

**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER PAZARLAMASI: LAVANTA
ÖRNEĞİ-İSPARTA**

Sıdıka BOZKIRAN

Danışman

Doç. Dr. F. Handan GİRAY

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
İSPARTA - 2015**

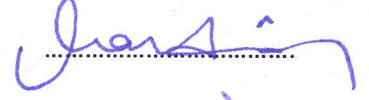
© 2015 [Sıdıka BOZKIRAN]

TEZ ONAYI

Sıdıka BOZKIRAN tarafından hazırlanan "Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Pazarlaması: Lavanta Örneği-Isparta" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak başarı ile savunulmuştur.

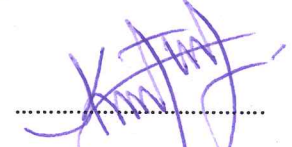
Danışman

Doç. Dr. F. Handan GİRAY
Süleyman Demirel Üniversitesi



Jüri Üyesi

Prof. Dr. Bahri KARLI
Süleyman Demirel Üniversitesi



Jüri Üyesi

Prof. Dr. Cuma AKBAY
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi



Enstitü Müdürü

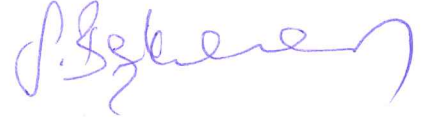
Doç. Dr. Yasin TUNCER

.....

TAAHHÜTNAME

Bu tezin akademik ve etik kurallara uygun olarak yazıldığını ve kullanılan tüm literatür bilgilerinin referans gösterilerek tezde yer aldığını beyan ederim.

Sıdıka BOZKIRAN



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER	i
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
1. GİRİŞ	1
2. KAYNAK ÖZETLERİ	5
3. TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER	8
3.1. Tıbbi ve Aromatik Bitki Kavramı	8
3.2. Tıbbi ve Aromatik Bitki Kullanımının Tarihçesi	9
3.3. Tıbbi ve aromatik bitkilerin dış ticaret istatistikleri	11
3.4. Tıbbi ve Aromatik Bitki Pazarı	11
3.4.1. Tıbbi ve aromatik bitki pazarının dünyadaki durumu	11
3.4.2. Türkiye’de Tıbbi ve Aromatik Bitki Pazarı	13
3.5. Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı	18
3.5.1. Dünyada Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı.....	18
3.5.2. Türkiye’de Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı	20
4. MATERYAL VE YÖNTEM	24
4.1. Materyal	24
4.2. Yöntem	24
5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	26
5.1. Lavanta Üretimi Yapan İşletmecilere ve İşletmelere ait Bulgular	26
5.1.1. İşletmecilerin yaşı ve deneyimleri	26
5.1.2. İşletmecilerin eğitim ve işgücü durumları	27
5.2. Lavanta Tarımı ve Pazarlamasına İlişkin Bulgular	29
5.2.1. İşletmelerin ürün desenlerinde arazi kullanım durumu	29
5.2.3. İşletmelerde gayri safi üretim değeri	30
5.2.5. Tarımsal örgütlenme	31
5.3. İşletmelerde Lavanta Yetiştiriciliğinin Teknik Yapısı	32
5.2.2. Lavanta yetiştiriciliğinde toprak işlemesi	33
5.2.6. İşletmelerde lavanta üretim miktarları	33
5.3.1. Lavanta maliyetleri	34

5.3.7. İşletmecilerin lavanta fideciliği yapma durumları	37
5.5. Lavanta Üretimi Yapan İşletmelerde Lavanta Pazarlama Yapısı	38
5.5. Lavanta Üretimi Yapan İşletmelerde Lavanta Pazarlama Yapısı ve Pazarlama Hizmetleri	38
5.5.1. Sözleşmeli lavanta üretim durumu	40
5.5.2. Lavanta satış kanalı.....	40
5.5.3. Yaş ve kuru lavanta satış miktarı	41
5.5.4. Lavantanın satış şekli.....	42
5.5.5. Tasnif-Sınıflandırma	42
5.5.6. Lavanta pazarı ile ilgili bilgileri nereden aldıkları.....	43
5.5.7. Firma ödemeleri	43
5.5.8. Lavanta satış fiyatları.....	44
5.5.10. Lavantanın satış yeri	45
5.5.11. Lavanta pazarlama kanalı	47
5.5.12. Lavanta üreticilerinin ortak pazarlama hizmetleri	49
5.5.14. Üreticilerin pazarlama ile ilgili sorunları.....	50
5.5.15. Lavanta üretiminde GZFT analizi	51
5.6. Aracılara İlişkin Bulgular.....	52
5.7. İşleyici ve Firmalara İlişkin Bulgular.....	53
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	54
KAYNAKLAR	57

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER PAZARLAMASI: LAVANTA ÖRNEĞİ-İSPARTA

Sıdıka BOZKIRAN

Süleyman Demirel Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. F. Handan GİRAY

Bu çalışmanın amacı, Isparta’da lavanta pazarlama yapısını ortaya koymaktır. Araştırmada kullanılan birincil veriler, Isparta’da lavanta üretimi yapılan köylerdeki üreticiler, lavanta işleyen firmalar ve aktarlarla yüz yüze görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Görüşmeler 2013 yılında 63 lavanta üreticisi, 3 işleyici firma ve 5 aktar yerlerinde ziyaret edilerek gerçekleştirilmiştir. Isparta ve üreticiler için lavanta tarımı ve pazarlamasının sosyo-ekonomik analizi ile “lavanta üretim faaliyetinin üreticilere ve diğer aktörlere ekonomik açıdan yarar sağladığı ve yakın gelecekte iç ve dış pazardaki talebi artarak bu yararın artacağı” olarak belirlenen araştırma hipotezi test edilmiştir.

Lavantanın maliyetinin düşük olması ve lavanta yağının ihracatında herhangi bir sıkıntı yaşanmaması üreticiler tarafından seçilmesini etkileyen en önemli nedenlerdir. Çalışmada lavantanın zayıf yanları olarak ise lavanta için yeni pazar bulmada yaşanan sıkıntılar, ürün bedelinin ödenmesinde yaşanan gecikmeler, lavanta üreticilerinin genel olarak lavanta yağının distilasyonunu gerçekleştirecek donanımına sahip olmadıkları için lavanta işleyici firmalara bağımlı olmaları ve çoğunlukla ürünlerini ucuza satmak zorunda kalmaları olarak tespit edilmiştir.

Çalışmada iki tip dağıtım kanalının ağırlıklı olarak kullanıldığı belirlenmiştir: i) Üretici-Fabrika-Firmalar-Tüketici (görüşülen işletmelerin %28,57’si); ii) Üretici-Tüccar-Toptancı-Perakendeci-Tüketici (görüşülen işletmelerin %22,22’si).

Lavanta üretimini geliştirmek için öncelikle, üreticilerin pazarlık gücünü artırmaya yönelik girişimlerin gerçekleştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bunların başında da üreticilerin kendi aralarında örgütlenerek güçlenmeleri ve lavanta yağının distilasyonunu işine dâhil olmalarıdır. Bunun yanı sıra bir yağ bitkisi olması itibarıyla lavantanın devlet destek mekanizmalarında dikkate alınması da lavanta tarımı ve üreticilerinin geleceği açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tıbbi ve Aromatik Bitkiler, *L. angustifolia*, Pazarlama, Isparta

2015, 60 sayfa.

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

MEDICINAL AND AROMATIC PLANTS MARKETING: LAVENDER CASE STUDY IN ISPARTA

Sıdıka BOZKIRAN

**Süleyman Demirel University
Graduate School of Applied and Natural Sciences
Department of Agricultural Economics**

Supervisor: Assoc. Prof. F. Handan GİRAY

The aim of this study was to determine the structure of lavender marketing in Isparta. Primary data used in the study, were obtained through face to face interviews with 63 lavender producers, 3 processors and 5 herb sellers in 2013. The study discuss if lavender production activities in Isparta provide economic benefits to producers and other actors in the supply chain and this benefit will increase because domestic and external market demand will in increase in the near future” through socio-economic analysis of lavender cultivation and marketing.

The most important advantages of lavender production are that it has low cost and so far there is no problems regarding lavender oil export while the disadvantages of it are as follows: difficulties in finding new markets, delays in receiving payments after selling, being depend on lavender processing companies because producers are generally not equipped well to perform the distillation of lavender oil in their own, and this is why they have low prices.

Two important marketing channels for lavender producers were identified: i) Producer-Factory-Companies-Consumer (28.57 % of farmers), ii) (Producer-Trader – Wholesaler-Consumer (22.22 % of farmers).

In order to improve lavender production initiatives for increasing bargaining power of producers should come before all else, namely producer organisations and producers’ involving in lavender oil business. Additionally, lavender should be considered as industrial plant and develop a state support scheme specific to lavender production.

Keywords: Medicinal and Aromatic Plants, *L. angustifolia*, Marketing, Isparta

2015, 60 pages.

TEŞEKKÜR

Tez alıŐma konumu sememde beni ynlendiren, bilgi ve tecrbesi ile tezimi hazırlamam ve karŐılaŐtıĐım zorlukları aŐmamda bana yardımcı olan değerli Danışman Hocam Doç. Dr. F. Handan GİRAY'a teŐekkürlerimi sunarım.

3085-YL-12 No'lu proje ile tezimi maddi olarak destekleyen Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi BaŐkanlıĐı'na; çalıŐmalarımda bana yardımcı olan Kuyucak köy muhtarı, köy halkı ve lavanta üreticilerine; yardımlarını esirgemeyen tüm Hocalarım ve ArkadaŐlarıma özellikle teşekkür ederim.

Ayrıca, tezimin her aŐamasında bana destek olan sevgili annem ve babama sonsuz sevgi ve saygılarımı sunarım.

Sıdıka BOZKIRAN

Isparta, 2015

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 1.1. Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanları	2
Şekil 5.1. Ürün desenlerinde arazi kullanımı	29
Şekil 5.2. Tarımsal örgütlenme	32
Şekil 5.3. Tarımsal pazarlama hizmetleri (Güneş, 1996).....	39
Şekil 5.4. Lavanta için tarımsal pazarlama hizmetleri	39
Şekil 5.5. Lavanta satış yerleri	46
Şekil 5.6. Lavanta pazarlama kanalı	48
Şekil 5.7. Üreticilerin pazarlamada karşılaştıkları sorunlar	51
Şekil 5.8. Isparta’da lavanta üretimi GZTF analiz matrisi.....	51

ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa

Çizelge 3.1. Bazı Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Üretim Alanı ve Üretim Miktarları.....	14
Çizelge 3.2. Türkiye'nin Yıllara Göre Başlıca Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İhracatı.....	16
Çizelge 3.3. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Başlıca Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İthalatı.....	17
Çizelge 3.4. Dünya Uçucu Yağlar Dış Satımı (1000 \$).....	19
Çizelge 3.5. Dünya Uçucu Yağlar Dış Alımı (1000 \$).....	20
Çizelge 3.6. Türkiye'nin Gülyağı Dış Satımı.....	22
Çizelge 3.7. Türkiye'nin Uçucu Yağlar Dış Satımı (1000 \$)	23
Çizelge 3.8. Türkiye'nin Uçucu Yağlar Dış Alımı (1000 \$).....	23
Çizelge 4.1. Ele alınan işletmelerin arazi genişlik gruplarına göre dağılımı	25
Çizelge 5.1. İşletmecilerin yaşı ve işletmelerde lavanta yetiştirme deneyim süresi ..26	
Çizelge 5.2. Görüşülen işletmecilerin eğitim düzeyleri (%)	27
Çizelge 5.3. Lavanta tarımında kullanılan işgücü.....	27
Çizelge 5.4. İşletmecilerin işletme dışı tarımsal iş yapma durumları ve elde ettikleri gelir durumları	28
Çizelge 5.6. Lavanta arazi kullanımı.....	30
Çizelge 5.7. GSÜD'nin üretim şubelerine göre dağılımı.....	31
Çizelge 5.8. Devletten alınan destek miktarı	31
Çizelge 5.9. Lavanta yetiştiriciliğinde suni gübreleme (%).....	33
Çizelge 5.10. Lavanta yetiştiriciliğinde toprak işleme oranları (%)	33
Çizelge 5.11. İşletmelerde lavanta üretim miktarları	34
Çizelge 5.12. Lavanta verim ve maliyet bulguları	34
Çizelge 5.13. Ortalama toplam üretim masrafı (%).....	35
Çizelge 5.14. Ortalama lavanta üretim masrafları (I. grup)	35
Çizelge 5.15. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (II. grup).....	36
Çizelge 5.16. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (III. grup)	36
Çizelge 5.17. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (Ortalama).....	37
Çizelge 5.18. İşletmelerin lavanta fideciliği yapma durumu	38
Çizelge 5.19. İşletmelerin yıllık fide satış ortalamaları (adet/yıl).....	38
Çizelge 5.20. Lavanta için hasat sonrası pazarlama işlevleri (%).....	40
Çizelge 5.21. Lavanta satış kanalı (%).....	41

Çizelge 5.22. Lavanta satış miktarı (kg)	41
Çizelge 5.23. Lavantanın satış şekli (%).....	42
Çizelge 5.24. İşletmelerin pazarlama sırasında lavantayı sınıflandırma durumu (%).....	43
Çizelge 5.25. İşletmelerin lavanta pazarı ile ilgili bilgi kaynakları (%)	43
Çizelge 5.26. Firmaların işletmelere ödeme şekli (%).....	44
Çizelge 5.27. İşletmelerin fiyatlara ilişkin algıları (%).....	44
Çizelge 5.28. Lavanta fiyatının belirlenmesi (%)	45
Çizelge 5.29. Lavantanın satış yeri (%)	45
Çizelge 5.30. Lavanta üreticilerinin satış şekli (%)	47
Çizelge 5.31. Üreticilerin lavanta pazarlamasında dağıtım kanalı tercihleri (%)	49
Çizelge 5.32. Üreticilerin ortak pazarlama hizmetleri gerçekleştirip gerçekleştirilmeme durumları (%).....	49
Çizelge 5.33. Üreticilerin kooperatif kurulmasına yönelik düşünceleri (%)	50
Çizelge 5.34. Üreticilerin pazarlama ile ilgili sorunları (%).....	50

1. GİRİŞ

Tıbbi ve aromatik bitkiler ülke ekonomisine olan katkıları ve yetiştirildiği yörede yaşayanlara sağladığı ek gelir açısından tarımsal üretimde özel bir yere sahiptir. Türkiye sahip olduğu ekolojik koşulları ve tür çokluğu açısından dünyanın en zengin ülkeleri arasında yer almaktadır. Bunun yanında birçok bitkinin gen merkezidir ve bazı endemik türleri de içeren coğrafi bölgelere sahiptir. Nitekim, İskoçya Edinburg Üniversitesince hazırlanan Türkiye florası çalışmalarına göre Türkiye’de 10.000’nin üzerinde bitki çeşidi bulunmaktadır ki bu rakam Avrupa’nın tümünde yetişen yaklaşık 12.000 kadar bitki çeşidi ile karşılaştırıldığında ve söz konusu floranın 1/3’ünü aromatik bitkiler oluşturduğu gerçeği de Türkiye’nin bu konudaki zenginliğine dair söylemi doğrulamaktadır (Başer, 1997).

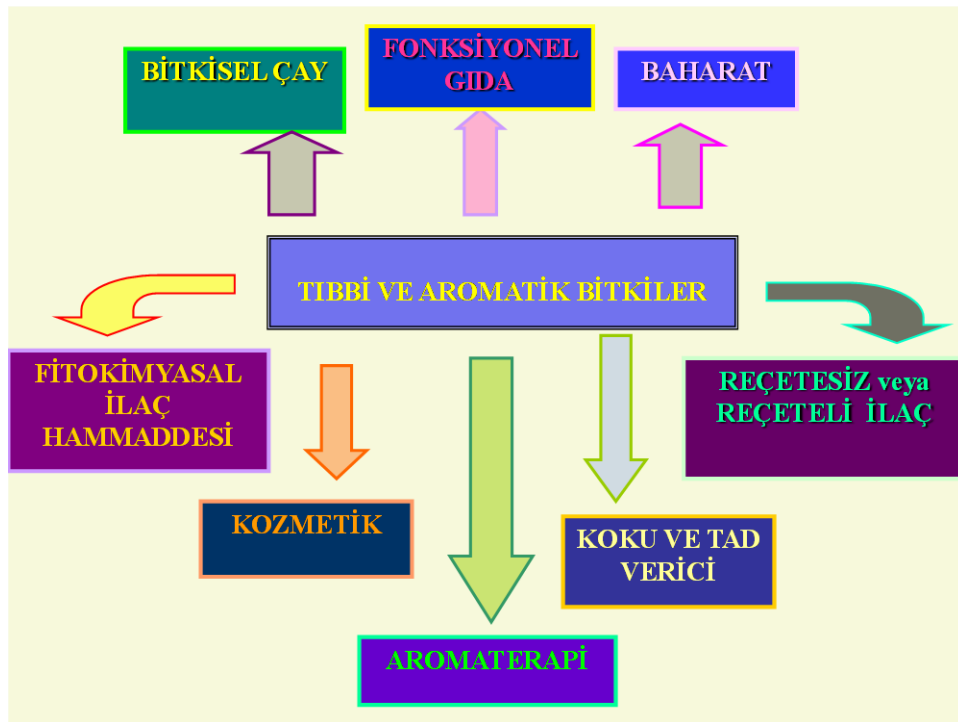
Tıbbi bitkilerdeki etkili maddelerin sentetik yolla elde edilenlere nazaran etkisinin çok yönlü olması, tıbbi ve aromatik bitkilerin ilaç sanayi yanında gıda, meşrubat, parfüm ve kozmetik endüstrisi gibi pek çok alanlarda kullanılması tüketimini hızlandırmış, buna bağlı olarak da üretiminin artırılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Türkiye’de tıbbi bitki üretimi doğadan toplama, organik üretim ve kültüre alma şeklinde yapılmaktadır. Doğadan toplama en yaygın üretim yöntemi olmakla birlikte tıbbi bitkilere olan talebin artması nedeniyle kültüre alma çalışmaları başlatılmış; bunun sonucu olarak kültüre alınan bitki sayısı ve üretim miktarları gün geçtikçe artmaktadır. Bazı türlerde doğadan toplama ekonomik olabilmekle birlikte doğadan toplanan bitkilerde istenilen kalite ve daha önemlisi sürekli olarak belli bir standartta ürün elde etmek zordur. Doğadan toplanan bitkilerde kalitenin her zaman istenen düzeyde olmaması, toplama sonrası işleme, depolama ve nakliye koşullarının yeterince karşılanamaması gibi nedenlerle bu bitkilerin tarımının yaygınlaştırılması gerekmektedir (Bayram vd., 2010).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin kültüre edilerek yetiştirilmesinin faydaları: i) Küçük bir araziden çok fazla miktarda ve saf olarak drog¹ (ilaç hammaddesi) elde edilebilir; ii) Ürünün toplanması kısa bir sürede ve toplanması gereken zamanda yapılabilir;

¹Drog, eczacılık, kimya ve boya endüstrisinde kullanılan bitkisel, hayvansal veya madensel ilkel maddelere verilen isimdir. Bitkinin etkili madde içeren bölümleridir. Bitkisel droglar, hücreli ürünler (kök, yaprak, kabuk, çiçek, tohum, meyve, vs.) veya hücresiz ürünler (zamk, usare, reçine, vs.) şeklinde olabilir. Bitkiden toplandıktan sonra kurutmadan başka hiçbir işlem görmemiş olan droglara ham drog adı verilir. Bir bitkinin toprak üstü kısmı drog olarak kullanılıyorsa herba olarak isimlendirilir. Bitkisel drog genel olarak tıbbi bitkilerin ilaç olarak kullanılan ham kısımlarına (rizom, radix, herba vb.) verilen bir isimdir. Bazı kaynaklar işlenmiş halini de (tentür, ekstre vb.) bitkisel drog olarak isimlendirilir (Anonim, 2011/a).

iii)Toplamadan sonra kurutmaya hemen geçilebilir; iv)Gerek verim ve gerekse etkili maddesi yüksek ilaç hammaddesi veren elverişli türlerin yetiştirilmesi mümkündür (Baytop, 1999).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin arz cephesini bu bitkileri doğadan toplama, kültüre alma ve organik üretim şeklinde üretim yapan üreticiler; talebini ise toplayıcılar, kooperatifler, aktarlar, bitkisel ilaç, güzellik, temizlik, ürünleri ve bitkisel çay imal eden firmalar ile bu ürünlerin nihai tüketicileri oluşturmaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin başlıca kullanım alanları Şekil 1.1’de özetlenmiştir.



Şekil 1.1. Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanları

Günümüzün tüketim deseni ve eğilimleri içinde talebi artan tıbbi ve aromatik bitkilerin işlenmesini ve katma değer artışını sağlayan fitoterapi, aromaterapi, parfümeri, kozmetik, bitkisel çaylar, sağlık yaşam kürleri, etken maddeler ve diğer bitkisel ilaç hammaddelerine dayalı sanayi tesislerinin sayılarının artması, iç ve dış pazarların koşullarına uygun yeni örgütlenmeleri ve hizmetleri gerektirmektedir. Çünkü sağlık, beslenme ve güzellik ile ilişkisi göz önüne alındığında bu ürünlerin pazarda gerekli güvenlik ile tüketici tarafından istenilen ve üretici tarafından taahhüt edilen kalite standartlarında yer alması daha da önemli hale gelmektedir. Güvenlik ve kalite standartları konusundaki beklenti ve gelişmelere paralel olarak, organik

üretimi yapılan bitkilere ve bitkilerden elde edilen ilaç hammaddelerine olan ilgi ve talep her geçen gün artmaktadır. Türkiye’de gıda dışı organik ürünler arasında, gül kurusu, gül yağı, gül suyu, lavanta yağı gibi kozmetikte ve ilaç üretiminde kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler yer almaktadır.

Türkiye’de tıbbi ve aromatik bitkiler, yukarıda da belirtildiği gibi genel olarak doğadan toplama yöntemiyle tedarik edilmektedir. Bu nedenle de bu bitkilerin tümünün üretim miktarlarına ilişkin olarak çoğunlukla ya resmi istatistikler mevcut değildir veya sağlıklı veri bulunmamaktadır. Bununla birlikte kültürü yapılan bir kısım tıbbi ve aromatik bitkinin üretim istatistikleri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) kayıtlarında yer almaya başlamıştır (Karik ve Öztürk, 2009).

Yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye’de doğadan toplanarak ticareti yapılan bitki türlerinin sayısı 346’dır ve bunların 98’i ihraç edilmektedir; endemik olan 24 türün de 7’sinin (adaçayı, kekik, çöven ve şalbanın bazı türleri) ihracatı yapılmaktadır. Doğadan toplanan ve aktarlar, semt pazarları, marketler aracılığıyla dağıtımı yapılan türlerin sayısının da 179 olduğu aynı araştırmanın sonuçları arasında yer almaktadır (Şafak ve Okan, 2004).

Türkiye’nin 1999-2003 yıllarını kapsayan beş yıllık tıbbi bitkilerin dış satım miktarlarının yıllara göre ortalama 44.390 ton ve ülkeye giren dövizin ortalama 66.434.000 dolardır. Türkiye’nin ihraç ettiği önemli tıbbi ilaç ve baharat bitkileri kekik, defne yaprağı, kimyon ve anason ile birlikte, rezene tohumu, ardıç kabuğu, mahlep, çemen, biberiye, meyan kökü, nane, sumak, adaçayı ve ihlamur çiçeğidir (Bayram vd., 2010).

Konuyla ilgili yeterince araştırma ve veri olmamakla birlikte, az sayıdaki yazılı literatür ve uzmanlarla yapılan görüşmelere göre Isparta ekonomisinde gülden sonra en fazla öneme sahip kültürü yapılan tıbbi ve aromatik bitki lavantadır. Bölgede yetiştirilen *L. angustifolia* var. **Vera**, Haziran-Temmuz aylarında çiçeklenen, mor çiçekli ortalama 60 cm boylanabilen, yarı yatık, güneşi seven, uzun süre yeşilliğini koruyan, kuraklığa dayanıklı ve süs bitkisi olarak kullanılan bir lavanta çeşididir (Kara, 2011).

Keçiborlu Gıda Tarım ve Hayvancılık (GTHM) İlçe Müdürlüğü yetkilileri Kuyucak dışında ilçenin Çukurören, Kuşçular, Yeşilyurt ve Yenitepe köylerinde de lavanta

tarımı yapıldığını ancak kayıtların üretici beyanatı esas alarak yapıldığı ve çoğunlukla lavanta üreticilerinin küçük ölçekli olması nedeniyle beyanat vermemeleri nedeniyle kayıtlara geçmediğini belirtmektedir.

Lavanta diğer aromatik bitkilere göre çok daha yüksek oranlarda (ortalama %3,5-6,0 arasında) yağ içermektedir. Ekonomik yaşa ulaşmış 1 dekada elde edilen lavanta üretiminden 20 kg kadar yağ üretilebilmektedir (Anonim, 2008).

Araştırma, tıbbi ve aromatik bitkiler ve özellikle lavanta tarımının ekonomik açıdan Isparta için önemli olduğu ve geliştirilmesine yönelik politikaların geliştirilmesi gerektiği hipotezi üzerine kurulmuştur. Nitekim son dönemlerde farklı destekleyici kuruluşlar tarafından yapılan proje çağrılarında öncelikli konular arasında yer alması da gelecek vaat eden alanlardan biri olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın amacı “Isparta’da lavanta pazarlama kanallarını belirlemek ve pazarlama yapısını ortaya koymak”tır. Böylece, lavantanın Isparta’daki hali hazırdaki durumu ortaya konulmuş ve elde edilen verilerin tartışılmasıyla da potansiyel durumu değerlendirilmiştir.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Baytop (1984), *Lavandula angustifolia* (Labiatae) türünün kurutulmuş çiçeklerinin ekonomik öneme sahip olduğunu, çiçeklerin tamamen açılmadan önce (tomurcuk halinde) toplanması gerektiğini belirtmektedir. *L. angustifolia* 100 cm kadar yükseklikte, çalı görünüşünde, yapraklar gümüşü, çiçekleri ise koyu mor renkli bir bitki olduğunu, Akdeniz bölgesi ülkeleri ve Türkiye’de süs bitkisi olarak yetiştirildiğini belirtmiştir.

Tuzlacı (1986), “Türkiye’deki Yabani Bitkilerin İlaç Hammaddesi Yönünden Değerlendirilmesi” isimli bildirisinde Türkiye’de bol ve yaygın olarak yetişen bitkilerin kimyasal yönden araştırılarak içlerinde ilaç hammaddesi yönünden elverişli olanların bulunması ve bilinenlere yenilerinin eklenmesiyle yabani bitki potansiyelinin artırılması gerektiğini savunmuştur.

Arslan (1987), “Bitkisel İlaç Hammaddeleri İhracatının Devamlılığı ve Gelişmesi Açısından Tıbbi Bitkilerin Yetiştirilmesi ve Kültüre Alınmasının Önemi” isimli bildirisinde bu bitkilerin kültüre alınması ile hem doğada yetişen bitkilerin korunmuş olacağını hem de satış imkânlarının artırılacağını ayrıca tıbbi bitkilerin yetiştirilmesinde atılacak ilk adımın bir üretim planlamasının yapılması olduğunu belirtmiştir.

Baytop (1987), “Türkiye’nin Bitkisel Drog Dışsatımını Artırma Olanakları” isimli bildirisinde bitkisel ilaç hammaddelerinin olarak satışı yerine yarı işlenmiş, ya da işlenmiş olarak satılmasının yaklaşık 3 misli bir gelir artışı oluşturacağını meyan kökünün kabukları soyulmuş fiyatının ham fiyatına göre yaklaşık 2 katı olduğunu, toz haline getirilmiş fiyatının ise 3 katı olduğunu tespit etmiştir.

İlisulu (1992), “İlaç ve Baharat Bitkileri” isimli eserinde Türkiye’nin ılıman Akdeniz iklimi bölgesinde olması dolayısıyla özellikle uçucu yağ taşıyan bitkilerin yetiştirilmesi açısından uygun iklim koşullarına sahip olduğunu, verim, kalite ve ürün standardizasyonu faktörlerine uygun üretim yapılabilmesi, talebin zamanında karşılanabilmesi için kontrollü olarak tarımının yapılması gerektiğini ifade etmiştir.

Gruenwald and Kertsin (1996), Anadolu Üniversitesi TIBAM tarafından hazırlanan “Tıbbi ve Aromatik Bitkiler” bülteninde yayımlanan, Avrupa fitoterapötikler pazarı isimli makalelerinde dünya bitkisel ilaç pazarının 1993 yılı rakamları ile 12,4 milyar ABD doları olduğunu ve bitkisel preparatların Almanya eczanelerine satışlarının hızla arttığını bildirmişlerdir.

Özhatay vd. (1997), Türkiye’nin doğal tıbbi bitkilerinin ticareti hakkında yaptıkları çalışma sonucunda ihraç edilen doğal bitkilerin yıllık miktarının 30.000 ton, bunun parasal değerinin 50.000.000 ABD doları olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu ihracat rakamlarıyla Türkiye, dünya tıbbi bitki ticaretinde Çin ve Hindistan’ın ardından üçüncü ülke konumdadır.

Başer (1997), “Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin İlaç ve Alkollü İçki Sanayinde Kullanımı” isimli çalışmasında Türkiye’de 98 tıbbi ve aromatik bitkiye ait ürünün hammadde olarak kullanıldığını ve bunlardan 58 tanesinin üretim potansiyelinin bulunduğunu, bunlardan da 25 tanesinin tarımının yapıldığını belirtmiştir. Bu ürünlerin ihracatından yaklaşık 100 milyon ABD doları gelir sağlanmaktadır. Türkiye’den 200 civarında bitkisel ilaç hammadesine talep olduğu halde ancak 70-100 arası ilaç hammaddesi ihraç edilmektedir.

Başer (1998), “Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Endüstriyel Kullanımı” isimli makalesinde gelişmekte olan ülkelerde teknik bilgi, eğitilmiş personel ve pazarlama imkânlarının yetersizliği tıbbi ve aromatik bitki sektörünün gelişmesini engellediğini savunmuştur.

Özdemir (1998), kekik bitkisinin Ege Bölgesi’nde üretilmesi, toplanması, işlenmesi, iç ve dış pazarlaması üzerine yaptığı araştırmada doğadan kekik toplayanların %28,48, aracılardan %8,59 ve dış satımcı ve işleyici firmaların %31,61 oranında satıştan kâr marjı elde ettiklerini hesaplamıştır. İlk toplayıcıların veya kültürel üreticilerin ürünlerini kooperatif aracılığı ile sattıkları takdirde en yüksek kâr marjına (%82,63) ulaştıklarını belirtmiştir. Doğadan toplanan kekik maliyetinin 15.750-18.000 TL/kg arasında olduğunu belirtmektedir.

Baytop (1999), tıbbi bitkilerin tüketim alanının çok değişik endüstri kollarını kapsadığını, başta ilaç sanayi olmak üzere parfüm, kozmetik, sabun, çiklet, şeker ve daha birçok sanayi kollarının hammaddesini oluşturmakta olduğunu belirtmiştir.

Angioni vd. (2006), Lavanta (*Lavandula stoechas*)’da yapmış oldukları çalışmada çiçeklenme döneminin sonuna doğru uçucu yağ veriminin azaldığını ve bileşenlerinin de değiştiğini belirtmişlerdir.

Chemat vd. (2006), *Lavandula angustifolia*’da yaptıkları distilasyon çalışmasında uçucu yağ verimi ve bileşenlerinin, bitki kısımları, distilasyon zamanı ve ısı miktarına göre değiştiğini belirtmişlerdir.

Alatrache vd. (2007), Tunus’ta *Lavandula latifolia* uçucu yağlarında yaptıkları çalışmalarında çiçek yağlarında toplam 40 bileşen tespit etmişlerdir, bu bileşenlerden Linalool (%32,3), Comphor (%12,4), Cineol (%11,7) oranında olduğunu ortaya koymuşlardır.

Munoz-Bertomeu vd. (2007), *Lavandula latifolia*’nın 7 çeşidi üzerinde yapmış oldukları uçucu yağ verimi ve bileşenleri çalışmasında çeşitler arasında farklılıkların olduğunu belirtmişlerdir. Aynı çalışmada bitki yaprak ve çiçeklerine göre de uçucu yağ verimi ve bileşenlerinin değiştiğini ortaya koymuşlardır.

Pinto vd. (2007), Brezilya’da yapmış oldukları lavantayla ilgili bir çalışmada bitkinin gölgede ve güneşte kurutulmasıyla uçucu yağ içeriğinin önemli miktarda etkilendiğini bildirmişlerdir.

Salinas vd. (2007), İspanya’da *Lavandula hybrida* ile yapmış oldukları çalışmada uçucu yağ içeriğinin ve veriminin bitkinin yetiştirildiği ekoloji, gübreleme ve bitki sıklığı gibi faktörlerle etkilendiğini ayrıca bitkinin yetiştirildiği lokasyonlara göre gübrelemenin farklı etkilerde bulunabileceğini ortaya koymuşlardır.

3. TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

3.1. Tıbbi ve Aromatik Bitki Kavramı

Tıbbi ve aromatik bitkiler, hastalıkları önlemek, sağlığı korumak veya hastalıkları iyileştirmek için ilaç, gıda takviyesi, kişisel bakım ürünleri olarak kullanılan bitkilerdir. Tıbbi bitkiler, beslenme, kozmetik, vücut bakımı, tütsü veya dini törenler gibi alanlarda kullanılırken, aromatik bitkiler güzel koku ve tat vermeleri nedeniyle kullanılmaktadır (Anonim, 2005).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin değişik tanımları aşağıda verilmiştir:

Genel olarak onikinci yüzyıldan itibaren tek başına veya değişik karışımlar ile tedavilerde ve eczacılık sanayinde ilaçların yapımında etkin madde olarak kullanılan bitkilere ‘tıbbi bitkiler’ denmektedir (Bayramoğlu, 2007).

Kök, yumru, dal, meyve ve tohum gibi kısımlardan birinci derecede ilaç sanayinde kullanılmak üzere doğal floradan veya kültürü yapılarak yetiştirilen bitkilere tıbbi bitki; uçucu yağları kullanılan hoş kokulu bitkilere ise ıtri bitkiler veya aromatik bitkiler denilir (Baydar, 2007).

Halk arasında ‘kocakarı ilacı’ olarak adlandırılan bitkisel ilaç hammaddeleri, bu anlamıyla bilimsel olmayan, hurafeye dayalı ve fazla güvenilmeyen geleneksel tedavi yöntemini hatırlatmaktadır. Fakat Başer (1993)’e göre buradaki ‘koca’ kelimesi ‘Koca Sinan’ ifadesinde kullanıldığı şekliyle ‘büyük, ulu, bilge’ anlamına, ‘karı’ kelimesi de ‘yaşlı, ihtiyar kadın’ anlamında kullanıldığından, ‘kocakarı’ kelimesi ulu, saygıdeğer, bilge, yaşlı kadını ifade etmektedir (Yaman, 2001).

Tıbbi ve aromatik bitkiler denildiğinde hem bitkiler, hem etken madde yönünden ve hem de tüketim alanları bakımından çok büyük bir alanı kapsadığı, bu bakımdan bugün standart hale gelmiş bir gruplandırılması bulunmamakla birlikte genellikle familyalarına, içerdikleri etken maddelere, tüketim ve kullanımlarına, yararlanılan

organlarına ve farmakolojik etkilerine göre gruplandırılabilceği belirtilmektedir. Ancak en yaygın olarak kullanılanı etken maddelerine göre yapılan gruplandırmadır (Ceylan, 1995).

Bitkisel ilaçlar, işlenmemiş veya işlenerek bir veya daha fazla bitkiden oluşturulan bileşim maddesi içeren, tedavi edici özelliği ile insanların sağlığına yararı olan bitkilerden türetilen ürünlerdir. Bu tanımlama altında, bitkisel ilaçların işlenmemiş bitkisel materyal, işlenmiş materyal ve tıbbi şifalı ot ürünleri olmak üzere çeşitleri bulunmaktadır (Bayram vd., 2010).

Görülebileceği gibi, tıbbi bitki kavramı ile ilgili değişik tanımlamalar yapılsa da kabul edilen ortak görüş bu bitkilerin çeşitli ilaçların terkibine konulan bitki kısımları veya etken maddeleri olduğudur.

3.2. Tıbbi ve Aromatik Bitki Kullanımının Tarihçesi

Anadolu insanı Yontmataş (Paleolitik) çağından beri bitkileri tedavi maksadıyla kullanmaktadır. Hakkari'nin güneyinde yer alan Şanidar mağarasında ortaya çıkartılan Neanderthal mezarlar içinde bulunan bitki örnekleri de bunu kanıtlar niteliktedir (Baytop, 1980).

M.Ö. 3000 yıllarında hüküm süren Sümer, Akad ve Asur medeniyetlerinde bu bitkilerin tedavide kullanıldığı, Fırat ve Dicle nehirleri arasında yapılan arkeolojik kazılar sonucu ortaya çıkartılan Ninova tabletlerinde görölmektedir. Aynı şekilde Eski Mısır Uygarlığı tıbbında da tıbbi bitkilerin kullanıldığı M.Ö. 1550 yıllarında yazıldığı tahmin edilen Eber papirüslerinde belirtilmektedir. Anadolu'da efsaneleşmiş olan ünlü hekimler Lokman Hekim, İbn-i Sina, İbn-i Baytar, Şerafettin Sabuncuoğlu, İbn-i Şerif çeşitli rahatsızlıkların tedavisinde tıbbi bitkileri kullanmışlardır (Anonim, 2011/b).

Tedavi amaçlı kullanılan bitkilerin miktarının, antik çağlardan itibaren devamlı arttığı, Mezopotamya uygarlığı döneminde kullanılan bitkisel ilaç hammaddesi miktarının yaklaşık 250 adet olduğu ve Grekler döneminde 600 kadar tıbbi bitkinin tanındığını belirtilmektedir (Bayramoğlu, 2007).

Arap-Fars uygarlığı döneminde bu rakam 4000 civarına kadar yükselmiştir (Bayramoğlu, 2007). 19. yüzyılın başlarında ise bilinen tıbbi bitki miktarı 13.000'i bulmuştur (Bayramoğlu, 2007).

Ziyaeddin İbn-i Baytar, İspanya'da yaşayıp Şam'da ölmüş bir Arap hekimidir. Anadolu'yu gezmiştir. Baytarname isimli eserinde 1800 kadar bitkisel ve 130 hayvansal ilaç hammaddesi tanıtmıştır (Tanker vd., 2007).

20. yüzyılda tıp biliminde ve ilaç sektöründe önemli gelişmelerin yaşanmış olması, insanları modern tıp ilaçlarından vazgeçemez hale getirmiştir. Fakat son yıllarda sentetik ilaçların doğurduğu yan etkinin olumsuz sonuçları ve doğal ürünlere olan eğilim sonucu tıbbi bitkilere olan talebin arttığı bilinmektedir. Tıbbi bitkilerin insanoğluna bilinenden çok daha faydalı ve hastalıkların tedavisinde çok önemli olduğunu gösteren araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Bunun sonucu olarak da bitkilerle tedaviyi konu alan 'Fitoterapi' bilimi doğmuştur (Özhatay vd., 1997).

İlk kez 1909 yılında İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakültesi öğretim programına, 'Farmakognozi' adı altında bir ders koyulduğunu, ancak bu dersi verebilecek öğretim elemanı bulunmadığı için 1913'ten yılında Farmakognozi dersleri verilmeye başlandığı bilinmektedir. 1976'dan itibaren Eczacılık Fakültelerinin Farmakognozi Anabilim Dalları tarafından düzenlenmiş oldukları Bitkisel İlaç ve İlkel Maddeleri Toplantıları düzenlenmektedir. Ayrıca tıbbi bitkiler üzerine araştırma yapmak amacıyla 3 adet araştırma merkezi kurulmuştur (Bayramoğlu, 2007).

Bugün dünyada 300 binden fazla çiçekli ya da tohumlu bitki türünün kayıtlı olup bunlardan yaklaşık 20 bin tanesinin tıbbi amaçlar için kullanıma uygun olduğu ve 4 bin civarında bitkisel droğun da yoğun olarak kullanıldığı belirtilmektedir (Baydar, 2007).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine göre dünya nüfusunun %80'i bitkisel ilaçlardan tedavi amaçlı yararlanmakta olup kullanılan bitki sayısı 21.000 kadardır (Başer, 1998).

3.3. Tıbbi ve aromatik bitkilerin dış ticaret istatistikleri

Baharat veya çeşni sınıfına giren pek çok bitki, tıbbi ve aromatik özellikler de taşıdıklarından ilaç, parfüm, kozmetik, kişisel hijyen ürünleri, meşrubat, içki, şekerleme, çiklet, bitkisel çay, esans, aroma gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu nedenle, tıbbi ve aromatik bitkiler arasına kesin sınırlar koymak çok zordur. Bu durum dış satım cetvellerinde kullanılan Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon (GTİP) numaralarında ve sıralamasında da görülmektedir. Tıbbi veya aromatik bitkileri özel olarak sınıflandıran bir sistem yoktur. Ürünlerin doğru GTİP numarası ile ihraç veya ithal edilmesi önemlidir. Zira her ürünün gümrük tarifesinde zaman zaman yapılan kısıtlamalar, getirilen kolaylıklar, konulan fon ve kotalar belirtildiği için ürünün doğru GTİP numarası ile ithal veya ihraç edilmesi hem alıcı, hem satıcı, hem de ülke açısından yararlı sonuçlar getirir. Ancak, bu her durumda mümkün olmayabilir. Zira her ürünün özel bir GTİP numarası bulunmayabilir. Bu durumda, o ürün en yakın kategori altındaki "diğerleri" başlığı altında işlem görmektedir (Başer, 1997).

Ticarette yer alan tıbbi ve aromatik bitki sayısının çok fazla ve bunlardan elde edilen etken madde miktarının çok çeşitli olması nedeniyle, ticaret istatistiklerinde tek bir gruplama söz konusu olamamaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin dünya ticaret hacmi ve değeri konusunda en sağlıklı ve güvenilir veriler Cenevre'deki Uluslararası Ticaret Merkezi (UN Comtrade) bilgi bankasından elde edilebilmektedir (Başer, 1997).

3.4. Tıbbi ve Aromatik Bitki Pazarı

3.4.1. Tıbbi ve aromatik bitki pazarının dünyadaki durumu

Dünyada ilaç, kozmetik, parfümeri ve gıda sektörlerinde bitkisel ürünlere olan talep sürekli artış göstermektedir. Bu eğilim 'Doğaya Dönüş' sloganıyla simgelenmekte, 'Yeşil Dalga' ve 'Yeşil Devrim' gibi çarpıcı isimlerle önemi vurgulanmaktadır (Bayramoğlu, 2007). Bilim dünyası ve teknolojik gelişmeler sonucunda metot ve tekniklerin geliştirilmesiyle de gelişmiş ülkelerin tabii kaynaklara olan talebi daha da artmıştır (Demirtürk, 1990).

Sanayileşmenin dünyaya getirdiği kitle üretimi, ilaç sanayinde sentetik ilaçlar lehinde bir gelişme göstermiştir ve bu süreçte bitkisel ürünlerin bu sektörde kullanımında azalmalar olmuştur. Ancak sentetik ilaçların arzulanmayan yan etkilerinin olması, insanlara doğanın önemini hatırlatmış ve alternatif arayışlar içerisine girilmiştir. Doğaya dönüş süreci bu ihtiyaçla başlamış, talebin büyüklüğü arzı gerekli kıldığı için bilhassa gelişmiş ülkelerde bitkisel kökenli ilaç ve kozmetik sanayi hızla gelişen sektörler arasına girmiştir (Başer, 1990).

Yirminci yüzyılın başlarında listelenen ilaçların (%40)'undan fazlası bitkisel orijinli olmasına rağmen 1970'li yılların ortasında bu oran (%5)'ten daha aşağıya düşmüştür. Ancak özellikle 1990'lı yıllardan sonra, tıbbi ve aromatik bitkilerin yeni kullanım alanlarının bulunması, doğal ürünlere olan talebin artması; bu bitkilerin kullanım hacmini her geçen gün arttırmaktadır. Günümüzde tıbbi bitkiler piyasasının yıllık yaklaşık 60 milyar dolarlık bir rakama sahip olduğu tahmin edilmektedir (Bayram vd., 2010).

WHO tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, ilaçlara ait bileşenlerin ve analiz yöntemlerinin yer aldığı resmi kitaplarda kayıtlı olan, beş ülkeden fazla Türkiye'de kullanılan ve ticarete bulunulan bitkisel ilaç hammaddelerinin miktarı 1.900 olarak saptanmıştır (Bayramoğlu, 2007).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin dünya ticareti, büyük ölçüde ithalatçı, dağıtımçı ve stokçu görevi yapan uzman firmalarca gerçekleştirilmektedir. İmalatçılar, genellikle, küçük hacimde ilaç hammaddesi ihtiyaçları için ya güvenilir bir ihracatçı ya da üretici bulamama hallerinde bitkisel ilaç hammaddeleri bu firmalardan veya temsilcilerinden temin etmektedirler. Büyük miktarda ilaç hammaddesine ihtiyaç duyan imalatçı firmalar, genellikle üreticiden doğrudan satın alma yoluna gitmekte veya üretici ülkelerle ortaklık şirketleri kurarak alım yapmaktadırlar (Başer, 1997).

Bitkisel ilaç hammaddeleri için başlıca ticaret merkezleri Hamburg (Almanya), New York (ABD) ve Osaka (Japonya)'dır. Fransa'da Marsilya ve Paris; İsviçre'de Basel ve St. Gallen; İngiltere'de Londra; Hollanda'da Amsterdam ve Rotterdam önemli ticaret merkezleri olarak dikkati çekmektedir (Başer, 1997).

Dünya bitkisel ilaç hammadesi ticareti son beş yılda ortalama 16,8 milyar dolar ihracat ve 18,6 milyar dolar ithalat olarak gerçekleşmiştir. Üretim bakımından en önemli bitki türlerini soğan-yumru, çay, kahve, baharat, çeşni, kök ve diğer bitki grupları oluşturmuştur. Dünyada tıbbi ve aromatik bitki dış alımını yapan ülkeler içerisinde ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Çin ve Hindistan gibi ülkeler aynı zamanda birçok bitkinin de dış satımını yapan ülkeler arasında yer almaktadır. Diğer taraftan gelişmiş ülkelerde değişen sağlık anlayışı, yemeklerde tuz ve yağın azaltılması sonucunda yemeklere tat katması açısından bu grup bitkilerin kullanımını da artırmıştır (Faydaoğlu, 2011).

3.4.2. Türkiye’de Tıbbi ve Aromatik Bitki Pazarı

Türkiye’nin iklim ve ekolojik özelliklerinden dolayı birçok tıbbi ve aromatik bitki yetiştirilmekte ve dünyanın birçok yerinde olduğu gibi bu bitkiler doğadan toplanmaktadır. Doğadan toplanan bitkilerin başında defne, mahlep, ihlamur çiçeği, adaçayı, biberiye, meyan kökü ve ardıç kabuğudur. Kimyon, anason, kekik, çemen, rezene, nane ve kişnişin de tarımı yapılmaktadır (Bayram vd., 2010).

TÜİK verilerine göre 2013 yılında en çok üretimi yapılan tıbbi ve aromatik bitkiler kırmızı biber, kimyon ve kekik olmakla birlikte 2008 yılından 2013 yılına doğru üretim miktarlarında artış olduğu gözlenmektedir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Bazı Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Üretim Alanı ve Üretim Miktarları

Yıllar	Kırmızı biber		Anason		Kimyon		Kekik		Çörekotu		Rezene		Kişniş	
	Alan	Üretim	Alan	Üretim	Alan	Üretim	Alan	Üretim	Alan	Üretim	Alan	Üretim	Alan	Üretim
	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)	(Dekar)	(Ton)
2008	78	60	119	9	184	9	84	10	-	-	-	-	-	-
2009	91	197	119	9	190	15	85	12	-	-	-	-	-	-
2010	104	186	186	14	171	13	85	11	-	-	-	-	-	-
2011	92	162	212	15	200	13	78	11	-	-	-	-	-	-
2012	113	166	194	11	226	14	94	12	2	161	16	2	11	1
2013	113	199	152	10	247	17	89	14	3	352	14	2	11	1

TÜİK, 2015.

Tıbbi ve aromatik bitkiler fitoterapi, aromaterapi, parfümeri, kozmetik, bitkisel çaylar, sağlık yaşam kürleri, etken maddeler ve diğer bitkisel ilaç hammaddelerine dayalı sanayide kullanılmaktadır.

Türkiye uzun zamandan bu yana tıbbi ve aromatik bitkileri ihraç eden önemli ülkeler arasında yer almakta olup, bu bitkilerin dış satımı genellikle doğal floradan sökme ve toplamaya dayanmaktadır (Karik ve Öztürk, 2009).

Türkiye’de tıbbi olarak kullanılan bitkilerin sayısı kesin olarak bilinmemekle birlikte, 500 civarında olduğu; yaklaşık 200 tıbbi ve aromatik bitkinin de ihraç potansiyelinin olduğu belirtilmektedir (Faydaoğlu, 2011).

Türkiye dünya bitkisel ilaç hammaddesi ticareti 10-13 milyar dolarlık kısmından yaklaşık 50-60 milyon dolarlık bir pay almaktadır. Bu durum tıbbi ve aromatik bitkilerin çoğunlukla işlenmeden ham olarak ihraç edilmesinden kaynaklanmaktadır (Bahtiyarca Bağdat, 2006).

Türkiye’nin 1999-2003 yıllarını kapsayan beş yıllık tıbbi bitkilerin dış satım miktarlarının yıllara göre ortalama 44.390 ton ve ülkeye giren dövizin yaklaşık 67 milyon dolar olduğu ve 20 kadar bitki türünün satışından elde edildiği belirtilmektedir (Bayram vd., 2010).

2011 yılında 68 bin ton ihracata karşılık 148 bin ton ithalat yapılmış, değer olarak da 186 milyon dolarlık ihracata karşılık 277 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. 2011 yılında tıbbi ve aromatik bitkilerde ihracatın ithalatı karşılama oranı %67'dir. İhracatın ithalatı karşılama oranının 2011 yılında düşmesinin nedeni ithalat miktarının artmasından kaynaklanmaktadır. Son yıllarda tıbbi ve aromatik bitki ithalatı oldukça artmıştır. Türkiye tıbbi ve aromatik bitkiler yönünden dünyanın en önemli ülkelerinden birisi olmasına rağmen, ihracat miktar ve değerini istenilen düzeylerde artıramamıştır (Yücer, 2012).

Türkiye dünya genelinde yaklaşık 100 ülkeye tıbbi ve aromatik bitki dış satımı gerçekleştirmektedir. Dış satımının önemli bir kısmını Kuzey Amerika, AB, Latin Amerika, Uzak Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerine yapmaktadır. Bu ülke grupları içinde ABD, Almanya, Vietnam, Hollanda, Polonya, Brezilya, Kanada, İtalya, Belçika, Yunanistan, Fransa ve Japonya listenin başında yer almaktadırlar (Bayram vd., 2010).

Türkiye'nin ihraç ettiği önemli tıbbi ilaç ve baharat bitkileri kekik, defne yaprağı, kimyon ve anason ile birlikte, rezene tohumu, ardıç kabuğu, mahlep, çemen, biberiye, meyan kökü, nane, sumak adaçayı ve ıhlamur çiçeğidir (Bayram vd., 2010).

TÜİK kayıtlarından elde edilen rakamlara göre Türkiye'nin tıbbi ve aromatik bitkiler ihracatı yıllara göre değişmekle birlikte 2005-2008 yılı verileri dikkate alınarak toplam ihracatın 60 milyon dolar civarından 90 milyon dolara yükseldiği ifade edilebilir. Türkiye'nin yıllar itibarıyla başlıca tıbbi ve aromatik bitkiler ihracatı Çizelge 3.2'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde, başta kekik, defneyaprağı ve kimyon olmak üzere, keçiboynuzu, adaçayı, anason, rezene, mahlep ve ıhlamurun önemli ihraç türleri olduğu görülmektedir.

Çizelge 3.2. Türkiye'nin Yıllara Göre Başlıca Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İhracatı

Bitki adı	2005		2006		2007		2008	
	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)
Defne yaprağı	5,558	11.839	7,262	17.336	7,519	20.301	6,934	20.020
Kekik	10,425	17.883	12,202	22..608	11,308	39.493	9,683	42.878
Adaçayı	1,689	4.695	1,710	4.594	1,530	4.479	373	1.541
Anason	2,259	4.620	2,593	4.978	2,003	4.704	2,658	9.350
Kişniş	18	28	96	86	41	51	19	71
Kimyon	7,202	10.718	4,900	7.730	4,209	9.228	2,367	6.832
Rezene	1,481	1.684	1,294	2.224	1,057	2.125	1,945	3.793
Çemen	234	188	160	172	94	156	51	74
Mahlep	113	1.407	104	1.007	109	908	102	897
Meyan Kökü	381	415	418	482	249	266	67	125
Keçiboynuzu	4,102	5.885	2,705	4.833	3,623	5.264	518	838
Ihlamur	253	1.221	177	1.475	80	1.116	27	313
Sumak	990	946	976	1.002	965	1.176	1,175	1.771
Biberiye	505	972	576	1.152	432	1.019	573	1.587
Çörekotu	45	89	37	90	45	163	38	139
Nane	49	103	45	103	153	505	125	326
Toplam	35,304	62.693	35,255	69.872	33,417	90.954	26,655	90.555

Kaynak: TÜİK, 2009.

Türkiye aynı zamanda birçok tıbbi ve aromatik bitkinin dış alımını da gerçekleştirmektedir ve bunların büyük çoğunluğu aynı zamanda ihraç ürünü olan bitkilerdir (Bayram vd., 2010).

Türkiye'nin tıbbi ve aromatik bitkiler ithalatı, yıllara göre değişmekle birlikte, baharat bitkileri de dahil edildiğinde 11-12 milyon dolar civarlarında gerçekleşmektedir (Karik ve Öztürk, 2009).

Özellikle 2006 yılında 6 milyon dolar civarında olan tıbbi bitki ithalatının 2008 yılında iki katına çıkarak yaklaşık 12 milyon dolar seviyesinin üzerinde gerçekleştiği göze çarpmaktadır. Yıllar itibariyle başlıca tıbbi ve aromatik bitkiler miktar ve değerleri ile ithalat yapılan önemli ülkeler Çizelge 3.3'te verilmiştir. Adaçayı (*Salvia officinalis*) Türkiye doğal florasında bulunmayan ve kültürü yapılmadığından ithal edilmesi zorunludur. 2008 yılında adaçayından sonra en yüksek ithalat değerine sahip olan kekik de dünya kekik piyasasında etkin olmak için ithal edilmekte ve keçiboynuzu ve ihlamur gibi dış piyasadan gelen talepler doğrultusunda tekrar ihracata sunulmaktadır (Karik ve Öztürk, 2009).

Çizelge 3.3. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Başlıca Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İthalatı

Bitki adı	2006		2007		2008		İthalat yapılan önemli ülkeler
	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	Miktar (Ton)	Değer (1000 \$)	
Defne yaprağı	13	44	12	87	41	111	ABD,Gürcistan,Polonya,Suriye
Kekik	320	497	2,341	4.456	851	2.486	Polonya, Fas, Arnavutluk, Şili, Peru
Adaçayı	642	1.205	564	1.018	1,155	2.928	Arnavutluk, ABD,Bosna-Hersek
Anason	37	64	176	483	82	248	Suriye, ABD, İspanya
Kişniş	268	84	304	138	202	183	Bulgaristan, Ukrayna, Afganistan
Kimyon	587	941	688	1.270	507	903	Suriye, ABD, Hindistan
Rezene	205	206	111	116	266	386	Sırbistan, Almanya, Makedonya
Çöven	305	115	550	212	484	201	Afganistan
Ginseng kökü	4	55	3	37	3	51	Çin, ABD, Almanya
Meyan kökü	3	62	8	121	5	88	İtalya,İran, Çin
Keçiboynuzu	945	475	648	605	673	1.048	KKTC, Mısır
Ihlamur	77	278	113	523	137	1.163	Çin, Bosna-Hersek, Almanya
Sumak	168	28	274	27	140	14	Afganistan, İran, Ürdün
Zerdeçal	277	287	384	191	109	150	Hindistan, İran, Çin
Biberiye	426	385	387	375	553	613	Fas, Tunus
Çörekotu	478	213	1,617	1.195	1,505	1.254	Suriye, Hindistan, Etiyopya, İran
Tarçın	899	530	829	500	670	413	Endonezya, Singapur, Vietnam
Karanfil	120	195	136	137	83	99	Singapur, Brezilya, Meksika
Zencefil	323	197	247	172	235	215	Çin, Tayland, Hindistan
Küç. hin. cev.	6	14	18	45	4	22	Endonezya, Singapur
Köri	44	30	39	35	102	81	Hindistan
Kakule	10	22	2	7	11	45	Guatemala, Singapur, Hindistan
Toplam	6,157	5.927	9,551	11.750	7,818	12.702	

Kaynak: TÜİK, 2009.

3.5. Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı

3.5.1. Dünyada Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı

Uçucu yağların dünya üretim miktarları kesin olarak bilinmemekle birlikte, 45.000 ton civarında olduğu tahmin edilmektedir. Üretimin yaklaşık %90'ını 14 uçucu yağ oluşturmaktadır. Bunlar, Çin nanesi, ABD nanesi, limon, karanfil, biberiye, portakal, okaliptus, sitronel, paçuli, lavanta, sedirağacı, küçük limon, litsea cubeba (çin defnesi) ve sasafra yağlarıdır. Dünya çapında en popüler yağlar ise portakal yağı, nane yağı ve okaliptus yağlarıdır (İGEME, 2008).

Uçucu yağlar ve aromatik ekstraktlar, koku ve tat endüstrileri tarafından parfüm, gıda katkıları, temizlik ürünleri, kozmetikler ve ilaçların terkininde, aroma kimyasallarının kaynağı olarak veya doğala özdeş ve yarı-sentetik yararlı aroma kimyasallarının sentez başlangıç maddesi olarak kullanılırlar (Başer, 1998).

Uçucu yağların dünya üretimi 2004-2008 yılları arasında 1,6-2,5 milyar dolar ve tüketimi 1,8-2,7 milyar dolar civarında gerçekleşmiş olup yıllara göre üretim değerleri Çizelge 3.4'te ve tüketim değerleri de Çizelge 3.5'te sunulmuştur. Ancak bu rakamlara terementi² ürünleri dâhil değildir. 2007-2008 yıllarında dış satım ve dış alım değerlerinde önemli artışların olduğu dikkati çekmektedir. Çizelgeler incelendiğinde, uçucu yağ pazarında turunçgil yağlarının (portakal ve limon uçucu yağının) ilk sıralarda yer aldığı, nane yağının da bunları izlediği görülmektedir (Bayram vd., 2010).

² Terementi, değişik çam türlerinin gövdesine yapılan yaralamalar neticesinde elde edilen bir reçineli ürün.

Çizelge 3.4. Dünya Uçucu Yağlar Dış Satımı (1000 \$)

Kod	Ürünler	2004	2005	2006	2007	2008
330111	Bergamut Yağı	39.651	36.397	37.718	890	45
330112	Portakal Yağı	147.581	157.230	154.178	196.029	201.417
330113	Limon Yağı	140.323	182.118	209.246	274.030	297.988
330114	Misket Limonu Yağı	35.430	39.977	48.748	9.360	25
330119	Diğer Turunçgil Yağları	110.010	144.205	109.282	162.156	201.762
330121	Geranium Yağı	13.998	10.236	11.664	140	19
330122	Yasemin Yağı	10.394	12.448	10.307	5.528	1.811
330123	Lavanta Yağı	41.535	38.105	46.097	538	897
330124	Acı Nane Yağı	127.415	131.329	169.659	226.794	223.630
330125	Diğer Nane Yağları	84.379	85.599	107.849	115.111	175.847
330126	Güve Otu (Vetiver) Yağı	3.512	3.643	5.495	291	87
330129	Turunçgil Meyveleri Dışındaki Diğer Yağlar	489.137	543.939	604.692	769.996	859.692
330130	Rezinoitler	89.506	86.970	71.026	62.198	65.870
330190	Konkret ve Absolüleri İçeren Terpensiz Uçucu Yağlar	251.453	288.548	354.933	437.967	509.395
Toplam		1.584.324	1.760.744	1.940.894	2.261.028	2.538.485

Kaynak: İGEME, 2009.

Uçucu yağ üretiminde gelişmekte olan ülkeler büyük bir potansiyele sahiptir. Dünya üretiminin yaklaşık yarısı gelişmekte olan ülkelere, 1/4'ü gelişmiş ülkelere ve geri kalanı da Balkan ülkelerinden gerçekleştirilmektedir. En büyük uçucu yağ dış satımını yapan ülkeler Çin, Hindistan, ABD, AB ve Brezilya'dır. Gelişmiş ülkeler başlıca uçucu yağ ithalatçılarıdır. AB, ABD, Japonya ve İsviçre toplam dünya ithalatının 3/4'ünü yapmaktadırlar (Bayram vd., 2010).

Çizelge 3.5. Dünya Uçucu Yağlar Dış Alımı (1000 \$)

Kod	Ürünler	2004	2005	2006	2007	2008
330111	Bergamut Yağı	26.258	26.971	43.859	3.967	5.827
330112	Portakal Yağı	157.283	157.060	164.484	185.061	182.632
330113	Limon Yağı	140.124	187.163	223.776	273.105	313.111
330114	Misket Limonu Yağı	51.297	56.730	62.179	1.204	452
330119	Diğer Turunçgil Yağları	107.529	157.171	108.530	213.284	227.744
330121	Geranium Yağı	16.097	13.302	16.934	2.164	902
330122	Yasemin Yağı	9.629	10.059	11.413	645	1.086
330123	Lavanta Yağı	47.749	48.236	48.789	4.472	1.205
330124	Acı Nane Yağı	129.033	123.473	144.35	167.725	185.652
330125	Diğer Nane Yağları	122.585	134.324	166.534	171.093	193.421
330126	Güve Otu (Vetiver) Yağı	14.360	15.460	19.993	548	1.142
330129	Turunçgil Meyveleri Dışındaki Diğer Yağlar	644.429	683.259	733.413	1.001.491	1.147.240
330130	Rezinoitler	44.220	44.395	43.395	45.847	43.587
330190	Konkret ve Absoluleri İçeren Terpensiz Uçucu Yağlar	287.399	323.523	356.866	424.281	416.087
Toplam		1.797.992	1.981.126	2.144.200	2.494.887	2.720.088

Kaynak: İGEME, 2009.

3.5.2. Türkiye’de Uçucu Yağ Üretimi ve Pazarı

Yağ gülü (*Rosa damascena* Mill.), Rosaceae familyasından değerli bir uçucu yağ bitkisidir. Parfüm ve kozmetik endüstrisi için uçucu yağından faydalanan en önemli kokulu gül türü olan *Rosa damascena* var. *trigintipetale*; Pembe yağ gülü, Kazanlı gülü, Şam gülü, Damask gülü olarak da adlandırılan bildiğimiz Isparta gülüdür. Bugün Isparta merkez olmak üzere Göller yöresi dünyanın en önemli yağ gülü üretim merkezi konumuna yükselmiştir (Ağaoğlu vd., 2000; Göktürk Baydar vd., 2004).

Türkiye’de gülyağı üretiminin büyük bir kısmı Gül Yetiştiricileri Tarım Satış Kooperatifleri Birliği (GÜLBİRLİK) tarafından gerçekleştirilmektedir. Afyon’da yerleşik ‘Başmakçı Kooperatifi’ de organik gülyağı üretimi yapmaktadır. Türkiye’de gülyağı üretimi eski yıllarda aile işletme ve üretim düzeninde, ilkel yöntemlerle imal edilmekteyken günümüzde fabrika ölçeğinde tesisler kurulmuştur. Bu fabrikalardan, 4 tanesi Gülbirlik’e aittir. Gülyağı üretimi gerçekleştiren kooperatifler ve firmalar dışında köylerde, köylülere ait küçük kapasiteli damıtıcılarda da küçümsemeyecek miktarlarda gülyağı üretimi yapılmaktadır (İGEME, 2008).

Isparta ilinde çiçeklenme sezonu yaklaşık 2 ay (Mayıs başı-Temmuz başı arası) olup, çiçeklenme sezonu boyunca sabahın çok erken saatlerinden itibaren toplanan çiçekler damıtma veya ekstraksiyon için uçucu yağ tesislerine gönderilmektedir. Göller yöresinde her yıl yaklaşık 25 bin dekar yağ gülü plantasyon sahasından ortalama 10 bin ton yağ gülü çiçeği üretilmekte, yörede faaliyet gösteren 20 kadar damıtma ve ekstraksiyon tesisinde yılda 1,5 ton kadar gül yağı, 2 ton kadar absolüt ve 5 ton kadar konkret elde edilmektedir. Bu ürünlerin ihracatından Isparta ekonomisine yılda 15 milyon Euro'nun üzerinde döviz girdiği ve 10 bin kadar ailenin gülden geçimini sağladığı belirtilmektedir (Anonim, 2015).

Gülyağı üretiminde en önemli maliyet yaklaşık %75-80 pay ile gül çiçeği fiyatlarıdır. 1 kg gülyağı elde etmek için, iklim koşullarına göre değişmekle birlikte, yaklaşık 3.500 kg gül çiçeği işlenmektedir. Türkiye'de ortalama 1.5 ton kadar gül yağı ve 7 ton kadar da konkret üretimi yapılmaktadır (Bayram vd., 2010).

Gülyağı ve gül koncreti için GÜLBİRLİK tarafından minimum fiyat düzeyi belirlenmektedir. Fiyatın belirlenmesinde başlıca faktör gülyağı ihraç fiyatlarıdır. 2010 yılı için ürünlerin kg fiyatları gül çiçeği için 0.90 Euro, gül suyu için 3 Euro, konkret için 548 Euro, absolütü için 1300 Euro ve gülyağı için de 6100 Euro olarak belirlenmiştir (Giray ve Örmeci Kart, 2012).

Gül çiçeği fiyatları ile gülden elde edilen ürünlerin fiyatları arasında büyük farklılık vardır. Üreticiler gülyağı firmalarına müdahale edememektedir ve bu nedenle gül ürünlerinin ilave değerinden yararlanamamaktadır (Giray ve Örmeci Kart, 2012).

Türkiye'de üretilen gülyağının hemen hemen tamamı ihraç edilmektedir. 2010 yılı ihracatı 9 milyon dolardır. İhracatın önemli kısmı AB ülkeleri (Fransa, Almanya, İngiltere, Hollanda), ABD, İsviçre, Bahreyn, Hindistan ve Umman'a yapılmıştır. Gülyağı ve gül koncreti Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon numarası (GTİP no: 330129419012) ile ihraç edilmektedir (İGEME, 2011).

Çizelge 3.6. Türkiye'nin Gülyağı Dış Satımı

Yıllar	Miktar (kg)	(1000 \$)
2002	6,032	8.068
2003	4,330	9.784
2004	2,643	7.393
2005	2,159	7.174
2006	4,460	7.594
2007	3,860	9.383
2008	4,831	11.210
2009	4,903	8.492
2010	11,404	9.157

Kaynak: İGEME, 2011.

Defne yağı, Akdeniz bölgesinde *Laurus Nobilis* adı verilen ağacın yapraklarından elde edilir. Bu ağaç az miktarlarda Ege ve Karadeniz bölgelerinde de yetişmektedir. Türkiye'de yılda ortalama 1 ton kadar defne yağı üretilmektedir ve bunun da önemli bir kısmı ihraç edilmektedir (İGEME, 2008).

Sigala yağı (*styrax*), Latince ismi *Liquiambar Orientalis* olan, 15-20 metre yüksekliğine kadar erişen bir ağaç türünden elde edilmektedir. Bu ağaç türü, Doğu Akdeniz'e kıyısı olan Avrupa ülkeleri ve Yakın Doğu'da yetişmekte ve bunların gövdesinden elde edilen yağa 'Asya styrax yağı' adı verilmektedir. Bu yağın elde edildiği tek ülke Türkiye'dir. Üretim, atölye tipi üretim rlerinde, kısıtlı miktarlarda ve ilkel yöntemlerle yapılmaktadır. Diğer tür olan *Liquiambar Styraciflua* ise ABD'nin güneydoğu bölgesi, Meksika ve Merkezi Amerika'da yetişmektedir. Bu tür, 'Amerikan styrax yağı' adı verilen uçucu yağın kaynağıdır (İGEME, 2008).

Türkiye gülyağı dışında, sadece aromatik bitki üreticisi durumunda iken, son zamanlarda üretilen uçucu yağlar sayısında artış meydana gelmiş ve üretim miktarlarında da artış görülmektedir. Bununla birlikte, zengin bir tıbbi bitki tür çeşitliliğine ve ekolojik olarak bu bitkilerin tarımına elverişli olan Türkiye, halihazırda diğer uçucu yağların üretimi ve ticareti konusunda dünyada önemli bir yere sahip değildir (Bayram vd., 2010).

Türkiye'nin 2010 yılı uçucu yağlar ihracatı 17 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 3.7). İhraç edilen başlıca yağlar, gülyağı, stearopten yağı ve kekik yağıdır. Uçucu yağlar ihracatının büyük bir kısmı AB ülkelerine yöneliktir. 2010 yılında

başlıca ihracat yapılan ülkeler sırasıyla Fransa, Almanya, İngiltere, ABD ve İsviçre'dir.

Çizelge 3.7. Türkiye'nin Uçucu Yağlar Dış Satımı (1000 \$)

GTİP No.	Ürünler	2008	2009	2010
330112	Portakaldan elde edilen uçucu yağ	30	10	34
330113	Limondan elde edilen uçucu yağ	11	44	98
330119	Diğer turunçgillerden elde edilen uçucu yağ	30	15	29
330124	Mentha piperitadan elde edilen uçucu yağ	1	0	25
330129	Turunçgil hariç diğer bitkilerden elde edilen uçucu yağlar	23.087	19.941	15.264
330130	Rezinoitler	258	1	24
330190	Uçucu yağların terpeninin alınmasından arta kalan yan ürünleri, su ve çözeltileri	1.222	1.198	2.016
	Toplam	24.638	21.209	17.493

Kaynak: İGEME, 2011.

Türkiye'nin 2010 yılı uçucu yağlar ithalatı 12 milyon dolardır (Çizelge 3.8). İthal edilen başlıca yağlar, diğer turunçgillerden elde edilen yağlar, limon yağı, portakal yağı, rezinoitler, mentha piperitadan elde edilen yağlar ve nane yağıdır. Hindistan, Almanya, Fransa ve İspanya en fazla ithalat yapılan ülkelerdir (İGEME, 2011).

Çizelge 3.8. Türkiye'nin Uçucu Yağlar Dış Alımı (1000 \$)

GTİP No.	Ürünler	2008	2009	2010
330112	Portakaldan elde edilen uçucu yağ	651	521	788
330113	Limondan elde edilen uçucu yağ	863	682	710
330119	Diğer turunçgillerden elde edilen uçucu yağ	920	968	703
330124	Mentha piperitadan elde edilen uçucu yağ	2.925	1.423	890
330125	Naneden elde edilen uçucu yağ	358	417	960
330129	Turunçgil hariç diğer bitkilerden elde edilen uçucu yağlar	4.587	4.233	4.651
330130	Rezinoitler	1.492	1.800	1.599
330190	Uçucu yağların terpeninin alınmasından arta kalan yan ürünleri, su ve çözeltileri	1.849	1.175	1.854
	Toplam	13.644	11.219	12.155

Kaynak: İGEME, 2011.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

4.1. Materyal

Bu araştırmanın temel amacı, Isparta ilinde lavantanın pazarlama yapısı, sorunları ve lavanta dağıtım kanallarını belirlemektir.

Bu amaç kapsamında araştırmanın ana materyalini, Isparta ili Keçiborlu ilçesi Kuyucak, Çukurören ve Kuşçular köylerindeki lavanta üreten işletmelerden anket yöntemiyle elde edilen veriler oluşturmuştur. Ayrıca pazarlama kanalında yer alan diğer aktörlerle (işleyici-pazarlayıcı firma ve aracılar) de yüz yüze görüşülerek anket yapılmıştır.

Lavanta yetiştiricisi işletmelerden ve ilgili paydaşlardan elde edilen bu veriler 2013 üretim dönemini kapsamaktadır.

Araştırmada lavanta ekim alanı, verim gibi sayısal verilerin toplanmasında Isparta Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Keçiborlu Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü kayıtları ve kurum yetkilileri ile yapılan yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerden de yararlanılmıştır.

4.2. Yöntem

Isparta ilini lavanta üretimi bakımından Keçiborlu ilçesi ve köylerinin temsil ettiği, Isparta Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğünde görev yapan teknik elemanların görüşleri alınarak tespit edilmiştir.

Lavanta üreticileri ve pazarlama kanalında yer alan aktörler ziyaret edilerek, 63 adet lavanta üreticisi, 5 adet aracı ve 3 adet işleyici-pazarlayıcı firma ile görüşülmüş ve anket formları doldurulmuştur. Isparta Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Keçiborlu Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğünden alınan verilere göre Kuyucak, Çukurören ve Kuşçular köylerinde yaklaşık 80 lavanta üreticisi bulunmaktadır. Tam sayım amacıyla bütün üreticilere ulaşılmaya çalışılmış, ancak bazı üreticilerin sorulara cevap vermek istememesi, bazılarında alınan verilerin yeterince sağlıklı olmaması ve bazı üreticilerin de yerlerinde olmaması nedeniyle toplam 63 üretici anketi analizlere dâhil edilmiştir. İşletmeler arasında karşılaştırma

yapmanın daha kolay olması açısından işletmeler arazi genişliklerine göre üç gruba ayrılmıştır. Buna göre görüşülen işletme sahiplerinin 23'ünün (%36,51) işletme arazisi genişliği 10 dekarın altında (I. Grup işletmeler); 26'sı 10 ila 19,99 dekar arasında (II. Grup işletmeler) ve 14'ünün (%14) 20 dekar ve üzerindedir (III. Grup işletmeler) (Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. Ele alınan işletmelerin arazi genişlik gruplarına göre dağılımı

Grup No	Arazi genişliği (da)	N	%
I	0,1-9,99	23	36,51
II	10-19,99	26	41,27
III	20,00 ve üzeri	14	22,22
Toplam		63	100,00

İşletmelerde lavanta üretimine ait verilerin analizleri hem işletme büyüklük grupları itibariyle hem işletmeler ortalaması olarak ayrı ayrı hesaplanmıştır. SPSS istatistik programında hesaplanan tanımlayıcı istatistikler yardımıyla durum analizi yapılmış ve yorumlanmıştır. Ayrıca çalışmada lavantanın üreticiler açısından güçlü (G) ve zayıf (Z) yönleri ile tehdit (T) ve fırsatların (F) belirlenmesi amacıyla SWOT (GZTF) analizi yapılmıştır.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırma elde edilen veriler “İşletme ve işletmeciye ait bulgular” ve “İşleyici-pazarlayıcı firmalar ile aracılar ait bulgular” olmak üzere iki ana başlık altında ele alınmıştır.

5.1. Lavanta Üretimi Yapan İşletmecilere ve İşletmelere ait Bulgular

5.1.1. İşletmecilerin yaşı ve deneyimleri

İşletme yönetimi ve yeni tekniklerin kullanımı açısından önemli faktörler arasında olan işletmeci yaşları ve lavanta üretimindeki deneyim süreleri Çizelge 5.1’de verilmiştir. Görüşülen işletmecilerin ortalama yaşları 49,65 yıl olarak hesaplanmıştır. İşletmeci yaşları, I. işletme genişlik grubunda 50,43 yıl; II. işletme genişlik grubunda 49,58 yıl; III. işletme genişlik grubunda 48,50 yıl olarak tespit edilmiştir. İşletme büyüklüklerine göre işletmecilerin yaş ortalamaları arasında çok büyük farklılıklar olmamakla ve bu fark istatistiki açıdan anlamlı bulunmamakla birlikte genel olarak büyük işletme gruplarındaki işletmecilerin yaşlarının daha genç olduğu ifade edilebilir.

Aynı şekilde işletmecilerin lavanta üretimindeki deneyim süreleri ile işletme genişliği arasındaki ilişki de istatistiki açıdan anlamlı bulunmamıştır. İncelenen işletmelerde lavanta yetiştirmede deneyim süresi ise 16,25 yıl olarak tespit edilmiştir. İşletme genişlik grupları itibarıyla; I. işletme genişlik grubunda 13,35 yıl; II. işletme genişlik grubunda 17,69 yıl; III. işletme genişlik grubunda 18,36 yıl olarak hesaplanmıştır. İşletme gruplarında en yüksek lavanta yetiştirme deneyim süresinin III. işletme genişlik grubunda işletmelerde olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 5.1. İşletmecilerin yaşı ve işletmelerde lavanta yetiştirme deneyim süresi

İşletme grupları (da)	İşletmecinin yaşı*	İşletmelerde lavanta yetiştirmede deneyim süresi (yıl)**
I	50,43	13,35
II	49,58	17,69
III	48,50	18,36
Ortalama	49,65	16,25

*F_{hesap} (0.030) (P>0.05) ** F_{hesap} (4.787) (P>0.05)

5.1.2. İşletmecilerin eğitim ve işgücü durumları

Çizelge 5.2’de işletmecilerin eğitim durumlarına ilişkin veriler verilmiştir. Görüşülen işletmecilerin eğitim durumları belirlenirken hali hazırda mezun oldukları eğitim seviyesi dikkate alınmıştır. Buna göre, işletmecilerin %49,21’i ilkokul, %23,81’i ortaokul, %12,70’i lise, %6,35’i lisans ve %7,94’ü yüksekokul mezunu olduğu belirlenmiştir.

İlkokul mezunu oranı I. grupta; %69,57, II. grupta %42,31, III. grupta %28,57 olarak sıralanmaktadır. II. ve III. grupta ortaokul ve lise mezunu daha yoğunluktadır. (Çizelge 5.2).

Çizelge 5.2. Görüşülen işletmecilerin eğitim düzeyleri (%)

İşletme grupları (da)	İlkokul	Orta	Lise	Lisans	Yüksekokul
I	69,57	8,70	13,04	0,00	8,70
II	42,31	26,92	15,38	11,54	3,85
III	28,57	42,86	7,14	7,14	14,29
Ortalama	49,21	23,81	12,70	6,35	7,94

Görüşülen toplam 63 lavanta işletmecisinden lavanta üretimi konusunda herhangi bir eğitim alan olmamıştır. Diğer tarımsal faaliyetler konusunda da bir eğitim almayan işletmeciler aileden, ilçede bulunan uçucu yağ işleyen fabrika personelinden ve diğer çiftçilerden öğrendiği bilgilerle üretim faaliyetlerini sürdürmektedir.

Çizelge 5.3’te incelenen işletmelerde işletmecilerin lavanta tarımında kullanılan aile işgücü ve yabancı işgücü sayısı verilmiştir. Çizelge 5.3 incelendiğinde, işletmeciler ortalama 2,92 ile aile işgücü, ortalama 1,51 ile yabancı işgücü kullanmaktadırlar. İşletme genişlik grupları arttıkça yabancı işgücü sayısı artmaktadır.

Çizelge 5.3. Lavanta tarımında kullanılan işgücü

İşletme grupları (da)	Aile işgücü sayısı	Yabancı işgücü sayısı
I	2,96	0,09
II	2,96	1,77
III	2,79	3,36
Ortalama	2,92	1,51

5.1.3. İşletmecilerin işletme dışı tarımsal ve diğer faaliyet gelirleri

Çizelge 5.4'te incelenen işletmelerde işletme dışı tarımsal işin en fazla %15,38 ile II nolu işletme grubunda olduğu tespit edilmiştir. İşletme dışı tarımsal işten elde ettikleri gelir 1.838,46 TL'dir. Ortalama %12,7 işletmeci işletme dışı tarımsal işle uğraşmakta ve 838,73 TL gelir elde etmektedir (Çizelge 5.4). II. gruptaki işletmelerin işletme dışı tarımsal gelirlerinin yüksek çıkmasının nedeni bu gruptaki bazı işletmecilerin, yoğun olarak başkalarının tarlasını sürmesinden elde ettikleri gelirlerinin yüksekliğidir.

Çizelge 5.4. İşletmecilerin işletme dışı tarımsal iş yapma durumları ve elde ettikleri gelir durumları

İşletme grupları (da)	İşletme dışı tarımsal iş yapma (%)	İşletme dışı tarımsal gelir (TL)
I	8,70	110,43
II	15,38	1.838,46
III	14,29	178,57
Ortalama	12,70	838,73

İşletme genişlik grupları incelendiğinde işletmecilerin ortalama %34,92'si tarım dışı bir işle uğraşmakta ve 676,19 TL gelir elde etmektedir. Tarım dışı işle uğraşan işletmeciler %42,31 ile en fazla II nolu işletme grubunda olup, elde ettikleri gelir 1.430,76 TL olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.5). Görülebileceği gibi II. gruptaki işletmeler sadece işletme dışı tarımsal gelir açısından değil, tarım dışı gelir açısından da diğer iki gruba göre önemli ölçüde farklıdır. Bu grupta yer alan bazı işletme sahipleri tarımsal üretim dışında farklı bir meslek ile uğraştıkları için gelirleri daha yüksektir.

Çizelge 5.5. İşletmecilerin tarım dışı iş yapma durumları ve elde ettikleri gelir

İşletme grupları (da)	Tarım dışı iş yapma (%)	Tarım dışı gelir (TL)
I	30,43	234,78
II	42,31	1.430,76
III	28,57	217,23
Ortalama	34,92	676,19

5.2. Lavanta Tarımı ve Pazarlamasına İlişkin Bulgular

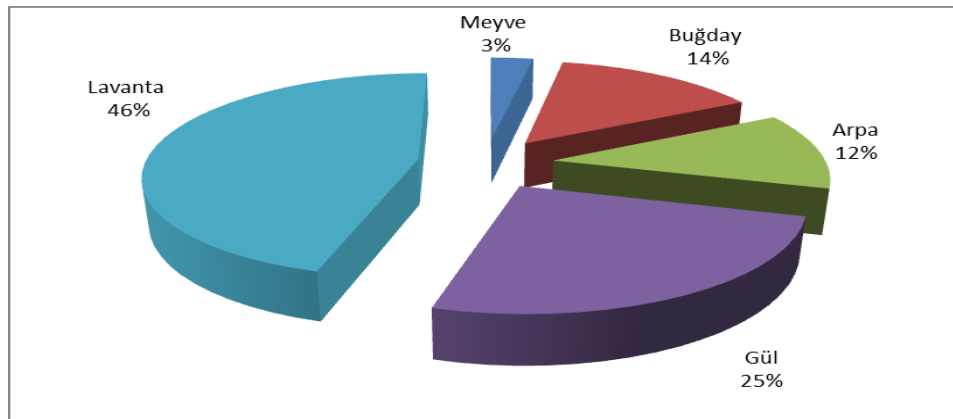
İşletmecilerin lavanta tarımını tercih etme nedeni en başta Isparta yöresinin sulanmayan, kırıaç ve eğimli arazilerini değerlendirmektir. İşçiliğinin kolay olması, her yıl sulanmasa da veriminin iyi olması, zaman olarak da gül hasadının ardından olması işletmecilerin lavanta tarımını bir diğer tercih sebebidir. Bunun yanında bakım masrafının az olması, yetiştirilmesinde maliyetlerin düşük olması, çeşitli sanayi kollarında talebinin artmaya başlaması da lavanta tarımını tercih için en büyük etkenler arasındadır. Lavanta tarımı babadan, yakın çevredeki lavantayı kuru ve yaş olarak işleyen fabrikalardan ilk olarak öğrenilmeye başlanmıştır. Araştırma sahasında görüşülen işletmecilerin %98,41'i yetiştirilen lavanta türünü bilmemektedir.

Lavanta çok yıllık bir bitki olması nedeniyle bitkiler araziye aktarılmadan önce derin sürüm yapıldıktan sonra tohum ekimi ya da fide dikiminden önce derin işlenmiş toprak diskaro ve tırmık ile düzeltilmesi gerekmektedir (Aslanca ve Sarıbaş, 2011).

Lavanta yetiştiriciliğinde toprak hazırlığı yapan işletmelerin büyük çoğunluğu bir başkasının arazini kiralamamakta, kendi arazilerini değerlendirmektedir. Bu bölümde işletmelerin lavanta tarımına ve lavanta pazarlamasına ilişkin bulguların yanı sıra ürün desenleri, desteklerden yararlanma ve örgütlenme gibi genel tarımsal faaliyetlerine ilişkin bulgular da alt başlıklar halinde sunulmaktadır.

5.2.1. İşletmelerin ürün desenlerinde arazi kullanım durumu

Görüşülen işletmelerde ortalama 31,42 dekar dikili arazinin %49'u lavanta; %21'i'u buğday; %19'u gül, %10 arpa ve %1'i de vişne arazisi olarak kullanılmaktadır (Şekil 5.1).



Şekil 5.1. Ürün desenlerinde arazi kullanımı

Araştırma yöresinde lavanta üreten işletmelerde, arazi parsel sayısı değerlendirildiğinde, görüşülen işletmelerin ortalama parsel sayısı 4,46'dır. İşletme genişlik grupları arasında parsel sayısı 2,70-6,57 arasında değişim göstermektedir (Çizelge 5.6).

Görüşülen işletmelerin dikim alanı ortalaması 12,06 dekadır. Ele alınan işletmelerde işletme arazisinin ortalama 11,32 da'ı mülk, 0,48 da'ı kiraya tutulan arazi olup, ortaklıkla işlenen arazi yoktur (Çizelge 5.6).

Ele alınan işletmelerde yaş ve kuru lavanta kg satış fiyatları incelendiğinde, görüşülen işletmeler ortalamasında lavantanın yaş kg fiyatının 0,32 TL/kg, kuru kg fiyatının ise 4,62 TL/kg olduğu hesaplanmıştır (Çizelge 5.6).

Çizelge 5.6. Lavanta arazi kullanımı

İşletme grupları	Parsel sayısı	Dikim alanı (da)	Mülk (da)	Kira (da)	Lavanta yaş (TL/kg)	Lavanta kuru (TL/kg)
I	2,70	4,76	4,76	0,00	0,22	4,11
II	4,88	11,46	11,46	0,00	0,24	5,08
III	6,57	25,18	21,82	2,14	0,61	4,63
Ortalama	4,46	12,06	11,32	0,48	0,32	4,62

5.2.3. İşletmelerde gayri safi üretim değeri

Tarım işletmelerinde bir yıl içerisinde üretilen bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretim miktarlarının çiftçi eline geçen fiyatlarla çarpılması sonucu bulunan değere, bitkisel ve hayvansal üretimdeki yıllık üretimin yıllık üretimin da ilave edilmesiyle gayri safi üretim değeri (GSÜD) elde edilmektedir (Açıl ve Demirci 1984, Erkuş ve Demirci 1985).

İncelenen işletmelerin bir yıl içerisinde tarımsal faaliyetleri sonucu elde ettikleri bitkisel ve hayvansal ürünlerin değeri GSÜD'ni oluşturmaktadır (Erkuş 1979).

Araştırma sahasında incelenen işletmelerde GSÜD'nin büyük kısmı bitkisel üretimden elde edilmektedir. İşletmeler ortalamasında GSÜD'nin 61,59'unu bitkisel üretim, 38,41'ni de hayvansal üretim oluşturmaktadır (Çizelge 5.7).

Çizelge 5.7. GSÜD'nin üretim şubelerine göre dağılımı

İşletme grupları	Bitkisel üretim değer (TL)	Bitkisel üretim (%)	Hayvansal üretim değer (TL)	Hayvansal üretim değer (%)	GSÜD toplamı	GSÜD toplamı (%)
I	5.754,35	61,66	5.360,87	38,34	11.115,22	100,00
II	9.419,23	58,13	6.873,08	41,87	16.29,231	100,00
III	18.290,00	67,79	9.492,86	32,21	27782,86	100,00
Ortalama	10.052,54	61,59	6.903,17	38,41	16.955,71	100,00
F	10,35		1,01		5,61	

İşletme gruplarına göre bitkisel üretim değerleri karşılaştırıldığında işletmeler arasında istatistiki açıdan anlamlı fark bulunmuştur. LSD testi ile fark incelendiğinde fark arazisi geniş olan III. gruptan kaynaklanmaktadır. Hayvansal üretim açısından gruplar incelendiğinde ise istatistiki bir fark bulunamamıştır. Bunun nedeni, işletmelerdeki hayvan varlığının azlığıdır. İşletme gruplarına göre GSÜD'ye bakıldığında anlamlı olan istatistiki açıdan anlamlı bulunan fark I. ve III. gruptan kaynaklanmaktadır.

5.2.4. Devletten alınan tarımsal destekler

Araştırma sahasındaki işletmeciler devletten bitkisel üretim, hayvansal üretim, süt üretimi, tarla ve mazot-gübre desteği almaktadır. Çizelge 5.8'de işletmecilerin 2013 yılında devletten ortalama 1.243,97 TL destek aldıkları hesaplanmış olup, işletme grupları içerisinde en fazla destek alan işletmeler, 20 dekar ve üstü tarım arazisine sahip III nolu işletme grubudur. Bunun nedeni bu grupta yer alan büyük bir işletmenin devletten aldığı tarımsal destek miktarının yüksek olmasıdır.

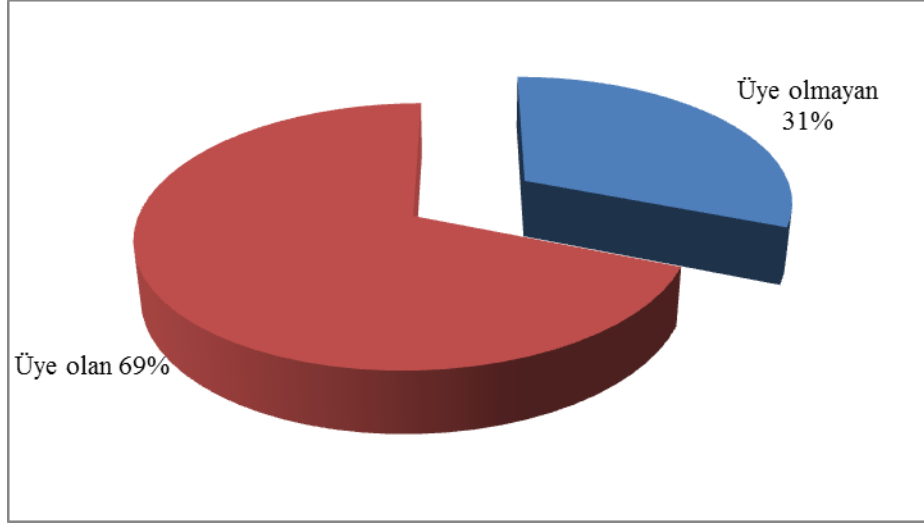
Çizelge 5.8. Devletten alınan destek miktarı

İşletme grupları	Destek (TL)
I	354,57
II	451,54
III	4.176,79
Ortalama	1.243,97

5.2.5. Tarımsal örgütlenme

Araştırma bölgesinde görüşülen işletmecilerin %69'u tarım kredi kooperatifi, ziraat odası, tarımsal kalkınma kooperatifi, tarım satış kooperatifi, sulama birliği ve süt

birliğine üyedir (Şekil 5.2). İşletmecilerin büyük bir kısmı özellikle tarım kredi kooperatiflerine ve ziraat odalarına üye olmakla birlikte, üreticiler arasında pek çok konuda birlik sağlanamadığından üyeliğin yarar sağlamadığını düşündüklerini ifade etmektedirler.



Şekil 5.2. Tarımsal örgütlenme

5.3. İşletmelerde Lavanta Yetiştiriciliğinin Teknik Yapısı

Araştırma sahasında bulunan işletmelerin %96,82'si sulama yapmamaktadır. Sulamanın yapılması lavanta verimini daha da arttırmasına rağmen, araştırma yapılan bölgede su miktarının az olması sulama yapılmasını engellemektedir.

Lavanta üreten işletmelerin geneli ilaçlamaya gerek duymamaktadır. Ancak 2013 yılında bazı işletmecilerin lavantalarının çekirge istilâsına uğraması kimyasal ilaç kullanımını beraberinde getirmiştir. Fakat işletmeciler ilaç seçiminde herhangi bir araştırma yapma gereği duymamış, diğer ürünlerde kullandıkları ilaçları lavantada da uygulamışlardır.

Araştırma sahasında elde edilen verilere göre işletmelerde en fazla suni gübreleme yapılmasının yanında az miktarlarda hayvan gübrelemesi ve yaprak gübrelemesi de yapılmaktadırlar. Çizelge 5.9 incelendiğinde, suni gübreleme yapanların oranı yapmayanlara göre daha fazladır. İşletmeler en çok 20-20-20 ve 15-15-15'i tercih etmektedirler. İşletmecilerin lavanta yetiştiriciliğinde suni gübreleme yapma durumu %5 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

Çizelge 5.9. Lavanta yetiştiriciliğinde suni gübreleme (%)

İşletme grupları(da)	*Sunî gübreleme yapan	Sunî gübreleme yapmayan	Toplam
I	57	43	100,00
II	85	15	100,00
III	71	29	100,00
Ortalama	71	29	100,00

* X^2_h : 6.744

5.2.2. Lavanta yetiştiriciliğinde toprak işleme

Görüşülen işletmecilerin lavanta yetiştiriciliğinde toprak işleme durumları incelendiğinde işletmecilerin %90'ının toprak işleme yaptığı, %10'unun da toprak işleme yapmadığı tespit edilmiştir (Çizelge 5.10). Toprak işleme yapmayan az sayıdaki üretici, kendi ifadeleriyle ya lavanta dikim alanlarının az olmasından dolayı toprak işleme gerekle duymamakta veya yaşlı olduklarından uğraş güçlerinin olmamasını öne sürmektedirler.

Çizelge 5.10. Lavanta yetiştiriciliğinde toprak işleme oranları (%)

İşletme grupları (da)	Toprak işleme yapan	Toprak işleme yapmayan	Toplam
I	91,00	9,00	100,00
II	96,00	4,00	100,00
III	79,00	21,00	100,00
Ortalama	90,00	10,00	100,00

5.2.6. İşletmelerde lavanta üretim miktarları

Araştırma bölgesindeki işletmelerde 1995-2013 yılları arasındaki 5'er yıl aralıklarla lavanta üretim miktarlarının üretim alanı ve verim miktarları incelendiğinde, işletmeler ortalamasında üretim alanının ve verimin 2013 yılına doğru artış gösterdiği görülmektedir. 2013 yılında işletmeler ortalamasında üretim alanı 11,37 da, verim 635,36 kg/da olarak hesaplanmıştır (Çizelge 5.11).

Çizelge 5.11. İşletmelerde lavanta üretim miktarları

İşletme grupları	1995		2000		2005		2010		2013	
	Üretim alanı (da)	Verim (kg/da)	Üretim alanı (da)	Verim (kg/da)	Üretim alanı (da)	Verim (kg/da)	Üretim alanı (da)	Verim (kg/da)	Üretim alanı (da)	Verim (kg/da)
I	2,89	139,78	3,35	222,61	3,91	284,78	4,63	333,91	4,76	376,52
II	4,71	181,35	6,08	281,35	7,63	405,77	9,88	585,96	11,42	741,15
III	11,21	496,79	14,71	594,64	17,68	790,71	19,89	973,21	22,11	985,36
Ortalama	5,49	236,27	7,00	329,52	8,51	447,14	10,19	580,00	11,37	635,79
F değeri	11,952	12,177	21,678	9,207	39,437	12,557	65,661	10,828	115,638	13,909

Arazi büyüklüğü arttıkça verim ve üretim alanları artmaktadır. LSD testi ile gruplar arasındaki fark incelendiğinde, fark III. grup (geniş arazili) işletmelerden kaynaklanmaktadır.

5.3.1. Lavanta maliyetleri

Çizelge 5.12’de lavantanın ekonomik verime geçme süresi işletmeler ortalamasında 3,63 yıl, lavanta bahçesinin verim süresi 27 yıl, 1 da lavanta bahçesinin tesisi 508,57 TL, 1 da lavanta bahçesinin verime geçinceye kadarki bakım masrafı da 695,40 TL olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 5.12. Lavanta verim ve maliyet bulguları

İşletme grupları(da)	Ekonomik verim başlangıcı (yıl)	Verim süresi (yıl)	1 da lavanta bahçesi maliyeti (TL)	1 da lavanta bahçesi bakım masrafı (TL)
I	3,30	36,74	358,26	691,30
II	3,63	21,38	601,92	646,54
III	4,14	21,43	582,14	792,86
Ortalama	3,63	27,00	508,57	695,40

Lavanta yetiştiriciliğinde toprak hazırlığı mart-nisan ayları ile ekim-kasım ayları olmak üzere iki defa yapılmaktadır. Toprak hazırlığında başlıca traktör, pulluk ve el çapası gibi ekipmanlar kullanılmaktadır. Toprak hazırlığını işletmeler genellikle kendileri yapmaktadır. Gübreleme işlemi genellikle şubat-mart ayları ile ekim-kasım aylarında bir kez yapılır. Gübreleme işleminde çiftçiler genellikle 20-20-20, hayvan gübresi ya da çim gübresini tercih etmektedirler. Çapalama işlemi şubat-mart aylarında ya da ekim ayında bir defa yapılmakta olup, çapalama işlemi elle ya da bıçkı motoruyla gerçekleştirilmektedir. Hasat işlemi traktör, pulluk ve bıçkı motoru ekipmanları yardımıyla temmuz-ağustos aylarında tamamlanmaktadır.

Çizelge 5.13'te işletmelerin dekar başına ortalama toplam üretim masrafları hesaplanmıştır. Buna göre işletmelerin dekara ortalama toplam masrafı en çok hasat işleminde işgücü maliyetine ait olup, %80,25 TL'dir. İşletmeler ortalamasında maliyetler en çok hasat işgücü maliyetinde %77,34 TL, toprak hazırlığı işgücü maliyetinde %6,61 TL olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 5.13. Ortalama toplam üretim masrafı (%)

İşletme grupları (da)	I	II	III	Ortalama
Toprak Hazırlığı İşgücü Maliyeti	3,26	8,1	11,39	6,61
Toprak Hazırlığı Çekigücü Maliyeti	2,46	2,39	2,62	2,45
Gübre İşgücü Maliyeti	0,99	2,93	2,86	2,14
Gübre Çekigücü Maliyeti	0,73	0,11	1,49	1
Çapa İşgücü Maliyeti	0,99	2,93	2,86	2,14
Çapa Çekigücü Maliyeti	0,73	1,08	1,49	1
Hasat İşgücü Maliyeti	80,25	76,13	72,85	77,34
Hasat Çekigücü Maliyeti	10,6	5,34	4,44	7,33
Toplam Maliyet	100	100	100	100

Çizelge 5.14'te I nolu işletmeler için dekar başına ortalama lavanta üretim maliyetleri hesaplanmıştır. Hasatta kullanılan işgücü ve çekigücü diğer üretim işlemi maliyetlerinden daha fazla olup, işgücü tutarı 168,89 TL, çekigücü 22,30 TL olarak hesaplanmıştır. Toplam üretim masrafı I nolu işletme grubunda dekar başına 210,45 TL'dir.

Çizelge 5.14. Ortalama lavanta üretim masrafları (I. grup)

Üretim işlemleri	Kullanılan İşgücü ve Çekigücü				Toplam Tutar (TL)
	İşgücü		Çekigücü		
	Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	
I. Toprak Hazırlığı	3,79	6,87	0,75	5,17	12,04
II. Gübreleme	2,35	2,07	0,18	1,54	3,62
III. Çapalama	3,44	2,07	-	1,54	3,62
IV. Hasat	44,08	168,89	3,13	22,30	191,19
Toplam Üretim Masraf	53,66	179,90	4,06	30,55	210,45

Çizelge 5.15'te II nolu işletmeler için dekar başına ortalama lavanta üretim maliyetleri hesaplanmıştır. Toplam üretim maliyeti 222,88 TL olup, bunun 200,81 TL'lik kısmını işgücü, 22,07 TL'lik kısmını da çekigücü oluşturmaktadır.

Çizelge 5.15. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (II. grup)

Üretim işlemleri	Kullanılan İşgücü ve Çekigücü				Toplam Tutar (TL)
	İşgücü		Çekigücü		
	Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	
I. Toprak Hazırlığı	1,87	18,05	0,62	5,34	23,38
II. Gübreleme	0,97	6,54	0,29	2,41	8,95
III. Çapalama	1,60	6,54	0,12	2,41	8,95
IV. Hasat	43,50	169,68	1,50	11,91	181,60
Toplam Üretim Masrafı	47,93	200,81	2,52	22,07	222,88

Çizelge 5.16'da III nolu işletme grubuna ait dekar başına ortalama lavanta üretim maliyetleri hesaplanmıştır. Toplam üretim maliyeti 132,93 TL olup, bunun 119,57 TL'lik kısmını işgücü, 13,35 TL'lik kısmını da çekigücü oluşturmaktadır.

Çizelge 5.16. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (III. grup)

Üretim işlemleri	Kullanılan İşgücü ve Çekigücü				Toplam Tutar (TL)
	İşgücü		Çekigücü		
	Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	
I. Toprak Hazırlığı	1,78	15,14	0,78	3,49	18,63
II. Gübreleme	1,08	3,80	0,20	1,98	5,78
III. Çapalama	1,00	3,80	0,06	1,98	5,78
IV. Hasat	24,52	96,83	0,71	5,90	102,73
Toplam Üretim Masrafı	28,39	119,57	1,75	13,35	132,93

Çizelge 5.17’de üç işletme grubunun dekar başına lavanta üretim maliyetinin genel ortalaması verilmiştir. Üretim maliyetleri incelendiğinde, toprak hazırlığı için 18,08 TL, gübreleme ve çapalama için 6,26 TL, hasat için 168,98 TL dekar başına ortalama masraf hesaplanmıştır.

Çizelge 5.17. Ortalama lavanta üretim maliyetleri (Ortalama)

Üretim işlemleri	Kullanılan İşgücü ve Çekigücü				Toplam Tutar (TL)
	İşgücü		Çekigücü		
	Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	
I. Toprak Hazırlığı	2,58	13,19	0,70	4,89	18,08
II. Gübreleme	1,52	4,27	0,23	1,99	6,26
III. Çapalama	2,18	4,27	0,06	1,99	6,26
IV. Hasat	39,80	154,35	1,96	14,63	168,98
Toplam Üretim Masrafı	46,08	176,08	3,17	23,50	199,58

5.2.7. Lavanta satış fiyatları

Lavanta satışı yapan işletmelerin yaş-kuru satış miktarları ve satış fiyatları işletme genişlik gruplarına göre değil genel ortalama olarak hesaplanmıştır. Buna göre yaş olarak satılan lavanta miktarı ortalama 1008,41 kg ve satış fiyatı 0,32 TL/kg; kuru olarak satılan lavanta miktarının 1206,37 kg ve kuru satış fiyatının da 4,62 TL/kg’dir. Aynı yıl için kuru lavantanın üreticiden alım fiyatı aracılardan alınan bilgiye göre 6,00 TL/kg ve nihai tüketiciye satış fiyatı ise 10 TL/kg’dir. Aynı yılın lavanta yağı ihracat fiyatı ise 80 TL/kg’dir.

5.3.7. İşletmecilerin lavanta fideciliği yapma durumları

Çizelge 5.18’de işletmecilerin lavanta fideciliği yapma durumları incelendiğinde her üç işletme grubunda da fideciliğin çok yoğun yapılmadığı görülmektedir. İşletmelerin sadece %9,52’sinde fidecilik yapılmaktadır.

Çizelge 5.18. İşletmelerin lavanta fideciliği yapma durumu

İşletme grupları(da)	Gruplara göre işletme sayıları	Fidecilik yapan	Fidecilik yapan (%)	Fidecilik yapmayan	Fidecilik yapmayan (%)
I	23	-	-	23	100,00
II	26	12	46,15	14	53,85
III	14	7	50,00	7	50,00
Ortalama	63	6	9,52	57	90,48

Lavanta fideciliği işletmelere çok fazla gelir getirmemektedir. Fide satışı daha çok Isparta dışından gelen lavanta yetiştirmek isteyen kişilere talep üzerine yapılmaktadır. Fide satışı yılda ortalama 19 adettir (Çizelge 5.19).

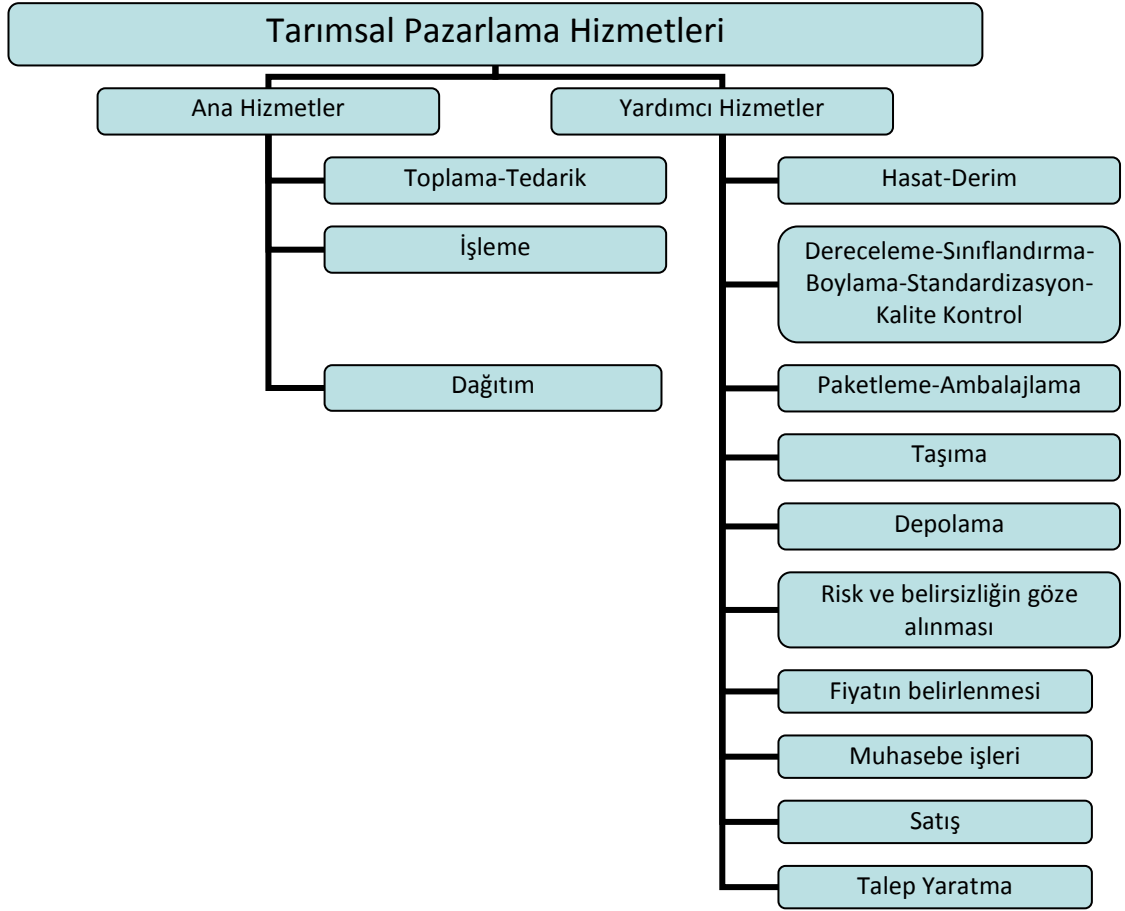
Çizelge 5.19. İşletmelerin yıllık fide satış ortalamaları (adet/yıl)

İşletme grupları	Yıllık fide satış ortalaması (adet/yıl)
I	0
II	25
III	39
Ortalama	19

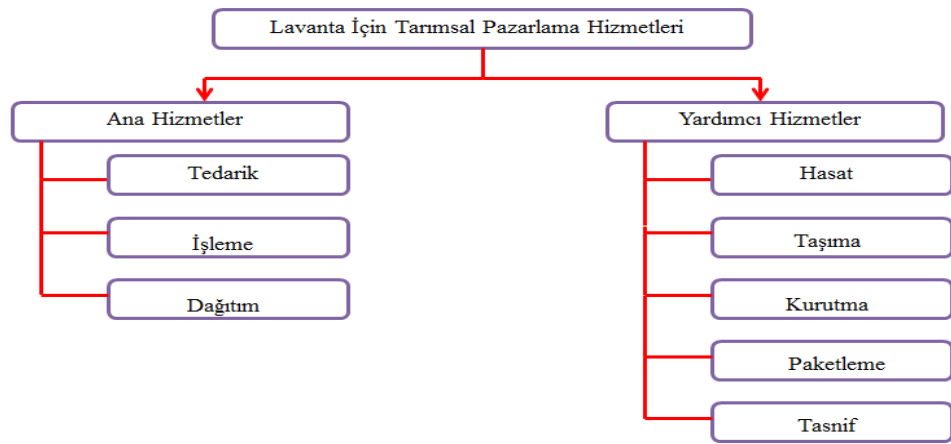
5.5. Lavanta Üretimi Yapan İşletmelerde Lavanta Pazarlama Yapısı

5.5. Lavanta Üretimi Yapan İşletmelerde Lavanta Pazarlama Yapısı ve Pazarlama Hizmetleri

“Tarımsal pazarlama tarım ürünlerinin üreticiden son tüketiciye ulaştığı ana kadarki olayları inceleyen bir bilim dalıdır” ve ürünlerin üstün nitelikte yetiştirilmesinin “iyi bir değer” kazanması için yeterli olmadığı, bunun ancak “tüketicinin istediği zaman, yer ve şekilde” sunulması ile mümkün olacağı (Güneş, 1996) tanımlarından hareket edilerek bu bölümde lavantanın üreticiden tüketiciye ulaştırılması sırasında geçtiği yollar ve işlemler incelenmiştir. Güneş (1996) bu zincirde gerçekleştirilen hizmetleri “pazarlamanın ana hizmetleri” ve “pazarlamanın yardımcı hizmetleri” olarak iki gruba ayırmış ve her iki gruba dâhil hizmetleri aşağıdaki Şekil 5.3’de görselleştirildiği gibi tanımlamıştır. Benzer şekilde Çalışmada elde edilen bilgilere dayalı olarak, belirlenen lavanta pazarlama hizmetleri de Şekil 5.4’te sunulmuştur.



Şekil 5.3. Tarımsal pazarlama hizmetleri (Güneş, 1996)



Şekil 5.4. Lavanta için tarımsal pazarlama hizmetleri

Araştırma sahasında bulunan işletmeciler, tarımsal pazarlamanın ana hizmetlerine genel olarak dâhil olmamaktadır. Üretim ve hasattan dolayı “tedarik” hizmetine katkı verdikleri kabul edilebilir ancak bu tamamen kendi üretimleri ile sınırlıdır. Çok az sayıda üretici (5 kişi) kendi koşullarında yağ çıkararak ana hizmetlerden işlemeye dâhil olmaktadır. Zincirin, son tüketiciye yaklaşan kısmında lavanta üreticileri değil, işleyiciler, aracılar ve aktarlar yer almaktadır. Pazarlamanın yardımcı hizmetleri açısından değerlendirildiğinde ise tüm üreticiler hasat hizmetini kendileri yüklenmektedir.

Üreticiler tarafından hasattan sonra en fazla gerçekleştirilen pazarlama hizmeti taşımadır (%46,03). İşletmecilerin çoğu lavantayı hasat ettikten sonra yaş halde fabrikalara ve kurutmanın hemen ardından da Isparta dışına sattığı için depolama işlemine gerek duymamaktadırlar (Çizelge 5.20).

Çizelge 5.20. Lavanta için hasat sonrası pazarlama işlevleri (%)

Grup	Hasat	Kurutma	Tasnif	Taşıma
I	100,00	8,7	13,04	52,17
II	100,00	26,92	7,69	38,46
III	100,00	42,86	7,14	50,00
Ortalama	100,00	23,81	9,53	46,03
Ki-Kare	-	1,192	0,533	5,350

İşletme büyüklükleri hasattan sonra yapılan işlemler açısından istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur.

5.5.1. Sözleşmeli lavanta üretim durumu

İşletme sahadındaki lavanta üreticilerinin herhangi bir kişi veya firma ile sözleşmeli üretimde bulunmadıkları tespit edilmiştir. Üreticilerin sözleşme yapmamalarının en temel nedeninin kişi veya firmalara olan güven eksikliği olduğu ifade edilmiştir.

5.5.2. Lavanta satış kanalı

Çizelge 5.21’de lavantanın kuru, yaş ve yağının ilk satış yerleri gösterilmiştir. Üreticilerin %83’ü depolama yapmamaktadır. Depolayan üreticiler, kuru haldeki lavantayı depoda bekletip yıl içerisinde çeşitli illerden gelen aracılara daha yüksek

fiyatlardan satmaktadırlar. Depolama imkânları kısıtlı olan üreticiler yaş haldeki lavantanın büyük bir kısmını hasattan hemen sonra tarladan veya evinden Kuyucak Köyü'nde bulunan Robertet Firması'na satmaktadır. Taşıma imkânı olmayan üreticilerin lavantalarını köye gelen firma veya aracılar almaktadır. Yağını çıkartma imkânı olanlar, çıkardıkları lavanta yağlarını evinde depolayıp, yıl içerisinde daha yüksek fiyattan satışa sunmaktadır. Çizelge 5.21 incelenecek olursa, işletme genişlik grupları içerisinde, toplamda tarladan satış yapanlar % 80,95 evden satış yapanlar da % 19,05 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 5.21. Lavanta satış kanalı (%)

İşletme grupları	Tarla	Ev	Toplam
I	26,98	73,02	100,00
II	34,92	65,08	100,00
III	19,05	80,95	100,00
Ortalama	80,95	19,05	100,00

5.5.3. Yaş ve kuru lavanta satış miktarı

Çizelge 5.22'de incelenen işletmelerde lavantanın yaş olarak satış miktarı işletmeler ortalamasında 1.008,41 kg, kuru olarak satış miktarı da 1.206,37 kg olarak bulunmuştur.

Çizelge 5.22. Lavanta satış miktarı (kg)

İşletme grupları	Satılan miktar	Satılan miktar	Toplam
	yaş	kuru	
		(kg/işletme)	
I	310,87	689,13	1.000,00
II	1.076,92	1.059,62	2.136,54
III	2.027,14	2.328,64	4.355,79
Ortalama	1.008,41	1.206,37	2.214,78
		(%)	
I	31,09	68,91	100,00
II	50,41	49,59	100,00
III	46,54	53,46	100,00
Ortalama	45,53	54,47	100,00

5.5.4. Lavantanın satış şekli

Bölgede görüşülen işletmelerin lavanta satış şekilleri Çizelge 5.23'te verilmiştir. Buna göre, işletmelerin ortalama %76,19'u hasattan önce peşin satış şeklini tercih etmektedirler. Bu oran işletme grupları itibarıyla; I. işletme genişlik grubunda %78,26, II. işletme genişlik grubunda %76,93, III. işletme genişlik grubunda %71,43'tür.

Çizelge 5.23. Lavantanın satış şekli (%)

İşletme grupları	I	II	III	Ortalama
Hasattan önce peşin	78,26	76,93	71,43	76,19
Hasattan sonra peşin	21,74	7,69	14,29	14,29
Hasattan sonra vadeli	0,00	7,69	7,14	4,76
Tümünü depolayarak	0,00	0,00	7,14	1,59
Bir bölümünü depolayıp	0,00	7,69	0,00	3,17
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Çizelge 5.23'te görüldüğü gibi işletmelerin büyük bölümü ürettikleri lavantayı hasattan sonra peşin satmaktadır. Hasattan hemen sonra satmalarının nedeni işletmelerin pek çoğunun depolama imkânı olmadığı için lavantayı yaş halde ellerinde bulundurmamak istememeleridir.

5.5.5. Tasnif-Sınıflandırma

Görüşme yapılan işletmelerin lavantayı herhangi bir sınıflandırma veya boylamaya tabi tutma durumları irdelendiğinde; işletmelerin %5'i evet yanıtını, %95'i de hayır yanıtını vermişlerdir. Burada çoğunlukla sınıflandırma yapılmamasının asıl nedeninin lavanta yaş iken toplu halde fabrikaya verilerek yağının çıkartılmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır (Çizelge 5.24).

Çizelge 5.24. İşletmelerin pazarlama sırasında lavantayı sınıflandırma durumu (%)

İşletme grupları	Sınıflandırma yapan	Sınıflandırma yapmayan	Toplam
I	4,00	96,00	100,00
II	4,00	96,00	100,00
III	7,00	93,00	100,00
Ortalama	5,00	95,00	100,00

5.5.6. Lavanta pazarı ile ilgili bilgileri nereden aldıkları

Çizelge 5.25’de görüşülen işletmelerin lavanta pazarı ile ilgili bilgileri nereden aldıkları araştırılmıştır. Buna göre, işletmeler lavanta pazarı ile ilgili bilgileri en çok %68,26 ile diğer yetiştiricilerden almaktadırlar. İşletme grupları incelendiğinde bu oran I. işletme genişlik grubunda %78,26, II. işletme genişlik grubunda %61,53 ve III. işletme genişlik grubunda da %64,29’dur.

Çizelge 5.25. İşletmelerin lavanta pazarı ile ilgili bilgi kaynakları (%)

İşletme grupları	I	II	III	Ortalama
Kooperatif	4,34	0	0	1,59
Ziraat Odası	4,35	0	7,14	3,17
İlçe Tarım Müdürlüğü	0	7,69	0	3,17
Diğer yetiştiriciler	78,26	61,53	64,29	68,26
Medya	4,35	19,23	7,14	11,11
Kendim araştırıyorum	0	3,86	0	1,59
İhracatçı firmalar	8,7	7,69	21,43	11,11
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

5.5.7. Firma ödemeleri

Lavanta satışı yapan işletmelere firmaların ödeme şekli Çizelge 5.26’da gösterilmiştir. Buna göre; işletmeler firmalarla %75 ile peşin satış yapmaktadırlar. İşletme grupları içerisinde I. gruptaki işletmelerin peşin satış yolunu tercihi %82,61, II. genişlik grubundaki işletmelerin %76,92, III. genişlik grubundakilerin de %57,14’tür.

Çizelge 5.26. Firmaların işletmelere ödeme şekli (%)

İşletme grupları	I	II	III	Ortalama
Vadeli satış	8,70	3,85	21,43	9,52
Peşin satış	82,61	76,92	57,14	74,60
Bir kısmı vadeli bir kısmı peşin	4,34	11,54	7,14	7,94
Şartlara göre değişen	4,35	7,69	14,29	7,94
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

5.5.8. Lavanta satış fiyatları

Daha önce belirtildiği gibi işletmelerin yaş olarak satılan lavanta miktarı ortalama 1008,41 kg ve kuru olarak satılan lavanta miktarının 1206,37 kg'dır. Üreticilerin lavanta satış fiyatı, başka bir deyişle, firmaların 2013 yılında üreticiden alım fiyatları, yaş olarak 0,32 TL/kg ve kuru olarak da 4,62 TL/kg'dır. Lavanta yağı 80 TL/kg'dan Fransa'ya ihraç edilmiştir. Aracılar üreticiden kuru lavantayı 6 TL/kg'dan alıp, tüketiciye 10 TL/kg'dan satmaktadır. İşletmelerin söz konusu fiyatlara ilişkin algıları araştırılmıştır. Buna göre işletmecilerin %8'i lavanta fiyatını düşük, %65'i orta, %27'si yüksek bulmaktadırlar (Çizelge 5.27).

Çizelge 5.27. İşletmelerin fiyatlara ilişkin algıları (%)

İşletme grupları	Düşük	Orta	Yüksek
I	4,00	74,00	22,00
II	12,00	70,00	19,00
III	7,00	43,00	50,00
Ortalama	8,00	65,00	27,00

İşletmelerin %11,11'i firmalarla anlaşarak fiyat belirlediklerini, %79,37'si firmaların kendilerinin lavanta fiyatını belirlediğini, %6,35'i o yılki lavanta miktarına bağlı olarak lavanta fiyatının belirlendiğini ve %3,17'si de tüccarla veya fabrikayla anlaşarak belirlediklerini ifade etmiştir (Çizelge 5.28).

Çizelge 5.28. Lavanta fiyatının belirlenmesi (%)

İşletme grupları	I	II	III	Ortalama
Firmalarla anlaşarak	13,04	3,85	21,43	11,11
Firmalar kendileri belirliyor	86,96	84,62	57,14	79,37
Lavanta miktarına bağlı	-	3,85	21,43	6,35
Tüccarla ya da fabrikayla anlaşarak	-	7,68	-	3,17
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

5.5.10. Lavantanın satış yeri

Çizelge 5.29'da işletmecilerin lavanta satış yerleri işletme gruplarına göre sunulmakta ve Şekil 5.5'te de genel ortalamalara göre lavanta satış yerleri verilmektedir. Buna göre, işletmelerin %13'ü lavantayı tarladan, %6'sı komisyoncuya, %13'ü fabrikaya, %32'si toplama merkezinden, %37'sinin de işletmeden satmaktadır.

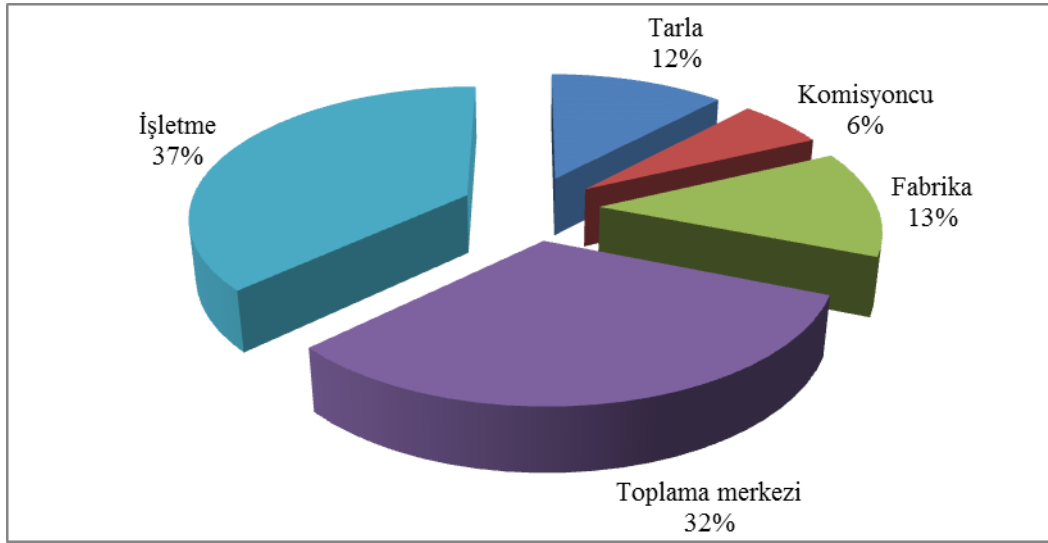
Çizelge 5.29. Lavantanın satış yeri (%)

İşletme grupları	Tarla	Komisyoncu	Fabrika	Toplama merkezi	İşletme	Toplam
I	4,00	5,00	17,00	36,00	38,00	100,00
II	22,00	8,00	8,00	31,00	31,00	100,00
III	7,00	7,00	14,00	29,00	43,00	100,00
Ortalama	12,00	6,00	13,00	32,00	37,00	100,00

İşletmecilerin tarladan satmalarının nedeni, depo ücreti vermemek, tüccarın avluya gelip satın alması ve taşıma maliyeti olmaması, bazı işletmecilerin depolarının avlusunda mevcut olmasından dolayı saklama imkânının olması ve ulaşım kolaylığıdır.

İşletmecilerin komisyoncuya satış nedenleri, peşin satış imkânının olması ve komisyoncuya olan güvenleridir. Fabrikaya satmalarının nedenleri, yaş olarak işlemenin zor olması, yaş olarak satabilecekleri başka bir pazarlama kanalı olmaması ve ürünün bozulma ihtimalinin yüksek olmasıdır. Toplama merkezinden satış

nedenleri nedenleri, köyde toplama yerinden tüccarın doğrudan alması ve ulaşım kolaylığıdır.



Şekil 5.5. Lavanta satış yerleri

İşletmecilerin lavantayı işletmeden satış nedenleri ise köyde deponun olmaması buna bağlı olarak işletmedeki yaş ürünün bozulma ihtimalinin yüksek olması, üreticilerin başka işlerde de çalışmalarından kaynaklanan zamanlarının olmaması, doğrudan işletmeden fabrikaya göndermeleri, taşıma masrafının olmayışı ve bağlı olduğu aracının doğrudan işletmeden gelip almasıdır.

Çizelge 5.30'da lavanta üreten işletmelerin araştırmanın yapıldığı üretim döneminde gerçekleştirdikleri satış şekilleri incelenmiştir.

Üreticiler lavantayı %69,84 ile en fazla tüccarlara satmaktadır. Bunun nedenleri, üreticilerin her yıl aynı tüccara sattıklarından dolayı güven duygusunun oluşması, daha yüksek fiyattan satabilmeleri, başka alıcıların olmamasından dolayı mecbur kaldıkları ve ulaşım kolaylığıdır.

Üreticilerin %22,22'si fabrikaya satmakta ve fabrikaya satma nedenleri üreticinin yaş lavantayı işleme gücünün olmaması, bozulma ihtimali olduğu için zamanın sınırlı olması, yaş olarak satabilecekleri başka bir kanalın olmaması olarak ifade edilmektedir.

Lavantayı peşin olarak ödeme yaptıklarından dolayı komisyoncuya satan üreticilerin oranı %6,35 olarak hesaplanmıştır.

Üreticilerin %1,59'u lavantayı hemen satmayıp fiyatın daha yüksek olduğu zamanlarda köye gelen veya devamlı çalıştıkları aktarlara pazarlamaktadır.

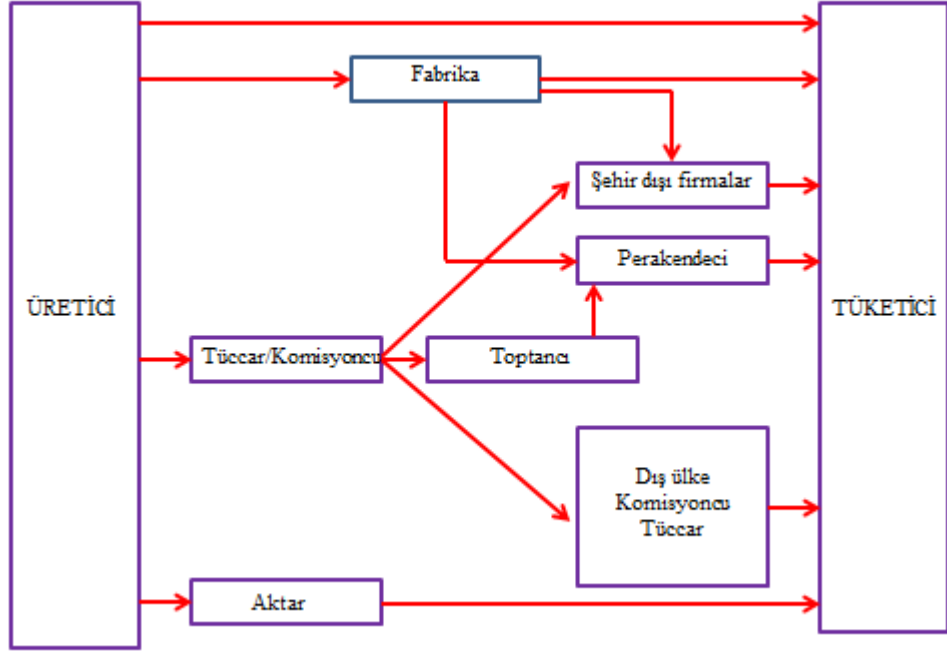
Çizelge 5.30. Lavanta üreticilerinin satış şekli (%)

İşletme grupları	Komisyoncu	Fabrika	Tüccar	Aktar	Toplam
I	13,04	17,39	69,57	-	100,00
II	3,85	26,92	69,23	-	100,00
III	-	21,43	71,43	7,14	100,00
Ortalama	6,35	22,22	69,84	1,59	100,00

Lavanta üretimini gerçekleştiren işletmelerin, yetiştirdikleri lavantaların gönderildiği iller müşteri taleplerine göre belirlenmektedir. Görüşülen işletmeler, yörelerinden lavanta sevkiyatının ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara, Konya, İzmir, Bursa, Hatay ve Denizli illerine yapıldığını belirtmişlerdir.

5.5.11. Lavanta pazarlama kanalı

Üreticilerden elde edilen bilgiler ışığında lavanta pazarlama kanalı oluşturulmuş ve Şekil 5.6'da sunulmuştur.



Şekil 5.6. Lavanta pazarlama kanalı

Üretici düzeyinde elde edilen bulgulardan hareket edilerek lavantanın pazarlanmasında kullanılan dağıtım kanalları Çizelge 5.31’de sunulmuştur. Lavanta üretimi yapan işletmelerin ürünlerini pazarlamada kullandıkları dağıtım kanallarında ilk üç sıradaki tercihleri 7, 6 ve 8 numaralı dağıtım kanallarıdır. İşletmelerin %29’u “Üretici=>Fabrika=>Firmalar=>Tüketici”; %22’si “Üretici=>Tüccar=>Toptancı=>Perakendeci=> Tüketici” ve %19’u da “Üretici=>Fabrika=>Tüketici” şeklindeki dağıtım kanalında yer almaktadır. Doğrudan doğruya üreticiden tüketiciye satış, üreticilerin %6,35’i tarafından tercih edilmektedir.

Çizelge 5.31. Üreticilerin lavanta pazarlamasında dağıtım kanalı tercihleri (%)

İşletme grupları (da)	I	II	III	Ortalama
1. Üretici=>Tüketici	4,35	11,54	-	6,35 (5)
2. Üretici =>Üretim Merkezi Komisyoncusu=>Perakendeci=>Tüketici	8,70	-	-	3,17
3. Üretici=>Üretim Merkezi Komisyoncusu=>Tüketim Merkezi Komisyoncusu=>Perakendeci=>Tüketici	4,35	3,85	14,29	6,35 (5)
4.Üretici=>Sevkiyatçı Tüccar=>TüketimMerkezi Komisyoncusu=>Perakendeci=>Tüketici	8,70	7,69	7,14	7,94 (4)
5. Üretici=>Üretim Merkezi Komisyoncusu=>İhracatçı Firma=>Tüketici	4,35	-	-	1,59
6. Üretici=>Fabrika=>Tüketici	17,39	26,92	21,43	22,22 (2)
7. Üretici=>Tüccar=>Firmalar=>Tüketici	39,13	23,08	21,43	28,57 (1)
8. Üretici=> Tüccar=>Toptancı=>Perakendeci=>Tüketici	8,70	23,08	28,57	19,05 (3)
9. Üretici=>Fabrika=>Firmalar=>Tüketici	-	3,85	-	1,59
10.Üretici=>Tüccar=>İhracat Yapan Ülkeler=>Tüketici	4,35	-	-	1,59
11.Üretici=>Aktar=>Tüketici	-	-	7,14	1,59
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

5.5.12. Lavanta üreticilerinin ortak pazarlama hizmetleri

Lavanta üreticilerinin birkaç kişi birleşip birlikte pazarlama hizmetlerini gerçekleştirip gerçekleştirmedikleri sorulduğunda ortaya çıkan görünüm Çizelge 5.32'de sunulmuştur.

Çizelge 5.32. Üreticilerin ortak pazarlama hizmetleri gerçekleştirip gerçekleştirilmeme durumları (%)

İşletme grupları	Evet	Hayır	Toplam
I	9,00	91,00	100,00
II	23,00	77,00	100,00
III	14,00	86,00	100,00
Ortalama	16,00	84,00	100,00

Üretim yapan işletmecilerin %84'ü birlikte hareket etmeyi tercih etmemektedir. Bu durumun nedenleri olarak; herkesin istediği kişiye vermesinden dolayı üreticiler arasında birlik olmaması, gerek duymamaları, rekabet olduğundan birbirine güvenmemeleri, fiyatların daha düşük olacağını düşünmeleri ve pazarlamada problem yaşamamaları tespit edilmiştir.

Lavanta üretimi yapan işletmelerin köyde lavanta üretimi ve pazarlamasına yönelik kooperatif kurulmasına yönelik olarak %6'sı lavantanın fiyatındaki dalgalanmaların giderileceğini ve herkesin aynı fiyattan satacağını düşündükleri için olumlu karşılarken, %94'ü birlikteliğin sağlanamayacağını düşünmelerinden, ilgilenen kişilerin olmamasından, süt kooperatifi varlığından dolayı devletin ikinci bir kooperatif kurmaya izin vermemesi düşüncesinden, mevcut kooperatifin düzgün çalışmamasından şikâyetçi olduklarından, istedikleri zaman ürünlerini tüccara, fabrikaya veya il dışından gelen çeşitli kişilere satabildikleri için kooperatif kurulmasını istememektedir (Çizelge 5.33).

Çizelge 5.33. Üreticilerin kooperatif kurulmasına yönelik düşünceleri (%)

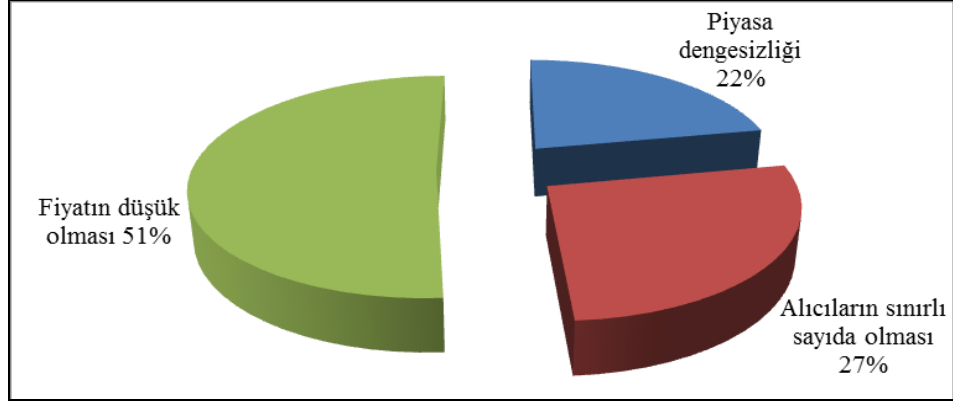
İşletme grupları	Evet	Hayır	Toplam
I	4,00	96,00	100,00
II	8,00	92,00	100,00
III	7,00	93,00	100,00
Ortalama	6,00	94,00	100,00

5.5.14. Üreticilerin pazarlama ile ilgili sorunları

Lavanta üreten işletmelerin %50,79'nun lavanta fiyatını düşük bulup pazarlamada fiyatla ilgili sıkıntı yaşarken, %26,98'nin alıcı sayısının sınırlı olması ile ilgili, %22,23'nün de piyasa dengesizliğinden dolayı pazarlamada sorun yaşadıkları tespit edilmiştir (Çizelge 5.34).

Çizelge 5.34. Üreticilerin pazarlama ile ilgili sorunları (%)

İşletme grupları	Fiyatın düşük olması	Alıcıların sınırlı sayıda olması	Piyasa dengesizliği	Toplam
I	47,83	21,74	30,43	100,00
II	53,85	19,23	26,92	100,00
III	64,29	0,00	35,71	100,00
Ortalama	50,79	26,98	22,23	100,00



Şekil 5.7. Üreticilerin pazarlamada karşılaştıkları sorunlar

5.5.15. Lavanta üretiminde GZFT analizi

GZFT analizi ile var olan güçlü yönler ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanılması; tehdit ve zayıf yönlerin etkisinin en aza indirgenerek etkin plan ve stratejiler oluşturulması hedeflenir (GMKA, 2014). Şekil 5.8'de Isparta'dan lavanta üretiminin artılarının ve eksilerinin tartışıldığı GZTF analiz matrisi sunulmuştur.

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none"> • Lavantanın yetiştirilmesi ve bakımında az işgücüne ihtiyaç duyulması • Lavantanın bakım ve işleme masrafının az olması • Üreticilere ek gelir kaynağı olması • Kıraç arazilerin değerlendirilmesi • Lavantanın kısa sürede verime geçmesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Sulama yönünden eksiklik • Köylülerin bitki ihtiyaçlarını tam olarak bilmemeleri • Aynı dönemde başka işlerle de meşgul olduğundan zamanın yetersiz oluşu • Yeni pazarlar bulamamaları • Teknoloji eksikliği
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> • Lavantanın çeşitli sanayilerde kullanımının olması • Yaş halde iken bekletilmeden civardaki fabrikalara satılabilmesi ve sonuçta üreticinin eline kısa sürede para geçmesi • Arıcılık yapma imkânı sağlaması • Lavantanın fazla su istemeyen bitki olması 	<ul style="list-style-type: none"> • Devlet desteğinin olmamasından dolayı üretimin azalabileceği • 2013 yılında yaşanan çekirge istilâsı • Başka illerde de üretimi yaygınlaşırsa fiyatların daha da düşeceği ve buna bağlı olarak pazarlamada yaşanan sıkıntıların artacağı düşüncesi • Yağın çıkartıp satmanın daha kârlı iken bazı üreticilerin bu imkâna sahip olmamasından dolayı daha düşük fiyatlardan satmaları ve üretimin bu yüzden azalacak olması

Şekil 5.8. Isparta'da lavanta üretimi GZTF analiz matrisi

5.6. Aracılara İlişkin Bulgular

Isparta'da lavanta pazarlaması yapan 10 aktardan 5'i ile görüşülmüştür. Aktarlar yaklaşık 20 yıldır alım faaliyetinde bulunmaktadır ve alımı kendi adına yapmaktadırlar. Lavanta alımı için özellikle İstanbul, İzmir ve Konya illerinde faaliyette bulunmaktadır. Kuyucak başta olmak üzere 6 TL/kg'dan, 3-4 ton alım yapmaktadırlar. Düzenli olarak alım yaptıkları 4-5 kişilik gruplar bulunmaktadır.

Üretici ile karşılıklı olarak alım fiyatı belirlenmekte ve ödemeler peşin olarak yapılmaktadır. Ağustos ayında başlayan lavanta alımları Ocak ayına kadar devam etmektedir. Aracılar tüketiciye 10 TL/kg fiyatlarla satış yaparken; İstanbul, İzmir'deki firmalara kilosu 8 TL'den satmaktadırlar. Lavanta satışındaki ödemeler peşin olarak yapılmaktadır.

Aracıların satın aldıkları lavantayı depolama imkanları bulunmakta olup, depolama kapasitesi ortalama 1.5-2 ton'dur ve 2 ay içerisinde depoda bulunan lavantanın hepsi pazarlanmaktadır. Depoya giren ve çıkan lavantada (%2-3) lük miktar kaybı olmakla birlikte depoda nemden dolayı az da olsa kalitede düşüş olmaktadır. Depoda istenen sıcaklık 4-10 derece ve ışık görmesi istenmemektedir. Aracıların 1 kg lavanta için pazarlama maliyeti ortalama 12 TL'dir. Lavanta satışındaki ödemeler peşin olarak yapılmaktadır.

Aracıların üreticilerden alım yaparken temizlik, renk, koku ve çiçekli olup olmaması gibi belirli standartları bulunmaktadır.

Aracılar firmalarla Bulgaristan'dan lavanta ithal etmeleri ve fiyatı düşürmelerinden dolayı sorun yaşamaktadırlar.

Aracılar köylülerin kooperatif kurmamaları durumunda üretimin gelecek yıllarda sekteye uğrayacağını, yağ çıkartmayı profesyonelce yaparlarsa gelirlerinin daha da artacağını düşünmektedirler.

5.7. İşleyici ve Firmalara İlişkin Bulgular

Görüşülen 3 işleyici pazarlayıcı firmanın 2'si şahıs, aile firması olup diğer 1'i limited şirkettir. Yurtiçine pazarlanan lavanta yağı yaklaşık 3 ton olup, yurtdışına pazarlanan lavanta yağ miktarı, firmaların hepsinden sağlıklı bilgi elde edilemese de yurtiçine pazarlanan kadar olduğu tahmin edilmektedir.

Firmaların devamlı olarak çalıştırdıkları eleman sayısı 20-25, geçici elaman sayıları 30-40'tır. Elemanların eğitim düzeyi lise, yöneticilerin eğitim düzeyi üniversitedir. Firmaların uğraş konusu lavanta ihracatçısı ya da lavanta iç pazarlayıcısıdır.

Firmaların yıllık lavanta yağının ihracatı Fransa'ya 2013 yılında 2000 kg, satış fiyatı 80 TL/kg'dır. Satış Ağustos, Eylül, Ekim ve Kasım aylarında yapılmaktadır.

Firmalardan 2'sinin ihracata dönük alt yapı tesisleri bulunmaktadır. Kurutma, öğütme, paketlenme ünitesi, yağ çıkarma tesisi bulunan firmaların kapasitesi günlük ortalama 2000-3000 kg'dır.

Firmalar köylüden ortalama 100-170 ton lavanta almaktadır. Yaş lavanta alış fiyatı 0,32 TL/kg, kuru lavanta alış fiyatı 4,62 TL/kg'dır.

Firmaların ihracatta kullandıkları nakliye şekli karayoludur. Lavantanın iç ve dış pazara sevkiyatında 20-200 kg ağırlığında çuvallar ya da fiçiler kullanılmaktadır. Lavanta ihracatında başlıca maliyet unsurları elektrik, su, işçi ücretleri ve doğal gazdır.

İhracatta genellikle karşılaşılan sorun nakliye olmakla birlikte firmalar pazarlama dağıtım kanallarının önünün açılması gerektiğini düşünmektedirler. Pazarlayıcı firmalar süs bitkilerine verilen teşviklerin diğer hububatlarla göre düşük olmasını da sorun olarak görmektedirler.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada ele alınan bölgede lavanta üretiminde pazarlama kanallarının incelenmesi ve pazarlama yapısını ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın hipotezi olan ‘‘lavanta üretimi ve pazarlaması üreticilere ve diğer aktörlere ekonomik açıdan yarar sağlamakta ve yakın gelecekte iç ve dış pazardaki talebi artarak bu yarar artacaktır’’ üreticiler ve lavanta tedarik zincirindeki diğer aktörlerden elde edilen birincil verilerle uzmanların görüşlerine dayalı olarak gerçekleştirilen mevcut yapı ve GZTF analizleri ile değerlendirildiğinde ortaya çıkan sonuç söz konusu hipotezin doğru olduğu yönündedir.

SONUÇLAR

Araştırmada kullanılan birincil veriler, bölgede lavanta yetiştiriciliği yapan işletmelerden ve aracılardan (63 lavanta üreticisi, 5 aktar ve 3 işleyici-pazarlayıcı firma) 2013 yılında elde edilmiştir. Buna göre;

- Lavanta üreticisi işletmecilerin %49,21’i ilkokul, %23,81’i ortaokul, %12,70’i lise, %6,35’i lisans ve %7,94’ü yüksekokul mezunudur.
- Lavanta üretimi konusunda herhangi bir eğitim alan üretici bulunmamaktadır.
- Görüşülen işletmeler ortalamasında, dikim alanı 12,06 da’dır. Ele alınan işletmelerde işletme arazisinin 11,32 da’ı mülk, 0,48 da’ı kiraya tutulan arazi olup, ortakçılıkla işlenen arazi yoktur.
- GSÜD ağırlıklı olarak bitkisel üretimden elde edilmektedir. Bitkisel üretim değerinin toplam gelir dağılımı içindeki payı %39,59’dur.
- İşletme gruplarında en yüksek lavanta yetiştirme deneyim süresinin III. işletme genişlik grubundadır (18.36 yıl).
- Araştırma bölgesindeki işletmelerde 1995-2013 yılları arasındaki 5’er yıl aralıklarla lavanta üretim miktarlarının üretim alanı ve verim miktarları incelendiğinde işletmeler ortalamada üretim alanının ve verimin 2013 yılına

kadar artış gösterdiği görülmektedir. 2013 yılında üretim alanı ortalama 11,37 da, verim 635,79 kg/da'dır.

- Görüşülen işletmecilerin lavanta yetiştiriciliğinde toprak işleme durumları incelendiğinde %90'nın toprak işleme yaptığı, %10'nun da toprak işleme yapmadığı belirlenmiştir.
- İşletmeciler tarımsal bilgi kaynakları olarak, öncelikle kendi bilgi ve tecrübelerine, sonra diğer üreticilere güvenmektedir.
- Lavanta üretiminde sulama yapılmaması üreticiler açısından bir avantaj olup, lavanta üretim ve pazarlaması üreticilere ek gelir kaynağı oluşturmaktadır. Böylece köylünün arazileri boş kalmamakta, gülden hemen sonra hasat zamanı olmasından dolayı da üreticilerin lavantayı yetiştirme tercihleri olumlu yönde artmaktadır.
- Lavantanın aşırı ilaç ve gübre istemeyen bir tıbbi ve aromatik bitki olması da çiftçinin bakım masraflarını azaltmaktadır. Bunun yanında 2013 yılında çiftçilerin çekirge istilâsına karşı ilaç kullandıkları, fakat bu ilacı seçerken rastgele davrandıkları belirlenmiş olup, bu durum lavantanın verimini olumsuz etkileyebileceğinden lavantanın bakımı konusunda bilgilendirilmeleri sonucuna ulaşılmıştır.
- Anket yapılan işletmecilerin kooperatifleşmeyi olumlu karşıladıkları, bununla birlikte yapılacak toplantılar ile tanıtım noktasında markalaşmaya gitmek istedikleri belirlenmiştir. Firmaların lavantayı ham olarak üreticiden daha düşük fiyattan alıp, yağını çıkardıktan sonra ihracatını yapmaları ve karlarını arttırmalarının lavanta üreticilerini olumsuz etkilemekte olduğu belirlenmiştir.
- Lavanta üreticilerinin lavantanın diğer türlerini tanımadıkları, mevcut olarak yetiştirilen lavandula angustifolia türünden daha verimli ve ekonomik olan türlerin köylüye tanıtılması gerektiği tespit edilmiştir.
- Lavanta yağını üretecek kapasitede teçhizatın üreticilerin çoğunda bulunmamasından dolayı üreticiler firmalara, tüccarlara ya da diğer kanallar

aracılığı ile satış işlemini gerçekleştirmektedirler. Lavantayı kuru olarak satmak üreticiler için daha kârlı iken yaş haldeki lavantanın bozulma ihtimalinin olması, köyde depo olarak kullanılan bir alan olmaması, fabrikanın direkt üreticiden almasının üreticiyi taşıma masrafından kurtarması, üreticinin başka iş meşguliyetinden zaman bulamaması gibi nedenlerle de daha düşük fiyattan yaş olarak satıldığı belirlenmiştir.

- Görüşülen işletmeler, yörelerinden lavanta sevkiyatının ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara, Konya, İzmir, Bursa, Hatay ve Denizli illeridir.

ÖNERİLER

- Lavantanın paketlenme, taşıma, depolama ve nakliye işlemleri belirli standartlara göre yapılması sağlanmalıdır.
- Üretici mağduriyetini belirli ölçüde önlemek için sözleşmeli üretim modelinin uygulanması önerilebilir.
- Büyük sermayeli yatırım gerektiren yağ çıkartma tesisi ekonomik nedenlerden dolayı üreticilerce kurulamamaktadır. Bu alanda hibe ve proje desteklerinden faydalanmayı kolaylaştırıp, lavanta üreticisi desteklenmelidir.
- Girişimcilerin sanayi ve tarım ürünlerini işleyecek tesislerin kurulmasına teşvik edilerek, daha düşük fiyatla pazarlanmasının önüne geçilmesi gerekmektedir.
- Üreticiler kendi sorunlarının çözümü için bir araya gelerek güçlenmelerinin kendi menfaatleri için olacağını ve böylece pazarlık güçlerinin artacağını farketmeleri için bilgilendirilmeli ve yönlendirilmelidir.
- Lavanta ile ilgili kayıtların daha sağlıklı tutulması ile her yıl verim miktarının takibi daha iyi yapılabilecektir.
- Yörede lavantaya ek olarak katma değeri yüksek olan tıbbi ve aromatik bitkilere dayalı sanayinin teşvik edilerek, pazar payları ve katma değerlerinin artırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Açıl, A.F., ve Demirci, R., 1984. Tarım Ekonomisi Dersleri. T.C. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 880, Ders Kitabı, 245, 372s, Ankara.
- Ağaoğlu, Y.S., Ergül, A., Göktürk Baydar, N. 2000. Molecular analysis of genetic diversity oil rose (*Rosa damascena* Mill.) grown Isparta (Turkey) region. *Biotechnology and Biotechnological Equipment*, 14(2), 16-18.
- Alatrache, A., Jamoussi, B., Tarhouni,R., Abdrabba, M., 2007. Analysis of The Essential Oil of *Lavandula latifolia* from Tunisia. *Journal Of Essential Oil Bearing Plants*. 10(6) 446-452.
- Angioni, A., Barra, A., Coroneo, V., Dessi, S., Cabrast, P., 2006. Chemical Composition, Seasonal Variability and Antifungal Activity of *Lavandula stoechas* L. ssp. *Stoechas* Essential Oils From Stem/Leaves and Flowers. *J. Agric. Food Chem.*, 54(12) 4364-4370.
- Anonim, 2011/a: <http://www.agaclar.net>, (Son erişim tarihi; 04.05.2013).
- Anonim, 2005. Medicinal and Aromatic Plants Working Group-ECP/GR.
- Anonim, 2008. İGEME, Dış Ticaret Bilgileri, İhracatı Geliştirme Merkezi, Ankara.
- Anonim, 2011/b: <http://www.nuveforum.net>, (Son erişim tarihi; 10.05.2013).
- Anonim, 2015. <http://ziraat.sdu.edu.tr/yag> gulu (Son erişim tarihi; 27.08.2015).
- Arslan, N. 1987., Bitkisel İlaç Hammaddeleri İhracatımızın Devamlılığı ve Gelişmesi Açısından Tıbbi Bitkilerin Yetiştirilmesi ve Kültüre Alınmasının Önemi V. Bitkisel İlaç Hammaddeleri Toplantısı, s. 96- 99, Ankara.
- Aslancan H., Sarıbaş R., 2011. Lavanta Yetiştiriciliği. Meyvecilik Araştırma İstasyonu Müdürlüğü.
- Bahtiyarca Bağdat, R., 2008. Tıbbi Ve Aromatik Bitkilerin Kullanım Alanları, Tıbbi Adaçayı (*Salvia Officinalis* L.) ve Ülkemizde Kekik Adıyla Bilinen Türlerin Yetiştirme Teknikleri. *Tarla Bitkileri Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 15(1-2), s.19-28, Ankara.
- Başer, H.C., 1990. Tıbbi Bitki ve Baharatların Dünyada ve Türkiye'deki Ticareti ve Talep Durumu. *Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı Dergisi*, Sayı:53, s.20-24., Ankara.
- Başer, H.C., 1997. Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin İlaç ve Alkollü İçki Sanayinde Kullanımı. İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 39, s.207, İstanbul.
- Başer, H.C., 1998. Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Endüstriyel Kullanımı. Anadolu Üniversitesi Tıbbi ve Aromatik Bitki ve İlaç Araştırma Merkezi Bülteni (TAB) 13-14., s.19-43., Eskişehir.

- Baydar, H., 2007. Tıbbi, Aromatik ve Keyf Bitkileri Bilimi ve Teknolojisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, Isparta.
- Bayram E., Kırıcı S., Tansı S., Yılmaz G., Arabacı O., Kızıl S., Telci İ., 2010. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üretiminin Arttırılması Olanakları, Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, Bildiriler Kitabı-1, 11-15 Ocak 2010, s. 437-457, Ankara.
- Bayramoğlu, M.M., 2007. Doğu Karadeniz Bölgesinde Tıbbi Bitkilerin Pazarı Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, s. 110, Trabzon.
- Baytop, T. 1987., Türkiye'nin Bitkisel Drog Dışsatımını Artırma Olanakları. V. Bitkisel İlaç Hammaddeleri Toplantısı, s. 7- 9, Ankara.
- Baytop, T., 1984. Türkiyede Bitkiler ile Tedavi (Geçmişte ve Bugün), İstanbul Üniversitesi Yayınları, No:3255(Eczacılık Fakültesi Yayınları, No:40), 520 s., İstanbul.
- Baytop, T., 1999. Türkiye'de Bitkiler ile Tedavi Geçmişte ve Bugün. Nobel Tıp Kitabevleri, s. 480, İstanbul.
- Baytop, T., 1999. Türkiye'de Bitkiler ile Tedavi Geçmişte ve Bugün. Nobel Tıp Kitabevleri, s. 480, İstanbul.
- Baytop, T., Farmakognozi Ders Kitabı 1, 1980, İstanbul.
- Ceylan, A., 1995. Tıbbi Bitkiler I. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları III. Basım No:312. Bornova/İzmir.
- Chemat, F., Lucchesi, M.E., Smadja, J., Favretto, L., Colnaghi, G., Visinoni, F., 2006. Microwave accelerated steam distillation of essential oil from lavender: A rapid, clean and environmentally friendly approach. *Analytica Chimica Acta*, 555(1), 157-160.
- Demirtürk, Y., 1990. Tıbbi Bitkilerimizin Değerlendirilmesi, Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı Dergisi, Sayı:53, s. 12-16, Ankara.
- Faydaoğlu, E., Sürücüoğlu, M.S., 2011. Geçmişten Günümüze Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Kullanılması ve Ekonomik Önemi. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi. 11 (1), 52 - 67.
- Giray, F.H., Örmeci Kart, M.Ç., 2012. Economics of Rosa Damascena in Isparta, Turkey. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 18 (No 5) 2012, 658-667.
- GMKA, 2014. Güney Marmara Kalkınma Ajansı TR22 Güney Marmara Bölgesi Bölge Planı. <http://www.gmka.org.tr> (Son erişim tarihi; 09.06.2015)

- Gruenwald, J. and Kerstin, B. 1996., Avrupa Fitoterapötikler Pazarı. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Bülteni. TBAM. (Çeviren: Başer, H.) sayı:12, 17- 26. Eskişehir.
- Güneş, T., 1996. Tarımsal Pazarlama. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No 1467, 196s, Ankara.
- İGEME, Dış Ticaret Bilgileri, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, Ankara.
- İlisulu, K., 1992. İlaç ve Baharat Bitkileri, Ankara Üniversitesi Yayını 1256, Ankara.
- Kara, 2011. Uçucu Yağ Üretimine Uygun Lavanta (*Lavandula sp.*) Çeşitlerinin Belirlenmesi ve Mikroçoğaltım Olanaklarının Araştırılması. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 178s, Isparta.
- Karik, Ü., Öztürk, M., 2009. Türkiye Dış Ticaretinde Tıbbi ve Aromatik Bitkiler. Bahçe 38 (2): 21 – 31, Ankara.
- Muñoz-Bertomeu, J., Arrillaga, I., Segura J., 2007. Essential Oil Variation Within and Among Natural Populations of *Lavandula latifolia* and Its Relation To Their Ecological Areas. *Biochemical Systematics and Ecology*, 35(8), 479-488.
- Özdemir, F., 1998. Kekik Bitkisinin Ege Bölgesi'nde Üretilmesi, Toplanması, İşlenmesi, İç ve Dış Pazarlanması Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Özhatay, N., Koyuncu, M., Atay, S., & Byfield, A., 1997. Türkiye'nin Doğal Tıbbi Bitkilerinin Ticareti Hakkında Bir Çalışma. DHKD, ISBN 975- 9608- 9- 7, İstanbul.
- Pinto, J.E.B.P., Cardoso, J.C.W., de Castro, E.M. ,Bertolucci, S.K.V., de Melo, L.A. ,Dousseau, S., 2007. Morphophysiological Aspects and Essential Oil Content in Brazilian-Lavender as Affected by Shadowing. *Horticultura Brasileira*, 25(2), 210-214.
- Salinas, M.R., Zalacain, A., Blazquez, I. Alonso, G. L., 2007. Application of Thermal Desorption for The Rapid Differentiation of lavender (*Lavandula hybrida*) cultivars. *Agrochimica* 51(1), 19-27.
- Şafak, İ., Okan, T., 2004. Kekik, Defne ve Çam Fıstığının Üretimi ve Pazarlaması.
- Tanker, N., Koyuncu, M., Coşkun, M., 2007. Farmasötik Botanik. Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Yayınları No:93, 434s, Ankara.
- Yücer, A., Altıntaş G., 2012. Türkiye'nin Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Dış Ticareti. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Sempozyumu 13-15 Eylül 2012 Tokat.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Sıdıka Bozkıran
Doğum Yeri ve Yılı : Soma, 1984
Medeni Hali : Bekar
Yabancı Dili : İngilizce
E-posta : sbozkıran@adu.edu.tr

Eğitim Durumu

Lise : Rıfat Dağdelen Anadolu Lisesi, 2002
Lisans : Anadolu Üniversitesi, İşletme

Mesleki Deneyim

ADÜ 2014-.....(halen)

Yayınları

Örmeci Kart, M.Ç., Bozkıran S. Kırsal Alanda Kadınlara Yönelik Faaliyetler ve Kalkınma Açısından Önemi- I.Ulusal Tarım Öğrencileri Kongresi, Mayıs 2011, İzmir. (Poster Bildiri)

Bozkıran S., Giray, F.H. Isparta'da Lavanta Üretimi ve Pazarlaması. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül 2014. (Sözlü Bildiri)