.4. Anket Verilerinin Bilgisayar Ortamına Aktarılması .....	19
3.2.5. Verilerin İstatiksel Çözümlenmelerinin Yapılması.....	19



4. BULGULAR ve TARTIŞMALAR .....	22
4.1. Ankete Katılanların Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....	22
4.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Durumu .....	22
4.1.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılımı.....	23
4.1.3. Katılımcıların Eğitim Durumu .....	24
4.1.4. Katılımcıların Aylık Gelir Durumu.....	25
4.1.5. Katılımcıların Meslek Durumu .....	26
4.2. Ankete Katılanların Odun-Dışı Orman Ürünlerini Tanımalarına İlişkin Bulgular... 27	
4.2.1. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bilinirliğine İlişkin Bulgular.....	27
4.2.2. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkındaki Bilginin Kaynağına İlişkin Bulgular ..	29
4.2.3. Odun Dışı Orman Ürünleri Tüketim Tercihlerine İlişkin Bulgular .....	30
4.2.4. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkında Bilgilendirme Tercihlerine İlişkin Bulgular .....	30
4.2.5. Odun Dışı Orman Ürünleri Temin Yerlerine İlişkin Bulgular.....	31
4.3. Katılımcıların Odun-Dışı Orman Ürünlerine Yönelik Algı Düzeyine İlişkin Bulgular .....	32
4.3.1. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleriyle İlgili Çalışmalar Hakkındaki Düşünceleri .....	32
4.3.2. Katılımcıların ODOÜ'lerin Orman Köylüsüne Gelir Sağladığına İlişkin Düşünceleri .....	33
4.3.3. Katılımcıların Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Zengin Kaynaklara Sahip Olduğuna İlişkin Düşünceleri.....	34
4.3.4. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırdığına İlişkin Düşünceleri .....	36
4.3.5. Katılımcıların ODOÜ'lerin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Düşünceleri... 37	
4.3.6. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Düşünceleri.....	38
4.3.7. Katılımcıların ODOÜ Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Düşünceleri .....	39
4.3.8. Katılımcıların ODOÜ'lerin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Hakkında Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri .....	41
4.3.9. Katılımcıların ODOÜ'nün Bazı Sektörlerde Etken Madde Olduğuna İlişkin Düşünceleri .....	42
4.3.10. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Düşünceleri.....	43

4.3.11. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerini Devlet Teşviki İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Düşünceleri.....	44
4.3.12. Katılımcıların ODOÜ Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Düşünceleri .....	45
4.3.13. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Düşünceleri .....	46
4.3.14. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimine Artmasına İlişkin Düşünceleri.....	47
4.3.15. Katılımcıların Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ Konusunda Yaptığı Çalışmaların Takibine İlişkin Düşünceleri .....	48
4.3.16. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Düşünceleri.....	49
4.3.17. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Düşünceleri .....	50
4.3.18. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Orman Genel Müdürlüğü Personel Sayısının Artmasına İlişkin Düşünceleri .....	51
4.3.19. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim ve Pazarlama Sürecinin Özelleştirilmesine İlişkin Düşünceleri .....	52
4.3.20. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Düşünceleri.....	53
4.3.21. Katılımcıların Algı Düzeyi Durumu .....	54
4.3.22. Algı Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımı .....	55
4.3.23. Algı Düzeyinin Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı .....	55
4.3.24. Algı Düzeyinin Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Dağılımı.....	56
4.3.25. Algı Düzeyinin Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı .....	57
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER .....	59
KAYNAKLAR.....	62
ÖZGEÇMİŞ.....	67

## ŞEKİLER DİZİNİ

Şekil 1.1. OGM Yıllar İtibariyle ODOÜ Üretim Miktarları .....	6
Şekil 1.2. Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri İhracatı.....	6
Şekil 1.3. Değer Bazında Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri İthalatı .....	7
Şekil 4.1. Katılımcıların Cinsiyet Durumu.....	22
Şekil 4.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılım Durumu.....	23
Şekil 4.3. Katılımcıların Eğitim Durumu .....	24
Şekil 4.4. Katılımcıların Gelir Durumu .....	25
Şekil 4.5. Katılımcıların Meslek Durumu .....	27
Şekil 4.6. OGM'nün Odun Dışı Orman Ürünleri Çalışmalarına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	32
Şekil 4.7. Odun Dışı Orman Ürünleri Orman Köylüsüne Gelir Sağlama Durumuna İlişkin Bulgular .....	34
Şekil 4.8. Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Kaynak Durumuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	35
Şekil 4.9. Odun Dışı Orman Ürünleri Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırma Durumuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	36
Şekil 4.10. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	37
Şekil 4.11. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	39
Şekil 4.12. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	40
Şekil 4.13. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri.....	41
Şekil 4.14. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bazı Sektörlerde Etken Madde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	42
Şekil 4.15. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	43
Şekil 4.16. Odun Dışı Orman Ürünleri Devlet Teşviği İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	45

Şekil 4.17. Odun Dışı Orman Ürünleri Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	46
Şekil 4.18. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	47
Şekil 4.19. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimin Artmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	48
Şekil 4.20. Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ'leri Konusunda Yaptığı Çalışmaların Takibine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	49
Şekil 4.21. Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	50
Şekil 4.22. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	51
Şekil 4.23. Katılımcıların ODOÜ Konusunda OGM Personel Sayısı Artmasına İlişkin Düşünceleri.....	52
Şekil 4.24. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim ve Pazarlama Sürecinin Özelleştirilmesine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	53
Şekil 4.25. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	54

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3.1. Algı Düzeyi Puanlandırma Çizelgesi .....	20
Çizelge 3.2. Algı Düzeyi Puan Aralıkları.....	20
Çizelge 4.1. Katılımcıların Cinsiyet Durumu .....	22
Çizelge 4.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılım Durumu.....	23
Çizelge 4.3. Katılımcıların Eğitim Durumu .....	24
Çizelge 4.4. Katılımcıların Gelir Durumu .....	25
Çizelge 4.5. Katılımcıların Meslek Durumu .....	26
Çizelge 4.6. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Tanınmasına İlişkin Bulgular.....	28
Çizelge 4.7. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkında Bilgi Kaynağına İlişkin Bulgular.....	29
Çizelge 4.8. Odun Dışı Orman Ürünleri Tüketme Tercihlerine İlişkin Bulgular.....	30
Çizelge 4.9. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkında Bilgilendirme Tercihlerine İlişkin Bulgular.....	30
Çizelge 4.10. Odun Dışı Orman Ürünleri Temin Yerlerine İlişkin Bulgular .....	31
Çizelge 4.11. Katılımcıların OGM'nin ODOÜ Konusunda ki Çalışmalarının Yeterli Olduğuna İlişkin Düşünceleri .....	32
Çizelge 4.12. Odun Dışı Orman Ürünleri Orman Köylüsüne Gelir Sağlama Durumuna İlişkin Bulgular.....	33
Çizelge 4.13. Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Kaynak Durumuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	35
Çizelge 4.14. Odun Dışı Orman Ürünleri Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırma Durumuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	36
Çizelge 4.15. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	37
Çizelge 4.16. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	38
Çizelge 4.17. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	40
Çizelge 4.18. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri .....	41

Çizelge 4.19. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bazı Sektörlerde Etken Madde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	42
Çizelge 4.20. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	43
Çizelge 4.21. Odun Dışı Orman Ürünleri Devlet Teşviği İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri.....	44
Çizelge 4.22. Odun Dışı Orman Ürünleri Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	45
Çizelge 4.23. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	46
Çizelge 4.24. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Artmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	47
Çizelge 4.25. Katılımcıların Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ'leri konusunda yaptığı çalışmaların takibine ilişkin düşünceleri.....	48
Çizelge 4.26. Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	49
Çizelge 4.27. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Düşünceleri .....	50
Çizelge 4.28. Katılımcıların ODOÜ Konusunda OGM Personel Sayısı Artmasına İlişkin Düşünceleri .....	51
Çizelge 4.29. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim ve Pazarlama Sürecinin Özelleştirilmesine İlişkin Düşünceleri.....	52
Çizelge 4.30. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri .....	53
Çizelge 4.31. Katılımcıların Algı Düzeyi Durumu.....	54
Çizelge 4.32. Algı Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımı .....	55
Çizelge 4.33. Algı Düzeyinin Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı .....	56
Çizelge 4.34. Algı Düzeyinin Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Dağılımı .....	58
Çizelge 4.35. Algı Düzeyinin Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı .....	57

## KISALTMALAR DİZİNİ

ODOÜ	: Odun Dışı Orman Ürünleri
ODBOÜ	: Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünleri
OGM	: Orman Genel Müdürlüğü
OSİB	: Orman ve Su İşleri Bakanlığı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
IUCN	: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği)
FAO	: Food and Agriculture Organization of the United Nations (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)
WHO	: World Health Organization (Dünya Sağlık Örgütü)
Ha	: Hektar
Kg	: Kilogram
Yy	: Yüzyıl
BYKP	: Beş Yıllık Kalkınma Planı
ADNKS	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

## 1.GİRİŞ

Dünyadaki karasal alanların 1/3'ünü oluşturan ormanlar yaklaşık 4 milyar ha'lık bir alanı kaplamaktadır (FAO, 2015). Türkiye konumu, iklim ve toprak özelliklerinden dolayı ekolojik bakımdan zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Bu zenginlik içerisinde ormanlar da tür ve kompozisyon olarak önemli bir yer tutmaktadır. 2015 yılı itibarıyla Türkiye 22 342 935 ha (toplam alanın %28.6 sı) ormanlık alana sahip bulunmaktadır (OGM, 2015). Bu alan ülkemiz genel alanının yaklaşık 1/4'ünü oluşturmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütüne (WHO) göre, dünyada çeşitli amaçlarla kullanılan bitki sayısı 20.000 civarındadır. Bunların %10'unun ticareti yapılmaktadır (Sarı ve Oğuz 2000; WHO, 2010). Türkiye'de tıbbi olarak kullanılan bitkilerin sayısı 500 civarında olup bunların 346'sının ticaretinin yapıldığı, 112'sinin ihraç edildiği ve 24'ünün endemik olduğu ifade edilmektedir. Örneğin, adaçayı, kekik, çöven ve şalbanın bazı türleri endemik olup ihraç edilen türlerdir. Bunun yanı sıra; doğadan toplanan ve aktarlar, semt pazarları ve marketler aracılığıyla ticareti yapılan türlerin sayısının da 179 olduğu tespit edilmiştir (Balcı, 2011).

Küresel ısınmanın ve iklim değişikliğinin hissedilmeye başlandığı günümüzde karbon yutakları ve temiz enerji kapsamında tartışılmaya başlanan biyoenerji de orman kaynaklarının önemini artırmaktadır (Pak ve Berber, 2011). Son zamanlarda gündeme gelen gıda güvenliği kavramı da insanları mümkün oldukça kimyasal ve zararlı maddelere maruz kalmayan doğal ürünlere yöneltmiştir. Bu koşullarda odun dışı orman ürünleri organik ya da doğal ürün anlamında önemli bir pazar alanı oluşturmuştur.

Ülkemiz odun dışı orman ürünleri bitkisel ürünler bakımından çok zengin birikime sahip bir ülke olup, bu kaynakları kullanma miktarı her geçen gün hızla artmaktadır. Ormanlarımızdan elde edilen bu bitkisel ürünler diğer orman ürünleriyle karşılaştırılacak olursa, doğru ve iyi bir şekilde toplanıp değerlendirildiğinde hem bölgede yaşayan halka, hem de ülke ekonomisine önemli bir katkı yapacaktır (Fidan ve ark., 2013).

Odun dışı bitkisel orman ürünler (ODBOÜ)'den sağlanan faydaların kırsal ve kentsel yerleşim birimlerinde yaşayan kitleler tarafından farkına varılmasıyla birlikte, ODBOÜ'lerin kullanım alanı ve yoğunluğu her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda ODBOÜ'lerin kentsel düzeyde tüketimine yönelik bilgilerin sağlanması, üretim ve pazarlama süreçleri açısından önem taşımaktadır (Korkmaz ve Fakir, 2009).



Son yıllarda ODOÜ'ye yönelik bilinçlenme ve talep artışı görülmektedir. Yerel ve ulusal ekonomiler açısından ODOÜ'nün önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olduğu kabul edilmektedir. ODOÜ'nün dünya genelinde doğal ürünlere ve güvenli gıda talebi artışına katkı sağladığı tespit edilmiştir. ODOÜ'nün biyolojik kökenli olması, bu ürünlere organik ürün özelliği kazandırmakta, dolayısıyla orman kaynakları yönetiminde önemli rol oynamaktadır (Türker ve ark., 2006).

1992 Rio Konferansı'nda sürdürülebilir ormancılık ve biyo-çeşitlilik konularının önemi vurgulanmıştır. Ülkemizin de taraf olduğu bu konferans sonrası ülkemizde odun dışı orman ürünleri konusuna dikkat çekilmiştir. Türkiye'de ODOÜ'lerinin sosyal, teknik ve ekonomik boyutunun incelenmesi ve geliştirilmesi için dünyanın birçok yerinden akademisyenlerin katıldığı uluslararası sempozyumlar düzenlenmiştir.

Odun Dışı Orman Ürünlerinin Hasatı (Harvesting of Non-Wood Forest Products ) konu başlığı altında 2000 yılında İzmir'de bir seminer düzenlenmiştir. Seminerde ODOÜ'lerin sürdürülebilir üretimi, planlanması ve yönetimi, kullanım alanları, ekonomik değerleri ve dış ticareti konularına ilişkin tebliğler sunulmuştur.

1. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu 2006 yılında 1-4 Kasım tarihleri arasında Trabzon'da gerçekleştirilmiştir. Sempozyumda ODOÜ'leri tanıtılmış ve geçmişten günümüze gelişim süreci anlatılmıştır. Ekonomik değeri üzerinde durulmuş ve ülke ekonomisine getiri sağladığı vurgulanmıştır.

2. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu 2011 yılında 8-10 Eylül tarihleri arasında Isparta'da gerçekleştirilmiştir. Sempozyumda odun dışı orman ürünlerinin en geniş tanımı yapılmıştır. Söz konusu tanımda ODOÜ'lerinden, ormanlardan elde edilen bitkisel ve hayvansal ürünler olarak bahsedilmiş olup odun üretimi kapsam dışı bırakılmıştır.

3. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu 2014 yılında 8-10 Mayıs tarihleri arasında Kahramanmaraş'ta gerçekleştirilmiştir. Sempozyum sürecinde, odun dışı orman ürünlerinin; ekolojik, estetik, sosyal, kültürel ve ekonomik yönden sürdürülebilir yönetimi konusu üzerinde ilgili paydaşların, uygulayıcıların ve dünyanın çeşitli bölgelerinden araştırmacıların katılımı ile bilimsel bir platformda düşünce ve öneriler paylaşılmıştır.

Türkiye’de ormanlar daima kırsal topluluklarla ilişkilendirilmiştir. Bunun başlıca nedeni uzun yıllar ormancılığın sadece odun üreten bir kaynak olarak görülmesi ve kırsal kesim için istihdam alanı oluşturmuş olmasıdır. Oysa ormanlar tüm toplum kesimlerini ilgilendiren doğal bir kaynaktır (Türker ve ark., 2002).

Tüm toplum kesimleri ormanların ürün ve hizmetlerinden faydalandığı halde özellikle ormanların odun dışı ürün ve hizmetlerine ilişkin toplumun bir farkındalığa sahip olup olmadığına yönelik yapılan bilimsel çalışmalar sınırlı kalmıştır. Bu nedenle, odun dışı orman ürünlerine yönelik toplumsal algı düzeyini belirlemek amacıyla yüksek lisans düzeyinde bir çalışma yapmaya karar verilmiştir. Bu amaçla yürütülen bu çalışmanın alanı Kahramanmaraş kent merkeziyle sınırlı tutulmuştur. Bu çalışmada katılımcıların ODBOÜ tüketim alışkanlıkları, temin yerleri, tüketicilerin tutum ve davranışları incelenmiştir. ODBOÜ’lerinin toplum tarafından algılanma düzeyi araştırılarak, halkın konuya ne düzeyde önem verdiği belirlenmeye çalışılmıştır. ODBOÜ’lerin tıbbi ve aromatik bitkiler olarak tanıtılması, aktarlarda satılması ve rekreasyon alanlarından uzakta yayılış göstermeleri sebeplerinden ötürü yerel halkın bu ürünleri tanıyabileceği ancak ormancılıkla yada orman kaynaklarıyla olan ilişkisinin algılanma düzeyinin düşük olacağı öngörülmüştür. Bu çerçevede öncelikli olarak çalışmanın temelini oluşturacak kavramsal çerçeve aşağıda alt başlıklar halinde kısaca özetlenmiştir.

### **1.1. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Tanımı ve Kapsamı**

Ülkemizin geçmişteki ormancılık anlayışında, ormanların asli işlevinin odun kökenli ürünler üretmek olduğu düşünülmüştür. Bu bağlamda odun dışı orman ürünleri için, tali ürünler, yan ürünler veya ikincil ürün ifadeleri kullanılmıştır. Fakat bazı bölgelerde ormanların asli işlevi bitkisel ürün üretimi olması, buralarda odun kökenli ürünleri tali ürün durumuna getirmiştir.

Türkiye sahip olduğu odun dışı bitkisel kaynaklı orman ürünleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu ürünlerin büyük bir kısmının geleneksel kullanımlara konu olması, işlenmelerinin yöresel olarak yapılması, sosyal, ekonomik ve çevresel işlevlerin muhasebelerinin yeterince yapılmaması, onların ikincil orman ürünü olarak ifade edilmesine neden olmuş; buna bağlı olarak envanter, koruma ve işletmeciliğine ilişkin araştırmalar yeterince yapılmamıştır (Bilgin ve ark., 2005).

Ayrıca, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporunda, “tali orman ürünlerinin (odun dışı orman ürünleri)” tanımı yapılmakta ve “bitkisel kökenli odun dışı orman ürünleri” tanımının kullanılması önerilmektedir (Yıldırım, 2011).

Odun dışı orman ürünlerinden yararlanma konusunda farklı görüş ve düşünceler ortaya çıkmış ve tartışmaya açık olarak kalmıştır. Konunun temelinde, ODOÜ’nün neler olduğu konusundaki belirsizlik ve yasal düzenlemeler ile uygulama arasındaki farklılıklar yatmaktadır. Kanunda ODOÜ olarak bazı ürünler sayılmış ve bunlardan yararlanma tamamen orman idaresinin iznine bağlanmış olduğu halde, uygulamada farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu konuda iki farklı görüş vardır. Birinci görüş orman ürünlerinden yararlanmanın her ne sebeple olursa olsun idarenin iznine bağlı olduğu yönündedir. İkinci görüş ise, yöre halkının kendisinin ve ailesinin kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için bu ürünlerden serbestçe yararlanabileceği, bunun örf ve adet hukukunun bir yansıması olduğu, ancak ticari amaçlarla yararlanmanın izne bağlı olacağı yönündedir (Türker, 2011).

Orman Genel Müdürlüğü (OGM)’nün odun dışı orman ürünleri envanter, planlama, üretim ve satış esaslarını belirttiği 302 numaralı tebliğde odun dışı orman ürünleri; “Ormanlardan ve ağaçlardan elde edilen odun dışındaki biyolojik ve mineral kökenli ürünler ile kabuk, yonga, çalı, kök, kütük, kozalak gibi odun üretimi sırasında açığa çıkan diğer ürünlerdir. Mantarlar, orman humusu ve örtüsü de aynı grupta yer alır” şeklinde tanımlanmaktadır (OGM, 2016).

Devlet Planlama Teşkilatı sekizinci beş yıllık kalkınma planında ise odun dışı orman ürünleri; “Orman içi ve açıklıklarında yetişen, insanların ve diğer canlıların kendi ihtiyaçlarını karşılamak veya ticaretleri ile gelir sağlamak suretiyle yararlandıkları her türlü bitkisel veya hayvansal ürünler” şeklinde tanımlanmıştır (DPT, 2001).

Orman ağaçlarından uygun tekniklerle yağ, reçine yaprak, meyve ve tohumları ayrıca orman altı florada bulunan çalimsı bitkiler ve soğanlarından elde edilen ürünler ise odun dışı bitkisel ürünler olarak ifade edilmektedir (Balci, 2011).

En geniş tanımıyla odun dışı orman ürünleri, ormanlar ve ormanlara bitişik arazilerden elde edilen odun dışındaki biyolojik kökenli ürünler ve hizmetlerden oluşmakta ve ODOÜ bünyesinde; odun dışı bitkisel ürünler, hayvansal ürünler ve ormanların sunduğu çeşitli hizmet ve fonksiyonlar şeklinde üçlü bir ayırım söz konusu olabilmektedir (FAO, 1995; Prasad, 1999; Özügürlü ve Düzgün, 2001; Arslan, 2015).

Odun dışı orman ürünleri ile ilgili birçok kavram ve terim söz konusu edilmiştir, ancak bu çalışmada odun dışı orman ürünlerinin bir bileşeni olan odun dışı bitkisel ürünler esas alınacaktır. Dolayısıyla çalışmada odun dışı orman ürünleriyle kastedilen esasen odun dışı bitkisel ürünler olacaktır.

## **1.2. Türkiye’ de Odun Dışı Orman Ürünlerinin Ekonomik Açıdan Durumu**

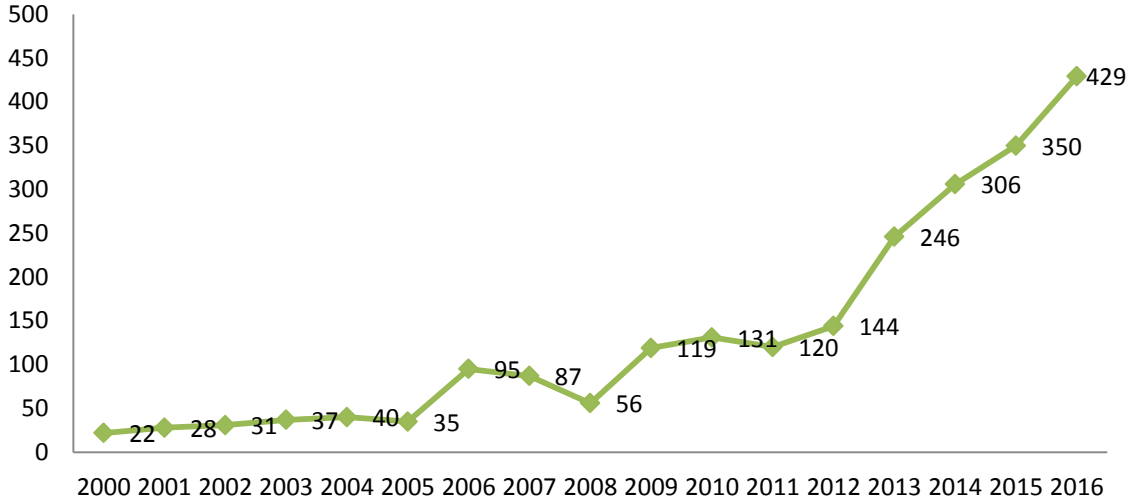
Ülkemizde odun dışı bitkisel ürünlerin ihracatı genellikle hammadde veya yarı-mamul şeklinde olmaktadır. Bu durum ürünlerin potansiyel değerinden daha düşük gelirler sağlanmasına neden olmaktadır. Ancak ürünlerin işlenerek satılması hâlinde ihracat gelirlerinin artacağı öngörülmektedir (Şafak ve Okan, 2004).

Ülkemiz tomruk, kereste gibi odun ürünleri bakımından uluslararası piyasada ithalatçı durumda iken, odun dışı orman ürünleri bakımından değerlendirildiğinde ihracatçı konumundadır (Yıldırım, 2011). Türkiye, dünyada odun dışı orman ürünleri ihraç eden 196 ülke arasında en fazla ihracat yapan 21. ülkedir (Balcı, 2011). Genel olarak 1995 yılından 2014 yılına kadar olan süreçte odun dışı orman ürünlerinden elde edilen ihracat gelirleri artış göstermiştir. Artış miktarlarına bakıldığında çam fıstığının yaklaşık %1165, adaçayının %507, defnenin %494, kestanenin %349, kekiğin %336, anasonun %178 ve kimyonun %85 daha fazla gelir sağladığı görülmüştür (Kurt ve ark., 2016).

Dünya’da defneyaprağı ihraç eden ülkeler arasında Türkiye birinci sırada yer almakta, aynı zamanda kekik üretiminin yarısından fazlası ülkemiz tarafından karşılanmaktadır. Adaçayı, biberiye ve mantar ihraç potansiyeli yüksek odun dışı bitkisel orman ürünleridir (Kaplan, 2013). Odun dışı orman ürünleri ihracatından elde edilen toplam gelirden; OGM %3, orman köyleri %30, ihracatçı ve aracılar %67 pay almaktadır. Bu ürünlerden OGM ve orman köyelerine gelir sağlama amaçlanırken en çok payı ihracatçı ve aracılardan aldıkları görülmektedir (Kızmaz, 2000).

Türkiye’de tıbbi ve aromatik bitkilerin büyük kısmı doğadan toplanmakta, doğrudan tüketilmekte, iç pazarda satılmakta veya ihraç edilmektedir. Ülkemizin sahip olduğu bitki türlerinin tıbbi ve aromatik maksatlı kullanıma konu edilme oranı %3’tür. Dünyada önde gelen tıbbi ve aromatik bitki üreticisi ülkelerin bitki tür sayıları ile kullanıma konu edilme oranları ortalaması ise %12,5’tir (Anonim, 2017). 2000 - 2016 yılları arasında odun dışı orman ürünleri üretim miktarları Şekil 1.1’de gösterilmektedir.

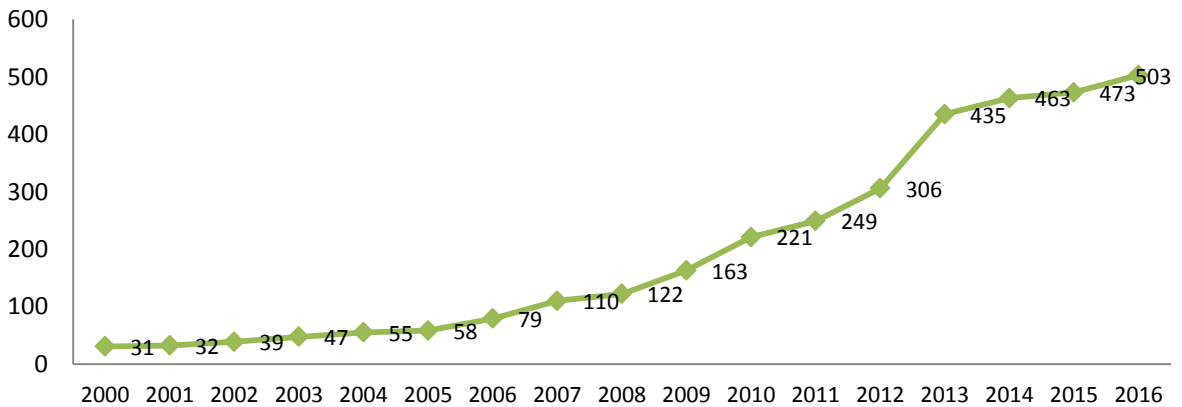
Üretim Miktarı  
(Bin ton)



Şekil 1.1 OGM Yıllar İtibariyle ODOÜ Üretim Miktarları

Şekil 1.1 incelendiğinde 2005, 2008 ve 2011 yılları hariç tutulduğunda sürekli bir artış görülmektedir. 2005 yılında yaşanan düşüşün ardından 2006 yılında yaklaşık 3 kat artış yaşanmıştır. 2000 ile 2008 yılları arasında (9 yıllık bir zaman diliminde) üretim miktarı (bin ton) iki haneli sayılardan oluşurken, 2009 yılında bir sıçrama yaparak üç haneli sayılara ulaşmıştır. 2013 yılında ise 2012 yılına kıyasla ODOÜ üretiminde yaklaşık 2 kat bir artış meydana gelmiştir. 2013 yılında yayınlanan 297 sayılı “Odun Dışı Orman Ürünlerinin Envanter ve Planlaması İle Üretim ve Satış Esasları” tebliği bu ürünlerin kayıt altına alınmasını sağlamıştır. Bu nedenle sözkonusu tebliğin 2013 yılındaki artışta önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. 17 yıllık süreç göz önüne alındığında yaklaşık 20 katlık bir artış meydana geldiği görülmektedir (Anonim, 2017). Diğer yandan ODOÜ’leri ihracatından elde edilen gelirlere ilişkin 2000 – 2016 dönemine ait veriler Şekil 1.2’de verilmiştir.

İhracat Tutarı  
(Milyon \$)



Şekil 1.2. Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri İhracatı

Şekil 1.2 incelendiğinde, Türkiye odun dışı orman ürünleri ihracatı 2000 yılında 30,6 milyon \$ seviyesindeyken 2016 yılına gelindiğinde ise bu rakam yaklaşık 20 kat artarak 503 milyon \$ olmuştur. 2013 yılında ülkemizde odun dışı orman ürünleri envanter çalışmalarının başlamasıyla birlikte bu ürünlerin satışları kayıt altına alınmaya başlamıştır. Bu nedenle ihracat rakamlarından da görüleceği gibi 2013 (435 milyon \$) yılında 2012 (306 milyon \$) yılına kıyasla ani bir artış meydana gelmiştir (Anonim, 2017).

Ülkemizde ODBOÜ genel olarak işlenmeden veya yarı mamul halde ihraç edilirken, işlenmiş halde ithalatı da yapılmaktadır. 2000–2010 yıllarına ait ithalat verileri Şekil 1.3’te özetlenmiştir.



Şekil 1.3. Değer Bazında Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri İthalatı

Türkiye ODOÜ'leri ithalatının 2000 – 2010 yılları arasında dalgalı bir seyir izlediği Şekil 1.2 de görülmektedir. ODOÜ ithalatı, 2000 yılında 26.3 milyon dolar iken, 2010 yılında 55.2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılında Türkiye'nin en fazla ODOÜ ithal ettiği ülke 7.5 milyon dolar ile Almanya olmuştur. Türkiye'nin toplam ithalatının %13.7'si Almanya'dan yapılmış olup, bunu %10.4 ile Hindistan, %9.1 ile Çin, %8 ile Fransa ve %6.2 ile İtalya takip etmiştir (Anonim, 2011).

### 1.3. Türkiye’de Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kurumsal ve Mevzuat Açısından Durumu

Anayasa’nın 169’uncu maddesinde “Devlet ormanları kanuna göre, devletçe yönetilir ve işletilir” hükmü yer almaktadır. 2011 tarihinde yürürlüğe giren 6223 sayılı yasa gereğince ülkemiz ormanları Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB) tarafından yönetilmekte ve işletilmektedir. ODOÜ’leriyle ilgili çalışmalar Bakanlığa bağlı bir kuruluş olan OGM tarafından yürütülmektedir.

ODOÜ ile ilgili çalışmalar yapmak ve denetlemek için OGM bünyesinde Odun Dışı Orman Ürün ve Hizmetleri Daire Başkanlığı kurulmuştur. ODOÜ çok geniş bir alana sahip olduğundan söz konusu daire başkanlığı alt birimlere ayrılmıştır. Bu birimlerden ODOÜ kapsamındaki Bitkisel Ürünler Şube Müdürlüğü’nün görev ve sorumlulukları aşağıda özetlenmiştir (URL-1).

- Odun dışı bitkisel orman ürünlerinin; değer tespiti, üretim, taşıma, depolama ve pazarlamasına ait iş ve işlemleri belirlemek, yapmak veya yaptırmak
- Odun dışı bitkisel orman ürünlerinin standardizasyonu, üretim teknikleri, üretim zamanı, kurutulması, depolanmasına ait esasları belirlemek, takip ve kontrol etmek
- Odun dışı bitkisel ürünlerin yıllık üretim ve iş programını düzenlemek, uygulamaları takip ve kontrol etmek
- Üretim birim fiyatlarının tespitine ait esasları düzenlemek uygulamaları takip ve kontrol etmek
- Daire Başkanı tarafından verilecek benzeri görevleri yapmak

ODOÜ kapsamındaki bir diğer birim olan Envanter ve Planlama Şube Müdürlüğü’nün görev ve sorumlulukları aşağıda sıralanmıştır (URL-1).

- Odun dışı orman ürün ve hizmetlerine ait; envanter, planlama, haritalandırma, projelendirmesine ait iş ve işlemleri belirlemek, yapmak veya yaptırmak
- Odun dışı ürün ve hizmetlerin sürekliliğini güvence altına alacak usul ve esasları belirlemek, uygulamaları takip etmek ve gerekli tedbirleri almak
- Daire Başkanı tarafından verilecek benzeri görevleri yapmak

Envanter ve Planlama Şube Müdürlüğü’nün ODOÜ’leri envanter çalışmalarında karşılaştığı sorunlar aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.

- Geniş ve dağınık bir alana yayılmış olması
- Hasat sürelerinin kısa olması

- Teknik personelin yeterli olmaması
- Uygun istatistiksel yöntem geliştirilememesi
- Orman köylüsü tarafından hasat edilip kayıt dışı satılması

Bu sorunlardan dolayı ODOÜ'leri envanteri tam olarak yapılamamaktadır, ancak hasat edilen ürün miktarı ve yayıldıkları alan belirlenerek tahmini değerlere ulaşılmaktadır. Halbuki, ODOÜ'leri ile ilgili sağlıklı envanterler oluşturulmalı, bu envanterler periyodik olarak tekrarlanmalı ve kayıt dışı üretimleri asgari seviyeye indirecek teknik ve yasal düzenlemeler gözden geçirilmelidir (Türker ve ark., 2001).

Bu kapsamda, OGM odun dışı ürün ve hizmetler envanter takip sistemini kurmuştur. Bu sisteme veri girişleri uzman teknik personeller tarafından gerçekleştirilmektedir. Envanteri yapılan alanlarda bulunan türlerin miktarları, yayılış alanları, ait oldukları taksonlar ve konumları gibi bilgiler sistem üzerinden görülebilmektedir. Böylece ürünlerin planlanması ve ticareti daha sağlıklı yapılabilmektedir. Ayrıca konuyla ilgili bilimsel çalışmalarda ihtiyaç duyulan verilere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılabilmesine olanak sağlanmaktadır. Ayrıca aktif hâle getirilen bu sistem, orman köylülerine topladıkları odun dışı orman ürünlerini nihai alıcılara aracısız pazarlayabilme imkânı sağlamıştır. Söz konusu ürünler ile ilgili sorgulamalar OGM'nin web sayfasındaki odun dışı ürün sorgulama linkinden gerçekleştirilmektedir. Sistem sayesinde tüketici aradığı ürünün yeri, üretim zamanı ve miktarı gibi bilgilere buradan kolayca ulaşabilmektedir (URL-2).

Türkiye'de 6831 sayılı Orman Kanununun 37. maddesi gereğince yıllık üretim programına alınmış orman ürünleri dışındaki her türlü orman ürün ve artıklarının üretimi OGM tarafından belirlenen yerlerde ve süreler içerisinde yapılmaktadır. Bu kapsamda OGM yaşanan süreç içerisinde bazı çalışmalar yapmıştır. Şöyle ki; 1987 yılında odun dışı orman ürünlerinin teşhisi için "Ülkemizde Bazı Önemli Orman Tali Ürünlerinin Teşhis ve Tanıtım Kılavuzu" isimli bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

1995 yılında "Orman Tali Ürünlerinin Üretim ve Satış Esasları" adlı 283 sayılı tebliğde odun dışı orman ürünlerinin üretimden satışına kadar olan süreçte uygulanacak genel hükümler ile taşıma ve satış esasları belirtilmiştir. 2003 yılında odun dışı orman ürünlerinin potansiyelini belirlemek amacıyla bölge bazında çalışmalar başlatmıştır. Hâlen devam etmekte olan çalışmalardan, elde edilen veriler neticesinde ürünlerin yayılış



alanlarını ve bu alanlardaki miktarlarını belirten “Türkiye Ormanlarında Odun Dışı Ürünler” adlı bir kitapçık yayınlamıştır. Daha önce yayımlanan 283 numaralı tebliğ 2013 yılında tekrar güncellenerek 297 sayılı “Odun Dışı Orman Ürünlerinin Envanter ve Planlaması İle Üretim ve Satış Esasları” tebliği yürürlüğe konulmuştur.

OSİB tarafından, 2014 yılında Afyonkarahisar Tıbbi ve İtri Bitkiler Merkezi kurulmuştur. Bu merkezde ülkemizde yayılış gösteren tıbbi ve aromatik bitkileri araştırma, endemik türlerin tanıtımı, optimal yetiştirme koşulları ve uluslararası pazarda ki durumları incelenmektedir. Ayrıca İstanbul Orman Bölge Müdürlüğü tarafından da 2014 yılında Bahçeşehir Üniversitesi'nin katkılarıyla bazı odun dışı orman ürünlerinin tanıtıldığı videolar hazırlanarak internet ortamında yayınlanmıştır.

Yeşilirmak Havzası Kalkınma Birliği ve Amasya Orman Bölge Müdürlüğü işbirliği ile 20.03.2012 -20.03.2013 tarihleri arasında “Yeşilirmak Havzasında Kırsal Nüfusun Odun Dışı Orman Ürünleri Farkındalığı (KORUP)” projesi uygulanmıştır. Projede TR83 bölgesinin kırsal alanlarında yaşayan kadın ve gençlere sürdürülebilir kalkınma kapsamında başta odun dışı orman ürünleri olmak üzere bitkilerin tanınması, toplanması, işlenmesi, pazarlanması, ürün sahalarının geliştirilmesine yönelik eğitimlerin verilmesi, yaşadıkları çevre konusunda farkındalık sağlanması, bu yolla orman ürünlerinden aile bütçelerine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Bu proje Amasya, Samsun, Çorum ve Tokat illeri kapsamında yapılmıştır. Bu ve buna benzer projelerin ülkenin kırsal ve kentsel kesimlerinde yapılması odun dışı orman ürünlerine yönelik toplumsal algının artmasına katkı sağlayacaktır. Bu tarz çalışmalar toplumda odun dışı orman ürünleri konusunda farkındalık oluşturup, bilgi ve bilinç düzeyini artırıcı etkide bulunacaktır.

#### **1.4. Kahramanmaraş İlinde Odun Dışı Orman Ürünlerinin Mevcut Durumu**

Kahramanmaraş konum, iklim ve toprak yapısı, özellikleri bakımından birçok bitki türü için uygun yetiştirme koşulları oluşturmaktadır. Kahramanmaraş Orman Bölge Müdürlüğü sınırları içerisinde başlıca defne, çam fıstığı, adaçayı, kekik, çakşır otu, ardıç tohumu, sedir kozalağı, kızılçam kozalağı, andız tohumu, biberiye, sarmaşık, hayvan artığı, yarasa gübresi ve humus üretimi mevcuttur (Serin ve Ünaldı, 2014).

Kahramanmaraş ilinde yayılış gösteren bazı bitkiler ile bunlardan elde edilen ODOÜ'lere ilişkin açıklamalar; bitkinin kullanılan bölümleri, kullanım alanları, kullanım şekli ve çeşitliliği bağlamında alt başlıklar halinde verilmiştir.

#### **1.4.1. Defne (Laurus nobilis)**

Defnenin yaprakları, tohumları ve odunu kullanılmaktadır. Kahramanmaraş OBM 2017 yılı ODOÜ envanter verilerine göre, Kahramanmaraş ilinde 22 089 ha alanda yayılış göstermekte ve 20 051 693 kg ürün potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Yaprak ve meyvelerin su buharı ile distilasyonu sonucunda; %2-3 oranında uçucu yağ elde edilmektedir. Bu uçucu yağın ise %45-50'si okaliptol, %30'u geraniol ve sitronelial, %5'i öjenol, metil öjenol ve asetil öjenol'dür. Ülkemizde defne yaprakları genellikle kurutulularak ihraç edilmektedir. Yağı ilaç ve kozmetik sanayiinde özellikle sabun imalinde kullanılmaktadır. Ayrıca çorba, pasta, şekerleme, sucuk ve etlerin tatlandırılmasında da geniş çapta kullanılmaktadır. Uçucu yağında bulunan okaliptol ve öjenolün bu yapraklara kazandırdığı konserven etkiden dolayı konservecilik alanında yararlanılmaktadır. Drog özellikleri ise; sindirim sistemini harekete geçirici, mide barsak gazlarını giderici, idrar söktürücü ve haricen kullanıldığında anestezik etkisi vardır. TSE tarafından hazırlanan 1017-ISO 6576 sayılı standartla defneyaprağı, 5205 sayılı standartla da defneyaprağı eteri yağıyla ilgili hususlar belirtilmiştir (URL-3).

#### **1.4.2. Kekik (Thymus)**

Çalı ya da çalimsı görünümde ve kokulu olan kekikler, Lamiaceae (Labiatae) (Ballıbabagiller) familyasının bir cinsi olup, ülkemizde 35 türü vardır. *Thymus serpyllum* L., *Thymus vulgaris* L., *Thymus capitatus* L., *Thymbrae spicata* L. yaygın türlerdendir. Ülkemizde 602.683 ha. alanda yayılış yapmaktadır. Tahmini potansiyeli 5.241.458 kg/yıldır. Kahramanmaraş ilinde yaygın olarak bilinmesine ve faydalanılmasına rağmen envanter çalışmaları devam ettiği için yayılış alanı ve potansiyeli tespit edilememiştir. İlaç sanayiinde antiseptik imalatında, bronşlardaki koyu kıvamlı salgıyı sıvılaştırdığından öksürük şuruplarının bileşiminde kullanılmaktadır.

Antibiyotik etki olarak mikroorganizmaların üremesini geciktirdiği veya tamamen durdurduğu için, ağız antiseptiği olarak gargara yapımında yararlanılmaktadır. Derideki mantar hastalıklarına karşı inhibitör etkisi olduğundan, mantar ilaçlarının bileşiminde de yer almaktadır. Kimya sanayiinde ise, değerli bir kimyasal madde olan timol'un elde

edilmesinde kullanılabilirdiği gibi parfümeri ve kozmetik sanayiinde de banyo köpüklerinin yapımında ve problemlili ciltlerin tedavisinde kullanılmaktadır. Drog olarak özelliği, dolaşım uyarıcısı, anti spazmatik, idrar söktürücüdür. Düşük dozlarda kullanıldığında balgam söktürücü, yüksek dozlarda alındığında antiseptik ve barsak kurtlarını düşürücü etkisi vardır. TSE tarafından 3786 sayılı olarak hazırlanan standartta, kekikler cinslerine göre origanum, thymus ve majoranae olarak üç tipe ayrılmaktadır. Kekik başta Almanya, ABD, Yunanistan olmak üzere toplam 25 ülkeye ihraç edilmektedir (URL-3).

#### 1.4.3. Adaçayı (*Salvia*)

Lamiaceae (Ballıbabagiller) familyasının bir cinsi olan *Salvia*ların, ülkemizde yaklaşık 90 türünün bulunduğu bilinmektedir. *S.officinalis* L., *S.cretica* L., *S.triloba* L. (Syn: *S. fruticosa* Miller), *S.sclarea* L. (*S.officinalis* doğal olarak bulunmamakta kültürü yapılmaktadır.) yaygın olarak yetişen türlerdir. Yaprakları kullanılmaktadır. Ülkemizde 193.726 ha. alanda yayılış göstermektedir. Tahmini potansiyeli 1.247.761 kg/yıldır. Kahramanmaraş ilinde yaygın olarak kullanılıp, bilinmesine rağmen envanter çalışmaları devam ettiği için yayılış alanı ve potansiyeli tespit edilememiştir Kozmetik sanayiinde de geniş kullanım alanı bulunmakta, özellikle dinlendirici banyo köpüklerinin imalinde kullanılmaktadır. Drog olarak özellikleri, yatıştırıcı, midevi, idrar söktürücü, terletici, dinlendirici, ağız ve boğazlarda antiseptik, dezenfektan özellikleri vardır. TSE tarafından hazırlanan 4281 sayılı standartta adı çayı iki sınıfa ayrılmaktadır. Ada çayının başta İtalya, Fransa, Suudi Arabistan olmak üzere birçok ülkeye ihracatı yapılmaktadır (URL- 3).

#### 1.4.4. Andız (*Juniperus drupacea*)

Cupressaceae (Servigiller) familyasının *Juniperus drupacea* Lab. türünün olgun meyveleri (kozalakları) kullanılmaktadır. Ülkemizde 2.445 ha. alanda yayılış göstermektedir. Tahmini potansiyeli 30.000 ton/yıldır. Kahramanmaraş OBM 2017 yılı ODOÜ envanter verilerine göre, 2 618 ha alanda yayılış göstermekte ve 327 342 kg ürün potansiyelinin olduğu tespit edilmiştir. Dağ köylerinde genç kozalakların su ile kaynatılması sonucu andız pekmezi elde edilmektedir. Andız pekmezi taşıdığı şekerler ve vitaminler nedeniyle kuvvet verici ve afrodisyak olarak kullanılmaktadır.

Toz haline getirilmiş kozalak bal ile karıştırılarak dâhilen kurt düşürücü olarak alınmaktadır. *J. drupacea* Lab. türünün dal ve gövde parçalarının yakılması ile andız katranı elde edilmektedir. Siyah renkli, şurup kıvamında, özel ve keskin kokulu bir sıvıdır.

Dâhilen solunum ve idrar yolları hastalıklarına karşı tek başına veya Çörekotu yağı ile karıştırılarak hap halinde alınmaktadır. Haricen hayvanların deri hastalıklarına karşı kullanılmaktadır. Arı kovanlarında oluşan mantar hastalıklarına karşı tütsüsü kullanılmaktadır. Andız ağacının odunu hoş kokulu olduğundan ağızlık ve sandık imalatında yararlanılmaktadır. Standardı bulunmamaktadır (URL-3).

#### **1.4.5. Fıstık Çamı (Pinus Pinea)**

Türkiye, İspanya'dan sonra en fazla fıstık çamı yetişme alanına sahip ülkedir. Kahramanmaraş OBM 2017 ODOÜ envanter verilerine göre, Kahramanmaraş'ta 12 090 ha alanda yayılış göstermekte ve tahmini potansiyeli 1 432 680 kg olarak tespit edilmiştir. Fıstık Çamının kozalağında bulunan iç fıstık gıda olarak tüketilmektedir. Bir ağaçtan yaklaşık 120 kg kozalak bundan da 6-8 kg iç fıstık elde edilmektedir. TSE çam fıstıklarının Kozak tipi, Aydın tipi ve Maraş tipi olmak üzere üç tipe ayırmaktadır (URL-3).

#### **1.4.6. Biberiye (Rosmarinus officinalis L)**

Lamiaceae (Ballıbabagiller) familyasının *Rosmarinus officinalis* L. türü çalimsı formdadır. Bitkilerin çiçekli dal ve ibreleri kullanılmaktadır. Kahramanmaraş ilinde yaygın olarak kullanılıp, bilinmesine rağmen envanter çalışmaları devam ettiği için yayılış alanı ve potansiyeli tespit edilememiştir. Biberiye yapraklarının su buharı distilasyonu sonucunda %1-2 oranında uçucu yağ, %8 tanen ve acı madde elde edilir. Uçucu yağda ise; %20 kadar borneol ve bornil asetat, %5 -12 kâfur, %15-30 sineol ve bir miktarda pinen bulunmaktadır. İlaç sanayinde haricen kullanılan preparatların terkbine girer. Hazım sistemini uyarıcı ve safra artırıcı şurupların bileşiminde yer alır. Kelliği önleyici saç losyonlarının yapımında da kullanılır. Uçucu yağından haricen uyarıcı olarak faydalanılmaktadır. Drog olarak, mide ve barsak uyarıcısı, idrar söktürücü, safra artırıcı ve haricen uyarıcı özellikleri vardır. Haricen romatizma ağrılarını dindirici olarak kullanılır. TSE tarafından baharat olarak kullanımı için 11126-ISO 11164 sayılı ve eteri yağları (biberiye yağı) için ise ISO 1342 sayılı standartlar yapılmıştır (URL-3).

## 2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Ülkemizde son zamanlarda ODOÜ'lerle ilgili bilimsel çalışmaların sayısında artış olduğu görülmektedir. Ancak, ODOÜ'ler ile ilgili toplumsal algı düzeyinin tespitine yönelik çalışmalar yok denecek kadar azdır. ODOÜ'ler ile ilgili olarak yapılan çalışmalar aşağıda kısa kısa özetlenmiştir.

Türker ve ark. (2001) “Türkiye Ormancılığında Odun Dışı Orman Ürünleri İşletmeciliğinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı bildiriye ODOÜ'lerinin işletmeciliği üzerine bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de ODOÜ’leri envanter çalışmalarının yeterli olmadığı, çalışmaların artırılması ve periyodik olarak tekrarlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Aşırı ve plansız toplamanın önüne geçmek için ise yasal, teknik ve kurumsal düzenlenmeler yapılması gerektiği belirtilmiştir. Bu ürünlerin ham ve işlenmemiş şekilde pazarlanmasının değer kaybına yol açtığı, uluslararası standartlara uygun hale getirildiğinde bu sorunun çözüme kavuşacağı ifade edilmiştir.

Geray ve Şafak (2007) ise, “Ege Bölgesi Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünleri Yönetimindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmalarında defne ve kekik ürünlerine ilişkin olarak, 2002-2005 yılları arasında Ege Bölgesi’nde gerçekleştirilen arazi çalışmaları, gözlem ve görüşmelerden elde ettikleri verileri kullanarak SWOT analizi yapmışlardır. SWOT analizi sonucunda sektörün fırsatları, tehditleri, üstün ve zayıf yönleri belirlenmiştir. Bu analiz yöntemi ile Ege Bölgesinde yer alan ODOÜ ile ilgili karşılaşılan sorunlar ortaya konmuş ve bu sorunlara çözümler aranmıştır. ODOÜ yönetimindeki sorunların çözümüne yönelik olarak kaynak yöneticileri, üreticiler ve araçlar ile doğal kaynaklara ilişkin öneriler sunulmuştur. Ege Bölgesi ODOÜ'lerinin kullanımına yönelik toplam 20 öneri sunulmuştur. Çalışmada ODOÜ'lere daha fazla önem verilmesi, kaynak tahsisi yapılması ve pazar araştırmasının yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Büyükgebiz ve ark. (2008) tarafından hazırlanan, “ Sütçüler (Isparta) Yöresinde Doğal Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünleri ve Geleneksel Kullanımları” adlı bildiriye Akdeniz fitocoğrafik bölgesinde bulunan ve C3 karesi içerisinde yer alan Sütçüler (Isparta) yöresinde yayılış gösteren ODBOÜ'lerini incelenmiştir. Çalışma ile yörede bir yıllık dönemde 38 familyanın 62 cinsine ait 74 odun dışı orman ürünü bitki taksonu tespit edilerek her biri herbaryum örneği haline getirilmiştir.

Akbulut (2009) “Hamsiköy Yöresinde Odun Dışı Bitkisel Ürün Olarak Alchemilla Spp. Ve Colchicum Speciosum’un Envanteri Üzerine Bir Araştırma” adlı doktora tezinde Hamsiköy yöresinde 62 familya ve 193 cinse ait 333 takson belirlemiştir. Bazı türlerin IUCN tarafından Çok Tehlikede ve Tehlikede kategorilerinde olduğunu belirlemiştir. Bu türlerin üretimi yapılırsa da yapılmazsa da korunma altına alınması gerektiğini vurgulamıştır.

Altunel (2011) “Odun Dışı Orman Ürünlerinin Dünyada ve Türkiye’de Sosyoekonomik Boyutu” adlı doktora tezinde aracı/tüccarlarla yapılan anket çalışmaları sonucunda en çok tercih edilen türlerin kekik, defne ve adaçayı olduğunu, satmadan önce depoda bekletme ve paketleme işlemlerini gerçekleştirilmesi ile 1,000 ile 60,000 TL arası gelir elde edildiği tespit edilmiştir.

Kurt (2011) “Türkiye Odun Dışı Orman Ürünlerinin Mevcut Durumu ve Dış Ticaret Analizi” adlı yüksek lisans tezinde 1990 ve 2009 yılları arasında gerçekleştirilen ODOÜ’lerinin ithalat, ihracat ve üretim miktarlarını tablolar ve grafiklerle sunmuştur. Tablo ve grafikler incelendiğinde Türkiye’de 1990-2009 yılları arasında ortalama 24 milyon kg olarak gerçekleşen ODOÜ üretimi en yüksek 74,5 milyon kg ile 2003 yılında, en düşük ise 4 milyon kg ile 1991 yılında yapılmıştır. 2003 yılındaki bu artışta özellikle çalı, defne ve fıstık çamı kozalağı üretimindeki artışlar etkili olmuştur. 1991 yılında ise biberiye, çalı, ıhlamur ve kestane gibi ürünlerin üretimlerinin hiç yapılmaması üretimde düşüşe neden olmuştur. Sonuç olarak 20 yıllık zaman dilimi göz önüne alındığında ODOÜ ihracatı odun ürünleri ihracatı ile kıyaslandığında bütün yıllarda artış göstermiştir. ODOÜ ve tomruk ithalatında ise bunun tam tersi bir durum söz konusudur. ODOÜ ithalatı odun ürünleri ile karşılaştırıldığında düşük düzeylerde kalmıştır.

Gedik (2014) “Elazığ Orman Bölge Müdürlüğünde Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sosyoekonomik Boyutları Üzerine Araştırmalar” adlı yüksek lisans tezinde Elazığ Orman Bölge Müdürlüğü ve bölge müdürlüğüne bağlı Elazığ, Malatya, Bingöl, Bitlis, Van, Tunceli, Hakkâri ve Muş işletme şeflikleri tanıtılarak bu yerlerde bulunan ODOÜ’leri tespit edilmiştir. Toplanan, kullanılan ve satışı yapılan ürünler hakkında bilgiler verilmiştir. Bu çalışmada, kırsal kesim insanına sosyal ve ekonomik katkılar sağlayan türler ön plana çıkmıştır.

Serin ve Ünaldı (2014) “Kahramanmaraş Orman Bölge Müdürlüğünde Yayılış Gösteren Odun Dışı Orman Ürünleri” adlı bildirisinde ODOÜ ile ilgili sonuçların çok değişken olduğunu tespit etmiştir, bunun nedeninin kontrolsüz üretim olduğu kanısına

varmıştır. Sertifikasız ODOÜ toplayıcı firma ve kişilere izin verilmemesi gerektiği ayrıca toplama, taşınma ve depolama aşamalarında toplayıcılara ilgili kurumlar tarafından eğitim ve bilgiler verilmesinin fayda sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Cömert ve Dinç (2014) tarafından kaleme alınan “Şifalı Bitkilerin Gençler Tarafından Bilinirliği” isimli makalenin verileri Ankara’da bulunan Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören 285 öğrenci arasında gerçekleştirilen anket çalışmalarından sağlanmıştır. Anket sonucunda gençler arasında en çok bilinen bitkilerin böğürtlen, kekik ve badem, en az bilinenlerin ise çiriş otu, gül hatmi ve pelin otu olduğu görülmüştür.

Küçüker Mumcu ve Başkent (2015)’ in “Amenajman Planlarının Yapım Süreciyle İlişkili Bitkisel Kaynaklı Odun Dışı Orman Ürünlerinde Envanter” adlı çalışmalarında ODOÜ’nün envanter yöntemlerinden söz edilmiş ve bu envanter bilgilerinin amenajman planlarına eklenmesinin gereğinden bahsedilmiştir.

Tunç (2015) “Odun Dışı Orman Ürünlerinin Hane Halkı Ekonomisine Katkıları; Balıkesir-Dursunbey Örneği” adlı yüksek lisans tezinde Dursunbey yöresinde anket çalışmaları sonucunda, ODOÜ’ler sayesinde hane halkı için aylık ortalama 500 TL gelir elde edildiği tespit edilmiştir.

Arslan (2015) “İzmir İli Kentsel Kesiminde Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünlerine Yönelik Tüketici Tutum ve Davranışlarının Analizi” adlı yüksek lisans tezinde İzmir il merkezinde yerel halkla anket uygulamaları yapılmıştır. Sonuç olarak ise tüketicilerin en çok nane ve kekik, en az atkuyruğu ve civanperçemi kullandığı ortaya konmuştur. ODOÜ’lerinin katkı maddesi içermemesi ve ucuz olmasından dolayı, tıbbi ve keyif amaçlı olarak tercih edildiği saptanmıştır.

Literatür araştırması neticesinde ODOÜ’lerinin ekonomik değeri, envanter çalışması, planlaması ve tüketici profilinin belirlenmesi konularında çalışmaların yapıldığı ancak toplumsal algı konusuna ilişkin çalışmaların sınırlı olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışma ile Kahramanmaraş ilinde ODOÜ’lerinin toplumsal algı düzeyi ilk defa belirlenmiş olacaktır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalara öncülük etmesi de önem arz etmektedir.

### **3. MATERYAL VE METOD**

#### **3.1. Materyal**

Bu çalışmada Kahramanmaraş il merkezinde 480 katılımcıya uygulanan anket formları birincil veri kaynağı olarak kullanılmıştır. İkincil kaynak olarak da daha önce yapılmış olan yüksek lisans ve doktora tezleri, bilimsel makaleler, bildiriler ile birlikte kurumsal istatistik verilerinden faydalanılmıştır.

##### **3.1.1 Çalışma Alanın Tanıtımı**

Kahramanmaraş ili, kuzey yarım kürenin 37°45' enlem ve 34 °40' boylamları arasında yer almaktadır. İl nüfusu 2016 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre 1 112 634 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca 14 525 km<sup>2</sup> yüz ölçümüne sahiptir. Bu alanın %34'ü ormanlık alanla kaplıdır (TÜİK, 2013). Ülkemizde tespit edilen 144 önemli bitki alanından 8'inin Kahramanmaraş'ta bulunduğu ve aynı ilde tespit edilen 2500 bitki türünden, 482'sinin endemik olduğu tespit edilmiştir ( Özhatay ve Ok, 2008).

Türkiye coğrafik konumu, jeomorfolojik yapısı ve değişik iklim tiplerinin etkisi altında olması nedeniyle zengin bir floristik yapıya sahiptir. Bunun en önemli göstergelerinden biri biyolojik çeşitliliğdir. Avrupa ve Asya kıtalarının sahip olduğu topraklar üzerinde yapılan fitocoğrafik sınıflandırmalar sonucu Türkiye; üç farklı fitocoğrafik bölgeye ayrılmıştır. Bu bölgeler; Avrupa- Sibiryaya, Akdeniz ve İran-Turan bölgeleridir (Akkaya, 2007). Kahramanmaraş ili Akdeniz flora bölgesi içerisinde yer almaktadır.

OGM 2015 yılı verilerine göre Türkiye'nin ormanlık alanı 22 342 935 ha'dır. Kahramanmaraş ise 521 413 ha ormanlık alanı ile orman alanı bakımından ülke genelinde 12. sırada yer almaktadır (OGM, 2015). Bu kadar geniş bir orman alanına sahip olması yöre halkının ormanlara ilgi duymasını sağlamıştır. Bu bakımdan araştırma alanı Kahramanmaraş olarak belirlenmiştir. Son yıllarda ODOÜ'lerinin popülaritesinin artmasına paralel olarak bu konuda çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışmaların yöre halkı üzerindeki izlenimlerini tespit etmek amacıyla böyle bir çalışma ihtiyacı doğmuştur.



## 3.2. Metod

### 3.2.1. Anket Formunun Hazırlanması

Bu çalışmada ODOÜ'lerine yönelik toplumsal algının araştırılması amacıyla, daha önce konuyla ilgili yapılan çalışmalarda kullanılmış anket formlarından yararlanılarak anket soruları oluşturulmuştur (Pak ve Berber, 2011; Kiper ve Öztürk, 2011; Boyacı, 2013; Surat ve ark. 2014). Soruların amaca uygun ve herkes tarafından anlaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ve ODOÜ tanıma, temin ve tüketim özelliklerine dair çoktan seçmeli sorular, ikinci bölümde ise 5'li Likert ölçeği kullanılarak ODOÜ konusunda katılımcıların bilgi, tutum ve davranışlarına dönük yargılar yer almıştır.

Hazırlanan anket formları pilot çalışma olarak 20 kişi üzerinde uygulanmıştır. Soruların amaca uygun ve anlaşılabilir olduğu gözlemlenmiştir. Bunun sonucunda anket çalışması için 480 adet anket formu hazırlanmıştır.

### 3.2.2. Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi

Kahramanmaraş il merkezinde yaşayan insanlar istatistiksel olarak bu çalışmanın ana kütesini oluşturmuştur. Araştırmaya ilçe ve köyler dahil edilmemiştir. Araştırmada %95 güven düzeyi ve %5 hata kabul oranı ile aşağıdaki formül yardımı ile örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır.

$$n = \frac{Nz^2 pq}{d^2(N - 1) + z^2 pq}$$

Burada; n örneklem büyüklüğünü, N ana kütle, z belirlenen güven düzeyine göre normal dağılım tablosundan alınan z değerini (%95 güven düzeyi için 1.96), d hata payını (%5), p olayın gerçekleşme olasılığını (p=0.5), q ise gerçekleşmeme olasılığını (q=0.5) ifade etmektedir. Bu çalışmada ODOÜ'lerinin toplumsal algı düzeyi hakkında bir fikir olmadığından p ve q oranları 0.50 olarak alınmıştır (Baş, 2001).

Araştırma Kahramanmaraş il merkezi 2016 adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre ana kütle 391 939 kişi ve büyüklüğü 384 kişi olarak saptanmıştır. Örneklem büyüklüğü %25 artırılarak 480 kişi ile anket yapılması uygun görülmüştür.

### **3.2.3. Anket Çalışmalarının Gerçekleştirilmesi**

Anket çalışmaları, daha önce anket uygulaması yapmış konu hakkında bilgi sahibi olan orman mühendislerinin yardımlarıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara formları doldurmadan önce ODOÜ'lerinin ormanlarda yetişen bitkisel ürünler olduğu şeklinde kısa tanımı yapılmıştır.

Ankete katılanların ana kütleyi temsil etmesi için 09/05/2016 ile 12/07/2016 tarihleri arasında, Kahramanmaraş il merkezinin çeşitli bölgelerinde ve farklı saatlerde yapılmıştır. Anket uygulama esnasında katılımcıların istekli olmalarına, herhangi bir baskı altında olmadan gerçek düşüncelerinin ifade edilmesine özen gösterilmiştir.

### **3.2.4. Anket Verilerinin Bilgisayar Ortamına Aktarılması**

Anket çalışmaları tamamlandıktan sonra verilerin bilgisayar ortamına aktarılması için SPSS paket programından faydalanılmıştır. Veriler formata uygun olarak programa girilmiştir. Anket verilerinde herhangi bir karışıklığın önüne geçmek için formlar numaralandırılmıştır. Ayrıca insan kaynaklı hata riskini ortadan kaldırmak için veriler programa aktarılırken iki farklı kullanıcı tarafından iki farklı bilgisayar kullanılarak veri girişi gerçekleştirilmiştir.

### **3.2.5. Verilerin İstatiksel Çözümlemelerinin Yapılması**

Katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, gelir ve meslek verileri için frekans analizi uygulanmıştır. Katılımcılar yaş aralıklarına göre gruplandırılarak frekans analizi yapılmıştır. Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar frekans ve yüzde analizi ile çözümlenmiştir.

Araştırmada ODOÜ'lerine yönelik toplumsal algının tespiti için Çizelge 3.1'de verilen puanlandırma sisteminden faydalanılmıştır. Algı düzeyini tespit etmek için katılımcıların önermelere verdikleri cevaplar puanlandırılmıştır. İnsanların ODOÜ'leriyle ilgili algılama düzeyini arttırmaya yönelik kesinlikle ifadesi içeren cevaplara 2 puan diğer durumda ise 1 puan verilmiştir. Bir fikir belirtilmeyen ve olumsuz yönde olan cevaplara da puan verilmemiştir. Ankete katılanların ODOÜ ile ilgili algı düzeyini belirlemek için kullanılan ölçek ve puanlandırma sistemi Çizelge 3.1'de verilmiştir.

Katılımcıların algı düzeyi ile cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve meslek grupları değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla tanımlayıcı ve açıklayıcı çapraz karşılaştırma ve Ki- Kare bağımsızlık testi yapılmıştır.

Çizelge 3.1. Algı Düzeyi Puanlandırma Çizelgesi

Yargılar		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ'leriyle ilgili çalışmalarının yeterli olduğunu düşünüyorum	2	1	0	0	0
2	ODOÜ'leri orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağıdır	0	0	0	1	2
3	Kahramanmaraş ormanları ODOÜ'leri bakımından zengin kaynaklara sahiptir	0	0	0	1	2
4	ODOÜ'leri toplumun ormanlara olan ilgisini arttırmaktadır	0	0	0	1	2
5	ODOÜ'lerinin sağlıklı ürünler olduğunu düşünüyorum	2	1	0	0	0
6	ODOÜ'lerinin herhangi bir kurum tarafından sertifika sahibidir	0	0	0	1	2
7	ODOÜ'leri konusunda yeterli bilgilendirme yapılmıyor	2	1	0	0	0
8	ODOÜ'lerinin kullanım amaç ve yöntemi hakkında yeterli düzeyde bilgiye	0	0	0	1	2
9	ODOÜ'leri kozmetik, tıp, gıda vb. sektörlerde etken madde olarak kullanılmaktadır	0	0	0	1	2
10	ODOÜ'leri konusunda eğitim almak isterim	0	0	0	1	2
11	ODOÜ'lerinin üretimi için devlet teşviği sağlanırsa üretim yapmak isterim	0	0	0	1	2
12	ODOÜ'lerinin pazar alanı ve satış koşulları yeterli değildir	2	1	0	0	0
13	ODOÜ'lerinin üretim ve satış esasları devlet kontrolünde olmalıdır.	0	0	0	1	2
14	ODOÜ'lerinin üretim miktarının artırılması gerekmektedir	0	0	0	1	2
15	OGM'nin ODOÜ'leri konusunda yaptığı çalışmaları takip ediyorum	0	0	0	1	2
16	ODOÜ'lerine ulaşmakta zorluk çekiyorum	2	1	0	0	0
17	ODOÜ'lerinin fiyatının yüksek olduğunu düşünüyorum	2	1	0	0	0
18	ODOÜ'leriyle ilgili OGM bünyesinde çalışan teknik personel sayısının artırılması gerekmektedir	0	0	0	1	2
19	ODOÜ üretim ve pazarlama sürecinin özel bir şirket tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum.	2	1	0	0	0
20	ODOÜ konusunda farkındalık çalışmaları yapacak dernek, vakıf gibi sivil toplum kuruluşları kurulmalıdır.	0	0	0	1	2

Puanlamaya göre katılımcıların alabileceği en yüksek puan 40 en düşük puan ise 0 (sıfır) olarak belirlenmiştir. Katılımcıların algı düzeyi; düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç ayrı kategori şeklinde belirlenmiştir. Katılımcıların alabileceği en yüksek puan olan 40, üç gruba bölünmüştür. Ortalama değer 13 kabul edilerek aşağıdaki çizelge oluşturulmuştur. Puan aralıklarına göre algı düzeyleri Çizelge 3.2' de sunulmuştur.

Çizelge 3.2. Algı Düzeyi Puan Aralıkları

<b>Algı Düzeyi</b>	<b>Puan</b>
Yüksek	27-40
Orta	14-26
Düşük	0-13

## 4. BULGULAR ve TARTIŞMALAR

### 4.1. Ankete Katılanların Demografik ve Sosyo-Ekonomik Özelliklerine İlişkin Bulgular

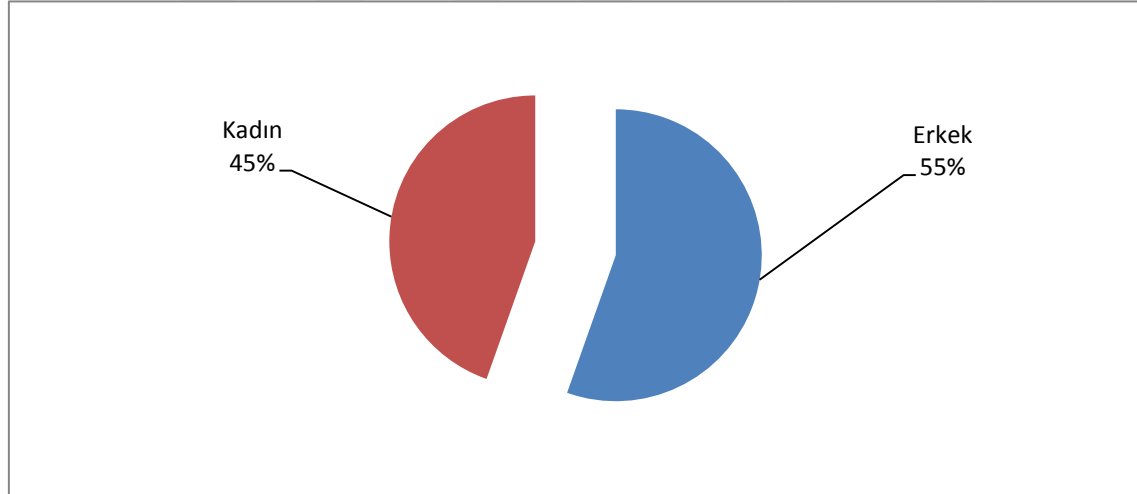
Ankete katılanların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre dağılımları frekans ve yüzde oranlarıyla birlikte alt başlıklar halinde özetlenmiştir.

#### 4.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Durumu

Ankete katılanların cinsiyetlerine göre dağılımı Çizelge 4.1’de özetlenmiş ve Şekil 4.1’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.1.Katılımcıların Cinsiyet Durumu

Cinsiyet	N	%
Erkek	266	55.4
Kadın	214	44.6



Şekil 4.1. Katılımcıların Cinsiyet Durumu

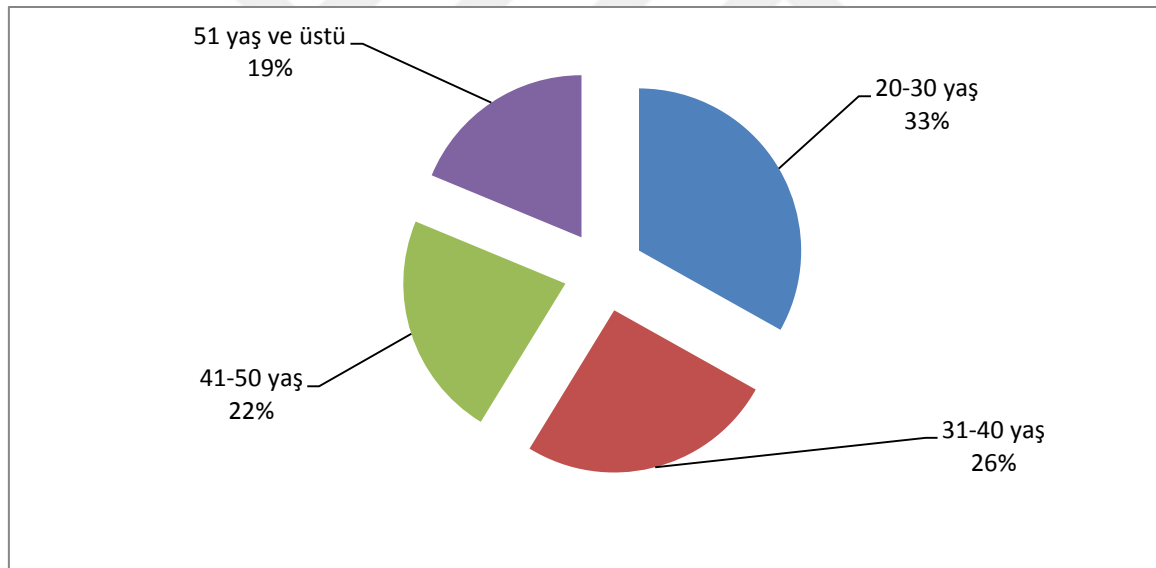
Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, Kahramanmaraş il merkezinde toplam 480 katılımcıyla anket çalışması gerçekleştirildiği, katılımcıların %55,4’ünün erkek, %44,6’sının kadın olduğu tespit edilmiştir. Bu oranların, Kahramanmaraş nüfusunun kadın/erkek oranıyla benzerlik gösterdiği görülmektedir (TÜİK, 2016). Bu da oluşturulan örneklemin ana kütleyi doğru yansıttığını göstermektedir. Şekil 4.1’de belirtilen bilgilere göre erkek katılımcıların ankete daha fazla ilgi gösterdikleri anlaşılmaktadır.

#### 4.1.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılımı

Ankete katılanların oluşturulan yaş gruplarına göre dağılımı Çizelge 4.2’de özetlenmiş ve Şekil 4.2’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.2.Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılımı

Yaş Grupları	N	%
20-30	159	33.1
31-40	123	25.6
41-50	108	22.5
51 yaş ve üzeri	90	18.8



Şekil 4.2 Katılımcıların Yaş Gruplarına Dağılımı

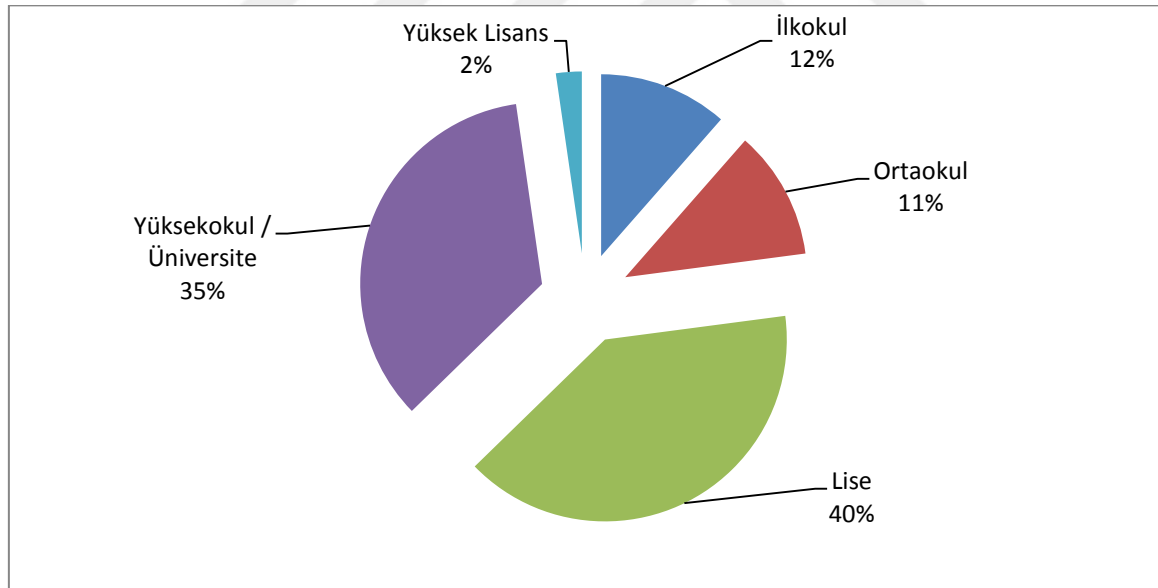
Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, katılımcıların yaş aralığı bakımından %33.1’inin 20-30, %25.6’sının 30-40, %22.5’inin 40-50 ve %18.8’inin 51 yaş ve üstü olduğu, ayrıca yaş ortalamasının 38 olduğu tespit edilmiştir. Şekil 4.2 incelendiğinde 20-30, 31-40, 41-50 ve 51 yaş üstü bireylerin ankete yaklaşık olarak sırayla dağılım gösterdiği, fakat 20-30 yaş grubundaki bireylerin %33.1 ile en fazla ankete katılan yaş grubu olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre gençlerin daha fazla ankete katılma eğiliminde olduğu dikkat çekmektedir.

#### 4.1.3. Katılımcıların Eğitim Durumu

Ankete katılanların eğitim durumlarına göre dağılımı Çizelge 4.3’de özetlenmiş ve Şekil 4.3’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.3. Katılımcıların Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	N	%
İlkokul	55	11.5
Ortaokul	55	11.5
Lise	191	39.7
Yüksekokul/ Üniversite	168	35.0
Yüksek Lisans	11	2.3



Şekil 4.3 Katılımcıların Eğitim Durumu

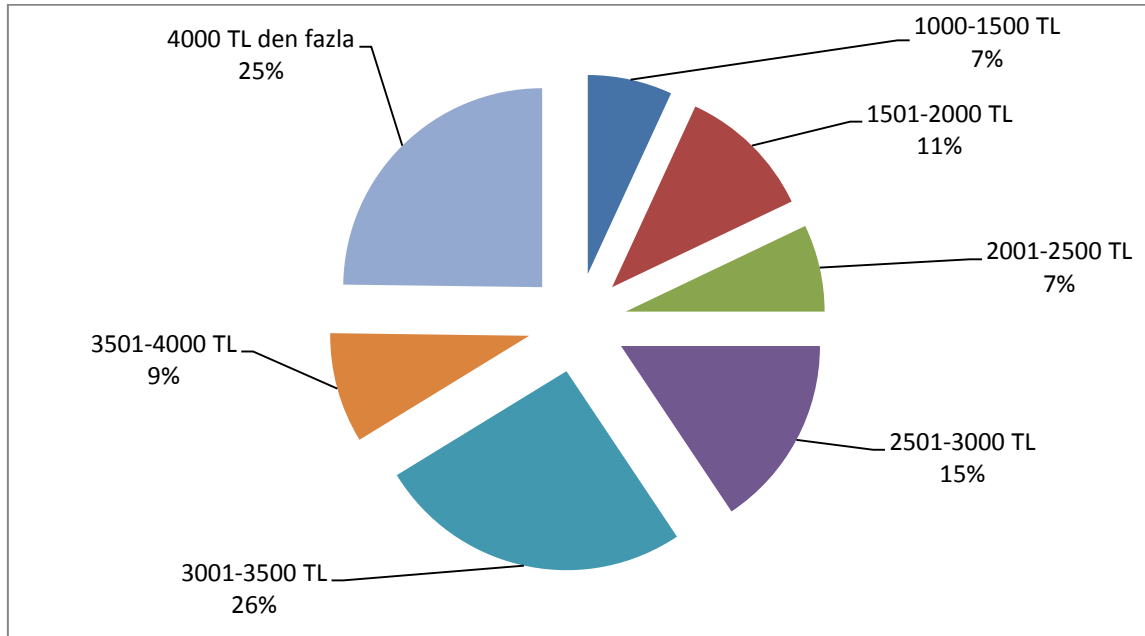
Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, katılımcıların %11.5’inin ilkokul, %11.5’inin ortaokul, %39.7’sinin lise, %35.0’inin yüksekokul/üniversite ve %2.3’ünün yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, ankete katılanların yoğunluklu olarak lise veya yüksekokul/üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

#### 4.1.4. Katılımcıların Aylık Gelir Durumu

Ankete katılanların aylık gelir durumlarına göre dağılımı Çizelge 4.4’de özetlenmiş ve Şekil 4.4’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.4 Katılımcıların Gelir Durumu

Gelir Grupları	N	%
1000- 1500 TL	33	6.9
1501- 2000 TL	53	11.0
2001- 2500 TL	34	7.1
2501- 3000 TL	75	15.6
3001- 3500 TL	123	25.6
3501- 4000 TL	43	9.0
4000 TL den fazla	119	24.8



Şekil 4.4. Katılımcıların Gelir Durumu



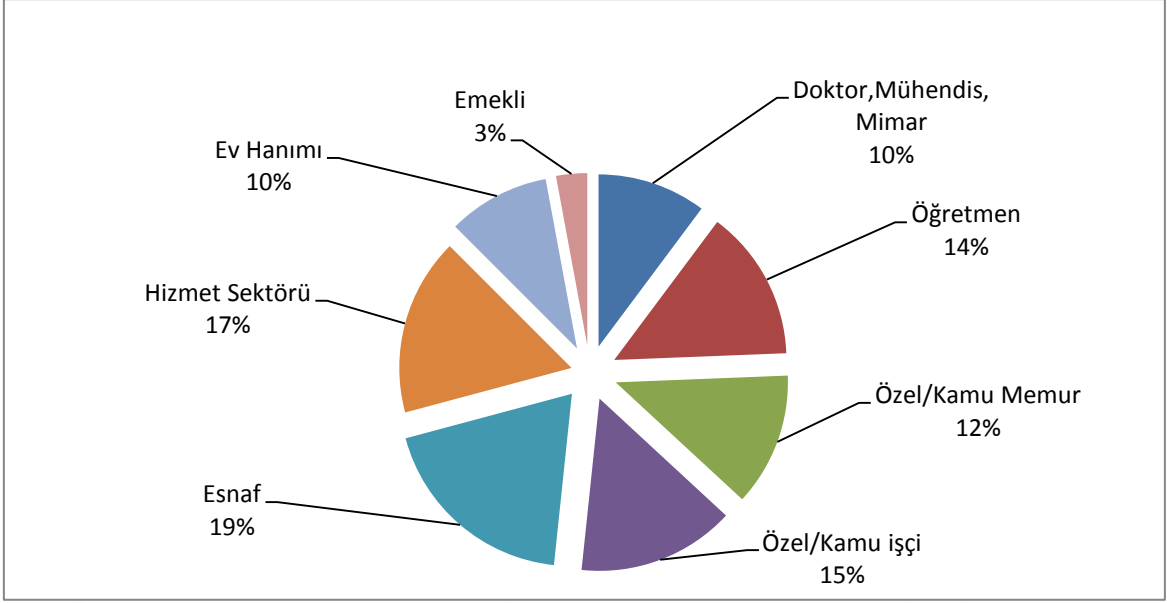
Çizelge 4.4 ve şekil 4.4 incelendiğinde, ankete katılanların %6.9'unun 1000-1500 TL, %11.0'inin 1501-2000 TL, %7.1'inin 2001-2500 TL, %15.6'sının 2501-3000 TL, %25.6'sının 3001-3500 TL, %9.0'unun 3501-4000 TL ve %24.8'inin 4000 TL den fazla aylık gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Görüldüğü gibi ankete katılanların %60'ının gelirinin 3000 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir.

#### 4.1.5. Katılımcıların Meslek Durumu

Ankete katılanların meslek durumlarına göre dağılımı Çizelge 4.5'de özetlenmiş ve Şekil 4.5'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.5. Katılımcıların Meslek Durumu

Meslek	N	%
Doktor, Mühendis, Mimar	49	10.2
Öğretmen	68	14.2
Kamu Memur	60	12.5
Özel / Kamu İşçi	71	14.7
Esnaf	92	19.2
Hizmet Sektörü	80	16.7
Ev Hanımı	46	9.6
Emekli	14	2.9



Şekil 4.5. Katılımcıların Meslek Durumu

Çizelge 4.5 ve Şekil 4.5’de belirtildiği üzere, katılımcıların mesleki gruplara göre dağılımları; %10.2’sinin doktor – mühendis – mimar grubunda, %14.2’sinin öğretmen, %12.5’inin kamu memur, %14.7’sinin özel/kamu işçi, %19.2’sinin esnaf, %16.7’sinin hizmet sektörü, %9.6’sının ev hanımı ve %2.9’unun emekli olduğu saptanmıştır. Emekliler hariç tutulduğunda, meslek grupları yaklaşık olarak oransal açıdan eşit dağılmaktadır.

## 4.2. Ankete Katılanların Odun-Dışı Orman Ürünlerini Tanımalarına İlişkin Bulgular

### 4.2.1. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bilinirliğine İlişkin Bulgular

Ankete katılanların ODOÜ olarak tanıdıkları ürünleri tespit etmek amacıyla, kendilerine sunulan bir liste içerisinde duyduğu, bildiği veya kullandığı ürünleri işaretlemeleri istenmiş ve elde edilen bulgular Çizelge 4.6.’da özetlenmiştir.

Çizelge 4.6. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bilinirliğine İlişkin Bulgular

Odun Dışı Orman Ürünü	N	%
Kekik	470	97.9
Adaçayı	447	93.1
Salep	434	90.4
Defne	385	80.2
Biberiye	256	53.3
Badem	219	45.6
Ceviz	204	42.5
Kozalak	168	35.0
Andız tohumu	120	25.0
Kâğıt*	96	20.0
Sarmaşık	60	12.5
Kontrplak*	10	2.1
Mobilya*	7	1.5
Kereste*	6	1.3
Laminant parke*	4	0.8

\*Odun dışı orman ürünü değildir.

Yukarıdaki çizelge incelendiğinde katılımcıların %97.9'u kekiği, %93.1'i adaçayını, %90.4'ü salebi, %80.2'si defneyi, %53.3'ü biberiyeyi, %45.6'sı bademi, %42.5'i cevizi, %35.0'i kozalağı, %25.0'i andız tohumunu, %20.0'si kâğıdı, %12.5'i sarmaşığı, %2.1'i kontrplağı, %1.5'i mobilyayı, %1.3'i keresteyi ve %0.8'i laminant parkeyi ODOÜ olarak tanımlamıştır. Katılımcılara birden fazla şıkkı işaretleyebileceği ifade edilmiştir. Bu önermede yer alan ürünler 2886 kez katılımcılar tarafından seçilmiştir. Bu seçimlerin 123 (%4.2) tanesinin ODOÜ olmadığı anlaşılmıştır.

Cömert ve Dinç (2014) tarafından yapılan bir başka çalışmada şifalı bitkilerin gençler arasında bilinirliğini araştırmak amacıyla 285 öğrenciye anket uygulanmıştır. Turizm fakültesi öğrencilerine yapılan anket neticesinde ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun ülkemizde yetişen bitkiler hakkında bilgi sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin en çok bildikleri bitkilerin; böğürtlen (%98.2), kekik (%97.9) ve badem (%96.8) olduğu görülmektedir. Çiriş otu (%23.9), gül hatmi (%25.3) ve pelin otu (%28.8) bitkilerinin ise en az bilinen bitkiler olduğu görülmektedir. Çalışmanın farklı bir ilde yapılmış olması nedeniyle bilinen bitkiler de farklılık göstermektedir. Kahramanmaraş'ta yapılan bu çalışmada ise, en fazla bilinen ürünler kekik (%97.9), adaçayı (%93.1) ve salep (%90.4) olmuştur.

#### 4.2.2. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkındaki Bilginin Kaynağına İlişkin Bulgular

Ankete katılanların ODOÜ'leri hakkındaki bilgi kaynaklarını tespit etmek için, sahip oldukları bilgilerini nereden öğrendikleri sorulmuş ve alınan cevaplar sayı ve frekanslarıyla birlikte Çizelge 4.7'de sunulmuştur.

Çizelge 4.7. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkında Bilgi Kaynağına İlişkin Bulgular

Bilgi kaynakları	N	%
Televizyon	323	67.3
İnternet	101	21.0
Okul	81	16.9
Aile	79	16.5
Arkadaş	59	12.3
Kitap	40	8.3
Gazete	22	4.6
Dergi	4	0.8

Yukarıdaki çizelge incelendiğinde katılımcıların ODOÜ ile ilgili bilgiye %67.3'ü televizyondan, %21.0'i internetten, %16.9'u okuldan, %16.5'i aileden, %12.3'ü arkadaştan, %8.3'ü kitaptan, %4.6'sı gazeteden ve %0.8'i dergiden ulaştığı anlaşılmaktadır. Katılımcılara birden fazla şıkkı işaretleyebileceği ifade edilmiştir. Ankete katılanların büyük bir çoğunluğu (%67.3) ODOÜ hakkında bilgi kaynağı olarak televizyondan yararlanmaktadır. Bilgi kaynağı olarak ikinci sırayı internet (%21) alırken, üçüncü sırada okullar (%16.9) bilgi kaynağı olarak tercih edilmiştir.

Arslan ve ark. (2016) tarafından yapılan benzer bir çalışmada bilgi kaynağı olarak %61 ile yakın çevre ilk sırada yer almıştır. Çalışmaya katılanların %60'ının televizyonu, %58'inin ise interneti bilgi kaynağı olarak tercih ettiği belirtilmiştir. Görüldüğü gibi her iki çalışmada da elde edilen sonuçlar benzerlik göstermektedir.

#### 4.2.3. Odun Dışı Orman Ürünleri Tüketim Tercihlerine İlişkin Bulgular

Ankete katılanların ODOÜ'lerini tüketip tüketmediğini tespit etmek amacıyla sorulan soruyla elde edilen bulgular Çizelge 4.8'de sunulmuştur.

Çizelge 4.8.Odun Dışı Orman Ürünleri Tüketim Tercihlerine İlişkin Bulgular

ODOÜ Tüketim Durumu	N	%
Evet	480	100
Hayır	0	0

Yukarıdaki çizelge incelendiğinde katılımcıların tamamının odun dışı orman ürünlerini tükettiği anlaşılmaktadır.

#### 4.2.4. Odun Dışı Orman Ürünleri Hakkında Bilgilendirme Tercihlerine İlişkin Bulgular

Ankete katılanların ODOÜ hakkında bilgilendirmenin nasıl yapılması gerektiği konusundaki düşünceleri Çizelge 4.9'da sunulmuştur.

Çizelge 4.9 ODOÜ Hakkında Bilgilendirme Tercihlerine İlişkin Bulgular

Bilgilendirme Aracı	N	%
TV	433	90.2
İnternet	189	39.4
Gazete	46	9.6
Sosyal medya	43	9.0
Sms	13	2.7
Dergi	3	0.6
Billboardlar	2	0.4
e-mail	1	0.2

Çizelge 4.9 incelendiğinde, ODOÜ konusunda bilgilendirme tercihi olarak katılımcıların %90.2'si TV, %39.4'ü internet, %9.6'sı gazete, %9.0'u sosyal medya, %2.7'si SMS, %0.6'sı dergi, %0.4'ü billboardlar ve %0.2'sinin e-maili tercih ettiği görülmektedir. Katılımcılara birden fazla şıkkı işaretleyebileceği ifade edilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%90.2) ODOÜ'leri ile ilgili TV'den bilgi almak istediğini ifade etmektedir. %39.4'ü ise internet aracılığıyla ODOÜ'leri hakkında bilgi edinmek istemektedir.

#### 4.2.5. Odun Dışı Orman Ürünleri Temin Yerlerine İlişkin Bulgular

Ankete katılan ve lerini tüketen insanların tükettikleri ODOÜ'lerini nereden temin ettiklerini belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar Çizelge 4.10. da sayı ve frekanslarıyla sunulmuştur.

Çizelge 4.10.Odun Dışı Orman Ürünleri Temin Yerlerine İlişkin Bulgular

Temin Yeri	N	%
Aktarlar	355	74.0
Market	182	37.9
Pazarlar	150	31.3
Orman köylüsü	65	13.5

Yukarıdaki çizelge incelendiğinde, katılımcıların %74.0'ünün aktarlardan, %37.9'unun marketlerden, %31.3'ünün pazarlardan, %13.5'inin orman köylüsünden ODOÜ temin ettiği anlaşılmaktadır. Katılımcılara birden fazla şıkkı işaretleyebileceği ifade edilmiştir. Ankete katılanların en fazla ODOÜ'leri aktarlardan (%74) aldıkları görülmektedir. İkinci sırada ise %37,9 ile marketler gelmektedir. Arslan ve ark. (2016) İzmir ilinde odun dışı bitkisel orman ürünlerine yönelik tüketici tutum ve davranışlarının analizini yaptığı çalışmada ankete katılanların %35'i aktarlardan, %29'u hipermarket ve süpermarketlerden, %22'sinin semt pazarlarından odun dışı bitkisel ürünleri temin ettiği belirtilmiştir. Her iki çalışma sonucunda insanların ODOÜ'lerini temin etmek için en çok aktarları tercih ettiği anlaşılmıştır. Bu sonucun aktar dükkânlarının ODOÜ ticaretinin etkin olarak yapıldığı iş yerleri olmasından ve aktarların bu ürünlerden farklı karışımlar hazırlayarak yeni bir ürün ortaya çıkarmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

### 4.3. Katılımcıların Odun-Dışı Orman Ürünlerine Yönelik Algı Düzeyine İlişkin Bulgular

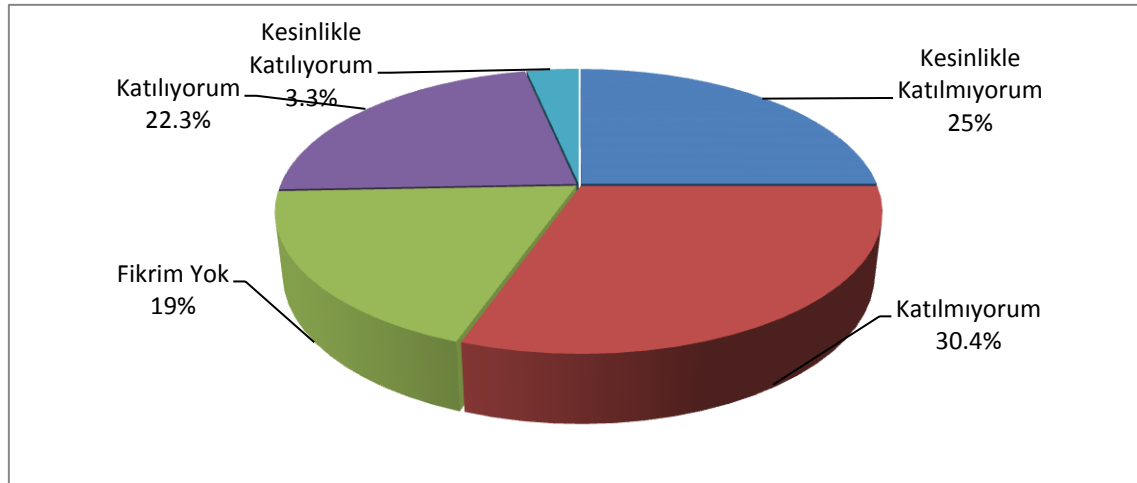
Ankete katılanların ODOÜ'ler ile ilgili algı düzeylerini belirlemek amacıyla oluşturulan sorulara ilişkin olarak elde edilen bulgular alt başlıklar halinde sunulmuştur.

#### 4.3.1. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleriyle İlgili Çalışmalar Hakkındaki Düşünceleri

Ankete katılanların OGM tarafından ülke genelinde yapılan ODOÜ konusundaki çalışmaların yeterli olup olmadığıyla ilgili düşüncelerini tespit etmek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar Çizelge 4.11'de ve Şekil 4.6'da sunulmuştur.

Çizelge 4.11. Katılımcıların OGM'nin ODOÜ Konusunda Yaptığı Çalışmalarla İlgili Düşünceleri

	N	%	
Orman Genel Müdürlüğü'nün odun dışı orman ürünleriyle ilgili çalışmalarının yeterli olduğunu düşünüyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	120	25.0
	Katılmıyorum	146	30.4
	Fikrim Yok	91	19.0
	Katılıyorum	107	22.3
	Kesinlikle Katılıyorum	16	3.3



Şekil 4.6. OGM'nin Odun Dışı Orman Ürünleri Çalışmalarına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.11 ve Şekil 4.6 incelendiğinde OGM'nin odun dışı orman ürünleriyle ilgili çalışmalarının yeterli olduğunu düşünüyorum önermesine, katılımcıların %25.0'i kesinlikle katılmıyorum, %30.4'ü katılmıyorum, %19.0'u fikrim yok, %22.3'ü katılıyorum ve %3.3'ü kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ankete katılanların %55'i OGM'nin ODOÜ'leriyle ilgili olarak ülke genelinde yaptığı çalışmaların yeterli olmadığını düşünmektedir. Bu durumun OGM'nin konuyla ilgili olarak yaptığı çalışmaları topluma tanıtmak için gerekli halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmalarına yeteri kadar önem vermediği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

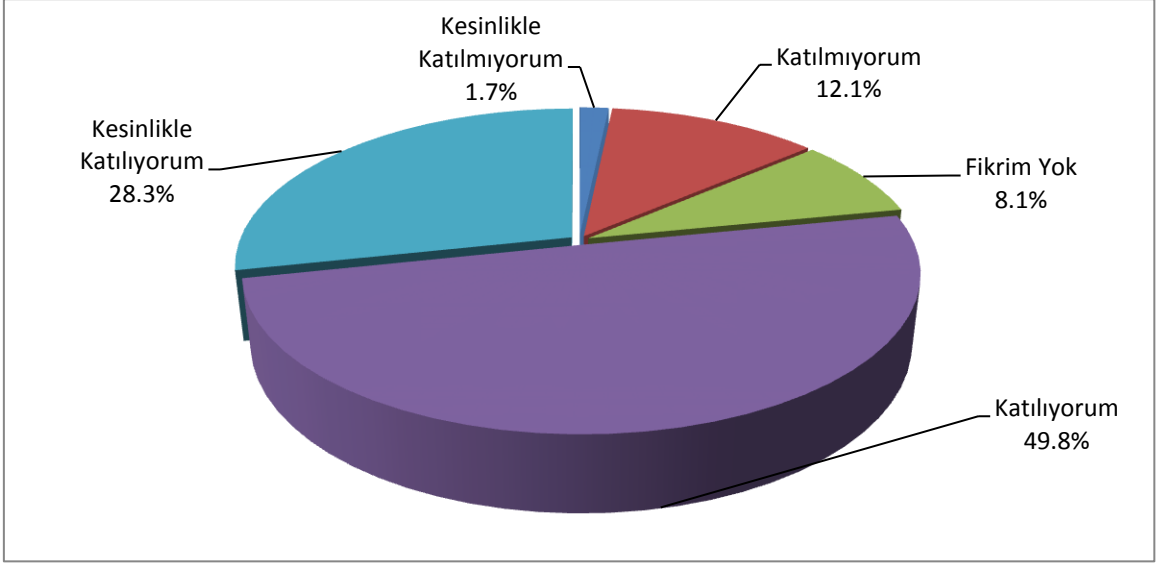
#### 4.3.2. Katılımcıların ODOÜ'lerinin Orman Köylüsüne Gelir Sağladığına İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların ODOÜ'lerinin orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağı olması konusundaki düşüncelerini tespit etmek için sorulan soruya alınan yanıtlar Çizelge 4.12'de ve Şekil 4.7'de sunulmuştur.

Çizelge 4.12. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Orman Köylüsüne Gelir Sağlama Durumuna İlişkin Bulgular

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağıdır	Kesinlikle Katılmıyorum	8	1.7
	Katılmıyorum	58	12.1
	Fikrim Yok	39	8.1
	Katılıyorum	239	49.8
	Kesinlikle Katılıyorum	136	28.3





Şekil 4.7. Odun Dışı Orman Ürünleri Orman Köylüsüne Gelir Sağlama Durumuna İlişkin Bulgular

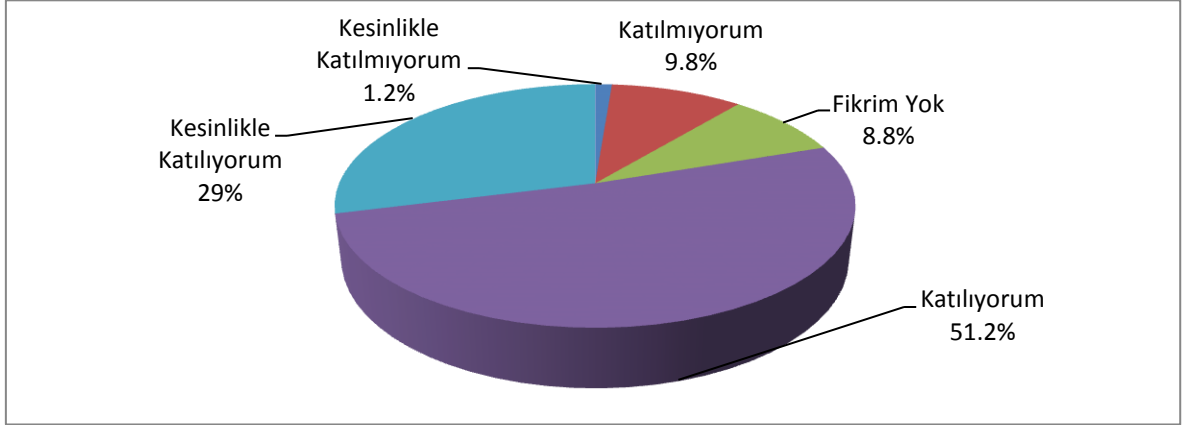
Çizelge 4.12 ve Şekil 4.7 incelendiğinde odun dışı orman ürünleri orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağıdır önermesine; katılımcıların %1.7'i kesinlikle katılmıyorum, %12.1'i katılmıyorum, %8.1'i fikrim yok, %49.8'i katılıyorum ve %28.3'ü kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Ankete katılanların %78.1'i ODOÜ'lerinin orman köylüsüne gelir sağladığını ifade etmektedir. Ülkemizde yapılan benzer çalışmalarda da odun dışı orman ürünlerinin hem kırsal bölgelerin ekonomisine hem de ülke ekonomisine katkı sağladığına ilişkin tespitler söz konusudur (Alkan ve Toksoy, 2008; Altunel, 2012; Kurt ve ark, 2016).

#### 4.3.3. Katılımcıların Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Zengin Kaynaklara Sahip Olduğuna İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların Kahramanmaraş ormanlarının ODOÜ bakımından zengin kaynaklara sahip olduğuna ilişkin düşüncelerini tespit etmek için sorulan soruya alınan cevaplar Çizelge 4.13'de ve Şekil 4.8'de sunulmuştur.

Çizelge 4.13. Katılımcıların Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Durumuna İlişkin Düşünceleri

	N	%	
Kahramanmaraş ormanları odun dışı orman ürünleri bakımından zengin kaynaklara sahiptir	Kesinlikle Katılmıyorum	6	1.2
	Katılmıyorum	47	9.8
	Fikrim Yok	42	8.8
	Katılıyorum	246	51.2
	Kesinlikle Katılıyorum	139	29.0



Şekil 4.8. Katılımcıların Kahramanmaraş Ormanlarının ODOÜ Bakımından Durumuna İlişkin Düşünceleri

Çizelge 4.13 ve Şekil 4.8 incelendiğinde Kahramanmaraş ormanları odun dışı orman ürünleri bakımından zengin kaynaklara sahiptir önermesine katılımcıların %1.2'si kesinlikle katılmıyorum, %9.8'i katılmıyorum, %8.8'i fikrim yok, %51.2'si katılıyorum ve %29.0'u kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir.

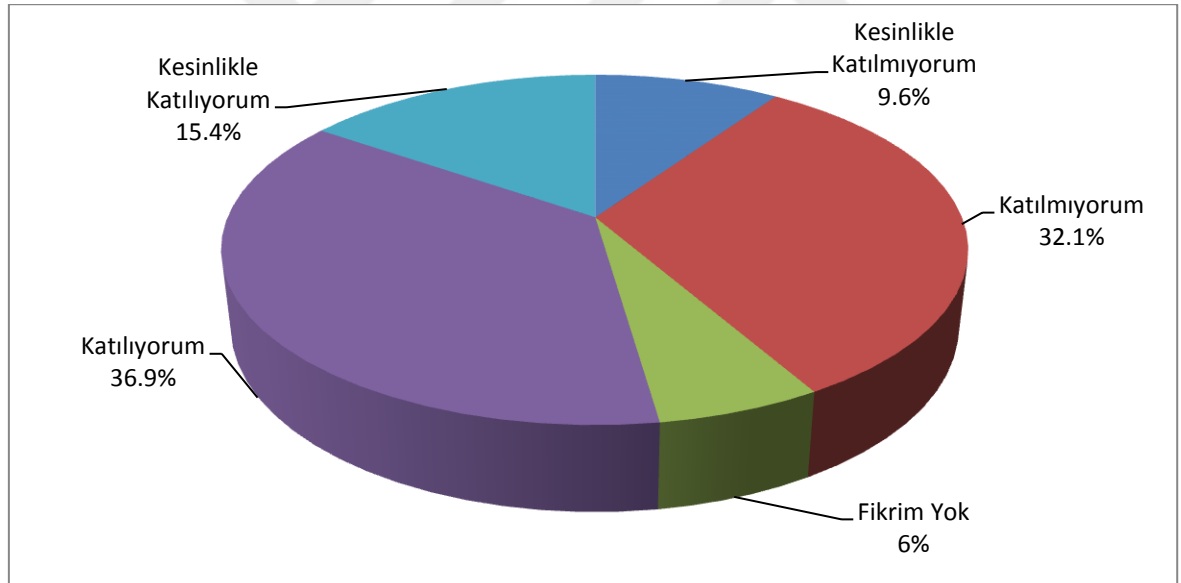
Katılımcıların büyük bir kısmı (%80.2'si) Kahramanmaraş ilinin odun dışı orman ürünleri bakımından zengin kaynaklara sahip olduğunu düşünmektedir. Kahramanmaraş ilinin orman varlığı göz önüne alındığında, ilin orman varlığının %35 olduğu görülmektedir. Türkiye ortalamasıyla (%27.2) karşılaştırıldığında Kahramanmaraş'ın orman varlığının bir hayli yüksek olduğu ve odun dışı ürünler yönünden de zengin kaynaklara sahip olduğu görülmektedir (Serin ve Ünaldı, 2014).

#### 4.3.4. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırdığına İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların odun dışı orman ürünlerinin, toplumun ormanlara olan ilgisini arttırmaktadır önermesine verdikleri yanıtlar Çizelge 4.14’de ve Şekil 4.9’da sunulmuştur.

Çizelge 4.14.Odun Dışı Orman Ürünleri Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırma Durumuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri toplumun ormanlara olan ilgisini arttırmaktadır	Kesinlikle Katılmıyorum	46	9.6
	Katılmıyorum	154	32.1
	Fikrim Yok	29	6.0
	Katılıyorum	177	36.9
	Kesinlikle Katılıyorum	74	15.4



Şekil 4.9. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Toplumun Ormanlara İlgisini Arttırdığına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

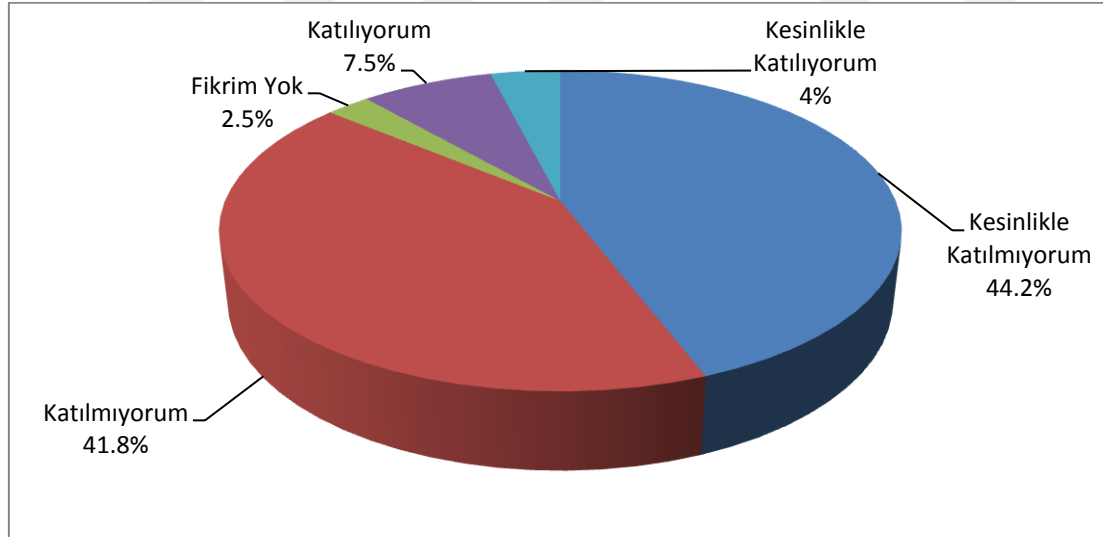
Çizelge 4.14 ve Şekil 4.9 incelendiğinde, “odun dışı orman ürünleri toplumun ormanlara olan ilgisini arttırmaktadır” önermesine katılımcıların %9,6’sı kesinlikle katılmıyorum, %32,1’i katılmıyorum, %6,0’sı fikrim yok, %36,9’u katılıyorum ve %15,4’ü kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Katılımcıların %52,3’ü odun dışı orman ürünlerinin toplumun ormana olan ilgisini arttırdığını düşünürken, %41,7’si bahse konu ürünlerin insanlar üzerinde ormanlara karşı ilgi uyandırmadığını düşünmektedir.

#### 4.3.5. Katılımcıların ODOÜ'lerinin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların “odun dışı orman ürünlerinin sağlıksız ürünler olduğunu düşünüyorum” şeklindeki düşünceye verdikleri yanıtlar Çizelge 4.15’de ve Şekil 4.10’da sunulmuştur.

Çizelge 4.15. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünlerinin sağlıksız ürünler olduğunu düşünüyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	212	44.2
	Katılmıyorum	201	41.8
	Fikrim Yok	12	2.5
	Katılıyorum	36	7.5
	Kesinlikle Katılıyorum	19	4.0



Şekil 4.10. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sağlıksız Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.15 ve Şekil 4.10 incelendiğinde odun dışı orman ürünlerinin sağlıksız ürünler olduğunu düşünüyorum önermesine katılımcıların %44.2’si kesinlikle katılmıyorum, %41.8’i katılmıyorum, %2.5’i fikrim yok, %7.5’i katılıyorum ve %4.0’ü kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Katılımcıların %86.0’sı

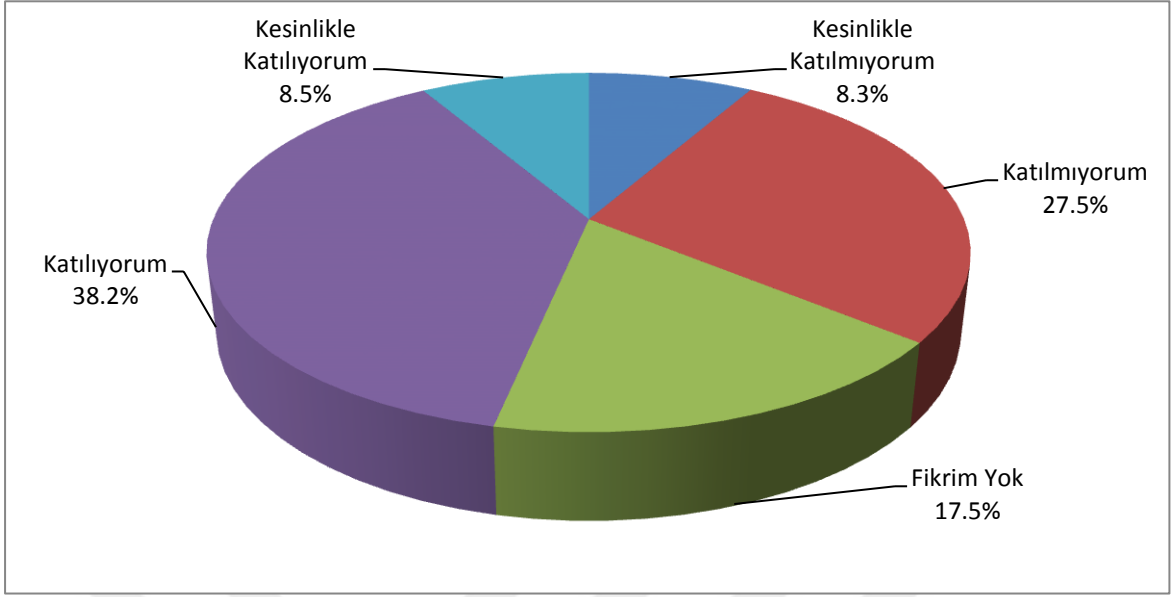
ODOÜ'lerin sağlıklı olduğunu düşünmektedir. Arslan ve ark. (2016)'nin yaptığı çalışmada 5'li likert ölçeğine göre verilen yanıtlar değerlendirilerek bir sıralama yapılmıştır. ODBOÜ tercih etme nedenleri arasında doğal ürünler olması seçeneği ilk sırada, lezzetli gıdalar olması seçeneği ikinci sırada, sağlıklı olduğu düşüncesi ise üçüncü sırada yer almıştır. Bu noktadan hareketle her iki çalışmada da katılımcılar ODOÜ'lerinin sağlıklı olduğu düşüncesinin yanı sıra doğal ve lezzetli ürünler olduklarını belirtmişlerdir.

#### 4.3.6. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların “odun dışı orman ürünleri herhangi bir kurum tarafından sertifika sahibidir” düşüncesine verdikleri yanıtlar Çizelge 4.16 ve Şekil 4.11’de sunulmuştur.

Çizelge 4.16. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri herhangi bir kurum tarafından sertifika sahibidir	Kesinlikle Katılmıyorum	40	8.3
	Katılmıyorum	132	27.5
	Fikrim Yok	84	17.5
	Katılıyorum	183	38.2
	Kesinlikle Katılıyorum	41	8.5



Şekil 4.11. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sertifikalı Ürünler Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.16 ve Şekil 4.11 incelendiğinde, odun dışı orman ürünleri herhangi bir kurum tarafından sertifika sahibidir önermesine katılımcıların %8.3'ü kesinlikle katılmıyorum, %27.5'i katılmıyorum, %17.5'i fikrim yok, %38.2'si katılıyorum ve %8.5'i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir.

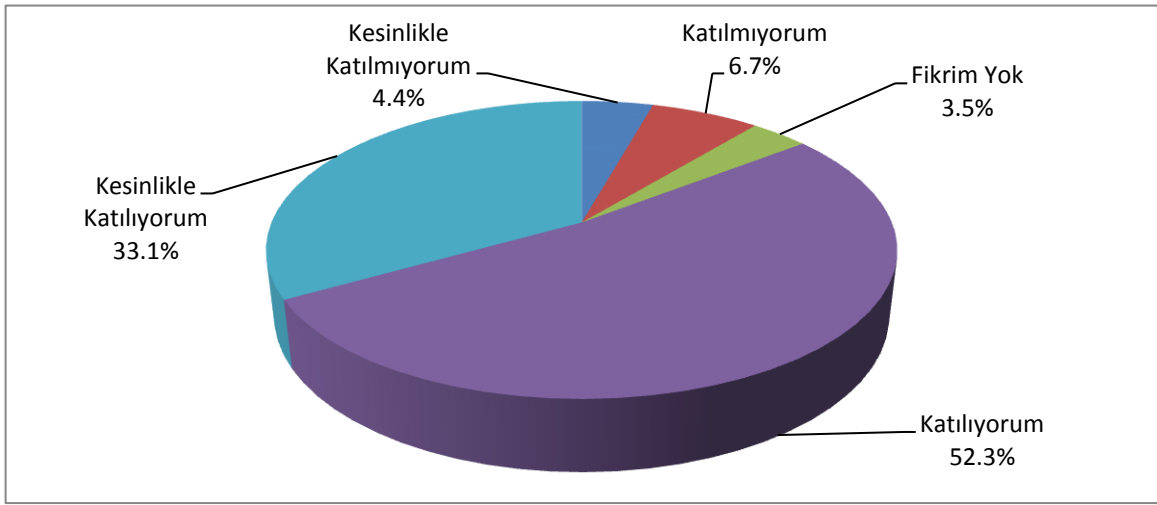
Katılımcıların %35.8'i ülkemizde odun dışı orman ürünlerinin sertifika sahibi ürünler olduğunu düşünürken, %46.7'si sertifikasız ürünler olduğunu düşünmektedir. Bu konuda halkın yeterince bilgi sahibi olmadığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir ormancılığın garanti altına alınması için sertifikasyon çalışmalarına önem verilmelidir (Coşgun ve Coşgun, 2010). Ancak ülkemizde sertifikalanmış ODOÜ bulunmamaktadır.

#### 4.3.7. Katılımcıların ODOÜ Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların ODOÜ konusunda yeterli bilgilendirme yapılmadığına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.17 ve Şekil 4.12'de sunulmuştur.

Çizelge 4.17. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri konusunda yeterli bilgilendirme yapılmıyor	Kesinlikle Katılmıyorum	21	4.4
	Katılmıyorum	32	6.7
	Fikrim Yok	17	3.5
	Katılıyorum	251	52.3
	Kesinlikle Katılıyorum	159	33.1



Şekil 4.12. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Yeterli Bilgilendirme Yapılmadığına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.17 ve Şekil 4.12 incelendiğinde odun dışı orman ürünleri konusunda yeterli bilgilendirme yapılmıyor önermesine katılımcıların %4.4'ü kesinlikle katılmıyorum, %6.7'si katılmıyorum, %3.5'i fikrim yok, %52.3'ü katılıyorum ve %33.1'i kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir.

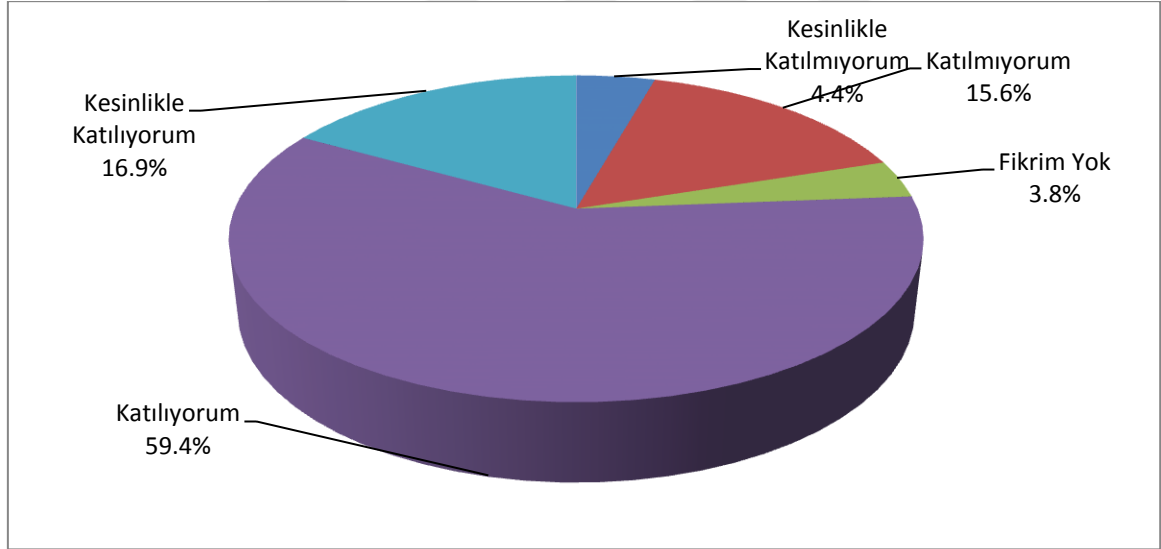
Bu bulgulara göre, ankete katılanların %85.4'ü odun dışı orman ürünleri hakkında yeterli bilgilendirme yapılmadığını düşünmemektedir. Geçmiş yıllarda yapılmış olan çalışmalarda, ODOÜ tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği (Geray, 2001; Okan ve Şafak, 2004) vurgulanmış olmasına rağmen, yeterince yapılmadığı anlaşılmaktadır. OSİB veya OGM'nin ODOÜ konusunda toplumu bilgilendirmeye yönelik çalışmaların toplumda karşılık bulmaması, bu konuda çeşitli faaliyetlerle toplumun aydınlatılması gerektiği düşünülmektedir.

#### 4.3.8. Katılımcıların ODOÜ'lerin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Hakkında Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri

Ankete katılanların ODOÜ kullanım amaç ve yöntemleri hakkında bilgisi olmalarıyla ilgili düşünceye verdikleri yanıtlar Çizelge 4.18'de ve Şekil 4.13'de sunulmuştur.

Çizelge 4.18. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri

Odun dışı orman ürünlerinin kullanım amaç ve yöntemi hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibiyim		N	%
	Kesinlikle Katılmıyorum	21	4.4
	Katılmıyorum	75	15.6
	Fikrim Yok	18	3.8
	Katılıyorum	285	59.4
	Kesinlikle Katılıyorum	81	16.9



Şekil 4.13. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Kullanım Amaç ve Yöntemleri Bilgisi Olmasına İlişkin Düşünceleri

Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, odun dışı orman ürünlerinin kullanım amaç ve yöntemi hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibiyim önermesine katılımcıların %4.4'ü kesinlikle katılmıyorum, %15.6'sı katılmıyorum, %3.8'i fikrim yok, %59.4'ü katılıyorum ve %16.9'u kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Katılımcıların %76.3'ü ODOÜ'nin kullanım amaç ve yöntemlerini bildiklerini ifade etmişlerdir. Bitkisel ürünlerin yanlış yöntemle veya aşırı dozda kullanılması hâlinde sağlık



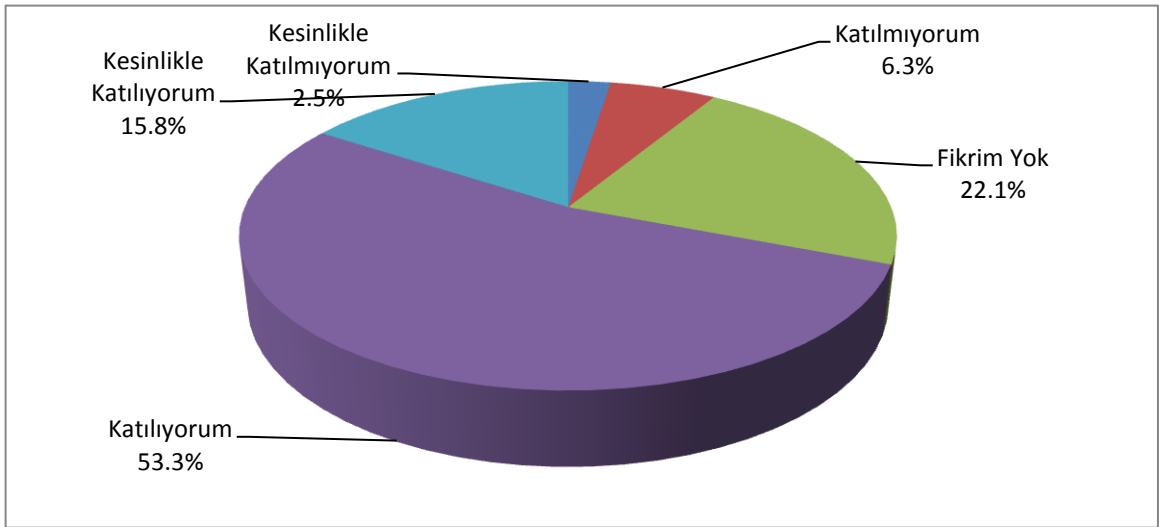
açısından fayda yerine zarar verebileceği düşünüldüğünde, ankete katılanların büyük çoğunluğunun bilgi sahibi olması önemli bir bulgudur.

#### 4.3.9. Katılımcıların ODOÜ'nün Bazı Sektörlerde Etken Madde Olduğuna İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların ODOÜ'nün bazı sektörlerde etken madde olduğuna ilişkin düşünceleri Çizelge 4.19'da ve Şekil 4.14'de sunulmuştur.

Çizelge 4.19. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bazı Sektörlerde Etken Madde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri kozmetik, tıp, gıda vb. sektörlerde etken madde olarak kullanılmaktadır	Kesinlikle Katılmıyorum	12	2.5
	Katılmıyorum	30	6.3
	Fikrim Yok	106	22.1
	Katılıyorum	256	53.3
	Kesinlikle Katılıyorum	76	15.8



Şekil 4.14. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Bazı Sektörlerde Etken Madde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.19 ve Şekil 4.14 incelendiğinde odun dışı orman ürünleri kozmetik, tıp, gıda vb. sektörlerde etken madde olarak kullanılmaktadır önermesine katılımcıların %2.5'i kesinlikle katılmıyorum, %6.3'ü katılmıyorum, %22.1'i fikrim yok, %53.3'ü katılıyorum

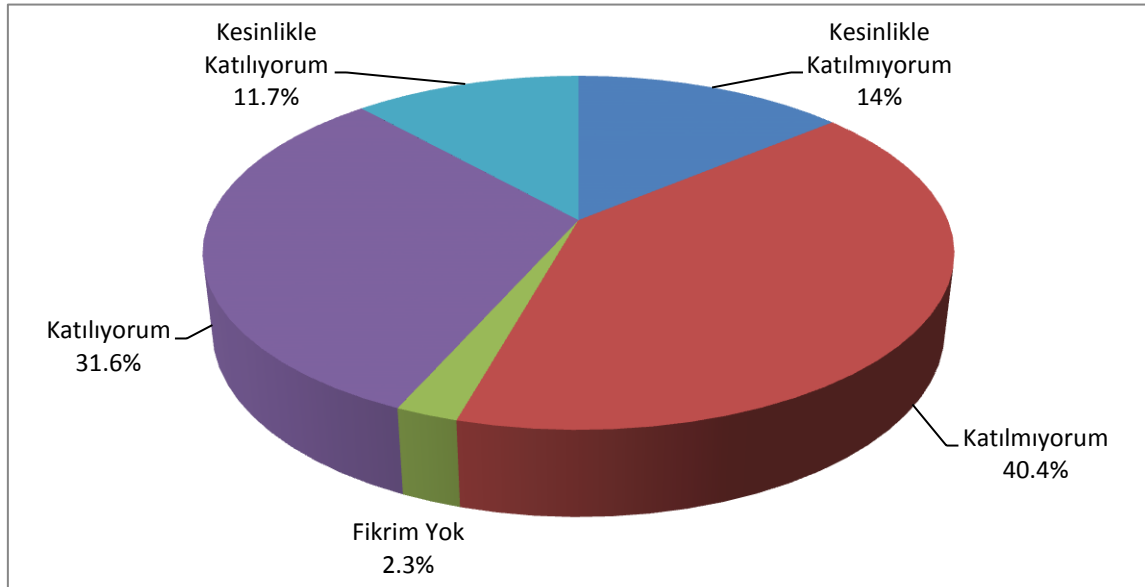
ve %15.8'i kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, ankete katılanların %71.1'i ODOÜ'nin bazı sektörlerde etken madde olarak kullanıldığını düşünmektedir. ODOÜ'lerinin özellikle ilaçların etken maddesi olduğu yapılan çalışmalarda belirtilmektedir (Özhatay ve ark., 1997). Bu çalışma ile ODOÜ'nün bazı sektörlerde etken madde olarak kullanımını fikri ankete katılanlar tarafından desteklenmiştir.

#### 4.3.10. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların ODOÜ'lerin tanınması, kullanım alanları, kullanım amaçları ve nasıl kullanılacakları gibi konularda eğitim alma isteğine ilişkin düşünceleri Çizelge 4.20'de ve Şekil 4.15'de sunulmuştur.

Çizelge 4.20. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri konusunda eğitim almak isterim	Kesinlikle Katılmıyorum	67	14.0
	Katılmıyorum	194	40.4
	Fikrim Yok	11	2.3
	Katılıyorum	152	31.6
	Kesinlikle Katılıyorum	56	11.7



Şekil 4.15. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Eğitim Alma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

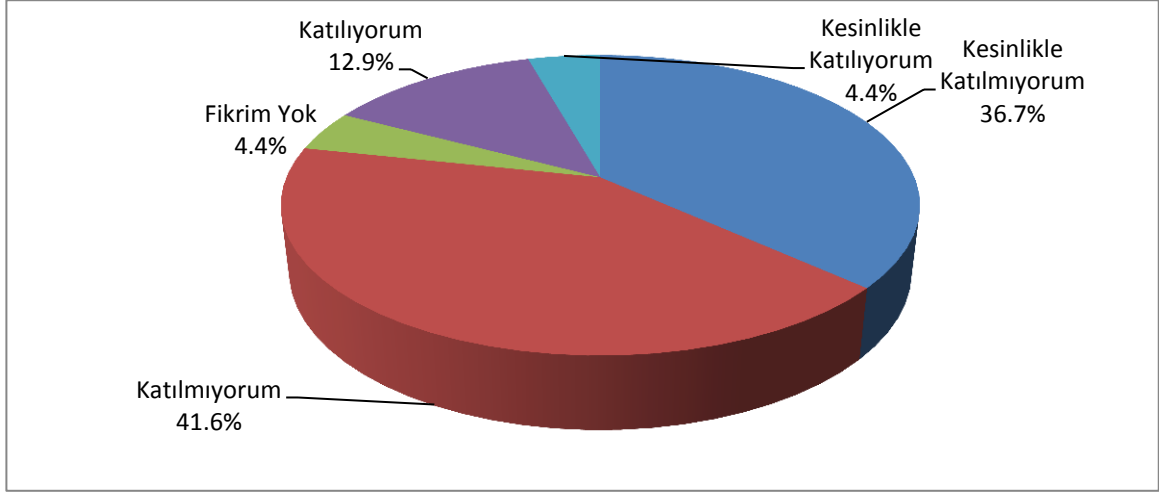
Çizelge 4.20 ve Şekil 4.15 incelendiğinde odun dışı orman ürünleri konusunda eğitim almak isterim önermesine katılımcıların %14.0'ü kesinlikle katılmıyorum, %40.4'ü katılmıyorum, %2.3'ü fikrim yok, %31.6'sı katılıyorum ve %11.7'si kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda, katılımcıların %54.4'ü ODOÜ'leri konusunda eğitim almak istememektedir. Bu durum katılımcıların büyük oranda ODOÜ'lerine karşı ilgi duymadıklarını göstermektedir.

#### 4.3.11. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerini Devlet Teşviki İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Düşünceleri

İnsanların ODOÜ'lerinin özel sektör tarafından üretilip pazarlanması konusundaki düşüncelerini tespit etmek amacıyla katılımcılara, odun dışı orman ürünlerini devlet teşviki ile üretim yapma isteği sorulmuş ve alınan yanıtlar Çizelge 4.21'de ve Şekil 4.16'da sunulmuştur.

Çizelge 4.21. Odun Dışı Orman Ürünleri Devlet Teşviki İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

		N	%
Odun dışı orman ürünleri üretimi için devlet teşviki sağlanırsa üretim yapmak isterim	Kesinlikle Katılmıyorum	176	36.7
	Katılmıyorum	200	41.6
	Fikrim Yok	21	4.4
	Katılıyorum	62	12.9
	Kesinlikle Katılıyorum	21	4.4



Şekil 4.16. Odun Dışı Orman Ürünleri Devlet Teşviki İle Üretim Yapma İsteğine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

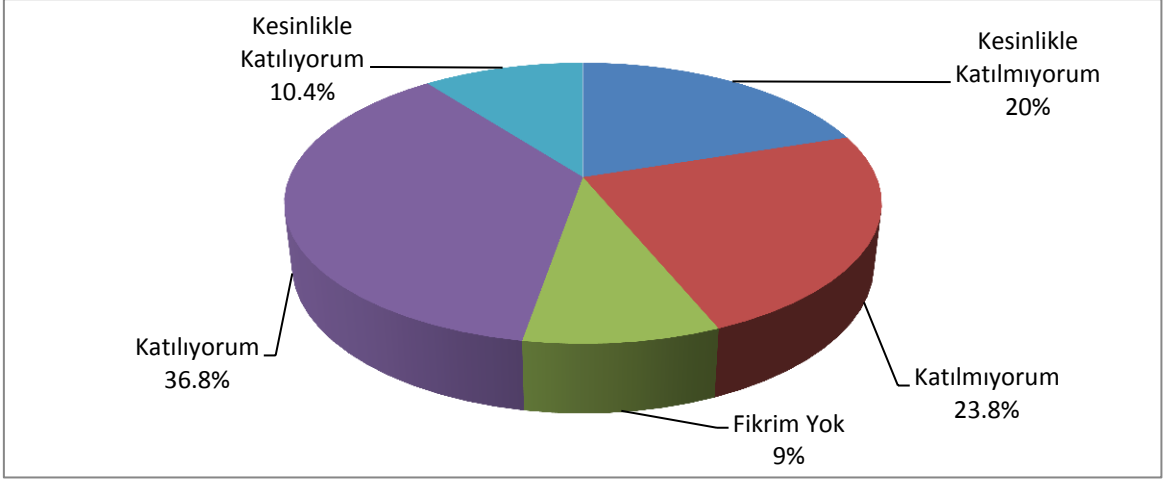
Çizelge 4.21 ve Şekil 4.16 incelendiğinde “odun dışı orman ürünleri üretimi için devlet teşviki sağlanırsa üretim yapmak isterim” önermesine katılımcıların %36.7’si kesinlikle katılmıyorum, %41.6’sı katılmıyorum, %4.4’ü fikrim yok, %12.9’u katılıyorum ve %4.4’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, katılımcıların %78.3’ü devlet teşviki ile ODOÜ üretimi yapmayı istememektedir.

#### 4.3.12. Katılımcıların ODOÜ Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Düşünceleri

Birer tüketici olarak, ankete katılanların ODOÜ’lerinin pazar alanı ve satış koşullarının yetersiz olduğu önermesi hakkındaki düşüncelerini tespit etmek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar Çizelge 4.22’de ve Şekil 4.17’de sunulmuştur.

Çizelge 4.22. Odun Dışı Orman Ürünleri Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri pazar alanı ve satış koşulları yeterli değildir	Kesinlikle Katılmıyorum	96	20.0
	Katılmıyorum	114	23.8
	Fikrim Yok	43	9.0
	Katılıyorum	177	36.8
	Kesinlikle Katılıyorum	50	10.4



Şekil 4.17. Odun Dışı Orman Ürünleri Pazar Alanı ve Satış Koşullarının Yetersiz Olduğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

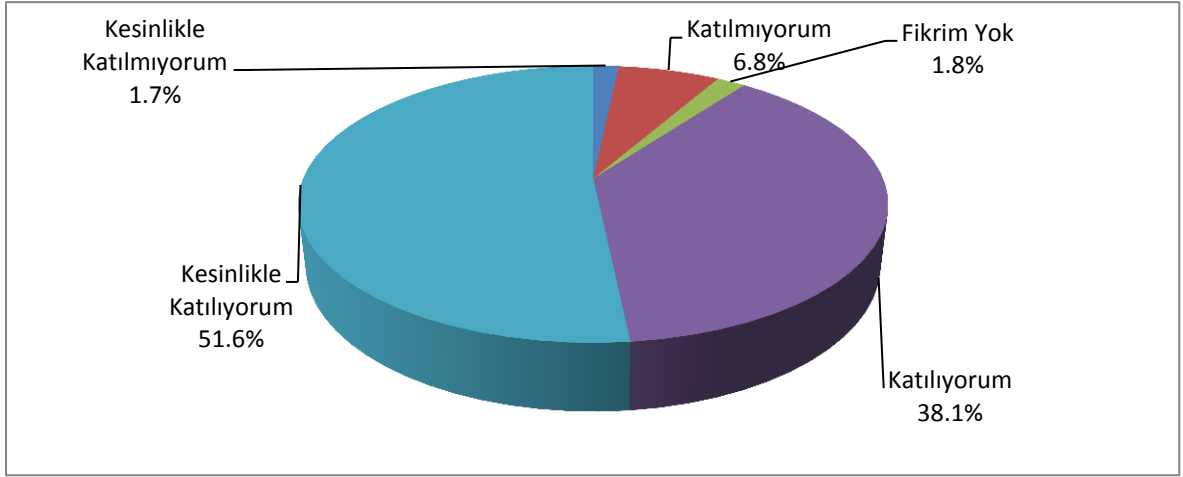
Çizelge 4.22 ve Şekil 4.17 incelendiğinde “odun dışı orman ürünleri pazar alanı ve satış koşulları yeterli değildir” önermesine katılımcıların %20.0’si kesinlikle katılmıyorum, %23.8’i katılmıyorum, %9.0’u fikrim yok, %36.8’i katılıyorum ve %10.4’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda, katılımcıların %47’si ODOÜ’lerin pazar alanı ve satış koşullarının yetersiz olduğunu düşünmektedir. Bu çalışma kapsamında ankete katılan kişilerin ODOÜ’nün pazar alanı ve satış koşullarını yetersiz bulduğu ancak devletin verdiği kredilerle bu pazar alanını geliştirmek için uğraş vermek istemedikleri de anlaşılmaktadır.

#### 4.3.13. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların odun dışı orman ürünlerinin üretim ve satış esasları devlet kontrolünde olmasına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.23’de ve Şekil 4.18’de sunulmuştur.

Çizelge 4.23. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri üretim ve satış esasları devlet kontrolünde olmalıdır	Kesinlikle Katılmıyorum	8	1.7
	Katılmıyorum	32	6.8
	Fikrim Yok	9	1.8
	Katılıyorum	183	38.1
	Kesinlikle Katılıyorum	248	51.6



Şekil 4.18. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim Ve Satış Esasları Devlet Kontrolünde Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

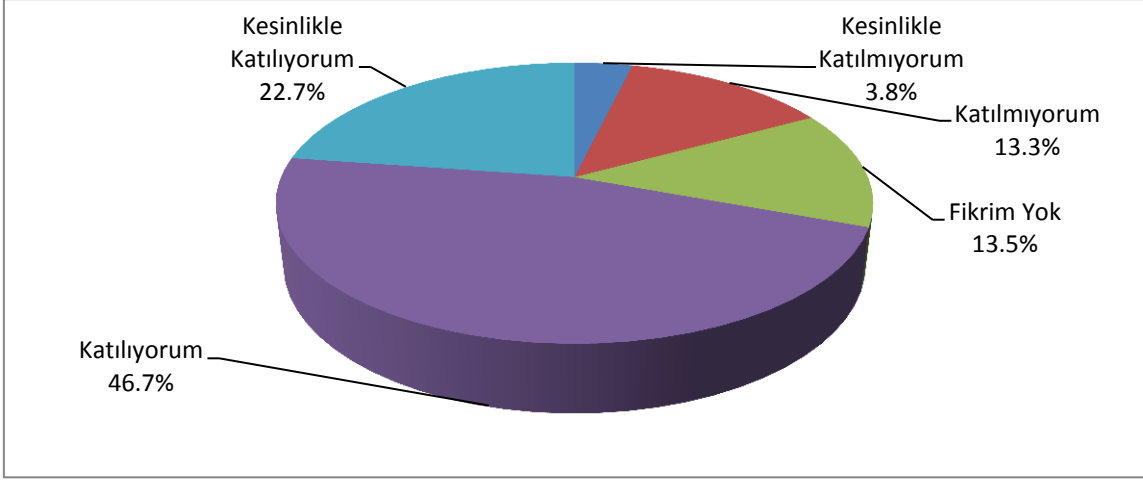
Çizelge 4.23 ve Şekil 4.18 incelendiğinde “odun dışı orman ürünleri üretim ve satış esasları devlet kontrolünde olmalıdır” önermesine katılımcıların %1.7’si kesinlikle katılmıyorum, %6.8’i katılmıyorum, %1.8’i fikrim yok, %38.1’i katılıyorum ve %51.6’sı kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, katılımcıların %89.7’si ODOÜ’lerin üretim ve satış esaslarının devlet kontrolünde olmasını istediği anlaşılmaktadır. ODOÜ’lerin üretim ve satış esasları devletin kontrolü altında olduğunda, bu kaynağın insanların kişisel gelirlerini maksimize etmek için kaynağı aşırı bir şekilde kullanarak tahrip etme girişimleri devletin belirlediği yasal çerçeve ile engellenebilmektedir.

#### 4.3.14. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimine Artmasına İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların odun dışı orman ürünlerinin üretimine artmasına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.24’de ve Şekil 4.19’da sunulmuştur.

Çizelge 4.24. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimine Artmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünlerinin üretim miktarının artırılması gerekmektedir	Kesinlikle Katılmıyorum	18	3.8
	Katılmıyorum	64	13.3
	Fikrim Yok	65	13.5
	Katılıyorum	224	46.7
	Kesinlikle Katılıyorum	109	22.7



Şekil 4.19. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretimine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

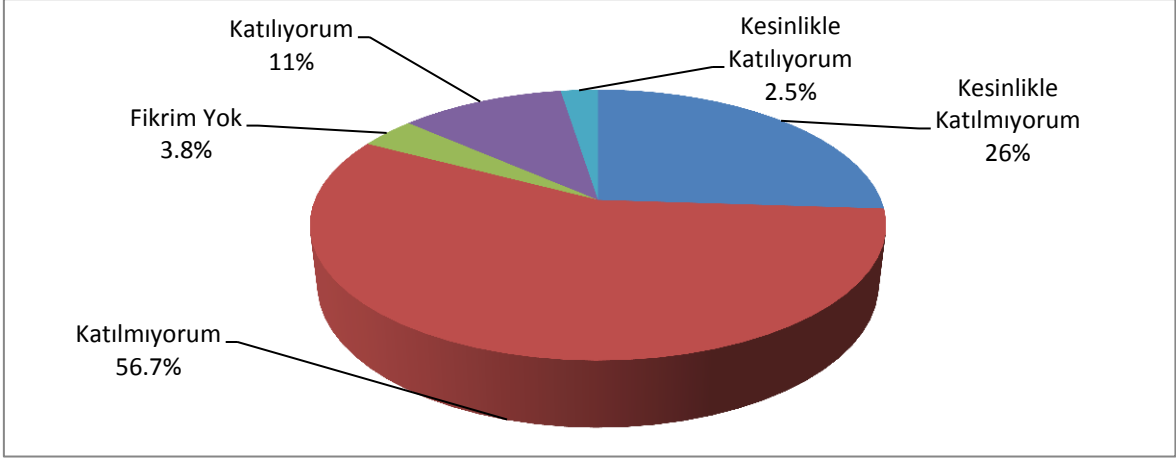
Çizelge 4.24 ve Şekil 4.19 incelendiğinde “odun dışı orman ürünlerinin üretim miktarının artırılması gerekmektedir” önermesine katılımcıların %3.8’i kesinlikle katılmıyorum, %13.3’ü katılmıyorum, %13.5’i fikrim yok, %46.7’si katılıyorum ve %22.7’si kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda, katılımcıların %69.4’ü ODOÜ’lerin üretimine artmasını istemektedirler. Buna karşılık, Altunel (2011) tarafından yapılan çalışmada orman işleme şeflerinin %70’nin mevcut üretimden memnun olduğunu, %30’unun memnun olmadığını ifade etmiştir. Burada tüketici ve üretici arasında bir çelişki olduğu görülmektedir. Tüketici daha fazla ürün isterken, üretici ODOÜ’lerin sürekliliğini de dikkate almak zorunda olduğu için mevcut üretimi yeterli bulmaktadır.

#### 4.3.15. Katılımcıların Orman Genel Müdürlüğü’nün ODOÜ Konusunda Yaptığı Çalışmaların Takibine İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların OGM’nin ODOÜ konusunda yaptığı çalışmaların takibine ilişkin düşünceleri Çizelge 4.25’de ve Şekil 4.20’de sunulmuştur.

Çizelge 4.25. Katılımcıların OGM’nin ODOÜ Konusunda Yaptığı Çalışmaların Takibine İlişkin Düşünceleri

Orman Genel Müdürlüğü’nün ODOÜ’leri konusunda yaptığı çalışmaları takip ediyorum		N	%
	Kesinlikle Katılmıyorum	125	26.0
	Katılmıyorum	272	56.7
	Fikrim Yok	18	3.8
	Katılıyorum	53	11.0
	Kesinlikle Katılıyorum	12	2.5



Şekil 4.20. Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ Konusunda Yaptığı Çalışmaların Takibine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, “Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ konusunda yaptığı çalışmaları takip ediyorum önermesine” katılımcıların %26.0'sı kesinlikle katılmıyorum, %56.7'si katılmıyorum, %3.8'i fikrim yok, %11.0'i katılıyorum ve %2.5'i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda, katılımcıların %82.7'sinin OGM'nin ODOÜ konusunda yaptığı çalışmaları takip etmediği görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%95.8) ODBOÜ'leri tanıyor olmasına rağmen, orman alanlarıyla ilişkilendiremediği için OGM tarafından yapılan çalışmaları takip etme ihtiyacı duymadığı düşünülebilir.

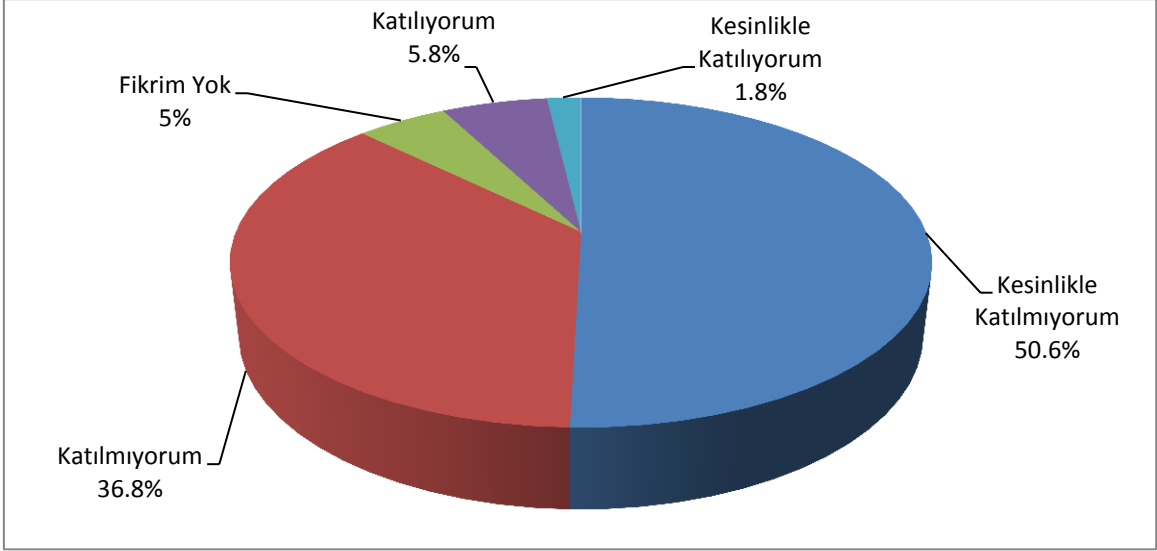
#### 4.3.16. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların ODOÜ'lere ulaşmanın zorluğuna ilişkin düşüncelerini tespit etmek amacıyla sorulan soruya alınan yanıtlar Çizelge 4.26'da ve Şekil 4.21'de sunulmuştur

Çizelge 4.26. Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünlerine ulaşmakta zorluk çekiyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	242	50.6
	Katılmıyorum	177	36.8
	Fikrim Yok	24	5.0
	Katılıyorum	28	5.8
	Kesinlikle Katılıyorum	9	1.8





Şekil 4.21. Odun Dışı Orman Ürünlerine Ulaşmanın Zorluğuna İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

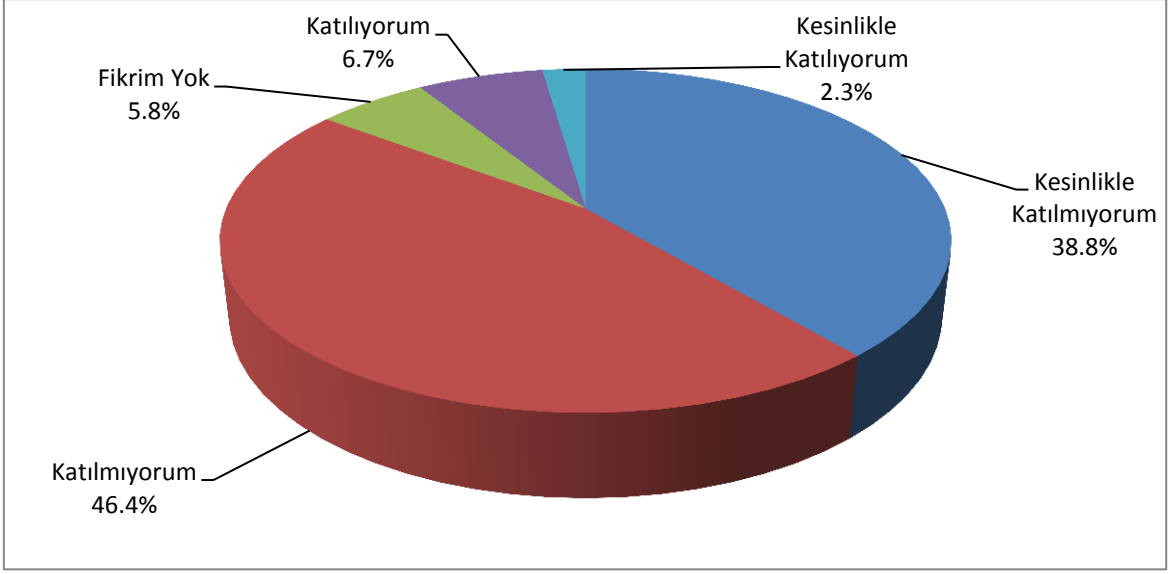
Yukarıdaki çizelge ve şekil incelendiğinde, “odun dışı orman ürünlerine ulaşmakta zorluk çekiyorum önermesine” katılımcıların %50.6’ı kesinlikle katılmıyorum, %36.8’i katılmıyorum, %5.0’ı fikrim yok, %5.8’i katılıyorum ve %1.8’i kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, katılımcıların %87.4’ü ODOÜ’lere ulaşımın zor olmadığını düşünmektedir. Günümüz pazar ve piyasa koşulları düşünüldüğünde bu ürünlerin aktarlarda ve marketlerde satışı yaygın olarak yapılmaktadır. Hatta internet vasıtasıyla bu ürünlere ulaşma imkânı daha da artmıştır.

#### 4.3.17. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların ODOÜ’lerin fiyatının yüksek olmasına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.27’de ve Şekil 4.22’de sunulmuştur.

Çizelge 4.27. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünlerinin fiyatının yüksek olduğunu düşünüyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	186	38.8
	Katılmıyorum	223	46.4
	Fikrim Yok	28	5.8
	Katılıyorum	32	6.7
	Kesinlikle Katılıyorum	11	2.3



Şekil 4.22. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Fiyatının Yüksek Olmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

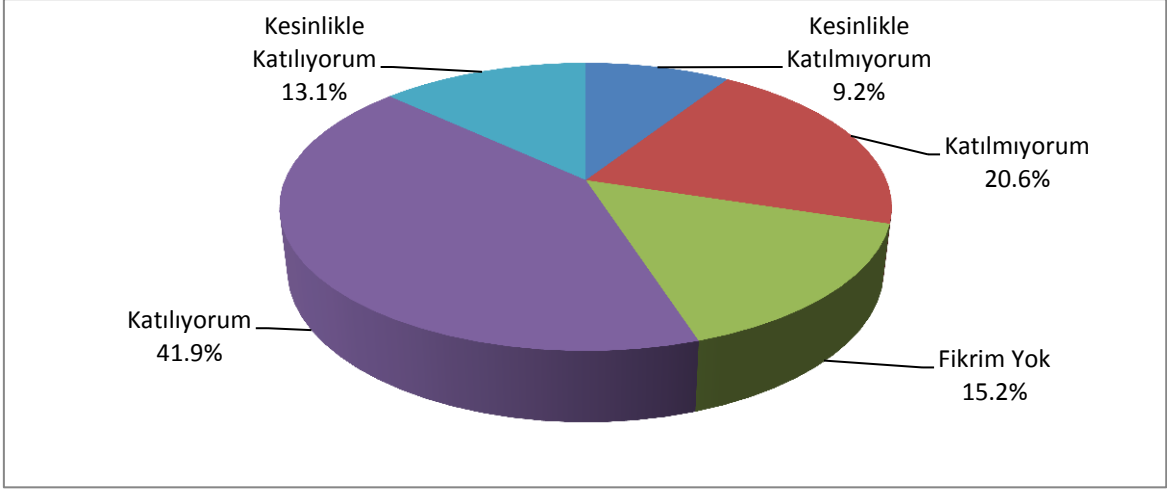
Çizelge 4.27 ve Şekil 4.22 incelendiğinde, “odun dışı orman ürünlerinin fiyatının yüksek olduğunu düşünüyorum önermesine” katılımcıların %38.8’i kesinlikle katılmıyorum, %46.4’ü katılmıyorum, %5.8’i fikrim yok, %6.7’i katılıyorum ve %2.3’ü kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda katılımcıların %85.2’sinin ODOÜ’lerinin fiyatlarının normal seviyelerde olduğunu düşündüğü görülmektedir. Arslan ve ark. (2016) yaptığı çalışmada da ankete katılanların %56’sı fiyatların uygun olduğunu, %16’sı ise fiyatların yüksek olduğunu ifade etmişlerdir.

#### 4.3.18. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Orman Genel Müdürlüğü Personel Sayısının Artmasına İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların odun dışı orman ürünleri konusunda Orman Genel Müdürlüğü personel sayısı artmasına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.28’de ve Şekil 4.23’de sunulmuştur.

Çizelge 4.28. Katılımcıların ODOÜ Konusunda OGM Personel Sayısı Artmasına İlişkin Düşünceleri

Odun dışı orman ürünleriyle ilgili Orman Genel Müdürlüğü bünyesinde çalışan teknik personel sayısının artırılması gerekmektedir		N	%
	Kesinlikle Katılmıyorum	44	9.2
	Katılmıyorum	99	20.6
	Fikrim Yok	73	15.2
	Katılıyorum	201	41.9
	Kesinlikle Katılıyorum	63	13.1



Şekil 4.23. Katılımcıların ODOÜ Konusunda OGM Personel Sayısı Artmasına İlişkin Düşünceleri

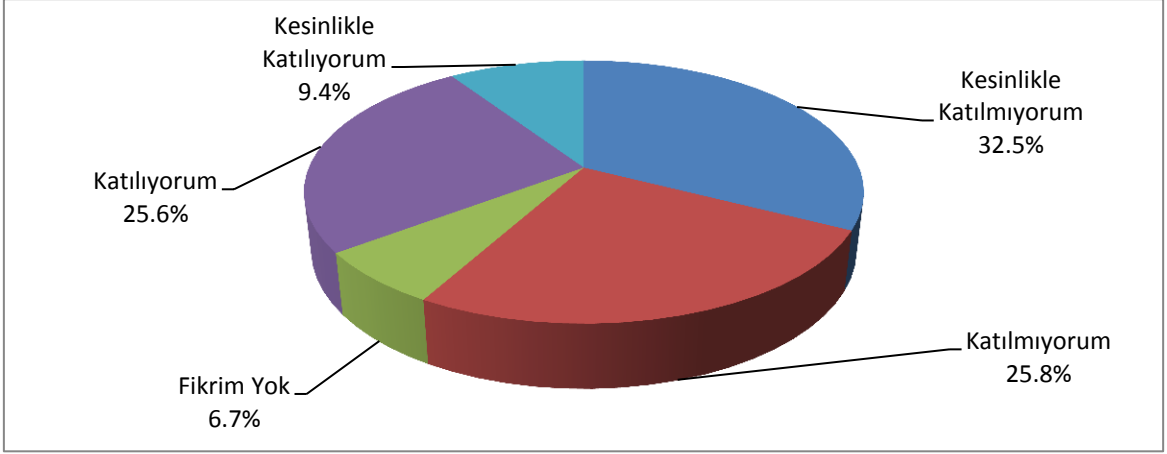
Çizelge 4.28 ve Şekil 4.23 incelendiğinde odun dışı orman ürünleriyle ilgili Orman Genel Müdürlüğü bünyesinde çalışan teknik personel sayısının artırılması gerekmektedir önermesine katılımcıların %9.2'si kesinlikle katılmıyorum, %20.6'sı katılmıyorum, %15.2'si fikrim yok, %41.9'u katılıyorum ve %13.1'i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verdiği görülmektedir. Bu durumda, katılımcıların %55'i OGM'nin ODOÜ'leri konusunda çalışan personel sayısının artırılması gerektiğini düşündüğü görülmektedir. Ancak ODOÜ'leri konusunda bilgisi olan, bu ürünleri sahada teşhis edebilen, toplama usul ve esaslarını bilen nitelikli teknik elemanın işlendirilmesi istihdama katkı sağlayacaktır.

#### 4.3.19. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim ve Pazarlama Sürecinin Özelleştirilmesine İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların ODOÜ'lerinin üretim ve pazarlama sürecinin özelleştirilmesine ilişkin düşünceleri Çizelge 4.29'da ve Şekil 4.24'de sunulmuştur.

Çizelge 4.29. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim ve Pazarlama Sürecinin Özelleştirilmesine İlişkin Düşünceleri

Odun dışı orman ürünlerinin üretim ve pazarlama sürecinin özel bir şirket tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum		N	%
	Kesinlikle Katılmıyorum	156	32.5
	Katılmıyorum	123	25.6
	Fikrim Yok	32	6.7
	Katılıyorum	124	25.8
	Kesinlikle Katılıyorum	45	9.4



Şekil 4.24. ODOÜ Üretim ve Pazarlama Sürecinin özelleştirilmesine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

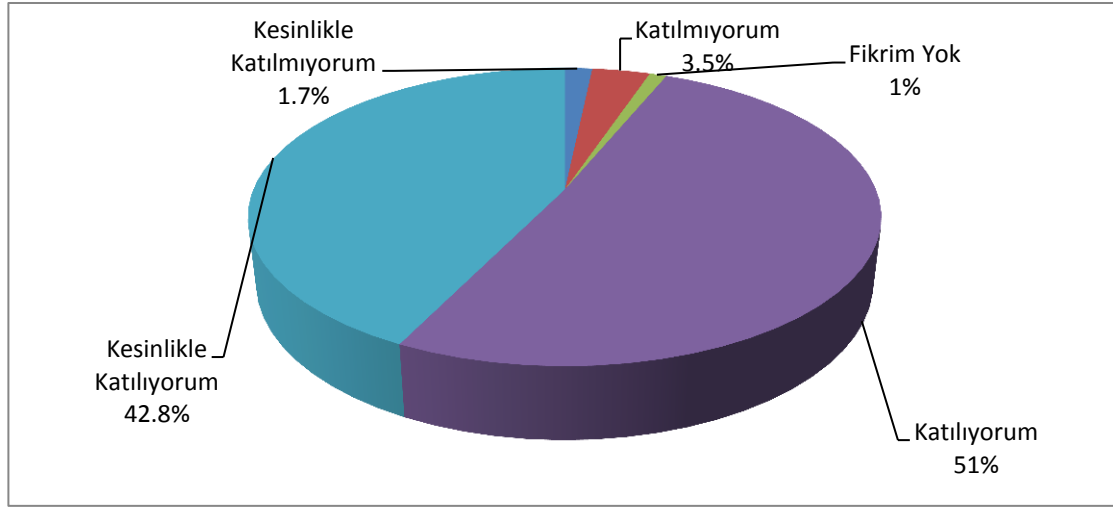
Çizelge 4.29 ve Şekil 4.24 incelendiğinde, odun dışı orman ürünlerinin üretim ve pazarlama sürecinin özel bir şirket tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum önermesine katılımcıların %32.5'i kesinlikle katılmıyorum, %25.6'ı katılmıyorum, %6.7'si fikrim yok, %25.8'i katılıyorum ve %9.4'ü kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, katılımcıların %58.1'i ODOÜ'lerinin üretim ve pazarlama sürecinin özel şirketler tarafından yürütülmesi gerektiğini düşündüğü ortaya çıkmaktadır.

#### 4.3.20. Katılımcıların Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Düşünceleri

Katılımcıların odun dışı orman ürünleri konusunda sivil toplum kuruluşları kurulmasına ilişkin düşünceleri Çizelge 4.30'da ve Şekil 4.25'de sunulmuştur.

Çizelge 4.30. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

	N	%	
Odun dışı orman ürünleri konusunda farkındalık çalışmaları yapacak dernek, vakıf gibi sivil toplum kuruluşları kurulmalıdır	Kesinlikle Katılmıyorum	8	1.7
	Katılmıyorum	17	3.5
	Fikrim Yok	5	1.0
	Katılıyorum	245	51.0
	Kesinlikle Katılıyorum	205	42.8



Şekil 4.25. Odun Dışı Orman Ürünleri Konusunda Sivil Toplum Kuruluşları Kurulmasına İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Çizelge 4.30 ve Şekil 4.25 incelendiğinde odun dışı orman ürünleri konusunda farkındalık çalışmaları yapacak dernek, vakıf gibi sivil toplum kuruluşları kurulmalıdır önermesine katılımcıların %1.7'si kesinlikle katılmıyorum, %3.5'i katılmıyorum, %1.0'i fikrim yok, %51.0'i katılıyorum ve %42.8'i kesinlikle katılıyorum olarak yanıt verdiği görülmektedir. Bu bulgulara göre, katılımcıların %93.8'i ODOÜ'leri konusunda sivil toplum kuruluşları kurulmasını istemektedirler. Nitekim 3234 sayılı OGM teşkilat ve görevleri hakkında kanuna göre de OGM'nin görevleri arasında sivil toplum kuruluşları ile üniversiteler arasında yakın işbirliği içinde bulunarak ormanlar ve ormancılık faaliyetleri hakkında kamuoyunu bilinçlendirme çalışmaları yapıldığı ifade edilmektedir(OGM, 2014).

#### 4.3.21. Katılımcıların Algı Düzeyi Durumu

Ankete katılanların ODOÜ'leriyle ilgili algı düzeylerini tespit etmek amacıyla anketin ikinci bölümünü oluşturan likert tipi sorular puanlandırılmıştır. Katılımcılar, puanlara göre algı düzeylerini gösteren düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç grupta sınıflandırılmıştır. Katılımcıların ODOÜ konusundaki algı düzeylerine ilişkin bulgular Çizelge 4.31'de sunulmuştur.

Çizelge 4.31. Katılımcıların Algı Düzeyi Durumu

Algı Düzeyi	Frekans	Oran (%)
Düşük	99	20.6
Orta	372	77.5
Yüksek	9	1.9
Toplam	480	100.0

Çizelge 4.31 incelendiğinde katılımcıların %20.6'sının düşük, %77.5'inin orta ve %1.9'unun yüksek algı düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Çizelgeden de anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük bir kısmının (%77.5) algı düzeyinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ancak, katılımcılar bu ürünlerin ODOÜ kapsamında yer aldığını bilmemektedirler. Bu durumun katılımcıların orta algı düzeyinde yoğunluk göstermesinde etkili olduğu düşünülmektedir.

#### 4.3.22. Algı Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımı

Odun dışı orman ürünlerine ilişkin algı düzeylerinin cinsiyete göre değişip değişmediği ile ilgili bulgular Çizelge 4.32'de sunulmuştur.

Çizelge 4.32. Algı Düzeyinin Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımı

			Algı Düzeyi			Toplam
			Düşük	Orta	Yüksek	
Cinsiyet	Erkek	Frekans	38	223	5	266
		Ankete katılanların cinsiyeti içindeki oranı (%)	14.3	83.8	1.9	100.0
	Kadın	Frekans	61	149	4	214
		Ankete katılanların cinsiyeti içindeki oranı (%)	28.5	69.6	1.9	100.0
Toplam	Frekans	99	372	9	480	
	Ankete katılanların cinsiyeti içindeki oranı (%)	20.6	77.5	1.9	100.0	

Çizelge 4.32 incelendiğinde; erkeklerin %1.9'nun algı düzeyi yüksek, %83.8'nin orta ve %14.3'nün düşük olduğu tespit edilmiştir. Kadınların ise %1.9'nun yüksek, %69.6'nın orta ve %28.5'i düşük algı seviyesinde olduğu saptanmıştır. Bu durumda, ankete katılanların ODOÜ'leriyle ilgili algı düzeylerinin cinsiyete göre değişip değişmediğini incelemek amacıyla yapılan Ki- kare testi sonucunda erkeklerin ODOÜ'leri konusunda algı düzeyinin kadınlara göre istatistiksel olarak ( $p=0.001 < \alpha=0.05$  olduğundan) anlamlı seviyede yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç üzerinde ülkemizde erkeklerin okuma oranlarının kadınlara göre daha yüksek olmasının etkisinin olduğu düşünülebilir.

#### 4.3.23. Algı Düzeyinin Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Odun dışı orman ürünlerine ilişkin algı düzeylerinin yaş gruplarına göre değişip değişmediği ile ilgili bulgular Çizelge 4.33'de sunulmuştur.

Çizelge 4.33. Algı Düzeyinin Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

		Algı Düzeyi			Toplam	
		Düşük	Orta	Yüksek		
Yaş Grupları	20-30	Frekans	31	124	4	159
		Ankete katılanların yaşı içindeki oranı (%)	19.5	78.0	2.5	100.0
	31-40	Frekans	27	93	3	123
		Ankete katılanların yaşı içindeki oranı (%)	22.0	75.6	2.4	100.0
	41-50	Frekans	31	76	1	108
		Ankete katılanların yaşı içindeki oranı (%)	28.7	70.4	0.9	100.0
	51 yaş ve üstü	Frekans	10	79	1	90
		Ankete katılanların yaşı içindeki oranı (%)	11.1	87.8	1.1	100.0
	Toplam	Frekans	99	372	9	480
		Ankete katılanların yaşı içindeki oranı (%)	20.6	77.5	1.9	100.0

Katılımcılardan 20-30 yaş grubunda olanların %19.5'nin düşük, %78'nin orta ve %2.5'nin yüksek; 31-40 yaş grubunda olanların %22'sinin düşük, %75.6'nın orta ve %2.4'nün yüksek; 41-50 yaş grubunda olanların; %28.7'nin düşük, %70.4'nün orta ve %0.9'nun yüksek; 51 yaş ve üstü grupta olanların %11.1'nin düşük, %87.8'nin orta ve %1.1'nin yüksek algı düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların ODOÜ'lerine yönelik algı düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-kare testi sonucu yaş grupları arasında ODOÜ'lerine yönelik algı düzeyi bakımından ( $p=0.091 > \alpha=0.05$  olduğundan) anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır.

#### 4.3.24. Algı Düzeyinin Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Dağılımı

Katılımcıların gelir durumlarına göre, ODOÜ ilişkin algı düzeylerinin değişip değişmediği ile ilgili bulgular Çizelge 4.34'de sunulmuştur.

Çizelge 4.34. Algı Düzeyinin Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Dağılımı

		Algı Düzeyi			Toplam	
		Düşük	Orta	Yüksek		
Gelir Durumu	1000-1500 TL	Frekans	6	27	0	33
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	18.2	81.8	0.0	100.0
	1501-2000 TL	Frekans	5	48	0	53
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	9.4	90.6	0.0	100.0
	2001-2500 TL	Frekans	6	28	0	34
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	17.6	82.4	0.0	100.0
	2501-3000 TL	Frekans	21	53	1	75
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	28.0	70.7	1.3	100.0
	3001-3500 TL	Frekans	25	96	2	123
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	20.3	78.0	1.6	100.0
	3501-4000 TL	Frekans	11	30	2	43
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	25.6	69.8	4.7	100.0
	4000 TL den fazla	Frekans	25	90	4	119
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	21.0	75.6	3.4	100.0
	Toplam	Frekans	99	372	9	480
		Haneye giren aylık gelir içindeki oranı (%)	20.6	77.5	1.9	100.0

Yukarıdaki çizelge incelendiğinde katılımcıların gelir durumu 1000-1500 TL olanların %18.2'sinin düşük ve %81.8'nin orta; 1501-2000 TL olanların %9.4'ü düşük ve %90.6'sı orta; 2001-2500 TL olanların %17.6'sı düşük ve %82.4'ü orta; 2501-3000 TL olanların %28'i düşük, %70.7'si orta ve %1.3'ü yüksek; 3001-3500 TL olanların %20.3'ü düşük, %78'i orta ve %1.6'sı yüksek; 3501-4000 TL olanların %25.6'sı düşük, %69.8'i orta ve %4.7'si yüksek; 4000 TL den fazla geliri olanların %21'i düşük, %75.6'sı orta ve %3.4'nün yüksek algı düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ki-kare testi sonucu gelir grupları arasında ODOÜ konusunda algı düzeyinde ( $p=0.318 > \alpha=0.05$  olduğundan) anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır.

#### 4.3.25. Algı Düzeyinin Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Katılımcıların eğitim durumlarına göre, ODOÜ ilişkin algı düzeylerinin değişip değişmediği ile ilgili bulgular Çizelge 4.35'de sunulmuştur.



Çizelge 4.35.Algı Düzeyinin Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

		Algı Düzeyi			Toplam	
		Düşük	Orta	Yüksek		
Eğitim Durumu	İlkokul	Frekans	9	45	1	55
		Eğitim içindeki oranı (%)	16.4	81.8	1.8	100.0
	Ortaokul	Frekans	8	47	0	55
		Eğitim içindeki oranı (%)	14.5	85.5	0.0	100.0
	Lise	Frekans	50	138	3	191
		Eğitim içindeki oranı (%)	26.2	72.3	1.6	100.0
	Yüksekokul/ Üniversite	Frekans	31	134	3	168
		Eğitim içindeki oranı (%)	18.5	79.8	1.8	100.0
	Yüksek Lisans	Frekans	1	8	2	11
		Eğitim içindeki oranı (%)	9.1	72.7	18.2	100.0
	Toplam	Frekans	99	372	9	480
		Eğitim içindeki oranı (%)	20.6	77.5	1.9	100.0

Çizelge 4.35 incelendiğinde katılımcıların eğitim seviyesi ilkokul mezunu olanların %16.4'nün düşük, %81.8'nin orta ve %1.8'nin yüksek; ortaokul mezunu olanların %14.5'nin düşük ve %85.5'i orta; lise mezunu olanların %26.2'si düşük %72.3'ü orta ve %1.6'sı yüksek; yüksekokul/üniversite mezunu olanların; %6.5'i düşük, %27.9'u orta ve %0.6'sı yüksek; yüksek lisans mezunu olanların %9.1'i düşük, %72.7'si orta ve %18.2'nin yüksek algı düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların ODOÜ'lerine yönelik algı düzeylerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan Ki-kare testi sonucu eğitim durumları arasında ODOÜ'lerine yönelik algı düzeyi bakımından ( $p=0.03 < \alpha=0.05$  olduğundan) anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Bu durumda katılımcıların eğitim seviyesi yükseldikçe algı düzeyinin de yükseldiği görülmüştür. Eğitim seviyesi yüksek insanların, eğitim seviyesi düşük olanlarla kıyaslandığında ODOÜ'ne daha fazla önem verdikleri anlaşılmaktadır. Çünkü eğitim seviyesi arttığında, bilinç de artmakta ve insanlar daha sağlıklı ve kaliteli ürünlere yönelmektedir.

## 5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Toplumun ODOÜ'lerine yönelik algı düzeyini incelemek amacıyla yapılan bu araştırmanın verilerini temin etmek amacıyla uygulanan anket çalışmasına katılanların %55.4'ü erkek ve %44.6'sı kadın bireylerden oluşmaktadır ve yaş ortalaması 38 olarak belirlenmiştir. Eğitim durumları göz önüne alındığında %74.7'sinin lise veya üniversite mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %60'nın gelir düzeyleri 3000 TL ve üzerinde yoğunluk göstermektedir. Katılımcıların eğitilmiş ve gelir düzeyi yüksek bireylerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Kahramanmaraş ilinde ODOÜ'lerine yönelik toplumsal algının tespiti için yapılan bu çalışmada; en çok bilinen ODOÜ'leri türleri kekik (%97.9), adaçayı (%93.1), salep (%90.4)'tir. ODOÜ olmadığı halde, kağıt (%20.0), kontrplak (%2.1), mobilya (%1.5), kereste (%1.3) ve laminant parke (%0.8) ankete katılanlar tarafından ODOÜ olarak düşünülmektedir. ODOÜ'leri kavramının yöre halkı tarafından bilinmediği, bu kavramın daha çok şifalı bitkiler olarak bilindiği anket çalışmaları esnasında gözlemlenmiştir.

Odun dışı orman ürünleri konusunda bilgi edinmede en etkili kaynakların Televizyon (%45.6) ve internet (%14.2) olduğu gözlemlenmiştir. Kitap (%5.6), gazete (%3.1) ve dergi (%0.6) doğru bilgi kaynağı olmasına rağmen tercih edilmediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca katılımcılar bilgilendirme aracı tercihi olarak yine televizyon ve internet üzerinde durmuşlardır. İletişim olanaklarının arttığı günümüz dünyasında, insanların ormanlar ve ormanlardan elde edilen ürünler hakkında farkındalığını artırmak ve bu farkındalığı gelecek nesillere aktarmada sosyal medya imkânları (Facebook, Twitter vb.) ile yazılı basının aktif olarak kullanılması gerektiği bu kaynağı yönetenler tarafından gözlerden uzak tutulmamalıdır.

Kahramanmaraş'ın ODOÜ'leri bakımından zengin kaynaklara sahip olduğu (%80.2) ve bu zenginliğin yörede bulunan orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağı olduğu (%78.1) düşünülmektedir. ODOÜ'leri orman köylüleri tarafından ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla toplanmaktadır. İhtiyaç fazlası ürünleri ise şahsen veya aracılar yoluyla satılmaktadır.

ODOÜ'lerin yoğun şekilde üretiminin yapıldığı Ege Bölgesi'nde veya geniş yayılış alanı olan fakat ticarete konu olmayan Karadeniz Bölgesi'nde algılanma düzeyini ölçmek için araştırmalar yapılmalıdır. Bu ürünlerin toplumun bütün kesimleri tarafından

algılanmasına yönelik çalışmaların ve projelerin geliştirilmesi, toplumun algı ve bilgi seviyesini yükseltecektir.

Eğitim kurumlarında ODOÜ konusunda öğrencilere ders, ödev veya proje verilmesi, genç bireylerin bu ürünleri daha iyi algılamasını ve bu ürünler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır. Bu kapsamda ODOÜ ile ilgili toplumun algı düzeyi doğal olarak artmış olacaktır.

ODOÜ'lerin en önemli temin kaynağı aktarlardır (%74). Bu sebepten dolayı aktarlarda devlet denetiminin sıklaştırılması gerekmektedir. Aktarların ODOÜ ile ilgili kendilerini geliştirebilecekleri, bilgilerini arttırmaya yönelik seminerler, kurslar ve sertifikalar düzenlenmelidir.

OGM'nin ODOÜ'leri konusunda çalışan teknik personel sayısının artması (%55) yine bu ürünlerin üretim miktarının artırılması (%69.4) gerektiği düşünülmektedir. ODOÜ konusunda çalışacak personel bu ürünlerin teşhis, botanik özellikleri, yetiştirme ve üretim, envanter ve hasat yöntemleri konusunda eğitilmiş olmalıdır. Ayrıca bu ürünlerinin sürekliliğinin sağlanması için ürünlerin aşırı baskıdan korunacak şekilde yetiştirilmesi gerekmektedir. OGM ODOÜ'lerinin üretim ve envanter çalışmalarını sistemli bir şekilde yapmalıdır. Bu sayede bu ürünlerin değeri ve bu ürünlerden sağlanan kazanç artacaktır.

ODOÜ'lerinin sağlıklı ürünler olduğu (%86) düşünülmekte ve katılımcıların tamamının bu ürünleri tükettiği ifade edilmektedir. ODOÜ'leri alternatif tedavi yöntemi olarak görülmekte ve bu ürünlere şifa kaynağı olarak bakılmaktadır. İnsanlar sağlığını korumak veya hastalıklara şifa bulmak amacıyla bu ürünleri tüketmektedir. Bu ürünler doğanın insanlara vermiş olduğu önemli varlıklardandır. Bu ürünlerde herhangi bir katkı maddesi bulunmamaktadır. Bu nedenle bu ürünler son derece sağlıklıdır ve birçok ilacın içerisinde etken madde olarak kullanılmaktadır. Özellikle kırsal kesimde yaşayan insanlar bu ürünleri geleneksel tedavi amaçlı kullanmaktadır.

ODOÜ'lerinin pazar alanı ve satış koşulları konusunda katılımcıların %47'si pazar durumunu ve satış koşullarını uygun görmezken %43'ü uygun bulmaktadır. Sonuçların birbirine yakın olması bir kararsızlık olduğu fikrini ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunun çözümü için söz konusu ürünlerin kent ormanlarında, tabiat parklarında ve mesire alanlarında orman işletmeleri tarafından uygun fiyattan satışa sunulması satış koşullarını iyileştirecektir. Bir başka katkısı da bireylerin bu ürünleri tanımalarına, bu ürünler hakkında bilgi sahibi olmasına ve bu alanları ziyaret etmesi için farklı bir sebep yaratmasına neden

olacaktır. Böylece orman köylüsünün bu ürünlerden elde ettiği kâr payının artması sağlanabilecektir.

Katılımcıların %58.1'i ODOÜ'lerinin üretim ve pazarlama sürecinin özel şirketler tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünmektedir. Bunun nedeni olarak ankete katılanlar özel şirketlerin paketleme, pazarlama ve reklam faaliyetlerinden dolayı maliyetleri yükselteceğini düşünmektedir. Özel şirketler için maliyetlerin yükselmesi tüketici için ODOÜ'lerinin fiyatının artması anlamına gelmektedir. Fiyatların artması ise bu ürünlerin daha az tüketilmesine neden olacaktır ve insanların kısıtlı olan gelirlerinde bu ürünleri belki de hiç tercih etmemelerine sebep olacaktır.

OGM'nin ODOÜ konusunda ki çalışmaları genel (%55.4) olarak yeterli olmadığı düşünülmektedir. ODOÜ'leri konusunda ülkemizde son yıllarda kurumsal ve bilimsel anlamda birçok çalışma yapılmaktadır. Çalışmalara kentli halkın dâhil edilmemesinden dolayı toplumda bu kavram tıbbi bitkiler veya şifalı bitkiler olarak bilinmekte ve ormanlarla ilişkisi göz ardı edilmektedir. Kavramsal olarak bilinmese dahi söz konusu ürünlerin ormanlık alanlarda yetiştiğini, ormancılık disipliniinde bir yeri olduğuna dair bilgi vermek amacıyla kamu spotları ve sosyal medya paylaşımlarının insanların ilgisini çekeceği düşünülmektedir. Ayrıca belirli dönemlerde konferansların düzenlenmesi yöresel ODOÜ türlerinin farkındalığının arttırılmasını sağlayacaktır.

ODOÜ işleyen firmalar AR-GE faaliyetlerini arttırmalıdır. Pazarın istediği ürün ve çeşitliliği yaygınlaştırarak, modern işleme yöntemleri ile pazara yeni ürünler sunabilmelidir. Özel sektör, kamu sektörü ve diğer sektörlerde yer alan kesimler arasında eşgüdüm ve koordinasyon sağlanmalıdır. Bu sayede araştırmaların sonuçlarının pratiğe aktarılması kolaylaşacaktır. Kısa zamanda ODOÜ'leri konusunda büyük adımlar atılabilecektir. Bu da zaman, emek, para ve kaynak israfını önleyecektir.

## KAYNAKLAR

- Altunel Açıkgöz, T. A. 2011. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Dünyada ve Türkiye’de Sosyo-Ekonomik Boyutu, Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul
- Altunel Açıkgöz, T. A. 2012. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Toplayıcı/Üretici Açısından Sosyoekonomik Önemi. Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University| İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 62(1), 85-99.
- Akbulut, S., 2009. Hamsiköy Yöresinde Odun Dışı Bitkisel Ürün Olarak Alchemilla Spp. Ve Colchicum Speciosum’un Envanteri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı.
- Akkaya, O.B., 2007. Narlı (Kahramanmaraş)- Aşağımülk (Gaziantep) Arasında Kalan Bölgenin Floristik Yönden İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, KSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Biyoloji Anabilim Dalı.
- Alkan, S., ve Toksoy, D., 2008. Orman Köylerinde Sosyo-Ekonomik Yapı: Trabzon İli Örneği, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 8(1) s. 37-46
- Anonim, 2011. Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Odun Dışı Orman Ürünleri Sektör Raporu, s. 9-10.
- Anonim, 2017. Ormancılık ve Su Şurası 5-7 Mayıs, Orman Kaynaklarından Faydalanma Şura Çalışma Belgesi, s. 22.
- Arslan, H., 2015. İzmir İli Kentsel Kesiminde Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünlerine Yönelik Tüketici Tutum Ve Davranışlarının Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.
- Arslan, H., Engindeniz, S., Çınar, G., 2016. İzmir İli Kentsel Kesimde Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünleri Tüketiminin Analizi Üzerine Bir Araştırma, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi,53(3) s. 251-257.
- Balcı, Ö., 2011. OGM Odun Dışı Bitkisel Ürünler Şube Müdürlüğü Sunumu.
- Baş, T., 2001. Anket, Ankara Seçkin Yayıncılık.
- Bilgin, F., Şafak, İ., Kiracıoğlu, Ö., 2005. Ege Bölgesinde Defne (Laurus nobilis L.) Üreticiliğinin Sosyo-Ekonomik Önemi ve Üretici Profilinin Belirlenmesi. Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Teknik Bülten No: 28

- Boyacı, M., 2013. 2011 Erzurum Üniversiteler Arası Kış Oyunlarının Toplumsal Algısı, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
- Büyükgebiz, T., Fakir, H., Negiz, M. G., 2008. Sütçüler (Isparta) Yöresinde Doğal Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünleri ve Geleneksel Kullanımları. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri A, Sayı 1.
- Coşgun, U., Coşgun, S., 2010. Odun Dışı Orman Ürünlerine Yönelik Değerlendirmeler ve Batı Akdeniz Bölgesinde Mersin ( *Myruts communis* L.) Örneği, Batı Akdeniz Araştırma Enstitüsü.
- Cömert, M., Dinç, H., 2014. Şifalı Bitkilerin Gençler Tarafından Bilinirliği. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies* 2/3, 23-27.
- DPT, 2001. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (BYKP) Ormancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Yayın No: 2531, ÖİK Yayın No: 547, Ankara.
- FAO, 1995. Non-Wood Forest Products for Rural Income and Sustainable Forestry, M-30, Italy.
- FAO, 2015. Global Forest Resources Assessment, M-14, Rome.
- Fidan, M. S., Öz, A., Adanur H., Turan, B., 2013. Gümüşhane Yöresinde Yetişen Bazı Önemli Odun Dışı Orman Ürünleri ve Kullanım Miktarları. Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Cilt;3 Sayı;2.
- Gedik, S., 2014. Elazığ Orman Bölge Müdürlüğünde Odun Dışı Orman Ürünlerinin Sosyoekonomik Boyutları Üzerine Araştırmalar, Yüksek Lisans Tezi, KSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı.
- Geray, A. U., 2001. Orman Kaynakları Yönetimi, T.C. Orman Bakanlığı Teknik Bülteni, Yıl 2, Sayı3, s. 1-9, Ankara.
- Geray A. U., Şafak İ., 2007. Ege Bölgesi Odun Dışı Bitkisel Ürünleri Yönetiminde Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. Ege Ormancılık Araştırma Bülteni, İzmir
- Kaplan, E., 2013. Orman Ekosisteminde Odun Dışı Bitkisel Ürünler, , 2023'e Doğru 2.Doğa ve Ormancılık Sempozyumu, 31 Ekim- 3Kasım 2013,Antalya.

- Kızmaz, M., 2000. Policies to Promote Sustainable Forest Operations and Utilization Non-Wood Forest Products in Turkey (Seminar on Harvesting of Non-Wood Forest Products)
- Kiper, T., Öztürk, A.G., 2011. Kent Ormanlarının Rekreatif Kullanımı ve Yerel Halkın Farkındalığı: Edirne Kent(İzzet Arseven) Ormanı Örneği, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi 8(2).
- Korkmaz, M., ve Fakir, H., 2009. Odun Dışı Bitkisel Orman Ürünlerine İlişkin Nihai Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi (Isparta İline Yönelik Bir Araştırma), Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A Sayı: 2 s. 10-20
- Kurt, R., 2011. Türkiye Odun Dışı Orman Ürünlerinin Mevcut Durumu ve Dış Ticaret Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı.
- Kurt, R., Karayılmazlar S., İmren E., Çabuk Y., 2016. Türkiye Ormancılık Sektöründe Odun Dışı Orman Ürünleri : İhracatı Analizi, Bartın Orman Fakültesi Dergisi.
- Küçükler, Mumcu, D., Başkent, E. Z., 2015, Amenajman Planlarının Yapım Süreciyle İlişkili Bitkisel Kaynaklı Odun Dışı Orman Ürünlerinde Envanter, 2023'e Doğru 3.Doğa ve Ormancılık Sempozyumu, 26-29Kasım2015 Antalya.
- OGM, 2014. Ekosistem Tabanlı Fonksiyonel Orman Amenajman Planlarının Düzenlenmesine Ait Usul Ve Esaslar, Tebliğ No.:299
- OGM, 2015. Orman Varlığı Kitabı, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Ankara.
- OGM, 2016. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Envanter Ve Planlaması İle Üretim Ve Satış Esasları, Tebliğ No.:302.
- Okan, T. ve Şafak, İ., 2004. Akhisar Yöresindeki Kekik ve Tütün Üretiminin Ekonomik Açından Karşılaştırılması, İstanbul Üniversitesi Dergisi, Seri A, Cilt 54, Sayı 1, s. 187-205.
- Özhatay, N., Ok, T., 2008. Doğanın Penceresinden Kahramanmaraş, T.C. Kahramanmaraş Valiliği İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, İstanbul.
- Özhatay, N., Koyuncu, M., Atay, S., Byfield, A., 1997. Türkiye'nin Doğal Tıbbi Bitkilerinin Ticareti Hakkında Bir Çalışma, Doğal Hayatı Koruma Derneği Yayınları, İstanbul.

- Özüğurlu, E., Düzgün, M., 2001. Policies to Promote Sustainable Forest Operations and Utilization Non-Wood Forest Products in Turkey Seminar on Harvesting of Non-Wood Forest Products, 2-8 October 2000 İzmir.
- Pak, M., ve Berber, H., 2011. Orman Kaynaklarının İşlevlerine İlişkin Toplumsal Bilinç Düzeyinin İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 12 (2), s. 161-171
- Prasad, R., 1999. Joint Forest Management in India and the Impact of State Control Over Non-Wood Forest Products, Unasylva - No. 198 - Non- Wood Forest Products and Income Generation, Vol. 50, 1999/3.
- Sarı, A., O., Oğuz, B., 2000. Türkiye Ve Dünyada Bazı Tıbbi, Kokulu Ve Baharat Bitkilerinin Yeri Ve Önemi, Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Yayın No:98. İzmir
- Serin Odabaş, Z., Ünalı E., 2014. Kahramanmaraş Orman Bölge Müdürlüğünde Yayılış Gösteren Odun Dışı Orman Ürünleri, 3. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu, 8-10 Mayıs 2014, Kahramanmaraş.
- Surat, H., Surat, B.Z., Özdemir, M., 2014. Korunan Alanların Rekreatif Kullanımı ve Yerel Halkın Farkındalığı: Borçka Karagöl Tabiat Parkı Örneği, II. Ulusal Akdeniz ve Çevre Sempozyumu, 22-24 Ekim, Isparta.
- Şafak, İ., Okan T., 2004. Kekik Defne Ve Çam Fıstığının Üretimi ve Pazarlaması, Doğu Akdeniz Ormancılık Araştırma Müdürlüğü Doa Dergisi, sayı:10
- Tunç, İ., 2015. Odun Dışı Orman Ürünlerinin Hane Halkı Ekonomisine Katkıları; Balıkesir-Dursunbey Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı.
- TÜİK, 2013. Seçilmiş Göstergelerle 2013 Kahramanmaraş, Yayın No 4244, ISBN 978-975-19-6144-0, Ankara.
- TÜİK, 2016. Türkiye İstatistik Kurumu Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi İstatistikleri, Ankara.
- Türker, M. F., Öztürk, A., Pak, M., Tiryaki, E., 2001. Türkiye Ormancılığında Odun Dışı Orman Ürünleri İşletmeciliğinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, I.Ulusal Ormancılık Kongresi, Türkiye Ormancılar Derneği, Ankara.



Türker, M. F., Öztürk, A., Pak, M., Durusoy, İ. 2002. Orman Kaynağından Geleneksel ve Çağdaş Yararlanma Şekilleri, Dünya, Ülkemiz ve Bölgemizdeki Durum, Kırsal Çevre Yıllığı 2002, Ankara.

Türker, M. F., Öztürk, A., Pak, M., Durusoy, İ., 2006. Odun Dışı Organik Orman Ürünleri ve Yönetimi, URAK Yayınları, Yayın No: 2006/1, İstanbul.

Türker, Ö. Y., 2011. Odun Dışı Orman Ürünlerinden Yararlanma Yasal Esasları. İstanbul Üniversitesi., Orman Fakültesi Dergisi. Cilt 61 No: 1 ISSN 0535-8414 İstanbul.

URL1:<https://www.ogm.gov.tr/ekutuphane/Yayinlar/T%C3%BCrkiye%20Orman%20Varl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-2015.pdf> Erişim Tarihi: 15/08/2016

URL2:<https://www.ogm.gov.tr/Baskanliklar/OdunDisiUrunveHizmetler/Sayfalar/GorevTanimlari.aspx> Erişim Tarihi: 15/08/2016

URL-3: <http://atib.ogm.gov.tr> Erişim Tarihi : 09/10/2016

WHO (2010). Monographs on selected medicinal plants Volume 5. Geneva, 452p.

Yıldırım, T. H., 2011. Türkiye'nin Odun Dışı Orman Ürünleri Üretiminin Ormancılık Politikası Açısından Değerlendirilmesi, I. Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu, 26-28 Ekim 2011, Kahramanmaraş

## **ÖZGEÇMİŞ**

### **Kişisel Bilgiler**

Adı, soyadı : Arif BİLİR  
Uyruğu : T.C.  
Doğum tarihi ve yeri : 04.05.1989 Osmaniye  
Medeni hali : Bekar  
Telefon : 0 (507) 052 35 83  
e-posta : arifbilirtr@gmail.com

### **Eğitim**

<b>Derece</b>	<b>Eğitim Birimi</b>	<b>Mezuniyet tarihi</b>
Yüksek lisans	KSÜ /Orman Mühendisliği	2017
Lisans	KSÜ/ Orman Mühendisliği	2014
Lise	Osmaniye Anadolu Lisesi	2007

### **Yabancı Dil**

İngilizce

## EKLER

<b>1</b>	<b>Cinsiyetiniz</b>	<input type="checkbox"/> Bay	1	<input type="checkbox"/> Bayan	2				
<b>2</b>	<b>Kaç yaşındasınız?</b>	.....							
<b>3</b>	<b>Eğitim durumunuz nedir?</b>								
<input type="checkbox"/> Okur - yazar değil	1	<input type="checkbox"/> Ortaokul	4	<input type="checkbox"/> Lise	5	<input type="checkbox"/> Yüksek Lisans	7		
<input type="checkbox"/> Sadece okur-yazar	2	<input type="checkbox"/> İlkokul	3	<input type="checkbox"/> Yüksekokul/Üniversite	6	<input type="checkbox"/> Doktora	8		
<b>4</b>	<b>Hanenize giren toplam aylık gelir durumu?</b> (Haneye giren toplam ücret, maaş, kira geliri, temettü, sosyal yardım, burs gibi kazançların toplamını düşünerek hesaplayınız ve ailedeki tüm kişilerin gelirlerini göz önüne alınız)								
<input type="checkbox"/> 1000 TL den az	1	<input type="checkbox"/> 1501 TL – 2000 TL	3	<input type="checkbox"/> 2501 TL - 3000 TL	5	<input type="checkbox"/> 3501 TL – 4000 TL	7		
<input type="checkbox"/> 1000 TL – 1500 TL	2	<input type="checkbox"/> 2001 TL – 2500 TL	4	<input type="checkbox"/> 3001 TL - 3500 TL	6	<input type="checkbox"/> 4000 TL den fazla	8		
<b>5</b>	<b>Mesleğiniz nedir?</b>								
<input type="checkbox"/> Doktor, mühendis – Mimar	1	<input type="checkbox"/> Özel/kamu sektöründe işçi	6						
<input type="checkbox"/> Öğretmen	2	<input type="checkbox"/> Toptan ya da perakende ticaretçisi, komisyoncu, kırtasiyeci, manav, seyyar satıcı	7						
<input type="checkbox"/> Öğretim Elemanı	3	<input type="checkbox"/> Hizmet sektöründe çalışanlar (Lokanta, otel, ticari araç işletmecisi, terzi gibi yerlerin sahibi / çalışanları)	8						
<input type="checkbox"/> Hâkim - Savcı - Avukat	4	<input type="checkbox"/> Çiftçi (Tarım, hayvancılık, balıkçılık)	9						
<input type="checkbox"/> Özel/ kamu sektöründe idari personel, memur	5	<input type="checkbox"/> Diğer...	10						
<b>6</b>	<b>Aşağıdakilerden hangileri odun dışı orman ürünüdür?</b>								
<input type="checkbox"/> Kekik	1	<input type="checkbox"/> Salep	6	<input type="checkbox"/> Biberiye	11				
<input type="checkbox"/> Kağıt	2	<input type="checkbox"/> Laminant parke	7	<input type="checkbox"/> Ceviz	12				
<input type="checkbox"/> Adaçayı	3	<input type="checkbox"/> Badem	8	<input type="checkbox"/> Defne	13				
<input type="checkbox"/> Kereste	4	<input type="checkbox"/> Mobilya	9	<input type="checkbox"/> Kozalak	14				
<input type="checkbox"/> Kontrplak	5	<input type="checkbox"/> Sarmaşık	10	<input type="checkbox"/> Andız tohumu	15				
<b>7</b>	<b>Odun-Dışı Orman Ürünleriyle ilgili bilgiye nereden ulaştınız?</b>								
<input type="checkbox"/> İnternet	1	<input type="checkbox"/> Televizyon	4	<input type="checkbox"/> Okul	7				
<input type="checkbox"/> Arkadaş	2	<input type="checkbox"/> Gazete	5	<input type="checkbox"/> Kitap	8				
<input type="checkbox"/> Aile	3	<input type="checkbox"/> Dergi	6	<input type="checkbox"/> Diğer .....	9				
<b>8</b>	<b>Odun-Dışı Orman Ürünleriyle ilgili bilgilendirmelerin nasıl yapılmasını tercih edersiniz?</b>								
<input type="checkbox"/> İnternet Sitesi	1	<input type="checkbox"/> Televizyon	4	<input type="checkbox"/> Billboardlar	7				
<input type="checkbox"/> Sms	2	<input type="checkbox"/> Gazete	5	<input type="checkbox"/> Sosyal Medya ( Facebook, twitter..vb)	8				
<input type="checkbox"/> e-mail	3	<input type="checkbox"/> Dergi	6	<input type="checkbox"/> Diğer .....	9				
<b>9</b>	<b>Odun-Dışı Orman ürünlerini tüketiyor musunuz? ( Cevabınız hayır ise 10. Soruyu cevaplamayınız)</b>								
<input type="checkbox"/> Evet	1	<input type="checkbox"/> Hayır	2						
<b>10</b>	<b>Odun-Dışı Orman ürünlerini nereden temin ediyorsunuz?</b>								
<input type="checkbox"/> Aktarlardan	1	<input type="checkbox"/> Pazarlardan	2	<input type="checkbox"/> Orman Köylüsünden	3	<input type="checkbox"/> Marketlerden	4	<input type="checkbox"/> Diğer.....	5

Aşağıda Odun - Dışı Orman Ürünleriyle ilgili yargılara ilişkin düşüncelerinizi belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
ODOÜ = Odun – Dışı Orman Ürünleri						
1	Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ'leriyle ilgili çalışmalarının yeterli olduğunu düşünüyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	ODOÜ'leri orman köylüsü için önemli bir gelir kaynağıdır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Kahramanmaraş ormanları ODOÜ'leri bakımından zengin kaynaklara sahiptir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	ODOÜ'leri toplumun ormanlara olan ilgisini arttırmaktadır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	ODOÜ'lerinin sağlıksız ürünler olduğunu düşünüyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	ODOÜ'leri herhangi bir kurum tarafından sertifika sahibidir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	ODOÜ'leri konusunda yeterli bilgilendirme yapılmıyor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	ODOÜ'lerinin kullanım amaç ve yöntemi hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibiyim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	ODOÜ'leri kozmetik, tıp, gıda vb. sektörlerde etken madde olarak kullanılmaktadır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	ODOÜ'leri konusunda eğitim almak isterim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	ODOÜ'lerinin üretimi için devlet teşviği sağlanırsa üretim yapmak isterim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	ODOÜ'lerinin pazar alanı ve satış koşulları yeterli değildir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	ODOÜ'lerinin üretim ve satış esasları devlet kontrolünde olmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	ODOÜ'lerinin üretim miktarının artırılması gerekmektedir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Orman Genel Müdürlüğü'nün ODOÜ'leri konusunda yaptığı çalışmaları takip ediyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	ODOÜ'lerine ulaşmakta zorluk çekiyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	ODOÜ'lerinin fiyatının yüksek olduğunu düşünüyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	ODOÜ'leriyle ilgili OGM bünyesinde çalışan teknik personel sayısının artırılması gerekmektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	ODOÜ üretim ve pazarlama sürecinin özel bir şirket tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	ODOÜ konusunda farkındalık çalışmaları yapacak dernek, vakıf gibi sivil toplum kuruluşları kurulmalıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>