

**T.C.
MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS PROGRAMI**



**TÜRKİYE’NİN ORGANİK ÜRÜN DIŞ
SATIMININ İNCELENMESİ VE MANİSA İLİ
ORGANİK ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM
ÖRNEĞİ**

Merve YÜCEİLLİ

**Danışman
Prof. Dr. Osman Murat KOÇTÜRK**

Ocak, 2020

**T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS PROGRAMI**

**TÜRKİYE’NİN ORGANİK ÜRÜN DIŞ SATIMININ
İNCELENMESİ VE MANİSA İLİ ORGANİK ÇEKİRDEKSİZ
KURU ÜZÜM ÖRNEĞİ**

Merve YÜCEİLLİ

**Danışman
Prof. Dr. Osman Murat KOÇTÜRK**

MANİSA–2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’nin Organik Ürün Dış Satımının İncelenmesi ve Manisa İli Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

27/01/2020

Merve YÜCEİLLİ

ÖZET

TÜRKİYE’NİN ORGANİK ÜRÜN DIŞ SATIMININ İNCELENMESİ VE MANİSA İLİ ORGANİK ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM ÖRNEĞİ

Bu çalışmada organik çekirdeksiz kuru üzümün geleceğinin ve sürdürülebilirliğinin Manisa ilindeki üreticiler ve ihracatçılar açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmaya öncelikle organik tarıma yönelik genel bakış ile ilgili bilgi vererek başlanmış olup daha sonra dünyada, Türkiye’de ve Manisa ilinde organik çekirdeksiz kuru üzümün üretildiği alanı, ihracat hacmi ve gelecekteki yeri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Tespit ve değerlendirmeler yapılırken çeşitli makaleler, tezler, dergi ve gazeteler kaynak olarak kullanılmış ve ulusal ve uluslararası tarım kurumlarının verileri aracılığıyla organik ve konvansiyonel çekirdeksiz kuru üzüm üretim ve ihracatına dair veriler toplanarak genel bir değerlendirme ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada Manisa ilindeki 33 adet organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticisi ve 3 adet ihracatçı firmaya yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiş olup, anket verilerine SPSS programı kullanılarak istatistiksel testler uygulanmış ve hipotezler oluşturulmuştur. Elde edilen veriler sonucunda organik çekirdeksiz kuru üzümün gelecek vaat etmediği, çiftçilerin gerekli devlet desteği göremedikleri, mahsulün bedelinin temininde gecikmeler yaşadıkları, organik çekirdeksiz kuru üzümün konvansiyonel çekirdeksiz kuru üzümünden fiyat açısından çok da farklı olmadığı, birçok çiftçinin organik üretici sertifikasını iptal ettiği ve etme aşamasında olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonunda tüm bu durumlara çözüm sunabilmek adına değerlendirmeler yapılmış ve öneriler ortaya konmuştur.

Anahtar kelimeler: Organik çekirdeksiz kuru üzüm, tarımsal destekleme, konvansiyonel çekirdeksiz kuru üzüm, Manisa.

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF TURKEY'S ORGANIC PRODUCTS' EXPORT AND ORGANIC SULTANA EXAMPLE OF MANISA CITY

In this study, it is aimed to evaluate organic seedless raisins in terms of producers and exporters in Manisa province. The first study begins by giving information about overview of organic agriculture. Then, it is tried to put forward the state of the organic raisins in the World, Turkey and Manisa province. Various articles, thesis, journals and newspapers are used as sources during the determination and evaluation of the data. In this research, surveys are conducted with 33 organic seedless raisin producers and 3 exporter companies in Manisa province. In order to reach a conclusion based on survey data, statistical tests were applied using SPSS program and hypotheses were formed. As a result of the surveys, it is revealed that organic seedless raisins will not be valid in the future. Farmers couldn't be supported enough by the government and they face with delays in collection of their payments from the firms. Organic seedless raisins is not very different from conventional raisins in terms of price. Due to all of these reasons many farmers cancelled the organic producer certificate or are in the stage of cancelling. As a result, at the end of the study, some evaluations made and suggestions provided for all these situations.

Key words: Organic seedless raisins, agricultural support, conventional seedless raisins, Manisa.

TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında desteğini esirgemeyen, bilgi ve deneyimleri ile yol gösteren saygı değer hocam Sayın Prof. Dr. Osman Murat KOÇTÜRK'e, bilgi ve tecrübesi ile çalışmamın istatistiki değerlendirmesini yapabilmem için destek veren saygı değer hocam Sayın Dr. Öğretim Üyesi Metin ÖNER'e ve Arş. Gör. Dr. Tuğçe DANACI'ya ve Doç. Dr. Selim DURAMAZ'a, araştırma anketime katılan firmalara ve Karaağaçlı mahallesinin yardımsever çiftçilerine, tüm eğitim hayatım boyunca olduğu gibi çalışmalarım sırasında maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen annem Hülya YÜCEİLLİ'ye, babam Aydın YÜCEİLLİ'ye, ablam Melis YÜCEİLLİ'ye yürekten teşekkür ederim.

Merve YÜCEİLLİ

Manisa, 2020

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....

1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ORGANİK TARIMA GENEL BAKIŞ	2
1.1. Dünyada Organik Tarım	7
1.2. Türkiye’de Organik Tarım	11
1.2.1. Organik Ürünlerin İşlenmesi, Ambalajlanması ve Etiketlenmesi	15
1.2.2. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi	16
1.2.3. Türkiye’de Organik Alanlar ve Üretim Miktarları	17
1.2.4. Organik Ürün İhracatına Devlet Desteği.....	18
1.3. Organik Ürün Dışsatımına İlişkin Genel Bilgi.....	20
1.3.1. Organik Ürün İhracatında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	20
1.3.2. Dünya Organik Ürün Pazarı ve Dışsatımı.....	21
1.3.3. Türkiye Organik Ürün Dışsatımı	22

İKİNCİ BÖLÜM

2. DÜNYA VE TÜRKİYE’DE BAĞCILIK VE ÜZÜM ÜRETİMİ	25
2.1. Ürünün Özellikleri	25
2.2. Dünya’da Bağcılık ve Üzüm Üretimi	26
2.3. Türkiye’de Bağcılık	29
2.3.1. Türkiye’de Üzüm Üretimi	31
2.3.2. İllere Göre Üzüm Üretimi	32
2.4. Dünya ve Türkiye’de Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim ve İhracatı	33
2.4.1. Dünyada Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi	33
2.4.2. Dünya Kuru Üzüm İhracatı	36
2.4.3. Türkiye’de Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi	37
2.4.3.1. Türkiye Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı	38
2.4.3.1.1. Türkiye’nin AB Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı ...	39
2.4.3.1.2. Türkiye’nin Amerika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı	40

2.4.3.1.3. Türkiye'nin Afrika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı	40
2.4.3.1.4. Türkiye'nin Asya-Okyanusya Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı	41
2.4.4. Manisa İlinde Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi ve İhracatı.....	42
2.4.5. Manisa İlinde Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi Yapan İşletmeler	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ORGANİK ÇKÜ FİYATLARININ TANIMLAYICI İSTATİSTİK İLE DEĞERLENDİRMESİ	45
3.1. Tanımlayıcı İstatik Açısından İnceleme	46
3.2. Grafikselsel Araçlarla Verileri İncelenme	46

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	48
4.1. Kruskal-Wallis	56
4.2. Mann-Whitney U Testi	64
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	67
KAYNAKÇA.....	72
EKLER.....	
EK: 1 İhracatçı Anket Formu.....	
EK: 2 Üretici Anket Formu.....	

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

BCS: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

CERES: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

CU: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

ÇKÜ: Çekirdeksiz Kuru Üzüm

ECOCERT-SA: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

EİB: Ege İhracatçı Birlikleri

EKO-TAR: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

ETKO: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

ETO: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği

FAO: Food And Agriculture Organization

FIBL: Research Institute of Organic Agriculture

ICEA: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

IFOAM: International Federation Of Organic Agriculture Movements

IMC: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

IMO: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

KSKDER: Tarımsal Ürün Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları Derneği

MÜSİAD: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

NİSSERT: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

ORSER: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜRKGAP: Yetkilendirilmiş Organik Tarım Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluğu

TABLULAR LİSTESİ

- Tablo 1:** Dünyada Tarım ve Organik Tarım Alanları
- Tablo 2:** Türkiye’de Toplam Tarım ve Organik Tarım Alanları
- Tablo 3:** Türkiye’deki Organik Ürün ve Üretici Sayısı ile Toplam Üretim
- Tablo 4:** Dünya Organik Ürün Üreticileri ve İhracatı
- Tablo 5:** 2017 Yılında En Çok İhracatı Yapılan Organik Ürünler
- Tablo 6:** 2017 Yılında En Çok Organik Ürün İhracatı Yapılan Ülkeler
- Tablo 7:** Yıllara Göre Tutar Cinsinden En Çok İhracatı Yapılan Ürün ve Ülkeler
- Tablo 8:** Dünya Üzüm Üretimine En Çok Katkı Veren İlk 6 Ülke
- Tablo 9:** Ülkelere Göre Üzüm Hasat Alanı ve Verimi
- Tablo 10:** Türkiye’de Toplam Tarım Alanı, Üzüm Üretim Alanı ve Miktarı ve Türleri
- Tablo 11:** Türkiye’de Üzümün İç Kullanımı, Tüketimi ve İhracatı
- Tablo 12:** Üzüm Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) Numarası
- Tablo 13:** Dünya Organik Tarım, Organik Üzüm ve Organik Kuru Üzüm Alanları
- Tablo 14:** Dünya Kuru Üzüm Üretimi (Ton)
- Tablo 15:** Dünya Kuru Üzüm İhracatı (Ton)
- Tablo 16:** Türkiye Çekirdeksiz Kuru Üzüm Alanı, Üretimi ve Verim Miktarı
- Tablo 17:** Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (Ocak-Aralık 2017)
- Tablo 18:** Türkiye’nin AB Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)
- Tablo 19:** Türkiye’nin Amerika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)
- Tablo 20:** Türkiye’nin Afrika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)
- Tablo 21:** Türkiye’nin Asya-Okyanusya Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)
- Tablo 22:** Manisa İli İlçelere Göre Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim Verileri
- Tablo 23:** 2019 Eylül, Ekim ve Kasım Ayları 9 Numara Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatları
- Tablo 24:** Organik Tarımda Desteğe İhtiyaç Duyulan Konu
- Tablo 25:** Katılımcı Çiftçilerin Yaşları

Tablo 26: Katılımcı Çiftçilerin Eğitim Durumu

Tablo 27: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretim Deneyimi

Tablo 28: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretimine Katılması

Tablo 29: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Bağ Dönümü

Tablo 30: Organik ÇKÜ Fiyat Belirleme

Tablo 31: Organik ÇKÜ'ye Yönelme Sebebi

Tablo 32: Üretime İlişkin Görüşler

Tablo 33: Pazarlamaya İlişkin Görüşler

Tablo 34: Kruskal-Wallis Eğitim Durumu-Organik ÇKÜ Yönelme Sebebi

Tablo 35: Kruskal-Wallis Tecrübe-Üretime İlişkin Eleştiriler

Tablo 36: Kruskal-Wallis – Eğitim Durumu-Pazarlama

Tablo 37: Mann-Whitney U – Organik ÇKÜ Eğitim-Tüketici Talebine Uygun Üretim

Tablo 38: Mann-Whitney U – Organik ÇKÜ'ye Başlama-İhracatçı-Üretici

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kıtalara Göre Organik Ürün İhracatçıları Dağılımı (2016)

Şekil 2: Dünyada Bağcılığın Yapıldığı Yerler

Şekil 3: Türlerine Göre Ortalama Üzüm Üretimi Payları (2012-2017)

Şekil 4: Aritmetik Ortalama Formülü

Şekil 5: Standart Sapma Formülü

Şekil 6: Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatları kutu Diyagramı

Şekil 7: Organik Tarımda Desteğe İhtiyaç Duyulan Konu Bar-Grafiği

Şekil 8: Katılımcı Çiftçilerin Eğitim Durumu Bar-Grafiği

Şekil 9: Organik ÇKÜ'ye Yönelme Sebebi 2 Bar-Grafiği

GİRİŞ

Tüketicilerin kimyasal maddeler içermeyen sağlıklı besinler tüketmek istemeleri, üreticileri zamanla organik ürünler üretmeye teşvik etmiştir. Organik ürün pazarı zamanla büyümeye başlamış ve uluslararası çapta önem kazanmıştır. Dünya ticaretinin gelişmesiyle birlikte organik ürün pazarı da git gide gelişmeye devam etmiştir. Organik ürünlerin tüketicilerine güven vermesinin en büyük etkeni uluslararası sertifikasyon kuruluşları tarafından düzenli olarak denetlenmeleri ve sertifikalandırılmalarıdır.

Araştırmada, organik ürünlerin üretim ve ihracat kapasitesinin dünya ve Türkiye genelinde zaman içerisinde gelişip gelişmediği tespit edilmiştir. Sonrasında araştırmaya asıl konu olan organik çekirdeksiz kuru üzümün ilk olarak dünya ve Türkiye'deki üretim ve ihracat kapasitesi araştırılmıştır. Sonrasında, organik çekirdeksiz kuru üzümün Manisa ilindeki yüksek üretim ve dolayısıyla ihracat potansiyeli sebebiyle 33 adet çiftçi ve 3 adet ihracatçı firma ile mülakat tekniği ile anket çalışması yapılmış olup organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ve ihracatına yönelme sebepleri, gelecek vaat edip etmediği, üretim ve ihracatta karşılaşılan sorunlar ve bu sorunların çözümüne yönelik beklentilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın önemi, tespit edilen sorunlara yönelik detaylı bir değerlendirme ortaya koyarak, dünya genelinde önem kazanan ve geleceği olan organik çekirdeksiz kuru üzümün Manisa ilinde ve Türkiye'de gelişimini desteklemeye yönelik kılavuz niteliği taşımasıdır.

Çalışma materyalini, Manisa'da organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ile yoğun şekilde ilgilenen bir köy olan Karaağaçlı'daki 100 adet çiftçiden 33 tanesi gayeli olarak seçilen çiftçiler ile yine yoğun şekilde organik ÇKÜ ihracatı gerçekleştiren 3 adet ihracatçı firma ile 2019 yılı Temmuz-Ekim ayları arasında yapılan anket çalışması sonuçları oluşturmaktadır.

Anket sonuçlarından elde edilen veri setleri normal dağılım göstermediği için ve üç veya daha fazla grubun belirli bir soru kapsamında ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespitinde Kruskal-Wallis testi kullanılarak çeşitli hipotezler oluşturulmuştur.

Ayrıca, iki bağımsız grubun olduğu durumlarda test edilecek durumlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını tespit etmek için Mann-Whitney U testi

kullanılarak hipotezler kurulmuş olup veri seti SPSS programında değerlendirilerek sonuçları ortaya koyulmuştur.

1. ORGANİK TARIMA GENEL BAKIŞ

Organik tarım; kimyasal gübre ve pestisit gibi suni katkı maddelerini kullanmayıp, sürdürülebilir verimliliği ve çevre ve insan sağlığını esas alarak gerçekleştirilen bir üretim şeklidir. Organik tarımda toprak verimliliği ve gıda güvenliği esas alınmaktadır. Bu bağlamda, uluslararası sertifikasyon kuruluşları tarafından her aşaması takip edilip sertifikalandırılmaktadır. Öncelikle ilk olarak uyulması gereken kurallar şu şekildedir; organik üretim yapılacak arazi konvansiyonel üretim yapılan arazilerden, işlek anayollardan, sanayi arazilerinden, maden işletmelerinden, kentsel atıkların toplandığı alanlardan, çevreye zararlı atıklar içeren akarsulardan ve yer altı sularından etkilenmeyecek bir mesafede kurulmalıdır. Organik tarımın en önemli maliyet kalemi genellikle emektir. Hedef, organik alandan maksimum seviyede verim almak yerine toprağa zarar vermeden ve yeteri kadar ürün almak olduğundan çoğu iş elle yapılmaktadır. Tüketiciler de alacakları ürünün gerçekten organik ürün üretim kuralları çerçevesinde üretilmiş “organik ürün” olduğundan şüphe etmemek istemektedir. Türkiye’de organik tarım Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın sertifikasyon kuruluşuna vermiş olduğu yetki sınırlarında sürekli bir denetim altında tutulup üretimin başlangıcından sonuna kadar toprak, su ve ürün analizleri yapılmaktadır (Ak, 2017: 25).

Organik tarımın geçmişi 1940’lı yıllara uzanmaktadır. İlk etapta her ülke kendi çapında organik tarımın gelişimini başlatmış, daha sonra dünya genelinde yapılanıp, ticaretini geliştirmiştir. Dünyada organik tarımla ilgili olarak ilk organizasyon 1972 yılında IFOAM’ın (Dünya Organik Tarım Hareketleri Federasyonu) kurulması ile ortaya çıkmıştır. Dünya ticareti de 1970’li yılların sonlarında gelişmeye başlamış ve 1980 sonrası hızla gelişmiştir (Altındişli ve Aksoy, 2010: 213). Organik tarım ilk olarak Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde ortaya çıkmış ve sonrasında farklı ülkelerde faaliyetine başlanmıştır. Organik tarıma olan talebin artması tüketicilerin hem çevrelerine hem de kendi sağlıklarına duydukları önemden kaynaklanmaktadır. Bu da organik tarımı sosyo-ekonomik açıdan önemli kılmaktadır. Organik ürünlere olan talebin artması organik tarıma yönelen çiftçi sayısını da arttırmıştır. Organik tarıma olan talebin artması aynı zamanda ihracatı da geliştirmiştir. Kendi ülkelerinde organik ürünler için iç pazar ve

talep olmadığı halde bazı ülkeler, Avrupa’da yetişmeyen ve talep edilen organik ürünleri üretmeye ve ihraç etmeye başlamışlardır (Demiryürek, 2011: 29).

Sanayileşme faaliyetleri hem dünya hem Türkiye’de 20.yy ikinci yarısında artmıştır. Sanayileşmeye bağlı olarak birçok ekolojik sorun meydana gelmiştir. Bunlara paralel olarak ve etkilerden kurtulmak için çeşitli tarım politikaları geliştirilmeye başlanmıştır. Nüfusun artması aynı zamanda tüketim talebinin de artmasına neden olmuştur. Hem nüfus artışı hem de artan tüketici talepleri sebebiyle yeni tarım politikaları geliştirilmiştir. Birim alandan daha fazla verim edebilmek için bir takım kimyasallar girdi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Böylece, dünya genelinde birçok sağlık sorunu baş göstermeye başlamıştır. Genetiği ile oynanmış yiyecekler özellikle insan sağlığını tehdit eden en büyük faktörlerden biri olarak meydana çıkmıştır. Bu ürünlerden kaynaklı sağlık sorunlarını bertaraf edebilmek adına halen tedavi yöntemleri geliştirilmektedir. Genetiği değiştirilen bu ürünlerin beraberinde birçok sağlık sorunu getirdiği de ortaya çıkmıştır (Altın ve Orak, 2007: 2).

Sağlık sorunları ile başa çıkabilmek ve gelecekte bu sorunların oluşmasını engellemek adına organik tarıma yönelme hareketleri başlamıştır. Tarım alanları geniş olmasına rağmen organik tarım alanları daha kısıtlıdır. Çünkü bu alanların geleneksel üretim yapılan araziler ve ağır sanayi arazilerinden uzak olması gerekmektedir. Üreticiler birim alandan daha fazla verim elde edebilmek adına kimyasal girdileri üretimde kullanmaktadırlar. Ancak, 1980’li yıllara gelindiğinde bu durumda değişiklik meydana gelmiştir. Organik ürünler kendi pazarını yaratmaya başlamış ve sektör haline gelmiştir. 1985 yılında da Türkiye bu sisteme dahil olmuştur (Sayın ve Mencet, 2007: 12).

Organik ürün yetiştiriciliği, hem ekolojik açıdan hem de sağlık açısından sürdürülebilir tarım sistemlerinin birleştirilmesinin amaçlandığı bir yapıdır. Aynı zamanda toprak florasını koruduğu için canlılarla bütünleşik bir yapısı da bulunmaktadır (Eti, 2014: 5).

Organik üretimin amaçlarına bakılacak olursa (Vatansever, 2007);

- Toprak yapısını koruyarak biyolojik çeşitliliği arttırmak
- Toprağın canlılık seviyesini arttırmak
- Toprağın verimliliğini uzun sürede korumak
- Bitkisel ve hayvansal atıkları toprağa geri kazandırmak ve yenilenemeyen kaynakların kullanımını azaltmak

- Çevre kirliliğini azaltarak, ekolojik dengeyi korumak

Organik tarımın izlenebilmesi ve güvenilirliğini kontrol ve sertifikasyon kuruluşları sağlamaktadır. Dünyada organik tarımın izlenmesi ve sertifikalandırılması için 481 kuruluş görev yapmaktadır. Bu alanda kıtalara göre değerlendirme yapılırsa Avrupa'da 177, Asya'da 157, Kuzey Amerika'da 78, Latin Amerika'da 48, Okyanusya'da 11, Afrika'da 10 adet kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlardan bazıları farklı kıta ve ülkelerde görevini yerine getirmektedir. Ülkelere göre sertifikasyon kuruluşlarının sayıları farklılık göstermektedir. Sırasıyla Japonya'da 60 kuruluş, ABD'de 57, Almanya ve Güney Kore'de 32, Çin'de 29, İspanya'da 27, Avrupa Birliği ülkeleri arasında en büyük üretim alanına sahip olan İtalya'da 16 adet, Dünya'daki en geniş organik tarım arazi alanına sahip olan Hindistan'da 13 adet sertifikasyon kuruluşu faaliyet göstermektedir. Organik tarımda uluslararası standartlar ve yasal düzenlemeler önem arz etmektedir. IFOAM'ın temel standartları organik tarımın gerekliliklerini yerine getirebilmek için tüm dünya tarafından takip edilmektedir. Organik tarım için dünyada ortaya çıkarılan ilk resmi mevzuat, 24 Temmuz 1991 tarihinde yayınlanıp AB'de resmi olarak yürürlüğe giren, 2009/29 sayılı yönetmeliktir. AB tarafından bu yönetmelikte çok sayıda değişiklik ve düzenlemeler yapılmıştır. AB 28 Haziran 2007 tarihinde EC 853/2007 sayılı organik üretim ve organik ürünlerin etiketlenmesi hakkındaki konsey tüzüğü yayınlamış ve 1 Ocak 2009'dan itibaren geçerli olacak şekilde yürürlüğe ve uygulamaya koymuştur. Tüzük 7 başlık ve 42 maddeden oluşmaktadır. İçeriğinde; amaç, kapsam ve tanımlar; organik üretim hedefleri ve kriterleri; üretime dair kuralları; etiketleme; kontroller; diğer ülkelerle ticaret; nihai ve geçişe ilişkin kuralları barındırmaktadır (Altındişli ve Aksoy, 2010: 217).

Kimyasal gübre ve ilaçlar tarımsal alanlarından daha fazla verim elde edebilmeleri için üreticiler tarafından gün geçtikçe daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Kimyasal gübre ve ilaçların bu amaçla kullanılması zamanla insan sağlığı ve çevre problemleri gibi sorunlar ortaya çıkarmıştır.

Avrupa ülkelerinde, tüketicilerin gelir düzeylerindeki ve çevre bilincindeki artış ve tüketiciler tarafından tüketilen gıdalardaki pestisit kalıntılarına karşı göstermiş oldukları hassasiyet insan sağlığı ve çevreyi koruma bakımından önem arz eden organik tarım ürünlerinin üretimi ve tüketimini ortaya çıkarmıştır. Gelişmiş ülkelerde, organik ürünlere yönelik iç talep sürekli artmaktadır. Organik ürünlerin

üretimi ise genellikle gelişmekte olan ülkeler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde üretim, yurtiçi pazar ihtiyacını karşılamaya yönelik olmayıp, ihracata yöneliktir (Bektaş ve Miran, 2006: 286).

Organik tarım çevreyi koruyarak sağlıklı yaşam sunması ve doğa dostu olması sebebi ile dikkat çekmekte ve hızlı bir şekilde yaygınlaşmaktadır. Ayrıca, organik tarım denilince akla sadece tarımsal üretim gelmemelidir. Organik tarım, sürdürülebilir tarım ve kalkınma, eko-turizm, biyolojik çeşitliliğin korunması, erozyon, çölleşme ve iklim değişikliğine yol açan unsurların kontrolünde de önemli katkılar sağlamaktadır. Organik tarımın, ürünlerin tarım arazilerinde üretilip pazarlanmasına kadar gerçekleştirilen süreçlerde kendine has ilke ve uygulama yöntemleri bulunmaktadır. Bu açıdan organik tarımın gereklilikleri analiz edilirse; ilk olarak, tarım ilacı, gübre, hormon gibi kimyasal katkı maddesi kullanımının yasaklanmasıdır. İkinci olarak; organik tarıma uygun üretim şeklinde kompost, bitki atığı, bitki rotasyonu, yeşil gübreleme, hayvan gübreleri, gübreleme gibi doğal araçlar kullanılarak üretim yapılıp; zararlıların, hastalıkların ve yabancı otların biyolojik ya da mekanik kontrolü gibi üretim mekanizmalarına başvurulmaktadır. Üçüncü olarak ise insan ve doğa sağlığını sürdürülebilir şekilde koruma, tüketici tercihlerine önem verme organik tarımın temel amaçları arasındadır. Son olarak, organik tarımsal üretim, son aşama olan pazarlama sürecine kadar, kendine özgü uluslararası kuralları olan, izlenebilir, kayıtlı ve şeffaf bir süreçtir. Her bir aşama bağımsız sertifikasyon kuruluşları tarafından kontrol edilir ve sertifikalandırılır (Ceylan, 2017: 51).

Organik tarımın avantajları olduğu gibi karşılaşılan sorunlar da bulunmaktadır.

Türkiye’de çiftçiler kimyasal girdileri ya çok az kullanılmakta ya da hiç kullanmamaktadır. Bu sebeple organik tarıma geçiş süreci kolaylaşmaktadır. Organik tarımın avantajları ve karşılaşılan sorunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kurtar ve Ayan, 2004: 58).

- Çiftçinin elde ettiği gelir organik ürüne bağlı olarak artmaktadır.
- Önemli birer maliyet kalemi olan ve konvansiyonel üretimde kullanılan kimyasal gübre, enerji maliyetleri ve pestisit gibi ek masraf

oluşturan girdilerden kullanılmaması sebebiyle tasarruf sağlanmaktadır.

- Sözleşmeye dayalı olduğu için ürünün çiftçinin elinde kalmasını engellemektedir.
- Organik ürünler ihraç edilirken konvansiyonel ürünlere göre yaklaşık yüzde 10-20 oranında daha avantajlıdır.
- Organik ürünlerin ihracatında ekstra kapasite oluşturulmaktadır.
- Ayrıca uzman teknik bilgi gerektiren bir yöntem olması sebebi ile Ziraat mühendisleri için yeni bir iş kolu yaratmaktadır.

Karşılaşılan sorunlar ise aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Türkiye’de tarımsal ürün üretiminde yıllar arası dalgalanmalar yaşanabilmektedir. Değişen demografik koşullar da tüketimdeki çeşitlilik ve düzeyin artmasına sebep olmaktadır. Çevre ülkelerin tarımsal ürün taleplerine, verimde oluşabilecek azalmalar sebebiyle kısa vadede cevap veremeyecek olması, organik tarımın gelişimini kısıtlayabilmektedir.
- Organik üretim yapılabilecek arazilerin konvansiyonel üretim yapılan arazilerden uzak olması gerekmektedir. Türkiye’de araziler küçük ve parçalı bir yayılım gösterdiği için organik ürün yapısı olumsuz etkilenebilmektedir.
- Organik ürünlerin pazarlanmasında sorunlar yaşanabilmektedir.

Organik tarım ile konvansiyonel tarım arasındaki farklara bakılacak olursa temel farklar aşağıdaki gibidir (Zengin, 2007: 17):

- Konvansiyonel tarımda planlı ekim nöbeti yapılmamaktadır ancak, ekim nöbeti organik tarım işlemlerinde zorunlu kılınmıştır.
- Konvansiyonel tarımda çeşitli kimyasallar kullanılarak yabancı ve zararlı otlar yok edilir. Ancak, organik tarımda kontrol edilmeye çalışılır.
- Konvansiyonel tarım alanlarında yaşayan canlı popülasyonunun yaşama düzenlerini bozarken, organik tarım yapılan alanlarda bu canlıların yaşam düzenlerinde iyileşme yaşanır.

- Konvansiyonel tarımda kullanılan maddeler sebebiyle toprakta humus ve organik madde kaybı yaşanır. Aksine, organik tarımda alanlarında humus ve organik madde alanlarında artış gözlemlenir.
- Gerek gübreleme masrafları gerekse tarımsal faaliyetlerden kaynaklı maliyetler konvansiyonel tarımda yüksekken, bu kalemler organik tarımda düşük maliyetle yapılmaktadır.
- Toprağın işlenmesi bakımından da organik tarımda toprak düzenli bir şekilde ekilirken, konvansiyonel tarımda bu düzen bulunmamaktadır.

1.1. Dünyada Organik Tarım

Organik tarım dünya genelinde devletler tarafından çeşitli prosedürler ile desteklenmektedir. Birkaç ülkeden örnek verilecek olursa bu destekler aşağıdaki gibi gözlemlenebilmektedir.

AB organik tarım kapsamında yalnızca kırsal alanlara yönelmemektedir. Bu rağmen, organik tarımı kırsal kalkınma politikaları içerisinde entegre etmeye çalışmaktadır. Ayrıca, AB normalden farklı olarak, organik tarımı talebe dayalı olarak organize etmeye çalışmaktadır (Gökdere, 2000: 26).

Ayrıca Lampkin tarafından yapılan bir çalışmada da, AB’de organik tarım politikalarının, sürekli üretimi destekleyen bir stratejiye dönmesi yerine pazarlama faaliyetleri ile birlikte yürütülmesini amaçladığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, organik tarımın gelişiminde sürdürülebilirliği sağlamak arz ve talep dengesini kurmaktan geçmektedir. Bu durumun da kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için en önemli araç olduğu belirtilmiştir. Araştırmaya göre, Danimarka’da organik tarım dahilinde oluşturulacak politikaların belirlenmesi sürecine üretici grupları ve konu ile ilgili hükümet kuruluşları gibi organlarında katıldığı görülmektedir. Böylece, tüketim tarzları, kalite, çevre ve sağlık şartları ve arz ve talep dengeleri gibi talebi yaratma amacıyla hedefler belirlenmektedir (Lampkin, 2002: 321).

Amerika’da organik tarım ilk başlarda küçük çapta çiftçilerin yapmış olduğu faaliyet olarak görülürken, Organik Gıda Üretimi Hareketi ile toplumun geneline yayılması amaçlanmış ve Ulusal Organik Standartlar Yönetim Kurulu bu amaç doğrultusunda kurulmuştur. Organik tarım Amerika’da devlet gözetiminde devam ettirilmektedir. Tüketici hayatına ve doğal dengeye yaptığı katkılar sebebi ve sürdürülebilir olması sebepleri ile organik tarımda yapılan yasal düzenlemeler organik ürün üreticisinin ve tüketicisinin devlet tarafından desteklenmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu sebeple çoğu ülke gibi ABD de organik üretim yapan çiftçiler bu

kapsamda çıkarılan yönetmelik ve kanunlar ile özellikle de sertifikasyon giderleri için sağladığı ödeme kolaylıkları ile destek bulmaktadır. Bu sistem ile ABD sınırları içerisinde organik üretim yapan çiftçilere sertifikalandırılma işlemlerinin başında bu giderler için ödeme yapılması ve bunun da geri ödemesiz olması gibi bir kolaylık sağlanmaktadır (Bulut ve Birgili, 2006: 967).

İngiltere’de de organik tarımı destekleyici yasal mevzuatlar bulunmaktadır. Tarımsal açıdan hassas arazilere öncelik veren İngiltere, organik ürün üretimi yapılan arazi yapısına bağlı olarak 5 yıl boyunca çiftçilere onları geçiş döneminde destekleyici ödenekler vermektedir. Süre sonunda ise duruma göre değerlendirme yapıp ödeneğe devam edilmesine ya da edilmemesine karar verilmektedir (İTO, 2006: 39). İngiltere, halkın organik tarım bilinç seviyesini arttırılması ve tüketici taleplerine yönelik stratejiler oluşturmaktadır (Gündüz ve Kaya, 2007: 315).

Almanya’da ise organik tarımın geliştirilmesine yönelik olarak 1989’dan 1992 yılına kadar kimyasalların kullanılması yasaklanmıştır ve bu şekilde desteklenmiştir. Desteğin, 1994 yılından itibaren tarımsal-çevre programı kapsamında fon aktarımına dönerek devamlılığı sağlanmıştır. 2002 yılına gelindiğinde organik tarımda ekilebilir hektar başına belli miktarlarda destek vermeye başlanmıştır. Bunun yanında, organik tarıma ilk defa başlayanlar için başlangıç masraflarına ilişkin üst sınırlar yine bu yılda arttırılmıştır (Güzel, 2002: s.34). Ayrıca Almanya’da, rekabetçi piyasa koşullarına yönelik bilgi ağı programı oluşturulmuş ve uygulamaya geçilmiştir. Bilgi ağı programı, arz ve talep dengesi dahilinde, üretimin dağıtımını, işlenmesi, tüketiciler ve perakendeciler ve girdilerin sağlanması gibi tüm aşamaları dikkate almaktadır. Bu kapsamda, hükümet 70 milyon Euro fon tahsis etmiştir. Belirtilen tutarın özellikle reklam ve bilgilendirme kampanyalarına yönelik harcanacağı belirtilmiştir (Hamm, 2001, 32).

İtalya’da organik tarıma destekleri ülkenin bazı bölgelerinde direkt olarak gelir desteği gibi kullanılmaktadır. Devlet tarafından, organik tarıma dayalı sadece bu konuyu araştırmak ve geliştirmek için bir araştırma enstitüsü ve okul kurulmuştur. Ülke çapında her yıl organik tarıma dayalı deney, pazarlama ve promosyon, araştırma gibi alanlara aktarılan yatırım maliyetleri git gide artış göstermektedir (Nasır ve Kımiloğlu, 2006: 419).

Hollanda’da da çiftçilerin organik tarıma geçiş süreçlerinde mali yüklerini azaltabilmek adına finansal destek sağlanmaktadır. Ekolojik tarımın gerçekleştirilecek olduğu alanlara bireysel yatırımcılar tarafından yapılacak

yatırımlarda faiz ve karlar vergiye tabi tutulmamaktadır. Yeşil proje adı ile anılan projeler kapsamında organik üretim yapan çiftçilere düşük faiz oranları ile borçlanma olanakları da sağlanmaktadır (İpek ve Çil, 2010: 151). Hollanda'da organik tarım yaklaşımları da arz ve talep yönelik yapılanmaktadır. Tüketici tercihlerine odaklanılmış ve tüketici güvenin kazanmaya yönelik faaliyetlere önem verilmiştir. Bunun yanında üreticilere ödemenin peşinen yapılması uygulaması da kaldırılmıştır (Gündüz ve Kaya, 2007: 315).

Organik tarım, tarımı sürdürülebilir kılan sistemlerden biridir. Organik tarımın, ürünlerin üretim sürecinden başlayıp pazarlanmasına kadar geçen süreçte çeşitli prensip ve kuralları bulunmaktadır. Aynı zamanda ekolojik tarım uygulamaları gelişmiş ülkelerde daha yaygın olmasına rağmen gelişmekte olan ülkelerde de gün geçtikçe yayılım göstermektedir. Gelişmiş ülkelerdeki tüketiciler alım güçlerinin ve gelirlerinin daha iyi olması sebebi ile çevre koruma faaliyetleri dahil kendi sağlıklarına yönelik faaliyetlere de daha çok önem vermektedirler. Bu nedenle, organik tarım faaliyetleri bu ülkelerde daha çok görülmektedir. Ayrıca, özellikle Avrupa, kuzey Amerika ve Okyanusya kıtalarında da organik tarıma yönelik çalışmalar giderek artmaktadır. Kimi ülkelerde gerek iklim gerek coğrafi şartlar ya da sanayileşme nedeniyle üretilemeyen organik ürünlerin diğer ülkelerden ithal edilmesi ile organik ürün pazarı uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Bu sebeple, Türkiye gibi iklim ve coğrafi koşulları organik tarıma elverişli gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelere gelen talepleri karşılayabilmek adına organik ürün üreticisi ve ihracatçısı konumuna gelmektedirler (Demiryürek, 2011: 27).

Dünyada üzerinde organik üretim yapılan araziler, tüm tarım arazilerinin yaklaşık olarak %1'i şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Organik tarım alanı bakımından değerlendirme yapılacak olunursa; 22.7 milyon hektar ile Avustralya en geniş organik tarım alanına sahip ülke olarak karşımıza çıkmaktadır (bu da tüm organik arazilerin % 45'i olarak karşımıza çıkmaktadır). Ardından 3.1 milyon hektar ile Arjantin ve 2 milyon hektar ile ABD, yine 2 milyon hektar ile İspanya ve 1.6 milyon hektar ile Çin karşımıza çıkmaktadır. IFOAM ve FIBL Araştırma Enstitüsü tarafından yayımlanan, Şubat 2017 raporunda belirtilen sonuçlar ışığında dünyada 2.4 milyon üretici, 50.9 milyon hektar alanda organik tarım faaliyeti sürdürmektedir. Organik tarım yapan üretici sayısı sadece 2014 - 2015 yılları arasında % 7 seviyesinde bir artış göstermiştir. Organik tarım arazileri ise son 15 yıl içerisinde % 356 genişleme göstermiş olup 14.9 milyon hektardan bu rakamlara ulaşmıştır. En

büyük organik ürün pazarı yaklaşık 40 milyar euro ile ABD’de bulunmaktadır. ABD’yi sırasıyla Almanya (8.6 milyar euro), Fransa (5 milyar euro) ve Çin (4.7 milyar euro) takip etmektedir (Ceylan, 2017: 65).

Tablo 1: Dünyada Tarım ve Organik Tarım Alanları

Yıllar	Tarım Alanı (ha)	Organik Tarım Alanı (ha)	Pay (%)
2012	4 819 135 000	36'839'284.75	0,77
2013	4 807 635 000	43'074'263.08	0,88
2014	4 806 614 000	48'700'984.25	0,91
2015	4 797 557 000	50'360'386.24	1,03
2016	4 794 788 000	58'175'562.17	1,19
2017	4 827 760 000	69'492'495.31	1,44

Kaynak: FİBL ve FAO 2017 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya genelinde 2016 yılı verilerine göre 178 ülkede 58 milyon ha alanda, 2.7 milyon üretici tarafından organik üretim yapılmaktadır (Willer ve Lernoud (Ed.), 2018).

Tablo 1’deki verilere bakıldığında, 2012 ve 2017 yılları arasında dünya üzerindeki toplam tarım alanı ve organik tarım alanı ile organik tarım alanının toplam tarım alanı içerisindeki payı görülmektedir. Yıllar içerisinde toplam tarım alanında hem düşüş hem yükselişler olmasına rağmen organik tarım alanında belirtilen yıllarda devamlı artış gözlemlenmektedir. Bu durumda, dünyadaki organik tarım alanlarının toplam tarım alanları içerisindeki payı sürekli artmıştır.

Organik ürün tüketimi zaman geçtikçe artmaktadır. Dünya geneline bakıldığında, Danimarka, İsviçre ve İsveç kişi başına en çok organik ürün tüketen ülkeler arasında yer almaktadır. İsviçre’de 262 euro, Danimarka’da 191 euro, İsveç’te 177 euro kişi başına organik ürünler için harcanan miktarlardır. Türkiye’de ise organik ürün tüketim farkındalığı ya da alım gücünün elverişli olmaması sebebiyle organik ürünlere harcanan bütçe kişi başı 1 euro bile değildir. Bu yüzden organik tarım tüketimine teşvik eden çalışmalara yoğunlaşmak gerekmektedir (Boran, 2018: 18).

Dünya genelinde ülkelerin geleneksel olarak ürettikleri tarımsal ürünleri organik tarım sistemi ile de üretilmektedir. Örnek verilecek olursa Türkiye’de

yaş/kuru sebze ve meyve, Hindistan'da çay, Arjantin'de et ve et ürünleri, Danimarka'da süt ve süt ürünleri, Tunus'ta zeytinyağı ve hurma öncelikli ürünler arasındadır (Canik, 2011: 2).

Organik ürün pazarı zamanla büyüme göstermektedir. Bu pazarlar, hem üreticilere hem tüketicilere hem de ihracatçılara hem gelir hem de yaşam kalitesini arttırması bakımından imkan sunmaktadır. Yapılan bir anket çalışmasına göre gelişmekte olan ülkelerde organik tarımın gün geçtikçe daha da önem kazandığı sonucuna varılmıştır. Tüketicilerin son zamanlardaki gıda taleplerinin hem çevreyi, hem insan sağlığını koruyan kaliteli ürünlere yöneldiği ve gıda güvenliğinin önem kazandığı görülmektedir (Bernabeu ve diğerleri, 2008: 180). Organik tarıma olan talep git gide artsa da ağırlıklı olarak yoğunluk gelir seviyesi ve gelişmişlik düzeyi daha yüksek olan Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerindedir. Bu ülkelerde üretim miktarı tüketici talebini karşılamaya yetmemektedir. Böylece, farklı ülkelere organik ürün ithal edilerek açıklık giderilmeye çalışılmaktadır (Willer ve Yusefi, 2007: 70).

1.2. Türkiye'de Organik Tarım

II. Dünya Savaşı sonrası ülkelerarası etkileşimin artmasıyla globalleşen piyasa ekonomisi kapsamında tarımsal teknik ve uygulamalar daha da geliştirilmiştir. Bunun sonucunda sanayileşme de hızla artmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki üretici ve tüketiciler, konvansiyonel tarımın zararlarını bertaraf etmek ve tarımın sürdürülebilirliğini koruma adına organik tarım tekniklerini tercih etmeye başlamışlardır. Bu hareketle bir tarım ülkesi olan Türkiye'de organik tarımın tohumları gelişmeye başlamıştır (Merdan, 2014: 67).

AB ülkeleri pazarı Türkiye için her zaman önem arz etmiştir. Bunun için organik tarımda da uygulanacak mevzuatın AB ülkeleri mevzuatına uyum sağlaması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, AB ile uyumlu olacak şekilde mevzuat uyum çalışmaları güncel olarak gerçekleştirilmektedir. AB'nin 2092/91 sayılı Konsey Tüzüğüne yerine, 834/2007 sayılı Konsey Tüzüğü ve 889/2008 sayılı Komisyon Tüzüğüne 1 Ocak 2009'da yürürlüğe sokulmasına bağlı olarak, ulusal ekolojik tarım yönetmeliği AB Mevzuatı ile uyumlu olacak şekilde düzenlenmiş ve 2010 yılında yeniden yayımlanmıştır. Türkiye'nin AB'ye organik ürün ihracatını kolaylaştırmak için ve ürün talep edilen bir ülke haline gelmek için Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı AB ile güncel olarak etkileşim halindedir. Belirli zamanlarda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından dosya hazırlanarak AB

komisyonuna sunulmaktadır ve sonucunda uyum çalışmaları yapılmaktadır. Gerek coğrafi konum gerek iklim özellikleri bakımından bir tarım ülkesi olan Türkiye, organik tarıma da elverişlidir. Sürdürülebilirliğin ve katkısız tamamen doğal üretim amacı güden organik tarımda, amaca yönelik olarak organik ürün ağındaki tüm partiler ortak çalışmaktadır. Tüm faaliyetler bu uyum kapsamında gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, reticinin kazancını arttırma, tüketicinin isteğine doğru cevap verebilme ve çevreyi koruma, eko agro-turizm, ve dış pazardan daha fazla pay kazanılması da git gide önem kazanmıştır. Organik tarım ihracata yönelik olarak kuru üzüm ve incirin talebi ile başlamıştır. İlk etapta sadece sekiz ürün ile başlayan organik tarım hareketleri günümüzde 200 ürünü aşmıştır (Ulusal Eylem Planı, 2013: 7).

Türkiye'nin organik tarım potansiyeli AB ile üyelikte tarım politikaları bakımından müzakerelerin yanında diğer açılardan da bir çok fayda sağlamaktadır (Bakırcı, 2005: 79-80):

- Doğal çevrenin kirlenmesinin ve bozulmasının önüne geçer, köylerde yaşayan nüfus fazlalığından kaynaklı buralarda meydana gelen istihdam sorununun önüne geçer ve kk ve parçalı işletme sorununu ortadan kaldırır,
- Türkiye bir tarım ülkesi olduğundan ve organik tarıma da elverişli olduğundan dış piyasalardan gelen talebi karşılayarak ve rekabet gücünü arttırır,
- İç piyasada da halkın daha sağlıklı ve güvenilir besinler tüketmesi sağlanır, gelecek nesiller daha sağlıklı yetişir,
- Geleneksel tarıma göre birim alandan daha düşük verim elde edilmesine rağmen, ürün fiyatları daha yüksek olduğu için çiftçilere daha çok gelir elde etme imkanı sunar,
- Kimyasal gübre ve ilaçlama masrafları organik tarımda bulunmadığından çiftçiler maliyetten de kar etmiş olur,
- Hayvan gübresinin tarımda kullanılma imkanı artar,
- Organik tarımda kullanılan gübre kimyasal olmamalıdır. Bu durumda çiftçiler hayvan gübresine yönelecek ve hayvancılık da böylece gelişmiş olur,
- Üretim sözleşmeye bağlı olduğundan çiftçinin malının satılması garantilenir ve pazarlama ve üretim güvencesi sağlanmış olur, böylece

zaman geçtikçe alınan destekler de azalacak ve ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlanmış olacak,

- Organik tarım sayesinde ülkedeki doğal kaynak zenginliği korunarak sürdürülebilir bir tarım sistemi olması sebebi ile de kaynak potansiyelinden mümkün olduğunca çok yararlanılmış olur,
- Türkiye elindeki organik tarım potansiyelini kullanarak çoğu zaman uluslararası anlaşmalar sebebi ile yaşanan tarımsal yapı sorunlarını bertaraf ederek uluslararası çapta güçlü bir tarım politikası yaratır,
- AB'ye üye olma aşamasında da organik tarım potansiyeli ve hayata geçirilebilir olması sebebi ile katkılar sağlamaktadır,
- İhracat yönelik olarak gerçekleştirilen organik tarım faaliyetleri Türkiye'ye önemli döviz girdisi sağlamakta ve cari dengeye katkı yaratmaktadır,
- Çiftçiler yapay gübre ve kimyasal ilaç masraflarından kurtulur, toprak yapısı bozulmaz ve daha etkin bitkisel üretim yapılır,
- Kimyasal ilaç ve gübrelerin büyük bir çoğunluğu yurtdışından ithal edilmektedir ve bu da ithalat ihracat dengesini bozan kalemlerden biri olmaktadır. Organik tarım sayesinde bu ürünlerin ithalatı azalır ve yine dış ticaret dengesine katkı sağlanmış olur,
- Organik tarıma daha fazla önem verildiğinde yüzyıllardır süregelen kırsal kalkınma sorunları ortadan kalkacak ve burada yaşayan halk için de kalkınma yaratılabilecektir.

“Türkiye’de organik tarımın gelişimi geçmiş yıllara oranla daha güçlü bir ivme ile sürmekte olmasına rağmen iç pazardaki talep artışı bu gelişimin gerisindedir. Bu durumun oluşmasında tüketim alışkanlıklarının ve ekonomik nedenlerin önemli etkisi olmakla birlikte organik tarım yapan üreticilere göre bu durumun temel sebepleri; tüketicilerin bilinç eksikliği, gelir düşüklüğü, tanıtım eksikliği, ürün fiyatlarının yüksek olması, sertifikaya inanmama, duyarsızlık ve üretim yetersizliği olarak sıralanmaktadır” (Karabaş ve Gürler, 2011: 80). “Organik tarım ürünleri pazarı 2000 yılına kadar dış pazara yönelik gelişmiştir. Bu süre içinde iç pazarda süpermarketlere yönelik bazı çabalar ürün yelpazesinin sınırlı, fiyatların yüksek olması sonucu başarılı olamamıştır. Türkiye’de organik ürünlerin satış aşamasında süpermarketlerden önce özellikli mağazalara öncelik verilmesi satış noktasında satış elemanı ile tüketici arasında birebir temas kurularak ürün özelliklerinin tüketiciye anlatılması açısından önem kazanmaktadır. Süpermarketlerde çoğu zaman tüketiciyi ürün hakkında bilgilendirecek bir görevli olmadığı için tüketici ürünü doğru kriterlerle değerlendirmemekte ve diğer konvansiyonel ürün fiyatları ile 56 karşılaştırıldığında fiyat farklılığını anlamamakta alım tercihlerini alternatif konvansiyonel ürünlere kaydırmaktadır” (Kara, 2007).

Dünya üzerinde organik tarım alanları büyüklüğüne göre bir sıralama yapıldığında Türkiye 18. sırada bulunmaktadır. Toplam tarım alanları arasında organik üretim alanlarının payı ise Türkiye’de %1,3’tür. Bu pay ile Türkiye dünya üzerinde toplam tarım alanları arasında organik tarım alanı büyüklüğü açısından 59. sırada yer almaktadır. Tarım kökenli bir ülke olması sebebiyle Türkiye’de çoğu insan geçimini dedelerinden miras kalan tarım ile sağlamaktadır. Bu bakımdan Türkiye organik tarım ile uğraşan çiftçi sayısı ile dünya sıralamasında ilk 10’da yer almaktadır ve 8. Ülke konumundadır. Dünya organik ürün pazarında Türkiye önemli bir konuma sahiptir.

Türkiye’de ekolojik tarım gelecek vaat eden sektörler arasındadır. Organik tarım sektörü geçmiş 10 yıl içerisinde büyüme göstermiştir. Türkiye’nin dünya sıralamasında daha üst kademelere ulaşabilmek için hala yolu bulunmaktadır. Burada da sektörün çeşitli iç ve dış politikalar aracıyla desteklenmesi gerekmektedir (Boran, 2018: 18).

“Organik ürünlerin pazarlanmasına yönelik ilk pazarların açılması 2006 yılına denk gelmektedir. Türkiye’nin ilk Ekolojik Pazarı, 17 Haziran 2006’da Şişli’de, %100 Ekolojik Pazar markası altında açılmıştır. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği’nin öncülüğünde Türkiye’de poşet kullanımının kaldırıldığı ilk pazar olma özelliğine de sahip olan Şişli %100 Ekolojik Pazar önderliğinde, tüm %100 Ekolojik Pazarlar açıldığı ilk günlerden itibaren konu ile ilgili söyleşiler, etkinlikler, atölyeler ve film gösterilerine sahne olmuştur. Çeşitli kutlamalar ve konserlere ev sahipliği yapmıştır. Bu çabanın küçük de olsa bir karşılığı olarak Şişli %100 Ekolojik Pazar, İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti etkinliklerinin bir parçası olmuştur. Şişli Ekolojik Pazar’dan sonra, 20 Aralık 2009’da Kartal %100 Ekolojik Pazarı, 23 Şubat 2010’da Beylikdüzü %100 Ekolojik Pazarı, 28 Mayıs 2010’da Bakırköy %100 Ekolojik Pazar açılmıştır. 6 Kasım 2010’da Samsun İlkadım %100 Ekolojik Pazarı bir yıllık aradan sonra yeni yerinde tekrar açılmıştır. Ancak Nisan 2012’de Buğday Derneği Samsun %100 Ekolojik Pazar ortaklığını bitirmiş, Samsun Pazarının organik pazar niteliği kaybolmuştur. Daha sonra art arda 25 Ağustos 2012’de Konya Meram, 17 Eylül 2012 Burhaniye, 15 Haziran 2013: Seferihisar, 21 Temmuz 2013’de Kayseri %100 Ekolojik Pazarları açılmıştır” (Şehirlioğlu, 2013: 210).

Organik pazar göz önüne alındığında, yurtiçi üretim genellikle yurtdışı üretime göre şekil almaktadır. Organik tarım kapsamında ihraç edilen ürünlerin çok az bir kısmını işlenmiş tarım ve gıda ürünleri oluşturmaktadır. İç pazara karşı olan talep, tüketicilerin bilinçsizliği, pazarlamadaki problemler, tanıtım eksikliği ve ürünlerin pahalı olması gibi sebeplerden ötürü sınırlıdır. Bunlara rağmen, iç piyasayı

geliştirmeye yönelik altyapı faaliyetleri, tüketici bilinçlendirme çalışmaları vb. hizmetler yetersiz kalmaktadır (Kızılaslan ve Olgun, 2012: 10).

Türkiye’de organik tarımın benimsenmesinde ve üreticilerin organik tarıma yönlendirilmesinde üreticilere sağlanan destekler büyük önem arz etmektedir. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından tarım ve hayvancılığa verilen destekler aşağıda sıralanmıştır (Kurğa ve Erdal, 2014: 45):

- Alan Bazlı Organik Tarım Desteklemeleri
- Düşük Faizli Kredi Destekleri
- ÇATAK Programını Tercih Eden Üreticilerin Desteklenmesi
- Biyolojik ve Biyoteknolojik Mücadele Desteği
- Mazot, Gübre ve Toprak Analizi Desteği
- Fark Ödemesi Desteği
- GAP ve DAP Desteği
- Hayvancılık Desteği
- Danışmanlık Desteği
- Kırsal Kalkınma Destekleri
- Yem Desteği
- Süt Desteği

1.2.1. Organik Ürünlerin İşlenmesi, Ambalajlanması ve Etiketlenmesi

“Organik ürünün işlenmesi esnasında, organik ürünün bu yönetmeliğe uygun olmayan ürünlerle karışma ya da bulaşmasını önleyecek ve ürünün organik niteliğini koruyacak gerekli tedbirler alınır. Konvansiyonel üretimde kullanılan binalar, alet ve ekipmanlar temizlenip dezenfekte edildikten sonra organik üretimde kullanılır.

Yeni hasadı yapılmış bir ürün, işleme sonrası depoda veya tüketiciler için raflarda yerini almadan önce mutlaka ambalajlama işleminden geçmek zorundadır. Özellikle gıda ürünlerinde üreticiden nihai tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen zaman içerisinde ürünün kalitesinin korunması ancak uygun ve kaliteli bir ambalaj ile mümkün olmaktadır.

Ambalaj, işlenmiş ve işlenmemiş ürünlerin derimden, nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar ürünü dış etkenlerden koruyan, sağlık kurallarına uygun, üzerinde içindeki ürünün tüm özellikleri yazılı, kokusuz, istiflenebilir ve belli pazar taleplerine cevap verebilen, ürün özelliklerine göre çeşitli materyallerden hazırlanmış standart ölçülerdeki dış örtü, kılıf veya kap olarak ifade edilmektedir.

Organik tarım ürünlerinin ambalajlama süreci, bu ürünlerin yapısıyla uyum göstermelidir. Organik tarım metoduyla üretilen bitkisel, hayvansal ve su ürünleriyle ilgili organik girdiler hammadde, yarı ve/veya mamul madde biçiminde ambalajlanırken organik ürün niteliğinin bozulmamasına dikkat edilmelidir. Söz konusu ambalajlar pamuk veya keten bez torbalar, cam, kağıt, tahta veya odundan üretilmiş malzemeler, mısır veya benzeri liflerle üretilmiş hasır ve benzeri malzemeler ile özel olarak üretilmiş uygun organik kaplama maddeleri ve malzemelerden yapılmalıdır” (Türk, 2006: 15-16).

“Organik ürün etiketinde ürünün adı ve açıkça ürünün organik ürün olduğu, ürünün hasat yılı ve hangi firmaya ait olduğu, bu yönetmelik ve eklerine uygun olarak üretilmiş ve satın alınmış olduğu belirtilmelidir.

Etiketle organik ürün logosu, kontrol ve sertifikasyon kuruluşunun adı, logosu ve sertifika numarası ile kontrol ve sertifikasyon kuruluşunun komite tarafından verilmiş kod numarası bulunmalıdır. Ayrıca organik ürün içeriği tam liste halinde etikette yer almalı, ürününün üretim yeri, üretim ve son kullanma tarihi belirtilmelidir.

Herhangi bir ürünün organik ürün olup olmadığının tespiti için organik ürün etiketi kullanacakların, kontrol ve sertifikasyon kuruluşuna başvurması gerekmektedir. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşu gerekli incelemeleri ışığında, sertifika düzenleyerek durumu Komiteye iletir. Komite, kontrol ve sertifikasyon kuruluşundan aldığı bilgi ve belgeleri Bakanlığın ilgili Genel Müdürlüğüne yasal izin için verir” (Gök, 2008: 19-20).

1.2.2. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi

Türkiye’de organik tarım ürünleri üretimi ihracata yönelik olarak başlamıştır. Türkiye’de organik tarım uygulamaları, 1984-1985 yıllarında ilk olarak çekirdeksiz kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı ile başlamıştır (Bektaş ve Miran, 2006: 286).

Organik tarım hakkındaki Türkiye’deki yasal düzenlemeler, 2092/91 sayılı AB’nin ilk organik tarım hakkındaki yönetmeliği olan mevzuatından 3 yıl sonra gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de ilk resmi düzenleme 18 Aralık 1994 tarih, 22145 sayılı ‘Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Üretilmesine İlişkin Yönetmelik’ şeklinde yürürlüğe konulmuştur. Yönetmelik organik tarımda yasal sınırların belirlenmesi ve yanlış yapılan uygulamalarda gerekli yaptırımların ve güvencelerin sağlanması için 5262 Sayılı “Organik Tarım Kanunu” 03 Aralık 2004 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Kanunun değişikliği ise 8 Şubat 2008 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak resmîyet kazanmıştır. Organik tarım hakkındaki yönetmelikler, bilimsel ve teknik gelişmeler, tüketici ihtiyaçları, AB ile yasal düzenlemelerle uyumu yakalayabilmek açısından sürekli yenilenmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeplerden ötürü “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” oluşturularak 10 Haziran 2005 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanıp yürürlüğe konulmuştur. Böylece eski yönetmeliğin hükmü kalmamıştır. Sonrasında, 10 Haziran 2005’deki yönetmelikte, 17 Ekim 2006, 25 Ekim 2008 ve 17 Ekim 2009 tarihli Resmi Gazetelerde yayımlanan üç değişiklik daha yapılmıştır. Türkiye’deki organik tarım yasal değişikliklerinde ülke koşullarının göz önünde bulundurulmasının yanı sıra Avrupa Birliği ile yasal uyum da korumaya çalışılmaktadır (Altındışli ve Aksoy, 2010: 224-225) . Son olarak, “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair

Yönetmelik”, 10 Ocak 2018 tarih ve 30297 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır (Boran, 2018: 19).

Türkiye’deki organik tarımın gelişimini etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Gürses, 2014: 56-59):

- Planlama
- Ürün Çeşidi
- Eğitim ve Bilgilendirme
- Araştırma Faaliyetleri
- Destek Politikaları
- Verilerin Yeterli ve/veya Güvenilir Olmaması
- Ulusal Logo Oluşturulması
- Kontrol ve Sertifikasyon

1.2.3. Türkiye’de Organik Alanlar ve Üretim Miktarları

Dünyada ve Türkiye’de organik ürün Pazar büyüklüğü son yıllarda giderek katlanmıştır. Son 16 yılda dünyadaki pazar 4 kattan fazla büyümüşken, Türkiye’de son 14 yılda 8 katına çıkmıştır (Ak, 2017: 28).

Türkiye geçimini tarımdan sağlayan ve gelişmekte olan ülkeler kategorisindedir. Bu sebeple, tarıma yönelik yatırımları, düzenlemeleri ve tarım sektörünü ayakta tutma çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Organik tarım da dünyada 1970’lerden sonra önem kazanmaya başlamış, geleceği parlak bir alandır. Türkiye coğrafi konum itibariyle de organik tarıma uygundur ve bu güçlü yönünü kullanmaktadır. Türkiye’ye ait tarım alanları ve bu alanlar içerisindeki organik tarım alanları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Türkiye’de Toplam Tarım ve Organik Tarım Alanları

Yıllar	Toplam tarım alanı (hektar)	Organik Tarım Alanı (hektar)	Pay (yüzde)
2012	38 399 000	702 909	1,83
2013	38 423 000	769 014	2,00
2014	38 558 000	842 216	2,18
2015	38 551 000	515 268	1,34
2016	38 328 000	523 777	1,37
2017	37 964 000	543 033	1,43
2018	37 797 000	626 885	1,66

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de görüleceği üzere 2012 yılından 2014 yılına gelene kadar hem tarım hem de organik tarım alanlarında istikrarlı olarak artış gözlemlenmektedir. Ancak 2014 yılından sonra hem tarım hem de organik tarım alanlarında paralel olarak azalış gözlemlenmektedir, ancak 2018 yılına bakıldığında toplam tarım alanında azalış olmasına rağmen organik tarım alanında bir artış gözlemlenmektedir. Genel olarak yaşanan azalışın sebebi, üreticilerin organik ürün üretiminden bekledikleri geliri elde edememeleri sebebiyle konvansiyonel tarıma geri dönüş yapmaları olarak yorumlanabilir.

Tablo 3: Türkiye’deki Organik Ürün ve Üretici Sayısı ile Toplam Üretim

Yıllar	Ürün Sayısı (adet)	Çiftçi Sayısı (adet)	Alan (hektar)	Üretim (ton)
2012	204	54 635	702 909	1 750 127
2013	213	60 797	769 014	1 620 387
2014	208	71 472	842 216	1 642 235
2015	197	69 967	515 268	1 829 291
2016	238	67 878	523 777	2 473 600
2017	214	75 067	543 033	2 406 606
2018	213	79 563	626 885	2 371 612

Kaynak: TÜİK, 2018

Tablo 3’de görüleceği üzere 2012 ve 2018 yılları arasında ortalama 67.000 çiftçi tarafından ortalama 212 tür organik ürün üretimi yapılmıştır. 2014 yılına kadar olan yükselişin ardından 2017 yılına kadar organik üretim alanlarında gerçekleşen düşüşe rağmen üretimde istikrarlı bir biçimde artış gözlemlenmektedir. Bu da geçen yıllarda organik tarım tekniğini daha iyi kavrayıp verimin artırılması olarak yorumlanabilir.

Türkiye’de organik tarım üretimini denilince akla gelen ilk iki ürün kuru üzüm ve incirdir. Üretimleri Ege Bölgesi’nde yapılmaktadır. Ege Bölgesi, Türkiye’nin en önemli organik ürün üretim alanı olmakla birlikte pazara da yakındır. Ege Bölgesi zeytin, armut, domates, elma gibi geniş bir organik üretim hacmine sahiptir. Yine Türkiye’de organik yöresel ürünlere örnek verilebilecek diğer ürünler şu şekildedir; Malatya’da kayısı, Gaziantep’te antep fıstığı ve Rize’de çaydır. Bursa ve Konya organik çilek üretimi, Niğde, Denizli ve Aydın elma üretimi, Afyon, Bursa

ve Erzurum organik erik üretimi, yinr Bursa ve Afyon kiraz üretimi, Niğde, Çanakkale ve Isparta, organik armut üretimi, Antalya ve Şanlıurfa adaçayı üretimi, Adana ve Adıyaman organik nar üretimi, Hatay ve Çanakkale ise organik zeytin üretimi ile meşhurdur. Ayrıca Konya Ovası, organik vişne, havuç, çilek ve kiraz üretimi açısından da fayda sağlamaktadır. Türkiye'nin doğu illeri ise buğday, arpa, fiğ, korunga ve yonca gibi çoğunlukla geniş arazilere ekimi yapılan ürünleri üretmektedir (Ak, 2017: 23).

1.2.4. Organik Ürün İhracatına Devlet Desteği

Organik ürünlerin ihracatı devlet tarafından da desteklenmektedir. 97/5 sayılı 'İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kapsamında Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkındaki Tebliğ' ve değişikliği 28 Temmuz 2007 tarihli ve 26596 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 2007/4 numaralı tebliğ hükmünce; tarım ürünlerine ilişkin sertifikasyon işlemleri, eğer olumlu sonuçlanırsa laboratuvar analiz rapor (sadece belgelendirme için geçerlidir) masrafları devlet tarafından karşılanacaktır. Bu amaçla ilk olarak 09 Mart 2009 tarihli ve 27164 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 2009/1 nolu, 'Organik Ürünlerin İhracatının Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Tebliğ' yayınlanıp yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğe göre, tebliğde belirtilen ürünler için sertifikaları olması halinde ihracat iadesi miktarı % 50 arttırılmaktadır. Sertifikasyon harcamaları her belge için % 50 oranında ve en fazla 50.000 USD'ye kadar desteklenmektedir. Destekler hakkında yıllar itibariyle çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Bu düzenlemelerle, desteklerde kapsam ve miktar bakımından yıllık bazda değişiklikler ortaya çıkabilmektedir. Genel olarak tarımsal üretim ele alındığında tüm sistemler arasında organik tarım, hem güvenlik hem de kontrol açısından en üst seviyededir. Bu güvenin oluşturulmasını kontrol ve sertifikasyon kuruluşları sağlamaktadır. Türkiye'de organik tarımla ilgili kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarını Tarım ve Orman Bakanlığı yetkilendirip denetler. Sertifikasyon kuruluşları yönetimi ve mali açıdan bağımsız kuruluşlardır. bu sayede sertifikalandırma işleminin objektifliğini korumaktadırlar. Türkiye'de organik tarımın sertifikalandırılması için yetki tanınan 7'si yurt dışı merkezli olmak üzere toplamda 13 adet kuruluş görev yapmaktadır. Merkezi yurtdışında olan kuruluşlar; IMO, ECOCERT-SA, ICEA, BCS, IMC, CERES, CU; merkezi Türkiye'de bulunan kuruluşlar ise; EKO-TAR, NİSSERT, ANADOLU, ORSER, ETKO, TÜRKGAP olarak sıralanabilir. Bu kuruluşlar, EN

45011 (ISO 65) kalite belgesi gereğince akredite olmak zorundadır (Altındışli ve Aksoy, 2010: 225).

Geleneksel tarım yapan işletmeler gibi organik tarım işletmelerinin de ekonomik katkısı olmalıdır. Ekonomik getirisi olmayan bir işe çiftçiler de dahil olmak istemeyecektir. Organik tarımın ekonomik fayda sağlaması yanında çevresel olarak da fayda sağlaması beklenir ancak bu yararın parasal açıdan değerlendirilmesi çoğu defa göz ardı edilir. Bu kapsamda, organik tarımın hem ekolojik, hem ekonomik hem de sosyal getirilerinin bir arada göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Er ve Başalma, 2008: 304).

Türkiye’de ekolojik tarıma yönelik olarak sağlanan desteklere bakıldığında ihracatı arttırmaya yönelik olduğu görülmektedir. Türkiye’nin konumu ve iklim şartlarının elverişli olması sebebiyle ve halkın çoğunun kırsal alanlarda yaşaması sebebiyle geleneksel tarımda olduğu gibi organik tarımda da yüksek potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyelin çoğu ihracata yönlendirilmiştir. Türkiye dünyadaki organik ürünlere karşı artan talebi karşılamak açısından yeterli potansiyele sahiptir. Çünkü organik tarım daha önce de belirtildiği gibi gerek iklim ve coğrafi şartları gerek konumu açısından organik tarıma uygun bir ülkedir. Bu da Türkiye’ye diğer ülkeler karşısında rekabet avantajı sağlamaktadır (Çetin ve Başarır, 2006: 80).

1.3 Organik Ürün Dışsatımına İlişkin Genel Bilgi

Organik tarım hareketleri 1920’li yıllardan itibaren sürdürülebilir tarımı geliştirebilmek adına ortaya çıkmıştır. Tüketiciler ve üreticiler arasında güveni sağladığından kısa sürede ve hızla gelişen bir biçimde yayılmıştır. Organik ürünlere ait pazar git gide genişlemiş ve ürünler ülke sınırları dışında da pazar bulmaya başlamıştır. Bu da ülkelerarası organik ürün ithalat ve ihracatına katkı sağlamıştır. (Doğan, 2017: 68).

Organik ürün üretimi ve ticaretinin yapılması ile ilgili düzenlemeler hem çiftçiyi hem de ihracatçıyı korumak açısından önem arz etmektedir. İlgili düzenlemelerin uluslararası çapta geçerliliği kabul edilen kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından denetiminin yapılması gereklidir. Türkiye’de bunun için 13 kontrol ve sertifikasyon kuruluşu yer almaktadır. Bu firmalar organik tarım alanındaki faaliyetleri denetlemekle yükümlüdürler (Koç ve Babadoğan, 2007: 25).

Türkiye’de organik tarım faaliyetleri, dış ülkelere gelen talebi karşılamak için ihracata dönük başlamış ve kuru incir, kuru kayısı ve kuru üzüm gibi Türkiye’ye özgü ürünler ilk etapta ihraç edilmiştir. Yıllar geçtikçe organik ürün üretiminin

artması ve ürünlerin çeşitlenmesi ihracata aktarılan ürünlerin de sayısını arttırmıştır. Başlarda ihraç edilen üzüm, incir ve kayısıya ek olarak dondurulmuş ve taze meyve ve sebzeler, zeytinyağı ve baklagiller gibi ürünlerin de ihracatı yapılmaya başlanmıştır (Ataseven ve Güneş, 2008: 31).

1.3.1 Organik Ürün İhracatında Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin organik ürün talepleri gün geçtikçe artış göstermektedir. Bu durum, organik tarım sektörüne birçok üreticinin yönelmesini sağlamıştır. Ancak, organik ürün üretimine geçebilmek için bazı süreçlerin olması ve organik ürünlerin tüketici güvenini sağlama çabaları, bu ürünlere olan yatırımın uzun vadeye yayılmasına sebep olarak geçiş sürecinin buna bağlı olarak dikkatle planlamasını gerektirmektedir. Organik ürün üretimi ve ihracatı yapan firmaların kar, yatırım vb. temel hedeflerinin yanında organik üretim gerçekleştirirken ekolojik unsurlar da önem taşımaktadır. Uluslararası pazarda organik tarım sektöründe yer edinebilmenin en önemli unsurlarından birisi de ürünlerin gerçekten organik olduğuna dair tüketiciyi ikna etmektir. Bu bağlamda, şirketler uluslararası geçerliliği olan sertifikalandırma kuruluşlarının şartlarını sağlayabilmelidir. Organik ürün tercihinde göz önünde bulundurulması gereken bir diğer faktör de firmanın sosyal sorumluluğudur. Bu sebeple, firmanın çevre duyarlılığı, toplumsal sorunlara bakış açısı ve işçi haklarının korunması gibi faaliyetleri de yerine getirmesi gerekmektedir. Organik ürün tüketicileri bu unsurları üretimi yapan firmalarla aralarındaki güven bağını oluşturmada ve uzun vadeye yayılacak ilişkilerinde ilk basamak olarak görmektedir. Bu sebeple, gelişmiş ülkelerdeki piyasalarda tüketiciler, herhangi bir alışverişe başlamadan önce firmaların kendilerine hedef koydukları ilkeleri sağlayıp sağlamadıklarını özellikle incelemektedir (Koç, 2009: 19).

Organik ürün ihracatında dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıdaki gibidir (Koç, 2009: 20-23);

- İhracat potansiyelinin belirlenmesi (firmanın kendi ihracat potansiyelini belirlemesi).
- Hedef pazardaki potansiyelin belirlenmesi (hedef ülke ve pazar analizi).
- Dağıtım kanalının seçilmesidir.

1.3.2 Dünya Organik Ürün Pazarı ve Dışsatımı

Organik ürün pazarı, organik ürünlerin kullanımının ve buna bağlı olarak üreticilerinin artması sebebiyle giderek artmaktadır.

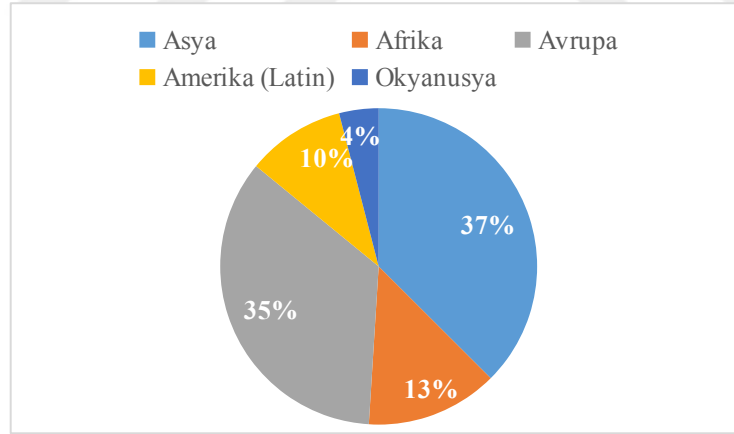
Tablo 4: Dünya Organik Ürün Üreticileri ve İhracatı

	Organik Ürün İhracatçıları (adet)	Organik Ürün İhracatı (Milyon €)
2012	2.249	6.242,77
2013	2.306	7.365,59
2014	4.395	10.543,05
2015	6.130	11.744,39
2016	6.330	13.819,12
2017	7.585	14.790,09

Kaynak: FIBL 2017 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4'deki verilere bakıldığında 2012 yılından 2017 yılına kadar organik ürün ihracatçıları devamlı bir artış gözlemlenmektedir. Ayrıca dünya organik ürün ihracatı da değer olarak sürekli artış göstermiştir. Buradan çıkarabileceğimiz sonuç, yıllar geçtikçe organik ürünlere olan talebin arttığı ve buna bağlı olarak üreticilerin organik ürün üretim ve ihracatına yöneldikleri şeklinde yorumlanabilir.

Şekil 1: Kıtalara Göre Organik Ürün İhracatçıları Dağılımı (2017)



Kaynak: FIBL 2017 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Öte yandan kıtalara göre organik ihracatçıların dağılımı incelendiğinde, ihracatçıların çoğunun Asya kıtasında olduğu görülmektedir ardından sırasıyla Avrupa, Afrika, Latin Amerika ve Okyanusya'dır. Asya kıtasının tarıma elverişli yüzölçümü açısından daha büyük olması, coğrafi konumunun ve iklim ve toprak yapısının organik tarıma daha elverişliliğinin bunda etken olduğu söylenebilir.

1.3.3 Türkiye Organik Ürün Dışsatımı

Türkiye gerek iklimi gerekse coğrafi konumu sebebiyle tarıma ve buna bağlı olarak da organik ürün üretimine elverişli topraklara sahiptir. Önceki bölümde de açıklandığı gibi Türkiye’de üretilen organik tarım ürünlerinin kayda değer sayıda olduğu görülmektedir. Türkiye’de son 6 yılın ortalamasına bakıldığında 670.637 hektar organik tarım alanında yaklaşık 2 milyon ton üretim yapılmıştır.

Organik ürün üretiminde Türkiye’nin lideri olan Ege Bölgesi organik ürünler ihracatında da açık ara lider konumdadır. Türkiye’nin 2017 yılında gerçekleştirdiği 87 milyon dolarlık organik gıda ürünü ihracatının yüzde 74’ü Ege Bölgesi’nden gerçekleştirilmiştir. Türkiye’den organik ürün ihraç edilen ülke sayısı ise 68 adettir. Ekonomi Bakanlığı tarafından organik sektörde koordinatör birlik olarak belirlenen Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO) ve Tarımsal Ürün Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları Derneği (KSKDER) işbirliğinde düzenlenen Organik Tarım Çalıştayı’nda ihracatçı firmaların beyanlarını esas alan E-Birlik verilerine göre Türkiye’nin organik gıda ürünü ihracatının 2017 yılında yüzde 10.3’lük artışla 21 bin tona ulaştığı, değer bazında ise; yüzde 17.2’lik artışla 87 milyon dolara çıktığını, bu ihracatın yüzde 74’ünün Ege İhracatçı Birlikleri’ne üye ihracatçılar tarafından yapıldığı açıklanmıştır (İHA, 2018).

Türkiye’den 2018 yılında en çok ihraç edilen organik ürünlerin ton cinsinden miktarları ve ihraç edilen ürünlerin değerleri incelendiğinde sırasıyla buğday ve buğday ürünleri, incir ve ürünleri, meyve ve ürünleri, fındık ve ürünleri ve üzüm ve ürünlerinin ilk sıraları aldıkları ve ülke ihracat gelirlerine büyük katkı sağladıkları görülmektedir. Organik ürün ihracatı değeri yaklaşık 361 milyon dolardır (Tablo 5).

Tablo 5: 2018 Yılında En Çok İhracatı Yapılan Organik Ürünler

Ürün Adı	Miktar (Ton)	Tutar (\$)
Buğday ve Buğday Ürünleri	41.633,90	131.146.772
İncir ve İncir Ürünleri	7.996,93	51.980.044
Meyve ve Meyve Ürünleri	25.964,37	48.293.736
Fındık ve Fındık Ürünleri	5.356,76	40.015.020
Üzüm ve Üzüm Ürünleri	10.572,35	26.430.886
Kayısı ve Kayısı Ürünleri	4.773,70	22.627.358
Mercimek Çeşitleri	5.229,36	16.054.144
Sebze ve Sebze Ürünleri	5.407,06	5.947.769
Baharatlar	1.027,74	4.470.685
Zeytin ve Zeytin Ürünleri	707,71	4.097.634
Nohut	1.360,47	2.340.002

Antep Fıstığı	26,76	795.976
Diğerleri	1.618,91	6.928.917
Genel Toplam		361.128.943

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2018

Tablo 6’da 2017 yılında en çok organik ürün ihracatı yapılan ülkeler görülmektedir. Tablodan da görüleceği gibi İngiltere’ye yapılan organik ürün ihracatı yaklaşık 23 ton gibi bir değerle diğer ülkelere göre açık ara farkla ilk sıradadır. Hemen arkasından sırasıyla ABD (7,3 ton), Almanya (8 ton), Hollanda (7 ton) ve Fransa (6 ton) gelmektedir. 2018 yılında ise en çok organik ürün ihracatı yapılan ülkeler sırasıyla İtalya (26.045,27 ton), Almanya (18.000 ton), Hollanda (16.039 ton), ABD (13.091 ton) ve Fransa (8.761 ton)’dır. Toplamda ise yaklaşık 112.000 ton organik ürün ihracatı gerçekleşmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2018).

Tablo 6: 2017 Yılında En Çok Organik Ürün İhracatı Yapılan Ülkeler

Ülke	Miktar (Kg)	Tutar (\$)
İngiltere	22.593,44	62.915.954,67
ABD	7.271,73	31.369.690,33
Almanya	7.976,45	28.259.705,55
Hollanda	6.872,48	25.073.960,26
Fransa	5.773,81	21.809.399,52
İsviçre	2.811,95	11.356.171,02
İtalya	2.397,83	11.051.690,62
Kanada	1.019,24	3.516.049,60
İsveç	958,02	3.238.918,82
Avusturya	664,04	3.087.092,11
Sri Lanka	7,24	2.102.058,41
Avustralya	423,27	1.717.205,80
Japonya	383,66	1.465.627,46
Belçika	381,22	1.424.310,10
Genel Toplam (Diğer Ülkeler Dahil)		215.288.185,80

Kaynak: T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2017

Tablo 7’de yıllara göre tutar cinsinden en çok ihracatı yapılan organik ürün ve hangi ülkelere ihracat yapıldığı görülmektedir. Tablo incelendiğinde, 2013 ve 2016 yılında en çok ihracatı yapılan organik ürün grubu fındık ve fındık ürünleridir. 2013 yılında 1.624,49 ton olan fındık ve fındık ürünleri ihracatı 2016 yılında 2.466 tona yükselmiş ve tutar 11.948.879,43 dolardan 24.975.616,46 dolara yükselmiştir. 2013 yılında en çok Almanya’ya yapılan fındık ve fındık ürünleri ihracatı 2016 yılında yerini ABD’ye bırakmıştır. 2014 yılında en çok ihracatı yapılan organik ürün grubu hem miktar hem tutar olarak 4.524 ton ve 21.626.691 dolarla incir ve incir ürünleridir ve bu yılda en çok organik ürün ihracatı Almanya’ya yapılmıştır. 2017 yılında ise en çok ihracatı yapılan organik ürün 14.903 ton ve 56.108.025 dolarla mısır olmuştur. Yine bu yılda en çok organik ürün ihracatı yapılan ülke ise 62.915.954,67 dolar ile İngiltere olmuştur.

Tablo 7: Yıllara Göre Tutar Cinsinden En Çok İhracatı Yapılan Ürün ve Ülkeler

Yıllar	Ürün	Miktar (Ton)	Tutar (\$)
2013	Fındık ve fındık ürünleri	1.624,49	11.948.879,43
	Almanya	3.354.522,35	15.403.025,71
	Toplam organik ürün ihracatı	10.495.216,72	46.020.389,07
2014	İncir ve incir ürünleri	4.524	21.626.691
	Almanya	3.336	19.248.646
	Toplam organik ürün ihracatı	15.552,638	78.779.537
2016	Fındık ve fındık ürünleri	2.466	24.975.616,46
	ABD	2.897	14.357.313,26
	Toplam organik ürün ihracatı	16.819,29	77.831.368
2017	Mısır	14.903	56.108.024,50
	İngiltere	22.594	62.915.954,67
	Toplam organik ürün ihracatı	61.689,3	215.288.185,8
2018	Buğday ve buğday ürünleri	41.633,90	131.146.772
	İtalya	26.045,27	-
	Toplam organik ürün ihracatı	111.690,68	361.128.943

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı verilerinden yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda verilen yıllara göre son yıllarda organik ürün ihracatında hem miktar hem tutar cinsinden devamlı artış olduğu söylenebilir. Bu durumda organik ürün ihracatının ülke gelirine önemli katkı yaptığı söylenebilir.

2. DÜNYA VE TÜRKİYE’DE BAĞCILIK VE ÜZÜM ÜRETİMİ

2.1. Ürünün Özellikleri

Üzüm hem yaş hem kuru şekilde tüketilmektedir. ÇKÜ, yurt dışı ve yurt içi pazarlarda, belirli özellikleri bakımından çeşitli cins ve kalitelere göre gruplandırılır. Dünya üzerinde tüketilen başlıca çekirdeksiz kuru üzüm çeşidi üç tanedir (İdeal, 2017; Tabletop, 2017):

- sultaniye: Çekirdeksiz sarı ya da yeşil renkli iri üzümün kurutulmuş halidir. Bu üzümler zeytinyağı ve potasa karıştırılarak elde edilen sıvıya batırıldıktan sonra yaklaşık 20 gün boyunca güneşte kurutulmaktadır.
- raisins (Çekirdeksiz Thomson): Üç çeşidi bulunmaktadır bunlar; koyu, sarı ve muskat, şeklinde sıralanabilir. Kek yapımında, çeşitli yemeklerde, salatalarda ya da tatlılarda kullanılabilir.
- korint (Kuş Üzüümü): Black Corint adındaki mor renkli ve çekirdeksiz üzümün kurutulmuş halidir.

Üzüm (*vitis vinifera*), karakteri incelendiğinde iklim ve toprak bakımından seçici davranmamaktadır. Çeşitli şekillerde tüketilebilmesi ve çoğalma yönteminin kolay oluşu sebebiyle dünya üzerindeki en yaygın kültür bitkileri kategorisinde yer almaktadır. Dünya üzerinde yaş üzüm üretimi 7,5 milyon hektar alanda gerçekleştirilmektedir. Üretim miktarında iklim koşullarına bağlı olarak değişim meydana gelmekle birlikte, yıllık üretim 65 milyon ton civarında gözlemlenmektedir. Üzümün içeriğindeki inositol maddesi, kolesterol seviyesini azaltmada katkı sağlamaktadır. Bu besin B1 vitamini içermektedir ve bu da kan şekerini yakma, kalp sağlığını korunma ve öğrenme gibi fonksiyonlar için gerekli ve önemli olan bir vitamindir. Ayrıca üzüm, yaşlanmaya karşı da insan vücudunu korumakta olup, alkol ve sigaranın zararlı etkilerini de en aza indirmeye katkı sağlamaktadır. Vücuttaki yağları eritmede ve bağırsak metabolizmasının hızlanmasında yardımcı olur. Üzüm protein ve karbonhidrat kaynağıdır. İçeriğinde demir, fosfat, kalsiyum ve diğer mineral maddeler ile A, B1, B2, B6, C vitaminlerini barındırmaktadır. Bu sebeplerle, dünyadaki tüketim talebi gittikçe artmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkeler, sağlıklı gıda tüketimi konusunda yüksek bir bilince sahiptir. Buna göre de beslenme alışkanlıklarını düzenlemektedirler. Bu açılarından; kuru üzüm, gelecek yıllarda, dünya organik gıda pazarında daha da revaçta olacak bir ürün olarak değerlendirilebilmektedir (Energy Tarım, 2017).

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu kısacası GTİP, Türkiye'nin Gümrük Tarife Cetveli'nde 12 haneden oluşan bir koddur. Ülkelerin gümrük cetvelleri Dünya Gümrük Örgütü'nün ortaya çıkarmış olduğu "Armonize Mal Tanımı ve Kodlama" Sistemi tarafından şekillenmektedir.

Tarife Cetveli (Armonize Sistem) 21 bölüm ve 96 fasıldan oluşmaktadır. Türkiye, Avrupa Birliği (AB) ile Ortak Gümrük Birliği sisteminde yer aldığı için,

Avrupa Birliği ülkeleri ile ortak ürün gruplarını kullanmaktadır (Mevzuat.net, 2016: 1). Tablo 12’de üzümün GTİP numarası görölmektedir.

Tablo 12: Üzüm Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) Numarası

Fasıl	Fasıl Açıklaması
0806	Üzümler (taze veya kurutulmuş)
0806.10	Taze üzüm
0806.10.10.00.00	Sofralık üzüm
0806.10.90.00.00	Diğerleri
0806.20	Kurutulmuş üzüm
0806.20.10.00.00	Korint üzümü
0806.20.30.00.00	Sultani üzümü
0806.20.90.00.00	Diğerleri

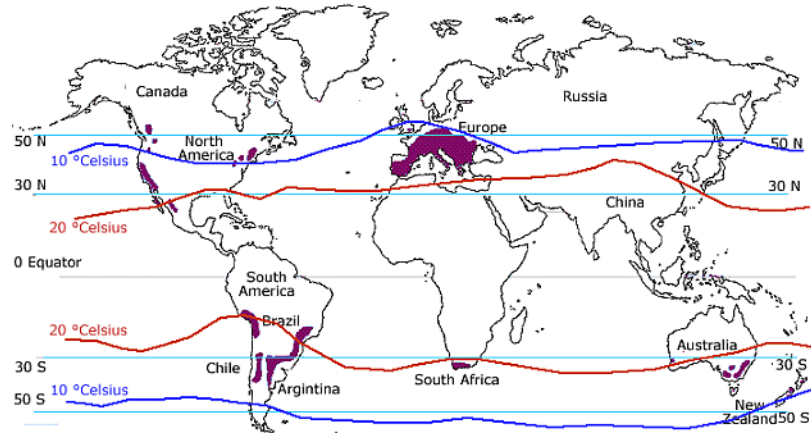
Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2016

2.2. Dünyada Bağcılık ve Üzüm Üretimi

Asma, dünyada kültürü yapılan meyveli bitki türleri arasında en eskisidir. Bağcılık ve şarapçılık kültürü, Kuzeydoğu Anadolu’yu da kapsayan bölgede binlerce yıl önce başlayıp, buradan bütün dünyaya yayılmıştır (Çelik ve diğerleri, 2005).

Bağcılık dünyada çok geniş bir alanda yapılmaktadır. Bu alanlarda asma veya omca (*Vitis sp.*) adı ile anılan bitki yetiştirilmektedir. Asmanın tarihi milyonlarca yıl öncesine dayanmaktadır ve anavatani konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Meyveli bitki türlerinden olan asma form zenginliği açısından genişlik göstermektedir. Bu sebeple, başlarda Kafkasya, Hazar Denizi’nin güneyi ve Kuzey doğu Anadolu yöreleri asmanın anavatani olarak gösteriliyordu. XX. Yüzyılda asmanın anavatanını keşfetme konusunda yapılan jeolojik ve arkeolojik araştırmalar neticesinde asmanın günümüzden yaklaşık 60 milyon yıl öncesinde de de dünyanın birçok kesiminde yetiştirildiği sonucuna varılmıştır. Bağcılık tarihi Anadolu uygarlıkları ile perçinlenmiştir. Hitit yasalarında bağların ve ürünün korunması hakkında özel ifadelere yer verilmiştir. Boğazköy metinlerinde kuru üzüm kelimesi yer almaktadır. Tüm bu hususlar, hem sosyal hem de ekonomik açıdan Anadolu’da bağcılığın önemli yere sahip olduğunu ortaya çıkaran belgeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Üzüm yetiştiriciliği dünya üzerinde sıcaklığın fazla olması sebebiyle kuzey yarım kürede 20-52, güney yarım kürede 20-40 enlem dereceleri arasında yapılmaktadır (Karabat, 2014: 1-2).

Şekil 2: Dünyada Bağcılığın Yapıldığı Yerler



Kaynak: Karabat, S. (2014), Dünya ve Türkiye Bağcılığı, Apelasyon e-Dergisi

Dünyada üzerinde üzüm üretiminde başı çeken ülkeler ve şehirler, İran (Horasan ve Şiraz), Türkiye (Ege Bölgesi), Güney Afrika, Yunanistan (Girit Adası), Şili, ABD (Kaliforniya) ve Avustralya (Yeni Gal ve Victoria)'dır. Üzüm hasadı, Eylül-Ağustos aylarında Kuzey Yarım Küre'de ve Mart-Nisan aylarında da Güney Yarım Küre'de gerçekleşmektedir. (Karabat, 2014: 3).

Tüketiciler sağlıklı beslenme ihtiyacı hissetmektedirler bu da son yıllarda meyve tüketiminde hatırı sayılır bir artış meydana getirmiştir. Üzüm, dünya üzerinde bilinen en eski meyve çeşitlerinden biridir. Dünya genelinde geniş bir coğrafyada üretimi yapılabilmektedir. Üzümlerin yetiştiği asma Türkiye'yi de içine alan ılıman iklim kuşağında yetişmektedir. Bu yüzden, 34°-49° kuzey ve güney enlemleri aralığında kolaylıkla üretimi yapılabilmektedir. 50. enlem derecesinden sonra asma, sera ve bunun gibi ortamlarda yetiştirilebilmektedir (Uysal, 2007: 87). Dünyadaki üzüm üretiminin çoğunluk kısmı iklim koşulları ve kültür sebebiyle büyük oranda Akdeniz ülkelerinde yapılmaktadır (Geyikçi, 2013: 470-471).

Dünya üzüm üretimi değerlendirildiğinde; 2000-2013 döneminde üzüm hasat edilen arazilerde yıllık %0,2 azalış meydana gelmesine rağmen, dünyada bağcılık hakkında bilincin artması sayesinde birim alandan elde edilen verimde yıllık %1,7 artış neticesinde üretimde de artış meydana gelmiştir. Dünya sofralık ve kuru üzüm üretiminde 2000/2001 yıllarında 9 milyon 700 bin ton olan üretim kapasitesi, 2014/2015 yıllarında yaklaşık olarak 1,2 kat artarak 21 milyon 771 bin tona çıkmıştır.

Dünya üretiminde gözlenen bu artışın temel sebebi, Çin'deki düzenli olarak gerçekleşen üretim artışıdır. Bununla birlikte dünyadaki bu artışın sebebi olarak ABD, İtalya, Şili, Güney Afrika Cumhuriyeti'nde yeni üzüm çeşitlerinin üretiminde artış yaşanması, Meksika, Brezilya, Arjantin, Fas, Mısır ve Avustralya'daki üzüm

arzında hatırı sayılır artışlar yaşanması da gösterilebilir (Özdamar, 2017). Dünyada Çin, İtalya, Amerika, Fransa, İspanya ve Türkiye olmak üzere 6 ülke üzüm üretiminde ilk 6 sırada yer almaktadır.

Tablo 8: Dünya Üzüm Üretimine En Çok Katkı Veren İlk 6 Ülke (Ton)

Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Çin	10.105.167	10.981.856	11.813.199	13.249.535	12.709.080	13.175.502	13.494.811
İtalya	6.918.044	8.010.364	6.930.794	7.915.008	8.201.914	7.169.745	8.513.643
Amerika	6.831.902	7.830.637	7.152.090	6.964.593	6.982.630	6.698.518	6.890.970
Fransa	5.384.561	5.540.835	6.204.909	6.258.363	6.027.506	5.011.054	6.198.323
İspanya	5.332.163	7.480.000	6.222.584	5.799.131	6.102.851	5.387.403	6.673.481
Türkiye	4.234.305	4.011.409	4.175.356	3.650.000	4.000.000	4.200.000	3.933.000
Dünya	68.498.803	76.249.763	73.910.050	76.391.264	74.159.617	73.073.073	79.185.676

Kaynak: FAO verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodan görüleceği üzere, 2012-2018 döneminde dünya üzüm üretiminde açık ara farkla lider konumdadır. Hemen arkasından İtalya gelmektedir. Amerika ile İtalya arası sıkı rekabet bulunduğu tablodan gözlemlenebilir. Yine Fransa ve İspanya da birbirlerine oldukça yakın miktarlarda üretim gerçekleştirmektedirler. Bu ülkelerden sonra Türkiye, dünya üzüm üretimine en çok katkı sağlayan 6. ülke olarak listeye girmektedir.

Tablo 9: Ülkelere Göre Üzüm Hasat Alanı ve Verimi

Yıllar		Çin	İtalya	Amerika	Fransa	İspanya	Türkiye
2012	Hasat alanı(ha)	615 791	686 644	411 979	760 804	947 096	462 296
	Verim(kg/ha)	16 410	10 075	16 583	7 078	5 630	9 159
2013	Hasat alanı(ha)	649 482	702 106	421 651	760 546	944 200	468 792
	Verim(kg/ha)	16 909	11 409	18 571	7 285	7 922	8 557
2014	Hasat alanı(ha)	770 101	682 183	418 607	757 339	931 065	467 093
	Verim(kg/ha)	15 340	10 160	17 086	8 193	6 683	8 939
2015	Hasat alanı(ha)	802 144	672 858	413 873	752 101	941 056	461 956
	Verim(kg/ha)	16 518	11 763	16 828	8 321	6 162	7 901
2016	Hasat alanı(ha)	753 746	668 087	408 571	751 366	935 105	435 227
	Verim(kg/ha)	16 861	12 277	17 090	8 022	6 526	9 191
2017	Hasat alanı(ha)	774 856	670 085	403 796	750 463	937 763	416 907
	Verim(kg/ha)	17 004	10 699	16 588	6 677	5 745	10 074
2018	Hasat alanı(ha)	797 935	675 818	379 190	752 837	1 123 644	417 041
	Verim(kg/ha)	16 912	12 597	18 172	8 233	5 939	9 430

Kaynak: FAO verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodan görüleceği gibi, 2012-2018 yıllarında Çin'de üzüm hasat alanı ve her hektardan kilogram başına alınan verim hiç azalma göstermeden artmıştır. 2012

ve 2014 yılları arasında hasat alanı Çin'e göre daha az olmasına rağmen verim Amerika'da daha yüksektir ve bu yıllarda Amerika verim açısından ilk sıradadır. Yalnız 2015 ve 2017 yıllarında Çin bu açığı kapatarak Amerika'nın önüne geçmiştir ve en çok verim sağlayan ülke olmuştur. Ancak 2018 yılında Amerika verim açısından tekrar lider konuma gelmiştir. 2018 yılı verilerine göre en verimli olan ülkeleri sıralamak gerekirse sırasıyla; Amerika, Çin, İtalya, Türkiye, Fransa ve İspanya şeklinde olacaktır. Türkiye verim açısından son 7 yıllık dönemde hiçbir zaman son sırada yer almamıştır. Verilere bakıldığında hasat alanı en yüksek ülke olmasına rağmen genel olarak verimi en düşük ülke İspanya'dır.

Üzümün, üretilen diğer meyvelere oranla işçilik ihtiyacının daha yüksek olması onu katma değeri yüksek ürünler arasına taşımaktadır. Bu sebeple Çin gibi ülkeler bağ arazilerini arttırmaya çalışıp, dünya genelindeki üzüm gelirlerindeki kendi paylarını daha da arttırmaya çabalamaktadır. Burada amaç, üretim alanlarının artmasıyla birlikte elde edilen miktardaki artıştan ziyade birim alandan elde edilen verimi de arttırmaktır (Geyikçi, 2013: 471).

2.3. Türkiye'de Bağcılık

Vavilov, bitki gen merkezlerinin dünya üzerindeki dağılımını incelemiş olup belirlemiş olduğu 8 adet gen merkezinden ikisinin (Yakın Doğu ve Akdeniz) ülkemiz sınırları içerisinde yer aldığını ortaya çıkarmıştır. Kuzeydoğu Anadolu'yu kapsayan Karadeniz ve Hazardenizi arasındaki alan, asmanın en bilinen türü *Vitis vinifera* L.'nin gen merkezi ve kültüre alındığı alan olarak kabul görmektedir. Bu sebeple, Türkiye, hemen hemen 6000 yıllık bir bağcılık kültürüne ve yabancı asma (*Vitis vinifera* ssp. *sylvestris*) ve kültür asması (*Vitis vinifera* ssp. *sativa*) gibi çok çeşitli asma gen potansiyelini barındırmaktadır (Ağaoğlu ve diğerleri, 1997, Çelik ve diğerleri, 1998: 253).

Kuzey yarım kürede bağcılık 10 ile 52 derece kuzey paralelleri aralığında yapılmakta olup Türkiye de 36 ile 42 dereceleri arasında bulunmaktadır. Buna göre Türkiye, coğrafi özellikleri açısından bağcılık faaliyetleri için uygun olanaklara sahiptir (Oroman, 1965: 51). Asma Anadolu'da yaklaşık 7500 yıldır tarımsal açıdan önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, asma kültürü Anadolu insanının toplumsal ve ekonomik hayatına devamlı olarak katkı sağlamıştır (Ergenoğlu ve Tangolar, 2000: 38).

Türkiye coğrafi konum itibarıyla; sofralık, kurutmalık, şaraplık ve şıralık üzüm çeşitlerinin yetiştiriciliği açısından uygun çevresel şartları barındırmaktadır.

Bağcılık ve şarapçılık kültürünün yaklaşık 6 bin yıl önce Kuzeydoğu Anadolu bölgesinde başladığı kabul görmektedir. Anadolu binlerce yıldır güçlü medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bağcılık ve şarapçılık kültürünün Avrupa, Asya ve Kuzey Afrika'ya; oradan Amerika, Güney Afrika, Okyanusya ve Uzak Doğu'ya yayılmasına öncülük etmiştir. Bu sebeple, köklü bir bağcılık kültürüne ve zengin bir asma gen potansiyeline sahip olan ülkemizin tüm bölgelerinde bağcılık gerçekleştirilmektedir. Elde edilen üzümler hem yaş sofralık şeklinde, hem kuru, hem de sırası çeşitli ürünlere dönüştürülerek kullanılmaktadır. Bol yağışlı iklime sahip Karadeniz Bölgesi'ne ek olarak, deniz seviyesinden yüksekliği ve arazi yapısının engebeli yapıya sahip olmasından dolayı Ortakuzey (Kütahya), Kuzeydoğu (Erzurum, Kars, Ardahan, Ağrı), Güneydoğu (Van, Muş, Hakkari, Bingöl) ve Ortadoğu (Sivas) gibi tarım alanlarının üzüm yetiştiriciliğine uygun iklime sahip illerinde de bağcılık faaliyetleri yürütülebilmektedir. Buna rağmen Türkiye'de deniz seviyesinden yüksekliği açısından değerlendirildiğinde bağcılığın sınırı Nevşehir, Erzincan ve Van gibi illerde 1600 m'yi aşmaktadır (Çelik ve diğerleri, 1998).

Türkiye, bağ alanı ve üzüm üretiminde dünyanın önemli ülkeleri arasında yer almaktadır. İklim koşullarının ve yetiştirme şartlarının uygunluğu nedeniyle bağcılık ülke genelinde birçok üreticinin geçim kaynağı oluşturmaktadır. 2012 yılına ait veriler incelendiğinde Türkiye, bağ arazi alanı bakımından dünyada 5., üzüm üretimi açısından ise dünyada 6. sıradadır. Bazı istatistik değerlendirmeler 1990- 2013 yıllarında Türkiye'nin barındırdığı bağ alanlarında %20'ye yakın bir azalma olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye bağcılığında en fazla üretim alanına sahip bölge %35'lik pay ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir (Semerci ve diğerleri, 2015: 42).

Ülkemiz, üzüm üreticileri ve ihracatçıları bakımından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında bulunmaktadır. Üretilen üzümün çoğunluğu ihracat için kullanılırken, ithalat ise düşük seviyelerde gözlemlenmektedir (Erkan, 2012: 77). Türkiye'de Doğu Anadolu'nun yüksek ve engebeli arazileri ve yıllık yağış hacminin 1.000 mm'nin üzerinde seyrettiği Doğu Karadeniz sahil kıyısı dışındaki bütün bölgelerinde bağcılık faaliyeti sürdürülebilmektedir (Çelik ve diğerleri, 1998: 13).

2.3.1. Türkiye'de Üzüm Üretimi

Bağcılık, ülkemizdeki bitkisel üretim kategorilerinde önemli bir konuma sahiptir. Coğrafi açıdan bağcılığa uygun ve elverişli yetiştirme imkanlarına sahip olan ülkemizde, bağcılık faaliyetleri eski ve köklü bir geçmişi barındırmaktadır. Üzüm, bitkisel karakter olarak iklim ve toprak seçmeyen bir özelliğe sahip olmakla

beraber değerlendirilebileceği alternatif alanların da varlığı sebebiyle ülkemizde yaygın kültür bitkileri arasında yer almaktadır (Semerci ve diğerleri, 2015: 43).

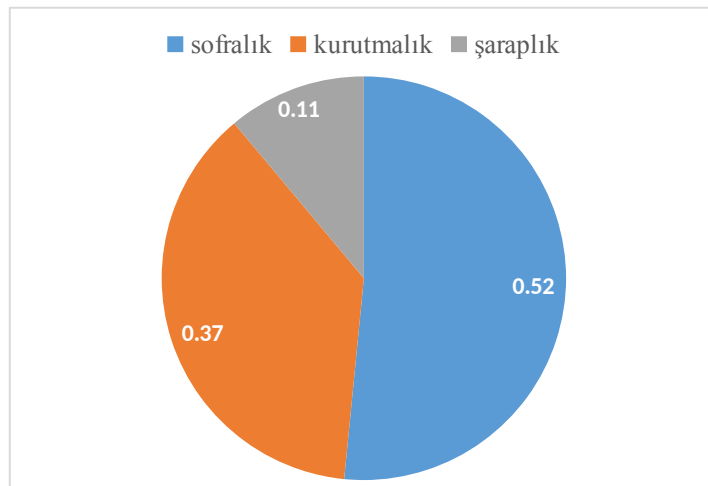
Tablo 10: Türkiye’de Toplam Tarım Alanı, Üzüm Üretim Alanı ve Miktarı ve Türleri

Yıllar	Toplam tarım alanı (hektar)	Üzüm Üretim Alanı (hektar)	Üzüm Üretim (ton)	Sofralık (ton)	Kurutmalık (ton)	Şaraplık (ton)
2012	38 399 000	4 622 959	4 234 305	2 219 813	1 613 833	400 659
2013	38 423 000	4 687 922	4 011 409	2 132 602	1 423 578	455 229
2014	38 558 000	4 670 929	4 175 356	2 166 749	1 563 480	445 127
2015	38 551 000	4 619 557	3 650 000	1 891 910	1 334 563	423 527
2016	38 328 000	4 352 269	4 000 000	1 990 604	1 536 862	472 534
2017	37 964 000	4 169 068	4 200 000	2 109 000	1 603 000	488 000
2018	37 797 000	4 170 410	3 933 000	1 945 000	1 524 091	463 647

Kaynak: TÜİK 2018 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 10 incelendiğinde, Türkiye’deki toplam tarım alanlarında 2012 yılından 2014 yılına kadar artış gözlemlenirken, 2014 yılından 2018 yılına kadar devamlı düşüş gözlemlenmektedir. Türkiye’de 2012 ve 2018 yılları arasındaki ortalama üzüm üretim alanı ise 4.520.451 hektardır. Bu alandan son 7 yılda ortalama 4.045.178 ton üzüm üretimi yapılmıştır. Üretilen üzümlerin sofralık, kurutmalık ve şaraplık olarak toplam üzüm üretimi içerisindeki miktarları da tabloda görülebilmektedir.

Şekil 3: Türlerine Göre Ortalama Üzüm Üretimi Payları (2012-2018)



Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 3’de de görüleceği üzere 2012-2018 yılları arasında sofralık üzüm üretimi toplam üzüm üretiminin yüzde 52’sini karşılamaktadır. Hemen arkasından

yüzde 37'lik oranla kurutmalık üzüm üretimi gerçekleşmektedir. En düşük payı yüzde 11'lik oranla şaraplık üzüm üretimi almaktadır.

Tablo 11: Türkiye'de Üzümün İç Kullanımı, Tüketimi ve İhracatı

	Yurtiçi Kullanım (ton)	Tüketim (ton)	İhracat (ton)
2017/'18	2 830 000	2 300 000	1 420 000
2016/'17	2 742 132	2 287 528	1 231 444
2015/'16	2 514 268	2 071 782	1 003 453
2014/'15	2 781 594	2 312 472	1 296 283
2013/'14	2 993 290	2 507 265	971 040
2012/'13	2 880 011	2 388 581	1 187 218
2011/'12	3 105 439	2 597 730	1 123 355

Kaynak: TÜİK

Türkiye'de üretilen üzümün ortalama 2.360.893 tonu tüketilmektedir. Ortalama 1.135.466 tonu ise ihraç edilmektedir. Bu da 2012-2018 yılları ortalama 4.045.178 tonluk üzüm üretiminde ihracatın yüzde 48 oranında olduğunu göstermektedir.

2.3.2 İllere Göre Üzüm Üretimi ve İhracat

Türkiye'de bağcılık faaliyeti gerçekleştirilen alanlar göz önüne alındığında her ilin tarımsal alanları arasında en az %1 bağ alanı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu alanlarda yıldan yıla az da olsa belli miktarlarda değişiklik olmakla birlikte, Türkiye 450 bin hektar ortalama bağ alanına sahiptir. Bağcılığın gerçekleştirildiği en geniş alan Ege Bölgesi'nde bulunmaktadır. Ülkemizin bağ alanlarının hemen hemen yarısı bu bölgede bulunmaktadır. Ege Bölgesi'nde üretim alanı bakımından en geniş alana sahip il Manisa'dır. Denizli ve Mersin illeri de diğer büyük üzüm üreten iller arasında yer almaktadır. Mersin, Adana ve Antalya illeri erkenci denilen sofralık üzüm çeşitlerinin yetiştiriciliğini gerçekleştirmektedir. Türkiye üzüm üretiminin %50'den fazlası Ege Bölgesi'nden karşılanmaktadır. Ege Bölgesi illerinden Manisa ili ise tek başına Türkiye kurutmalık üzüm üretiminin %90'ını karşılamaktadır (TAGEM, 2018: 2).

Manisa ve Denizli illerindeki üzüm işletmelerinin tümünde Sultani Çekirdeksiz üzüm çeşidi üretilmektedir. İzmir'de ise %50 oranında Sultani Çekirdeksiz, %50 oranında da Alphonsee L., Razakı gibi çeşitler, Yalova İncisi ve Cardinal çeşidi Mersin'de, Antalya'da Alphonsee L. ve Cardinal, Bursa'da Atasarı ve Alphonsee L üzüm çeşitleri üretilmektedir (Manisa Ticaret Borsası, 2013: 2) . Sultani Çekirdeksiz üzüm iklim açısından Ege Bölgesi'nde yetiştirilmeye oldukça uygun olup, çekirdeksiz yaş ve kuru üzümün besin değerleri sağlık açısından önemli

maddeleri barındırmaktadır. Kurutma ile üzümdeki besin içeriği artmaktadır (Manisa Ticaret Borsası, 2013: 1). Manisa ilinde en çok üzüm üretimi yapılan ilçe Alaşehir'dir. Hasadın hemen ardından ihracata başlanan Alaşehir, ülkeye önemli döviz girdisi sağlamaktadır. Sultaniye çekirdeksiz üzüm çeşidi Manisa'nın Alaşehir ilçesine hastır. Hasat temmuz ve ağustos aylarında başlamaktadır. Fiyatlarda yıl içerisinde yaşanan doğal afetlere (dolu, aşırı yağış vb.) göre dalgalanmalar yaşanabilmektedir.

2.4. Dünya ve Türkiye'de Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim ve İhracatı

2.4.1. Dünyada Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi

Organik ÇKÜ, organik tarım ilkeleri ışığında, kimyasal ilaçlar kullanılmadan üretimi gerçekleştirilen sultaniye üzümleridir. Ürünlerin hasadı gerçekleştirildikten sonra, önce analize tabi tutulur ve herhangi bir kalıntı bulunmazsa sertifikalandırılır (Efes Tarım, 2016).

Kurutmalık üzümler, doğal ya da kontrol edilen koşullarda kurutulduğunda, belli standartlara uygun nitelikte kuru üzüm veren üzüm çeşididir. Bir üzüm çeşidinin kurutmalık açıdan kaliteli olarak değerlendirilmesi için, elde edilen kuru üzümün belirgin, yumuşak dokulu, ve ağızda hoş bir tat bırakması gerekmektedir. Ayrıca, depolanacağı için nemlenmeye karşı korumalı olması gerekmektedir. Kuru üzümlerin kalitesini belirleyen en önemli özellik, yumuşak yapıyı yakalayabilmesidir. Bu özellik, taze üzümdeki şeker oranı ve kurutma tekniği gibi özelliklerle bağdaşsa da, üzüm çeşidinin genetik karakterinden gelen bitkisel özelliğine de bağlıdır. Kuru üzümlerin muhafaza edilmesi de önem arz etmektedir. Kuru üzümlerde, kalite kaybını önlemek için tutulacağı ortamın nem oranı en fazla yüzde 17 civarında olmalıdır. Nem oranı bu değere yaklaştıkça, üzümlerin yapısı da o derece yumuşak olur. Yine, hasat anında kuru maddenin yüksek olması ile daha yumuşak kuru üzüm elde edilmesi arasında olumlu bir bağ olduğu gözlemlenmiştir. Dünya'da çekirdeksiz kuru üzüm ticari bakımdan oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir. Çekirdeksiz kuru üzümün başlıca iki türü vardır. Bunlar (Teker, 2014);

- “Yaş üzümün hiçbir kimyasal uygulamaya tabi tutulmadan kurutulması sonucu elde edilen ve koyu gri-siyah veya gri-kahverenginde sert kabuklu, kuru ve yüzeyi yağsız bir yapıda olan natürel üzüm ile ürünün hasadını takiben değişik eriyiklere bandırıldıktan sonra kurutularak elde edilen açık renkli, yumuşak dokulu, yüzeyi yağlı olan bandırılmış üzümdür. Naturel

çekirdeksiz üzüm daha çok çerezlik ve kahvaltılık tahıllarla birlikte tüketilmesi için kullanılmaktadır.”

• “Buna karşılık bandırılmış çekirdeksiz kuru üzümün özellikle iri (standart) ve küçük (ince) taneli olanları daha farklı ticari değer taşımaktadır. İri taneli olanlar çerezlik, küçük taneli olanlar kek ve pasta sanayiinde kullanılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.) üretiminin %90’ını natürel üzüm oluştururken, Türkiye, Yunanistan ve Avustralya gibi büyük üreticiler tümüyle bandırılmış ürün üretmektedirler. Çekirdeksiz kuru üzüm üretiminde seçilecek üzüm çeşitleri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir.” Dünya’daki en önemli ticari ÇKÜ çeşidi anavatanı Anadolu olan “Sultani Çekirdeksiz”dir. Bu çeşide A.B.D.’de “Thompson Seedless”, Yakınoğu’da “Sultanina” veya “Sultanieh”, Yunanistan’da “Sultana” veya “Sultanina”, İran, Azerbaycan, Özbekistan’da “Akkişmiş”, “Oval Kışmış”, ülkemizde ise tanesi yuvarlak olan tipe “Yuvarlak Çekirdeksiz”, oval olan tipine “Sultani Çekirdeksiz” adı verilmektedir.

Tablo 13’de dünya üzerindeki organik tarım alanları, organik üzüm alanları (kurutmalık, sofralık ve şaraplık toplam) ve bunlar içerisinde organik kuru üzüm alanları hektar cinsinden görülebilmektedir. Tablo incelendiğinde, organik tarım alanı ve organik üzüm alanında devamlı artış görülmektedir. Buna karşılık organik kuru üzüm alanlarında 2012 yılından 2015 yılına kadar düşüş görülmele birlikte 2015 yılında 5230 hektara kadar artış gözlemlenmektedir. 2016 yılında ise tekrar düşüş görülmektedir.

Tablo 13: Dünya Organik Tarım, Organik Üzüm ve Organik Kuru Üzüm Alanları

Yıllar	Organik Tarım Alanı (ha)	Organik Üzüm Alanı (ha)	Organik kuru üzüm alanı (ha)
2012	36 839 285	288 028 16	4 751
2013	43 074 263	316 376 60	3 110
2014	48 700 984	315 962 91	2 793
2015	50 360 386	337 004 16	5 232
2016	58 175 562	385 337 62	2 052
2017	69 492 495	403 056 78	2 661

Kaynak: FIBL 2017 verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kuru üzüm üretimi yapan ülkeler Tablo 14’de verilmiştir. Dünyada yaklaşık 1.2 milyon ton kuru üzüm üretilmektedir. Türkiye ve ABD dünya kuru üzüm üretiminin yarısından fazlasını karşılamaktadır. Ayrıca; Çin, İran, Hindistan, Şili, Güney Afrika, Arjantin, Yunanistan ve Özbekistan dünyanın en önemli kuru üzüm

üreticisi ülkeleridir. Son beş yılın dünya kuru üzüm üretimi incelendiğinde; en düşük 2013/2014 sezonunda (1.150.743 ton), en yüksek ise 2014/2015 sezonunda (1.251.811 ton) elde edilmiştir. Değişen iklim, üretim alanı ve değerlendirme şekilleri kuru üzüm üretim miktarını önemli derecede etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda 2017/2018 yılı değerlendirilecek olursa: ABD'nin kuru üzüm üretimi son 11 yılın en düşük seviyesinde (275.000 ton) gerçekleşmiştir. Bu durum üretim esnasında yaşanan kuraklık ve sulamayla ilgilidir. Çin'deki kuru üzüm üretimi %3 oranında artarak 190.000 tona ulaşması beklenilmektedir. Bu artışın nedeni Çin'in en büyük üretim bölgesi olan Xingjiang (Sincan) eyaletinin Turpan şehrindeki (üretimin %80'i buradadır) uygun hava koşullarıdır. Şili'deki üretimin değişmemesi beklenilmektedir. Şili'deki kuru üzümün büyük çoğunluğu sofralık olarak tüketilmeyen üzümlerin kurutulmasıyla elde edilmektedir (TBMM, 2018: 62).

Tablo 14: Dünya Kuru Üzüm Üretimi (Ton)

Ülkeler	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18 Aralık
Türkiye	310.000	242.635	320.000	220.000	310.000	295.000
ABD	313.795	368.408	332.211	352.441	297.738	275.000
Çin	150.000	165.000	180.000	190.000	185.000	190.000
İran	180.000	160.000	130.000	139.000	170.000	160.000
Özbekistan	22.000	18.000	51.700	69.500	73.000	75.000
Şili	68.500	69.200	65.000	57.000	59.000	60.000
Güney Afrika	46.000	46.000	65.900	54.629	55.000	55.000
Arjantin	32.000	20.500	37.000	40.000	31.000	40.000
Afganistan	24.000	31.000	37.000	35.000	26.000	30.000
Avustralya	12.500	10.000	12.000	15.000	18.000	20.000
Diğer	21.000	20.000	21.000	19.500	19.000	20.000
Toplam	1.179.795	1.150.743	1.251.811	1.192.070	1.243.738	1.220.000

Kaynak: TBMM, 2018

2.4.2. Dünya Kuru Üzüm İhracatı

Dünya kuru üzüm ihracatı verilerine bakıldığında Türkiye'nin lider konumda olduğu görülmektedir. 2012-2017 yılları arasındaki ihracat değerlerinde ise %7'lik bir artış gözlemlenmektedir. İran dünya kuru üzüm ihracatında her ne kadar ikinci sırada yer alsada da 2012-2017 yılları arasında ihracatı %10 oranında azalmıştır. Dördüncü sırada yer alan Özbekistan ise dünya kuru üzüm ihracatında %250'lik bir artışla 2012-2017 yılları arasındaki en yüksek artışa sahiptir. Dünya geneline bakıldığında, 2012-2017 yılları arasında kuru üzüm ihracatında %6'lık bir artış sağlanmıştır. Bu artışa en büyük katkıyı, Özbekistan (%250), Güney Afrika (%47) ve Türkiye (%7) yapmıştır.

Tablo 15: Dünya Kuru Üzüm İhracatı(Ton)

Ülkeler	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Türkiye	247.200	186.900	259.900	201.800	265.000	240.000
İran	149.700	130.700	102.200	112.700	134.000	140.000
ABD	123.899	159.389	127.279	114.497	127.054	120.000
Özbekistan	20.000	15.700	49.400	67.300	70.000	72.000
Şili	67.150	66.000	62.000	55.600	57.000	59.000
Güney Afrika	31.900	35.050	52.900	47.000	47.000	47.000
Arjantin	29050	16.300	29.700	34.200	28.000	35.000
Diğer	65.300	78.700	70.000	79.100	51.300	65.500
Toplam	734.199	688.739	753.379	712.197	779.354	778.500

Kaynak: TMO, 2018

Çekirdeksiz kuru üzüm üreticisi olan ilk dört ülkenin yıllık bazda ihracat miktarı 100 – 275 bin ton aralığında seyretmektedir. Türkiye'nin ortalama ihracatı ise 210-230 bin ton arasında gözlemlenmektedir. Dünya ÇKÜ ihracatında Türkiye ilk lider konumda yer almaktadır. Türkiye'yi sırasıyla ABD, İran ve Şili takip etmektedir. Türkiye'nin toplam dünya ÇKÜ ihracatı içerisindeki payı ortalama % 30-50 dolaylarındadır. Ayrıca Türkiye, dünya ticaretinin yaklaşık yarısına sahip olup, ÇKÜ ihracatından yıllık yaklaşık 300-500 milyon dolar döviz girdisi elde etmektedir. Türkiye'nin üzüm ithalat miktarı ihracat miktarına kıyasla yok denecek kadar azdır. Ülkemizin son on altı yıllık toplam çekirdeksiz kuru üzüm rekoltesinin yaklaşık % 85'i ihraç edilmektedir. Bu oran da bize cari açık giderme yönünde tarım ürünlerinin dolayısıyla çekirdeksiz kuru üzümün değerini göstermektedir. Son on beş yıl baz alındığında gerçekleştirilen ortalama ihracat miktarı ise 169 bin ton bandında seyretmektedir. Ancak Türkiye'nin ÇKÜ ihracatı 2006/07 ve 2008/09 yıllarında yapıldığı gibi 270 bin ton seviyelerini görebilecek potansiyele sahiptir. Türkiye üzüm üretiminde hem kendi talebini karşılayabilecek hem de kuru üzümde net ihracatçı ülke konumundadır. Ülkemizin çekirdeksiz kuru üzüm ihraç ettiği ülkelerin başında Avrupa ülkeleri bulunmaktadır. Bu ülkelerin başında ise İngiltere gelmekte olup, ikinci sırayı Almanya, üçüncü sırayı ise Hollanda almaktadır (Özdamar, 2018).

2.4.3. Türkiye'de Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi

Türkiye'de çekirdekli ve çekirdeksiz üzüm çeşitlerinde kurutma yapılmaktadır. Çekirdekli kuru üzümler Güneydoğu, Doğu Akdeniz ve Ortagyney

bölgelerinde elde edilirken çekirdeksiz kuru üzüm üretimi sadece Ege Bölgesi'nde yapılmaktadır. Çekirdekli üzümlerin kurutulması çoğunlukla Türkiye'ye mahsus olup dünya üzerinde çekirdekli kuru üzüm miktarı çok azdır. Kurutulmuş üzümlerde çekirdek yokluğu, bu ürünün birçok endüstride ham madde olarak kullanılmasına olanak sağlamakta ve ticarete de asıl aktör olarak rol almaktadır (TBMM, 2018: 91).

İhracatı gerçekleştirilen ve genellikle Türkiye'de kurutmalık olarak tercih edilen ÇKÜ'nün hasadı Ağustos ayında başlar ve Eylül ayında biter. Ülkemizde ÇKÜ üretimi çoğunlukla Ege Bölgesi'nde yoğunlaşmıştır. Bölge illerinden Manisa ve ilçeleri Turgutlu, Salihli, Akhisar; Menemen, Kemalpaşa, Çal ve Çivril'de büyük bir kısmının üretimi yapılmaktadır. Aydın, Manisa ve İzmir ihraç edilen ÇKÜ'lerin üretimi bakımından ilk sıralardadır. Bölgelere göre gözlemlendiğinde, Ege Bölgesi'nde ÇKÜ, Marmara Bölgesi'nde sofralık ve şaraplık üzüm, Akdeniz Bölgesi'nde ilk turfanda, Orta Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde şaraplık, şıralık, sofralık, çekirdekli kurutmalık üzüm yetiştiriciliğinin revaçta olduğu görülmektedir. Ülkemizde üzüm ihracatının % 95'i sultani çekirdeksiz üzüm olarak gerçekleştirilmektedir. Üretilen sofralık yaş üzümün öncelikle Rusya ve Almanya olmak üzere Avrupa Birliği ülkelerine ihracatı gerçekleştirilmektedir (GTB, 2018: 3). Çekirdeksiz kuru üzüm hasadı Ege Bölgesi'nde Ağustos ayında başlamakta ve Eylül ayında sona ermektedir. İhracata konu olan ÇKÜ üretiminde üretim miktarı ve sahip olduğu bağ arazileriyle Manisa ve İzmir başı çekmektedir (Teker, 2014).

Türkiye organik ürünlerinin %90-95'i direkt olarak ihraç edilmektedir. İhracatın büyük çoğunluğu AB ülkelerine gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin organik ÇKÜ ihracatı yaptığı en önemli ülkeler, Almanya, Birleşik Krallık, İsviçre, Fransa ve Hollanda'dır. Ülkemiz pazarında ise konvansiyonel üzümde olduğu gibi organik ÇKÜ tüketimi de oldukça düşüktür (Ateş ve Karabat, 2015).

2010-2016 yıllarına ait, Türkiye'nin çekirdeksiz kuru üzüm alan, üretim ve verim miktarları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Buna göre incelenen dönem içerisinde çekirdeksiz kuru üzüm alanında artış meydana gelmiştir. Alan artışıyla birlikte üretim miktarında da artış söz konusudur. Ancak iklimden kaynaklanan nedenlerden dolayı verim miktarı yıllar içerisinde dalgalanma göstermektedir. 2016 yılı itibari ile yaklaşık 100 bin ha alanda çekirdeksiz kuru üzüm üretilmekte, 313 bin ton ürün alınmakta ve dekara 312 kg kuru üzüm elde edilmektedir (TBMM, 2018: 92).

Tablo 16: Ege Bölgesi Çekirdeksiz Kuru Üzüm Alanı, Üretimi ve Verim Miktarı

Yıl	Alan(bin da)	Üretim(bin ton)	Verim(kg/da)
2010/11	849,7	248	294
2011/12	849,7	256	294
2012/13	852,6	310	364
2013/14	967,6	186	251
2014/15	983,5	328.000	334
2015/16	1.000,4	209.000	209
2016/17	1.004,4	313.000	312
2017/18	1.004,4	261	315

Kaynak: TBMM, 2019

Ülkemizde üretilen çekirdeksiz kuru üzümün büyük bir kısmı ihracata konu olmaktadır buna rağmen iç tüketimimiz çok düşüktür. Yıllar içerisinde gözlemlenen veriler neticesinde iç piyasada tüketilen miktarda artış olması nüfus artışı ile paralel olarak hareket etmemektedir. Türkiye’de kişi başı kuru üzüm tüketimi 0,6-0,7 kg arasındadır. Son yıllarda, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı projesi ile okul çocuklarına ücretsiz olarak çekirdeksiz kuru üzüm dağıtılarak tüketim alışkanlığı kazandırılmaya çalışılmaktadır (TBMM, 2018: 93).

2.4.3.1. Türkiye Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Dünya kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan Türkiye 2017 yılında 270.000 ton ihracat karşılığında 409 milyon dolar gelir elde etmiştir. Bir önceki yıla göre ihracat %14,9 oranında artmış olsa da değer açısından artış olmamıştır. Büyük çoğunluğu AB ülkelerine gerçekleşen kuru üzüm ihracatı artışının önümüzdeki yılda da devam edeceği tahmin edilmektedir. En fazla çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı gerçekleştirilen ülke İngiltere olmuştur. Bu ülkeyi, Almanya ve Hollanda takip etmektedir. Bir önceki yılın on iki aylık dönemi ile kıyaslandığında, İngiltere’ye yapılan çekirdeksiz kuru üzüm ihracatının %14,56 oranında artmasına rağmen, değerinde %5,4 oranında azalma yaşandığı görülmektedir. Almanya ve Hollanda’ya yönelik ihracat ise hem miktar, hem de değer bazında artmıştır. Çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında en fazla artış yaşanan ülkeler sırasıyla Peru, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti olurken, azalış yaşanan ülkeler Slovakya, Cezayir ve Finlandiya’dır (TBMM, 2018: 94).

Tablo 17: Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke

Ülke Adı	2016		2017	
	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (ton)	Değer (Bin \$)
İngiltere	61.729	116.699	70.715	110.385
Almanya	27.245	50.004	33.130	50.886
Hollanda	23.897	43.158	29.368	43.497
İtalya	19.826	33.100	20.641	30.466

Fransa	15.733	31.027	17.754	27.721
Diğer	86.572	149.468	98.392	145.359
Toplam	235.002	423.456	270.000	408.314

Kaynak: TBMM, 2018

Türkiye dünyada en büyük ÇKÜ üretimi ve dış satımı yapan ülkeler arasındadır. Türkiye, dünyadaki ÇKÜ dış satımının %40-45'i oranına sahiptir. Dünya pazarında ÇKÜ fiyatlarının oluşumunda da önemli rol oynamaktadır. Bu bakımdan İzmir Ticaret Borsası ve İTB Kuru Üzüm İşlem Salonu öne çıkmaktadır. Ülkemizde üretilen üzümün yaklaşık 2/3'si çekirdekli, 1/3'i ise çekirdeksiz üzümden oluşmaktadır. Çekirdeksiz kuru üzüm yıllık 400-500 milyon dolar döviz geliri ile tarımsal ürünler bazında ilk üç sıra içerisinde yer alan önemli ihracat ürünlerindedir. Türkiye en çok ÇKÜ ihracatını AB ülkelerine yapmaktadır (Teker, 2014).

2.4.3.1.1. Türkiye'nin AB Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Türkiye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında dünya lideridir. Özellikle Ege Bölgesi, ihracatın büyük bir bölümünü tek başına karşılamaktadır.

Tablo 18 incelendiğinde Türkiye'nin 2017-2018 döneminin belirtilen tarihlerinde AB ülkelerine yaptığı çekirdeksiz kuru üzüm ihracat miktarlarını, ihracatın değerini ve bu ülkelere uygulanan ortalama fiyatı görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere, hem miktar hem tutar olarak en çok ihracat İngiltere'ye yapılmıştır. Miktar olarak ikinci en yüksek ihracat Hollanda'ya yapılmış olmakla birlikte tutar cinsinden üçüncü sırada yer almaktadır. Çünkü Hollanda'ya uygulanan fiyat Almanya'dan daha düşüktür. Almanya ise miktar olarak üçüncü sırada yer almasına rağmen elde edilen ihracat geliri açısından ikinci sırada yer almaktadır. Bu ülkeleri sırasıyla İtalya (20.334 bin dolar) ve Fransa (16.319 bin dolar) takip etmektedir. Bu 5 ülke arasında en yüksek fiyat İngiltere'ye en düşük fiyat ise Hollanda'ya uygulanmaktadır.

Tablo 18: Türkiye'nin AB Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)

Ülkeler	Miktar (Ton)	Tutar (Bin \$)	Ortalama Fiyat(\$)
İngiltere	42.137	67.809	1,61
Almanya	19.787	30.408	1,54
Hollanda	20.431	30.333	1,49
İtalya	13.570	20.334	1,50
Fransa	10.172	16.319	1,60

Kaynak: TBMM, 2018

2.4.3.1.2. Türkiye'nin Amerika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Türkiye çekirdeksiz kuru üzümünün yaklaşık %90'ı ihracata gitmektedir. Türkiye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında dünya lideridir. Amerika kıtasına da altı aylık dönemde ortalama 9 bin ton civarında ihracat gerçekleştirmektedir (Tablo 19).

Aşağıdaki tabloda Türkiye'den Amerika Kıtası ülkelerine gerçekleştirilen çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan 5 ülke görülmektedir. En çok ihracat hem miktar hem tutar açısından Kanada'ya gerçekleştirilmektedir. Ardından sırasıyla Jamaika, Birleşik Devletler, Brezilya ve Peru gelmektedir. Ortalama fiyat açısından değerlendirme yapılırsa en yüksek fiyat Peru'ya (1,92 \$) ve en düşük fiyat Brezilya'ya (1,32 \$) uygulanmaktadır.

Tablo 19: Türkiye'nin Amerika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)

Ülkeler	Miktar (Ton)	Tutar (Bin \$)	Ortalama Fiyat (\$)
Kanada	7.573	11.510	1,52
Jamaika	503	710	1,41
Birleşik Dev.	210	383	1,82
Brezilya	153	212	1,39
Peru	85	164	1,93

Kaynak: TBMM, 2018

2.4.3.1.3. Türkiye'nin Afrika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Türkiye'nin çekirdeksiz kuru üzüm ihracat pazarları yıllar geçtikçe artmaktadır. Halihazırda bulunduğu pazarlarda da ihracat hacmini arttırmaktadır. Afrika kıtası ülkeleri de buna bir örnektir. Özellikle 2018 yılı verilerine göre, Afrika ülkelerine gerçekleştirilen ÇKÜ ihracatı oldukça artmıştır.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'den Afrika Kıtası ülkelerine gerçekleştirilen çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan 5 ülke görülmektedir. En çok ihracat hem miktar hem tutar açısından Fas'a gerçekleştirilmiştir. Ardından sırasıyla Güney Afrika Cumhuriyeti, Mısır, Cezayir ve Uganda gelmektedir. Ortalama fiyat açısından değerlendirme yapılırsa en yüksek fiyat Güney Afrika Cumhuriyeti'ne (2,46 \$) ve en düşük fiyat Fas'a (1,34 \$) uygulanmaktadır.

Tablo 20: Türkiye'nin Afrika Kıtası Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)

Ülkeler	Miktar (Ton)	Tutar (Bin \$)	Ortalama Fiyat (\$)
Fas	473	632	1,34
G.Afrika Cum.	219	541	2,46
Mısır	173	324	1,88
Cezayir	64	102	1,59
Uganda	63	88	1,41

Kaynak: TBMM, 2018

2.4.3.1.4. Türkiye'nin Asya-Okyanusya Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Türkiye Asya kıtasında bulunmaktadır ve Asya kıtasında bulunan diğer ülkelerin çekirdeksiz kuru üzüm ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. İklim ve toprak şartları sayesinde üzüm cenneti olan Türkiye'den Asya ülkelerine de yüksek miktarda ihracat gerçekleşmektedir.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'den Asya-Okyanusya ülkelerine gerçekleştirilen çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan 5 ülke görülmektedir. En çok ihracat hem miktar hem tutar açısından Avustralya'ya gerçekleştirilmiştir. Ardından tutar açısından Japonya gelmektedir. Miktar açısından Yeni Zelanda Japonya'dan önce gelmesine karşın tutar olarak üçüncü sırada yer almaktadır. Bu üç ülkeyi sırasıyla Çin ve Güney Kore takip etmektedir. Ortalama fiyat açısından değerlendirme yapılırsa en yüksek fiyat Japonya'ya (2,11 \$) ve en düşük fiyat Avustralya'ya (1,41 \$) uygulanmaktadır.

Tablo 21: Türkiye'nin Asya-Okyanusya Ülkelerine Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında İlk 5 Ülke (1/9/2017-24/3/2018)

Ülkeler	Miktar (Ton)	Tutar (Bin \$)	Ortalama Fiyat (\$)
Avustralya	9.628	13.500	1,41
Japonya	1.961	4.130	2,11
Yeni Zelanda	2.092	3.128	1,50
Çin	988	1.693	1,71
Güney Kore	332	556	1,67

Kaynak: TBMM, 2018

Üretiminin yaklaşık %85'ini ihraç eden Türkiye'nin dünya çekirdeksiz kuru üzüm pazarında ciddi bir dış ticaret avantajına sahip olduğu ve rakipleri karşısında rekabet gücünün yüksek olduğu söylenebilir. Dünyanın en büyük çekirdeksiz kuru üzüm ihracatçı ülkeleri Türkiye, ABD, Şili, Güney Afrika, İran, Özbekistan, Afganistan, Çin, Arjantin ve Hindistan'dır. Türkiye'yi en yakından takip eden, dolayısıyla en büyük rakip ülke ABD'dir. Türkiye %27'lik pay ile birinci sırada yer alırken, ABD %20 pay ile ikinci en büyük ihracatçı konumundadır. Diğer ihracatçı ülkeler Şili, Güney Afrika ve İran Türkiye'nin yaklaşık ¼'ü oranında ihracat yapabilmektedir (TBMM, 2018: 99).

2.4.4. Manisa İlinde Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi ve İhracatı

Sultaniye üzümünün kökeni, latince adı Vitis Vinifera adlı çekirdeksiz kuru üzüm çeşidinden gelmektedir. Türkiye'nin batısında, Manisa'da yer alan geniş ve bereketli ovalarda yetiştirilen sultaniye üzümünün kendisine has bir karakteristik

tadı, kokusu ve kurutma koşullarına bağlı olarak genelde kahverengi görüntüsü vardır. Yüzbinlerce hektara yayılmış bu üretim alanlarında yetiştirilen üzümün %80'i ihraç edilmektedir ve başı da Avrupa ülkeleri çekmektedir (Efes Tarım, 2016).

514.000 hektar tarım alanına sahip olan Manisa'da %40'ı aşan bir oranda sulu tarım yapılabilmektedir. Manisa, kurutmalık üzüm ve sofralık üzüm üretiminde Türkiye'nin lider ilidir. Özellikle sultaniye ÇKÜ ile özdeşleşmiş olan Manisa, sadece Türkiye'de değil, dünyada da önemli bir üzüm üretim bölgesi olarak bilinmektedir. Manisa'da üretilen üzüm Türkiye tüketiminin %36'sını karşılamaktadır. Üretimin %76,4'ü kurutmalık, %23'ü sofralık ve kalan %0,6'lık kısmı ise şaraplık olarak değerlendirilmektedir. Manisa, Türkiye'de kurutmalık çekirdeksiz üzümün %93,6'sını, sofralık üzümün ise %16,8'ini üretebilmektedir (EBRD, 2016: 26). Sofralık üzüm üretiminde ve ihracatında Manisa'nın Alaşehir, Sarıgöl ilçeleri başı çekerken, Turgutlu ilçesinde geniş alanlarda modern şaraplık amaçlı bağlar tesis edilmiştir (Karabat, 2014: 5).

Ege Bölgesi, Türkiye'de en yaygın olarak ÇKÜ üretimi yapılan alana sahiptir. Ege Bölgesi ülkedeki bağ alanlarının hemen hemen yarısını kapsamaktadır. Bölge içerisindeki illerden üretim arazileri en geniş il Manisa'dır. Manisa tek başına ülke ÇKÜ üretiminin yaklaşık olarak yüzde 90'ına hakimdir (TAGEM, 2018: 2).

Tablo 22: Manisa İli İlçelere Göre Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim Verileri

İlçe	Üretim Miktarı (Ton)	Üretimdeki Payı (%)
Alaşehir	220.670	20,37
Salihli	196.601	18,15
Saruhanlı	170.958	15,78
Ahmetli	104.598	9,66
Şehzadeler	102.214	9,44
Turgutlu	100.200	9,25
Sarıgöl	63.702	5,88

Gölmarmara	47.148	4,35
Akhisar	40.274	3,72
Yunusemre	36.819	3,40

Kaynak: TÜİK, 2018

Tabloya bakıldığında Manisa ilinin önemli çekirdeksiz kuru üzüm üretici ilçelerini ve üretim miktarlarıyla üretimdeki payları görülmektedir. Buna göre, en fazla üretim yapan ilçe Alaşehir'dir ve üretimdeki payı %20,37'dir. Alaşehir'den sonra 196.601 tonla Salihli gelmektedir ve payı %18,15'dir. Üçüncü büyük üretici 170.958 tonla Saruhanlı'dır. Bundan sonra ilçelerin paylaştıkları üretim verileri giderek açık ara farklarla azalmaktadır. En düşük veri 36.819 tonla Yunusemre ilçesine aittir.

Türkiye'nin dünyada en büyük ihracatçısı olduğu çekirdeksiz kuru üzümün, Türkiye'deki en büyük üreticisi konumundaki Manisa'da organik üretim için çeşitli aksiyonlar alınmıştır. Manisa Valiliği, iyi tarım uygulamalarının ötesinde, il genelinde organik üretim için çalışmalar yürütmektedir. Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, Manisa Valiliği ile birlikte çekirdeksiz kuru üzümde konvansiyonel üretim yerine, organik tarımsal üretime ağırlık verilmesi kararını almıştır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının "Organik Tarımın Yaygınlaştırılması ve Kontrolü Projesi" kapsamında, İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nce uygulanan projede üretilen organik üzümler, büyük şehirlerdeki organik pazarlarda sergilenmektedir (Usman, 2015).

Manisa ilinde organik tarım hususunda "Manisa İli Organik Tarım ve Hayvancılık Stratejisi ve Eylem Planı" adında geniş kapsamlı bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile Manisa ilinin ilçeleri dahilinde SWOT analizi yapılarak, ilçelere göre üretimi yapılabilecek organik ürünler belirlenmiştir. Sonuçlara göre Demirci, Gördes ve Köprübaşı ilçelerinde hünnap, ceviz, böğürtlen, muşmula, susam, nohut, haşhaş, zeytin, badem; Ahmetli, Salihli, Gölmarmara ve Turgutlu ilçelerinde sultaniye üzüm, domates, biber, incir, karpuz çilek, kavun-karpuz; Kırkağaç, Akhisar ve Soma ilçelerinde zeytin, tütün, ayçiçeği, çilek, kuru fasulye, mısır; Saruhanlı, Şehzadeler ve Yunusemre ilçelerinde kurutmalık ÇKÜ, zeytin-zeytinyağı, erik, pamuk Alaşehir, Kula, Sarıgöl ve Selendi ilçelerinde ise sofralık üzüm, haşhaş, tütün, sebze, yem bitkileri vb. organik ürünlerin yetiştirilebileceği belirlenmiştir. Bu da Manisa ilinin organik ürün yetiştiriciliği bakımından büyük bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Yine bu çalışma

ile birlikte belirli sonuçlara varılmış olup, ortaya çıkan en önemli sonuçlardan birisi üreticilerin örgütlenme ve ürünlerinin pazarlanması sorunu yaşadıklarından geniş kapsamlı olarak organik üretime geçemedikleridir. Araştırma sonuçlarından bir tanesi de üreticilerin organik tarımı tercih etmelerini sağlayacak bir diğer konu da konvansiyonel ve organik ürün fiyat farkının tatmin edici olmasıdır (Koçtürk, 2019, s:9).

2.4.5. Manisa İlinde Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretimi ve İhracatı Yapan İlk 5 İşletme

Manisa'da üretim ve ihracat faaliyeti gösteren ve hem ilin hem de ülkenin ihracat rakamlarına katkı sağlayan firmalar aşağıda belirtilmiştir. Belirtilen firmaların tümü ile iletişime geçilmiş, anket gerçekleştirmek için talepte bulunulmuştur. Ancak yalnızca Ertürk Üzüm İşletmeleri San. Tic. A.Ş. , ORKA Tarım San. Tic. Ltd. Şti. ve Işık Tarım A.Ş. ankete katılım sağlamıştır.

- ERTÜRK ÜZÜM VE TARIM ÜRÜNLERİ İŞLETMELERİ İTHALAT İHRACAT SAN. TİC. A.Ş.
- ORKA TARIM SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
- OSMAN AKÇA TARIM ÜRÜNLERİ İTHALAT İHRACAT SAN. VE TİC. A.Ş.
- PAGMAT A.Ş.
- TUĞRUL TARIM A.Ş.

IŞIK TARIM A.Ş. (Merkezi İzmir/Kemalpaşa olup, organik üzümleri Manisa'daki çiftçilerden tedarik etmektedir. Bu yüzden ankete dahil edilmiştir.)

3. ORGANİK ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM FİYATLARININ TANIMLAYICI İSTATİSTİK İLE DEĞERLENDİRMESİ

Araştırmanın bu bölümünde organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının Eylül-Kasım 2019 verileri bir tabloda toplanarak istatistiki değerlendirilmesi yapılmıştır.

Veriler Manisa Ticaret Borsası'nın internet sitesinden elde edilmiştir. Manisa Ticaret Borsası ile iletişime geçilmiş ve hâlihazırda Manisa Ticaret Borsası'nın internet sitesinde yer alan konvansiyonel çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının üzerine

1 TL eklenerek organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının elde edileceği bilgisi alınmıştır. Bu bilgiye istinaden veriler elde edilmiştir.

Tablo 23: 2019 Eylül, Ekim ve Kasım Ayları 9 Numara Organik Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatları

Tarih	Fiyat (TL)	Tarih	Fiyat (TL)	Tarih	Fiyat (TL)
3.09.2019	10,45	1.10.2019	10,85	4.11.2019	10,85
4.09.2019	10,45	2.10.2019	10,65	5.11.2019	10,85
5.09.2019	10,45	3.10.2019	11,00	6.11.2019	10,85
6.09.2019	10,35	4.10.2019	10,85	7.11.2019	10,85
9.09.2019	10,40	7.10.2019	10,35	8.11.2019	10,85
10.09.2019	10,35	8.10.2019	10,65	11.11.2019	10,60
11.09.2019	10,30	9.10.2019	11,35	12.11.2019	10,75
12.09.2019	10,25	10.10.2019	11,25	13.11.2019	10,85
13.09.2019	10,20	11.10.2019	11,45	14.11.2019	10,85
16.09.2019	10,10	14.10.2019	11,85	15.11.2019	10,60
17.09.2019	10,10	15.10.2019	10,85	18.11.2019	10,45
18.09.2019	10,10	16.10.2019	11,5	19.11.2019	10,85
19.09.2019	10,05	17.10.2019	11,5	20.11.2019	10,85
20.09.2019	10,05	18.10.2019	10,85	21.11.2019	10,85
23.09.2019	10,00	21.10.2019	11,05	22.11.2019	10,85
24.09.2019	11,35	22.10.2019	11,05	25.11.2019	10,85
25.09.2019	11,35	23.10.2019	11,35	26.11.2019	10,85
26.09.2019	11,35	24.10.2019	10,75	27.11.2019	10,5
27.09.2019	10,85	25.10.2019	10,75	28.11.2019	10,85
30.09.2019	11,35	28.10.2019	10,75	29.11.2019	10,85
		30.10.2019	10,85		
		1.11.2019	10,85		

Kaynak: Manisa Ticaret Borsası

Verilerin incelenmesinden çıkan sonuçlara göre, Eylül-Kasım 2019 dönemi organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının ortalaması 10,77 TL'dir. En çok tekrar eden fiyat 10,85 TL'dir. Organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının standart sapması 0,41 kuruş olarak hesaplanmıştır. Bu durumda organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatları son 90 günlük ortalamasına göre 41 kuruş sapma göstermektedir. Yani organik ÇKÜ fiyatları, ortalaması olan 10,77 TL'nin 41 kuruş aşağısı ya da yukarısında seyretmektedir.

3.1. Tanımlayıcı İstatistik Açısından İnceleme

Tanımlayıcı istatistik sayısal verileri sınıflama ve özetlemede kullanılan yordamlardır. Verileri tablo, grafik veya sayısal olarak anlamlı bir biçimde özetler. Bazı veriler frekans dağılımı olarak düzenlenebilir (Tütek ve Gümüsoğlu, 2008, s:6).

- **Aritmetik ortalama:** Veri setindeki tüm verilerin toplanıp veri sayısına bölünmesiyle elde edilir.

Tablodaki veriler dahilinde Eylül, Ekim ve Kasım ayları organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyat ortalaması aritmetik ortalama formülü kullanılarak hesaplanmış ve 10,77 TL olarak bulunmuştur.

- **Medyan:** Bir seriyi küçükten büyüğe sıraladıktan sonra tam ortaya denk gelen terimdir. Diğer bir adı ortancadır.
- **Mod:** Bir veri setinde en çok tekrar eden veri mod olarak tanımlanır. Tablodaki veriler incelediğinde organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarında en çok tekrar eden fiyat 10,85 TL'dir.
- **Standart Sapma:** Standart sapma bir serideki terimlerin o serinin ortalaması etrafındaki yayılımını gösterir. Bir diğer ifadeyle veri setindeki bir verinin ortalamadan ne kadar uzakta olduğu, ne kadar saptığını görmemizi sağlar.

Tablodaki veriler kullanılarak tespit edilen standart sapma 0,41 TL'dir. Yani Eylül, Ekim ve Kasım 2019 organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatları ortalamaya göre 41 kuruş sapma göstermektedir şeklinde yorum yapılabilir.

3.2. Grafikselle Araçlarla Verileri İnceleme

Kutu diyagramı bir verinin sıklık dağılımlarını göstermektedir. Kutu grafiği sayesinde verilerin yayılım düzeyleri, dağılım şekilleri, eğilimleri gibi unsurların tespiti açısından oldukça faydalı grafiklerdir.

- Kutunun iki adet uç noktası bulunmaktadır ve minimum nokta Q1 ve maksimum nokta Q3 olarak ifade edilir.
- Diyagramın uzunluğu ise interval olarak adlandırılır ve maksimum noktadan minimum nokta çıkartılarak ($Q_3 - Q_1$) bulunmaktadır.
- Ortanca yani medyan, kutunun içinde çizgi ile işaretlenir.
- Kutu dışında kalan iki çizgi minimum ve maksimum değere kadar uzatılır.

Kutu grafiğinde, dağılımın merkezi, verilerin yayılma genişliği ve uç değerleri kolaylıkla görülür (<https://www.eokultv.com/kutu-grafigi-nedir/581>).

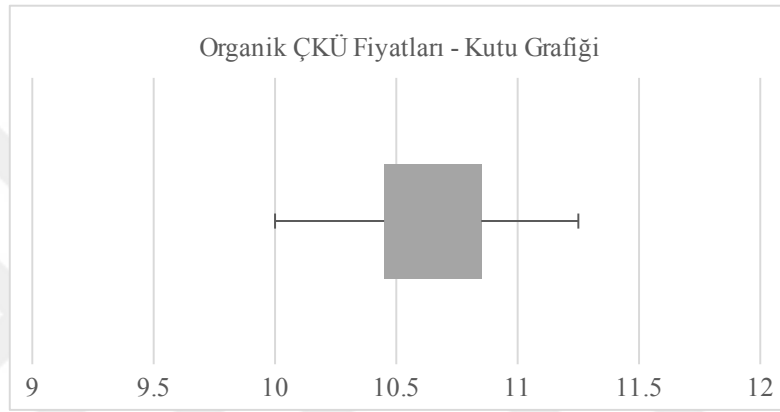
Kutu grafiği çizebilmek için öncelikle ilk kartil (Q_1), medyan (ortanca) ve üçüncü kartil (Q_3) bulunmalıdır.

Türkiye’deki son üç aylık organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının Tablo 23’teki değerlerine bakılarak analiz yapıldığında minimum ve maksimum değerler ve kartiller aşağıdaki gibidir.

Min	10
Q1	10,45
Q2	10,85
Q3	10,85
Max	11,85

Bu verilere göre kutu diyagramını çizersek aşağıdaki gibi olacaktır.

Şekil 6: Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatları kutu Diyagramı



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kutu diyagramında tanımlayıcı istatistik kapsamında bulunan beş önemli nokta grafik üzerinde bir arada görülebilmektedir. Q1, Q2 ve Q3 şeklindeki gri ile taralı alanda dağılım göstermektedir. Yine minimum değer olan 10 TL, grafiğin en alt sınırını oluşturmaktadır.

4. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi yapan 33 adet çiftçi ve 3 adet ihracatçı firma ile gerçekleştirilen anket sonuçları değerlendirilecektir.

Ankete katılan üreticilerin verileriyle ilgili bazı tanımlayıcı istatistik sonuçları aşağıdaki gibi gözlemlenmektedir;

Tablo 24: Organik Tarımda Desteğe İhtiyaç Duyulan Konu

Frekans Tablosu		
Organik Tarımda Desteğe En Çok İhtiyaç Duyulan Konu		
	Frekans	Yüzde
Devlet desteği	11	33,3
Teknik bilgi	7	21,2
Ürünün pazarlanması	15	45,5
Toplam	33	100

Tablodaki sonuçlar incelendiğinde üreticilerin organik tarım ile ilgili en fazla desteğe ihtiyaç duydukları konu ürünlerinin pazarlanmasıdır. Ankete katılan 33 kişiden 15'i yani katılımcıların yüzde 45,5'i bu konuda sıkıntı çekmektedir. “Üreticilerin organik üretim faaliyetine yönelmelerinde, sözleşmeli üretim, yüksek fiyat, teknik ve nakdi yardım gibi nedenler etkili olmaktadır. Organik ürünlerin satış fiyatları diğer tarımsal ürünlere göre ortalama %10-15 daha yüksektir. Bu durum organik ürünlerin pazarlanmasını zorlaştırmaktadır” (Turan vd. 2009; Öztürk ve İslam, 2014: 79). Daha sonra devlet desteğine ihtiyaç duyulmaktadır ve katılımcılardan 11 tanesi yüzde 33,3 oranla devlet desteğine ihtiyaç duymaktadır.

Merdan (2018) organik ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunların konu başlıklarını aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Merdan, 2018: 668-669):

- “Ürün Çeşitliliğinin Yetersizliği ve Devamlılığın Sağlanamaması”
- “Ürünlerin Raf Ömrünün Kısa Olması”
- “Organik Ürünlerin Pazarlanması Konusunda Bilgi Yetersizliği”
- “Fiyatın Yüksek Belirlenmesi”
- “Tüketici Zevk ve Tercihlerinin Değişmesi”

Akın ve arkadaşları (2014) tarafından Iğdır’ın Eğil ilçesindeki Ilgın Köyü’nde 33 adet üretici ile gerçekleştirilen anket çalışmaları sonucunda da benzer bir şekilde bilgi ihtiyacının varlığı yüksek oranda tespit edilmiştir.

“Organik tarım ile ilgili bilgi düzeylerinin sorguladıkları soruna üreticilerin kendilerini %63,6 oranında orta seviyede, %27,3 oranında yüksek seviyede, %9,1 oranında düşük seviyede bilgi sahibi olarak tanımladıkları görülmüştür. Nitekim üreticilerin %90,9 gibi yüksek bir oranda “organik tarım ile bilgilerinin geliştirilmesine ihtiyaç duydukları, %9,1 oranında ise kısmen ihtiyaç duydukları görülmüştür” (Akın ve diğerleri, 2014: 498).

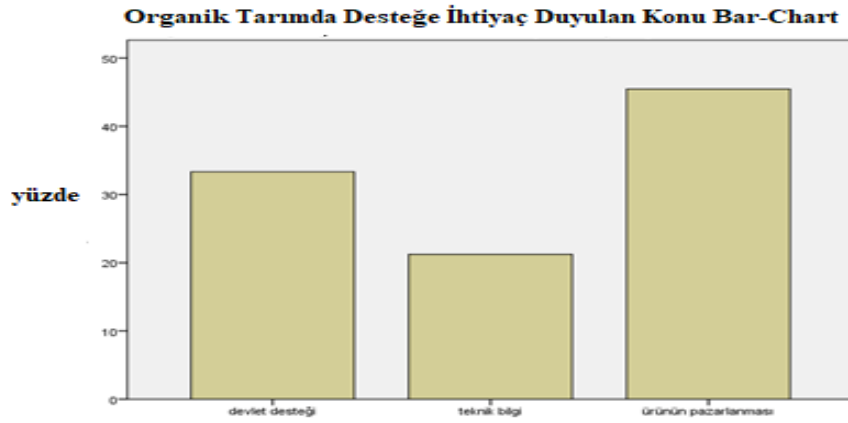
Yine Akın ve arkadaşları (2014) üretici sorunlarını irdelerken Karaağaçlı köyünde olduğu gibi pazarlamanın da her ne kadar üçüncü sırada yer alsada da üreticiler için bir sorun olduğu ortaya çıkmıştır;

“Genel anlamda organik tarım üreticilerinin karşılaştıkları muhtemel altı başlık belirlenmiş ve önem derecesine göre sıralanması istenmiştir. Üreticiler %48,4 oranında sulamayı “çok önemli”, %27,6 oranında “oldukça önemli”,

%24.0 oranında önemli buldukları görülmüştür. Genel anlamda üreticilerin en önemli sorunlar sıralamasında 1. Sırada yer aldığı görülmüştür. Üreticilerin sorularının sıralamasında 2. Sırada hastalık ve zararlılarla mücadele yer almaktadır. Üreticiler %75.7 oranında zararlılarla mücadeleyi çok önemli, %18.1 oranında önemli ve %6.2 oranında önemli bir sorun olarak algılamaktadırlar. Sorunlar sıralamasında 3. sırada pazarlama gelmektedir. Üreticiler %21.1 oranında pazarlamayı kısmen önemli, %6.2 oranında önemli, %3.1 oranında oldukça önemli gördükleri görülmüştür” (Akın ve diğerleri, 2014: 500).

Verilerin bar grafiği aşağıdaki gibidir;

Şekil 7: Organik Tarımda Desteğe İhtiyaç Duyulan Konu Bar-Grafiği



Ankete katılan çiftçilerin yaş aralıkları incelendiğinde;

Tablo 25: Katılımcı Çiftçilerin Yaşları

Frekans Tablosu		
Yaş		
	Frekans	Yüzde
26-41	10	30,3
42-57	8	24,3
58-75	15	45,4
Toplam	33	100

58-75 yaş aralığında 15 kişi (yüzde 45,4’ü), 42-57 yaş aralığında 8 kişi (yüzde 24,3’ü) ve 26-41 yaş aralığında 10 kişi (katılımcıların yüzde 30,3’ü) bulunmaktadır (Tablo 25).

Çiftçilerin eğitim durumları incelendiğinde

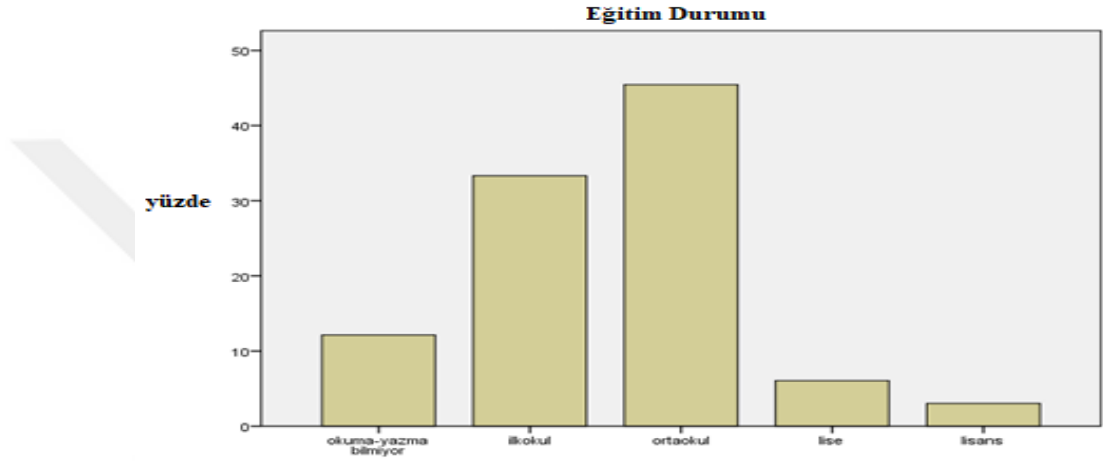
Tablo 26: Katılımcı Çiftçilerin Eğitim Durumu

Frekans Tablosu		
Eğitim Durumu		
	Frekans	Yüzde

Okuma-yazma bilmiyor	4	12,1
İlkokul	11	33,3
Ortaokul	15	45,5
Lise	2	6,1
Lisans	1	3
Toplam	33	100

15 kişi ortaokul mezunu, 11 kişi ilkokul mezunudur. 4 kişi okuma yazma bilmemektedir. Lisans mezuniyetine sahip 1 kişi bulunmaktadır (Tablo 26 ve Şekil 8).

Şekil 8: Katılımcı Çiftçilerin Eğitim Durumu Bar-Grafiği



Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliği tecrübeleri Tablo 27’de verilmiştir;

Tablo 27: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretim Deneyimi

Frekans Tablosu		
Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretim Deneyimi		
	Frekans	Yüzde
0-5	19	57,6
6-11	13	39,4
12-20	1	3
Toplam	33	100

Tablo 27 incelendiğinde 19 kişi ile katılımcıların yüzde 57,6’sı 0-5 yılları aralığında organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliği deneyimine sahip olduğu görülmektedir.

Yine çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliğine başlamasında etkili faktörler Tablo 28’de verilmiştir;

Tablo 28: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretimine Başlamasında Etkili Faktörler

Frekans Tablosu		
Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Üretimine Katılması		
	Frekans	Yüzde

Diğer üreticiler	12	36,4
Organik ÇKÜ ihracatı yapan firmalar	20	60,6
Eğitimler	1	3
Toplam	33	100

Çiftçilerin (33) yüzde 60,6'sı (20) organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimine organik ÇKÜ ihracat yapan firmalar aracılığıyla başlamışlardır. Yüzde 36,4'ü de diğer üreticiler vasıtasıyla üreticiliğe başlamışlardır.

Akın ve arkadaşları (2014) tarafından Iğdır'ın Eğil ilçesindeki Iğın Köyü'nde 33 adet üretici ile gerçekleştirilen anket çalışmaları sonucunda; “Üreticilerin organik tarım ile ilgili bilgilerin kaynakları sıralandığında %66.7 oranında ilçe tarım müdürlüğü, %12.1 oranında özel şirket, %3.1 oranında televizyon ve basın yayın organları ve % 6.1 oranında GAP idaresi ve yine aynı oranda komşu ve arkadaşların olduğu görülmektedir” (Akın ve diğerleri, 2014: 498).

Bahşi ve Akça (2019) Osmaniye ve Şanlıurfa illerinde toplamda 400 adet organik ürün tüketicisi ile anket çalışması yapmıştır.

“Buna göre 21-30 yaş arasında bulunan katılımcıların internetten (%38) duyma oranı yüksek iken, 31-40 yaş arası TV (%37), 41-54 yaş arası diğer (%40) (tarımsal faaliyetler, eğitim hayatı vb.) ve 55 ve üzeri yaşındaki katılımcıların gazete veya dergiden (%50) duyma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Yüksek lisans mezunlarının organik üründen haberdar olma yeri ağırlıklı olarak internet (%54.5) iken, lisans mezunlarının çevre/arkadaş (%31.4), diğer eğitim düzeyindeki tüketicilerin ağırlıklı olarak TV olduğu görülmektedir” (Bahşi ve Akça, 2019: 29).

Organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği yapılan bağ dönümleri aşağıdaki gibidir (dekar cinsindedir);

Tablo 29: Katılımcı Çiftçilerin Organik ÇKÜ Bağ Dönümü

Frekans Tablosu		
Çiftçilerin Bağ Dönümü		
	Frekans	Yüzde
20-35	17	51,5
36-51	4	12,1
52-67	3	9,1
68 ve üzeri	9	27,3
Toplam	33	100

Çiftçilerin yüzde 51,5'i (17 kişi) 20-35 dönüm aralığında organik ÇKÜ üretimi yapılan bağa sahip iken, yüzde 27,3 ile 68 ve üzeri dönüme sahip 9 çiftçi bulunmaktadır.

Organik çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının belirlenmesinde üreticilerin yüzde 72,7'si fiyatları kendilerinin belirlemesi gerektiğini öne sürmüştür.

Tablo 30: Organik ÇKÜ Fiyat Belirleme

Frekans Tablosu

Organik ÇKÜ Fiyat Belirleme		
	Frekans	Yüzde
üretici belirlemelidir	24	72,7
kooperatif/birlik belirlemelidir	2	6,1
serbest piyasada arz ve talebe göre belirlenmelidir	7	21,2
Toplam	33	100

Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliğine başlamalarına karşılık bazı itici faktörler öne sürülmüş ve bu faktörlere ne ölçüde katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Buna göre gelen cevaplar Tablo 31’de görülmektedir;

Tablo 31: Çiftçilerin Organik ÇKÜ’ye Yönelme Sebebi

Frekans Tablosu						
Organik ÇKÜ’ye Yönelme Sebebi						
	Daha Lezzetli		Daha Sağlıklı		Gelecek vaat eder	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	4	12,1	1	3	2	6,1
Katılmıyorum	10	30,3	1	3	5	15,2
Kısmen katılıyorum	4	12,1	0	0	11	33,3
Katılıyorum	7	21,2	31	93,9	12	36,4
Son derece katılıyorum	8	24,2	0	0	3	9,1
Toplam	33	100	33	100	33	100

Çiftçilerin yüzde 93,9’u yani 33 kişiden 31’i organik çekirdeksiz kuru üzümün konvansiyonel ÇKÜ’ye göre daha sağlıklı olduğunu düşünmektedir ve bunu kendilerine organik ÇKÜ üretimine başlamak için bir sebep olarak belirtmişlerdir.

Tetik (2012) büyükşehirlerde yaşayan organik ürün tüketimi yapan 132 adet tüketici ile anket gerçekleştirmiş olup sonucunda tüketicilerin de organik ürün tüketimine daha sağlıklı olduğunu düşünmeleri sebebiyle başladıklarını ortaya çıkarmıştır; “Organik tarım ürünlerini tercih etmemdeki en büyük etken insan sağlığına faydalı olmasıdır.” “ifadesi 4,81 ortalama değeri ile katılımcıların en fazla katıldıkları ifade olarak saptanmıştır. Katılımcıların organik tarım ürünlerini tercih etmelerindeki en temel etken, organik tarım ürünlerini sağlığa yararlı bulmalarıdır” (Tetik, 2012: 60-61).

Bahşi ve Akça (2019), Osmaniye ve Şanlıurfa illerinde 400 adet tüketicinin organik ürüne yönelme ve yönelmeme sebeplerini irdelenmiş ve sonuçlar şu şekilde ortaya çıkmıştır:

“Organik ürünleri kullanma nedenleri tüketiciler tarafından önem derecesine göre; birinci sırada sağlıklı olması (%79.4), ikinci sırada kimyasal ilaçların

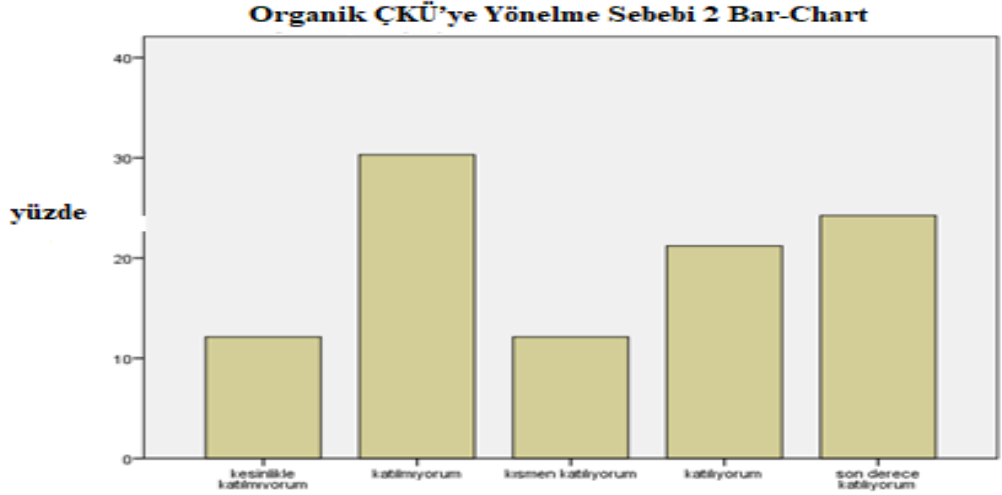
kullanılmaması (%60.6), üçüncü sırada güvenilir olması (%55.1), dördüncü sırada tadının güzel olması (%47.5), beşinci sırada merak (%50.3) ve altıncı sırada tavsiye (%51.6) şeklinde sıralanmaktadır. Tüketicilerin organik ürünü kullanmama nedenleri önem derecesine göre birinci sırada temin etmenin zorluğu (%58.3), ikinci sırada fiyatın yüksek oluşu (%39.3), üçüncü sırada güvenmemeleri (%55.4) ve dördüncü sırada tat farkının olmaması (%52.6) şeklinde sıralanmaktadır.” (Bahşi ve Akça, 2019: 30).

Yine Akın ve arkadaşları (2014) tarafından Iğdır’ın Eğil ilçesindeki Ilgın Köyü’nde 33 adet üretici ile gerçekleştirilen anket çalışmaları da üreticilerin organik ürünlerin daha sağlıklı olmasından kaynaklı olarak organik tarıma yöneldiğini kanıtlamaktadır. “Birlik üyelerinin organik tarıma geçme amaçlarının sorgulandığı soruda, katılımcılar %18.2 oranında daha sağlıklı ürün tüketmek için, %36.4 oranında daha fazla gelir elde etmek için, %15.2 oranında organik tarım bilincini yaymak için, %30.3 oranında desteklemelerden daha fazla faydalanmak için organik tarıma geçtiklerini ifade etmişlerdir” (Akın ve diğerleri, 2014: 497).

Bir diğer sebep olarak organik ÇKÜ’nün daha lezzetli olduğu öne sürülmüş ve çiftçilerin bu sebebe katılma dereceleri de Tablo 31’de gösterilmiştir.

Çiftçilerin yüzde 30,3’ü organik ÇKÜ’nün konvansiyonel ÇKÜ’ye göre daha lezzetli olmadığını düşünmektedir ve bunu kendilerine üretime başlamaları için bir sebep olarak görmemektedir. Çiftçilerin 8’i ise organik ÇKÜ’nün daha lezzetli olduğunu düşündükleri için organik ÇKÜ üretimine yöneldikleri görülmektedir. Bar grafiği Şekil 9’da verilmiştir;

Şekil 9: Çiftçilerin Organik ÇKÜ’ye Yönelme Sebebi (Daha Lezzetli) Bar-Grafiği



Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliğine yönelmelerinin bir sebebi olarak gelecek vaat edip etmemesi sorulmuştur. Sonuçlar yine Tablo 31'de gözlemlenebilmektedir. Buna göre;

Çiftçilerin yüzde 45,5'i (15 kişi) organik ÇKÜ'nün gelecek vaat ettiğini düşünmektedir. Bu durumu kendilerine organik ÇKÜ üretimine başlamaları için bir itici faktör olarak görmektedirler.

Çiftçilerin üretimlerine ilişkin damla sulamayı tercih etmeleri ve kooperatif/birlik ihtiyacı hissetmeleri sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 32'de gösterilmiştir;

Tablo 32: Üretime İlişkin Görüşler

Frekans Tablosu				
Üretime İlişkin Görüşler				
	Kooperatif/Birlik İhtiyacı		Damla Sulama Tercih	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	1	3	2	0
Katılmıyorum	2	6,1	5	0
Kısmen katılıyorum	8	24,2	26	6,1
Katılıyorum	15	45,5	0	15,2
Kesinlikle katılıyorum	7	21,2	0	78,8
Toplam	33	100	33	100

Çiftçilerin yüzde 78,8'i damla sulamayı tercih ettiklerini fakat maddi imkanlarının yeterli olmaması nedeniyle bu isteklerini gerçekleştiremedikleri ortaya çıkmıştır.

Ayrıca çiftçilere ürünlerinin pazarlamasını kendilerinin yapabiliyor yapamadıkları, herhangi bir birlik ya da kooperatife ihtiyaç duyup duymadıkları ve pazarlamanın devlet eliyle yapılmasına katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Gözlemlenen sonuçlara

göre; 33 kişiden 15'i yani yaklaşık yarısı ürünlerinin pazarlanması için kooperatif/birlik ihtiyacı duyduklarını söylemiştir.

Tablo 33: Pazarlamaya İlişkin Görüşler

Frekans Tablosu				
Pazarlamaya İlişkin Görüşler				
	Kendisi Pazarlar		Devlet Pazarlamalı	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	26	78,8	1	3
Katılmıyorum	5	15,2	0	0
Katılıyorum	1	3	13	39,4
Kesinlikle katılıyorum	1	3	19	57,6
Toplam	33	100	33	100

33 çiftçiden yüzde 78,8'i ürünlerini kendilerinin pazarlayamadıklarından yakınmaktadır. Bu noktada devlet desteğine ihtiyaç duydukları ortaya çıkmaktadır.

19 çiftçi pazarlamada devlet desteği olmasına kesinlikle katılmaktadır 13 çiftçi ise yine bu duruma katılmaktadır. Sunulan öneriye toplamda 32 çiftçinin katıldığı görülmektedir ve bu da çiftçilerin yüzde 97'sinin organik ÇKÜ pazarlamasının devlet eliyle olması gerektiğini savunmaktadır.

Yıllar geçtikçe hem yurtiçinde hem de yurtdışında organik ürünlere karşı talep artış göstermektedir. Tüketiciler güvenebilecekleri gıda maddelerini tercih etmekte ve talepleri bu yönde şekillenmektedir. Bu bağlamda tüketiciler, tüketecekleri ürünlerin hem güvenli ortamda üretildiğine hem de insan sağlığı açısından tehdit teşkil etmemesine odaklanmaktadır (Eryılmaz vd. 2015: 200; Ilgar, 2017: 161). Belirtildiği gibi bu durum aslında organik ürünlerin pazarlanmasına katkı sağlamaktadır. Ancak Merdan (2018)'in da belirttiği gibi organik ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar ve sistemdeki eksiklikler sebebi ile pazarlama faaliyetleri yeterli ölçüde etki edememektedir.

Organik ürün pazarının yeni gelişim göstermesinin yanı sıra, dağıtım kanalı yetersizliği, yeterli seviyede tüketici bilincini oluşturacak çalışmaların olmayışı ve talebi karşılamaya yönelik eksiklikler gibi sorunlar bulunmaktadır. Yüksek fiyatların tüketici taleplerini kısıtlamasının yanında asıl olarak dağıtım kanalları yetersizliği organik ürün tüketiminin gelişmesini engellemektedir. Gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkeler de dahil olmak üzere dağıtım kanallarının yetersizliği organik ürünlerin geniş kitlelere ulaşmasının önündeki engellerin ortak sebebidir (Merdan, 2018: 670).

Çiftçilerin 28'i SSK'lı 5 tanesi de bağıkurludur. Bağıkurluların yüzde 67,9'u (19 çiftçi) tarım kredisi kullanmaktadır. Yüzde 32,1'i (9 çiftçi) tarım kredisi kullanmamaktadır. SSK'lı çiftçilerin yüzde 80'i (4 çiftçi) tarım kredisi kullanmakta, yüzde 20'si (1 çiftçi) tarım kredisi kullanmamaktadır. Toplamda, çiftçilerin 23'ü (%69,7) tarım kredisi kullanmakta, 10 çiftçi (%30,3) tarım kredisi kullanmamaktadır.

Bağ dönümü 20-35 dekar arası olan 17 çiftçinin yüzde 94,1'i (16 çiftçi) tarım kredisi kullanmaktadır. Yüzde 5,9'u (1 çiftçi) tarım kredisi kullanmamaktadır. 36-51 dekar arası bağ dönümü olan 4 çiftçi bulunmaktadır ve tümü tarım kredisi kullanmaktadır. 52-67 dekar arası dönüme sahip çiftçi sayısı 3 adet olup bu çiftçilerin de tümü tarım kredisi kullanmaktadır. 68 ve üzeri dekar alana sahip çiftçi sayısı 9'dur ve bu çiftçilerin hiçbirisi tarım kredisi kullanmamaktadır.

Çiftçilerin yüzde 93,9'u (31 çiftçi) organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği hakkında eğitim almıştır. Yüzde 6,1'i (2 çifti) organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği hakkında eğitim almamıştır. Lisans mezunu 1 çiftçi bulunmaktadır ve yetiştiricilik üzerine eğitim almamıştır. 4 çiftçi okuma-yazma bilmemektedir. 4 çiftçiden 1'i yetiştiricilik üzerine eğitim almamıştır.

33 adet çiftçinin yüzde 18,2'si tarımsal makine ve ekipman kullanımı hakkında eğitim almıştır. Yüzde 81,8'i ise tarımsal makine ve ekipman kullanımı hakkında eğitim almamıştır. Okuma-yazma bilmeyen çiftçilerin hiçbirisi tarımsal makine ve ekipman kullanımı hakkında eğitim almamıştır. Eğitim almayan çiftçiler baba mesleğini icra ettikleri için bu eğitime ihtiyaç duymadıklarını aktarmıştır.

4.1. Kruskal-Wallis Testi ile Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Kruskal-Wallis testi, parametrik olmayan yani non-parametric testler arasında yer almaktadır. Normal dağılımlı olmayan veri setlerinde üç veya daha fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını tespit eder. Parametrik karşılığı One-Way Anova analizidir. Eğer veri seti normal dağılımlı ve homojen özellik gösteriyorsa One-Way Anova analizine başvurulur.

Araştırma anketinde çiftçilere 8 adet organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimine yönelme nedeni sunulmuş ve bu nedenlere katılma dereceleri sorulmuştur. Ayrıca, çiftçilere eğitim durumları da sorulmuştur. Burada, çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimine yönelme nedenlerinin almış oldukları eğitim ile arasında anlamlı bir fark olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tespit için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_{1a}: Çiftçilerin eğitim durumu ile organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliğine yönelme nedenleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{1b}: Çiftçilerin eğitim durumu ile organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliğine yönelme nedenleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 34: Kruskal-Wallis Eğitim Durumu-Organik ÇKÜ Yönelme Sebebi

Test İstatistikleri								
	Daha sağlıklıdır	Daha lezzetlidir	Zengin protein içerir	Doğayı korur	Katkı maddesi içermez	Gelecek vaat ediyor	Sertifikalı olduğundan güven verir	Tüketici tercihleri
Ki-Kare	0,646	5,452	5,492	4,435	0,93	3,822	1,153	5,766
Grup sayısı	4	4	4	4	4	4	4	4
Anlamlılık değeri	0,958	0,244	0,24	0,35	0,92	0,431	0,886	0,217

Tablodaki anlamlılık değerleri her dört grup için ortamlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespitini sağlayacaktır. %95 güvenilirlik düzeyinde ulaşılan anlamlılık değerleri her sekiz neden için “>0,05” olarak tespit edildiğinden H_{1a} hipotezi kabul edilir. Yani çiftçilerin eğitim durumu ile organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimine yönelme nedenleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Eğer anlamlılık değerleri “<0,05” olsaydı bu durumda H_{1a} hipotezi reddedilip H_{1b} hipotezi kabul edilecekti ve en az iki grup için çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimine yönelmeleri ile eğitim durumları arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılabilecekti.

Yine kurulabilecek başka bir hipotez ise aşağıdaki gibidir;

H_{2a}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile ürünlerini tüketici taleplerine uygun olarak yetiştirmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{2b}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile ürünlerini tüketici taleplerine uygun olarak yetiştirmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 35: Kruskal-Wallis Tecrübe-Üretim İlişkin Eleştiriler

Test İstatistikleri								
	tüketici talebine uygun	üretimin gereklilikleri	damla sulama tercih	ziraat müh.ile çalışma	masraftan kaçınmama	fiyat takibi	pazarlamada birlik ihtiyacı	satıcı hak. Bilgi
Ki-Kare	8,518	7,97	0,267	0,58	0,305	3,242	3,204	2,171
Grup sayısı	3	3	3	3	3	3	3	3
Anlamlılık değeri	0,014	0,019	0,875	0,748	0,859	0,198	0,201	0,338

Anlamlılık değeri $<0,05$ olduğu için H_{2a} hipotezi reddedilir ve H_{2b} hipotezi kabul edilir. Yani çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile ürünlerini tüketici taleplerine uygun olarak yetiştirmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 35'deki sonuçlara göre kurulabilecek bir diğer hipotez ise aşağıdaki gibidir;

H_{3a}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile organik tarımın gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{3b}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile organik tarımın gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Anlamlılık değeri $<0,05$ olduğu için H_{3a} hipotezi reddedilir ve H_{3b} hipotezi kabul edilir. Yani çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim tecrübeleri ile organik tarımın gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Bir diğer analiz ise çiftçilerin eğitim durumları ile organik çekirdeksiz kuru üzümlerinin pazarlamasını yapabiliş yapamadıkları arasında bir bağın olup olmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu durum için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir ve Tablo 36'da sonuçlar gözlemlenebilmektedir;

H_{4a}: Çiftçilerin eğitim durumları ile ürünlerinin pazarlamasını kendilerinin yapabilmesi arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{4b}: Çiftçilerin eğitim durumları ile ürünlerinin pazarlamasını kendilerinin yapabilmesi arasında anlamlı bir fark vardır.

Elde edilen sonuca göre $p > 0,05$ olduğundan H_{4a} hipotezi kabul edilir ve çiftçilerin eğitim durumları ile ürünlerini pazarlayabilmeleri arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna varılır. Yani eğitim durumları pazarlama kabiliyetlerini etkilememektedir.

Tablo 36: Kruskal-Wallis – Eğitim Durumu-Pazarlama

Test İstatistikleri							
	kendi pazarlar	devlet pazarlamalı	birlik pazarlamalı	en iyi komisyoncu satar	ihracatçı en iyi fiyat verir	marketlere satmayı tercih eder	belediye organik ÇKÜ hizmeti vermemeli
Ki-Kare	6,605	6,782	6,329	11,076	11,063	4,805	8,866
Grup sayısı	6	6	6	6	6	6	6
Anlamlılık değeri	0,158	0,148	0,176	0,026	0,026	0,308	0,065

Organik ürünlerin pazarlanmasında yaşanan sorunlar sadece Türkiye'ye özgü değildir. Dünya genelinde de organik ürünlerin pazarlanmasında gerek devlet desteği alınmaması gerekse de yeterli eğitim ve yetkinliğe sahip olunmaması sebebiyle sorunlarla karşılaşılmaktadır. Bununla ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalara bakılırsa;

Smith ve Marsden 2004 yılında organik ürünlerin piyasada pazarlanması ile ilgili karşılaşılan engellere yönelik araştırma yapmış ve sektörün gelişebilmesi için devlet tarafından desteklenen pazarlama politikalarının geliştirilmesi gerektiğini savunmuşlardır (akt. Nardalı, 2009: 61). Sağlık ve çevresel faktörlerle ilgili endişesi olan tüketicilerin daha çok organik gıdaları tercih ettiği, organik et, meyve ve sebze gibi ürünlere yöneldiği ve daha yüksek fiyata katlanabildikleri gözlemlenmektedir (Gil ve diğerleri, 2000: 207).

Organik ürünler daha çok 20-40 yaş arasında ve gelir seviyesi yüksek kadınlar ve çocuklu müşteriler tarafından tercih edilmektedir. Genel olarak pazara

hakim ürünler yaş ve kuru sebze ve meyvelerle birlikte baklagillerdir. İşletmeciler daha çok pazarın kaymağını alma yöntemini uygulamakta ve fiyatlarını buna göre ayarlamaktadır (Kılıç ve diğerleri, 2014: 58).

Hindistan'da bulunan organik ürün üreticileri ile yapılan bir çalışmada, üreticilerin organik ürün pazarlamasında karşılaştıkları sorunların sebepleri, devletten yeterli destek alamadıkları, üretici ve tüketicilerin konu hakkındaki bilinç düzeyinin yetersiz olması, organik tarımda kullanılan girdilerin maliyetlerinin yüksek olması ve sertifika maliyeti olarak belirlenmiştir (Indu ve Jagathy, 2013: 4-5).

Yine Nijerya'da yapılan çalışmalar sonucunda da Hindistan'da karşılaşılan sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre üreticilerin organik ürünlerle ilgili bilinçli olmadıkları, ürünlerin pazarlanması ve dağıtımının yapılırken sorunlarla karşılaşıldığı, sertifika ücretlerinin ve girdi maliyetlerinin pahalı olduğu, en önemlisi de devlet desteğinin organik ürünlere yönelik yeterli olmadığı ve bunun da üretimin düşmesine sebep olduğu ortaya çıkmıştır (Kutama, 2013: 260).

2011 yılında Florida'da gerçekleştirilen bir araştırmaya göre üreticilerin, girdi maliyetlerinin artmasından, sertifika masraflarından, hükümetin organik tarımla ilgili yasal düzenlemelerinden ve verimin konvansiyonel tarıma göre daha düşük olmasından şikâyet ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Bozyiğit ve Doğan, 2015: 37). Virginia'da yapılan bir çalışmada ise organik ürün üretimi yapan üreticilerin yeterli teknik bilgiye sahip olmadıkları, sertifika masrafları ve organik ürün üretimindeki diğer maliyet kalemlerinin yüksek olması, sertifika temin etme sürecinde sorunlarla karşılaşıldığı, bu nedenlerle en çok doğrudan pazarlama tekniğinin kullanıldığı ortaya çıkmıştır (Farmer ve diğerleri, 2013).

Türkiye'de de organik ürün üreticilerinin ürünlerin pazarlanmasında yaşadıkları sorunlar bulunmaktadır. Bunlar, organik ürün fiyatlarının geleneksel tarım ürünlerine göre daha yüksek fiyatlı olması, tüketicilerin organik ürünlerle ilgili bilgi düzeyinin yetersiz olması, satış kanalı ve ürün çeşitliliğinin yetersiz olması, gelir ve kültür seviyesinin düşük olması ve organik ürünlere alternatif ürünlerin var olması sebepleri ile tüketiciler tarafından organik ürünlerin benimsenmesindeki sorunlardır (Yanmaz, 2005: 357-358).

Türkiye’de organik ürün üretimi ihracata yönelik gerçekleştirilmektedir. Tüketici algısındaki ve bilinç seviyesindeki eksiklik, geleneksel tarım ürünleri ile aradaki fiyat farkları, ürün çeşitliliğinin az olması, pazarlama yöntemlerinin, reklam, promosyon vs. yetersiz olması gibi sebepler ülke içerisindeki pazarda gelişimin zor olmasına neden olmaktadır. Bunlara ek olarak geleneksel tarımdan organik tarıma geçiş süreci maliyetlerinin, sertifikalandırma, denetleme ve raporlama masraflarının da fiyatları arttırması sebebiyle organik ürün pazarı gelişmemektedir (Kurt, 2006: 35).

Yapılan başka bir çalışmaya göre ise; organik tarımda karşılaşılan en büyük problemlerin işletmelerin yeterli bilgi sahibi olmaması, çiftçilerin gerektiği gibi örgütlenememesi, organik ürün fiyatlarının geleneksel ürünlere göre yüksek olması ve tüketicinin düşük gelir düzeyi gibi sebepler iç pazarın gerekli seviyeye gelemediği ortaya çıkmıştır (Bayram ve diğerleri, 2007: 205-206). Şanlıurfa'da da organik ürün işletmelerinin pazarlama sorunları yaşadığı ortaya çıkmış ve sebebine yönelik yapılan araştırmada, en önemli sorunun teknik bilgi eksikliği olduğu, işletmelerin fide ve tohum temin etmede sorun yaşadıkları, finansal açıdan mevcut olan yetersizlikler sebebi ile tutundurma faaliyetlerine gereken yönelmenin yapılamadığı ortaya çıkmıştır (Ece, 2008: 33).

Bir başka çalışma da organik üretimde sertifikalandırma maliyetlerinin yüksek olmasının, organik tarımdaki girdi maliyetlerinin yüksek oluşunun ve tüketici bilincinin yetersizliğinden dolayı talebin yeterli olmamasının organik ürün işletmelerinin ürün pazarlaması açısından problem yarattığı ortaya çıkmıştır (Gök, 2008: 43).

Organik ürün iç pazarının yeteri kadar gelişmemiş olması ve çabuk bozulabilen organik ürünler için soğuk zincir dağıtım kanalının yüksek fiyatlı olması, marketlerdeki raf ücretlerinin yüksek olması işletmelerin organik ürün dağıtımında yaşamış oldukları sorunlardır (Nardalı, 2009: 53). Organik ürünlerin pazarlanmasında yeterli bilgi ve deneyime sahip olunmaması, organik tarımda rol alan partiler arasında yeterli iletişim ve etkileşimin olmaması, organik ürünlere marketlerde yeterince yer verilmemesi gibi faktörler; organik ürün pazarının gelişmemesine neden olmaktadır (Ersun ve Aslan, 2010: 62).

Avrupa ülkelerinin çoğunda organik pazarlarda gelişmiş market ağlarının payı %50'yi aşmış durumdadır. Tanıtım ve çeşitlilik arttıkça organik ürünlerin tanınırlığı da artmıştır, bu da dağıtım kanalının gelişmesine sebep olmuştur. Geleneksel satış kanallarının da geçerliliği İngiltere, İsviçre ve İskandinav ülkelerinde devam etmektedir. Avrupa'nın güneyinde ise organik ürünlere özel pazarlar yerini korumaktadır. Fakat geleceğe yönelik varsayımlara göre organik pazarların yerinin büyük süpermarket zincirleri alacaktır. Almanya ve Fransa'daki durum da bunu desteklemektedir, çünkü bu ülkelerde geleneksel süpermarketler pazarın çoğuna hakim durumdadır (Kilcher ve diğerleri, 2011).

Organik üretim yapan işletmeler faaliyetlerine organik ürün fiyatlarının geleneksel ürün fiyatlarına göre yüksek olması ve insan sağlığını önemsemesi sebepleri ile başlamıştır. İşletmeler, organik ürünlerin pazarlamasının, geleneksel ürünlere göre üretim ve fiyat gibi açılardan avantajlı olmadığını belirtmektedir. Bunun yanı sıra, organik işletmeler, üretim ve pazarlama gibi konularda eğitim almadıklarını ve organik tarım uygulamalarında devlet desteğini yeterli bulmadıklarını belirtmiştir. Tanıtım, bilgilendirme ve reklam faaliyetlerine iç pazarı geliştirmek için önem verilmesi gerekmektedir. Yapılan önceki araştırmalara göre gelir seviyesi ve orta yaş grubu tüketiciler talebin yönlendiren önemli unsurlardır.

Organik ürün iç piyasasını geliştirmek için süpermarketlere de tanıtımı ve satışı arttırmaya yönelik olarak görevler düşmektedir. Ancak marketlerdeki organik ürün raflarına ayrılan maliyetler oldukça yüksek olduğu için, marketler de maliyet açısından sıkıntı çekmektedir. Bunun yanında meyve-sebze pazarları da organik ürünlerin satışının gerçekleştirilebileceği önemli pazarlardandır. Çünkü tüketicilerin yaklaşık yüzde 80'i daha taze ve sağlıklı olduğu düşüncesiyle meyve ve sebze alışverişlerini marketlerden çok halk pazarlarından gerçekleştirmektedirler. Yine benzer şekilde tüketicilerin yüzde 55'i ise organik ürünlerin ancak bu tarz halk pazarlarında satılabileceğine inanmaktadırlar (Merdan, 2014: 73-169). Yine benzer bir araştırmadan çıkan sonuçlar da bu durumu kanıtlamaktadır.

Fidan (2017), Bartın ilindeki organik ürün tüketicisi 400 kişi ile anket gerçekleştirmiş olup tüketicilerin organik ürünleri satın alacakları yer tercihi ile ilgili çıkan sonuçları aşağıdaki gibi aktarmıştır;

“Katılımcıların organik ürünleri nereden temin ettiklerini öğrenmek amacıyla “Organik ürünleri marketten almayı tercih ederim”, “Organik ürünleri semt pazarlarından almayı tercih ederim”, “Organik ürünleri manavdan almayı tercih ederim” şeklinde seçenekler sunulmuştur. Yapılan araştırmada “Organik ürünleri marketten almayı tercih ederim” sorusuna katılımcıların %34 gibi büyük kısmı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. Katılımcılara araştırmada yöneltilen diğer bir soru ise “Organik ürünleri semt pazarlarından almayı tercih ederim” sorusudur. Katılımcıların neredeyse yarısı (%43,3) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu iki soruya verilen cevaplara bakarak Bartın’da tüketiciler çoğunluğu organik ürünleri market yerine semt pazarlarından almayı tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların semt pazarına olan taleplerinin yüksek olmasının sebebi, Bartın’da kurulu mevcut kadınlar pazarında organik ürünlerin de satılıyor olmasıdır. Bu durumun diğer bir sebebi de semt pazarında satılan ürünlerinin tümünün organik olarak bilinmesinden kaynaklanmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcılar “Organik ürünleri manavdan almayı tercih ederim” sorusuna %25,8 kısmı olumlu cevap vererek organik ürünleri zaman zaman manavdan aldıklarını söylemiştir” (Fidan, 2017: 92-93).

Benzer bir şekilde Gürses (2014) Sakarya ilinde organik ürün tüketim eğilimini belirlemek amacı ile 250 adet tüketici ile gerçekleştirmiş olduğu anket sonucunda da tüketicilerin gelir seviyeleri ve organik ürün tercihi, organik ürünlere ekstra bütçe ayırma, ürünlerin satın alındığı yerler arasındaki korelasyon sonuçlarını aşağıdaki gibi aktarmıştır:

“Gelir ile organik ürünlerin fiyatları arasında %95 güven düzeyinde anlamlı bir korelasyon vardır. Buna göre tüketicilerin gelir düzeyleri arttıkça organik ürünlere olan talebi artmaktadır. Gelir düzeyi düşük olan tüketiciler organik ürünleri satın alamadıklarını belirtmişlerdir. Gelir ile organik ürünlere ekstra ödeme yapmayı kabul etme arasında %95 güven düzeyinde çıkan anlamlı korelasyon, gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin organik ürünlere ekstra ödeme yapmayı kabul ettikleri anlamına gelmektedir. Gelir düzeyi düşük olan tüketiciler organik ürünlere ekstra ödeme yapamayacaklarını belirtmişlerdir. Gelir ile organik ürünlerin satın alındığı yerler arasında %95 güven düzeyinde anlamlı bir korelasyon vardır. Buna göre tüketicilerin gelir düzeyi arttıkça organik ürünleri alım yerleri değişmektedir. Gelir düzeyi yüksek olan tüketiciler alım yeri olarak pazarları tercih etmektedir. Gelir ile otel- motel ve restaurantlarda organik menülerin bulunup bulunmaması arasında %95 güven düzeyinde anlamlı korelasyon, gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin otel- motel ve restaurantlarda organik menüleri tercih ettikleri anlamına gelmektedir” (Gürses, 2014: 71).

Pazar araştırmasının doğru bir şekilde yapılması piyasa analizinin de tutarlı olmasını sağlar. Bu bağlamda piyasa hakkında araştırma yapılacakken, tüketici talebine etki eden unsurların ne olduğu ya da olacağı, bu araştırmanın nerede yapılacağı ve tüketicinin ulaşmak istediği organik ürüne nerede ve ne zaman ulaşacağı bilgilerinin kesin olarak toplanması gerekmektedir. Verilerden yola

çıkılarak araştırma sonucunda tutarlı bir karara varabilmek adına, dağıtım kanallarının adedi ve faaliyet alanları arttırılmalıdır.

Üreticilerin çoğu gerek pazarlama hakkındaki bilgi yetersizliği gerekse de pazara ulaşmadaki çeşitli sorunları sebebiyle ürünlerinin pazarlamasını kendileri yapmak yerine sözleşmeli satışa yönelmektedirler. Bu da pazarlamayı gerçekleştiren firmaların az sayıda üreticiden ürün temin etmesine neden olmaktadır. Türkiye’de iç piyasadaki gelişme de az olduğu için pazarlamayı gerçekleştirecek firmalara birtakım ürünler hiç sunulamamaktadır bu da çoğu ürünün yurtiçi pazarda değerlendirilememesine sebep olmaktadır (Merdan, 2018: 670).

Ürünlerin doğru pazarlanmasına ilişkin olarak Aytoğu (2006)’nun yorumu aşağıdaki gibidir:

“Pazarlama faaliyetinin etkili bir şekilde yapılabilmesi için ürün tanıtımının doğru bilgiyle yapılması, gerçek talebin ne olduğunun tespit edilmesi ve piyasada birbiri yerine geçen malların neler olduğunun takip edilmesi gerekmektedir. Organik ürün pazarlarında tüketiciye hammadde yerine yarı mamul madde satışı da yapılabilir. Yeterli sermayeyi elinde bulunduran üreticiler doğrudan tüketiciye, yeterli sermayesi bulunmayan üreticiler ise birlik ve kooperatifler aracılığıyla tüketiciye ulaşabilmektedir. Türkiye’de iç pazar olanakları dış pazar olanaklarına göre fazladır. Buna karşın iç pazar üretici sayısı sınırlıdır. Öte yandan organik ürün piyasasının yeni olmasından dolayı tüketiciler organik ürünler için yüksek fark ödemeyi şu an için kabul etmemektedir. Bunun yanı sıra gerekli olan pazar analizinin tam olarak yapılamamış olması iç pazarda yer almayı riskli hale getirmektedir” (Aytoğu, 2006: 125).

4.2. Mann-Whitney U Testi İle Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Mann-Whitney U testi iki bağımsız grubun olduğu durumlarda test edilecek durumlar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını tespit etmede kullanılan bir yöntemdir.

Çiftçilerinin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretebilmeleri, organik tarımda üretimin gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı fark olup olmadığı hipotezleri oluşturulabilir.

H_{5a}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretebilmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{5b}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretebilmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 37: Mann-Whitney U – Organik ÇKÜ Eğitim-Tüketici Talebine Uygun Üretim

Hipotez Test Özeti			
Soru	Test	Anlamlılık değeri	Karar
1	Mann-Whitney U	0,379	Sıfır hipotezi kabul
2	Mann-Whitney U	0,379	Sıfır hipotezi kabul
3	Mann-Whitney U	0,64	Sıfır hipotezi kabul
4	Mann-Whitney U	0,742	Sıfır hipotezi kabul
5	Mann-Whitney U	0,689	Sıfır hipotezi kabul
6	Mann-Whitney U	0,795	Sıfır hipotezi kabul
7	Mann-Whitney U	0,341	Sıfır hipotezi kabul
8	Mann-Whitney U	0,591	Sıfır hipotezi kabul

Anlamlılık düzeyi yani $0,379 > 0,05$ olarak hesaplandığı için H_{5a} hipotezi kabul edilir ve çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretebilmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılır.

Tablo 37’den çıkarılacak bir diğer hipotez ise aşağıdaki gibi olacaktır;

H_{6a}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile organik tarımda üretimin gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{6b}: Çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile organik tarımda üretimin gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Anlamlılık düzeyi yani $0,379 > 0,05$ olarak hesaplandığı için H_{6a} hipotezi kabul edilir ve çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile organik tarımda üretimin gerekliliklerini yerine getirmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılır.

Çiftçiler ve ihracatçılara ortak olarak sorulan organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı analizi aşağıdaki hipotezle gerçekleştirilmiştir.

H_{7a}: Çiftçiler ve ihracatçıların organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H_{7b}: Çiftçiler ve ihracatçıların organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 38: Mann-Whitney U – Organik ÇKÜ’ye Başlama-İhracatçı-Üretici

Hipotez Test Özeti			
Soru	Test	Anlamlılık değeri	Karar
1	Mann-Whitney U	0,442	Sıfır hipotezi kabul
2	Mann-Whitney U	0,872	Sıfır hipotezi kabul
3	Mann-Whitney U	0,01	Sıfır hipotezi ret
4	Mann-Whitney U	0,625	Sıfır hipotezi kabul
5	Mann-Whitney U	0,512	Sıfır hipotezi kabul
6	Mann-Whitney U	0,029	Sıfır hipotezi ret
7	Mann-Whitney U	0,787	Sıfır hipotezi kabul
8	Mann-Whitney U	0,266	Sıfır hipotezi kabul

Gruplara Yöneltilen 8 adet itici faktörden 1.,2.,4.,5.,7.,8.’inci faktörler için anlamlılık değerleri $>0,05$ olarak gözlemlendiği için bu faktörler için H_{7a} hipotezi kabul edilir. Çiftçiler ve ihracatçıların organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur. Fakat 3. ve 6. faktörler için bulunan anlamlılık değerleri $<0,05$ olarak gözlemlendiğinden H_{7a} hipotezi reddedilir ve H_{7b} hipotezi kabul edilir. 3. ve 6. faktörler için çiftçiler ve üreticilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi

ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna varılır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Organik tarım, tüketicilerin katkı maddesiz, daha sağlıklı ve bu faktörlerin varlığının kanıtlandığı güvenebilecekleri ürünleri tüketmek istemeleri sebebiyle dünya çapında önem kazanmıştır. Zaman geçtikçe daha da önem kazanan organik ürünlerin güvenilirlik kazanmasındaki en önemli etken uluslararası çaptaki denetim ve sertifikasyon kuruluşları tarafından düzenli olarak denetlenmeleri ve sertifikalandırılmalarıdır. Bunun dışında, organik ürünler tamamen organik gübreler ve ilaçlar kullanılarak yetiştirilmektedir. Bu bağlamda, organik ürün yetiştirilen alanların da belirli kriterleri sağlayabilmesi gerekmektedir. Örneğin, sanayi ve atık alanlarından uzakta bulunmaları, organik yapısının bozulmaması açısından önem taşımaktadır. Türkiye, coğrafi konum ve topraklarının elverişliliği bakımından tarıma uygun bir ülkedir. Organik ürün üretiminin dünyada olduğu kadar Türkiye’de de gün geçtikçe popülaritesi artmaktadır. Türkiye’deki ilk organik ürün örnekleri üzüm ve incirdir.

Manisa ili organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ve ihracatı bakımından Türkiye’ye önemli katkılar sağlamaktadır. Bu katkıda emeği bulunan çiftçiler, hak ettikleri değeri ve organik çekirdeksiz kuru üzüm üreticiliği karşılığında bekledikleri kazançları sağlayabilmelilerdir. Araştırmada, Manisa ilinin Karaağaçlı Mahallesi’nde yaşayan ve organik ÇKÜ sertifikalı 33 adet çiftçi ile anket yapılmış olup belirli sonuçlara varılmıştır. Bu sonuçlardan çıkarılabilecek en önemli sonuç, çiftçilerin kesinlikle devlet desteğine ihtiyaç duyduklarıdır. Gerek ürünlerinin pazarlanmasında gerekse ürünlerini verdikleri ihracatçı firmalarla bir sorun yaşadıklarında

ulaşabilecekleri üst bir merci olması bakımından çiftçiler devletten destek beklemektedirler.

Anket çalışması 20 yıl ve üzeri organik ÇKÜ ihracatı deneyimine sahip 3 adet ihracatçı firma ile de gerçekleştirilmiştir. Buna göre, firmaların en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkelerin başında İngiltere, Almanya, Fransa, Kanada ve İtalya gelmektedir. Ankete katılan ihracatçı firmaların tümü, devlet tarafından verilen KDV iade desteği, eğitim ve danışmanlık desteği, Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması ile ilgili markalaşma desteği ve yurtdışı fuarlara katılım desteği gibi desteklerden yararlanmaktadır. Yine ihracatçılar, organik ÇKÜ ihracatında EXIMBANK ve ticari bankaların sağlamış olduğu kredilerden yararlanmaktadırlar. İhracatçılar, organik ÇKÜ'leri iki şekilde temin etmektedirler. Bunlardan birisi, kendi üretimleri ile temin bir diğeri ise köylerde organik ÇKÜ üretimi yapan çiftçilerden temin şeklindedir.

İhracatçıları firmalara Türkiye'den dış pazarlara organik ÇKÜ ihracatını kısıtladığını düşünmüş oldukları ifadeler sunulmuştur. İhracatçılardan bir tanesi dış pazarlar hakkındaki bilgi düzeyinin sınırlı olması ifadesine katılmadığını belirtirken diğer ikisi bu duruma katıldıklarını ve bu durumun organik ÇKÜ ihracatını kısıtladığını savunmuşlardır. Organik ÇKÜ ihracatını kısıtladığının düşündükleri bir diğer durum ise, döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalardır. İhracatçı firmalar, kurlardaki bu dalgalanmaların zaman zaman ihracatı sekteye uğrattığını belirtmişlerdir. Organik ÇKÜ ihracatında talep edilen kalite sertifikaları da ihracatı kısıtlayan durumlar arasında belirtilmiştir. Hedef pazarlara yönelik taşıma olanaklarının olmayışını 2 ihracatçı organik ÇKÜ ihracatında engel olarak görürken diğer ihracatçı firma bu durumu bir engel olarak görmediğini belirtmiştir.

İhracatçılar, üretim kapasitelerinin yetersiz olması durumunu da organik ÇKÜ ihracatını kısıtlayan sebepler arasında görmemektedir. Çünkü, organik ÇKÜ üretimi için üretim kapasitelerinin iklim ve toprak şartları sebebiyle yüksek olduğunu belirtmişlerdir. İhracatçılar, organik tarım maliyetlerinin yüksek olmasının ihracatı kısıtlayıp kısıtlamadığı konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Organik ürünlere karşı duyulan güvensizliğin organik ÇKÜ ihracatını kısıtladığını bir

ihracatçı desteklemiş diğer ikisi ise organik ürünler sertifikalı olduğundan bu durumun kısıtlayıcı bir unsur olmadığını belirtmiştir.

İhracatçı firmalara, AB ülkeleri karşısında rekabetçiliği etkilediğini düşündükleri unsurlar yöneltilmiş ve 3 ihracatçı da sertifikasyonun rekabetçiliğe etkisi hususunda kararsız olduklarını belirtmiştir. Bunun dışında, fiyat, marka ve kalitenin ise rekabetçiliği son derece etkilediğini ifade etmişlerdir. Son olarak ihracatçıların üçü de organik ÇKÜ'nün gelecek vaat ettiğine inandıklarını belirtmişlerdir.

Çiftçilerle gerçekleştirilen anket sonuçlara bakıldığında, çiftçilerin yüzde 57,6'sı 0-5 yılları aralığında organik çekirdeksiz kuru üzüm üretim deneyimine sahiptir. Çiftçilerin yüzde 93,9'u yani 33 kişiden 31'i organik çekirdeksiz kuru üzümün konvansiyonel ÇKÜ'ye göre daha sağlıklı olduğunu düşünmektedir ve bunu kendilerine organik ÇKÜ üretimine başlamak için bir sebep olarak göstermişlerdir. Ayrıca, çiftçilerin yüzde 45,5'i organik ÇKÜ'nün gelecek vaat ettiğine inanmaktadır. Bu durumu da organik üretime başlamaları için bir sebep olarak görmüşlerdir. Çiftçiler ve ihracatçılara ortak olarak sorulan organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı Tablo 38'deki sonuçlara göre oluşturulan hipotezlerle test edilmiştir. Buna göre, Gruplara Yöneltilen 8 adet itici faktörden 1.,2.,4.,5.,7.,8.'inci faktörler için çiftçiler ve ihracatçıların organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılmıştır. Bu faktörler EK 2 soru 6'da görülebilmektedir. Fakat 3. ve 6. faktörler için çiftçiler ve üreticilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm üretimi ya da ihracatına başlamalarına iten faktörlere katılma derecelerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna varılmıştır. Bu faktörler organik ÇKÜ'nin konvansiyonel üzüme göre zengin protein içermesi ve gelecek vaat etmesidir. Çiftçiler organik ÇKÜ'nün zengin protein içerdiğini ve gelecek vaat ettiğini düşünürken ihracatçılar bunun tersini öne sürmüşlerdir.

Çiftçilerin yüzde 60,6'sı organik ÇKÜ üretimine, organik ÇKÜ ihracatı yapan firmalar aracılığıyla başlamıştır. İhracatçı firmalara ürünlerini genellikle 60 gün vade ile verdiklerini ve ödemelerini gecikmeli olarak ve parçalı şekilde alabildiklerini

belirtmişlerdir. Çiftçiler bu duruma çare olabilecek gerekli yasal düzenlemelere ve yaptırımlara ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir.

Anketlerden çıkan sonuçlara göre çiftçilerin yüzde 78,8'i kendi ürünlerinin pazarlamasını yapamamaktadır. Tablo 36 üzerindeki verilerden oluşturulan hipotez sonucuna göre çiftçilerin eğitim durumları ile ürünlerini pazarlayabilmeleri arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna varılmıştır. Yine Tablo 37 üzerindeki verilerden oluşturulan hipotez sonucuna göre, çiftçilerin organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği eğitimi almaları ile tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretebilmeleri arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna varılmıştır. Çiftçilerin yüzde 93,9'u (31 kişi) organik çekirdeksiz kuru üzüm yetiştiriciliği hakkında eğitim almıştır. Bu durumda çiftçilerin eğitim düzeyi ya da aldıkları eğitimler her ne kadar artsa da pazarlama gereksinimi her zaman olacaktır sonucuna varılmaktadır. Tablo 36'da gözlenen sonuca göre katılımcıların yüzde 97'si organik ÇKÜ pazarlamasının devlet eliyle olması gerektiğini savunmaktadır.

Organik ÇKÜ üretimi yapılan bağ dönümü 20-35 dekar arası olan 17 çiftçinin yüzde 94,1'i (16 kişi) tarım kredisi kullanmaktadır. 36-51 dekar arası bağ dönümü olan 4 çiftçi bulunmaktadır ve tümü tarım kredisi kullanmaktadır. 52-67 dekar arası dönüme sahip çiftçi sayısı 3 kişidir ve bu çiftçilerin de tümü tarım kredisi kullanmaktadır. Çiftçiler tarım kredisi kullanırken bağlarını ipotek etme zorunlulukları olduğunu ve iki kişi kefil göstermeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Bu durum ne yazık ki birçok kredi kullanmak isteyen çiftçi için engel teşkil etmektedir. Üreticilerin yüzde 78,8'i damla sulamayı tercih ettiklerini fakat maddi imkanlarının yeterli olmaması nedeniyle bu isteklerini gerçekleştiremedikleri ortaya çıkmıştır. Bu alanlarda da devlet desteğine ihtiyaçları olduğunu belirtmişlerdir.

Çiftçiler organik ÇKÜ'nün her ne kadar gelecek vaat ettiğine inansalar da (33 kişiden 15'i yüzde 45,5'i) devlet eli olmadan bu sistemin bir gün çökeceğine inanmaktadırlar. Öyle ki, birçok çiftçi sertifikasını iptal etmiş ve katkı maddesi kullanılarak üretilen konvansiyonel üzüm üretiminde aynı dekardan verimin daha fazla sağlanması ve konvansiyonel çekirdeksiz kuru üzümle aradaki fiyat farkının bu sebeple kapanması sebepleri organik ÇKÜ üretimine devam etmelerinin kendilerine herhangi bir katkı sağlamayacağını düşünmelerine neden olmuştur. Hem çiftçilere

organik KÜ üretimine başlarken duydukları hevesi geri kazandırmak adına hem de gelecek nesillerin katkı maddesiz üretilen tamamen organik besinlerle beslenmesi adına atılabilecek bir adım bulunmaktadır. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Toprak Mahsülleri Ofisi Genel Müdürlüğü ve Milli Eğitim Bakanlığı işbirliği ile yapılan 2016 yılında yürürlüğe giren “Okullara Kuru Üzüm Dağıtım Programı” kapsamında dağıtılan üzümlerin organik KÜ olması ve üzümlerin köylerden direkt çiftçilerden alınması bu bağlamda gerçekleştirilebilecek en iyi proje olma potansiyeline sahiptir.

Aynı zamanda hedef kitleyi arttırabilmek adına organik ürünlerin pazarlanmasında marketlere de ürün verilmelidir. Organik ürünlerin pazarlanmasını arttırmak ve daha çok tüketiciye ulaşmak adına, geleneksel üretim yapan çiftçilerin de organik üretime geçmesi devlet tarafından teşvik edilmelidir. Bunu gerçekleştirirken belediyeler, daha küçük yerlerde ise muhtarlıklar da işbirliği kurarak devlete destek vermelilerdir. Organik ürünlerin tüketim talebi arttırılırsa üretim arzı artacağından organik ürünlerin tanıtımına ve reklam faaliyetlerinin arttırılmasına belediyeler tarafından destek verilmelidir. Organik ürün tüketmeyi tercih eden tüketicilerin ürüne daha kolay ve istedikleri zamanda erişebilmeleri için organik ürün pazarları arttırılmalı ve bu pazarların mekan ve zamanlarının şehrin belirli ve dikkat çeken noktalarında billboard ve pankartlar aracılığıyla ilan edilmelidir. Son olarak, devlet tarafından, organik ürün üretici ve ihracatçıları için hem teknik bilgi hem de pazarlama konusunda uygulamalı eğitim programlarının açılması ve bu eğitimlere katılım zorunluluğunun getirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, Y.S., Çelik, H., Çelik, M., Fidan, Y., Gülşen, Y., Günay, A., Halloran, N., Köksal, İ., Yanmaz, R. (1997). Genel Bahçe Bitkileri, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No: 4, Ankara.
- Aksoy, U. (1999). Dünyada ve Türkiye’de Ekolojik Tarım. Türkiye I. Ekolojik Tarım Sempozyumu (ss. 3-10). İzmir.
- Ak, R. (2017). Türkiye’de Organik Tarım. Skylife Business. <https://www.skylife.com/tr/2017-10-business/turkiye-de-organik-tarim>, (18.10.2018).
- Akın, S. ve diğerleri. (2014). Organik Tarım Üreticilerinin Teknik -Ekonomik Sorunları, Bilgi Kaynakları Ve Organik Tarım Üretici Birliğinin Etkisi (İlgın Köyü Örneği). XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül 2014, Samsun, ss.496-501.
- Altın, M. ve Orak, A.,(2010). <http://www.rizetema.org/kutuphane/dosya/organikTarim.pdf>, (20.02.2020).
- Altındişli, A., Aksoy, U. (2010). Organik Tarımın Dünyada ve Türkiye’deki Durumu. Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi (ss. 213-227). Ankara. 11-15 Ocak 2010.
- Ateş, F., Karabat, S. (2015). Organik Sultani Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretiminde Klinoptilolit Minerali Uygulamasının Üretim Maliyetleri Üzerine Etkileri. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi (ss. 1741-1746). Isparta. 25-27 Mayıs 2016.
- Ayan, K.A., Kurtar, E.S. (2004). Organik Tarım ve Türkiye’deki Durumu. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 2004, Cilt:19, Sayı:1, s. 56-64.

- Bahşi, N., Akça, A. (2019). Tüketicilerin Organik Tarım Ürünlerine Bakış Açılarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Osmaniye ve Şanlıurfa İlleri Örneği. KSÜ Tarım ve Doğa Derg 22(1): 26-34.
- Bakırcı, M. (2005). Türkiye’de Organik Tarımın Geleceği ve Türkiye-Avrupa Birliği (AB) Tarım Müzakerelerine Etkisi. İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Coğrafya Dergisi, Sayı 13, ss: 67-83.
- Başarır, A., Çetin, A. (2006). “Organik Ürünlerin Talep Projeksiyonu”, içinde, İ. Hakkı Eraslan, Ferhat Şelli (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, URAK Yayınları, No:2006/1, İstanbul.
- Bayram, B., Yolcu, H., Aksakal V. (2007). " Türkiye’de Organik Tarım ve Sorunları", Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 38 (2), 203-206.
- Bektaş, Z., Miran, B. (2006). Manisa ve İzmir İllerinde Geleneksel ve Organik Çekirdeksiz Kuru Üzümün Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi. 3(3): 285-294.
- Bernabeu, R., Brugarolas, M., Martinez-carrasco, L., Diaz, M. 2008. Wine Origin And Organic Elaboration, Differentiating Strategies In Traditional Producing Countries. British Food Journal, U.K., 174-188.
- Boran, Ş. (2018). Organik Tarım Hızla Gelişiyor. İzmir Ticaret Odası. AR&GE BÜLTEN 2018 OCAK/ŞUBAT – SEKTÖREL. Ocak-Şubat 2018.
- Bulut, Y., Birgili, B. (2006). “Organik Tarım Uygulamalarında Kamu Yönetiminin Rolü ve Önemi: Dünya, Avrupa ve Türkiye, Avrupa Birliğinde Organik Tarım Uygulamaları”, içinde, İ. Hakkı Eraslan, Ferhat Şelli (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, URAK Yayınları, No:2006/1, İstanbul.
- Canik, F., 2011. Türkiye’de Organik Çay. TEPGE Bakış Dergisi, Tarımsal Ekonomi ve politika Geliştirme Enstitüsü, (15): 1-4.
- Ceylan, Ş. (06.11.2017). Organik Tarıma Genel Bakış. Dünya Gıda. <http://www.dunyagida.com.tr/haber/organik-tarima-genel-bakis/7822>, (15.11.2018).
- Çelik, H., Ağaoğlu, Y.S., Fidan, Y., Marasalı, B., Söylemezoğlu, G. 1998. Genel Bağcılık. ISBN:975-96656-0-3, Ankara.
- Çelik, H., Çelik, S., Kunter, B., Söylemezoğlu, G., Boz, Y., Özer, C., Atak, A. (2005). Bağcılıkta Gelişme ve Üretim Hedefleri. VI. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi. Ankara. 3-7 Ocak 2005.

- Bozyiğit, S., Doğan, G. (2015). Türkiye'deki Doğal Ve Organik Ürün Üreticilerinin Yaşadığı Pazarlama Sorunları: Keşifsel Bir Araştırma AKÜ İİBF Dergisi-Cilt: XVII Sayı: 2 Yıl: Aralık 2015: 36-37.
- Dağlıoğlu, E. (2005). Kilis İli Merkez İlçede Üzüm Yetiştiren İşletmelerin Ekonomik Analizi. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Demiryürek, K. (2011). "Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye'deki Durumu", GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt:28, Sayı:1, s. 27-36.
- Doğan, G. (2017). Organik Tarım Ekonomisi ve Tüketici Eğilimleri. (Yüksek Lisans Tezi). Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- EBRD, (2016). "Tarım Sektörü Raporu", EBRD Mikro ve KOBİ Finansman Programı, Ocak-Nisan 2016. http://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/Tarim_Sektor_Raporu_Ocak_-_Nisan_2016.pdf (25.01.2018).
- Ece, S. (2008). "Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Sorunlarına Yönelik Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma." (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa,2008).
- Efes Tarım. (2016). <http://www.efestarim.com.tr/cekirdeksiz-kuru-uzum/>, (18.10.2018)
- Energy Tarım. (2017). Kuru Üzüm Hakkında. <http://www.energytarim.com/kuruuzumhakkinda.html>, (18.10.2018).
- Er, C., Başalma, D. (2008). Organik Tarımdaki Gelişmeler, Nobel Yayınları, İstanbul.
- Ergenoğlu, F., Tangolar, S. (2000). Bağcılık İçin Pratik Bilgiler. TÜBİTAK. TARP, Türkiye Tarımsal Araştırma Projesi Yayınları: 31-43. Adana.
- Eryılmaz, G. A.; Demiryürek K. & Emir, M. (2015). "Avrupa Birliği ve Türkiye'de Organik Tarım ve Gıda Ürünlerine Karşı Tüketici Davranışları", Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi, 30:199-206.
- Eti, S.H. (2014). "Organik Gıdaların Pazarlanması ve Organik Gıdalara Karşı Tüketici Tutum ve Davranışları Analizi". Doktora Tezi. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Farmer, J., Peters, C., Hansen, E. Boettner, F., Betcher, M. (2013). "Overcoming the Market Barriers to Organic Production in West Virginia".
- Fidan, F. (2017). Bartın İlinde Organik Tarımın Ekonomik Boyutu. Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Food and Agriculture Organization of the United Nations, <http://www.fao.org/faostat/en/#data/RL>, (14.11.2018).

Geyikçi, B. U. (2013). Manisa İlinin Üzüm Üretimindeki Durumunun Tespitine Yönelik Alan Araştırması ve GZFT Analizi. CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 11(3): 468-487.

Gil, Jose M., Gracia, A., Sanchez, M. (2000). "Market Segmentation and Willingness to Pay for Organic Products in Spain", International Food and Agribusiness Management Review, 3 (2), 207.

Gök, S.A. (2008). Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi. T.C. TARIM ve KÖYİŞLERİ BAKANLIĞI, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, AB Uzmanlık Tezi, Ankara.

Gök, S.A. (2008), "Organik Tarım İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetleri Ve Sorunlara Yönelik Yaklaşımları", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara,2008).

Gökdere, Ahmet. (2000). Avrupa Topluluğu'nda Bölgesel Politikalar, Ankara Üniversitesi, Avrupa Topluluğu Araştırma ve Uyum Merkezi Ders Notu, Ankara.

Gündüz, M. (1998). Üretimden İhracata Türkiye Bağcılığı. 4. Bağcılık Sempozyumu (ss. 1-8), Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü. Yalova.

Gündüz, A.Y., Kaya, M. (2007). Avrupa Birliği Tarım Politikası ve Türkiye'de Organik Tarımın Geliştirilmesi Üzerine Olası Etkisi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, ISSN: 1304-0278 Yaz-2007 C.6 S.21 (305-330).

Gürses, T.S. (2014). Organik Ürünlerin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Profiline Belirlenmesi: Sakarya İli Örneği. Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Güzel, T. (2002). Almanya Organik Tarım Ürünleri Sektörü ve İhracat Olanakları, İTO Yayınları, No:2002-45, İstanbul.

Hamm, U., (2001). Promotoion Strategies and Arguments for Organic Food in European Countries. 10-11th May, Copenhagen.

İlgar, R. (2017). "Çanakkale İlinde Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım", Doğu Coğrafya Dergisi, 22(37): 159-178.

Indu, R., Jagathy R. (2013). "Marketing Practices, Perceptions And Problems Of Organic Producers In KERALA", Elk Asia Pacific Journal Of Marketing And Retail Management, 4(4), 4-5.

- İdeal (2017). Provideal, http://www.provideal.com/sultanas_varieties.html, (25.11.2018).
- İpek S., Çil G. (2010). Uluslararası Ticari Boyutuyla Organik Tarım ve Devlet Destekleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi. (5:1): 148-153.
- İTO (2006). Organik Tarım Analizi ve AB Pazarı Fırsatı, İTO Yay., No:2006-12 İstanbul.
- Kara, A. 2007. Organik ürünlerin pazarlanmasında tüketicilerin tutumlarının ve tercihlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Karabaş, S., Gürler, A.Z. 2011. Organik Tarım ve Konvansiyonel Tarım Yapan İşletmelerin Karşılaştırmalı Analizi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 13 (21), 75-84.
- Karabat, S. (2014). Dünya ve Türkiye Bağcılığı. Apelasyon e Dergi, Ocak 2014 Sayısı. <http://www.apelasyon.com/Yazi/33-dunya-ve-turkiye-bagciligi>, (18.11.2018).
- Kılıç, S., Duman, O., Bektaş, E. (2014), "Organik Ürünlerin Pazarlama Stratejileri ve İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması", Business and Economics Research Journal, 5(1), 58.
- Koç, D. (2009). Organik Tarım Ürünleri Dış Pazar Araştırması.
- Koç, D., Babadoğan, G. (2007). Organik Tarım Ürünleri. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.
- Koçtürk, Murat. O. (2019). Manisa'da Tarım Sektörü Çiftçi Örgütlenmesi ve Kırsal Kalkınma. Manisa Ekonomisi ve Vizyonu. Detay yayınları. 165. Manisa.
- Kızılaslan, H. Olgun, A. (2012) Türkiye'de Organik Tarım ve Organik Tarıma Verilen Desteklemeler, GOP, Ziraat Dergisi, ss:10.
- Kilcher, L., Willer, H., Huber, B., Frieden, C., Schmutz, R., Schmid, O. 2011. The Organic Market in Europe: 3rd edition May 2011, SIPRO, Zurich and FiBL, Frick.
- Kurğa C., Erdal, M. (2014). Ağrı İli Organik Tarım ve Hayvancılık Raporu, T.C. Serhat Kalkınma Ajansı, ISBN 978-605-85766-1-2, s:45.
- Kurt, Z. (2006). "Organik Tarım Ürünleri Pazarlaması ve Uygulamalar", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir,2006).
- Kutu Grafiği Nedir? <https://www.eokultv.com/kutu-grafigi-nedir/581>, (23.12.2018).

- Manisa Ticaret Borsası. (2013). Manisa'da Üzüm Üzerine Yapılan Projeler ve Değerlendirilmesi. <https://manisatb.org.tr/UserFiles/Download/KURU-UZUM-PROJE-ARASTIRMALARI.pdf> , (18.10.2018).
- Lampkin, N. (2002). Development of policies for organic agriculture. Proceedings of the COR Conference, 26-28th March, Aberystwyth.
- Manisa Ticaret Borsası. Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatları. <https://manisatb.org.tr/>, (1.12.2019)
- Merdan, K. (2014). Türkiye'de Organik Tarımın Ekonomik Analizi: Doğu Karadeniz Uygulaması. (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Merdan, K. (2018). Organik Üretimde Pazarlama Olanakları ve Geliştirme Yolları. Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR). Vol:5, Issue:19, pp:663-672
- Mevzuat.Net, (2016), GTİP No. www.mevzuat.net (25.11.2018).
- Nardalı, S. (2009). "Etik Pazarlama Anlayışı Çerçevesinde Organik Tarım Ürünleri Pazarlaması", (Basılmamış Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa,2009).
- Nasır, A., Kımılıoğlu, H. (2006). "Organik Tarım Ürünlerinin Ekonomik Boyutu ve Pazarlanması", içinde, İ. Hakkı Eraslan, Ferhat Şelli (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar içinde:, URAK Yayınları, No:2006/1,İstanbul.
- Oraman, M. N. (1965). Yeni Bağcılık. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları. Ankara.
- Öztürk, D., İslam, A. (2014). "Türkiye'de Organik Ürünlerin Pazarlanması", Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. I, ss.75-94
- Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), (2016). <https://statistics.fibl.org/world/selected-crops-world.html>, (14.11.2018).
- Sayın, C., Mencet, N., Özkan, B. ve Brumfield, R.G., (2005). "The Organic Farming Movement In Turkey", Hortechology, October-December Vol. 15, No. 4, ss. 1-8.
- Şehirlioğlu, B. (2013). "%100 Ekolojik Pazarlar", Türkiye II. Organik Hayvancılık Kongresi Bildiriler Kitabı, sf. 210.
- Semerci, A., Kızıltuğ, T., Çelik, A., Kiracı, M., A. (2015). Türkiye Bağcılığının Genel Durumu. Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 20(2): 42-51.
- Tabletop, (2017). Tabletop Grapes, <http://www.tabletopgrapes.com.au> , (25.11.2018).

Türkiye Büyük Millet Meclisi. (Mayıs 2018). Bağcılık Sektörü ve Üzüm Üreticilerinin Sorunlarının Araştırılarak Alınacak Tedbirlerin Tespit Edilmesi Maksudıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyon Raporu. Ankara. Yasama Dönemi: 26. Yasama Yılı: 3 Sıra Sayısı: 559.

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, (Ocak 2018). Tarım Ürünleri Piyasaları, Üzüm, <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2018-Ocak%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/2018-Ocak%20%C3%9Cz%C3%BCm.pdf>, (27.11.2018).

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, (Mart 2018). 2017 Yılı Çekirdeksiz Kuru Üzüm Raporu.

T.C. Manisa Valiliği, (14.05.2015). Manisa, Türkiye'nin Organik Ürün Üretim Havzası Oluyor. <http://www.manisa.gov.tr/manisa-turkiyenin-organik-urun-uretim-havzasi-oluyor>, (16.12.2018).

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2013). Organik Tarım Ulusal Eylem Planı.

Usman, A. (07.06.2015). Kuru Üzümde Organik Tarıma Geçiş İçin Kollar Sıvandı. <https://www.dunya.com/sectorler/tarim/kuru-uzumde-organik-tarima-gecis-icin-kollar-sivandi-haberi-282223>, (18.10.2018).

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, (2017). Yıllara Göre Organik Ürün İhracatı, <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Urunlerinin-Ithalat-Ve-Ihracati>, (15.11.2018).

Teker, T. (2014). Kuru Üzüme Bir Bakış. Apelyasyon e Dergi, Aralık 2014, Sayı: 13. <http://apelyasyon.com/Yazi/185-kuru-uzume-bir-bakis>, (18.10.2018).

Tetik, S. (2012). Türk Tüketicisinin Organik Ürün Tercih Etmesine Neden Olan Faktörlerin Uygulamalı Olarak İncelenmesi. UHBAB. Temmuz/Ağustos/Eylül Yaz Dönemi Cilt: 1 Sayı: 1 Yıl:2012 Jel Kodu: M ID:07.

Türk, R. (2006). Organik Tarımda Hasat, Depolama, Ambalajlama ve Taşıma. Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları, 395-403, İstanbul.

Tütek, H., Gümüşoğlu, Ş., (2008). İşletme İstatistiği. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Turan, A.; Beyhan, N.; Sarıoğlu, M & Memiş, S. (2009). "Organik Fındık Yetiştiriciliği", 1.GAP Organik Tarım Kongresi 17-20 Kasım (Bildiriler Kitabı), 809-815, şanlıurfa.

Uysal, H. (2007). Ege Bölgesi'nde Dış Satıma Yönelik Sofralık Üzüm Üretim ve Pazarlama Olanaklarının Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. (Doktora Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Vatansever, H. (2007). AB ve Türkiye'de Organik Tarım. Ankara: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı.

Willer H, Lernoud J (Ed.) 2018. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2018. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM - Organics International, Bonn.

Willer, H., Yusefi, M. 2007. The Global Market For Organic Food And Drink 2007. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Bonn, 55-207.

Yanmaz, R. (2005). "Organik Ürünlerin Pazarlanması ve Ticareti" ,Gıda Güvenliği ve Güvenilirliği Sempozyumu, Ankara, Türkiye Biyologlar Derneği Yayın No 2006/1, 349-364.

Yılmaz, M. ve diğerleri. (2017). Manisa'daki Çekirdeksiz Kuru Üzüm İşletmelerinin İhracat Potansiyellerinin Geliştirilmesi Projesi. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi.

Zengin, M. (2007). Organik Tarım. Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Toprak Bölümü, Konya: Hasad Yayıncılık.

EKLER

EK 1 – İHRACATÇI ANKET FORMU

						İşletmeniz için uygun cevabı işaretleyiniz.
İşletmenin hukuki yapısı	Limited Şirket					
	Anonim Şirket					
İşletmenin yapısı	Sadece İhracatçı Firma					
	Üretici ve İhracatçı Firma					
İşletmedeki ihracattan sorumlu yönetici kimdir?	Firma sahibi					
	İhracat departman müdürü					
	Diğer (.....)					
İşletmedeki ihracattan sorumlu yöneticinin eğitim durumu	Üniversite Mezunu					
	Üniversite Mezunu Değil					
İşletmede ihracat departmanı var mı?	Evet			Hayır		
Firmanın ihracat deneyimi (Organik Çekirdeksiz kuru üzüm için cevaplayınız)	1-4 yıl	5-9 yıl	10-14 yıl	15-19 yıl	20 yıl ve üzeri	
Firmanın Yaşı	1-4 yıl	5-9 yıl	10-14 yıl	15-19 yıl	20 yıl ve üzeri	
İhracat yapılan ülke sayısı (Organik Çekirdeksiz kuru üzüm için cevaplayınız)						

	Ülkeler	Miktar (ton) (yıllık yaklaşık)	
İhracat yapılan pazarlar (Organik Çekirdeksiz kuru üzüm için cevaplayınız)			

Firmanın dış piyasalar hakkında başvurduğu bilgi kaynakları nelerdir?	İhracatçılar Birliği	
	Pazar araştırması	
	Dış pazarlara yönelik gezi	
	Basılı kaynaklar	
	Ticaret Odası	
Teşviklerden yararlanma durumu (Organik Ürünlerin İhracatının Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi vb.)	İhracat teşviklerinden yararlanmıyor	
	İhracat teşviklerinden yararlanıyor	
	İhtiyaç duymuyor	
Yararlandığınız devlet destekleri	Uluslararası nitelikteki yurtiçi fuarlara katılım desteği	
	Yurtdışı fuarlara katılım desteği	
	Çevre maliyetlerinin desteklenmesi (ISO9000, ISO14000; CE işareti, vb. sertifikaların alımı için)	
	Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması ile ilgili markalaşma desteği	
	Eğitim ve danışmanlık desteği	
	Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi desteği	
		Belgenin alınış tarihi (yıl)

Firmanızda dünya pazarlarında geçerliliği olan kalite kontrol sistemleri bulunuyor ise, hangileri var?	ISO 9000 vd.	
	HACCP	
	BRC	
	Diğer (.....)	
		Evet / Hayır
Organik tarım etiket bilgileri ürünler üzerinde mevcut mu? Varsa standartlara uygun mu?	Adı, sertifika statüsü, hasat yılı, yönetmeliğe uygun organik tarım logosu, üretim yeri ve son kullanma tarihi, menşei, içindikiler vb. bilgileri içeriyor	
Organik ÇKÜ ihracatında kredi kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız başvurduğunuz kurumlar neresidir?	KOSGEB	
	EXİMBANK	
	Ticari bankalar	
İhracatçının ürünlerini temin kanalları	Direkt üreticiden	
	Kendi üretimi	
	Diğer:	

Dış pazarlara açılmada kullandığınız kanallar hangileridir	Doğrudan satış	
	Yurtdışı şube / ortaklık	
	Diğer:	
İhracatta en sık kullandığınız ödeme şekillerini sıralayınız (1'den (en sık) 5'e kadar)	Peşin ödeme	
	Mal mukabili ödeme	
	Vesaik mukabili ödeme	
	Kabul kredili ödeme	
	Akreditifli ödeme	

	Gelecek 5 yıl içinde şirketinize dair hedeflerinizi işaretleyiniz	İhracat hacmini artırma				
		Yurtdışı depo kurma				
		Yurtdışında şube açma				
	Çevre yönetimi ile ilgili;	Hedef pazarda perakende zincirleriyle işbirliği				
		ISO 14000 Belgeniz var mı?				
		Arıtma Tesisiniz var mı?				
		Ambalaj atıklarınızı geri dönüşüme veriyor musunuz?				
Türkiye'den dış pazarlara organik ÇKÜ ihracatını kısıtladığını düşündüğünüz aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz (1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum)						
		1	2	3	4	5
	Dış pazarlar hakkında bilgi düzeyinin sınırlı olması					
	Rakiplerin fazla olması					
	Üretim kapasitesinin yetersiz olması					
	Yüksek gümrük vergileri					
	Ülkelerarası Politik ilişkiler					
	Döviz kurlarındaki dalgalanmalar					
	İhracat bedellerinin tahsilindeki zorluklar					
	Organik ÇKÜ ihracatında devlet yardımlarının yetersizliği					
	İhraç pazarlarında talep edilen kalite standartları (organik ürün olduğuna dair sertifikalandırmalar)					
	Üreticiye olan uzaklık					
	Organik tarım maliyetlerinin yüksek olması					
	Taşıma maliyetlerinin yüksek oluşu					
	Hedef pazara uygun taşıma olanaklarının olmayışı					
	İhracat için finansal kaynakların kısıtlı olması					
	İhracat dokümanı hazırlamadaki zorluk					
	Yabancı pazarlardaki ithalat düzenlemeleri					
	Organik ürünlere karşı duyulan güvensizlik					

Organik Ürün İhracatına Başlamaya İten Aşağıdaki Faktörleri İşaretleyiniz.					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Son derece katılıyorum
Daha sağlıklıdır					
Daha lezzetlidir					
Zengin protein içerir					
Doğayı korur					
Katkı maddesi içermez					
Gelecek vaad ediyor					
Sertifikalı olduğundan güven verir					
Tüketici tercihleri					

Aşağıda yer alan ifadelere katılma derecenizi belirtiniz.						
(1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum)						
1. AB ülkelerindeki rakipler karşısında uluslararası rekabetçiliğinizi etkileyen faktörlerden en önemlisi						
		1	2	3	4	5
Sertifikasyondur.						
Fiyattır.						
Markadır.						
Kalitedir.						
2. Organik ÇKÜ ihracat hacminin artırılmasına yönelik olarak aşağıdaki önerilere katılma derecenizi belirtiniz.						
		1	2	3	4	5

	Coğrafi işaret tescili (Örn. Manisa Organik ÇKÜ'nün uluslararası pazarlarda marka olarak tescili)					
	Üreticilerden kaliteli ve standart Organik ÇKÜ temini için, üreticiler arasında kooperatif, vb. kurumlar altında işbirliği					
	Yurtdışında hedef pazarlarda ofis açma					
	Yurtdışında hedef pazarlarda yerel bir firma ile ortaklık (ortak girişim) yaparak dağıtım ağı kurma					
	Yurtdışında hedef pazarlarda depo kurma					



EK 2 – ÜRETİCİ ANKET FORMU

Üreticinin cinsiyeti: Erkek / Kadın

İlçesi:.....

Köyü:.....

1. Üreticinin doğum yılı:.....

2. Üreticinin eğitim durumu nedir ?

	Okuma Yazma Biliyor
	İlkokul
	Ortaokul

	Lise
	Lisans
	Lisansüstü

3. Üreticinin Sosyal Güvencesi nedir ?

	Bağkur
	Emekli Sandığı

	SSK
	Diğer

4. Üretici Organik tarımla aşağıdakilerden hangisi vasıtasıyla tanıştı?

TV reklamları, gazete haberleri vb.	
Diğer üreticiler	
Organik ÇKÜ ihracatı yapan firmalar	
Eğitimler	

5. Organik ÇKÜ üretimine ilişkin ilk faaliyetinize ne zaman başladınız?

.....

6. Organik tarıma yönelmenizdeki aşağıdaki nedenlere katılma derecenizi işaretleyiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılıyorum	Katılıyorum	Son derece katılıyorum
Daha sağlıklıdır					
Daha lezzetlidir					
Zengin protein içerir					
Doğayı korur					
Katkı maddesi içermez					
Gelecek vaad ediyor					
Sertifikalı olduğundan güven verir					
Tüketici tercihleri					

7. İşletmenin arazi mevcudu:

Arazi cinsi	Alanı(ha)	Asma sayısı	Toplam değeri	Yıllık toplam hasat miktarı (ton) (yıllık yaklaşık)
TOPLAM				

8.

9. Üretici tarım kredisi kullanıyor mu?

Evet Hayır

10. Kullanırken aşağıdaki unsurların taşıdığı önemlilik derecesi nedir? (1-En az Önemli, 5-En Çok Önemli puanı göstermektedir)

	1	2	3	4	5
Faiz oranı					
Kefalet					
Belge temini					
Tarıma özel destek veren bankaların varlığı					

11. Üretici olarak en çok finansman ihtiyacı duyduğunuz ilk 3 konu nedir? (Mazot, gübre, işçilik, arazi, sulama vb.)

1 :

2 :

3 :

12. Ürünlerinizi hangi noktalara, ne şekilde satmaktasınız?

	Peşin	0-15 gün vade	15-30 gün vade	30 günden fazla vade
Tüccar (Komisyoncu)				
Üretici Birliği				
Doğrudan Pazara (Kendisi)				
Firma (İhracatçı)				
Diğer..				

13. Üretim kalitesini artırmak için yaptığınız ilk 3 faaliyet nedir? (Damla sulama, budama, gübreleme, dormeks (erken hasat için) vb).

1 :

2 :

3 :

14. Tarımsal üretimle ilgili aşağıdaki konularda bugüne kadar eğitim aldınız mı ?

	Eğitim aldınız mı ? (Evet/Hayır)	Eğitimi veren kurum
Organik ÇKÜ yetiştiriciliği		İl/İlçe Tarım Müdürlükleri
		Firma
		Kooperatif
		Ziraat Odası
Tarımsal makine ve ekipman kullanımı		İl/İlçe Tarım Müdürlükleri
		Firma
		Kooperatif
		Ziraat Odası
Organik tarımda gerekli sertifikaları edinme		İl/İlçe Tarım Müdürlükleri
		Firma
		Kooperatif
		Ziraat Odası

15. Bakanlık tarafından verilen hibe desteklerinden faydalandınız mı?

	Faydalandınız mı?	Hibe Tutarı
Ekipman Desteği		
Sulama Desteği		
Diğer		

16. Organik tarım ile ilgili en fazla bilgi ihtiyacı duyduğunuz ilk 3 konu nedir ?(Kredi, Teknik bilgi, pazarlama, sulama, vb.)

1 :

2 :

3 :

17. Tarımsal üretiminize ilişkin aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılıyorsunuz? (1- Hiç Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum puanı göstermektedir)

	1	2	3	4	5
Tüketici taleplerine uygun organik ÇKÜ üretim (Kurutmalık, yaş gibi)					
Organik tarımda üretimin gerekliliklerini yerine getiririm.					
Damla sulamayı tercih ederim.					
İyi Tarım Uygulamalarına katılabilirim					
Organik tarım hakkında bilgili kişiler (ziraat müh.) ile çalışıyorum					
Ürünün kalitesini artırmak ya da korumak için masraftan kaçınmam					
Günlük piyasa fiyatlarını takip ediyorum					
Ürünümü pazarlayacak bir kooperatife, birliğe ihtiyaç duyarım					
Ürünümü sattığım firma/kişilere ilişkin detaylı bilgim vardır					

18. Üretilen ürünlerin pazarlanmasına ilişkin aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılıyorsunuz ?

	1	2	3	4	5
Ürünlerimin pazarlamasını kendim yapabiliyorum					
Organik ürünlerin pazarlanması devlet eliyle olmalıdır					
Kooperatif ve Birlikler ürün pazarlamayı iyi bilmektedir					
Ürünü en iyi komisyoncular değerlendirir (satar)					
Ürünü en iyi fiyata ihracatçılar alır					
Süpermarketlere ürün satmayı tercih ederim					
Köyümüzde Soğuk hava deposu olmalıdır					
Belediyeler organik ÇKÜ üretimi konusunda da hizmet vermelidir					

19. Sizce Organik ÇKÜ fiyatları nasıl belirlenmelidir? (En fazla 3 seçenek).

	Üretici belirlemelidir
	Kooperatif/Birlik belirlemelidir

	İhracatçı belirlemelidir
	Serbest piyasada arz ve talebe göre belirlenmelidir

20. Komisyoncuların Organik ÇKÜ pazarlamasındaki rolü nedir? (Fiyat belirleme, Organik ÇKÜ bedelinin ödenmesinde güvence sağlama, vb.)

.....
.....

21. İhracatçıların Organik ÇKÜ pazarlamasındaki rolü nedir? (Yüksek fiyat vermesi, ödeme güvencesi, avans(ödeme)/kredi sağlama, vb.)

.....
.....

22. Size göre en uygun Organik ÇKÜ pazarlama modeli ne olmalıdır? (Organik ürün üreticileri birliği, kooperatif, ihracatçı firmalar, vb.)

.....
.....