

**TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN EKONOMİK
ANALİZİ: DOĞU KARADENİZ UYGULAMASI**

Kurtuluş MERDAN

**Doktora Tezi
İktisat Anabilim Dalı
Doç. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI
2014
Her hakkı saklıdır**

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

Kurtuluş MERDAN

**TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN EKONOMİK ANALİZİ:
DOĞU KARADENİZ UYGULAMASI**

DOKTORA TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI**

ERZURUM-2014

27/05./2014

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlanmış olduğum “Türkiye’de Organik Tarımın Ekonomik Analizi: Doğu Karadeniz Uygulaması“ adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezim sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/ raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

27.05.2014
Kurtuluş MERDAN



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Ş. Ertan Çomaklı danışmanlığında, Kurtuluş Merdan tarafından hazırlanan bu çalışma 26. / 05. / 2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından. İktisat Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Kerem Karabulut

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Ş. Ertan Çomaklı

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Elif Çolakoğlu

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. M. Suphi Özçomak

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Hilmi Erdoğan Yayla

İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	VII
ABSTRACT	VIII
TABLolar DİZİNİ	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ	XVI
KISALTMALAR DİZİNİ	XVII
TEŞEKKÜR	XVIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ORGANİK TARIM

1.1. ORGANİK TARIM SİSTEMİ.....	5
1.2. Organik Tarımın Tanımı.....	6
1.3. Geleneksel Tarımla Organik Tarımın Mukayesesi.....	7
1.4. Organik Tarıma Geçiş Sebepleri	10
1.5. Organik Tarımsal Üretimin Tarihsel Gelişimi.....	11
1.6. Organik Tarımın Amacı	13
1.7. Organik Tarımın İlkeleri.....	14
1.8. Organik Tarımın Avantajları	15
1.9. Organik Tarımın Dezavantajları.....	17
1.10. Organik Tarım Alanında Faaliyet Gösteren Uluslar Arası Kuruluşlar	17
1.10.1. Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)	18
1.10.2. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)	18
1.10.3. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)	19
1.10.4. Organik Ticaret Birliği (OTA).....	20
1.11. Organik Tarımın Hedefleri	20
1.11.1. Mevzuat	20
1.11.2. Kurumsal Yapı	20
1.11.3. Eğitim ve İletişim	20
1.11.4. Üretim.....	21
1.11.5. Araştırma	22

1.11.6. Pazarlama	22
1.11.7. Destekleme	23
1.12. Organik Üretim	23
1.12.1. Organik Bitkisel Üretim	24
1.12.1.1 Organik Yetiştirme Teknikleri	24
1.12.1.1.1. Toprak İşleme	25
1.12.1.1.2. Ekim Nöbeti	26
1.12.1.1.3. Örtü Bitkilerinin Yetiştiriciliği ve Birlikte Ekim Uygulamaları.....	28
1.12.1.1.4. Toprak Verimliliği ve Bitkilerin Beslenmesi.....	28
1.12.1.1.5. Hastalık ve Zararlı Ot Yönetimi	28
1.12.1.1.6. Yoğun Girdi Kullanılan Üretimlerde Organik Tarım	29
1.12.1.1.7. Hasat Sonrası İşlemler ve İşleme	29
1.12.2. Organik Hayvansal Üretim	29
1.12.2.1. Organik Arıcılık	30
1.12.2.2. Organik Kanatlı Hayvan Yetiştiriciliği.....	33
1.12.3. Organik Üretimde Pazarlama Sistemi	37
1.12.4. Organik Üretimde Maliyet Unsurları	38
1.12.5. Organik Üretimde Fiyat Oluşumu	40
1.12.5.1. Geçiş Dönemi Maliyeti.....	40
1.12.5.2. Üreticilere Ödenen Organik Üretim Primi.....	40
1.12.5.3. Çiftçilere Sağlanan Teknik Yardım Maliyeti	40
1.12.5.4. Sübvansiyonlar	40
1.12.5.5. Üreticilere Sunulan Danışmanlık Hizmetleri	40
1.12.6. Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) ve Organik Ürünler.....	41

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA ORGANİK TARIM

2.1. Dünyada Organik Tarımın Gelişimi	44
2.2. Dünya'da Organik Tarımın Üretim Yapısı	45
2.3. Dünyada Organik Ürünler Yönelik Tüketici Tercihleri	50

2.4. Dünya’da Organik Tarım Ürünleri Ve Üretici Ülkeler	51
2.4.1. Bitkisel Ürünler	51
2.4.1.1. Meyve Ve Sebzeler	51
2.4.1.2. Hububat	52
2.4.1.3. Baklagiller	52
2.4.1.4. Yağlı Tohumlar	52
2.4.1.5. Baharatlar ve Tıbbi Bitkiler.....	53
2.4.2. Hayvansal Ürünler	53
2.4.2.1. Et, Süt Ürünleri ve Yumurta.....	53
2.4.2.2. Bal.....	54
2.4.2.3. Balık.....	54
2.5. Avrupa Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri	54
2.6. Asya Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri	57
2.7. Afrika Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri	57
2.8. Avustralya Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri.....	58
2.9. Amerika Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri.....	58
2.10. Dünya’da Organik Tarımın Ekonomik Boyutu	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE ORGANİK TARIM VE HAYVANCILIK

3.1. Türkiye’de Organik Tarım	65
3.2. Türkiye’de Organik Hayvancılık.....	68
3.3. Organik Tarımın Ekonomik Boyutu.....	70
3.3.1. Türkiye’de Organik Ürün İç Pazarının Yapısı Ve Geliştirme İmkanları	70
3.3.2. Türkiye’nin Organik Ürün Dış Ticareti	71
3.3.2.1. Türkiye’de Organik Ürün İhracatı	72
3.3.2.2. Türkiye’de Organik Ürün İthalatı	74
3.3.3. Organik Tarımın Üretim Boyutu	75
3.3.3.1. Organik Tarımda Sözleşmeli Üretim	77
3.3.4. Organik Tarımın Tüketim Boyutu	79
3.3.5. Organik Tarımın İstihdamdaki Payı.....	80
3.3.6. Organik Ürünlerin Fiyatlandırılması.....	81
3.3.7. Organik Ürünlerin Yatırım Boyutu	82

3.3.8. Organik Ürünlerin Pazarlanması	82
3.3.8.1. Organik Ürün Pazarlaması Konusunda Bilgi Yetersizliği.....	86
3.3.8.2. Ürün Çeşitliliği Ve Sürekliliği	87
3.3.8.3. Ürünlerin Raf Ömrünün Kısa Olması	87
3.3.8.4. Tüketici Tercihleri	87
3.3.8.5. Fiyat Oluşumu	87
3.4. Organik Tarımın Ekonomik Analizi	88
3.5. Türk Organik Tarımının Stratejik Analizi.....	92
3.5.1. Organik Tarımın Güçlü Yönleri.....	92
3.5.2. Organik Tarımın Zayıf Yönleri	93
3.5.3. Organik Tarımın Fırsatları.....	94
3.5.4. Organik Tarımın Tehditleri	94
3.6. Organik Tarımdaki Hedefler	95

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DOĞU KARADENİZ UYGULAMASI

4.1. Doğu Karadeniz Bölgesinin Ekonomik Yapısı	97
4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Organik Tarım	101
4.2.1. Organik Bitkisel Üretim	101
4.2.2. Organik Hayvansal Üretim	104
4.2.3. Organik Su Ürünleri	105
4.3. Araştırma İle İlgili Önceki Çalışmalar (Literatür Özeti).....	105
4.4. Araştırmanın Metodolojisi	108
4.4.1. Araştırmanın Amacı	108
4.4.2. Araştırmanın Metaryali	108
4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	109
4.4.4. Araştırmanın Yöntemi.....	110
4.4.5. Araştırma Sonuçları.....	111
4.5. Organik Üretim Yapan Firmaların Sosyo- Ekonomik Değerlendirilmesi	112
4.5.1 Anket Uygulanan Firmaların Bulunduğu Yere Ait Bilgiler.....	112
4.5.2 Anket Uygulanan Kişilere Ait Bilgiler.....	113
4.5.3. Organik Tarıma Dair Sorular	114
4.5.4. Organik Üretime Dair Sorular.....	120

4.5.5. Organik Ürünün Pazarlanmasına Dair Sorular.....	124
4.5.6. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Üreticilerin Düşüncelerine Dair Sorular.....	126
4.6. Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Organik Üretime Bakış Açılarının Değerlendirilmesi	132
4.6.1. Anket Uygulanan Geleneksel Tarım Üreticilerin Bulunduğu Yere Ait Bilgiler	134
4.6.2. Anket Uygulanan Kişilere Ait Bilgiler.....	134
4.6.3. Geleneksel ve Organik Tarıma Dair Sorular.....	137
4.6.4. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Çiftçilerin Düşünceleri.....	146
4.6.5. Ki- Kare Analizi (Chi-Square Test).....	153
4.6.5.1. Cinsiyete Göre Organik Tarım Faaliyetinde Karşılaşılan Sorunlar Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.....	155
4.6.5.2. Cinsiyete Göre Tarımsal Alanda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarına Üyelik Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	156
4.6.5.3. Cinsiyete Göre Geleneksel Tarım Çeşitlerini Tercih Etme Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.....	157
4.6.5.4. Cinsiyete Göre Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunma Nedenleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	158
4.6.5.5. Organik Tarım Faaliyetinin Kazanç Üzerinde Yaratacağı Etkiye Göre Organik Tarım Faaliyetinin Fiyat Üzerindeki Etkisi	158
4.6.5.6. Eğitim Düzeyine Göre Çiftçi Kayıt Sistemine Üyelik Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.....	160
4.6.5.7. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre Maliyet Bedeli Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	161
4.6.5.8. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	163
4.6.5.9. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Göre Gelişme Olanığı ile Pazarlama Olanaklarına Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	165
4.6.5.10. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.....	167

4.6.5.11. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	169
4.6.5.12. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Olan Göç Üzerinde Yaratacağı Etki Arasındaki İlişki	170
4.6.5.13. Organik ve Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Kazanç Düzeyi İle İstihdam Seviyesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	172
4.6.5.14. Organik Tarım Desteklemelerine Göre Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişmesi Arasında Bir İlişkinin Belirlenmesi.....	173
4.6.5.15. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi.....	174
4.6.6. Organik Tarımda Temel Sorunlar ve Çözüm Yolları	176
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	180
KAYNAKÇA	191
ÖZGEÇMİŞ.....	202

ÖZET**DOKTORA TEZİ****TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN EKONOMİK ANALİZİ: DOĞU KARADENİZ UYGULAMASI****Kurtuluş MERDAN****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI****2014, 202 Sayfa****Jüri: Doç. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI (Danışman)****Prof. Dr. Kerem KARABULUT****Doç. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU****Doç. Dr. Mehmet Suphi ÖZÇOMAK****Doç. Dr. Hilmi Erdoğan YAYLA**

Bilim, teknoloji, sanayi ve kırsal kalkınma alanındaki gelişmeler tarımsal faaliyetlerin oluşum şeklini ve tarımsal faaliyetlere olan beklentileri değiştirmiştir. Bu değişimin tarımsal alana yansması organik tarım şeklinde olmuştur. Organik tarım yalnızca tarım tekniği olarak değil, sağlık ve yaşam reçetesi olarak da değerlendirilmektedir. Toplumlarda çevre ve sağlığa ilişkin bilinç düzeyiyle birlikte organik tarıma ilgi artmakta ve dünyadaki organik tarım pazarı artan oranlarda genişlemektedir. Gelişmiş ülkeler organik tarım açısından kendi iç taleplerini karşılayamadıklarından, gelişmekte olan ülkelerin ihraç ettikleri ürünleri tüketmektedirler.

Organik tarım, hayvansal ve bitkisel üretimi bir bütün olarak değerlendiren, toprak verimliliğini ve hayvan refahını esas alan, işletme içerisinde elde edilen girdileri kullanmayı hedefleyen en son bilgi ve teknolojiye dayanan, tohumdan toprağa, girdiden işleme kadar belirli kurallar çerçevesinde denetim ve belgelendirmeyi gerektiren bir üretim sistemidir.

Bu çalışmada, genelde Türkiye, özelden Doğu Karadeniz Bölgesi açısından organik tarım ürünlerinin ekonomik boyutu ele alınmıştır. Birinci bölümde organik tarımla ilgili genel bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde ise, organik tarım pazarının ekonomik büyüklüğü dünya ülkeleri açısından çeşitli istatistiksel verilerle anlatılmaktadır. Aynı zamanda, organik ürünlerin etkin şekilde pazarlanmasına yönelik hususlar dünyadan örneklerle ortaya konulmaktadır. Üçüncü bölümde ise, Türkiye açısından organik tarımın ekonomik değerlendirilmesi tablolar ve istatistik veriler şeklinde ele alınmaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise, Doğu Karadeniz Bölgesi açısından organik tarımın ekonomik değerlendirilmesi anket yöntemiyle açıklanmaktadır.

Türkiye, özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi sahip olduğu potansiyelin çok uzağında kalarak bünyesinde barındırdığı ekolojik tarım üstünlüğünü henüz ortaya koyamamıştır. Bu gerçekler ışığında uygulanacak tarım politikalarının, bölgesel ihtiyaçlara cevap verme derecesinin yüksek olması gerekmektedir. Bu süreçte, kırsal kalkınmanın hedeflenen düzeyde gerçekleştirilebilmesi için üretici ve tüketicilerde organik tarım bilincinin yükseltilmesi son derece önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik Tarım, Kırsal Kalkınma, Doğu Karadeniz Bölgesi, Hayvansal üretim

ABSTRACT

Ph.D. DISSERTATION

**THE ECONOMIC ANALYSIS OF ORGANIC AGRICULTURE IN TURKEY:
EASTERN BLACK SEA APPLICATION**

Kurtuluş MERDAN

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

2014, 202 Pages

Jury: Assoc. Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI (Supervisor)

Prof. Dr. Kerem KARABULUT

Assoc. Prof. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Suphi ÖZÇOMAK

Assoc. Prof. Dr. Hilmi Erdoğan YAYLA

The developments in science, industry and rural development has changed the formational figure of agricultural actions and expectations for agriculture. The influence of this change on agricultural area has made organic agriculture appear. Organic agriculture is regarded not only as an agricultural technique but also as a health and life prescription. Depending on societies' level of consciousness related to environment and health, the interest in organic agriculture is rising and organic agriculture market in the world is increasingly expanding. Since the developed countries can't cover the home demand in organic agriculture they consume the products exported by the developing countries.

Organic agriculture is a production system in which animal and herbal production is considered as a whole, land productivity and animal welfare are based on, the use of inputs acquired in the business firm is aimed, the latest information and technology are used, the supervision and certification based on certain rules from seed to soil are required.

In this study, the economic aspect of agricultural products is handled in generally for Turkey and in privately for Eastern Blacksea. In part one, there is a general information about organic agriculture. In part two, the economic magnitude of organic agriculture is explained through several statistical data with regard to the World countries. At the same time the points in marketing the organic products actively are introduced through illustrations in the world. In the third part, the economic assessment of organic agriculture in Turkey is handled through tables and statistical data. In the fourth and the last part, the assessment of organic agriculture in Eastern Black Sea is explained through survey method.

Our country, especially Eastern Blacksea region has not been able to show its ecologic agriculture superiority in its structure staying far away from its potency. The degree of satisfying the regional needs of the agricultural policies which will be carried in the light of these circumstances should be high. In this process, it is very important to raise the organic agriculture consciousness of producers and consumers in order to put the rural development into practice according to the target level.

Key Worlds: Organic Agriculture, Rural Development, Eastern Blacksea, Herbal Production

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Organik Tarımın Konvansiyonel Tarıma Göre Verimi, Maliyet, Satış Fiyatı ve Karlılık Durumunun Karşılaştırılması	9
Tablo 2.1. Kıtalara Göre Organik Çiftlik Sayısı (2005).....	62
Tablo 2.2. Önemli Organik Üreticisi Ülkelerin Dünya Organik Tarım Ticaretindeki ...	62
Tablo 3.1. Türkiye’de Üretilen Organik Ürünler (Ton)	69
Tablo 3.2. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecinde Yer Alan Hayvancılık Göstergeleri.....	71
Tablo 3.3. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecindeki Arıcılık Göstergeleri	72
Tablo 3.4. 2012 Yılında En Çok İhracatı Yapılan Ürünler	75
Tablo 3.5. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (2011)	75
Tablo 3.6. Yıllar İtibariyle Organik Ürün İhracat Değeri	76
Tablo 3.7. En Çok Organik Ürün İthal Edilen Ülkeler (2010).....	77
Tablo 3.8. Yıllar İtibariyle Organik Tarımsal Üretim Göstergeleri (Geçiş Süreci Dâhil)	78
Tablo 3.9. Türkiye’de Organik Tarımın Yakın Hedefleri	98
Tablo 4.1. Doğu Karadeniz Bölgesinde Faaliyet Gösteren Tesislerinin ve Bu Tesislerde Sağlanan İstihdamın İllere Göre Sayısal Değeri	100
Tablo 4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde 100 Kişiden Fazla İstihdam Sağlayan Tesisler.....	101
Tablo 4.3. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde OSB ve KSS İstatistikleri	102
Tablo 4.4. Organik Bitkisel Üretim Alanında Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinde 2012 Yılı İtibari İle Çiftçi Sayıları, Üretim Alanları ve Miktarları	104
Tablo 4.5. Türkiye, Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerinde Organik Sebze Ürünleri ve Üretim Miktarları	104
Tablo 4.6. Türkiye, Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerinde Organik Tarla Ürünlerinin Üretim Miktarları (Ton).....	105
Tablo 4.7. Türkiye ve Doğu Karadeniz Bölgesi Organik Meyve Ürünlerinin Üretim Miktarlar	106
Tablo 4.8. Doğu Karadeniz Bölgesinde Bulunan Organik Büyükbaş Hayvan Sayıları	107

Tablo 4.9. Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerindeki Organik Arıcılıkla Uğraşan Çiftçi Sayısı, Kovan Sayısı ve Üretim Miktarları (Ton).....	107
Tablo 4.10. Anket Yapılan Üreticilerin İllere Göre Dağılımı	115
Tablo 4.11. Araştırmaya Katılan Yöneticilerinin Demografik Özellikleri (N=35)....	116
Tablo 4.12. Üretici Firma Sahiplerinin Organik Tarım Hakkında Bilgiyi Nasıl Temin Ettiğine Dair Dağılımı	117
Tablo 4.13. Organik Üretici Firmaların Organik Tarım Faaliyetinde Bulunma Sürelerine Göre Dağılımı.....	118
Tablo 4.14. Organik Üretici Firmaların Organik Üretime Başlarken Sermayeyi Nasıl Oluşturduklarına Dair Düşünceleri	118
Tablo 4.15. Organik Tarımın Gelir Üzerindeki Etkisine Dair Düşünceler	119
Tablo 4.16a. Organik Tarıma Geçilmesi Neticesinde Değişken Masrafların İşgücü Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	119
Tablo 4.16b. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Alet-Makine Kirası Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	119
Tablo 4.16c. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Akaryakıt Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	120
Tablo 4.16d. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Sulama Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	120
Tablo 4.16e. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların İlaç Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	121
Tablo 4.16f. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Gübre Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	121
Tablo 4.16g. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Zaman Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler	122
Tablo 4.17. Organik Üretim Yapan Firmaların Organik Tarıma Geçmesindeki En Önemli Etkenin Ne Olduğuna Dair Düşünceleri.....	122
Tablo 4.18a. İlinizde Organik Üretimin Mevcut Durumundaki Değişime Göre Dağılımı	123
Tablo 4.18b. Organik Üretimin Azalma Nedenlerine Göre Dağılımı.....	124
Tablo 4.19. Organik Üretim Yapmanın Avantajının Ne Olduğuna Göre Dağılımı	124
Tablo 4.20. Üreticilerin Sadece Organik Üretim Alanında Üretim Yapıp Yapmama	

Durumuna Göre Dağılımı	125
Tablo 4.21. Organik Üretimle İlgili Eğitim Alınıp Alınmadığına Göre Dağılımı	125
Tablo 4.22. Organik Üretim Yapan Tarım İşletmelerinde Elde Edilen Ürünün Nasıl Tahsil Edildiğine Göre Dağılımı	125
Tablo 4.23. Organik Üretimden Yıllık Sağlanan Kazanca Dair Düşünceler	126
Tablo 4.24. Organik Üretimden Sağlanan Gelirin Yıllık Gelir İçindeki Payına Göre Dağılımı(Milyon TL)	126
Tablo 4.25. Organik Ürünün Pazarlanmasında Hangi Yolların Tercih Edileceğine Göre Dağılımı	127
Tablo 4.26. Organik Tarım Desteklemelerinden Faydalanıp Faydalanmama Durumuna Göre Dağılımı	127
Tablo 4.27. Organik Tarım Desteklemelerini Yeterli Bulup Bulmama Durumuna Göre Dağılımı	128
Tablo 4.28. Firmaların Organik Üretim İle İlgili Kolay ve Ucuz Kredi Olanaklarını Elde Edilip Edememe Durumuna İlişkin Düşünceleri.....	128
Tablo 4.29. Organik Üretimin Piyasa Durumu Konusunda Üreticinin Bilgi Düzeyinin Yeterliliğine Dair Düşünceler	129
Tablo 4.30. Organik Tarım Üretiminin İhracata Katkısı Konusunda Üreticinin Bilgi Düzeyinin Yeterliliğine Dair Düşünceler	129
Tablo 4.31. Elde Edilen Ürünün Pazarlama Kanallarının Yeterliliğine Dair Düşünceler	130
Tablo 4.32. Organik Üretim İle İlgili Olarak Devlet Tarafından Yapılan Desteklemelerin Yeterliliğine Dair Düşünceler.....	130
Tablo 4.33. Organik Tarımla İlgili Çalışmalarda Devletin Her Türlü İmkanlarından Faydalanıp Faydalanılmadığına Dair Düşünceler.....	131
Tablo 4.34. Organik Tarımın Üreticiyi Kazanç Yönünden Memnun Ettiğine Dair Düşünceler	131
Tablo 4.35. Organik Üretimin Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göçü Azaltacağına Dair Düşünceler	132
Tablo 4.36. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayacağına Dair Düşünceler	132
Tablo 4.37. Organik Tarım Yapılmasının Yeni İstihdam Alanları Yaratacağına	

Dair Düşünceler	133
Tablo 4.38. Organik Tarım Alanında Yatırım Yapmayı Geleneksel Tarım Alanına Göre Daha Karlı Bulma Durumuna Dair Düşünceler.....	133
Tablo 4.39. Gelecekte Organik Tarımın Her Alanında Üretim Yapmaya Dair Düşünceler	134
Tablo 4.40. Organik Tarım Üretimini Diğer Üreticilerin de Yapması Konusunda Tavsiyelerde Bulunulmasına Dair Düşünceler	134
Tablo 4.41. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Üreticilerin Düşüncelerine Ait Katılım Düzeyleri.....	132
Tablo 4.42. Anket Yapılan Üreticilerin İllere Göre Dağılımı	137
Tablo 4.43. Araştırmaya Katılan Geleneksel Tarım Üreticilerinin Demografik Özellikler	138
Tablo 4.44. Üreticilerin Sivil Toplum Örgütlerine Göre Üyelik Durumları.....	136
Tablo 4.45. Geleneksel Tarımla Uğraşan Üreticilerin Çiftçi Kayıt Sistemine Kayıtlı Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı	139
Tablo 4.46. Geleneksel Tarımla Uğraşan Üreticilerin Sosyal Güvenceye Sahip Olup Olmama Durumlarına Göre Dağılımı	140
Tablo. 4.47. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunma Sürelerine Göre Dağılımı	140
Tablo 4.48. Çiftçilerin Tarım Faaliyetinde Bulunurken Tercih Ettikleri Geleneksel Tarım Türleri.....	141
Tablo 4.49. Çiftçilerin Geleneksel Tarıma Başlarken Sermayeyi Oluşturma Durumlarına Göre Dağılımı.....	141
Tablo 4.50. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Desteklemeleri Hakkındaki Bilgi Düzeyleri	142
Tablo 4.51. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunurken Kredi Kullanma Durumuna Göre Dağılımı	142
Tablo 4.52. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Yapma Sebepleri	142
Tablo 4.53. Çiftçilerin Geleneksel Ürün Tahsilatını Nasıl Yaptıklarına Dair Düşünceleri.....	140
Tablo 4.54. Çiftçilerin Gelecekte de Geleneksel Tarım Faaliyetine Devam Edip Etmemelerine Dair Düşünceleri.....	143

Tablo 4.55a. Geleneksel Üreticilerin Organik Tarım Hakkında Yeterli Bilgiye sahip Olup Olmamasına Dair Düşünceleri	144
Tablo 4.55b. Organik Tarım Hakkında Bilginiz Varsa Nereden Kazanıldığına Dair Düşünceler	144
Tablo 4.56. Organik Tarım Yapıp Yapmama Durumuna Dair Düşünceler	145
Tablo 4.57. Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Organik Tarım Yapmasında Etkili Olan Nedenler	145
Tablo 4.58. Organik Tarım Faaliyetinin Geliri Ne Yönde Değiştireceğine Dair Düşünceler	145
Tablo 4.59. Organik Tarım Faaliyetinin Fiyatı Ne Yönde Değiştireceğine Dair Düşünceler	146
Tablo 4.60. Geleneksel Tarım Üreticilerinin Organik Tarım Faaliyetinde Bulunurken Karşılaştığı En Önemli Sorunun Ne Olduğuna Dair Düşünceleri	146
Tablo 4.61. Geleneksel Tarım Üreticilerinin Organik Tarım Desteklemeleriyle İlgili Bir Bilgiye Sahip Olup Olmadığına Dair Düşünceleri	147
Tablo 4.62. Organik Tarımı Geleneksel Tarımdan Ayıran En Önemli Özelliğin Ne Olduğuna Dair Düşünceler	147
Tablo 4.63. Bölge Ekonomisi İçin Hangi Tarım Çeşidinin Daha Uygun Olduğuna Dair Düşünceler	148
Tablo 4.64. Bölge Şartları İçin Hangi Tarım Çeşidinin Daha Elverişli Olduğuna Dair Düşünceler	148
Tablo 4.65. Bulduğunuz İlde Organik Tarım Faaliyetinin Artıp Artmadığına Dair Düşünceler	149
Tablo 4.66. Organik Tarımın Gelecekteki Durumu Hakkındaki Düşünceler	149
Tablo 4.67. Organik Ürünler İle Geleneksel Ürünler Arasında Herhangi Bir Fark Olup Olmadığına Dair Düşünceler	150
Tablo 4.68. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdamı Artırıcı Etkisinin Olup Olmaması Durumuna Dair Düşünceler.....	150
Tablo 4.69. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanağının Daha Düşük Olup Olmadığına Dair Düşünceler	151
Tablo 4.70. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Pazarlama Olanaklarının Daha Düşük Olup Olmadığına Dair Düşünceler	151

Tablo 4.71. Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Daha Fazla Maliyet Ödeyip Ödemediğine Dair Düşünceler	152
Tablo 4.72. Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Daha Fazla Kazanç Elde Edip Etmeme Durumuna Dair Düşünceler	153
Tablo 4.73. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İhracatı Daha Fazla Artıracağına Dair Düşünceler	153
Tablo 4.74. Organik Tarım Faaliyetinin Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayıp Sağlamayacağına Dair Düşünceler	154
Tablo 4.75. Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göçü Engelleyip Engellemeyeceğine Dair Düşünceler	155
Tablo 4.76. Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişme İmkanına Sahip Olup Olmamasına Dair Düşünceler	155
Tablo 4.77. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Çiftçilerin Düşüncelerine Ait Katılım Düzeyleri.....	153
Tablo 4.78. Cinsiyete Göre Organik Tarım Faaliyetinde Karşılaşılan Sorunlar Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi.....	155
Tablo 4.79. Cinsiyete Göre Tarımsal Alanda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarına Üyelik Arasındaki İlişkinin Tespiti.....	159
Tablo 4.80. Cinsiyete Göre Geleneksel Tarımın Türlerini Tercih Etme Arasındaki İlişkiler	160
Tablo 4.81. Cinsiyete Göre Çiftçilerin Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri Arasındaki İlişkinin Tespiti	161
Tablo 4.82. Organik Tarım Faaliyetinin Kazanç üzerinde Yaratacağı Etkiye Göre Organik Tarım Faaliyetinin Fiyat Üzerindeki Etkisi	162
Tablo 4.83. Eğitim Düzeyine Göre Çiftçi Kayıt Sistemine Üyelik Durumu Arasındaki İlişkinin Tespiti	163
Tablo 4.84. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre Maliyet Bedeli Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi	166
Tablo 4.85. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi.....	168

Tablo 4. 86. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanığı İle Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Tespiti.....	168
Tablo 4.87. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tespiti	168
Tablo 4.88. Organik Tarımın Gelecekteki Etkisine Göre Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Tespiti	173
Tablo 4.89. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Olan Göç Üzerinde Yaratacağı Etki Arasındaki İlişki	175
Tablo 4.90. Organik ve Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Kazanç Düzeyi İle İstihdam Seviyesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	176
Tablo 4.91. Organik Tarım Desteklemelerine Göre Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişmesi Arasında Bir İlişkinin Tespiti	177
Tablo 4.92. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre İstihdam Düzeyindeki İlişkinin Belirlenmesi.....	178

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4. Kıtalara Göre 2008 Yılında Organik Tarım ve Doğal Toplama Alanlarının İlişisinin Belirlenmesi.....	46
Şekil 2. Organik Üreticilerin İşletme Sayısı Açısından Dağılımı.....	47
Şekil 3. En Büyük Organik Üretim Alanına Sahip On Ülke (2008)	48
Şekil 4. Dünyada Organik Olarak Yetiştirilen Çok Yıllık Türler.....	48

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BSE	: Deli Dana Hastalığı
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DOKA	: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EFTA	: The European Free Trade Association (Avrupa Serbest Ticaret Birliği)
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği
FAO	: Food and Agriculture Organization of the United Nations (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)
FIBL	: Research Institute of Organic Agriculture (Organik Tarım Araştırma Enstitüsü)
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
GDGP	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
IFOAM	: The International Federation of Organic Agriculture Movements (Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu)
ITC	: Uluslararası Ticaret Merkezi
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSS	: Küçük Sanayi Sitesi
NPK	: Azot, Fosfor ve Potasyum
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
OTA	: Organik Ticaret Birliği
OTK	: Organik Tarım Kanunu
WHO	: The World Health Organization (Dünya Sağlık Örgütü)
WTO	: The World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
WWF	: Orman Ürünleri
TL	: Türk Lirası
\$: Amerikan Doları

TEŞEKKÜR

Bu çalışmamda desteğini ve ilgisini benden esirgemeyen, bilimsel yaklaşım alanında kendilerinden çok şey öğrendiğim danışman hocam ve değerli büyüğüm Doç. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI'ya en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Yaşadığım yoğunluk nedeniyle birlikte geçirmemiz gereken zamandan çaldığım ve kendilerine gereken ilgiyi gösteremediğim için ailemden özür diliyorum. Buna karşın çalışma koşullarını benim için sağlayarak her türlü fedakarlıkta bulunan, geç saatlerde eve gitmeme rağmen hoşgörülü ve anlayışlı bir şekilde karşılayan aileme büyük minnet borçluyum.

Çalışma alanı olarak organik tarım konusunu seçmemde bana yardımcı olan değerli hocam Prof. Dr. Kerem KARABULUT'a tezimi hazırladığım süre boyunca benden desteğini esirgemediği için teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmamın her aşamasında bana gerekli ilgiyi gösteren ve çalışmamı titizlikle inceleyen değerli hocam Doç. Dr. Elif ÇOLAKOĞLU'na minnet borçluyum.

Çalışmanın uygulama aşamasında benden gerekli desteğini esirgemeyen ve anketlerimi oluştururken bana yol gösteren değerli hocam Doç. Dr. Mehmet Suphi ÖZÇOMAK'a şükranlarımı sunuyorum.

Ayrıca, anketlerimin uygulanması ve değerlendirilmesi aşamasında bana sürekli destek olan değerli hocalarım Doç. Dr. Ekrem CENGİZ'e, Yrd. Doç. Dr. Kemal SAYLAN'a, ağabeyim Yrd. Doç. Dr. Mehmet MERDAN'a Çeviriler konusunda bana yardımcı olan Volkan KELEŞ'e, beş yıl boyunca benim kahrımı çeken ve odayı paylaştığım değerli arkadaşım Yrd. Doç. Dr. Barış YILDIZ'a, eşim Gönül MERDAN'a ve köyleri dolaşmam esnasında benden ilgisini esirgemeyen çiftçi vatandaşlarımıza, organik üretici firma yöneticilerine sonsuz teşekkür ederim.

GİRİŞ

20. yüzyılda özellikle tarımsal alanda, bilimsel araştırmaya kamunun önemli ölçüde yatırım yapması, sanayileşmiş ülkelerde tarımsal verim ve ürün artışları sonucunu doğurmuştur. Ancak zamanla gıda ürünlerinde ortaya çıkan yanlış uygulamalar ve bu durumu tespit eden çalışmalar, tüm toplumlarda tarımsal üretime farklı bir bakışı ve beklentiyi beraberinde getirmiştir. Özellikle gelişmiş ve zengin ülke toplumları, tükettikleri ürünlerin niteliği konusunda gösterdikleri özen ve hassasiyete paralel olarak, daha fazla bedel ödemek pahasına daha doğal ve sağlıklı ürünler talep etmeye başlamışlardır. Tarımsal ürün talebindeki bu davranış değişikliği, üreticiler açısından doğayla uyumlu, belki daha az ama aynı zamanda kâr beklentisini de optimize eden bir üretim alanı yaratmıştır.

Dünya üzerinde var olan doğal kaynaklar dengesiz kullanılarak hızla tükenmekte ve uzun vadede ekonomik gelişimi hedefleyen yeni bir tarımsal anlayış modelinin uygulamaya konulması önem arz etmektedir. Bu nedenle insanlara temiz ve yaşanabilir bir dünya bırakmak için organik dengeyi bozan kimyasal maddelerden korunmaya çalışmak ve aynı zamanda tüm insanların sağlıklı ürünler tüketmesini sağlamak için tarımsal üretim yapılması yoluna gidilmiştir.

Artan dünya nüfusuyla birlikte ortaya çıkan gıda ve barınma talepleri özellikle üreticileri birim alandan daha fazla ürün elde etme çabalarına yöneltmiş ve bu amaca yönelik teknolojinin kullanımıyla birlikte yeni yöntemler ortaya çıkarılmış, bu yöntemler neticesinde geliştirilen yapay gübre, hormon ve zirai ilaçlar bilinçsizce kullanılarak verim artışı yoluna gidilmiştir. Bu bilinçsiz kullanım, tarımı özellikle de modern üretim yöntemlerini çevre kirliliğinin bir nedeni haline getirmiştir.

Avrupa'da ortaya çıkan deli dana hastalığı, hayvanlarda görülen ayak ve ağız hastalıkları ile genetiği değiştirilmiş ürünler (GDO) konusunda da tüketicilerin duymuş oldukları endişeler organik ürünlere karşı olan ilgi ve talebin daha da artmasını sağlamıştır. Tüketicilerin bu şekilde yaklaşımı özellikle üreticilerin tarım ürünlerinden başlangıçta elde ettikleri fayda düzeyine tekrar ulaşabilmeleri için çevreye dost doğal geliştirici faktörlerin doğa ile uyumlu bir şekilde kullanılmasını gündeme getirmiştir. Böylece birçok ülkede modern (konvansiyonel, klasik ya da geleneksel) tarımdan organik (ekolojik, biyolojik) tarıma yönelme süreci başlamıştır.

Organik tarım, doğanın dengesini bozmadan sağlıklı gıdalar üretmek amacıyla bitkisel ve hayvansal üretimin uygun ekolojilerde, kültürel tedbirler, biyolojik mücadele ve doğal gübreleme yolu ile gerçekleştirilmesini öneren, üretimde sadece miktar artışını değil, aynı zamanda ürün kalitesinin de yükseltilmesini amaçlayan alternatif bir üretim şekli olarak tanımlanmaktadır. Organik tarımda esas amaç, yalnızca çevre ve insan sağlığını korumak değil, aynı zamanda tüketici ve üreticiler için kabul edilebilir bir fayda-maliyet/kâr optimizasyonu ile toplumların güvenli gıda ihtiyacını karşılayabilmektir.

Organik tarım, insan sağlığını ön planda tutan, doğaya zarar vermeden doğadan en iyi şekilde yararlanma sanatıdır. Bu yöntem özellikle insan ve hayvan sağlığına zarar veren, sağlıksız üretilen yiyecek ve yemlerin kullanılmasını da yasaklayan bir sistem olarak kabul edilmektedir. Organik tarım kapalı bir tarım sistemi olarak görüldüğünden, bu tarım sisteminde hayvancılık, bitkisel üretimi; bitkisel üretim de hayvancılığı desteklemektedir. Organik tarım dengeli beslenmeyi esas aldığından daha sağlıklı ürünler elde edebilmek için her türlü organik atıklar değerlendirmeye tabi tutularak topraktan daha fazla verim elde edilmeye çalışılacak ve bu ise tarımda sürekliliğin sağlanmasında büyük katkı sağlayacaktır.

Organik tarım diğer tarım sistemleriyle karşılaştırıldığında birçok yönden farklılık göstermektedir. Organik tarım bitkisel üretimde yenilebilir kaynakları, geri dönüşümü ve atıklardaki besin maddelerinin toprağa dönüşümünü desteklerken; hayvansal üretimde, üretim yapılırken hayvan refahı ve doğal yemlerin kullanımı ilkelerine göre düzenlenir. Organik tarım zararlılarla ve hastalıklarla mücadelede çevrenin kendi doğal sistemlerine saygılıdır. Kimyasal gübre, büyüme hormonları, antibiyotik veya gen değiştirme uygulamalarının kullanımına karşı çıkar. Tüm bunlar yerine organik üreticiler ekosistemin korunmasına ve kirliliğin azaltılmasına yardımcı olan teknikleri kullanırken Geleneksel üreticiler ise yıllardır ekosisteme her hangi bir katkı içermeyen kendiliğinden süregelen üretim tekniklerini kullanmaktadırlar. Organik tarım ürünlerinin sağlıklı oluşların yanında tatlarının iyi oluşu, depolama ve korunmalarının kolaylığı, satış değerinin yüksekliği gibi nedenlerden dolayı organik ürünler geleneksel ürünlere göre daha fazla tercih edilmektedir (Zengin, 2007, s.16-17).

Organik tarımda büyük bir gelişme sağlayabilmek için yasal düzenlemelere yer verilerek yeni hedefler ortaya konulmaya, organik tarıma olan taleplere karşılık verme

yoluna gidilmeye çalışılmaktadır. Hükümetlerin çoğu organik tarımı destekleme yoluna gitmesiyle birlikte daha kaliteli ve daha güvenli gıda konusunda kamu kesiminin ve tüketicilerin artan ilgileri organik tarımın hızlı bir şekilde gelişmesinde önemli faktör oluşturmuşlardır. Geleneksel ürünlere göre organik ürünlerin elde ettiği ortalama % 10-50'lik yüksek fiyat, daha güvenli pazara sahip olmaları yanında, geleneksel tarım için giderek azalan devlet destekleri de organik sektörün büyümesine katkı sağlamıştır. Günümüzde kamusal çabalar yanında, gıda sektöründeki büyük işletme ve pazarlama firmaları da organik ürün üretim, işleme, paketlenme ve pazarlamasını yoğun bir şekilde desteklemektedir.

Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Kanada, ve Japonya gibi Batı ülkeleri geleneksel tarımın insan sağlığı ve doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri konusunda bilinçli bir davranış sergileyerek, geleneksel tarımın yarattığı olumsuz etkiyi azaltmak için büyük bir çaba göstermişlerdir. Bu çabaların neticesinde organik tarım geleneksel tarıma göre, kalkınma düzeylerinden bağımsız olarak birçok ülke tarımın da giderek önem kazanmaya başlamıştır. Organik tarımın gelişmekte ve değişim içinde olan ülkelerde büyüme ve yaygınlaşması oldukça yeni olup bu değişim son yirmi yılda büyük bir artış göstermiştir. Arjantin, Sri Lanka, Türkiye, Kosta Rica, Meksika gibi ülkelerde organik tarım son birkaç yılda ihracat başta olmak üzere hızla gelişen sektör olmuştur (Rehber, 2011, s.3).

Organik tarım sistemi Türkiye'de özellikle ihracat talepleriyle birlikte gelişme göstermeye başlamıştır. Bugün gelinen noktada ise Türk organik tarımı, standartları genellikle uluslararası standartlara uyumlu, üreticilere kar getirmenin yanında tüketicilere de güvenilir gıdalar sunan bir yapı haline dönüşmüştür. Bu sektör, daha çok dış pazara yönelik üretim yapan, çevrenin korunmasına özen gösteren ve henüz gelişmekte olan bir tarım sektörü olarak görülmektedir. Organik tarım sisteminin, tüm dünyada değişen ve gelişen tarım sektörünün bir parçası olarak, yükselen bir gelişim seyrine sahip olduğu belirtilmektedir. Türkiye, kirlenmemiş ve yüksek gelişme potansiyeline sahip tarımsal kaynakları ile organik tarım alanında dünyanın önde gelen üretici ülkelerinden biri olarak görülmektedir. Sahip olduğu tarım arazilerini ve su kaynaklarını kirlenmeden ve doğal kaynaklarını tahrip etmeden gelecek kuşaklara aktarmak, sürdürülebilir tarımsal kalkınmayı sağlamak, topluma sağlıklı gıda arz etmek ve katma değeri yüksek tarımsal üretim yapılarak üreticilerin ekonomik gelir düzeyini

yükseltmek amacıyla organik tarımın geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması ülke için büyük kazanımlar oluşturacaktır.

Bu çalışmada, Türkiye ve dünyadaki organik tarım faaliyetlerinden hareketle Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki Organik tarım konusunda, üretim, yatırım ve pazarlama gibi uygulamaya ilişkin konular başta olmak üzere, ekonomik özelliklere ağırlık verilerek kapsamlı bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu çalışmayla Doğu Karadeniz Bölgesi'nde organik tarımın mevcut durumu, ekonomiye katkısı, organik tarımın geleneksel tarıma göre bölge içerisindeki yeri, organik tarımın geleceği analiz edilmektedir.

Bu çalışmanın amaçları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

- Organik üretiminin ekonomik yapısını belirlemek, üretim koşullarının organik koşullara uygunluğu, üreticilerin organik tarıma geçme istekleri, üreticilerin üretime dair bilgi düzeyleri ve organik üretimden ekonomik ve tarımsal olarak beklentileri belirlenmek istenmiştir.

- Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik tarım hakkındaki düşünceleri, organik tarıma bakış açıları, neden geleneksel tarım yaptıkları ve aynı zamanda organik tarım ile geleneksel tarım karşılaştırılarak ekonomik açıdan değerlendirilmesi yapılmıştır.

- Araştırma organik tarımın bölgede uygulanabilirliğini belirlemeye yönelik yapılmıştır. Buradan hareketle bölgenin ekonomik olarak kalkınmasında organik tarımın üstleneceği rol bu çalışma yardımıyla gösterilmeye çalışılmıştır.

- Doğu Karadeniz Bölgesi'nde organik tarımın mevcut durumu ile ilgili olarak yeterli çalışmanın var olduğunu söylemek şu an için mümkün değildir. Bu çalışma ile kısmen de olsa bilgi açığı kapatılmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ORGANİK TARIM

1.1. ORGANİK TARIM SİSTEMİ

İnsanoğlu, çevreyi görmezden gelerek sürdürmekte olduğu tarımsal, endüstriyel ve teknolojik faaliyetler sonucu, canlı ve cansız çevresiyle birlikte kendisinin de Şu anki ve gelecekteki yaşamını tehlikeye soktuğunun farkına varmış görünmektedir. Bu farkında oluş insanoğlunu tarımsal, endüstriyel ve teknolojik faaliyetlerinde ve tüketim alışkanlıklarında yeni arayışlara sevk etmiştir. Tarımsal faaliyette dahil olmak üzere tüm faaliyetlerde, kısa dönemde aşırı ve yıkıcı faydalanma yerine, sürdürülebilirlik esas kabul edilmeye başlanmıştır (İlbaş, 2009, s.1).

Tarım, tohumu ve toprağı kullanarak, üretim materyalini(tohumluk, fide, fidan ve damızlık) ve çoğalmasını temin edecek girdileri de ilave ederek bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, bunların kalite ve verimlerinin yükseltilmesi, bu ürünlerin uygun koşullarda muhafazası, işlenip değerlendirilmesi ve pazarlanması olayıdır. Üretilen bu maddeler hammadde olarak kullanılabilieceği gibi, yarı mamul ve mamul madde halinde de kullanılabilir. Ayrıca sanayi alanında ve ekonomik olarak değerlendirilmesi faaliyetleri önemli ölçüde tarım, tarımsal sanayi ve tarımsal ekonomi olarak ifade edilmektedir (Boşalma ve Er, 2008, s.7).

Tarımsal üretimde kullanılan ilaç, gübre ve diğer kimyasalların insan ve toplum sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri artarak kendini hissettirmeye başlamıştır. Tüm bu olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması amacıyla kimyasal gübre ve tarımsal savaş ilaçlarının hiç ya da mümkün olduğu kadar az kullanılması, bunların yerine aynı görevi yapan organik gübre ve biyolojik savaş yöntemlerinin alması temeline dayanan Organik Tarım Sistemi geliştirilmiştir.

Geleneksel tarıma alternatif bir sistem arayışına doğru yönelim organik tarım uygulamalarını ön plana çıkarmıştır. Organik tarım sisteminin vaat ettiği bir çıkış yolu olduğu fark edilince tüm dünya ülkelerinde söz konusu tarım sistemine ilişkin ortak bir bilinç oluşturma çabaları başlamıştır. Yapılan çalışmalar neticesinde organik ürün talebi artmış ve özellikle gelişmekte olan ülkeler için yeni pazar olanakları ortaya çıkmıştır (Ayla, 2011, s.4).

1.2. Organik Tarımın Tanımı

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve AB tarafından modern tarıma alternatif olarak da kabul edilen bu üretim şekli değişik ülkelerde farklı isimlerle kullanılmaktadır. Almanca ve Kuzey Avrupa dillerinde “Ekolojik Tarım”, Fransızca, İtalyanca ve İspanyolca’da “Biyolojik Tarım”, İngilizce’de “Organik Tarım” Türkiye’de ise "Ekolojik veya Organik Tarım" eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (<http://www.frmtr.com>, 05.03.2013).

Alternatif, bio-dinamik, biyolojik, doğal, ekolojik, yenilebilir ve organik tarım ifadeleri aynı anlamda kullanılmakla birlikte terminolojide ‘organik tarım’ ifadesi daha uygun ve yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Zengin, 2007, s.11). Bahsedildiği üzere organik tarımın pek çok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şu şekildedir:

Organik Tarım; ekolojik sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içermekte olup, esas olarak sentetik kimyasal tarım ilaçları, hormonlar ve mineral gübrelerin kullanımını yasaklaması yanında, organik ve yeşil gübreleme, toprağın muhafazası, bitkinin direncini artırma, nöbetleşe ekim, doğal düşmanlardan faydalanmayı tavsiye eden, bütün bu olanakların kapalı bir sistemde oluşturulmasını öneren, alternatif bir üretim şekli olarak ifade edilmektedir (Taşbaşlı ve Diğ., 2003).

Organik tarım, doğadaki dengeyi koruyan, toprak verimliliğinde sürekliliği sağlayan, hastalık ve zararlıları kontrol altına alarak, doğadaki canlıların devamlılığını sağlayan, doğal kaynakların ve enerjinin optimum kullanımı ile optimum verim alınan bir üretim sistemini ifade etmektedir. Organik tarım, insan, çevre ve ekonomik olarak sürdürülebilir tarımsal üretim sistemini bütünleştiren bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır (Ak, 2004).

Organik tarım, üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşamalı kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimidir. Organik tarımın amacı sahip olunan toprak ve su kaynakları ile havayı kirletmeden, çevre bitki, hayvan ve insan sağlığını korumaktır (Er ve Başalma, 2008, s.13).

Organik tarım, hayvansal ve bitkisel üretimi bütün olarak tasarlayan, öncelikle işletme içinden sağlanan girdileri kullanmayı hedefleyen en son bilgi ve teknolojiye dayanan, aynı zamanda üretici ve tüketiciler için kabul edilebilir bir maliyetle herkesin gıda ihtiyacının karşılanabileceği bir üretim tekniğidir. Organik tarım, belli

tekniklerle donanmış bir üretim disiplini (Marangoz, 2008, s. 4).

Birbirine benzer birçok tanımı yapılan organik tarım, aynı zamanda, sağlıklı gıdalar üretmek ve doğanın dengesini koruma amacına hizmet eden ve üretimin doğal gübreleme yoluyla gerçekleştirilmesini savunan alternatif bir üretim şeklidir (Atiker, 2004, s.1).

Özellikle vurgulamak gerekir ki, organik tarım ayrı ve değişik bir tarım olmaktan ziyade, bir tarımsal uygulama, bir tarımsal yetiştiricilik sistemi ve kendine özgü ölçütleri olan bir üretim yöntemidir (Er, 2009, s.18).

Bütün bunların yanında organik tarımın, biyolojik çeşitliliğin korunması, erozyon, çölleşme ve iklim değişikliğine neden olan faktörlerin etkisinin en aza indirilmesi, kimyasal kirlilik ve zehirli maddelerin önlenmesini sağlamak gibi amaçları bulunmaktadır (Demir ve Gül, 2004).

Organik tarımda ürün yetiştirilmesi aşamasından başlanarak ürünün toplanması, hasat edilmesi, kesim yapılması, işlenmesi, tasnif edilmesi, ambalajlanması, etiketlenmesi, muhafaza edilmesi, depolanması, taşıma ile ürünün tüketiciye ulaşmasına kadar olan diğer tüm işlemlerde, herhangi bir kimyasal madde veya tarım ilacı kullanılmamaktadır. Çiftçiler ve aileleri tarım ilaçlarına daha sık maruz kaldıkları için, organik tarımın öncelik hedefi, çiftçi ve ailesini genel olarak da toplumun sağlığını korumak ve iyileştirmektir. Organik tarım yaygınlaştıkça, tedavi edilmesi çok pahalı olan hastalıklara yakalanma oranlarında azalma meydana gelecek ve ekonomiye de dolaylı yoldan katkı sağlayacaktır (<http://www.tarim.gov.tr>, 16.03.2013).

1.3. Geleneksel Tarımla Organik Tarımın Mukayesesi

Geleneksel Tarım: Tarımsal kimyasal ilaçlar ve gübreler kullanılmadan önceki uygulanan yöntem ve usulleri kapsayan, birim alandan yüksek verim almayı hedefleyen bir yetiştiricilik sistemidir. Bu sistemde doğal kaynaklardan yoksunluk ve belli ölçüde mekanizasyon bulunmaktadır. Geleneksel tarımda her sorun tek tek ele alınmakta, bütünsel bir yaklaşımla çözümler üretilmemekte ve uzun yıllara yönelik bir planlama yapılmamaktadır.

Geleneksel tarım, birim alandan en yüksek verimi elde etmeyi amaçlamış, bu nedenle yapılan her türlü araştırma ve çalışmalar daima verimi ve üretimi artırma yönünde olmuştur. Örneğin, yüksek verimli çeşitler ve kaliteli tohumluğa önem

verilmiş, çeşitli gübre ve dozlarının verimi artırıcı yöndeki etkileri incelenmiş, hastalık ve zararlılarla savaşta daha etkili ilaçlar araştırılmış, farklı sulama yöntem ve dozlarının üretimi artırmadaki rolü üzerinde durulmuş, insan işgücü yerine yakıt enerjisinden yararlanma yaygınlaşmış ve bütün bunların uygulanması içinde makineler geliştirilmiştir (Kurtar ve Ayan, 2004, s.63).

Klasik Tarım: Alışılmış tarım ya da geleneksel tarım da denilen bu tarım sistemi bugün yaygın olarak uygulanmaktadır. Genetik olarak yapısı değiştirilmiş yüksek verimli bitki ve hayvan çeşit ve ırklarının tek ürünlü tarım, tarımsal ve kimyasal girdilerin yoğun bir şekilde kullanılması ile devam ettirilmektedir. Çok sık ve yoğun toprak işlenmesine bağlı olarak toprak tahribatı ve çoğu yerde aşırı ve uygun olmayan usullerle sulama yapılmasına bağlı olarak toprakta sodyum birikimi ve çoraklaşma problemleri ortaya çıkabilmektedir (Er ve Boşalma, 2008, s.18).

Sürdürülebilir Tarım: Yeterli ve kaliteli gıda maddesinin uygun maliyetlerde üretimini, tarım yapılan arazinin, çiftçilerin, çevrenin ve doğal tarım kaynaklarının korunmasını geliştirecek sistem ve uygulamaları içeren bir tarım metodudur (<http://www.tgdf.org.tr>, 20.03.2013).

Biyodinamik Tarım: Bir çeşit organik tarım uygulaması olup, ayrıca bu uygulamanın belirli ölçüde ruhsal boyutu da olan tarımdır. Burada çiftçilerin ruh sağlığı ve huzuru bakımından rehabilitasyonu da söz konusudur.

Organik Tarım: Daha öncede tanımlandığı gibi, ekolojik-biyolojik ilkeleri ve standartlardan, devamlı denetimi ve belgelendirmeyi gerektiren toprak verimliliğini bitki sağlığını esas alan, çevre tahribatını gözden uzak tutmayan, daha doğrusu daima çevreyi koruyan, tarımsal kimyasalların kullanımını kısıtlayan, sınırlandıran hatta kullanımına izin vermeyen tarım uygulamaları sistemidir.

Entegre(bütünleşik) Tarımsal Üretim: Sürdürülebilir yetiştirme sistemi olarak da adlandırılan, sınırlı bir şekilde, mevzuata bağlı olarak kimyasal gübre ve ilaç kullanımına izin veren, ancak çok katı kuralları olmayan tarımsal uygulamalardır.

Geleneksel Tarım ile Organik Tarım arasındaki temel farklar ana hatlarıyla aşağıdaki gibi sıralanmıştır: (Zengin, 2007, s.17)

- ❖ Geleneksel tarımda planlı ekim nöbeti yapılmazken, organik tarımda ekim nöbeti yapılması zorunludur.
- ❖ Geleneksel tarımda zararlı ve yabancı otlar tamamen yok edilirken, organik

tarımda yabancı otlar kontrol altında tutulmaya çalışılır.

- ❖ Geleneksel tarımda toprakta yaşayan canlıların yaşam düzeninde bir bozulma gerçekleşirken, organik tarımda toprakta yaşayan canlıların yaşam düzeninde iyileşmeler olur.
- ❖ Geleneksel tarım organik madde ve humus kaybına yol açarken, organik tarımda organik madde birikimi ve humus oluşumunda artış meydana gelir.
- ❖ Geleneksel tarımda gübreleme ve tarımsal maliyet oldukça yüksekken, organik tarımda gübreleme ve tarımsal mücadele maliyeti çok düşük olmaktadır.
- ❖ Geleneksel tarımda toprak işleme düzensiz bir şekilde yapılırken, organik tarımda toprak alt üst edilmeden uygun bir şekilde işlenir.

Organik ve geleneksel üretim sistemlerinin ekonomik yönünü karşılaştırmak suretiyle Tablo 1.1’de belli başlı ürünlere yönelik verim, maliyet, satış fiyatı ve kârlılık verileri sunulmuştur.

Tablo 1.1. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Verimi, Maliyet, Satış Fiyatı ve Kârlılık Durumunun Karşılaştırılması

Ürünler	Verim (% Fark)	Birim Maliyet (% Fark)	Satış Fiyatı (% Fark)	Net Kar (% Fark)
Fındık	22.0	-4.6	15.0	121.6
Ç. K. Üzüm	-8.2	29.2	6.7	-25.8
Pamuk	-6.6	-8.7	10.5	47.3
Zeytin	-16.1	27.6	6.2	-27.2
Buğday	-5.2	-7.3	1.1	14.3
Arpa	-19.2	3.3	3.1	-59.1

Kaynak: Demirci ve Diğ.,(2002); Demiryürek, 2004, s.66).

Tablo 1.1’de görüldüğü gibi organik fındık yetiştiriciliği hariç ele alınan ürünlerde verim, geleneksel yetiştiriciliğinden elde edilen verime göre %5-20 arasında daha düşük olmaktadır. Organik çekirdeksiz kuru üzüm ve zeytin yetiştiriciliğinde birim maliyet konvansiyonel yetiştiriciliğe göre yaklaşık %30 daha yüksekken; organik fındık, pamuk ve buğday yetiştiriciliğinde birim maliyet, konvansiyonel yetiştiriciliğine

göre %4.6-8.7 arasında daha düşüktür. Organik ürünlerin satış fiyatı konvansiyonel ürünlere göre %1-15 arasında daha yüksek gerçekleşmektedir. Net kâr açısından en kârlı ürün fındık (%122 daha fazla) olarak ortaya çıkmaktadır. Verim düşüklüğü, birim maliyet yüksekliği ve satış fiyatlarının düşüklüğüne bağlı olarak organik çekirdeksiz kuru üzüm, zeytin ve arpanın net karlılığı konvansiyonel yetiştiriciliğe oranla %25-60 arası daha düşüktür (Demirci ve Diğ., 2002).

1.4. Organik Tarıma Geçiş Sebepleri

Tarımsal faaliyetlerin insan yaşamındaki ilk yıllarından yakın yüzyıla kadar, çiftçiler kimyasal girdilere bağlı kalmadan, ilaç ve gübre kullanımını bilmeden yaşıyorlardı. Ancak gelişen sanayi ve teknoloji ile birlikte yüzyılımızın başlarından itibaren çiftçiler gittikçe artan bir şekilde her geçen gün daha fazla kimyasal(İlaç-gübre) girdi bağımlılığı içine sürüklenmeye başlanmıştır. Bu eğilimin ilk olumsuz etkileri de, çok geçmeden yine bu kimyasalları ilk kullanmaya başlayan batı ülkelerinde görülmüştür. Böylece kimyasallar ile yapılan tarım üretimine alternatif arayışlar da ilk kez bu ülkelerde yüzyılımızın başlarında başlatılmıştır (Tozan ve Erdem, 1998).

Kimyasal sentetik ilaç ve gübrelemeye dayalı geleneksel tarım uygulamaları ile yüksek oranda verim artışı sağlanırken, bunların aşırı kullanımı sonucu maliyet ve çevre kirliliği de gittikçe artış göstermiştir (Akman ve Kara, 2001).

Organik tarıma geçiş nedenleri aşağıdaki şekilde sıralanmıştır: (Anonim, 2007c; Marongoz, 2008, s.4-5).

- Gelecek nesilleri korumak,
- Üretim amacıyla aşırı düzeyde uygulanan gübre, tarımsal ilaç ve bitki gelişim düzenleyicilerinin toprak ve bitkilerdeki kalıntılarının toprak yapısına, toprak canlılarına ve yer altı sularına karışarak gerek insan ve gerekse çevre sağlığını olumsuz etkilemesi,
- Suyun miktar ve kalitesini korumak,
- Toprak ve genetik toprak erozyonunu önlemek,
- Toprak verimliliğini ekolojik koşulları göz önüne alarak doğal yollarla uzun dönem için sağlamak,
- Kimyasalların insanlar, çevre ve hayvanlar üzerindeki olumsuz etkilerinden korunmak,

- Geleneksel tarımda mono kültür yetiştiriciliğın ön planda olması sebebiyle toprakların tek yönlü olarak sömürülmesi,
- Yenilebilir enerji kaynaklarını kullanmak ve enerji tasarrufu yapmak,
- Üretici ve tarımsal işletmelerde çalışan insanların sağılığını korumak,
- Küçük çiftçilerin güvenliğini üretim döngüsü veya gelir düzeylerini artırarak sağılamak,
- Ekonomiyi desteklemek,
- Sağılıklı ve besin kalitesi yüksek ürün elde etmektir.

1.5. Organik Tarımsal Üretim Tarihsel Gelişimi

Organik tarımın tarihi geçmişi ve gelişimi ile ilgili bilgiler daha çok birbirini tamamlar niteliktedir. Doğal kaynakların ekonomik ilkelere uygun bir şekilde kullanılması düşüncesi Milattan önceki dönemlere kadar uzanmaktadır (Korcak, 1992). Organik tarımla ilgili düşünce ve fikirlerin başlangıcı ise 19. yüzyılın son çeyreği ile 20. Yüzyılın ilk yarısına kadar dayanmaktadır. Önceleri çok çeşitli yöntemler geliştirilmeye çalışılmış, hatta bu yöntemlere astrolojik boyutlar katılarak, ay ve yıldızların etkisini de üretime katan ekoller ortaya konulmuştur. Tüm bu ekoller incelendiğinde görülen temel öge; organik dengenin korunarak, bitkisel ve hayvansal üretimin birlikte aile işletmeciliği şeklinde yapılması, dolayısıyla üretimden tüketime kısa devrelerin kurularak kendi kendine yeterliliğın sağılanmasıdır. Bu özelliği nedeniyle organik tarım'ın gelişimi 1. Dünya Savaşı sırasında daha da artmıştır. 1930'lu yıllardan itibaren dünya nüfusundaki artışın ivme kazanması ile, hızla artan nüfusa yetecek miktarda tarım ürünü üretme kaygıları ve 1950'lerde (2. Dünya Savaşı sonrası) ucuz gıda ürünü talebinin artması sonucu, tarımsal girdiler (gübreler, hormonlar, antibiyotikler vb.) ve mekanizasyon yoğun olarak kullanılmaya başlamıştır. Organik tarım 1950 yılından sonra Amerika Birleşik Devletlerinin Marshall yardımı ile önemini yitirmiş, sağılanan ekonomik katkılar ve aşırı desteklemeler sonucu üretimin her biriminin üretim aracından daha entansif(yoğun) kullanımı süratle yayılmış, makineleşme, kimyasal ilaç ve gübreler ile kimyasal katkı maddeleri kullanılmaya başlamıştır. 1960'lı yılların sonunda Avrupa Topluluğu'nun kurulması ve uyguladığı tarımsal destek politikaları, 1970'de pestisitlerin (kimyasal maddelerin) ve kimyasal gübrenin keşfi de bu gelişmeye katkıda bulunmuştur (Uranbey, 2004).

1970'lerdeki 'Yeşil Devrim' olarak adlandırılan bu tarım politikaları dünyadaki gıda sorununa bir nebze çözüm olsa da, doğal dengeyi her geçen gün daha da tahrip etmiş, insan sağlığını da tehlikeye atmıştır. Ayrıca son yıllarda nüfus artış hızına oranla gıda artış hızı hemen hemen tüm ülkelerde artmış ancak çok az sayıda ülkede sorun olmaya devam etmiştir. Dolayısıyla artık tarımda uygulanan teknikler sadece üretim miktarında sağladıkları artışla değerlendirilmemekte, çevreye, insan ve hayvan sağlığına olan etkileri ile birlikte irdelenmektedir (<http://www.tarimmerkezi.com>, 19.03.2013).

Türkiye'de organik tarım faaliyetleri 1986 yılında Avrupa'daki gelişmelerden farklı şekilde, ithalat yapan firmaların istekleri doğrultusunda, ihracata yönelik olarak başlamıştır. Önceleri ithalatçı ülkelerin bu konudaki mevzuatına uygun olarak yapılan üretim ve ihracata, 1991 yılından sonra Avrupa Topluluğu'nun yönetmeliği doğrultusunda devam etmiştir. Daha sonra 2092/91 sayılı organik tarım faaliyetlerini düzenleyen yönetmeliğin 14 Ocak 1992 tarihinde yayımlanan 94/92 sayılı ekinde; Avrupa Topluluğu'na organik ürün ihraç edecek ülkelerin uymak zorunda olduğu hususlar ayrıntıları ile belirtilmiş ve ülkelerin kendi mevzuatlarını uygulamaya koymaları ve bu mevzuatın da dahil olduğu çeşitli teknik ve idari konuları içeren bir dosya ile Avrupa Topluluğu'na başvuruları zorunluluğu getirilmiştir (Er ve Uranbey, 1999).

Avrupa Topluluğu'ndaki bu gelişmelere uyum sağlamak üzere Tarım ve Köy işleri Bakanlığı çeşitli kurum ve kuruluşların işbirliği ile yönetmelik hazırlama çalışmalarına başlamış ve "Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Organik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik" 24 Aralık 1994 tarih ve 22145 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Daha sonra katılım sürecinde, "Avrupa Birliği Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı" gereğince Avrupa Birliği Organik Tarım Yönetmeliğinde yapılan ekler ve değişiklikler ile bitkisel, hayvansal ürünleri ve su ürünlerini de kapsayacak şekilde hazırlanarak 11.07.2002 tarih ve 24812 sayılı Resmi Gazetede, "Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik" yayınlanmıştır. Organik ürünlerin üretimi, tüketimi ve denetlenmesine dair kanun tasarısı hükümetin acil eylem planı içerisinde yer almış ve 5262 sayılı "Organik Tarım Kanunu" 03.12.2004 tarihli ve 25659 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu Kanuna gereğince hazırlanan "Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik" 10.06. 2005 tarihli ve 25841 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak

yürürlüğe girmiştir (<http://www.tarim.gov.tr>, 16.03.2013).

1.6. Organik Tarımın Amacı

Organik tarımın temel amacı, ekonomik, sosyal, çevreye duyarlı sürdürülebilir bir tarım seçeneği olarak, toprağı zenginleştirmek, çevre, bitki, hayvan ve insan sağlığını korumak, daha sağlıklı gıda ve tekstil hammaddeleri elde etmektir.

Organik üretim ve uygulamalarının temel amaçlarının tamamını sıralamak mümkün olmamakla birlikte, aşağıdaki gibi ifade edebiliriz; (Çakmakçı ve Erdoğan, 2005, Özbağ, 2010)

- ❖ Yeterli miktarda ve yüksek kalitede gıda üretimi sağlamak,
- ❖ Doğal sistem ve döngülerle yaşamın zenginleşmesini ve korunmasını sağlamak,
- ❖ Faydalı ve sürdürülebilir bir ekosistemi geliştirmek,
- ❖ Doğada genetik çeşitliliğini devam ettirmek,
- ❖ Doğa ile uyumlu bir şekilde çalışmak,
- ❖ Toprak verimliliğini artırmak ve üretkenliğinin devamlılığını sağlamak,
- ❖ Organik üretim ve uygulama sistemlerinin geniş sosyal ve ekolojik etkilerinden yararlanmak,
- ❖ Mikroorganizma, toprak florası ve faunası, bitki ve hayvanların dahil olduğu bir tarım sistemiyle biyolojik döngünün artırılması ve teşvik edilmesini sağlamak,
- ❖ Su kaynaklarının uygun bir şekilde kullanılması ve bütün yönleriyle yaşamın gelişmesine yardımcı olmak,
- ❖ Üretim sistemlerinde mümkün olduğu kadar yenilebilir kaynakları kullanmak,
- ❖ Bitkisel ve hayvansal üretim arasında ahenkli bir denge yaratmak,
- ❖ Doğal davranışları dikkate alarak canlılara yaşamın bütün koşullarını sağlamak,
- ❖ Bütün kirlenme çeşitlerini minimum seviyeye indirmek,
- ❖ Organik üretim için kullanılan yenilebilir kaynakları özel işlemlere tabi tutmak,
- ❖ Uzun süre dayanıklı ve yüksek kaliteli tekstil ürünleri üretmek,
- ❖ Her bir bireyin yaşam kalitesini artırmak, temel ihtiyaçlarını karşılamak ve güvenilir bir çevrede yeterli bir dönüşüm sağlamak,
- ❖ Kırsal kesimde istihdam olanakları yaratmak, organik tarımsal faaliyette bulunan müteşebbisin gelir seviyesini ve yaşam kalitesini yükseltmek,
- ❖ Üretici örgütlenmesini güçlendirmek,

- ❖ Sosyal ve ekolojik olarak tamamen sorumlu bir üretim, işleme ve dağıtım zinciri geliştirmek amaçlanmıştır.

1.7. Organik Tarımın İlkeleri

Organik tarımın 4 temel ilkesi vardır:

- ✓ Genetik değişikliğe uğratılmamış tohum kullanmak,
- ✓ Toprakta herhangi bir zarar oluşturabilecek kimyasal gübre kullanımına izin vermemek,
- ✓ Zararlı ve hastalıklarla mücadelede, kalıcı, doğaya zarar veren ve parçalanmayan kimyasallar kullanmamak,
- ✓ Ürünün sertifikasyon ve etiketlenmesini yaptırmak (Sürmeli, 2003).

Bu ilkeler altında ülkesel ve yöresel koşullar dikkate alınarak ekolojik tarım aktiviteleri değişkenlik kazanabilmektedirler. Ancak, genel olarak aşağıdaki faaliyetleri içerirler.

Bitkisel Üretimde: (Özbağ, 2010)

- Tarımsal üretimde, üretimle ilgili olarak tüm faktörler ve faaliyetler bir bütün halinde dikkate alınmalı ve organik üretim yapan işletmelerin kendi kendine yeterliliği sağlanmalıdır. Bunu sağlamak için toprak, bitki, hayvan ve insan arasındaki doğal döngünün yerel kaynaklardan ve doğal kökenli hammaddeler kullanılarak, mümkün olduğunca işletmenin kendi içerisinden veya yakın çevresinden sağlanmaya gayret gösterilmelidir.
- Organik tarımı tehdit eden her türlü işletme girdilerinin ve hammaddelerin olumsuz etkileri ortadan kaldırılmalı veya bunlardan tamamen kaçınılmalıdır.
- Toprağın iyileştirilmesi, içindeki organizmaların korunması ve beslenmenin sağlanabilmesi için kimyasal gübre yerine organik gübre kullanılmalıdır.
- Bitkilerin dayanıklılığını ve direncini artırabilmek için hastalık ve zararlılara karşı direnci bazı ek desteklerle artırılmalıdır. Örneğin; çok yıllık bitkilerde bitki altına ve/veya sıra aralarına yapılacak ekimlerin mevcut ekolojik ortama uygun ve dengeli karışımlar halinde hazırlanıp uygulanması, yapılacak münavebelerde karışımda baklagil miktarının yüksek tutulması, bitkisel üretim ve hayvancılığın kombine edilerek yapılması, uygun ekim dikim zamanı veya aralık mesafelerinin ayarlanması gibi uygulamalarla bitkilerin direnci artırılabilir.

- Ekim dikim çalışmaları organik üretime uygun bir şekilde yapılmalıdır.
- Hasat, depolama, işleme ve paketleme faaliyetlerinin ekolojik yöntemler içinde yürütülmesi gerekmektedir.

Hayvansal Üretimde:

- Sağlıklı hayvan yetiştiriciliği; işletmedeki hayvanların sağlığının iyi, verimlilik kapasitesinin yüksek ve uzun ömürlü olması teşvik edilmelidir. Bunun için, ağılların usulüne uygun olması, beslenmenin mümkün olduğunca işletmenin kendi ürünleri ve yem bitkileri ile yapılması, yemlere kimyasal maddeler katılmaması, uygun ıslah çalışmaları ile istenen gelişmelerin temin edilmesine çalışılmalıdır.
- Yetiştirilen hayvan miktarı kullanılan tarımsal araziye uygun olmalı ve bir hektar için bir büyükbaş hayvan planlanmalıdır.
- Organik yemlerden yararlanma yolu tercih edilmelidir
- Damızlık ve ırk seçiminde ekolojik uygunluk aranmalıdır.

Bütün ilkeler birlikte değerlendirildiğinde, organik tarımın belirli kültürel ortamdaki sosyal, ekonomik ve organik faktörlerin dengeli gelişimini sağladığı görülmektedir. Kültürel yapı içinde tüm faktörlerin birleştiği sistem veya felsefe organik tarım olarak ifade edilir (Kırmacı, 2003).

Tüm bu ilkeler doğrultusunda gerçekleştirilen uygulamalar ülkeden ülkeye farklılık gösterse de temel olarak organik tarımın sosyo-ekonomik ve organik faktörlerin dengeli ve uyumlu bir şekilde gelişimini sağladığını söylemek mümkündür (www.ifoam.org, 11.03.2013).

1.8. Organik Tarımın Avantajları

Organik tarım, belirli kurallar bütünü içerisinde yerine getirilen sürdürülebilir bir tarımdır. Bu durum başta toprak olmak üzere su, hava, çevre ve doğada yaşayan canlılara zarar vermeyen bir üretim anlamına gelmektedir. Organik tarım üretilen ürünlerin insan sağlığına herhangi bir zarar vermeyecek şekilde bazı zararlı atıkların barındırılmasının önüne geçerek ortaya çıkabilecek herhangi bir hastalığın yayılmasını veya oluşmasını ciddi oranda engelleyebilen bir tarım çeşididir.

Organik tarım yalnızca insan sağlığına değil aynı zamanda yaşam alanımız olan dünyanın korunmasını da sağlar. Mevcut tarım topraklarının azalarak çölleşmesini,

kullanılmaz hale gelmesini ve sömürülmesini de engeller. Aynı zamanda yerel kaynakların kullanılmasına verdiği önemle çiftçinin ve yerel toplumun güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Organik tarım, çevresine duyarlı, sömüren değil sürdürülebilir bir tarımdır. Bunu şu şekilde ifade edebiliriz: Organik tarımda herhangi bir şekilde ilaç, gübre vb. kimyasal maddeler kullanılmamaktadır. Mesela bir meyve ağacına ilaçlama yapıldığında hem o meyve ağacından faydalanan arılar hem de diğer bütün canlılar zarar görecektir. Neticede meyve ağacından faydalanan arılar ölüm tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Aynı zamanda arıların elde edeceği polen kovana taşınacak ve o polenle beslenen diğer yavru arılar da bu durumdan olumsuz etkilenebilecektir.

Organik tarım, son yıllarda tarım sektöründe meydana gelen azalışın önüne geçmektedir. Organik tarım uygulamasına geçilmeden önce insanların birçoğu geleceklerini düşündükleri için kırsal kesimden kasabalara ya da şehirlere gitmeyi tercih etmişlerdir. Fakat son yıllarda özellikle AB ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde organik tarımın pozitif etkisiyle birlikte genç kuşakların tarımın ve kırsal kesimi terk etmesinin önüne geçilmiştir.

Avrupa’da organik tarımın istihdam üzerindeki etkisini ölçmek için farklı çalışmalar yapılmıştır. Genel olarak organik tarımda, geleneksel tarıma göre daha fazla kişiye çalışma alanı yaratmaktadır. Örneğin İngiltere’de Essex Üniversitesinde “Soil Association” için yapılan bir araştırmada organik tarım faaliyetinin işletme başına %32 oranında daha fazla istihdam yarattığı ortaya konulmuştur (Rehber, 2011, s.94).

Organik tarım uygulamalarının sosyo-ekonomik yararlarını belirlemek amacıyla Mısır, Gana, Kenya, Uganda’da 50 işletmede bir anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonunda, organik tarıma girişiminin çiftçiler, çiftçi aileleri ve kırsal kesime katkılarını, işletme gelirlerinin artması, pazarlama olanaklarının artması, çiftçilerin güçlenmesi, sağlık yararı ve çevreye olumlu etki olarak sıralamışlardır (Rehber, 2011, s.94).

Organik tarımı hayvan sağlığı ve hayvan refahı açısından değerlendirdiğimizde geleneksel tarıma göre barınma, beslenme koşulları ve yönetim uygulamaları yönünden daha yüksek standartlara sahip olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda organik tarımda yapay vitaminlerin ve hayvansal proteinlerin yasaklanması hayvan sağlığını ve hayvan refahını olumlu bir şekilde etkileyecektir.

Organik ve geleneksel işletmeler arasındaki farkları belirlemek için yapılan bir

araştırmada önemli sonuçlar elde edilmiştir. Yaban Hayatı Koruma Vakfı İngiltere kolunun desteklediği bir araştırma sonuçları, organik işletmelerde, işlenen tarım alanlarına göre 5 defa daha fazla yabancı bitki bulunduğunu, %57 daha fazla tür, birçok nesli tükenmekte ve yok olan türün bulunduğunu göstermektedir. Diğer koruma yöntemlerinin maliyetleri ve geleneksel tarımın ortaya koyduğu maliyetler yanında biyolojik çeşitlilikte sunduğu sayı ve kalite yararları dikkate alındığında organik tarımın bu yararları sunmada en az masraf gerektiren bir yöntem olduğu ortaya çıkmaktadır (Rehber, 2011, s.91).

1.9. Organik Tarımın Zararları

Türkiye’de tarımsal ürün üretiminde yıldan yıla önemli dalgalanmalar görölmektedir. Genç nüfusta meydana gelen hızlı artış, tüketim düzeyinin ve çeşitliliğinin sürekli artması ve çevredeki ölkelerin hemen hepsinin tarımsal ürün talep eden özellikleri sebebiyle organik tarımın verimde meydana gelebilecek azalma nedeniyle kısa vadede gelişme imkanına sahip olmadığı görölmektedir (Zengin, 2007, s.16).

Organik tarım metoduyla bitkisel üretimde ortaya çıkan bir sorun, arazilerin çok küçük, parçalı ve birbirine yakın olmasıdır. Bu durum organik üretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü organik üretim yapan bir işletmenin kendi çevresinde geleneksel üretim yapan işletmeler tarafından kullanılan kimyasal maddelerden etkilenmemesi mümkün değildir.

Organik tarım sisteminde yetiştirilen ürünlerin pazarlanması özellikle iç piyasa için yeni ve belirsiz bir konudur. Aynı zamanda konunun yeni olması nedeniyle yeterli tarımsal yayım çalışmaları ve elaman bulunmaması organik tarımın diğer bir olumsuz yanını oluşturmaktadır.

1.10. Organik Tarım Alanında Faaliyet Gösteren Uluslararası Kuruluşlar

Organik tarım konusunda oluşturulan birlikle ve organizasyonlar çoğunlukla ölkeler bazında ortaya çıkmaktadır. Her ölkede kendi bünyesinde organik tarımı geliştirmek ve bu tarım yöntemlerini benimseyenler arasında bilgi alışverişini sağlamak amacıyla çeşitli organizasyonlar oluşturmaktadırlar. Ayrıca organik tarımı geliştirmek

için kurulmuş uluslar arası organizasyonlar da bulunmaktadır.

1.10.1. Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)

Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu(IFOAM), tüm dünyada organik tarım faaliyetlerinin liderliğini yürütmektedir. 1972 yılında Paris yakınlarındaki Versailles’de kurulmuştur. 108 ülkeden 700 dolayında üyesi bulunan kuruluşun merkezi Almanya’dadır (IFOAM., 2007). Üyeleri arasında organik tarım yapan işletmeler, organik ürün ticaretini ve işletmesini yapan firmalar, araştırma ve eğitim kurumları gibi organik üretim faaliyetinin her kesiminden kuruluşlar yer almaktadır. IFOAM organik üretim faaliyetinin temsilcisi olarak tüm dünya için işbirliğine yönelik bir platform oluşturarak, organik tarım sistemlerinin sürdürülebilirliği ile üreticinin refahını da göz önüne alarak, organik tarım hareketinin ihtiyaç duyduğu hizmetlerin uluslararası tek bir organizasyon çatısı altında toplanması, bütünsel bir yaklaşımla organik tarımın gelişimini sağlama ve üyelerinin yardımı ile bu hedefleri günlük hayata aktarma faaliyetini yürütmektedir. Kamuoyunun ve üyelerinin organik üretim faaliyeti konusundaki gelişmelerden haberdar edilmesi, organik üretim hareketlerinin parlamenter ve karar mekanizmaları nezdinde temsil edilmesi, temel standartlarının günün koşullarına uygun olarak sürekli irdelenmesi ve akreditasyon programı ile kalitenin korunmasını sağlamanın yürüttüğü başlıca faaliyetlerdir. IFOAM, tüm dünyada organik üretime ilişkin kuralları tanımlayarak yazılı hale getiren ilk kuruluştur (Eşiyok vd., 2003). Temel İlkeler olarak geliştirilerek Genel Kurul tarafından kabul edilmiş ve yürürlüğe girmiştir. Kuruluş, AB, FAO, Dünya Ticaret Organizasyonu (WTO) gibi uluslar arası kuruluşlar da organik üretimle ilgili sıkı bir iş birliği yapmaktadır (Demirer, 2002, s.15; Çetin, 2005, s.17).

1.10.2. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)

1945 yılında İtalya’da kurulmuştur. FAO’nun 183 üye ülkesi ve bir üye organizasyonu (Avrupa Birliği) bulunmaktadır. Kuruluş amacı bireylerin yaşam standartlarını yükseltmek ve tarımda verimliliği artırmaktır. FAO’nun kuruluş amaçları arasında dünyada açlık sorununu yok etmek ve tüm insanların istedikleri an açlık gereksinimlerini karşılamak ve tüketilen bu yiyeceklerin de sağlıklı olarak üretilmelerini

sağlamak bulunmaktadır (Çetin, 2005, s.17).

FAO'nun organik tarımla ilgilenmesinin temel sebebi organik tarımdan elde edilecek faydaların FAO'nun amaçlarına uygunluk teşkil etmesidir. Organik tarım sistemi doğal kaynaklardan, çevreye duyarlı bir biçimde fayda elde edilmesini amaçlayan FAO'nun hedefleri ile uyum göstermektedir. FAO uluslararası gıda kalitesi güvenliğine ilişkin standartların belirlenmesinde önemli rol oynamakta, böylelikle tüketici sağlığını koruyarak ve uluslararası ticareti kolaylaştırmaktadır. Gıda kalitesi ve güvenliğine katkıda bulunmayı amaç edinen organik tarım politikaları, FAO'nun bu hedefi ile uyuşmaktadır (Gök, 2008).

FAO, gelişmekte olan ülkelerin uluslararası pazarlara katılımını desteklemek amacıyla üretim koşullarına ilişkin teknik bilgi sağlayarak, piyasa fırsatlarına ilişkin ticaret bilgisi ve kapasite yatırımı konularında teknik destek vermektedir. Ayrıca ulusal ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesi, araştırma ve geliştirme kolaylıkları sağlanması ve ülkelerin organik tarım konusundaki deneyimlerinin birbirine aktarmaları konusunda destek vermektedir. Organik tarıma ilişkin tüm üretim, depolama işleme faaliyetleri ile pazarlama zincirini kapsayacak şekilde hizmet vermeye çalışan FAO, gelişmekte olan ülkeler tarafından talep edilmesi durumunda yerel sertifikasyon kuruluşlarının kurulmasına da destek vermektedir. FAO uluslararası pazar talepleri için olduğu kadar yerel üretim faaliyetleri kapsamında dikkate alınacak bölgesel organik standartların belirlenmesine de destek sağlamaktadır (Gök, 2008).

1.10.3. Uluslar arası Ticaret Merkezi(ITC)

Uluslar arası ticaret merkezi (ITC), gelişmekte olan ülkelere organik gıda ve içecek pazarına ilişkin Pazar araştırması ve kalkınma projesi uygulama faaliyetlerini yürütmektedir. Proje ile amaçlanan, az gelişmiş ülkeler ve diğer düşük gelirli ülkeler başta olmak üzere tarımsal ürünlerin ihracat performansının geliştirilmesine destek olmaktır. Bu projenin ilk aşaması olarak "Ekolojik Gıda ve İçecekler Dünya Arzı ve Başlıca Avrupa Pazarları" konulu bir pazar araştırması yapılmış ve kitap olarak basılmıştır. Pazar araştırmasının ana amacı pazar gereksinimlerinin, organik ürünler için piyasa potansiyelinin, mevcut arz fırsatları ve kısıtlarının daha iyi anlaşılmasını sağlamak, böylece üreticileri teşvik etmek, ihracatı geliştirici faaliyetleri artırmak ve ithalatçılara yeni tedarik noktaları bulmada yardımcı olmaktır. Projenin ikinci aşaması,

gelişmekte olan ülkelerde ihracat seminerleri düzenlemektir. Bu seminerlerle piyasa araştırmasının bulguları aktarılmakta ve gelişmekte olan ülkelerin mevcut ve potansiyel ihracat fırsatlarına dikkat çekilmektedir (Çağdaş, 2003).

1.10.4. Organik Ticaret Birliği (OTA)

1985 yılında organik ürünlerin standartlarını korumak ve pazar payını artırmak amacıyla Kuzey Amerika'da kurulmuştur. Kanada, Kuzey Amerika ve Meksika'da bulunan organik üretici, taşıyıcı, işleyici çiftçi birlikleri, komisyoncu, kontrolör, dağıtımçı ve perakendecileri kapsayan üyelerden oluşmaktadır (Türköz, 2002, s.22).

1.11. Organik Tarımın Hedefleri

1.11.1. Mevzuat

Organik tarım sektörünün yapılanmasında karşılaşılan engellerin tanımlanması ve çözümlerin geliştirilmesi, organik tarımla ilgili bütün uluslararası komitelerin ve kurumların rollerinin ve sorumluluklarının tanımlanması, uygulama, izleme ve değerlendirme konularında ülkemizi güçlü bir konuma getirecek tedbirlerin başında gelmektedir.

AB'ye uyum sürecinde AB organik tarım politikalarını gözetilen yapılanmaları ve uygulamaları dikkate almak, dünyada organik tarım konusundaki yeni yaklaşımlara uyum sağlama ve bunlara özgü politikalar geliştirilmeli, AB dışındaki ülkelerin organik tarım ile ilgili mevzuatlarının dış ticarete yönelik yakından takip edilmesi hedeflenmektedir.

1.11.2. Kurumsal Yapı

Organik tarımla ilgili daha geniş ve etkin bir kurumsal yapılanmanın ortaya çıkarılması, organik tarımla ilgili çalışan teknik elemanların uzmanlık vasıflarının geliştirilmesinin sağlanması, kırsal kalkınma planlarının hazırlanması, organik ve tarımsal çevre programlarının birleştirilmesi, güncel veri toplama ve paylaşmanın sağlanması, tüm üretim-tüketim zincirinde aksaklıkların belirlenerek önlenmesine yönelik çözümler geliştirilmesi ve uygulanması, ayrıca tüm süreçte izlenebilirliğin

sağlanması, ileride olabilecek aksaklıkları erken teşhis ve telafi sistemi kurulması, taşra ve merkezdeki yapılanmanın güçlendirilerek idari yapının geliştirilmesi hedeflenmektedir.

1.11.3. Eğitim ve İletişim

AB ve diğer ülkeler tarafından yürütülen organik tarımla ilgili eğitim programlarına etkin bir şekilde katılım sağlanması, üreticilerin pazarlama, üretim ve işleme konularında bilgiye kolayca erişebilmeleri için örgütlenmelerini teşvik etmek amacıyla eğitimler düzenlenmesi, ilgili Bakanlık, Kurum, Kuruluş ve Sivil Toplum Örgütleri ile birlikte organik tarım ve organik ürünlerin tanıtımı ile ilgili eğitim programları, konferanslar ve seminerler düzenleyerek, üretici ve tüketiciler hem bilgilendirilmeli hem de bilinçlendirilmelidir (Merdan, 2007, s.70).

Hizmet içi eğitim programlarında, organik tarımın temel ilkeleri, çiftlik planlaması, farklı ürün gruplarında yetiştirme tekniği, hasat sonrası işlemler, işleme, pazara hazırlama ve pazarlama, veri tabanı, kontrol ve sertifikasyon gibi farklı konulara da yer verilmesi,

Avrupa Birliği hibe fonlarından yararlanmak üzere eğitim projelerinin yapılması, sonuçlanan organik tarım araştırma proje çıktılarının uygulamaya aktarmak üzere yazılı ve görsel eğitim araçlarının hazırlanarak, dokümantasyon ve yayım faaliyetleri yapılması,

Ülkede de var olan geleneksel bilginin değerlendirilmesi ve onaylanması, kayıt altına alınması ve yaygın olarak kullanıma kazandırılmasıyla organik tarımda maliyeti yükselten girdiler için alternatif, daha ucuz ve ülke ekolojisine uygun seçenekler ortaya konulması,

Organik tarımın ve organik gıda ürünlerinin tanıtımı ve tüketici bilincinin artırılmasına yönelik olarak görsel medya başta olmak üzere medya araçlarının etkin bir şekilde kullanılması, bu amaçla içerik açısından zengin, yaratıcı ve etkili tanıtım spotlarının hazırlanması, sektör temsilcilerinden oluşan bir tanıtım grubunun oluşturulması ve bu konuda halkla ilişkiler ve reklâm şirketlerinden profesyonel destek alınması gerekmektedir (<http://www.tarim.gov.tr>, 16.03.2013).

1.11.4. Üretim

Türkiye'nin avantajlı olduğu organik tohum, şeker, fosfat kayaçları, zeolit gibi ürünlerde üretim imkânlarının artırılarak, girdilerde yerel kaynakların kullanımının ön plana çıkarılması, diğer organik girdiler konusunda yapılacak ihtiyaç analizleri sonucunda, sektörün ihtiyaç duyduğu girdilerin üretiminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, organik tarımın temel felsefesine uygun olarak bitkisel ve hayvansal üretimin kapalı sistemde yapılmasının geliştirilmesi ve organik tarımsal sanayi ile entegrasyonu için müteşebbislerin ve kontrol ve sertifikasyon maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla üreticilerin bir araya gelerek büyük ölçekli projelere yönelmelerinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (Merdan, 2007, s.71).

Doğa koruma alanları ile çevresel açıdan hassas bölgelerde uygun üretim tavsiyelerinin özendirici bir şekilde yapılarak organik tarımın bölge halkı için sürdürülebilir bir geçim kaynağı olarak yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

1.11.5. Araştırma

Organik tarımsal üretimin yaygınlaştırılması ve üretimin artırılması için araştırmaların konu ve ürün bazında yapılması, organik tarım araştırma projelerinin, geniş katılımlı, çoklu disiplinli, sorunları giderici ve uygulanabilir olması, organik bitkisel, hayvansal ve su ürünleri üretimine uygun lokal tür ve çeşitlerin ıslahına yönelik çalışmalara öncelik verilmesi, organik ürünler ile konvansiyonel ürünlerin karşılaştırmalı ekonomik analizleri yapılarak araştırma sonuçlarının etüt edilmesi gerekmektedir.

Dış pazar araştırmaları yanında iç pazarda organik tarım ürünlerine yönelik potansiyel talebin belirlenmesi için araştırmaların yapılması, araştırma sonuçlarının eğitimle uygulamaya aktarılması ve program öngörüsünün araştırma projesinde yer almasının sağlanması, AB hibe fonlarından yararlanmak üzere araştırma projelerinin yapılması, eko-sistemin korunmasına yönelik çevre dostu alternatif mücadele ve bitki besleme yöntemlerinin belirlenmesi için araştırma çalışmalarına öncelik verilmesi, araştırma programları çerçevesinde teknolojinin geliştirilmesi ve mevcut sorunlara çözüm aranması yönünde çalışmaları yürütmek amaçlanmaktadır.

1.11.6. Pazarlama

Organik tarım ürünlerinde ve organik girdilerde marka yaratılarak iç ve dış pazardaki talebin ve organik ürün çeşitliliğinin ve işlenmiş ürün sayısının artırılması, ülkemizde iç pazarın geliştirilmesi için tüketici ihtiyaçlarının araştırılarak, okullar, hastaneler ve resmi kurumlarda organik ürün tüketiminin teşvik edilmesi; bebekler, çocuklar, yaşlılar, hastalar gibi hassas tüketici gruplarına yönelik spesifik promosyon kampanyalarının geliştirilmesi sağlanmalıdır.

Organik tarımın tekstil, kozmetik, agro-ekoturizm gibi diğer sektörlerle entegrasyonunun sağlanması, dış ticaret verilerinde organik tarım ürünlerinin ayrı bir kalem olarak görülmesini sağlayacak bir istatistik toplama sisteminin kurulması, ihracatta işletmelerin rekabet gücünü artırıcı bilgilendirme ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması hedeflenmektedir.

1.11.7. Destekleme

Organik tarımın gelişmesi için, ürüne ve üretime yönelik destekler, geleneksel tarımdan organik tarıma geçiş desteği, pazarlamaya yönelik desteklerin sağlanması ve Türkiye’de ekonomik gelişmede dezavantajlı bölgelerin belirlenerek organik üretim yapan üreticilere alan ya da üretim miktarına göre bir destekleme verilmesi gerekmektedir.

Organik tarımın çevreye sağladığı olumlu katkılarının çevre programları içerisinde değerlendirilmesi, organik tarım yapan üreticilerin, kontrol ve sertifikasyon ücretleri ile analiz ücretlerinin desteklenmesi, üretim-tüketim zincirinde depolama, paketleme, işleme ve nakliye gibi hasat sonrası işlemlerin geliştirilmesi için teşvik ve kredilerin verilmesi, Avrupa Birliğinde olduğu gibi Türkiye’de de organik ürünlerin pazarlanması, üreticilerin eğitimi ve danışmanlık hizmetleri üretici birlikleri tarafından yapılmalı ve üretici birliğine bağlı üreticilerin desteklerden daha fazla yararlanması sağlanmalıdır.

1.12. Organik Üretim

Organik üretimde başarı; insan, toprak, bitki ve pazarın birlikte düşünülerek üretimin bütünsel bir yaklaşımla planlanması ile sağlanabilir. Bu açıdan işletmede

bitkisel ve hayvansal üretim birlikte planlanmalı, agroekosisteme uygun, dayanıklı ve pazar talebi olan türler seçilerek kapalı bir sistem oluşturulmaya çalışılmalıdır. Monokültür (tek çeşit ürün) yerine ekim nöbeti, örtü bitkisi ve birlikte ekim gibi uygulamalara yer verilmektedir. İşletmede çevre, faydalılar için doğal habitat oluşturmaya yönelik olarak doğal peyzaja uygun biçimde düzenlenmeli ve atıkların girdi olarak değerlendirilebileceği bir yönetim planı oluşturulmalıdır. Organik üretim yapmak isteyen müteşebbis, öncelikle Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Organik Tarım Komitesi tarafından çalışma izni verilen herhangi bir kontrol ve sertifika kuruluşuna dilekçe ile başvurur ve işletmesinden elde edeceği ürünlerin organik olarak değerlendirilmesi için gerekli çalışmanın yapılmasını talep eder. Kontrol kuruluşu müteşebbisten istediği çeşitli bilgi ve belgeler yardımıyla başvurunun organik üretim yapmaya uygun olup olmadığına karar verip ve bunu organik tarım komitesine bildirir. Kontrol kuruluşu organik üretim yapmasına kabul ettiği ve sözleşme yaptığı müteşebbisi geçiş süreci alır. Geçiş süreci tek yıllık bitkilerde 2, çok yıllık bitkilerde 3, yıldır. Tek yıllık kültürlerde ekim tarihi, çok yıllık kültürlerde hasat tarihi dikkate alınmaktadır. Hayvansal üretimde geçiş süreci ise türlere göre değişmektedir (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 1999). Kontrol kuruluşu koşullara göre süreyi %50 oranında uzatabilir veya kısaltabilir. Ürün geçiş sürecinin tamamlanmasından sonra 'organik ürün' sertifikası verilmektedir. Organik tarımda genetik yapısıyla oynanmış organizmaların üretimine, girdi olarak izin verilmemektedir.

1.12.1. Organik Bitkisel Üretim

Organik üretim düşüncesi ilk önce bitkisel ürünlerde başlamış, bu alanda çalışmalar yapılmış, yapılan çalışmalardan istenilen neticenin alınmasından sonra aynı görüş diğer alanlarda da uygulama imkanı bulmuştur. Çünkü organik üretimde, hatta genel tarımsal üretimde en fazla kimyasal sentetik madde bitkisel üretimde kullanılmıştır. Böylece bunların eksiklikleri o şekilde ortaya çıkmıştır. Gerek daha yüksek verim gerekse daha fazla ürün elde etmek için ve her türlü hastalık etmeni ve haşere zararını önlemek için kimyasal ilaçlar öncelikle bitkisel üretimde önce kullanılmış, daha sonra da diğer alanlara yayılmıştır (Başalma ve Er, 2008, s.163).

Organik bitkisel üretim, kontrol ve sertifikasyon kuruluşları ile sözleşme yapılmak suretiyle bu kuruluşların kontrolünde gerçekleştirilir. Organik bitkisel üretim

yapacak olan müteşebbis, kontrol ve sertifikasyon kuruluşu ile sözleşme yaptıktan sonra geçiş sürecine alınır. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşu veya kontrol kuruluşu; arazinin önceki yıllardaki kullanım durumu, yapılan uygulamalar, bölgedeki genel durum ve yetiştirilen ürünler, risk durumları, konu ile ilgili müteşebbis kayıtları ve raporlarının incelenmesi neticesinde geçiş sürecini uzatabilir ya da kısaltabilir (<http://www.orser.com.tr>, 23.03.2013).

Organik bitkiler seçilirken genetik olarak yapısı değiştirilmemiş, döllenmiş hücre çekirdeği içindeki DNA dizilimine dışarıdan müdahale edilmemiş olmalıdır. Tohumluk sentetik pestisitler, radyasyon veya mikrodalga ile muamele görmemiş biyolojik özellikte ve bu yönetmelik hükümlerine uygun olarak üretilmiş olmalıdır.

1.12.1.1 Organik Yetiştirme Teknikleri

Organik bitki yetiştirmede üretim girdilerinin kullanımının artırılması yoluyla büyük bir gelişim yaratılması ve bu girdilerden nasıl daha fazla fayda elde edilebilir düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Geleneksel tarımda ve bitki yetiştirmede ise üretimde kullanılacak girdiler ile kısa zamanda, yarını çok dikkate almadan, bulunduğu anda ve zamanda en fazla üretme düşüncesi hakim olmaktadır. Bu da özellikle doğayı, doğal kaynakları hunharca tahrip etmeyi ve çevreyi, çevredeki doğal dengeyi bozmaya neden olmaktadır. Bu olumsuz durumdan çıkabilmek için üretilen ürünlerin paylaşımında sosyal adalet ilkesine uymak ve hiç küçümsemeden organik tarım yöntemlerini uygulamak gerekmektedir.

1.12.1.1.1. Toprak İşleme

Toprak kalitesini belirleyen faktörler toprağın fiziksel, kimyasal ve biyolojik özelliklerinin bütünüdür. Toprak özelliklerinin kapsamlı bir şekilde tespit edilebilmesi için arazide, yerinde ve laboratuvar ortamında incelenmesi gerekir. Topraktan alınan numunelerin analiz edilmesiyle toprak kalitesi ortaya konulabilir. Alışılmış tarım uygulamalarında olduğu gibi, organik tarım uygulamalarına başlamadan ve uygulamalar devam ederken bu çalışmaların yapılması gerekli olabilir.

Toprağın fiziksel, kimyasal ve biyolojik özellikleri organik tarım sisteminin yönetiminde oldukça önemlidir. Örneğin, toprak parçacıklarının dağıtımı, toprak yapısı,

toprak organik maddesinin miktarı, azot, NPK (azot, fosfor ve potasyum) gibi temel besin elementlerinin miktarı ve bitkiye elverişliliği, toprak çözeltisindeki anyon ve kationların cinsi ve miktarı, pestisid kalıntıları, topraktaki ağır metal birikimi, toprak mikroorganizmalarının biyolojik aktivitesi bu değişkenler arasında sayılabilir.

Sürdürebilir tarımda, özellikle organik tarım uygulamalarında uygun arazi ve toprak kalitesi çok önemlidir. Arazinin bulunduğu çevrenin diğer özellikleri de dikkate alınmak zorundadır. Organik tarım çiftliğine veya arazisine dışarıdan gelecek etkiler organik ürün kalitesini bozacağından bu durumun mutlaka önlenmesi gerekir.

Topraklar, mineral parçacıklar yanında az ya da çok miktarda organik madde içerir. Organik madde, toprağa düşen ya da toprakta oluşan bitkisel ve hayvansal maddelerin canlı veya cansız kalıntılarıdır. Bu nedenle toprakta organik madde birikimi genellikle üst katmanlarda oluşur. Toprak canlıları tarafından sürekli olarak ayrıştırılan cansız organik maddeler mineral besin maddesine dönüştürülür. Organik madde, belirli bir ayrışma aşamasından sonra daha kararlı ve kalıcı olan humusa dönüşür. Toprakta oluşmuş bulunan humus, toprağın havalanması, su tutması ve toprak canlıları için daha uygun bir barınak olması bakımından önem taşır.

Toprak işlemenin yararlarına baktığımızda, toprak işleme toprağı gevşettiği için bitki köklerinin toprak içerisinde gelişmesi ve ilerlemesi kolaylaşır, toprak gözeneklerindeki havanın yenilenmesi sağlanır, böylece daha bol azot ve oksijen alınması temin edilir, toprak mikroorganizmalarının gelişmesi ve çoğalmasına yardımcı olunur, toprak yüzeyinin gevşetilmesi ile yağmur veya sulama suyu toprak yüzeyinden kolaylıkla içeriye nüfuz eder, toprak içerisinde oluşan kılcal gözenek diziliminin neden olduğu borucukların kırılması sonucu topraktan su buharlaşması azalır, topraktaki zararlı ve yabancı ot azaltılır, bitki artıklarının ve hayvan gübresinin toprağa karışması sağlanır, tohum yatağı hazırlanır ve toprak sıkışması önlenmiş olur (Başalma ve Er, 2008, s.173).

Bunun yanında, aşırı toprak işlemenin bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlar; toprak işleme ile toprak organik maddesinin ayrışma hızı azalır, bir kısım besin maddesi gaz halinde atmosfere karışır, toprak canlılarının bir bölümü zarar görür, toprak yapısı bozulur, toprak yüzeyi su ve rüzgar kuvveti ile aşındırılmaya ve taşınmaya elverişli duruma gelir. Yani, bu durumda erozyon teşvik edilmiş olur.

Toprağı az işleyerek veya işlemeden yapılacak tarımsal uygulamalar, her bitki

için uygun olmayabilir. Ancak çok yıllık bitkiler için uygun bir yöntem olarak kabul edilir. Organik tarımla uğraşan çiftçiler, toprağın doğal özelliklerini bozmayacak şekilde kendi tercihlerini kullanmalıdır.

1.12.1.1.2. Ekim Nöbeti

Organik tarım sisteminin önemli prensiplerinden biri de ekim nöbetidir. Ekim nöbeti, belli bir bölgede iklim ve toprak özellikleri dikkate alınarak, en yüksek ve en kaliteli üretimi sağlamak amacıyla değişik kültür bitkilerinin birbirlerini karşılıklı olarak destekleyebilecek ve tamamlayabilecek şekilde ardı ardına yetiştirilmesine denir. Yüksek ürün alınması ise toprak verimliliğinin en üst düzeyde tutulması ile sağlanabilir. Monokültür tarım yapılan bölgelerde toprak tek yönlü olarak devamlı sömürüldüğünden toprak verimliliği azalmakta, bu da birim alan verimini düşürmektedir. Ürünler uygun bir ekim nöbetine göre yetiştirildiklerinde verim %10-15 daha fazla olmaktadır (Kara, 2004).

Ekim nöbeti uygulamalarında yeşil gübreleme ile hasattan sonra arazide kök ve hasat artıkları şeklinde kalan organik maddeler, toprağın humus yönünden zenginleşmesini sağlamaktadır. Organik tarımda, organik maddelerin parçalanma ve humik bileşiklerin oluşumunu doğal ve zehirli olmayan yollardan hızlandırma özelliğine sahip ürünler kullanılmalıdır. Biyolojik yoldan açığa çıkan besin maddelerinin ekim nöbetinde yer alan bitkiler tarafından en iyi şekilde kullanılması da verim artışı sağlayacaktır. Ayrıca ekim nöbetiyle besin maddelerinin birikmesini sağlayan bitkiler ile çok besin maddesi tüketen bitkiler ardı ardına getirilerek toprağın sömürülmesi önlenmekte, topraktaki bitki besin maddelerinin daha etkili kullanılması sağlanmaktadır (Başalma ve Er, 2008, s.175).

Ekim nöbeti uygulamasında dikkat edilmesi gereken değişik kültür bitkilerinin gelişim seyrine uyabilen yabancı otların belirlenmesidir. Kökle üreyebilen çok yıllık yabancı bitkilerin bir tarlada oranı arttığında uygulanan ekim nöbeti planı değiştirilmeli, yabancı otları yok etmek için yeni uygulamalara gidilmelidir. Ekim nöbeti planlarken kültür bitkisinin toprağı gölgelendirme gücü, bitkinin ekimden önce ve hasadından sonra toprağın işlenebilirliği göz önüne alınmalıdır.

Aynı arazide üst üste yetiştirilen kültür bitkileri toprakta belirli hastalık ve zararlıların oranını artırarak verimsiz olmasına neden olur. Düzenli bir ekim nöbetiyle hastalık ve zararlılar kontrol edilebilir. Hastalık ve zararlılara dayanıklı ya da

hastalıkların ve zararlıların çoğalmasına imkan vermeyecek bitkilerin ekim nöbetinde yer alması bitkiyi ve toprağı koruyarak verimi artıracaktır. Sebze üretimi yapılan alanlarda hububat türlerinin rotasyonu genel olarak önerilmektedir. Çünkü hububatlar, sebzelerde problem olan hastalık ve zararlıların birçoğuna karşı dayanıklılık eğilimindedir.

Ekim nöbetinde yer alan farklı bitkiler yetiştirme süresindeki işgücünün bir düzeye dağılmasını sağlar. Yıl içinde düzenli bir çalışma sağlanırken, değişik zamanlarda yapılan ekim, bakım, hasat, harman gibi işlemler verimli bir şekilde aksamadan yürütülebilir. Yeni ekim nöbeti işgücünden mümkün olduğu kadar ekonomik bir biçimde faydalanmayı sağlar. Ekim nöbeti sadece organik üretimde değil, bitkisel üretimde de ortaya çıkabilecek bütün risklerin azalmasına yardımcı olur (Boşalma ve Er, 2008, s.176).

Organik tarım açısından uygun bir ekim nöbetinden beklenen faydalar analiz edildiğinde; toprak verimliliğinin korunması ve artırılması, toprak erozyonunun azaltılması, yabancı ot kontrolü, hastalık ve zararlıların kontrolü, işgücünün değerlendirilmesi ve bitkisel üretimde ortaya çıkabilecek risklerin azaltılması şeklinde açıklanmaktadır.

1.12.1.1.3. Örtü Bitkilerinin Yetiştiriciliği ve Birlikte Ekim Uygulamaları

Toprak verimliliğinin korunması ve hastalık, zararlı ve yabancı ot kontrolü açısından ekim nöbeti yanında özellikle meyve ağaçları gibi çok yıllık bitkilerde uzun ve yayılmayan örtü bitkilerinin kullanımı uygun mikro çevre oluşmasına yardımcı olur. Bu şekilde rüzgar zararları, ekstrem sıcaklıklar ve toprak nemi ile hava oransal nemindeki değişikliklere karşı korur. Örtü bitkileri sert kabuklu meyve türlerinde hasat yapılırken kolaylaştırıcı rol oynayabilmektedir. Örtü bitkilerinin su ve besin maddesi rekabeti uygun biçime ve hasat zamanı toprak işleme ile kontrol altına alınabilmektedir (Aksoy, 1999).

1.12.1.1.4. Toprak Verimliliği ve Bitkilerin Beslenmesi

Organik tarımda amaç toprağın canlılığının sürdürülmesi ve verimliliğinin korunmasıdır. Bu amaçla ekim nöbeti, örtü bitkisi, malçlama, uygun toprak işleme gibi

birçok uygulama yanında besin maddelerinin yeterli olmadığı durumlarda bazı gübre ve toprak düzenleyicilerinin kullanımına izin verilmektedir. Burada amaç, toprak verimliliğinin sürdürülebilmesi ve bitkilerin yeterli beslenmesini sağlamaktır (Tüzel, 2004).

Ülkemizde üreticilerin çeşitli bitkisel ve hayvansal atıkların belirli bir metoda göre çürütülmesi ile elde edilen kompost yapımı alışkanlıklarını benimsenmedikleri için işletmelerde bir yandan atık sorunu diğer yandan da organik madde açığı tartışılmaktadır. Yaygın eğitimlerle bu konunun üreticiye benimsetilmesi büyük önem taşımaktadır. Kompost yapımında materyali zenginleştirmek amacı ile çit bitkileri veya ara zirai uygulamalarından da yararlanılabilir.

1.12.1.1.5. Hastalık ve Zararlı Ot Yönetimi

Tarımda hastalık, zararlı ve yabancı otlar, çok önemli ürün kayıplarına neden olmaktadır. Üründe bulunan zararlı ve bu zararlıları baskı altına alan faydalı türlerin doğru olarak teşhis edilmesi, ürün kayıpların önlenmesi için son derece önemlidir. Zararlı ve faydalı türlerin sadece ergin dönemleri değil, yumurta, larva ve pupa gibi ergin öncesi dönemlerinin de doğru teşhisi, üründeki ekonomik zararın önlenmesinde üreticilere önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Mücadeleye karar verebilmek için zararlının ekonomik zarar eşiklerinin belirlenmesi ve uygun mücadele yöntemlerinin uygulanması gerekmektedir (Özcan, 2004).

1.12.1.1.6. Yoğun Girdi Kullanılan Üretimlerde Organik Tarım

Organik tarıma geçişte, yoğun girdi kullanılarak yapılan üretim ile düşük girdili tarım üretimi arasında önemli farklar bulunmaktadır. Yetiştirme tekniği açısından düşük girdili üretimden organik tarıma geçiş daha kolayken özellikle bu grup üründe pazarda sertifikalı organik ürünün konvansiyonele göre fiyat avantajı yakalaması oldukça zordur. Yoğun girdili tarımı yapılan ürünlerde ise organik tarıma geçişte tüketici talebinin fazla olduğu ancak teknik açıdan daha karmaşık sorunlarla karşılaşacağı öngörülmelidir (Kenanoğlu, 2004). Türkiye’de özellikle taze üretime dönük üretim yapan sebzeçilik işletmeleri genellikle yerleşim alanlarının çevresinde yoğunlaşmış küçük işletmelerden oluşur. Diğer ürünlerle karşılaştığımızda, su kullanımı yanında yoğun gübre (özellikle inorganik) ve tarımsal sentetik bitki koruma ilaçlarının tüketildiği bir işletme şeklindedir. Kalıntı ve zehirlenme riski yüksektir.

1.12.1.1.7. Hasat Sonrası İşlemler ve İşleme

Organik üretimde geçerli olan yönetmelikler tüm zincir için kurallar koyar. Bu açıdan henüz gıda ve tekstil gibi gıda-dışı maddelerin işlenmesine yönelik AB yönetmeliklerinin yayınlanmamış olması nedeniyle bazı belirsizlikler bulunmaktadır. Ancak mevcut yönetmeliklerinin yanı sıra firma spesifikasyonları, kontrol-sertifikasyon kuruluşu talimatları, IFOAM (Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu), WWF (orman ürünleri) veya uluslararası kuruluşların geliştirdiği standart yol gösterici olmaktadır.

1.12.2. Organik Hayvansal Üretim

Organik hayvansal üretimin gelişmesi, tarımın bitkisel ve hayvansal üretimi kapsayan bütüncül yapısı ve besin zinciri dikkate alındığında bitkisel üretimle paralellik göstermesi beklenen bir sonuçtur. Organik hayvancılığın gelişmesinde sağlıklı gıda yanında hayvan refah ve sağlığını koruma konularında kamuoyunun bilinçlenmesi en önemli itici güçler olarak gösterilmektedir. Dünyada toplam 37,2 milyon hektar organik üretim alanının yaklaşık 20 milyon hektarının çayır ve mera alanı olması, organik tarımda hayvansal üretimin önemini ortaya koyan önemli bir göstergedir (Rehber, 2011, s.104-105).

Son yıllarda hayvansal üretimle ilgili olarak birçok köklü değişiklik gerçekleşmiştir. Özellikle Avrupa Birliği yem endüstrisinde kullanılan yem katkı maddeleri konusunda hayvan, insan ve çevre üçgenini dikkate alarak bazı değişiklikleri gündeme getirmektedir. Hayvan genetiği konusundaki ilerlemeler yanında yem kaynakları giderek azalmaktadır. Tüm dünyada rasyonlardan hayvansal protein kaynaklarının çıkartılması eğilimi, Avrupa'da antibiyotik büyütme faktörü yem katkı maddelerinin yasaklanması, et ürünlerinde artan sağlık kısıtlamaları hayvansal üretime yeni bir bakış açısını da beraberinde getirmektedir. İnsanların giderek bilinçlenmesi ve doğala dönüş eğilimi ile birlikte sağlıklı beslenmeye olan duyarlılığın artmasıyla gıda güvenliğini sağlama giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Demirören, 2004).

Hayvansal üretimle ilgili olarak, özellikle gelişmiş ülkelerde hayvan haklarına yeni bir bakış açısı yaratılması durumunda hayvan refahının giderek toplumsal düzeyde önem kazanmasının yolu açılmış olacaktır. Hayvan refahı, aynen insanlardaki gibi

hayvanlara da doğal davranışlarını yapabileceği; aşırı hava koşullarından, stres, yaralanma ve hastalıklardan korunabileceği bir ortamın sağlanması ile yeterli beslenme olanaklarının verilmesi anlamına gelmektedir. Tüm bu nedenlerle son yıllarda, gerek konvansiyonel hayvansal üretim ile ilgili sorunları önlemek gerekse hayvan etiğini dikkate almak şartıyla organik hayvansal üretim yapılması önerilmektedir.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından hazırlanan Organik Tarım Yönetmeliğinde organik tarım kapsamı içerisinde “Organik hayvansal üretim, damızlık hayvan veya dölleme materyali kullanılarak, hayvan ve hayvan ürünlerinin, insan gıdası, hayvan ve bitki besleme ürünleri üretilmesi, hammaddesini tarımdan alan sanayilere organik hammadde temini, sportif, tıbbi ve bilimsel amaçlarla, her aşaması ilgili yönetmelik uyarınca bir kontrol ve sertifikasyon kuruluşunun denetiminde kontrol edilen ve sertifikalandırılan üretim faaliyetleridir.” şeklinde tanımlanmıştır. Türkiye’de hayvansal üretime örnek teşkil edecek birkaç işletme bulunmaktadır. Organik hayvancılıkla ilgili olarak çok sınırlı sayıda faaliyet olup, organik hayvancılık en fazla arıcılık alanında yapılmaktadır.

1.12.2.1. Organik Arıcılık

Arıcılık, başlı başına bir tarımsal faaliyet olup, bal arılarını kullanabilme ve yönetebilme sanatı olarak tanımlanmıştır. Organik tarım faaliyetleri içerisinde arıcılığın önemi büyüktür. Arıcılık ürünlerinin organik üretim olarak nitelendirilmesi, kovanların özelliklerine, çevre kalitesine, arıcılık ürünlerinin özenle elde edilmesine ve depolanması koşullarına bağlıdır.

Arıcılık, hiçbir teknolojik yatırım yapmaya gerek kalmadan kendiliğinden katkısız ve doğal gıda üreten bir sistemdir. Arıcılıkta ürün olarak başta bal olmak üzere balmumu, arı sütü, polen, propolis ve arı zehiri gibi çeşitli ürünler elde edilir. Arılar, bu ürünlerden bal (nektar olarak), polen ve propolisi doğadan toplamaktadırlar; arı sütü, balmumu ve arı zehrini ise bal ve polen kullanarak metabolizmalarında üretmektedirler. Bunlar dışında ayrıca ana arı, oğul arı üretimleri de yapılmaktadır. Organik arıcılık ise, arı ürünlerinin üretiminde, üretimden tüketime kadar tüm aşamaların konvansiyonel besleme ve kimyasal ilaçlama yapmadan, doğal yapısı bozulmamış veya organik tarım alanlarında her aşaması kontrollü ve sertifikalı yapılan arıcılık faaliyetlerine denir (Vatansever, 2007).

Bal arıları niteliği ne olursa olsun her türlü arazide yetişen çoğu bitkiden nektar ve polen toplayarak bunları en değerli ve yararlı ürünlere dönüştürür. Arıcılık yapılmadığında bu kaynaklar boşa gitmekte ve herhangi bir değerlendirme şansı da bulunmamaktadır.

Arıcılık, arazi varlığına bağlı bir iş kolu değildir. Bu nedenle herkes için bir istihdam ve gelir sağlama özelliği taşımaktadır. Arıcılık, çevrenin, tarım ve orman ürünlerinin korunmasına, gelişmesine katkısı bulunan önemli bir faaliyettir.

Geleneksel arıcılık, yüzyıllardan beri yapılan arıcılık türüdür. Buna halk arasında “Karakovan” adı da verilir. Bu kovanlar yöreden yöreye çok değişken özellikler gösterir. Tahtadan sandık gibi yapılan çeşitleri olduğu gibi, sepet şeklinde örülerek çamur ve taze hayvan dışkısıyla sıvananları da bulunmaktadır.

Geleneksel sistemde her şey doğal olarak seyrederek. Arı kolonileri arıcının denetimi dışında faaliyet gösterir. Arıcının yapabileceği tek şey kovanları dış etkenlerden korumaktır. Bu sistemde arıları gerekli olduğunda beslemek, hastalıkları teşhis edip ilaçlama yapmak, kovan içi problemlere müdahale etmek, ana arıyı daha verimli bir ana arıyla değiştirmek gibi uygulamalar mümkün değildir. Geleneksel sistemde bal verimi çok düşük olmakla birlikte bal hasadı da oldukça zor şartlarda yapılmaktadır.

Geleneksel sistemin tek avantajı üretimde yapay hiçbir şeyin kullanılmaması, petek ve balın tamamen doğal özelliklere sahip olmasıdır. Bu yüzden pazarda geleneksel yöntemlerle üretilen ballar, modern yöntemlerle üretilen ballara nazaran daha çok tercih edilmektedir.

Modern arıcılık sistemi ise, konvansiyonel, yani klasik arıcılık sistemidir. Modern sistemi, geleneksel sistemden ayıran üç temel fark vardır. Bunlar; çerçeve, hazır petek ve bal süzme makinesidir. Organik arıcılığı iyi kavrayabilmek için modern arıcılığı çok iyi bilmek gerekir.

Arıcılık ürünlerinin organik üretim olarak nitelendirilmesi, kovanların özelliklerine, çevre kalitesine, arıcılık ürünlerinin özenle elde edilmesine, işleme ve depolama koşullarına bağlıdır. Bir arı işletmesinin, aynı bölgede birçok arıcılık birimini işletmesi durumunda bütün birimlerin organik arıcılık üretimi koşullarına uygun olması gerekir. Organik arıcılıkta arıların beslenme şekilleri, kendi kovanı içerisinde biriktirdiği balla yapılmalıdır. Ancak arıların yaşamının yapay beslenmeye bağlı olduğu

durumlarda yapay besleme, son ürün hasadından başlanılarak, nektar alımından 15 gün öncesine kadar yapılabilir. Ancak yapay besleme yapılırken organik bal ve polen kullanılmalıdır.

Kovanlar, çevreye ve arıcılık ürünlerine risk getirmeyen toprak, ağaç gibi doğal malzemelerden yapılmalıdır. Kovanlarda kimyasal boya yerine propolis, balmumu ve bitki yağları gibi doğal ürünler kullanılmalıdır. Kovana verilecek yeni petekli çerçeve için temel petek, organik üretim yapan birimlerden sağlanmalıdır. Kabartılmış petekleri güve zararlılarından korumak için naftalin gibi maddeler kullanılmamalıdır.

Organik tarım metoduyla üretilen arı ve arı ürünleri ambalajlanırken organik ürün niteliğinin bozulmamasına azami dikkat gösterilmelidir. Ambalajlar, cam malzemedен, tahta malzemedен, özel üretilmiş uygun organik kaplama malzemelerinden yapılmalıdır. Organik arı ürünlerinin ambalajlanması esnasında, ürünün organik niteliğini koruyacak bütün hijyenik tedbirler alınmalıdır (Vatansever, 2007).

Organik arı ürünleri konvansiyonel ürünlerden ayrı olarak depolanmalı ve muhafaza edilmelidir. Organik ürünlerin depolanması sırasında herhangi bir kimyasal ilaç kullanılmamalıdır. Organik arı ürünleri, karayolları kenarında bekletilmemeli ve satılmamalıdır.

1.12.2.2. Organik Kanatlı Hayvan Yetiştiriciliği

Bir kanatlı işletmesi organik kanatlı hayvancılığına geçtiğinde hayvanların beslenmesi için kullanılan tüm yem bitkileri ekim alanlarında, ilgili organik tarım mevzuatlarının bitkisel üretim kısmında belirtilen organik tarım kuralları geçerlidir. Kanatlılarda organik üretimin en önemli koşullarından biri, hayvanlar için gerekli olan yetiştirme alanlarının yeterli büyüklükte olmasının sağlanmasıdır.

Her kanatlı barınağında en az 4800 adet etlik piliç, 3000 adet yumurta tavuğu, 5200 adet Afrika tavuğu, 4000 adet dişi muskovi veya pekin ördeği, 3200 adet erkek muskovi veya pekin ördeği, 2500 adet et horozu, kaz veya hindi, hayvan barındırılmalıdır (İlbaş, 2009, s.192).

Et üretimine yönelik kanatlı barınakların her birinin toplam kullanılabilir alanı 1600 metrekareyi aşmamalıdır. Yumurta üretimi için piliçler 18 haftadan büyük, etlik piliçler ise geldikleri çiftlikten ayrıldıklarında üç günlükten büyük olmamalıdır.

Hayvansal kaynaklı yem maddeleri, ilgili organik tarım mevzuatlarında yer alan özellikleri taşınmalıdır. Yem maddeleri, yem katkı maddeleri, yem işlemeye mahsus yardımcı maddeler ve hayvan beslenmesinde kullanılan ürünler; genetiği değiştirilmiş organizmalar veya bunlardan elde edilmiş ürünler kullanılarak üretilmesi mümkün değildir. Organik yemlerin mutlaka etiketlenmesi gerekmektedir. Organik olarak üretilen yemler ile konvansiyonel olarak üretilen yemler, fiziksel olarak ayrı yerlerde tutulmalı ve depolanmalıdır. Organik yem hazırlamada kullanılan her türlü donanımın, konvansiyonel yem hazırlamada kullanılan her türlü donanımdan bütünüyle ayrılması gerekmektedir. Kanatlılar için, antibiyotikler, koksidiyostatikler, tıbbi maddeler ile büyümeyi veya üretimi artırıcı diğer maddeler hayvan beslenmesinde kullanılmamalıdır (<http://www.kolaytarim.com>,29.03.2013).

Hayvan barınaklarında aşırı kalabalık nedeni ile hayvanlarda sağlık problemlerini önlemek için uygun yerleşim sıklığı sağlanmalıdır. Tüm önleyici tedbirlere rağmen bir hayvanın hastalanması veya yaralanması durumunda, gerekiyorsa uygun bir barınakta izole edilerek tedavi edilmesi gerekmektedir.

Organik kanatlı yetiştiriciliğinde de, hayvanların genetik yapısı değiştirilemeyeceği gibi genetik yapısı değiştirilmiş organizmalar organik hayvansal üretimde 'girdi' olarak kullanılmamaktadır. Gen teknolojisi metotları ile hayvan ıslahına izin verilmemektedir. Büyüme veya üretimi artırıcı maddelerin kullanımı ve üremeyi kontrol etmek amacıyla veya diğer amaçlarla hormon ya da benzeri maddelerin kullanımı yasaktır. Ancak hormonlar, tedavi amaçlı veteriner hekim uygulaması olarak hasta hayvana verilebilir.

Serbest gezinti alanları, açık hava gezinti alanları veya açık barınak alanları, yerel hava koşullarına ve ilgili türe bağlı olarak yağmura, rüzgara, güneşe ve aşırı sıcaklığa karşı yeterli korunma sağlamalıdır. Barınaklar hayvanlara rahatça ve doğal olarak barınabileceği, kolayca yatabilecekleri, dönebilecekleri, kendilerini temizleyebilecekleri, tüm doğal pozisyonları alabilecekleri, gerinme ve kanat çırpma gibi tüm doğal hareketleri yapabilecekleri yeterli büyüklükte yer sağlayacak şekilde olması gerekmektedir (İlbaş, 2009, s.193).

Kanatlı hayvan yetiştirilmesinde kafes sisteminden kaçınılmalı, açık bir alanda yetiştirme koşullarına uygun bir şekilde yapılmalıdır. Su kanatlıları iklim şartlarının elverdiği sürece hayvanın rahatlığı veya hijyen şartları nedeniyle akarsulara,

gölet veya göllere erişebilmelidirler. Kümeslerde zeminin, asgari üçte biri, parçalı veya ızgaralı yapıda değil, düz bir yapıda olmalı ve sap-saman, talaş, kum veya kısa çim gibi maddelerle kaplı olması büyük önem arz etmektedir.

Yumurta tavuklarında doğal ışık ile suni ışıklandırmanın toplamı günde 16 saati geçmemelidir. Suni ışıklandırma olmadan asgari sekiz saat dinlenme süresi uygulanır. Kanatlılar iklim koşullarının elverdiği durumlarda açık hava barınaklarına ulaşabilmeli ve mümkün olduğunca bu durum yaşamlarının asgari 1/3'ünde uygulanmalıdır. Bu açık hava barınakları çoğunlukla bitki örtüsü ile kaplanmalı, koruyucu tesisler bulunmalı ve hayvanların yeterli sayıda suluk ve yemliklere erişmelerine imkan vermelidir (İlbaş, 2009, s.193).

Sağlık nedenleriyle, iki yetiştirme dönemi arasında kümeslerin boş bırakılması, bu süre içerisinde binalar ve tesisat temizlenmesi ve dezenfekte edilmesi gerekmektedir.

1.12.2.3. Organik Su Ürünleri Üretimi

Su ürünleri üretimi balık tüketimine önemli bir kaynak olmaya başlamıştır. Birçok alanda avcılığa dayalı balık stokları aşırı avlanma sonunda mevcut talebi karşılamada yetersiz duruma gelmiştir. Bu yapı içerisinde avlanan balıkların yetersizliği ve azalması sonucunda su ürünleri üretimi önem kazanmıştır (Rehber, 2011, s.108).

Su ürünleri üretimi, diğer endüstriyel tarım yöntemleri gibi, tutulan balıkların yem olarak kullanılması, kimyasal ve antibiyotik kullanımı, doğal balık ırklarının bozulması, su kirliliği ve hastalıkların doğal ortama aktarılması gibi sorunlar yaratmaktadır. Organik su ürünleri üretimi, mevcut su ürünleri kültürünün yarattığı bu olumsuz etkileri ortadan kaldırmak ve hafifletmek üzere ortaya çıkan bir üretim seçeneğidir. Organik su ürünleri üretimi balık ve diğer su ürünlerini olabildiğince doğal ortamlarında üretmeyi amaçlayan bir seçenektir (Rehber, 2011, s.108-109).

Su ürünleri üretimi faaliyetinde bulunmak amacıyla organik su ürünleri işletmesi kurulacak yer, çevre korumaya uygun olmalı, muhtelif atıklar ve artıklar hiçbir şekilde çevreye zarar vermemeli, biyolojik çeşitlilik teşvik edilmeli, tür ve alt türlerin seçiminde kapasiteler ve yerel koşullara uyum göz önüne alınmalı, su yapısının korunması için bütün tedbirler alınmalıdır.

Su ürünleri işletmesi kurulurken pazarın ve piyasanın en iyi ve rasyonel bir

şekilde araştırılması ve aynı zamanda bir işletme üretim planlaması yapılması gerekmektedir. Bunlara ek olarak organik su ürünleri işletmesinin kapasitesi, periyodik olarak üretim sirkülasyonu, damızlık, yem ve diğer ihtiyaçların nasıl ve nereden temin edileceği, işletmede istihdam edilecek personel sayısı, bu personelin kalitesi çok ciddi biçimde üzerinde durulacak konular arasındadır.

Su ürünleri üretiminin önemli bir bölümü Avrupa'da yapılmakta olup işletmeler genellikle bir hektardan daha düşük havuz yüzeyine sahip ve kısmi çalışmaya dayalı küçük ölçekli sazan, alabalık üretim birimleri şeklindedir (Rehber, 2011, s.109).

1.12.2.4. Organik Yem Üretimi

Organik hayvancılık faaliyetinin genellikle işletmenin kendisi tarafından üretilmiş organik yemlerle yapılması gerekmektedir. Bu nedenle organik yem üretim faaliyeti, organik hayvancılığın vazgeçilmez bir parçası olarak görülmektedir. Organik yem üretimi bazı kurallara göre yapılır. Yem fabrikalarında organik olarak üretilen yemler öncelikle yetkilendirilmiş kuruluşça organik olduğuna dair uygunluk belgesi verildikten sonra rasyon formülleri bakanlıkça tescil edilir. Ancak bu işlemden sonra yetkilendirilmiş kuruluş kontrolünde yem fabrikalarında organik yem üretimine geçilebilir.

ABD' de yapılan bir çalışmada organik yem üretimindeki düşüklük, organik hayvancılığın gelişmesinde engel olarak gösterilmiştir. ABD Tarım Bakanlığı 2005 yılı verilerine göre mısır veya soya üretiminin sadece yaklaşık %0,2'sinin organik olması üreticilerin organik yem bulmasını güçleştirmiştir (Rehber, 2011, s.111).

Hayvanın türüne, sahip olduğu yaşa ve verim yönüne göre ayrı rotasyonlar gerektirdiği için, her rasyonun hazırlanış amacına uygun yemlerin zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Bunun gerçekleşme derecesi, yöresel duruma, yani toprak, iklim, işletme ve çalışma ilişkilerine bağlıdır. Başarılı bir hayvansal üretim için, pazar durumunun dikkate alınması, hayvancılık konusunda eksiksiz bilgi ve yeterli miktar ve kalitede yem üretimi ve bu yemlerin niteliklerinin çok iyi bilinmesi gerekir (Kutlu, 2008).

Organik hayvan yetiştiriciliğinde, hayvanlar organik olarak üretilmiş kaba ve kesif yemlerle beslenmelidir. Besleme ile hayvanların farklı gelişim evrelerindeki beslenme ihtiyaçları karşılanırken, üretimi yükseltmekten ziyade, kaliteli üretim sağlanmalıdır. Hayvanların zorlama ile beslenmesi yasaktır. Hayvanlar, öncelikle

yetiştirildikleri işletmeden sağlanan organik yemlerle, mümkün olmaması halinde organik tarım yönetmeliği hükümlerine uygun hareket eden diğer işletmelerden sağlanan yemlerle beslenmelidir.

Organik olarak üretilmiş ve işlenmiş yemler için aranan koşulları göz önüne aldığımızda, konvansiyonel yem ile organik yem aynı fabrikada aynı anda işlenemez. Organik yem hazırlamada kullanılan her türlü donanımın, konvansiyonel yem hazırlamada kullanılan her türlü donanımdan bütünüyle ayrılması gerekmektedir. Ancak, konvansiyonel yem hazırlama ünitelerinde aşağıdaki şartlara uymak koşulu ile organik yem hazırlanabilir: (İlbaş, 2009, s.175-180)

-Yem hazırlama ünitesinde aynı zamanda hem konvansiyonel hem de organik yem hazırlanmalıdır.

-Ürünlerin bileşiminde yer alan maddeler ya da bu ürünlerin hazırlanmasında kullanılan başka herhangi bir madde iyonlaştırıcı radyasyon, ışınlama, içeren uygulamalardan geçmemiş olmalıdır.

-Organik yemler mutlaka etiketlenmelidir. Etiket üzerinde, yemin organik miktarı kuru madde üzerinden belirtilmelidir.

-Organik üretim metoduyla elde edilen yem materyalinin yüzdesi yazılmalıdır ve aynı zamanda geçiş dönemi ürünlerinden elde edilen yem materyalinin yüzdesi de yazılmalıdır.

-Tarımsal kökenli yem maddelerinin toplam yüzdesi ve aynı zamanda yetkilendirilmiş kuruluşun ismi etiket üzerinde bulunmalıdır.

Organik olarak üretilen yemler ile konvansiyonel olarak üretilen yemlerin fiziksel olarak aynı yerde tutulması ve depolanması gerekmektedir. Organik olarak üretilmiş yemler ya da bunlardan elde edilmiş ürünler konvansiyonel üretilmiş yemlerle karışmaya ve bulaşmaya meydan vermeyecek şekilde bir arada nakledilmesi gerekmektedir.

1.12.3. Organik Üretimde Pazarlama Sistemi

Organik ürünlerde pazarlama sistemi geleneksel tarım üretimine göre farklı bir yöntemin uygulanmasını gerektirmektedir.

Organik ürün pazarında, organik ürünlerin üreticiden son tüketiciye ulaşmaya

kadar belirli pazarlama teknikleri kullanılarak pazarlamasının yapıldığı görülmektedir. Bu teknikleri sıralarsak: (Tozan ve Ertem, 1998)

- ❖ Organik ürünün üreticisi tarafından son tüketiciye ulaşıncaya kadar herhangi bir aracı olmadan, doğrudan yapılan satıştır. Bu satış türü semt pazarlarında veya üretim alanlarında gerçekleşmektedir. Bu yöntem alıcı ve satıcı arasında tamamen güvene dayalı yapılmaktadır. Yalnız sertifikalı ürünler hariç diğer ürünlerde hem tüketici haklarını koruma hem de kalite güvencesi açısından bir risk taşımaktadır.
- ❖ Organik ürün üreticisinin ürününü süper marketler, hipermarketler ve benzeri satış yerlerinde direkt bir şekilde satış yapmasıdır. Bu şekilde organik ürünler satış yerlerindeki raflardan son tüketiciye ulaşmaktadır. Sertifikalandırma, ürünün takibi, tüketici haklarının korunması ve ekolojik kalite güvencesi açısından etkin bir pazarlama şekli olarak görülmektedir.
- ❖ Firmalar ya da ilgili kuruluşlar anlaşmalı üretim yoluyla üreticilerden elde ettikleri organik ürünleri dış satıma ya da iç pazara sunarak pazarlama tekniğini gerçekleştirmesidir. Bu teknik kendi içinde çeşitliliğe sahiptir:
 - Organik üretimin yapıldığı ülke içindeki yerleşik bir firma tarafından uygulanan bir proje sonucunda elde edilen ürünler, işlenir, paketlenir ve doğrudan ya da dolaylı yollardan son tüketiciye ulaştırılır.
 - Organik üretimin yapıldığı ülke içinde yerleşik olmayan yabancı bir firma tarafından uygulanan proje sonucunda elde edilen ürünler, bu firmanın daha önce anlaşma yapmış olduğu yerel bir firma tarafından fason olarak işlenir, paketlenir ve ürün işleyici bir firma ya da başka ihracatçı firma tarafından yurt dışında bulunan projenin sahibi firmalara ihraç edilir. Bu şekilde ürünler doğrudan veya dolaylı yollardan son tüketiciye ulaştırılır.
 - Organik üretimin yapıldığı ülke içinde yerleşik olmayan yabancı bir firma tarafından uygulanan proje sonucunda elde edilen ürünler, bu firmanın daha önce anlaşma yapmış olduğu münferit ya da yerel firmalarla ortak yatırımlar ile kurulan tesislerde işlenir, paketlenir ve bu firmalar ya da bir başka ihracatçı firma tarafından yurt dışında bulunan projenin sahibi firmalara ihraç edilir. Bu şekilde ürünler,

doğrudan veya dolaylı yollardan son tüketiciye ulaştırılır.

Organik ürünlerin pazarlamasında alıcı ve satıcıların etkin bir rol üstlenmesi ekolojik kalite güvencesi açısından diğer pazarlama şekillerine göre daha az risk taşımaktadır. Söz konusu pazarlama şeklinde organik ürünlerin son tüketiciye ulaşmaya kadar alıcı ve satıcı firmalar tarafından çok çeşitli kalite kontrol birimlerinden ve analizlerden geçerek daha güvenilir olması sonucunu doğurmaktadır. Özellikle organik ürünler dış satıma konu oluyorsa daha sıkı bir kontrol ve analize tabi tutulmaktadır.

1.12.4. Organik Üretimde Maliyet Unsurları

Organik tarımsal üretim, konvansiyonel üretime göre daha az girdi kullanılan bir üretim şekli olduğu halde çeşitli kültürel işlemlerin insan emeğine ihtiyaç duyması nedeniyle işçilik maliyetleri daha yüksek gerçekleşmektedir.

Konvansiyonel üretimde kullanılan ticari gübrelerin yerine hayvansal ve yeşil gübreler veya organik maddelerin kullanımı, sentetik kimyasallar yerine organik preparatlar veya biyolojik mücadele elemanlarının kullanılması, her iki tarım şeklinin birbirine göre maliyet unsurunu bazı üretimlerde artırmakta bazı ürünlerde ise azaltmaktadır (Durmaz, 2010, s.29).

Organik tarım ilk defa başlayan üretici veya firmaların, organik tarım kurallarına göre bekleme süresi olarak kabul edilen özellikle geçiş döneminde belirli bir kayıpları söz konusu olmaktadır. Bunun nedeni de organik kurallara göre üretilmiş olsa bile 3 yıl boyunca organik ürün olarak değerlendirmeye alınmayışıdır. Bunun neticesinde ilk 3 yıl karşılaşılabilecek ürün azlığı önemli bir gelir kaybına yol açabilir. Fakat yapılan bazı araştırmalarda elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, İlk defa tarımsal üretim yapılan arazilerde herhangi bir ürün kaybının olmadığı şeklindedir. Ürün kaybına daha önce yoğun bir şekilde üretim yapılmış arazilerde organik tarım kurallarına göre üretim yapılmaya başlandığında rastlanmaktadır. Bu durumda topraklar yoğun tarım nedeniyle yorulmuş, fiziksel ve kimyasal yapısı bozulmayla karşı karşıya kalmaktadır.

Organik tarımsal üretimde toprağın ihtiyacı olan gerekli besin kaynaklarının aksatılmadan organik maddelerle verildiği, mikro ya da makro biyolojik unsurların muhafaza edilip çoğaltıldığı yani organik dengenin sağlandığı bir tarımsal üretimde, verim kaybının olmayacağı bir gerçektir.

Üretici ya da firmaların ürettiği organik ürünlere konvansiyonel ürünlerden daha fazla para verilmesinin nedeni, organik tarımın uygulama aşamasında ortaya çıkan olumsuz koşullar nedeniyle daha az ürün elde edilmesi, hem de bu işe devam etmesi için bir çiftçiye motivasyon unsuru yaratmasından kaynaklanmaktadır.

Üretim yapılırken çiftçiye nakdi ve aynı yardımlarda bulunulması şart olmamakla birlikte, organik tarım girdilerinin bir kısmının temininde ortaya çıkabilecek zorluklar dikkate alınırca çiftçiye yardımda bulunmak gerekmektedir. Bu da gıda üretim ve ihracat firmasının üretim maliyetine etki eden başka faktördür.

Organik üretim yapılırken özellikle gerek üretim gerekse ihracat sırasında kontrol ve sertifika firmasına her üretim alanı ve her ürün için bir bedel ödenmektedir. Çiftçilerin bireysel olarak kontrol ve sertifikalandırmaları kendileri için yüksek bedelli bir maliyettir. Bu nedenle burada önerilen sistem, çiftçilerin bireysel hareket etmek yerine, birlik ya da kooperatif oluşturarak arazilerinin kontrolünü ve ürünlerinin sertifikalandırılmasını toptan olarak yapmasıdır. Organik gıda işini yapan firmalar ya da kuruluşlar, üretim miktarına göre sertifikasyon firmalarına yılda 5.000-2.0000 Euro arasında bir bedel ödemektedirler. Organik tarımın desteklenmesi için Tarım Bakanlığında teşvik talebinde bulunan üretici ve firmalar, kontrol ve sertifikasyon şirketlerine ödenen bu tutarın hepsi ya da bir kısmının devlet tarafından karşılanmasını istemektedirler. Özellikle Avrupa'da birçok devlet, organik tarımın desteklenmesi ve vatandaşlarının sağlıklı gıdalar yiyebilmesini sağlamak üzere çeşitli sübvansiyonlar uygulamaktadır. Bu tür desteklemeler, ihracat şirketlerinin daha fazla ürün ihraç etmesine imkan verebileceği gibi organik ürünlerin iç piyasaya arzı konusunda da tetikleyici bir faktör olabilmektedir (Atay ve Sarı, 2005, s.41-42).

1.12.5. Organik Üretimde Fiyat Oluşumu

Organik ürünlerin üreticiden son tüketiciye kadar geçirdiği birçok aşama ürünün fiyatına yansıyan faktörleri oluşturmaktadır. Organik üretimde fiyatı etkileyen çeşitli maliyet unsurları ortaya çıkmaktadır. Bu maliyet unsurlarını sıralarsak: (Akbay ve Usal, 2000, Usal, 2006).

1.12.5.1. Geçiş Dönemi Maliyeti

Ürüne bağlı olarak 2, 3 hatta bazen 5 yıl boyunca üretilen ürünler bile organik ürün olarak kabul edilmemektedir. İster konvansiyonel üretimden organik üretime geçiş, ister yeni bir proje tesis edilerek organik tarıma başlanılmış olsun her iki durumda da bu geçiş süreci geçerli bir standart oluşturmaktadır. Bu dönem içerisinde üretilen ürünler organik ürün olarak kabul edilmez ve organik ürün olarak pazarda da satılamazlar. Geçiş döneminde yapılan masraflar ürünün fiyatına üretimin büyüklüğüne bağlı olarak %3- %7 oranında etkide bulunurlar.

1.12.5.2. Üreticilere Ödenen Organik Üretim Primi

Sözleşmeli üretim şeklinde gerçekleştirilen organik üretimde üreticilere ürünün kilogramı başına ürün fiyatının % 5 - % 25'i oranında bir prim ödenmektedir. Üretici ve alıcı arasındaki anlaşmaya bağlı olarak bazı çok özel ürünlerde bu oran % 50 - % 100 arasında olabilmektedir. Bu genelin dışında çok az görülen bir uygulama olmakla birlikte dikkat çekici bir durum olarak kabul edilmektedir.

1.12.5.3. Çiftçilere Sağlanan Teknik Yardım Maliyeti

Organik üretimde kullanımına izin verilen ilaçların tamamının ya da bir kısmının üreticilere verilmesi ya da kredilendirilmesi şeklinde olmaktadır. Bunun yanı sıra üretim aşamasında kullanılan alet, ekipmanlar ve ürün kalitesini olumlu etkileyecek bazı yardımlar (sergi bezi, çuval, plastik kasa, etiket, ilaçlama makinesi gibi) ürün fiyatlarını % 2 - 3 oranında etkilemektedir.

1.12.5.4. Sübvansiyonlar

Organik üretimin üreticiler tarafından benimsenmesi amacıyla, üreticilere girdilerin maliyetinin altında dağıtılması ve uzun dönemli düşük faizli kredi verilmesi ürün fiyatlarını % 3 - 5 oranında etkilemektedir.

1.12.5.5. Üreticilere Sunulan Danışmanlık Hizmetleri

Organik üretimde kalite güvenliği kontrolünün düzenli yapılmasını gerektirmektedir. Üretim aşamasında çıkabilecek sorunların çözümlenmesi, üretimin yönetmeliklere uygun şekilde gerçekleştirilmesi ve kalite güvencesinin sağlanması amacıyla projelerde ziraat mühendisleri görevlendirilmektedir. Bu durum masrafları %5-10 oranında etkilemektedir.

1.12.5.6. Sertifikalandırma Masrafları

Organik ürünlerin sertifikalandırılması uluslar arası kabul görmüş IFOAM tarafından onay almış bağımsız kontrol ve sertifika kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Organik üretimin başlangıcından itibaren üretimin, işleme ve paketlemenin, ihracat ve ithalatın, pazarlamanın her aşaması bu kuruluşlar tarafından belirli bir ücret karşılığı denetlenip gerekli raporlar verilmektedir. Ürünün maliyetini % 1 - 5 oranında etkileyen diğer bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Organik üretimin standartları gereğince ürünlerin, diğer ürünlerden ayrı depolanması, işlenmesi, nakledilmesi ve bu işlemlerin yapılmasından önce deponun, işleme-paketleme alanlarının ve makinelerin iyice temizlenmesi zorunluluğunu yaratmaktadır. Organik ürünler için yapılan bu işlemler ilave bir işçilik masrafi oluşturmakta, bu da % 5 - 10 oranında fiyata yansımaktadır.

Organik üretimin doğası gereği oluşan bu farklı maliyet unsurları toplandığında ürünlerin son tüketici fiyatları konvansiyonel ürünlere göre yüksek olmaktadır. Ürün fiyatları arasındaki fark genel olarak % 24 ile % 65 arasında, çok özel bazı ürünlerde ise % 50 ile % 100 arasında değişebilmektedir. Ancak ortalama olarak organik ürünlerin, konvansiyonel ürünlerden % 30 - 35 daha yüksek fiyatla satıldığı bilinmektedir.

1.12.6. Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) ve Organik Ürünler

Son dönemlerde genetiği ile oynanmış gıdaların sürekli artan bir şekilde piyasaya sürülmesi özellikle gıdaların güvenilirliği konusunda endişelerin yaşanmasına yol açmış, bu durum tüketicilerin organik ürünlere yönelmesinde etkili olmuştur. Organik üretimin temelinde genetik modifikasyona tümüyle karşı çıkılması yatmaktadır. Gıdaların bu derece bir yoğunlukta dejenere olması sonucunda gıda güvenliğine karşı

endişeler artmaktadır. Günümüzde satışı gerçekleşen ürünler içerisinde hangisinde GDO olup olmadığı bilinmemektedir. Birçok firma ürünü, “GDO YOKTUR” amblemi taşısa bile bunu kanıtlayan herhangi bir veri bulunmamaktadır (Gök, 2008).

GDO ile üretim, birçok ülkede tartışma konusu haline gelmiştir. Özellikle ABD ve Kanada gibi ülkeler GDO projelerine ağırlık vererek biyoteknolojik tarım için yeni sahalara açarken, bu durumu sağlık açısından tehlikeli gördüğü için buna karşı çıkan ülkeler de bulunmaktadır. Başta Japonya ve AB ülkeleri olmak üzere Güney Kore, Yeni Zelanda ve bazı Afrika ülkelerinde genetiği değiştirilen ürünler ya yasaklılar listesinde bulunmakta ya da bu ürünlere katı sınırlamalar getirilmiştir. Dünyanın dört bir tarafından çiftçi örgütleri ve ihracatçılar yayınladıkları bildirimlerde, GDO ürünlerinin insan sağlığı için tehdit içerdiğini savunmaktadırlar. Yunanistan hükümeti, ABD tarafından üretilen genetiği değiştirilmiş mısır ithalatı ile ilgili yasağı 2 yıl daha uzatma kararı almıştır. Tazmanya’da ticari ölçekte genetik değişime uğramış ürün yetiştirilme kararını 2014 yılına kadar ertelemiştir (<http://www.dogabotanik.com>, 05.03.2013).

2012 yılında ilk defa gelişmekte olan ülkeler (yüzde 52), gelişmiş ülkelere kıyasla (yüzde 48) daha fazla GDO'lu üretim yapmıştır. 2012 yılında 2011 yılıyla kıyas yapıldığında gelişmekte olan ülkelerdeki üretim alanları yüzde 11 oranında (8,7 milyon hektar) artış kaydederken, gelişmiş ülkelerde ise yalnızca yüzde 3 (1,6 milyon hektar) artış gerçekleşmiştir. ABD, 69,5 milyon hektarlık alanla en çok GDO'lu üretim gerçekleştiren ülke olurken, bunu, 36,6 milyon hektar ile Brezilya, 23,9 milyon hektar ile Arjantin, 11,6 milyon hektar ile Kanada ve 10,8 milyon hektar ile Hindistan takip etmektedir. GDO'lu üretim yapan ülkeler arasında Sudan ve Küba da dahil olmuştur. Sudan, Afrika ülkeleri arasında Güney Afrika, Burkina Faso ve Mısır'dan sonra ticarileştirilmiş GDO'lu pamuk üreten dördüncü ülke olmuştur. Küba'daki çiftçiler ise ilk kez 3 bin hektarlık alanda GDO'lu mısır üretmiştir. Dünyada, GDO'lu ürün üretilen alan 1996'da 1,7 milyon hektar iken, 2012 sonu itibarıyla bu rakam 100 katına çıkarak 170 milyon hektara yükselmiştir. 2012 yılında 5 Avrupa ülkesi bir önceki yıla göre yüzde 13'lük artışla 129 bin 71 hektarlık alanda GDO'lu mısır üretmiştir. İspanya ise 116 bin 307 hektarlık üretimle en fazla GDO'lu mısır üretimi yapan ülke olmuştur (<http://ekonomi.haber7.com>, 27.07.2013).

Türkiye’de, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2010 yılında GDO konusunda Biyogüvenlik Kanunu’nu çıkararak genetik yapısı değiştirilmiş organizmalar ve

ürünleri ile ilgili araştırma, geliştirme, işleme, piyasaya sürme, izleme, kullanma, ithalat, ihracat, nakil, taşıma, saklama, paketlenme, etiketlenme, depolama ve benzeri faaliyetlere dair hükümleri düzenleme yoluna gitmiştir. Bu yasayla birlikte, GDO üretimine Türkiye'de izin hakkı yasaklanmıştır. Türkiye'de bu konuda yetkili Biyogüvenlik Kurulunca, GDO'lu gıda maddesi ithalatı yasaklanırken, 19 gen türünde yem amaçlı mısır ve soya ithalatı yapılabilmektedir (<http://ekonomi.haber7.com>, 27.07.2013).

Dünyada GDO'lu canlıların ve bunlardan elde edilen gıdaların dağılımı hızla artmaktadır. Bu artışın beraberinde getirdiği risklere ve potansiyel zararlara bakılacak olursa; bu ürünlerde uzun süreli güvenli testlerin bulunmayışı, çevresel, tarımsal ve sağlık gibi alanlarda neden olabileceği yan etkilerin öldürücü nitelik taşıyabilmesi, söz konusu ürünlerin dini inançlara ters düşmesi, gıdaların taşınması gereken doğal besin değerlerini azaltması ve alerjik maddeler içermesi bunlardan sadece birkaç tanesini oluşturmaktadır (Ayla, 2011, s.59).

Burada yapılması gerekenler; GDO'lu tohumların kontrolsüz alanlarda ekimine izin verilmemeli, gümrüklerde, iç piyasada etkin bir denetim sistemi kurulmalı, Türkiyede GDO'lu ürünler konusunda kendi araştırmalarını yapmalı, teknolojisini kendi üretmeli, tarımda, girdiden çıktıya, tüm alanlarda bağımlılık zincirini kıran, kendi potansiyelini kullanan bir politika izlenmelidir (<http://www.orguder.org.tr>, 27.07.2013).

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA ORGANİK TARIM

2.1. Dünyada Organik Tarımın Gelişimi

Geçmiş 19. yüzyılın başlarına kadar uzanan organik tarım, II Dünya Savaşı sonrasında sanayileşmenin de ilerlemesiyle daha da önem kazanmıştır. Çevreci akımların da etkisiyle organik tarım son 10 yılda dünyada oldukça hızlı bir şekilde gelişme göstermiş ve bunun sonucunda günümüzde birçok ülkenin kendi organik tarım programını oluşturmasını sağlamıştır.

Organik tarımı açıklarken dünya’da yeni bir buluşun ortaya çıkışı olarak düşünülmemesi gerekir. Üretim boyutuyla ele alındığında organik tarım, tarımda kimyasal maddelerin yaygın olarak kullanımından önce de dünyanın birçok yerinde de, araştırma merkezlerinde ve çiftliklerde araştırma konusu olmuş (Kırımhan, 2005, s.50) ve 1900’lü yılların başından itibaren İngiltere ve İsviçre gibi ülkelerde küçük çaplı uygulamalarda kendini göstermeye başlamıştır. Ayrıca Almanya’da 1893–1925 yılları arasında sağlıklı ürünlerin satıldığı ‘reform mağazaları’nın kurulması da organik tarım uygulamaları olarak değerlendirilebilir (Uzun, 2006, s.4).

20. yüzyılın başlarında sentetik tarımsal girdilerin yarattığı olumsuz etkiler başlangıçta bu girdilerin yoğun bir şekilde kullanıldığı gelişmiş ülkelerde görülmüş, 1910 yılında Albert Howard’ın “Tarımsal Vasiyetnamesi”, 1924 yılında Dr. Rudolf Steiner’in “Biyodinamik Tarım Yöntemi” çalışmaları ile geleneksel tarım yöntemine alternatif sistem arayışlarını başlatmıştır. Konvansiyonel tarımın olumsuz etkileri gözlemlenince, Avrupa’da birçok ülke kendi içinde bu konuda duyarlı üretici ve tüketicilerin bir araya gelmesiyle organik tarım çalışmalarına yönelmeleri sağlanmıştır (Babaoğlu, 2006, s.683).

20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde dünyanın karşı karşıya kaldığı en önemli sorun, nüfusun hızlı bir şekilde artmasına karşılık, özellikle savaş sonrasında insanlara yeterli miktarda ucuz gıda temin edilememesi olmuştur. 1950 yılından sonra ABD’nin Marshall yardımı ile sağlanan ekonomik katkılar ve aşırı desteklemeler sonucu klasik tarım süratle yayılmış, makineleşme, kimyasal ilaç ve gübreler ile kimyasal katkı maddeleri kullanılmaya başlanılmıştır.

Dünyada 1960'lı yıllara kadar çevreyi koruyucu ve düzenleyici bir sektör olarak tanımlanan tarım sektörünün bu özelliği, 1970'li yıllardan itibaren sorgulanmaya, tartışılmaya başlanmış ve tarım sektörünün toprak işleme tekniklerinden başlanarak, sektörde kullanılan girdiler, bu girdilerin üretim ve kullanım süreçleri, kullanıldığı ürünler üzerindeki etkileri ile tarımsal ürünleri tüketenlerin üzerinde ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerine yönelik araştırmalar, tarım sektörünün çevre kirliliği üzerindeki etkisinin beklenilenden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur (Sürmeli, 2003, s.22, www.tarim.gov.tr).

1970'li yıllara kadar ayrı ayrı devam eden çalışmalar, 1972 yılında, tüm dünyadaki organik tarım faaliyetlerini bir çatı altında toplamayı, hareketin gelişimini sağlıklı bir şekilde yönlendirmeyi, gerekli standart ve yönetmelikleri hazırlamayı, tüm gelişmeleri üyelerine ve çiftçilere aktarmayı amaçlayan Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu'nun (IFOAM) kurulması ile farklı bir boyut kazanmıştır (Er ve Başalma, 2008, s. 28, Reynolds, 2000, s.300).

1980'li yıllara gelindiğinde çevrenin geri dönülemez biçimde kirlenip doğal dengenin tahrip olmaya başladığı ve bu olumsuzluklar karşısında özellikle Avrupa ülkelerinde çevreye duyarlı üreticiler doğal dengeyi bozmadan, çevreyi kirletmeden, insanlarda ve diğer canlılarda toksit etki yapmayan temiz ürünler üretmeye yönelik alternatif sistemlerin arayışına girmiş ve bir süre sonra üretici-tüketici zinciri oluşmaya başlamıştır.

Organik ürünlerin dünya ticareti 1980'li yıllarda geliştiği halde 1990'lı yılların sonlarına doğru özellikle deli dana, dioksin ve GDO gibi konulara karşı duyulan endişe ve tepkiler nedeni ile organik ürünler için tüketici talebinde çok ciddi artışlar meydana gelmiş ve organik tarım, birçok uluslararası kuruluşun gündemine girmiştir (Boşalma ve Er, 2008, s.28).

Organik tarıma ilişkin bu süreç sonunda, konvansiyonel tarımın olumsuz etkileri ortaya çıkmaya başladıkça, Amerika'da, Avrupa'da ve birçok kuzey ülkesinde bu konuda duyarlı üretici ve tüketicilerin bir araya gelmesi ve organik tarıma verilen önem nedeniyle organik tarım ticareti, ithalat ve ihracatı artmaya başlamıştır. Bu artışlar daha çok gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmıştır.

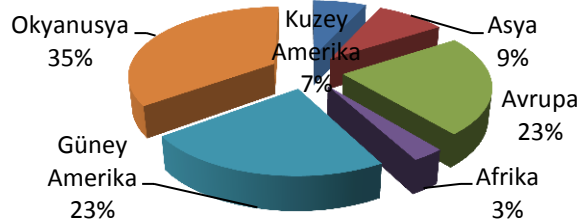
2.2. Dünya’da Organik Tarımın Üretim Yapısı

Bir yanda tek tuşla her türlü bilgiye kolayca ulaşma imkanı, daha kısa zamanda daha hızlı üretimin cazibesi, öte yandan artan nüfus, yoğunlaşan şehirler, yoğun çevre kirliliği, hızla azalan doğal kaynaklar ve gelecek için insanlığa sürekli uyarı veren bir dünya organik tarıma geçişi daha kolay sağlamaktadır. Gelişen teknoloji ve iletişim imkanları organik tarımın daha fazla üretici ve tüketici kitlesi tarafından tanınmasını ve dolayısıyla yaygınlaşmasını mümkün kılmaktadır (Durmaz, 2010, s. 21).

Organik tarım üretimi yapan ülkeler tüm dünyada genellikle üretime geçişte ülkelerinin geleneksel ürünlerinden başlamayı tercih etmişlerdir (Marangoz, 2008, s.30). Örneğin Hindistan’da çay, Danimarka’da süt ve süt ürünleri, Arjantin’de et ve et mamulleri, Orta Amerika ve Afrika ülkelerinde muz, Tunus’ta hurma, zeytinyağı, Türkiye’de kurutulmuş ve sert kabuklu meyveler, organik olarak üretilen ilk ürünlerdir (Usal, 2006, s.18).

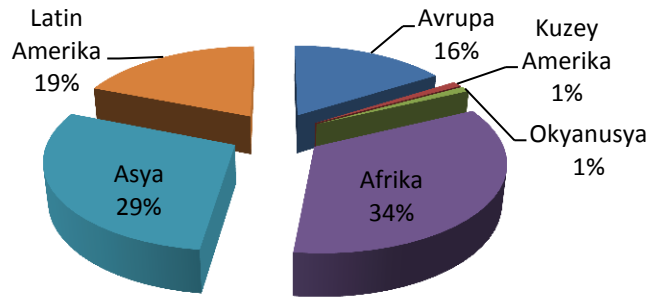
Asya ve Afrika’da 30 ülke, Orta Amerika’da ve Karaibler’de 20 ülke, Güney Amerika’da 10 ülke, Avusturya ve Pasifik’te 5 ülke, Güney Amerika’da 10 ülke ve ayrıca Avrupa’daki pek çok ülke ile Birleşik Devletler ile Kanada da dahil olmak üzere 130 ülkede organik tarım ürünleri üretilmektedir. Dünyada organik ürün üretiminin %90’ı gelişmekte olan ülkeler tarafından yapılmakta ve dış pazarlara sunulmaktadır. Gelişmiş ülkeler ise, daha çok organik tarım ürünleri alıcısı konumunda bulunmaktadırlar. Dünyada pek çok ülke pazarında organik tarım ürünler talebi süratle büyümektedir (Atlı, 2005).

Organik tarım alanlarını kıtalara göre değerlendirdiğimizde, en büyük payı toplam tarım alanlarının %35’lik oranına sahip Okyanusya almaktadır. Bunu sırasıyla %23,4 ile Avrupa, %23 ile Güney Amerika, %9 ile Asya, %7 ile Kuzey Amerika ve %3 ile Afrika kıtası izlemektedir (Şekil 1).



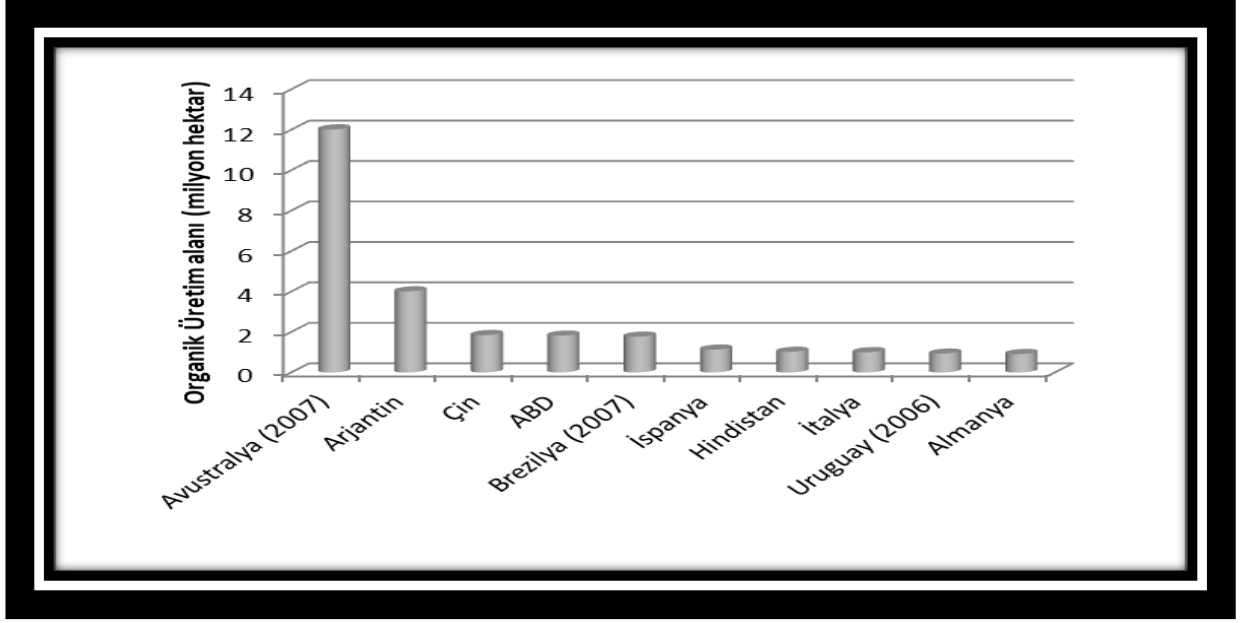
Şekil 1. Kıtalara Göre 2008 Yılında Organik Tarım ve Doğal Toplama Alanlarının Dağılımı.

2010 yılında organik üreticileri işletme sayısı açısından değerlendirdiğimizde ilk sırada % 34'lük oranla Afrika kıtası yer alırken bunu sırasıyla % 29'luk oranla Asya kıtası, % 19'luk oranla Latin Amerika kıtası , %16'lık oranla Avrupa kıtası ve diğerleri izlemektedir. Üretim alanları açısından özellikle Okyanusya, Avrupa ve Latin Amerika kıtalarında dağılımın çok küçük olduğu görülmektedir. Bu bölgelerde organik tarım küçük üreticiler için sürdürülebilir üretim modeli oluşturmaktadır. Okyanusya en büyük üretim alanına sahip bölge olmasına karşın en az üreticiyi barındırmaktadır (Şekil 2).



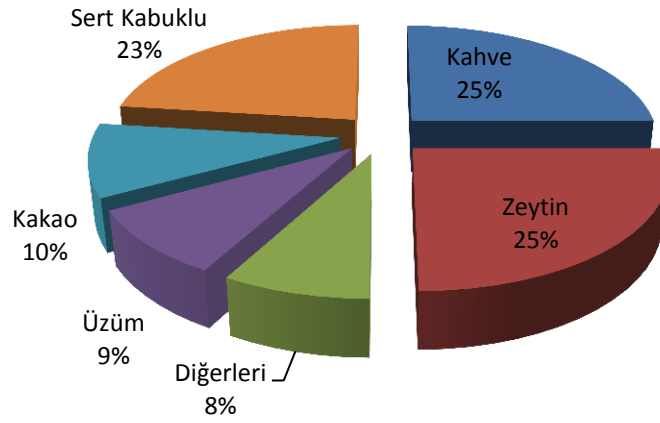
Şekil 2. Organik Üreticilerin İşletme Sayısı Açısından Dağılımı

Organik üretim alanları ülkeler bazında ele alındığında on ülke ön plana çıkmaktadır. 2007 verilerine göre karşılaştırıldığında en büyük pay 12,02 milyon hektarlık alanla lider ülke konumundaki Avustralya'nın yer aldığı Okyanusya'ya aittir. Bu durum Şekil 3'te verilmiştir. Avustralya'nın 12,02 milyon hektarlık organik üretim alanının yaklaşık % 97'sini et üretimine yönelik büyükbaş besiciliğinde kullanılan organik sertifikalı geniş mera alanları oluşturmaktadır. Arjantin ise 4,01 milyon hektar ile 2. sırada yer almaktadır. Arjantin'in sahip olduğu organik alan büyüklüğü de küçükbaş yetiştiriciliğinde kullanılan meralarla artmış ve özellikle organik koyun eti ilk sırada yer almaktadır. Bunu şeker, çay, tahıllar, yağlı tohumlar, meyve (armut, elma, portakal ve limon) ve sebze (sarımsak, soğan ve fasulye) takip etmektedir. Brezilya bir önceki yılın verilerine göre 1,77 milyon hektar alana sahiptir. Kahve, muz, soya ve mısır en önemli ürünlerdir. Son yıllarda ABD, Çin ve Hindistan organik tarımda gelişen ülkeler olarak dikkat çekmektedir. İspanya ise 2008 yılında Avrupa Birliğinde en önemli paya sahip ülke konumuna gelmiştir (www.eto.org.tr, 20.07.2013).



Şekil 3. En Büyük Organik Üretim Alanına Sahip On Ülke (2008)

Dünyada organik olarak yetiştirilen çok yıllık türlerini değerlendirdiğimizde en büyük pay %25'lik oranla kahve ve zeytine aittir. Bunu sırasıyla %23'le sert kabuklu türler, %10'la kakao, %9'la üzüm ve %8 ile diğerleri izlemektedir (Şekil 4).



Şekil 4. Dünyada Organik Olarak Yetiştirilen Çok Yıllık Türler

Avrupa Kıtası'nda organik tarım yapılan alanların %18,5'i Avusturya'da, %12,6'sı İsveç'te, %10,8'i İsviçre'de ve %10,5'i ise Estonya'da yer almaktadır. 18,4 milyar € olan organik tarım pazarında en hızlı pazar artışı Fransa ve İsveç'tedir. En büyük pazar ise 5,8 milyar Euro ile Almanya'ya aittir (www.egebirlik.org.tr, 24.08.2013).

Dünyada organik üretim açısından, Avrupa Birliği hem üretim açısından hem de pazar payı açısından ilk sırada yer almaktadır. Bu gelişmede etkili olan ana faktör 1992'deki Ortak Tarım Politikası çerçevesinde alınan çevre ve kaynak koruyucu tedbirler ve destek politikalarıdır. AB ülkelerinde ekolojik üretime geçiş sürecinde üreticiye birim alan başına belirli bir destek sağlanmasının en olumlu etkisi Avusturya'da bu uygulamanın etkisiyle, ekili alanların %20'sinde ekolojik sistemle üretim yapıldığı görülmüştür. Organik tarımda izlenebilirliğin ve garanti sistemlerinin önemli bir paydaşı kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarıdır. Dünyada bu alanda 2010 yılı verilerine göre toplamda 523 kuruluş görev yapmaktadır. Kıtalara göre Avrupa'da 177, Asya'da 157, Kuzey Amerika'da 78, Latin Amerika'da 48, Okyanusya'da 11, Afrika'da 10 adet kontrol ve sertifikasyon kuruluşu görev yapmaktadır. Bazı kontrol ve sertifikasyon kuruluşları birkaç farklı kıta ve ülkede faaliyet göstermektedir. Yetkilendirilmiş sertifikasyon kuruluşlarının sayısı ülkelere göre değişmektedir. Sırasıyla Japonya'da 60, ABD'de 57, Almanya ve Güney Kore'de 32, Çin'de 29, İspanya'da 27, İtalya'da 16 adet, dünya'nın önemli organik tarım alanına sahip ülkesi Hindistan'da ise 13 adet sertifikasyon kuruluşu faaliyet göstermektedir (ETO, 2012, s. 14-15).

2010 yılında açıklanan verilere göre, 2007 yılında 141 ülkede gerçekleştirilen organik tarım 2008 yılında 154 ülkeye 2009 yılında ise 160 ülkeye ulaşmıştır. 2008 yılı sonu verilerine göre, dünyada organik standartlara göre sertifikalandırılmış 35 milyon hektar alan mevcutken 2009 yıl sonu verilerine göre dünyada 37,2 milyon hektar alan organik standartlara göre sertifikalandırılmıştır. Geçiş dönemi rakamları da bu alana dahildir. Alan, 2008 yılı verileri ile karşılaştırıldığında 2 milyon hektar gibi ciddi bir artış göstermiştir. Büyüme en fazla Latin Amerika ve Avrupa'da görülmüştür. Ayrıca organik bal üretimi, doğadan toplama gibi amaçlarla sertifikalandırılmış 41,9 milyon hektarda da üretim yapılmaktadır (<http://www.eto.org.tr>, 20.07.2013).

Organik tarım alanlarının yaklaşık üçte biri tek yıllık veya çok yıllık bitkisel üretim alanlarından, üçte ikisi ise çayır ve mera olarak kullanılan yeşil alanlardan oluşmaktadır. Arıcılık için sertifikalandırılan alanlar dahil, doğadan toplama 31,1 milyon hektar alanı oluşturmaktadır. Organik su ürünleri yetiştiriciliği ise 0,4 milyon hektar alanda yapılmaktadır. Sonuç olarak dünyada organik sertifika alınmış toplam

alan 2008 yılı verilerine göre 66,5 milyon hektara 2009 yılında ise 79,1 milyon hektara ulaşmış durumdadır (ETO, 2012, s.9).

2.3. Dünyada Organik Ürünlere Yönelik Tüketici Tercihleri

Son yıllarda özellikle çevre ve sağlık bilincinin artmasına paralel olarak AB ülkeleri, ABD ve diğer gelişmiş ülkelerde organik ürünlere olan talebi de artırmıştır. ABD’de toplam gıda üretiminin %2’si organik gıda olmasına rağmen, bu ülke içerisindeki tüketicilerin %40’ının bir yıl içerisinde organik gıda satın aldıkları ortaya çıkmıştır. İngiltere’de ise tüketicilerin %33’ü organik gıda satın almaktadır (Durmaz, 2010, s.18). ABD’de yapılan bir araştırmada, (Hartman Grubu tarafından hazırlanan sağlıklı yaşam raporu-2001) tüketicilerin hangi nedenlerden dolayı organik ürünleri tercih ettikleri araştırılmış ve tercihlerin % olarak dağılımı incelenmiştir. Buna göre: Tüketicilerin %66’sı organik ürünlerin sağlıklı ve daha besleyici olduğunu, %38’i tadının daha iyi olduğunu, %30’u gıda güvenliği açısından herhangi bir hormonun ya da ilaç kalıntısının bulunmadığını, %26’sı çevreye olumlu etkileri olduğunu düşündükleri için organik ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Araştırma yapılan ülkelerde süpermarket ya da hipermarketlerin pazarlama alt yapısında önemli rol oynadıkları ve fiyatlarının diğer organik ürünlerin satışının yapıldığı yerlere göre daha uygun olduğu tespit edilmiştir. Örneğin; organik ürünlerin pazar paylarının en yüksek olduğu Danimarka, Avusturya ve İsviçre gibi ülkelerde organik ürünlerin AB geneline göre yaklaşık %20 daha ucuz olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun en önemli nedeni ise; söz konusu bu üç ülkede süpermarket ve hipermarketlerin organik ürün pazarlamasını büyük ölçekli ve fonksiyonel olarak (büyük depolar, etkin iletişim vs.) gerçekleştirmesidir. Yine bu ülkelerde organik ürün etiketinin tüketiciler tarafından büyük ölçüde tanınmasının (%95) pazar genişlemesini artırıcı bir rol üstlendiği ifade edilmektedir (Durmaz, 2010, s.19). AB ülkelerinde organik ürünlerin üretici fiyatlarının konvansiyonel ürünlere göre ülkeden ülkeye değişim gösterdiği ve bu değişimin oldukça yüksek seviyelerde gerçekleştiği belirtilmektedir. Örneğin, AB ülkelerinde organik olarak üretilen tahılların fiyatı konvansiyonel olarak üretilen tahıllara göre ortalama %102 daha pahalı iken, bu oran Yunanistan’da %30, Lüksemburg’da %281’dir. Yine AB ülkelerinde organik şarabın fiyatı konvansiyonel olarak üretilen şaraba göre %30-40 daha pahalı iken bu oran Fransa’da %20 olarak

gerçekleşmektedir. Bunun yanında Avrupa Birliği'nde birbirine komşu olan ülkelerde bile aynı organik üründe kg başına 0,8 Euro ile 1,1 Euro arasında fiyat farkı bulunmaktadır (Durmaz, 2010, s.20).

Yapılan çalışmalar neticesinde şu sonuç ortaya çıkmaktadır: Özellikle organik tarım yapılan ülkelerde fiyat konusunda bir katılığın olduğunu, organik ürünlerin içinde barındırdığı kendine has özellik ve kalite standartlarına sahip olması fiyat değişimlerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

2.4. Dünya'da Organik Tarım Ürünleri ve Üretici Ülkeler

Bu bölümle ilgili verilen bilgiler IFOAM, FAO ve IGEME gibi kuruluşların ilgili kaynaklarından faydalanılarak hazırlanmıştır.

2.4.1. Bitkisel Ürünler

Dünyada yaygın olarak üretimi yapılan organik bitkisel ürünler sırasıyla yaş meyve ve sebzeler, kuru ve sert kabuklu meyveler, hububatlar, bakliyatlar, yağlı tohumlar, baharatlar, tıbbi ve aromatik bitkilerdir. Üretimin önemli bir bölümü ihraç edilmekte ve dış talep bitkisel üretimi yönlendirmektedir.

2.4.1.1. Meyve ve Sebzeler

Dünyada organik meyve üretimi yaş meyve, kuru ve sert kabuklu meyveler şeklinde yapılmaktadır. Organik yaş meyve üretiminde dünyanın önde gelen üreticileri arasında ABD, İsrail ve Avustralya bulunmaktadır. Muz üretiminde ise Dominik Cumhuriyeti, Latin Amerika ve Karayipler dünyanın önde gelen üreticileri arasında yer almaktadır. Kivi üretiminde ise dünya ülkeleri arasında İtalya, Şili ve Yeni Zelanda önemli yere sahiptir. Üzümsü meyvelerin üretiminde ise Macaristan ve Arjantin büyük bir öneme sahiptir.

Organik kuru meyveler üretiminde söz sahibi ülke Türkiye'dir. Türkiye'den sonra ABD, Cezayir, Mısır ve İsrailde önemli kuru meyve üreticileri arasında yer almaktadır.

Sert kabuklu meyveler üretiminde ise Türkiye başta fındık olmak üzere kabuklu meyveler de önemli bir üreticidir. ABD'de badem, İtalya ve İspanya'da badem ve

findık, Fransa’da ceviz yetiştirilmektedir.

Gelişmekte olan ülkeler tarafından dış satımı yapılan organik ürünler arasında özellikle kahve, çay ve kakao gelmektedir. En önemli organik kahve üreticisi ülke Latin Amerika’da bulunan Meksika’dır. Organik çay üretiminde en önemli ülke Hindistan , ikinci sırada ise Sri Lanka vardır. Kakao üretiminde ise Bolivya dünyanın en önemli üreticisidir. Brezilya, Beliza Adası, Dominik Cumhuriyeti, Honduras, Fildişi Sahilleri, Kosta Rika, Guetamala, Meksika, Nikaragua, Panama, Papua Yeni Gine ve Togo diğer organik kakao üreticisi ülkelerdir.

Organik sebze üretimde başta ABD olmak üzere, AB ülkeleri domates, patates, havuç ve soğan gibi sebzelerin önemli üretici ülkeleridir. Bu ülkeleri organik sebze üretiminde söz sahibi olan İsrail izlemektedir. Arjantin ve Mısır bazı sebze çeşitleri üretiminde bulunarak organik sebze pazarında yer almaktadırlar. Brezilya, Hindistan, Meksika, Türkiye, Tunus, Polonya, Şili, Kosta Rika, Gana, Uganda ve Uruguay diğer önemli sebze üretici ülkeleridir.

2.4.1.2. Hububat

Dünyada organik temel gıda maddesi olarak büyük bir öneme sahip olan, buğday, durum buğdayı, kılıçsız buğday, pirinç, çavdar, arpa, mısır, darı, karabugday ve yulaf üretimi yapılan önemli ürünler arasında yer almaktadır.

Avrupa Birliği, Amerika, Avustralya, Kanada büyük üreticiler olmakla birlikte Arjantin, Brezilya, Çin, Mısır, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Rusya Federasyonu, Slovakya ve Türkiye de buğday üretimi yapılan diğer ülkelerdir.

Organik pirinç üretiminin büyük çoğunluğu Asya kıtasında Çin, Hindistan, Pakistan, Endonezya, Filipinler, Sri Lanka ve Tayland’da yapılmaktadır.

2.4.1.3. Baklagiller

Baklagiller üretiminde kuru fasulye, nohut, bezelye, barbunya, üretimi yapılan önemli ürünler arasında yer almaktadır.

Organik kuru fasulye üretiminde ABD dünyanın önde gelen üreticileri arasında yer almaktadır. Aynı zamanda Arjantin, Brezilya, Mısır Hindistan, Meksika, Peru, Nikaragua’da önemli kuru fasulye üreticilerindedir. Türkiye’de mercimek ve nohut, Mısır’da bezelye organik olarak üretimi yapılan diğer baklagillerdir. AB ülkelerinde ise

bezelye, mercimek, barbunya, beyaz kuru fasulye ve nohut'un organik üreticiliği yapılmaktadır.

2.4.1.4. Yağlı Tohumlar

Dünyada özellikle zeytin, soya fasulyesi, Hindistan cevizi, keten tohumu, aspir tohumu, susam tohumu gibi önemli yağlı tohumlar üretilmektedir.

Akdeniz ülkeleri ve Arjantin zeytin üretiminde, ABD, Arjantin, Avusturya ve Fransa soya fasulyesi üretiminde, Kosta Rika, Kolombiya, Hindistan, Dominik Cumhuriyeti, Honduras, Madagaskar ve Sri Lanka Hindistan cevizi üretiminde, Rusya keten tohumu üretiminde, Çin, Macaristan ve Meksika kabak çekirdeği üretiminde, Kanada, Arjantin ve Paraguay Aspir tohumu üretiminde, Brezilya, Bolivya, Çin, Hindistan, Meksika, Paraguay, Peru, Sudan, Sri Lanka, Uganda ve Türkiye susam tohumu üretiminde söz sahibi olmaktadır.

2.4.1.5. Baharatlar ve Tıbbi Bitkiler

Organik baharatlar ve tıbbi bitkiler üretiminde Mısır dünyanın önemli bir üreticisi arasında yer almaktadır. Mısır'la birlikte Hindistan, Malavi ve Tanzanya baharatlar ve tıbbi bitkilerin organik üretiminde en önemli ülkeler arasındadır. Bu ülkelerden sonra Arjantin tıbbi bitkilerin büyük bir kısmını üretmesinden dolayı önemli bir yere sahiptir. Brezilya, Çin, Kolombiya, Kostarika, Dominik Cumhuriyeti, Guetamala, Meksika, Endonezya, Jameika, Nikaragua, Papua Yeni Gine, Sri Lanka, Filipinler, Togo, Tunus, Türkiye, Uganda ve Zimbabve baharat ve tıbbi bitki üreten diğer ülkelerdir. Avrupa birliği ise adaçayı, lavanta ve maydanoz gibi organik ürünlerin üreticiliğini yapmaktadır. Vanilya üretiminde ise Kosta Rika, Endonezya, Madagastar, Meksika, Togo, Uganda ve Papua Yeni Gine organik üretimini yapmaktadır.

2.4.2. Hayvansal Ürünler

Dünyada organik hayvansal üretimle ilgili veriler yetersizdir ve bu sektörün kapsamlı olarak profili ortaya çıkarılamamıştır. Yine organik bitkisel üretimle karşılaştırıldığında bu sektöre ait veriler sektörel durumu tam olarak yansıtmamaktadır. Bununla birlikte, gelecek yıllarda bu durumun iyileşeceği tahmin edilmektedir.

Dünya’da esas olan organik sertifikalı kırmızı ve beyaz et, süt, yumurta, lif, bal ve balık üretimi yapılmaktadır. Organik süt sektörü, organik et sektörüne göre daha hızlı ve güçlü büyüme oranları göstermektedir. Bazı bölgelerde organik süt üretimindeki ilerlemeler, işlenmiş katma değerli süt ve süt ürünleri yelpazesini artırmıştır. Organik su ürünleri üretimi ise gelişim aşamasındadır. Organik bitkisel üretimdeki kural ve standartların organik balık yetiştiriciliğinde de uygulanmasının zorluğu, organik yem ve yem maddesi teminindeki güçlükler, tüketici tercihlerindeki farklılıklar ve Pazar belirsizliği sebebiyle, organik su ürünleri üretimi, bitkisel organik üretimle kıyaslandığında çok yavaş gelişmektedir.

2.4.2.1. Et, Süt Ürünleri ve Yumurta

Dünyada organik et ve süt ürünleri grubunun en önemli üreticileri ABD ve AB’dir. Diğer üretici ülkelerden Arjantin, Uruguay ve Yeni Zelanda özellikle organik et üretiminde dünyada önemli bir yere sahiptir.

Süt ve süt ürünleri organik üretiminde Avrupa birliği içinde Belçika, Avusturya, Danimarka, Fransa, Almanya İsveç, Hollanda, İngiltere ve İsveç önemli yer tutmaktadır. Arjantin süt, peynir ve yumurta üretimiyle, Türkiye süt üretimiyle, Mısır peynir üretimiyle organik ürün pazarında yer alan diğer üretici ülkelerdir.

2.4.2.2. Bal

Organik bal üretiminde dünyanın en önemli üreticisi arasında Meksika yer almaktadır. Meksika’dan sonra dünya organik bal üretiminde yer alan diğer önemli ülkeler ise, Brezilya, Arjantin, Bolivya, Çin, Kolombiya, Dominik Cumhuriyeti, Mısır, El Salvador, Guetamala Haiti, Türkiye, Madagastar, Uganda, Tanzanya, Zambiya ve Uruguay’dır.

2.4.2.3. Balık

Norveç ve İrlanda’da bazı balık çeşitlerinin ve somon balığının organik olarak üretimi yapılmaktadır. Organik balık ürünlerinin yetiştirilmesine yönelik ABD, Hollanda, Brezilya ve İngiltere’de yeni projeler ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

2.5. Avrupa Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri

Avrupa'da 1990'lı yıllardan itibaren organik tarım hızlı yayılmaya başlamış, daha sonra yavaşlama eğilimi göstermiştir. 2005 yılı verilerine göre 6.9 milyon hektardan fazla alanda ekolojik tarım yapılmaktadır. Bu rakam ortalama olarak tüm tarım alanlarının %3,92'sine karşılık gelmektedir. Ülkeler bazında bakıldığında Avusturya'nın toplam tarımsal arazisinin yaklaşık %14'ü, Finlandiya, İtalya ve İsveç'in %7'si ekolojik olarak yönetilmektedir. Yaklaşık 140.000 organik işletme veya üretici mevcuttur ve bunların çoğunluğu İtalya'dadır (Vatansever, 2007, s.239).

Avrupa'daki en büyük pazar payına sahip Almanya'da özellikle ekolojik süt ve ürünleri ile sebze ve meyve pazarında artış görülmüştür. Organik üretim yapısı Fransa ile benzesen Almanya'da üretimin büyük çoğunluğu birbirinden bağımsız çok sayıda üretici firma aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Almanya'nın Organik ürünlerin toplam gıda maddeleri içindeki payı %1.2 olduğu ve orta vadede %5-10 büyüme hızını sürdüreceği tahmin edilmektedir. Almanya AB içerisinde en büyük organik süt üreticisidir. Organik süt üretimi 28.500 ton olup, süt ve süt ürünleri piyasası diğer komşu ülkelere göre daha yavaş gelişmektedir. Organik sığır eti üretimi 1.540 ton, domuz eti üretimi 3.475 ton, tavuk eti üretimi ise 734 tondur. Ancak organik et dağıtım kanalları yeterince gelişmemiştir (Marangoz, 2008, s.42).

Yas meyve ve sebze patates, havuç, soğan, lahana, karnabahar ve kabak iç pazar talebini karşılarken, elma ve armut dışında (bazı yıllarda İtalya'dan elma ithalatı gerçekleştirilmektedir) birçok organik ürün ithalat yolu ile pazara sunulmaktadır. Süt ürünlerinin organik ürün tüketicileri için önemli bir ürün grubu haline geldiği görülmektedir.

En çok talep gören ürünler süt ve peynir olup, bunları yoğurt, tereyağı ve quark (yoğurt benzeri ürün) takip etmektedir. Çeşitli unlu mamulleri ile ünlü Almanya, bu sektörde de organik üretime yönelmiştir. Genellikle birbirinden bağımsız üreticilerden oluşan bu sektör, son yıllarda bir yeniden yapılanma içine girmiş ve bu alanda da zincir mağazalar kurulmaya başlanmıştır. Bazı süpermarket zincirleri kendi markaları altında tüketicilere organik yolla üretilmiş unlu mamuller sunmaktadır. 1997' yılında yaşanan Deli Dana Hastalığı(BSE) krizine kadar çok fazla önemsenmeyen organik et ve et ürünleri bundan sonra özel bir öneme sahip olmuştur.

Yılda yaklaşık % 25 oranında büyüyen bu sektörde süpermarketler (Edeka-Biopark, Rewe-Naturland) ile organik et üreticileri işbirliği içindedir. Almanya'da organik üretimin tüketici talebini karşılamaya yetmemesi nedeniyle organik ürünlerinin bir bölümü ithal edilmektedir. En çok ithal edilen ürün % 56 ile meyve olup bunu sırasıyla % 50 ile yağlı tohumlar, % 36 ile sebze ve şarap, % 20 ile kümes hayvanları eti ve %10 ile hububat izlemektedir. Almanya'da satılan organik meyve sebzenin %45'i ithal edilmiş olup, İspanya, Fransa ve İtalya başlıca ihracatçı ülkelerdir.

Almanya'da üretici firmalar organik gıda satışlarının yaklaşık % 18'ini oluşturmakta olup, bunlardan %80'i organik ürünlerini doğrudan kendileri pazarlamaktadır. Organik et ve et ürünleri satışında kasaplar ve gıda marketleri yoğunluktadır. Organik sebze de bu mağazalar satışlarda % 40'lık bir paya sahip olup, üretici firmalar satışların %35'ini oluşturmaktadır. Son yıllarda organik ürün satışlarında küçük marketlerin payı azalmaya başlamış, hipermarketler ve indirimli ürün satan mağazalar paylarını artırmışlardır. Organik gıda ürünleri konvansiyonel dağıtım kanalları aracılığı ile tüketicilere ulaşmakla birlikte, Almanya'da organik ürünlere yönelik ayrıca bir dağıtım kanalı oldukça gelişmiş durumdadır.

Danimarka'nın organik ürün pazarı oldukça gelişmiş durumdadır. Çünkü ürün belgelendirme ve etiketlemedeki etkinlik, tüketicilerin güvenini kazanmıştır. Ayrıca organik ürünlerin süpermarket gibi tüketicilerin kolayca temin edebileceği yerlerde sunulması da pazarın gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bir diğer önemli faktör de, organik ürün fiyatlarının geleneksel ürün fiyatlarından diğer ülkelere göre daha düşük olmasıdır. Danimarka Avrupa'nın en büyük organik süt ve et tedarikçisidir. Meyve, sebze, tahıl, çay, kahve ve tropikal meyve gibi ürünleri ise ithal etmektedir (Ece, 2008, s.17).

İngiltere'de organik tarım 1980'lere kadar sınırlı kalmış, yalnız o dönem içerisinde ortaya çıkan çevre kirliliğinden kaynaklanan sorunlar nedeniyle tekrar gündeme gelmiştir. İngiltere iç pazarının %66'sını kendisi karşılarken özellikle organik tahıllar açısından üretimi yetersizdir. İngiltere'nin şu anki durumunda organik ürünlerin neredeyse her çeşidi için önemli bir talep bulunmaktadır. Ancak sektörde bir tüketim kalıbı oluşmamıştır (Ece, 2008, s.18).

İngiltere'de ise meyve ve sebze yetiştiriciliği açısından kayda değer bir üretim olmamasına rağmen, organik dana eti, kuzu eti ve süt üretimi çok fazladır. Yıllık

organik süt üretimi 20.000 tondur. Organik süt üretimine, Organik Süt reticileri Kooperatiflerinin önemli katkıları bulunmaktadır. Organik süt üretimi dışında, organik yumurta üretimi de önemlidir. Ülkede organik ürünlerin %69'u süpermarketlerde satılmaktadır (Marangoz, 2008, s.45-46). Ayrıca 900 kadar işletme ile 70.000 hektar alanda üretim yapılmaktadır (Zengin, 2007, s.51).

İtalya'da yaklaşık 20 milyon kişi organik ürün satın almaktadır. Organik rnler içerisinde meyveler ve özellikle zeytinyağı, turunçgiller ve tahıllar önemli bir gelir grubunu oluşturmaktadır. Toplam organik ürünün %43' ihraç edilmektedir. İşletme sayısı 13.937, işlenen alan ise 276.070 hektar kadardır (Zengin, 2007, s.51).

Hollanda'da organik üretim açısından en çok hayvansal üretim yapılmaktadır. Organik süt üretimi 60.000 ton dolayındadır. Organik rnlerin satışının % 20'si süper marketler tarafından yapılırken, toplam gıda satışları içinde bu marketlerin payı % 71'dir. Organik gıda mağazalarının payı ise oldukça yüksektir (Marangoz, 2008, s.45).

Fransa hem iyi bir pazar hem de rekabetçi bir ülke konumundadır. Fransa özellikle sebze üretiminde büyük öneme sahiptir. Fransa'da 1999 yılında Tarım Bakanlığı çiftçilerin organik üretime geçmeleri için 16 milyar ABD doları kaynak sağlamıştır. Fransa, Avrupa' da bebek mamalarının en çok tüketildiği ülkedir. Organik gıda işleyen firmalar, hammaddelerini doğrudan üreticilerden almaktadırlar. Bunlar ithal ürünlerin en önemli alıcısı konumundadır (<http://www.vethekimder.org.tr>, 27.07.2013).

Avrupa'daki ülkelerde organik tarım oldukça hızlı bir gelişim göstermiştir. Bunun nedeni, Avrupa lkelerinde, özellikle organik ürün üreticilerine sağlanan maddi destekler ve kolaylıkların fazla olmasıdır. Üreticilere sağlanan maddi avantajlar, üretici ve tüketicilere yeterli bilgi akışı, ürün çeşitliliği, ulusal semboller, yasal koruma ve planlama faaliyetleri bu destek ve kolaylıklardan bazılarıdır.

2.5. Asya Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri

Asya'da organik yönetim altındaki tarım arazileri geçmiş yıllarda karşılaştırmalı olarak küçük kalmıştır. Asya kıtasında son yıllarda organik tarıma yönelen Çin, en ön plana çıkan ülke konumundadır. Hindistan ve Rusya, Endonezya diğer önemli ülkeler arasındadır. Kıtada toplam 4.1 milyon hektar aktif organik alanı mevcuttur. 130.000 civarında kayıtlı ifti gözükmektedir. Ayrıca 6.4 milyon hektar sertifikalı yabani

alan(Orman, çayır-mera alanları gibi) olup bunun 3 milyon hektar'lık kısmı Çin'e aittir. Kıtada sertifikasyon yetkisine sahip 117 kuruluşun önemli bir kısmı Çin, Hindistan ve Japonya'dır. Japonya organik tarım araştırmalarında en önde gelen ülkedir (Vatansever, 2007, s.238).

2.6. Afrika Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri

Birçok ülkede organik tarım bilinci daha yeni oluşmaya başlamıştır. Sertifikasyon işlemleri de hemen hemen yoktur. Düşük girdiye dayalı tarım nedeniyle organik tarıma geçişin en kolay olacağı kıta olarak görülmektedir. Güney Afrika ülkeleri bu konuda daha önde gitmektedir. Halen 1 milyon hektar civarında alanda aktif organik tarım yapılmaktadır. Bu alana ilaveten 6.8 milyon hektar sertifikalı yabancı alan mevcuttur. Sertifikalı ürünlerin çoğu Avrupa'ya ihraç edilmektedir. Sadece Kuzey ülkelerinden Tunus'a yerleşik bir sertifikasyon ve yasal düzenleme mevcut olup, bunu Mısır ve Güney Afrika takip etmektedir (Vatansever, 2007, s. 238-239).

Son yıllarda Uganda, Tanzanya, Etyopya, Kenya ve Zambiya'daki sertifikalı ekolojik üretim önemli artış göstermiştir. Kenya'da meyve, sebze ve kahve üretilirken, Uganda'da taze ve kuru meyve, pamuk, susam ve kahve üretimi yapılmakta, ekolojik ürünler büyük ihracat firmaları tarafından pazarlanmakta ve özellikle Avrupa'nın en büyük alıcıları olduğu bildirilmektedir (<http://www.eto.org.tr>, 20.07.2013).

2.7. Avustralya Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri

Dünyadaki toplam organik üretim alanının neredeyse yarısına sahip olan Avustralya'nın 2003 yılı içerisindeki toplam organik ürün satışı ancak 240 milyon dolar olabirmiştir. Bu satış Yeni Zelanda ve Avustralya tarafından gerçekleştirilmiştir. Anılan bu iki ülkenin organik üretimi çoğunlukla ihracat endeksli olmaktadır. Kıtadaki tarımsal arazilerin 11,3 milyon hektarlık kısmında organik üretim 2.170 üretici tarafından yapılmaktadır. Organik alan toplam tarımsal alanın %2,5'ini, organik üreticiler ise toplam üreticilerin %2,45'ini teşkil etmektedir. Avustralya kıtasındaki en geniş organik üretim Avustralya ve Yeni Zelanda'da yapılmaktadır. Avustralya, dünyada en çok organik tarım alanına sahip ülkedir (Başarı ve Çetin, 2006).

Bu kıtanın en önde gelen ülkeleri Avustralya, Yeni Zelanda, Fiji, Papua Yeni Gine ve Tonga'dır. Toplam 21.1 milyon hektar alanda, 2.260 civarında işletmede organik üretim yapılmaktadır. Fakat bu alanın büyük çoğunluğu çayır ve mera alanlarıdır. Bu nedenle aktif organik tarımsal üretim alanı Avrupa'daki gibi değildir. En önemli ürünler; sebze ve meyveler, tahıllar, et ve süt ürünleri ile yündür. Yeni Zelanda'da en öne çıkan iki ürün kivi ve elmadır. Avustralya organik üretiminin büyük kısmını(%70) Avrupa pazarına (İngiltere, Hollanda, İsviçre, Almanya, Hollanda) satmaktadır. Hem Avustralya hem de Yeni Zelanda'da organik üretim için devlet destekleri yapılmamaktadır. Avustralya'da 1992, Yeni Zelanda'da 2003 yılından bu yana organik tarım standartları ile ilgili yasal düzenlemeler mevcuttur. Fakat bunlar daha çok ihracat yapabilmek için oluşturulmuş iç pazara yönelik olmayan düzenlemelerdir (Vatansever, 2007, s.239).

2.8. Amerika Kıtası Organik Tarım Faaliyetleri

Dünya organik ürün satışlarında ilk sırada yer alan ABD'de 2010 yılı satışları yaklaşık 27 milyar ABD doları olduğu vurgulanmaktadır. Bu satışlar içinde organik meyve ve sebze satışları önemli yer tutmaktadır. ABD'de toplam gıda ve içecek satışlarının %4'ünü organik ürünler oluşturmaktadır. Bu satışların yaklaşık %54'ü ise piyasada baskın perakendeciler tarafından gerçekleştirilmektedir (Anonim, 2011, Pezikoğlu (ETO), 2012, s. 233).

Latin Amerika'da birçok ülke 100.000 hektarlık organik alana sahip olup, bu alanlar her yıl çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Toplam 6.4 milyon hektar ekilen organik alana ilave olarak 6 milyon hektar civarında da sertifikalı orman ve ekim yapılmayan alan mevcuttur. Kıtanın en önde gelen ülkeleri Meksika, Brezilya, Uruguay, Kosta Rika ve Arjantin'dir. Organik çayır ve mera alanlarının büyük çoğunluğunun bulunduğu Brezilya hariç hiçbir ülkede organik tarım için devlet desteklemeleri mevcut değildir. Ülkelerin çoğunda Avrupa ülkeleri ile organik tarım araştırma ve geliştirme işbirlikleri başlatılmıştır. Kahve, muz, kamış şekeri, tahıllar ve et bu kıtanın özellikle Avrupa'ya ihraç ettiği temel ürünlerdir.

Kuzey Amerika'da yaklaşık 1.4 milyon hektar alanda organik tarım yapılmaktadır. En hızlı gelişen kıtalardan birisidir. Burada ABD ve Kanada en önemli üretim yeri ve pazardır. ABD'de yasal düzenlemeler yapılmış fakat Kanada'da henüz

yasal düzenleme mevcut değildir. 2005 yılı için organik gıda ve içecek satışları yaklaşık 15 milyar USD'ye ulaşmıştır. Amerika'da NOP oluşturulmasından sonra standartlar ve organik tarımda önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Amerika Tarım Bakanlığı her yıl çok sayıda müracaat almaktadır (Vatansever, 2007, s.239-240).

2.9. Dünya'da Organik Tarımın Ekonomik Boyutu

Dünya ülkelerinde organik ürün üretim potansiyeli incelendiğinde, organik tarım yoluyla üretimin 130'un üzerinde ülkede 24,1 milyon hektar alanda yapıldığı görülmektedir. Avustralya 10 milyon hektarla en fazla üretim alanına sahip ülke konumundadır. Bunu 2,3 milyon hektarla Arjantin ve 1,2 milyon hektarla da İtalya izlemektedir. AB ülkelerinde ise 5,6 milyon hektar alan organik tarıma ayrılmıştır. Bu değer tarım alanlarının %3,5'ini tarım işletmelerinin de %2,5'ini oluşturmaktadır (Aksoy & Diğ., 2005). Gelişmiş ülkeler üretim alanlarının %25'ini organik tarıma ayırmayı planlamaktadırlar (Kısagüner, 2003).

Dünya organik ürün ticaret hacminin 2009 verilerine göre yaklaşık 54,9 milyar ABD doları olduğu belirtilmektedir. 2007 yılı verilerine göre gelirin % 54'ü Avrupa'da, % 43'ü Kuzey Amerika'da ve % 3'ü ise diğer kıtalarda elde edilmektedir. Avrupa Birliği'nde aynı yıl verilerine göre organik gıdada yıllık 16,2 milyar Avro ticarete konu olmaktadır. En yüksek pay Almanya'da (5 milyar 300 milyon Euro) olup bu ülkeyi İngiltere (2 milyar 550 milyon Euro), Fransa (1 milyar 900 milyon Euro), İtalya (1 milyar 870 milyon Euro) ve İsviçre (789 milyon Euro) izlemektedir. Avrupa Birliği'nde toplam pazarının % 6'sı organik ürünlerden oluşan Danimarka lider ülke konumundadır. Bu ülkeyi Avusturya % 5,3, İsviçre % 4,6, Lüksemburg % 3,3 ve Almanya % 3,12'lik paylarla takip etmektedir. Avrupa'da kişi başına yıllık en yüksek organik ürün tüketimi 106 Avro ile Danimarka'da gerçekleşmiş, bunu İsviçre 105 Euro, Avusturya 89 Euro, Lüksemburg ve Liechtenstein 86 Euro ile takip etmiştir. Pazar büyüklüğü olarak güçlü konumdaki ülkelerden Almanya'da organik ürünlere kişi başına yıllık 64 Euro harcanırken, İngiltere'de 42, İtalya'da 32 Euro harcanmıştır. 2009 verilerine göre ABD'de 2008 yılı organik ürün ticaret hacmi 22 milyar 929 milyon dolar seviyesine yükselmiş ve organik ürünlerin toplam pazardaki payı % 3,5 olarak belirlenmiştir. Bu değer ile ABD dünyada en büyük organik ürün ticaretine sahip ülke konumuna gelmiştir (ETO, 2012, s. 15, <http://www.eto.org.tr>).

Tablo 2.1. Kıtalara Göre Organik Çiftlik Sayısı(2005)

Kıta	Organik Alan(Hektar)	Organik Çiftlik(Adet)
Afrika	890.504	124.805
Asya	2.893.572	129.927
Avrupa	6.920.462	187.697
Latin Amerika	5.809.320	176.710
Kuzey Amerika	2.199.225	12.063
Avustralya	11.845.100	2.689
Toplam	30.558.183	633.891

Tablo 2.1'e göre, 2005 sonu itibariyle dünyada toplam 30.558.183 hektar organik alanda 633.891 adet organik çiftlik faaliyet göstermektedir. 187.697 adet çiftlikle Avrupa en fazla organik çiftliğe sahip kıta sayılırken, organik çiftlik sayısı bakımından 2.689 adet çiftlikle Avustralya en az organik çiftliği bulunan kıta durumundadır. Avrupa kıtasını sırasıyla Latin Amerika, Asya ve Kuzey Amerika izlemektedir.

Üretim alanı ile birlikte, üretim miktarı da gittikçe artış gösteren organik ürünlerin dünya ticaretindeki payı 25-30 milyar ABD doları civarında olduğu belirtilmektedir. Tablo 2.2'de kıtaların dünya organik üretim ticaretindeki payı görülmektedir.

Tablo 2.2. Önemli Organik Üreticisi Ülkelerin Dünya Organik Tarım Ticaretindeki Payı

Kıtalar ve Ülkeler	Organik Ürün Pazarı(Milyar Dolar)
Batı Avrupa	10,5
Almanya	3,1
İngiltere	1,5
İtalya	1,3
Fransa	1,3
İsveç	0,8
Kuzey Amerika	11,8
ABD	11,0
Kanada	0,8
Güney Amerika	0,1
Brezilya	
Arjantin	
Asya	2,5
Japonya	2,5
Çin	-
Tayvan	-

Kaynak: Aksoy & Diğ., 2005, Yanmaz, 2006, s.10)

Tablo 2.2'ye göre en yüksek organik pazar payına 11,8 milyar dolar ile Kuzey Amerika sahiptir. Batı Avrupa 10,5 milyar dolar ile ikinci en büyük pazar payına sahip kıta olarak görülmektedir. Onu 2,5 milyar dolar ile Güney Amerika takip etmektedir. Yukarıdaki çizelgenin incelenmesi neticesinde Avrupa ülkeleri ve ABD'nin önemli pazarlara sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında Asya kıtasında Japonya'nın da gelecekte önemli bir pazar payına sahip olacağı dikkat çekmektedir.

ABD, Avrupa ve dünyanın diğer gelişmiş ülkelerinde pazar payı oldukça küçük olmakla birlikte, organik ürünlere olan talep oldukça hızlı bir şekilde artmaktadır. Pazardaki hızlı talep artışını sadece tüketicinin daha iyi bir çevre, sağlık ve gıda kalitesi konusundaki istekleri ile değil aynı zamanda perakendeci grupların organik ürünlerin tanıtım ve pazarlanması konularında yaptıkları yoğun geliştirme çalışmaları da önem teşkil etmektedir (Rehber, 2011, s.147). İşleyici ve sanayiciler tarafından yürütülen ürün geliştirme ve paketleme vb. alanlarındaki yenilik çalışmaları da toplam talebi yukarı çeken faktörler arasındadır. Organik ürünlerin üretim ve tüketimini yaygınlaştırma konusundaki kamu politikaları ve destekleri de bu artış eğilimine önemli katkı sağlamaktadır. Örneğin, AB komisyonu 26 Haziran 2008'de Berlin'deki organik tarım fuarında yeni bir organik tarım kampanyası başlatmıştır. "Organik tarım, çevre için yararlı, senin için de" sloganı kullanılmıştır. Bu kampanyanın amacı tüketicileri organik tarımın anlamı ve yararları konusunda bilgilendirmektir. Kampanya özellikle organik tarım idealini geleceğe taşıyacak olan gençler ve çocukların organik ürünler hakkında daha çok bilinçlenmeleri ve onları tanımaları konularında yoğunlaşmıştır (<http://ec.europa.eu/agriculture>, 27.03.2013).

Organik tarım Avrupa'da da tarımsal üretim içinde en hızlı gelişen sektördür. Özellikle tüketicilerin gıda kalite ve güvencesi ile ilgili algılarının yüksek olması bu konuda en önemli itici güç olmuştur. 2003 yılı verilerine göre perakende satış konusunda Avrupa'da lider ülke Almanya'dır. Bunu İngiltere, İtalya ve Fransa izlemektedir. AB'de dört pazar oluşturan, Fransa, Almanya İtalya ve İngiltere'deki gelişmeler oldukça etkileyicidir. 2005-2008 döneminde Fransa'da yıllık %18,1 artış gerçekleşirken bu değer 2000-2008 döneminde Almanya için %14, İngiltere'de %11,9 olmuştur. Bu dörtlü içinde %8,7 ile en düşük yıllık büyüme hızı İtalya'ya aittir (Rehber, 2011, s.151).

Üretimde ön sıralarda olan Avustralya ve ABD tüketimde de ön sıralardadır ve yıllık %17–20 oranında organik tüketim artmaktadır. Bu ihtiyacın büyük bir kısmı iç üretimden sağlanmaktadır. Genelde gelişmekte olan ülkeler, üretimi artırma ve dış satıma sunma çabası içerisindeyken gelişmiş ülkeler, bir yandan dış alım ve bir yandan da iç üretimleriyle iç pazar talebini karşılama eğilimi içerisinde dirler.

Dünya’da organik ürün talebi gün geçtikçe artmaktadır. Bu artışın orta vadede de devam edeceği tahmin edilmektedir. Bu talebi karşılayacak satışların büyük bir kısmı Kuzey Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinde gerçekleşmektedir. Bu ülkelerin organik gıda pazarındaki payı %97’dir. Ayrıca Avustralya ve Latin Amerika ülkelerinde de organik ürün talebi ve üretimi artmaktadır (Rehber, 2011, s.149). Organik ürün pazarının en büyük ithalatçı ülkeleri ise AB, ABD ve Japonya’dır. Örneğin, İngiltere organik gıda ihtiyacının %70’ini ithal etmektedir (www.egelihracatçılar.com). Bu yönüyle organik tarım ekonomik birikimlere de imkan tanıyarak gelişmekte olan ülkelere sınırlı bir bütçe ile üretim yapabilme ve önemli bir ticari aktör olabilme imkanı da sunmaktadır.

Dünyada organik ürün ticareti de sürekli bir artış göstermektedir. Organik ürün ticaret hacmi 1996-2000 yılları arasında 21.5 milyar dolar iken, 2001 yılında 20.4 milyar dolar, 2005 yılında 36.2 milyar dolar, 2007 yılında 47.0 milyar dolar olmuştur (Rehber, 2011). Günümüzde sadece gelişmiş ülkeler organik ürünlerin temel tüketicileri olarak görülmekte ve ihracata yönelik çalışan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Önümüzdeki süreçte gelişmekte olan ülkelerde de organik ürünlere talebin artacağı tahmin edilmektedir. Birçok ürün kategorisinde talep edilen miktar, arz edilen miktardan daha fazla olduğundan dünyada organik üretim sürekli artmaktadır (Başarır ve Çetin, 2006, s.449).

Üretimde olduğu gibi organik tarım ürünlerinin talep ve tüketimi konusunda da dünya ölçeğinde çok kesin ve güvenilir veriler bulunmamaktadır. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) VE IFOAM gibi kuruluşlar tarafından yapılan bazı tahminler vardır. Son yıllarda organik ürün sektörü sadece hacim olarak değil aynı zamanda ürün çeşidi olarak gelişme göstermektedir. Tüm gıda kategorilerinde organik ürün söz konusu olmaya başlamıştır. Belki de meyve sebze pazarları en oturmuş ürünlerdir. Pazar yapısı da gelişmiş özel doğal gıda zincirleri, özel mağazalar, oldukça geniş ürün yelpazesinin

pazarlanmasına olanak sağlayan elektronik ticaret gibi yapıları içine alacak şekilde değişiklik yaşamaktadır (Rehber, 2011, s.148).

Organik ürün pazarında meydana gelen büyümede, konvansiyonel tarım ürünlerini pazarlayan aktörler de etkin bir rol üstlenmektedir. Konvansiyonel firmaların, diğer ürünler için açtıkları pazarlama kanalı içinde, organik ürünler de kolaylıkla yer edinebilmektedir. Hollandalı tüketicilerin %4'ü ara sıra organik ürün satın almaktadır. En çok tüketilen organik ürünler süt, ekmek, ekmek üzerine sürülen yiyecekler, pirinç, meyve ve sebzelerdir. İngiltere'de gıda tüketiminin %2'si organik gıdalar için ayrılmaktadır. Danimarka'da yine toplam gıda tüketiminin %1-2'si organik ürünlere aittir. Almanya Avrupa Birliği'nin organik ürünler üretim ithalatı açısından en önemli ülkelerinden birini oluşturmaktadır (Gündüz, 1994, Pezikoğlu, 2012, s.234).

Gelişmekte olan ülkelerde organik üretim daha çok ihracat odaklı olup, üretimlerin büyük bölümü AB, ABD ve Japonya gibi büyük pazarlara ihraç edilmektedir. Bu nedenle üretici ile işleyici ve ihracatçı arasında yer alan oldukça basit bir pazarlama zinciri söz konusudur. Birçok Avrupa ülkesinde organik pazarlarda büyük süpermarket zincirlerinin payları % 50'nin üzerindedir. Güney Avrupa'da pazar payı anlamında özel organik satış yerleri ağırlığını korumaktadır. Ancak bu konuda yapılan tahminler, durumun gelecekte değişeceği ve büyük süpermarket zincirlerinin piyasada artacağı yönündedir. Nitekim Almanya'da ve Fransa'da geleneksel süpermarketler pazarın yarısına egemen olmuşlardır. Avrupa'da organik pazar yapısını inceleyen bir çalışmaya göre, organik pazarların başlangıcında nokta pazarlar olarak üretici ve az sayıdaki satıcıdan tüketiciye ulaşan bir zincir söz konusudur. İkinci aşamada büyük perakendecilerin pazara egemen olmalarından önce doğrudan satışların yanında özel organik ürün mağazaları önem kazanmıştır (Rehber, 2011, s.163).

Pazarlama kanalları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Almanya'da direkt satış yanında öteden beri özel mağazalar önde gelirken, organik pazarların gelişmeye başlamasının ilk aşamalarından beri, İsviçre, İskandinav ülkeleri ve İngiltere'de süpermarketler önde gelen perakendeci durumundadır (CBI, 2004).

Pazarlamada önemli konulardan birisi de üreticiden tüketiciye uzanan zincir içinde tüketicinin ödediği fiyattan pazarda yer alan aktörlerin paylarının ne olduğudur. Bu payların dağılımı pazarlama sistemi ile yakından ilgilidir (Rehber, 2003, Rehber, 2011, s.165). Pazar marjı olarak da tanımlanan bu değerlerin yorumlanmasında bazen

yanlış yapılabilmektedir. Pazar marjının yüksek olmasının tüketicinin yüksek fiyat öderken üreticinin eline çok düşük bir fiyat geçtiği, bu durumda pazarın üretici açısından etkin çalışmadığı şeklinde yorumlar yapılmaktadır.

Dünyada en önemli organik ürün dış alımcısı konumunda olan AB'ye organik ürün ihraç edebilecek ülkeler listesinde Türkiye, İsrail, Avustralya, Macaristan, İsviçre ve Arjantin avantajlı ülkeler olarak görölmektedirler. Dünya ticaretine konu olan organik ürün sayısı oldukça fazla olup genelde; bitkisel, hayvansal ürünler ile çeşitli işlenmiş gıdalar ve içeceklerden oluşmaktadır. Bunlardan işlenmiş gıda ürünlerine yönelik ticaret hacmi giderek genişlemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM VE HAYVANCILIK

3.1. Türkiye'de Organik Tarım

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra küreselleşen pazar ekonomisi içerisinde geliştirilen tarımsal üretim teknikleri ve uygulamaları sonucunda, yeni teknoloji ve bilimsel yeniliklere dayalı olarak hızlı bir sanayileşme yaşanmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki bireyler, geleneksel tarım üretimi yöntemleri sonucu ortaya çıkan tahribatı engellemek ve tarım üretim sistemini sürdürülebilir hale getirmek için geliştirilen ve uygulanan organik tarım tekniklerini tercih etmeye başlamışlardır. Bu şekilde ortaya çıkan yaklaşım özellikle bir tarım ülkesi olan Türkiye'nin organik tarım faaliyetlerinde bir gelişim göstermesini sağlamıştır.

Tüm gelişmiş ülkelerde organik tarım, sağlıklı gıda üretmek ve çevrenin doğal yapısını bozmadan bir gelişim göstererek, Türkiye'de yukardan aşağı doğru yabancı ithalatçı şirketlerinin tanıtımı ve üreticiyi özendirilmesi ile ivme kazanmıştır (Demiryürek, 2004). Türkiye'de organik tarımın başlangıcı ilk olarak üreticilerle Avrupalı ithalatçılar arasında yapılan sözleşmelere dayalı olarak 1984-1985 döneminde başlamıştır. Organik tarım geleneksel ihraç ürünleri olan kuru üzüm ve incirle başlamış 1990 yılına kadar tarımı yapılan ürünlerin sayısı ancak sekiz olmuştur.

Türkiye organik tarım piyasasında ilk yer alan oyuncular, sözleşmeli üreticiler ile sınırlı sayıda Avrupalı alıcılar, bunların yerel temsilcileri olmuştur. Bu yapı, 2000 yılında yurtiçi bir pazar yaratma girişimlerine kadar değişmemiştir. Bu tarihten sonra, farklı iletişim yolları ile kamuoyunun organik ürünlere bakış açısı daha belirgin hale gelmiştir. Organik tarım konusundaki ilk ciddi pazar yaratma girişiminin 1998-2000 yıllarında bir sivil toplum örgütü tarafından organik ürün satan mağazalar açılması ile gerçekleşmiştir (IFOAM, 2007).

Organik tarım sektörü öncelikle ihracat talepleriyle gelişmeye başlamıştır. Bugün gelinen noktada Türk organik tarımı, standartları genellikle uluslararası standartlara uyumlu, üreticilere kar sağlamanın yanında tüketicilere de güvenilir gıdalar sunan bir yapı haline gelmiştir. Organik tarım sektörü, daha çok dış pazara yönelik üretim yapan, çevrenin korunmasına özen gösteren ve henüz gelişmekte olan bir tarım sektörü olarak görülmektedir. Organik tarım sisteminin, tüm dünyada sürekli değişen ve gelişen tarım

sektörünün bir parçası olarak, yükselen bir gelişim seyrine sahip olduğu ifade edilmektedir.

Türkiye’de organik tarımın gelişmesi Avrupa ülkelerinin tersine üreticiler tarafından tabandan değil alıcılar ile birlikte tepeden aşağı doğru gelişme göstermiştir. Türkiye’de 1980’li yılların başında başlayan organik tarım çalışmaları, ülkedeki ithalatçı firmaların üretim yapmak için ortaya koyduğu projelerle başlamış, daha sonra ihracatçı firmaların ithalatçı firmalardan bağımsız hareket edip kendi pazarlarını oluşturmasıyla devam etmiştir.

Organik tarımın ilk yıllarında Avrupa kökenli bazı firmalar kendi ihtiyaçları olan ürünleri anlaşmalı çiftçilerle yetiştirmek ve elde edilen ürünleri Türk ihracatçıları vasıtasıyla kendi ülkelerine ithal edebilmek için Türkiye’de organik üretim projeleri ortaya koymuşlardır. İlk yıllardaki bu ekolojik üretim faaliyetlerinin danışmanlık, teftiş ve sertifikasyon gibi vazgeçilmez esasları tamamıyla yabancı kişi ve kuruluşlarca yerine getirilmiştir.

Türkiye’de birçok bölgede tarımsal üretim organik şartlarda yapılmasına rağmen, kontrol ve sertifikasyon sistemine dahil olmadığından organik ürün olarak pazarlaması yapılamamaktadır. Türkiye, çok farklı organik koşulların varlığı, biyolojik zenginliği, bu farklılığa adapte olmuş geniş ürün yelpazesi, toprak ve su gibi doğal kaynaklarının henüz kirlenmemiş olması dolayısıyla organik tarım açısından çok avantajlı bir konuma sahiptir. Türkiye organik tarımsal üretimin temelinde, yetiştirilen bitkilerin yanında doğada kendiliğinden yetişen kuşburnu, böğürtlen, ahududu, kekik gibi ürünlerin toplanması ve organik olarak değerlendirilmesi bakımından da büyük potansiyele sahiptir (Vatansever, 2007).

Türkiye’de organik ürünler ilk yıllarda tamamen hammadde halinde ihraç edilirken günümüzde bu hammaddenin işlenmesiyle birlikte ihraç edilen ürünlerin miktarında da giderek bir artış yaşanmıştır. Bu kapsamda pamuk ilk önce hammadde olarak ihraç edilirken iplik ve daha sonra da tekstil ürünleri olarak ihraç edilmeye başlanmıştır. Aynı şekilde kuru ve kurutulmuş ürünler işlenip tüketici ambalajı boyutlarında ihraç edilebilmektedir. Belirli bir işleme aşamasından geçirilen ürünler arasında salça, meyve konsantresi, gülsuyu ve gülyağı da bulunmaktadır. İç pazarın gelişimine yönelik çabalar ürün çeşitlendirilmesi çalışmaları kapsamında işleme sürecini de gerektirmektedir (Çetin, 2005).

Organik tarımın ilk yıllarında geleneksel ihraç ürünleri olan kuru üzüm ve incirle başlayan organik ürün sayısı daha sonraki yıllarda hızla artış göstererek bunlar arasında fındık ve kayısı, daha sonraki yıllarda da hububat, yağlı tohumlar, yaş meyve, sebze ve bazı hayvansal ürünler ilave edilmiştir. Türkiye’de üretilen bitkisel organik ürünlerin üretim miktarları Tablo 3.1’de gösterilmektedir. 2010 yılı verileri dikkate alındığında bitkisel organik ürünler arasında birinci sırayı 25.665 ton ile üzüm alırken bunu 23.984 ton ile buğday 18.042 ton ile de pamuk izlemektedir (Tablo 3.1).

Tablo 3.1. Türkiye’de Üretilen Organik Ürünler (Ton)

Ürünler	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2010
Pamuk	19511	21793	34877	30268	10032	63960	55534	68310	18042
Elma	45040	69187	71928	52670	49915	28393	50810	32134	17263
Buğday	31139	19752	21379	31194	13756	26515	43915	48681	23984
Domates	90472	82809	26493	22897	25125	15512	21437	19909	12183
Üzüm	12894	10469	9505	13988	14485	16687	15510	22012	25665
Zeytin	7343	10744	6456	10997	10531	13109	12096	21574	18151
Mercimek	5862	17012	11781	9135	6093	19050	10071	10228	8334
Fındık	6965	7667	5994	4821	3670	6402	8355	11143	7935
Kayısı	13634	5940	13278	9019	9628	6491	7767	14925	13564
Çilek	3353	3293	3497	4098	4604	4571	7234	9008	3395
İncir	8293	9473	8112	15793	6821	7563	5938	7891	9644
Vişne	3769	6580	5994	4020	1874	2939	5733	4661	3935
Biber	3202	3355	3309	2643	2565	4399	4629	4022	2641
Nohut	3691	7667	5662	4085	4660	4867	2901	4140	5644
Kiraz	1375	1335	1830	1348	1088	1632	2239	2674	1277
Soğan	2680	388	1020	1412	430	1320	996	4220	3899
Antepfıstığı	-	2005	4789	6827	460	1135	616	859	760

Kaynak: IGEME ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kayıtları

Günümüzde yaklaşık 92 değişik ürün çeşidinde, 46.523 bin hektarlık arazi üzerinde 12.275 kadar üretici 168.306 ton organik üretim yapmaktadır. Gümrük

mevzuatındaki bazı problemler nedeniyle ekolojik tarım sektörünün dış satım yoluyla ekonomiye katkısı net olarak bilinmemekle birlikte yıllık 150 milyon dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir (www.gidacilar.net, 07.04.2013).

3.2. Türkiye’de Organik Hayvancılık

Organik tarım, AB ülkeleri ve ABD gibi gelişmiş ülkelerde tarım sektörü içerisinde en hızlı (% 10-40) gelişme gösteren sektörler arasında yer almaktadır. Dünyada organik ürün ticaret hacmi günümüzde 25 milyar doları aşarken yakın bir gelecekte 100 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde ekolojik tarımın gelişmesi için ekolojik ürünlerin üretimi ve tüketimi önemli düzeyde desteklenmektedir. Dünyada ekolojik tarımda bitkisel üretim yanında hayvansal üretimde de önemli gelişmeler sağlanmış, süt ve süt ürünleri, et, yumurta ve bal gibi ürünler ekolojik olarak da üretilmeye ve tüketilmeye başlanmıştır (Ak, 2007).

Türkiye’de organik tarım ihracata dayalı olarak gelişim göstermiştir. Fakat hayvansal ürünlerden sadece arıcılık ürünlerinin ihracat şansı bulunmaktadır. Arı ürünleri dışındaki organik hayvansal ürünlerin ihracat şansı çok düşüktür. İç pazarda ise tüketici bilinci ve alım gücü yetersizdir. İç pazardaki talep yetersizliği nedeniyle bal dışındaki ekolojik hayvansal ürünlerin üretimi ve tüketimi çok düşük düzeydedir. Bu nedenle ülkemizde organik hayvancılığın gelişebilmesi için mutlaka desteklenmesi gerekmektedir.

Türkiye hayvan sayısı bakımından büyük bir potansiyele sahip bulunmakla birlikte, tavukçuluğun tamamına yakını, süt sığırcılığının ise bir bölümü hariç diğer hayvancılık dallarında üretim daha çok ilkel koşullarda yapılmaktadır. Birçok hayvancılık dalında girdi kullanımı oldukça düşük olduğu için birim hayvan başına verim ve yetiştiricinin gelir düzeyi de düşüktür. Koyun ve keçi gibi hayvan türlerinin yetiştiriciliği daha çok meraya dayalı olarak yürütülmekte ve çoğu bölgelerde hayvanların yem gereksinimlerinin yüzde 80-90’ı çayır, mera ve yayla gibi doğal otlatma alanlarından karşılanmaktadır. Yetiştiricilik genellikle hastalıklara karşı dayanıklı, düşük verimli yerli ırklarla yürütülmektedir (Ak ve Kantar, 2007).

Başta Doğu Anadolu Bölgesi olmak üzere yoğun tarım ve sanayi nedeniyle kirlenmemiş bölgeler organik hayvancılık açısından büyük önem taşımaktadır. Fakat Türkiye’deki bazı hayvan hastalıkları nedeniyle hayvansal ürünlerin ihracatında

sorunlar bulunması, iç piyasada ise tüketicinin alım gücü ve tüketici bilincinin düşük olmasına bağlı talep yetersizliği organik hayvancılığın gelişimini olumsuz etkilemektedir. Ancak, sadece ihracat açısından değil, çevre ve ekolojinin korunması ve Türkiye’de yaşayan insanların daha sağlıklı hayvansal gıdalarla beslenebilmeleri için organik hayvancılık konusundaki araştırma ve üretim çalışmalarının desteklenmesi ve artırılması gerekmektedir.

Günümüzde Türkiye’de organik hayvancılık yapan işletme sayısı yok denecek kadar azdır. Bununla birlikte son yıllarda Doğan Holding tarafından Kelkit Havzasında başlatılan organik süt sığırcılığı projesi Türkiye’de organik hayvancılık konusunda yürütülen en büyük ulusal projedir. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği ise organik tarım turizmi konusunda organik tarım yapan çiftliklerle birlikte örnek bir proje yürütmektedir.

Türkiye’de organik hayvansal üretim yapan sertifika almış çiftçi sayısı, yetiştirilen hayvan türleri ve hayvan sayıları Tablo 3. 2’de gösterilmektedir. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2012 yılı verilerine göre Türkiye’de organik ve geçiş sürecinde toplam 56.204 adet büyükbaş hayvan, 33.985 adet küçükbaş hayvan, 281.132 adet kanatlı hayvan bulunmaktadır. Üretici sayılarında yıllar itibariyle büyük artışlar yaşanmaktadır. Küçükbaş ve kanatlı hayvan sayısında üretici sayısı ile orantılı bir şekilde artış gerçekleşirken büyükbaş hayvancılıkta 2011 yılında bir önceki yıla göre bir düşüş yaşanmıştır. 2011 yılındaki bu azalış 2012 yılında yerini yükselişe bırakmıştır.

Tablo 3.2. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecinde Yer Alan Hayvancılık Göstergeleri

Yıllar	Üretici Sayısı	Büyük Baş (Baş)	Küçük Baş (adet)	Kanatlı Sayısı (adet)
2005	6	1953	10.066	890
2006	12	2400	11.002	5.894
2007	27	4497	16.711	22.247
2008	37	4578	12.180	22.428
2009	150	7207	16.374	111.760
2010	174	37.432	21.454	342.329
2011	225	12.162	33.818	431.754
2012	1.587	56.204	33.985	281.132

Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları,2012

Tablo 3.3’de görüldüğü gibi Türkiye’de önemli miktarda organik bal üretilmekle ve ihraç edilmekle birlikte, yıldan yıla üretici sayısında büyük bir artış yaşanmaktadır.

Üretici sayısında 2006 yılından 2012 yılına kadar büyük bir artış gerçekleşmiştir. Üretici sayısına paralel olarak arılı kovan sayısında da özellikle 2011 yılında büyük bir artış yaşanmıştır. Fakat arılı kovandaki bu artış üretim miktarına olumlu bir şekilde yansımamıştır. Bu olumsuz durumun yaşanmasında kovan sayısındaki artışa ilaveten mevsimsel dalgalanmalar etkili olmuştur.

Tablo 3.3. Yıllar İtibariyle Organik ve Geçiş Sürecindeki Arıcılık Göstergeleri

Yıllar	Üretici Sayısı	Arılı Kovan Sayısı(Adet)	Üretim Miktarı(Ton)
2006	188	33.278	640.32
2007	241	31.183	497.38
2008	281	27.380	181.21
2009	465	25.531	206.50
2010	403	27.607	208.14
2011	754	72.659	221.31
2012	750	92.142	517.00

Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları, 2012

3.3. Organik Tarımın Ekonomik Boyutu

Organik tarımın ekonomik boyutunu ele alırken, iç pazarın yapısı ve geliştirme imkanları, organik ürün ihracatı ve ithalatı, organik tarımın üretim, tüketim ve yatırım boyutu, organik tarımda sözleşmeli üretim, organik tarımın istihdamdaki payı, organik ürünlerin fiyatlandırılması ve pazarlanması analiz edilmeye çalışılacaktır.

3.3.1. Türkiye’de Organik Ürün İç Pazarının Yapısı ve Geliştirme İmkânları

Ülkemizde büyük bir potansiyele sahip olan organik tarımın daha fazla gelişmesi ve yaygınlaşması için iç piyasanın göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Başlangıçta dış talebe yönelik olarak yapılan organik üretimin zaman içerisinde önemli aşama kaydettiği bilinmektedir. Ancak ülkemizde organik ürünlere yönelik kayda değer bir iç piyasa mekanizması bulunmamaktadır. Bu olumsuzlukların nedenleri araştırıldığında; gelir düzeyi, eksik ya da yanlış bilgi, aşırı pahalı ürün fiyatları, tüketici bilinçsizliği, pazarlama alt yapısındaki eksiklikler gibi olumsuzluklar karşımıza çıkmaktadır. Bu ise, organik ürünlerin tüketiminin geniş kitlelere ulaşmasını engellemektedir. Oysa organik ürün ihracatımızda rakip olarak nitelendirilebilecek ülkelerde, örneğin; Arjantin’de organik üretimin yaklaşık % 15’i, İtalya’da yaklaşık %57’si iç pazarda tüketilmektedir (Ayla, 2011, s.73).

İhracatta karşılaşılan sorunlar ve rakip ülkelerin bazı dönemlerde avantajlı konuma gelmeleri ve ülkemizde organik ürünlere yönelik potansiyel talep iç pazarın gelişimi için başlıca nedenler olarak sıralanabilmektedir. Ancak, bugüne kadar istenilen seviyede bir iç pazarın oluşmamasında talep eksikliğinin rolü daha fazla olmaktadır.

İç pazardaki mevcut potansiyelin değerlendirilebilmesi için tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları mutlak öneme sahiptir. Çünkü yapılan araştırmalar sonucunda, gelir düzeyi yüksek ve orta yaş grubu tüketicilerin talep yaratmada önemli bir potansiyel olduğu vurgulanmaktadır.

Organik üretimin iç piyasada değerlendirilebilmesi için satış aşamasında en önemli rolü süper-hiper marketlerin oynayacağı tahmin edilmektedir. Ancak, söz konusu marketlerin organik ürünler için ayrı bir stant tahsis etmesi konusunda maddi bakımdan sorunlar bulunduğu bilinmektedir.

Sebze meyve pazarları da organik ürün satışının yapılabileceği önemli yerler arasında görülmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, ülkemizdeki tüketicilerin yaklaşık %80'inin meyve ve sebze alışverişlerini pazarlardan yaptıkları görülmektedir. Yine yapılan araştırmalarda, tüketicilerin %55'i organik ürünleri satın almak istedikleri yer olarak sebze ve meyve pazarlarını tercih edeceklerini bildirmişlerdir.

Organik ürünlerin iç piyasada satılabileceği bir diğer satış yeri ise organik ürün satış dükkanlarıdır. Ülkemizde büyük şehirlerde tüketicilerin organik ürünleri temin edebilecekleri bu tür satış yerleri az sayıda mevcuttur. Halbuki AB ülkelerinde tüketicilerin önemli bir kısmı organik ürünleri satın alırken bu tür dükkanları temin etmektedir. Örneğin; İtalya'da tüketicilerin %39'u, Almanya'da %38'i, Fransa'da %28'i organik ürün alışverişlerini organik ürün dükkânlarından almaktadır. Genellikle bu işyerleri ile yapılan ikili görüşmelerde; işyeri sahipleri kiraların yüksek olmasından, ürün çeşitliliğinin azlığından ve tanıtım kampanyaları eksikliğinden dolayı yeterli satış yapamadıklarından, ürünlerin raf ömrünün konvansiyonel ürünlere göre daha kısa olduğu için daha fazla risk aldıklarından yakınmaktadır (Kaya 2003, s.12).

Sonuçta; iç piyasada da istikrarlı, yaygın ve işlevsel bir pazarın geliştirilebilmesi için, ülke genelinde organik üretim ile ilgili kurum ve kuruluşların bir araya gelerek yukarıda da belirtilen eksikliklerin çözüme kavuşturulması yönünde çalışmalar yapılması gerekmektedir (Kaya, 2003, s.12-14).

3.3.2. Türkiye'nin Organik Ürün Dış Ticareti

Dünyada ticareti 1970'li yıllarda başlamış olan organik tarım ve bu alandaki gelişmelere paralel olarak, Avrupa orjinli firmalar Türkiye'deki firmalardan organik ürün talebinde bulunmuş ve böylece 1984-1985 yıllarında Türkiye'de sözleşmeli yetiştiricilik sistemi ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi, konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabalarının yoğunluk kazanması sonucu bağımsız projelerle gerçekleştirilen üretim şekliyle de desteklenmeye başlanmıştır. Başlangıçta Avrupa kökenli bazı firmalar kendi ihtiyaçları olan ürünleri anlaşmalı çiftçilerle yetiştirmek ve elde edilen ürünleri Türk ihracatçıları vasıtasıyla kendi ülkelerine ithal edebilmek için Türkiye'de organik üretim projeleri tesis etmişlerdir (Marangoz, 2008).

3.3.2.1. Türkiye'de Organik Ürün İhracatı

Türkiye üretilen ürünler bazında değerlendirme yapıldığında bu ürünlerin birçoğunu ihraç etmektedir. Türkiye'de organik tarımsal üretimin başlatılması dış ülke taleplerine dayanmakta ve sipariş usulü üretim ağırlık taşımaktadır (Kırmacı, 2003). 1985-86 yıllarında kuru incir, kuru kaysı, kuru incir ihracata konu olan organik tarım ürünleri iken, 2000 yılında sektör ve ürün yelpazesi genişlemiştir.

Organik ürün ihracatında günümüzde, fındık ve fındık ürünleri, kuru üzüm, kayısı ve ürünleri, incir ve incir ürünleri, mercimek ve çeşitleri ile pamuk ve tekstil ürünleri, başlıca ihraç edilen ürünler arasında yer almaktadır. Tablo 3.4'te görüldüğü gibi ihraç edilen ürünler arasında birinci sırayı 1091,1 ile kuru üzüm alırken bunu 674,9'la fındık ve fındık ürünleri ve 424,0 ile de mercimek izlemektedir. Elde edilen bedel açısından ise ilk sırayı 4.881,191 ile fındık ve fındık ürünleri alırken bunu 3.761,657 ile kuru üzüm ve 1.827,899 ile kayısı ve kayısı ürünleri izlemektedir. Üretim rakamları içinde kayısı %5,0 pay alırken, ihracat rakamları içinde yıllara göre değişmekle birlikte %10,0-13,0 arasında pay almaktadır. Aynı şekilde fındık üretimi toplam organik üretim içinde %1,7 paya sahip olmasına rağmen, ihracatta %5,0-11,0 arasında paya sahiptir. Yıllara göre değişmekle birlikte Türkiye'nin organik ürün ihracatı 15 ile 36 milyon \$ civarındadır. Resmi rakamlara göre organik ihracatımız giderek azalmaktadır (ETO, 2012, s.234).

Tablo 3.4. 2012 Yılında En Çok İhracatı Yapılan Ürünler

Ürün	Miktar (Ton)	Tutar (\$)	% (Ton)	% (\$)
Fındık ve Fındık Ürünleri	674,9	4.881.191	20	31
Kuru Üzüm	1091,1	3.761.657	32	24
Kayısı ve Kayısı Ürünleri	278,4	1.827.899	8	12
İncir ve İncir Ürünleri	360,6	1.799.613	11	12
Mercimek ve Çeşitleri	424,0	691.938	13	4
Pamuk Ürünleri ve Tekstil Ürünleri	6,0	421.165	0	3
Toplam	2.835	13.383.464	84	86
Diğer ürünler	536,0	2.145.923	16	14
GENEL TOPLAM	3.371	15.529.387	100	100

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri kayıtları, 2012.

İhracat yapılan ülke sayısı yaklaşık 13 civarında olup, Avrupa Birliği ülkeleri, özellikle Almanya ilk sırada yer almaktadır. Almanya, en önemli organik ürün üretici ve ithalatçısı ülke olup, aynı zamanda en önemli gıda pazar potansiyeline sahip ülkelerdendir. Almanya'dan sonra Fransa, Irak, Danimarka ve Belçika, diğer önemli ihraç pazarlarını oluşturmaktadır. Bu pazarlar içerisinde en büyük getiriye Almanya ve Fransa sağlamaktadır (Tablo 3.5).

Tablo 3.5. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (2011)

Ülke	Miktar (Ton)	Tutar (\$)	% (\$)
ALMANYA	1.846.533	9.961.878,98	64,1
FRANSA	611.231	2.164.895,83	13,9
IRAK	270.955	400.913,06	2,5
DANİMARKA	150.500	244.675,85	1,5
BELÇİKA	147.750	938.200	6
İSVİÇRE	119.600	948.100	6,1
BİRLEŞİK KRALLIK	83.000	242.432,44	1,56
İSVEÇ	67.822	387.561,15	2,4
BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	49.140	86.440,64	0,55
POLONYA	21.560	126.000	0,81
BİRLEŞİK DEVLETLER	2.500	13.125	0,08
RUSYA FEDERASYONU	598	15.014,57	0,09
GANA	110	150,00	
Toplam	3.371.298	15.529.387,52	

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri kayıtları, 2011

Yıllara göre organik ürün ihracat değerleri Tablo 3.6'da verilmiştir. 2000 yılından 2009 yılına kadar elde edilen değerler açısından organik ürünler inişli çıkışlı bir seyir izlerken 2010 ile 2011 yılları arasında büyük bir düşüş yaşamıştır. Bu düşüşte aslında, organik ürünlere özgü bir Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) numarası bulunmaması ve bazı organik ürünlerin organik olarak kayda girmeden ihraç edilmesi nedeniyle, organik ürün ihracatı gerçek ihracat verilerini yansıtmaması etkili olmuştur.

Tablo 3.6. Yıllar İtibariyle Organik Ürün İhracat Değeri

Yıllar	Miktar (kg)	Değer (\$)
2000	13.128.934	22.756.297
2001	17.556.280	27.242.407
2002	19.182.859	30.877.140
2003	21.083.351	36.932.995
2004	16.093.000	33.076.319
2005	9.319.328	26.230.250
2006	10.374.493	28.236.617
2007	9.346.677	29.359.321
2008	8.628.790	27.260.473
2009	7.565.607	27.504.936
2010	3.593.000	15.879.571
2011	3.371.298	15.529.388

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri Kayıtları, 2011.

İlk yıllarda organik ürünlerin tamamen hammadde halinde ihracatı yapılırken, son yıllarda işlenerek ihraç edilen organik ürünlerin miktarı artış göstermektedir. Çünkü, organik ürünlerin işlenerek ve dayanıklılığının artırılarak pazarlanması ülke ekonomisi, ihracatçı ve üretici için daha karlı olmaktadır (Kurt, 2006).

Türkiye gelişmekte olan ülkelerin yaptığı gibi organik ürünlerinin neredeyse hepsini ihraç etmektedir. Gelişmiş ülkeler ise ürünlerini iç pazarda kullanmaktadırlar. Gelişmiş ülkelerin talepleri, ihraç edilecek ürünlerin cinslerini belirlemektedir (Ayla, 2011).

Pek çok ülkede olduğu gibi, Türkiye’de de organik ürün dış ticaret istatistiklerini tutmak üzere oluşturulmuş güvenilir bir sistem geliştirilmemiştir. Bu nedenle, yapılan ihracatın tamamı istatistiklere yansımamaktadır. Gerçekte Türkiye’deki ihracatın daha fazla olduğu düşünülmektedir. Organik tarım ürünleri ihracatının kayda bağlı olmasına karşın firmalar zaman zaman kayıt yaptırmamaktadır. İhracat yapılırken, ürünün organik olup olmadığı bilgisi ihracatçının bilgisine başvurulularak belirlenmektedir. Bu nedenlerle, Türkiye organik ürün ihracat değerlerine ilişkin istatistikler güvenilir bulunmamaktadır. Bu farklılık nedeni ile iç tüketim ile ihracat miktarları kesin olarak ortaya konulamamaktadır. Bu durum pazar ve pazarlama araştırmalarında da sorunlar oluşturabilmektedir (ETO, 2012, s. 234).

Hem üretim ve hem de ihracat değerleri göstermektedir ki, Türkiye’de organik tarım gerekli ilgiyi görmemektedir. Ancak bir gerçektir ki, gıda güvenirliliği ve sağlıklı bir ülke ve dünya geleceği için organik tarımın önemi büyüktür. Bu nedenle alınacak tedbirler ve uygulanacak politikalarla bu durumun iyileştirilmesi ve sürdürülebilir bir tarım politikasının ülke tarım hayatına adapte edilmesi gereklidir.

3.3.2.2. Türkiye’de Organik Ürün İthalatı

Türkiye’de organik ürün ithalatı giderek artış göstermektedir. Organik tarım ürünü ithalatı birçok ürün yelpazesi içerisinde yapılmaktadır. Çeşitli reçel, marmelat, ayçiçeği yağı, balmumu, çikolata, kahve, soya unu ve zencefilli kurabiye, ceviz, pamuk, nohut olmak üzere 2010 yılında 14 ülkeden organik ürün ithal edilmiştir. İthalatı ülkeler açısından değerlendirdiğimizde en büyük pay İsveç’e aitken bunu Rusya ve ABD izlemektedir (Tablo 3.7). Genel olarak işlenmiş ürünlerin üretildiği yeri Avrupa ülkeleri iken, hammadde bazında ithal edilen ürünlerin üretildiği yer ise Rusya ve Kırgızistan’dır.

Tablo 3.7. En Çok Organik Ürün İthal Edilen Ülkeler (2010)

Ülke	Miktar	Ürünler
Rusya	25.108.810	Nohut, Kanola, Mercimek, Buğday
İsveç	1.655.451,03	Muhtelif Reçel ve Marmelatlar, Filtre Kahve
Kırgızistan	749.109,50	Ceviz, Pamuk
Kazakistan	500.000	Soya Fasulyesi
Çin	120.000	Soya Küspesi
İran	96.596	Elma Suyu Konsantresi
ABD	33.308,80	B10-one Organik Mikrobiyal Gübre
Hollanda	8.145	Çavdar Unu, Kabak Çekirdeği, Ketan Tohumu, Ayçiçeği Çekirdeği, Yulaf Ezmesi, Kahve ve Çeşitleri
Almanya	7.780,40	Kişiş Ekstresi, Yabani Sarımsak Ekstresi, Chlorella, Arı Sütü, Bal Mumu, Laktoz, Ayçiçeği Yağı
Meksika	7.413,12	Avage Şurubu
İspanya	6.075	Muhtelif Soya Mamulleri
İsviçre	2.929,50	Çikolata
Avusturya	1.000	Laktoz
KKTC	139,2	Muhtelif Reçeller

Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları

3.3.3. Organik Tarımın Üretim Boyutu

Türkiye’de organik tarım belirli bir hızla gelişmektedir. Organik ürünler üretim ve ihracatı sert kabuklu ve kuru meyveler, dondurulmuş meyve ve sebzeler, yaş meyveler ve sebzeler, baharatlar ve bakliyat sektörlerinde yoğunlaşmıştır. Gülsuyu, gülyağı, zeytinyağı, pamuk ve tekstil ürünleri üretim ve ihracatı gerçekleştirilen diğer organik ürünlerdendir. Özellikle süt ve süt ürünleri konusunda yurt içi talep giderek artmaktadır. Organik pamuk üretiminin artmasıyla organik tekstil sektörü giderek önem kazanmış olup, son yıllarda organik ürün yelpazesine organik bebek tekstili, havlu, ev

tekstili ve yatak da eklenmiştir. Organik bebek mamaları, bebek giysileri, oyuncak ve bebek kozmetiklerine olan talep, özellikle 0-12 aylık bebekleri olan anne babaların hassasiyeti nedeniyle yurtdışında olduğu gibi yurt içinde de artmaktadır (İlbaş, 2009).

Türkiye’de organik ürünler sektöründe Tarım ve Köy işleri Bakanlığınca yetkilendirilmiş 5’i yerli ve 8’i yabancı olmak üzere toplam 13 kontrol ve sertifikasyon kuruluşu ve kayıtlı yaklaşık 236 firma (üretici, işleyici, pazarlayıcı vb.) bulunmaktadır. Organik ürünlerin iç pazarı büyük illerimizdeki birkaç müstakil satış yeri ve süpermarketlerdeki bölümler ile sınırlıdır. Ancak, son yıllarda organik hayvancılığa yapılan yatırımlar dikkat çekmektedir. Bugün dünya organik ürünlerin başlıca pazarı AB ülkeleridir. Bunlar arasında Almanya (%37,3), İngiltere (%9,4), Hollanda (%7,7), İsviçre (%7,4), Fransa (%6,8) ve İtalya (%5,4) ön sıralarda yer almaktadır (İlbaş, 2009).

Türkiye’de organik üretim yapan üretici sayısı, üretim miktarı, üretim alanları ve ürün çeşitliliği yıllar içinde artış göstermiştir (Tablo.3.8). 2003 yılında 14.798 olan organik ve geçiş sürecindeki üretici sayısı 2012 yılında da 54.635’e ulaşmıştır. Üretim alanları itibari ile 2003 yılında 113.621 hektar olan üretim alanı, 2012 yılında ise 702.909 olarak gerçekleşmiştir. Alanlar üzerinden bir değerlendirme yapıldığında 2003 yılından 2012 yılına kadar üretim alanlarındaki artış miktarı 6 kattan daha fazla olmuştur. Tablo 3.8’de görüldüğü gibi, özellikle 2006-2008 yılları arasındaki üretim alanlarındaki nispi düşüşün nedeni, doğal toplama alanlarındaki azalıştır. Ancak kültür üretimi yapılan alan miktarında ise artış söz konusudur. Toplam ürün çeşidi 2003 yılında 179 iken 2011’de de 225’e yükselmiştir. 2012’de hafif bir düşüş yaşayarak 204’e gerilemiştir. Genel olarak organik tarım alanlarında ve üretim miktarlarında artış görülmektedir.

Tablo 3.8. Yıllar İtibariyle Organik Tarımsal Üretim Göstergeleri (Geçiş Süreci Dâhil)

Yıllar	Ürün Sayısı	Üretici Sayısı	Üretim Alanı	Üretim Miktarı
2003	179	14.798	113.621	323.981
2004	174	12.806	209.573	378.803
2005	207	14.401	203.811	421.934
2006	203	14.256	192.789	458.095
2007	201	16.276	174.283	568.128
2008	247	14.926	166.883	530.225
2009	212	35.565	501.641	983.715
2010	216	42.097	510.033	1.343.737
2011	225	42.460	614.618	2.905.755
2012	204	54.635	702.909	1.750.127

Kaynak: Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları

Organik tarım yapılan alanlar bölgeler bazında incelendiğinde 2010 yılı verilerine göre, Doğu Anadolu Bölgesi organik tarım yapılan alanlar içerisinde % 66,2 ile başta gelmektedir. Bu bölgeyi sırasıyla % 12.4 ile Ege Bölgesi, % 8.8 Güneydoğu Anadolu Bölgesi, % 5.4 ile İç Anadolu Bölgesi, % 4.2 ile Karadeniz Bölgesi, % 1.8 Akdeniz Bölgesi, % 1.2 ile Marmara Bölgesi izlemektedir. Çiftçi sayısı temel alındığında ise % 51,4 Doğu Anadolu Bölgesi ilk sırada yer almaktadır. Bu bölgeyi sırasıyla % 20.7 ile Ege Bölgesi, % 13,3 ile Karadeniz Bölgesi, % 5.7 ile iç Anadolu Bölgesi, % 3.4 ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi, % 2,9 Akdeniz Bölgesi, % 2,6 ile Marmara Bölgesi izlemektedir (www.bugem.gov.tr, 01.04.2013).

3.3.3.1. Organik Tarımda Sözleşmeli Üretim

Türkiye’de iller bazında organik tarım yapılan alan büyüklükleri göz önüne alındığında, 2010 yılında 79.332 hektar ile Kastamonu birinci sırada yer almakta olup, onu 16.834 hektar ile İzmir, 9.451 hektar ile Mersin, 8.206 hektar ile Muğla ve 7.980 hektar ile Adana izlemektedir. 2011 yılında ise 81.239 ile Van birinci sırada yer almakta olup, onu 79.655 hektar ile Kastamonu, 57.207 hektar ile Ağrı, 52.604 hektar ile Erzurum ve 38.452 hektar ile Muş izlemektedir (www.bugem.gov.tr, 01.04.2013).

Üretici organik üretime geçtiğinde katlanacağı fırsat sıfır ya da azalan oranlı olmalıdır. Bu sonuca ulaşmanın iki yolu vardır; bunlardan birincisi, organik ürün üretiminden sağlanan verimin konvansiyonel üründen sağlanan verime eşit olmasıdır. Verimin eşit olması durumunda konvansiyonel ve organik ürün fiyatları aynı olabilecektir. Bununla birlikte organik üretime geçildiğinde, birim üretim maliyeti azaltılabiliyorsa üretici organik ürününü konvansiyonel daha düşük bir fiyattan satarak azalan fırsat maliyetine erişebilecektir. İkinci yol ise, organik üretime geçildiğinde verim azalıyorsa, aynı zamanda birim üretim maliyeti de azalıyor olabilir, üretici fırsat maliyetine eşit kazancı ancak organik ürünü konvansiyonel üründen daha yüksek bir fiyatla satarak sağlayabilir. Burada dikkati çeken nokta kazancın ötesinde sağlık açısından organik ürünlerin güvenilir olduğudur (T.E.A.E.yayımları, 2002).

Türkiye’de organik ürünler büyük ölçüde ihraç edildiğinden organik ürün üretim miktarı ve çeşitliliği yurt dışından gelen talepler doğrultusunda şekillenmektedir. İhracat organizasyonunun gerekliliğinden dolayı üretimler organizasyon kuruluşları tarafından sözleşmeli olarak çiftçilere yaptırılmaktadır. Sözleşmeli üretim yapan çiftçiler tarla ve

bahçelerinde organik tarımın ortaya çıkarttığı yararları gözlemleyerek ve bilinçlenerek organik tarımın avantajlarını izleyebilmektedirler. Organik tarım ilkel usullerle yapılan tarım değildir, aksine üretimde ve mücadelede modern teknolojiler ve üretim teknikleri gerektirmektedir. Ayrıca organik tarımda, geleneksel tarıma göre girdi maliyetlerinin düşük olması çiftçileri olumlu etkilemekte ve organik tarıma olan ilginin her geçen gün artmasını sağlamaktadır. Sözleşmeli tarım üreticilere fiyat ve satış garantisi vererek avantaj sağlamaktadır.

Sözleşmeli tarımın üretici ve sanayici olmak üzere iki kolu bulunmaktadır. Bu durum iki şekilde gerçekleşmektedir. Birinci durumda çiftçi sanayicinin istekleri doğrultusunda üretim planlaması yapmaktadır. Örgütlenmeyi de çiftçiler kısa sürede sağlayabiliyorlarsa üretime devam kararı alınmaktadır. İkinci durumda ise sanayici çiftçi örgütlerine ulaşarak ne üretirmek istediğini ortaya koymaya çalışmaktadır. İlgili bölgedeki toprak ve iklim yapısı sanayiciye uyuyorsa üreticiyle masaya oturulma yolu tercih edilmektedir. Taraflar hammaddenin fiyat, prim ve ödeme koşullarını, sanayicinin yetkilerini, ürünün toplanmasını, yüklenmesini ve fabrikaya taşınmasını, kabul şartlarını, kalite kriterlerini, tartım ve sınıflandırmasını, aynı ve nakdi yardımların dağılımlarını, cezai şart, tazminat, sözleşmenin süresini ve feshini hukuksal süreçler çerçevesinde belirlemekle yükümlüdürler. Anlaşma sağlandıktan sonra sanayicinin zirai ekibini belirli periyotlar içerisinde ziyaret etme; hem çiftçiye eğitime hem de denetleme hakkını da elde etmiş olacaktır.

Sözleşmeli tarım modelinin sağladığı yararlar oldukça fazladır. Bunları sıraladığımızda;

- ❖ Üretici ve sanayici bu sistem sayesinde koruma altına alınmaktadır.
- ❖ Planlı tarımın oluşturulmasında kullanılacak verilerin, istatistiklerin doğru oluşturulması sağlanmaktadır.
- ❖ Tarımda doğal ve ekonomik koşullara bağlı olarak arz, talep ve fiyat gibi temel faktörlerde oluşabilecek mevsimlik dalgalanmalar, üretici, şirketler ve tüketiciyi olumsuz etkilenmemektedir. Çünkü 'sözleşmeli tarım' üreticiye fiyat ve satış garantisinin bulunduğu hazır bir pazar sunmaktadır.
- ❖ Şirketler de üretim sürecinde gerek duydukları hammaddeyi kalitesi, fiyatı ve alım satım koşulları belirlenmiş bir şekilde temin edebilmektedir. Bu durum, şirketlere ürün maliyetlerinde verimlilik artışı, dolayısıyla rekabet gücü kazandırıyor. Ürünü piyasadan satın alanlara göre daha büyük avantaj sahibi

olmaktadır.

- ❖ En önemlisi de sanayici üretici işbirliğiyle, sofradan tarlaya ürün izlenebilirliği sağlanmaya çalışılmaktadır.

Organik üretimde belirli yasakların olması ve 2-3 yıllık bir geçiş süresinin tamamlanmasıyla birlikte organik üretime geçilebilmesi, uzun dönem üretim planlamasını zorunlu kılmaktadır. Bu yüzden yapılan araştırmaların yasal dayanağının olması ve tarafların uyumlu bir şekilde olması organik tarımın başarısı için gereklidir.

3.3.4. Organik Tarımın Tüketim Boyutu

Türkiye’de başlangıçta özellikle AB ülkelerinden gelen talebi karşılamak amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda, Türkiye’de organik olarak üretilen ürünlere yönelik bir iç pazarın oluşturulması ve bu bağlamda tüketici eğilimleri araştırılmıştır. Çalışma bulgularına göre, ankete konu olan hanelerin büyük bir kısmı organik ürün olarak nitelendirilen ürünleri hiç duymamış olmalarına rağmen (%93,3) tüketicilerin gıda alışverişlerinde ürünlerin besin değeri, katkı maddeleri ve ilaç Sıkıntısı bulundurmamaları gibi konularda duyarlı olmaları organik ürünlere yönelik bir iç pazar potansiyelinin var olduğuna işaret etmektedir.

2001 yılında ülkemizde yapılan bir organik ürün talep araştırması çalışmasında (Türkiye’de Organik Ürün Talep Araştırması-Ankara), seçilmiş dört üründe (domates, salatalık, tavuk eti, yumurta) Çeşitli fiyat farkı düzeylerinde talep potansiyeli araştırılmıştır. Çalışmada, Ankara kent merkezindeki organik ürünlere olan potansiyel talebi belirlemek için amacıyla seçilen ürünlerde 400 hane halkını kapsayan anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan anket neticesinde hane halkının %33,4’ü organik ürünün ne olduğunu doğru bilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; ankete konu olan ürünlerde(domates, salatalık, tavuk eti, yumurta), ürünün organik olması durumunda fazla fiyat farkı ödemeye gönüllü bir tüketici kesiminin olduğu ortaya çıkmıştır. Nitekim tüketimini azaltmadan %50 ve % 100 fiyat farkı ödemeye gönüllü tüketicilerin toplam hane halkı içindeki oranı domates için %24,2 salatalık için %16, tavuk eti için %12 ve yumurta için %12 olarak bulunmuştur (Kaya, 2003, s.25-26).

Organik ürün tüketimi araştırmaları sonucunda iki önemli sonuca ulaşılmıştır. Birincisi, organik ürüne olan potansiyel talebi belirlemek, ikincisi ise tüketicilerin organik ürünle ilgili tüketim eğilimleri hakkında bilgi sahibi olmaktır. Çünkü talep

kanunu gereğince ürünün fiyatı arttığında talep edilen miktar düşer. Bunu engellemenin yolu arz talep dengesini arzu edilen düzeyde kurabilmektir (T.E.A.E.yayınları, 2002). Bu açıdan değerlendirildiğinde yapılması gereken ya talebi artırmak ya da arzı kısırmaktır. Amaç, organik ürün arzını kısırmak olmadığından talebi artırmaya yönelik politikalar izlenmelidir. Talebi belirleyen faktörler ele alınırsa; tüketicinin geliri, ilgili ve ikame malların fiyatı, nüfus ve yapısı organik ürün üreticisinin etkileyebileceği faktörler değilken tüketicilere ait zevk ve tercihlerin üretici firma tarafından değiştirilebilmesi talep artışına neden olabilecektir. Organik ürün üreticisi olan bir firma, doğru pazarlama teknikleri ve reklam ile ürününe yönelik talebi etkileyebilecektir.

Tüketim eğilimine yönelik olarak yapılan bazı araştırmalar sonucunda da tüketici için ürün satın alma noktasında önemli olan kriterin besin değeri olduğu ortaya çıkmıştır. Lezzet ve fiyat gibi özellikler ise daha sonraki sıralarda kalmıştır. Besin değerinden sonra önem verilen diğer özellik ise üründe katkı maddesi ve herhangi bir ilaç kalıntısı olup olmadığı olarak tespit edilmiştir (www.ziraatciyiz.biz, 10.03.2013). Bu sebeple tüketim eğiliminin doğru tespit edilmesi organik üretim açısından oldukça önemlidir.

3.3.5. Organik Tarımın İstihdamdaki Payı

Konvansiyonel tarımdaki 100 işçinin istihdamına karşılık, organik tarımda 180 işçinin istihdamı söz konusu olmaktadır (www.datassist.com.tr, 31.03.2013). Bu tarım biçiminin artı değeri konvansiyonel tarımınkinden kıyaslanamayacak kadar yüksek olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan organik tarım yaygınlaştıkça, çığ gibi büyüyen çevre sorunlarımıza da çare oluşturacak, yerli tüketicinin de vasıflı ürün tüketmesini sağlayacak bir hale gelecektir. Türkiye, insan gücü, toprak kalitesi, 11.000'den fazla endemik türle zengin biyolojik çeşitliliği, iklimi ve asırlık bilgi birikimine rağmen organik tarımda son derece zayıf bir konumda bulunmaktadır. Ancak eldeki fırsatlar iyi bir şekilde değerlendirilirse AB hazırlık dönemi bu konumdan hızla kurtulmamızı sağlayabilecek imkanları sunacaktır. Nitekim Türkiye elindeki olanakları iyi değerlendirerek bir nevi organik ürün ambarı haline gelebilir.

Ülkemizde organik tarım faaliyetinde bulunan işletmelere istihdam açısından Etiş Ekolojik tarım ürünleri işletmesini örnek verebiliriz. Bu işletme 1999 yılında

organik tarım faaliyetlerine başlamış ve 600 dekar alanda faaliyet göstermiştir. Bağıcılık tarımı yürüten işletme özellikle yabancı otlarla mekanik mücadelede yoğun olarak dönemsel tarım işçisi kullanılmaktadır. Bu sayede %75 daha fazla kadın işçinin, ilaçlama ve budama alanında ise %25 daha fazla erkek istihdam sağlamaktadır (Aktar ve Diğ., 2008, s.34).

Sektörün gelişmeye açık olması, insan yaşamı ve doğal denge için hayati bir öneme sahip olması; bu alana daha çok zaman harcanmasını ve yatırım yapılmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Çok yeni olmamakla birlikte, henüz gelişim potansiyelinin çok küçük bir kısmını kullanmış olan organik tarım sektörü; gerek yaşama duyulması gereken saygı, gerekse kazançlı bir yatırım aracı bağlamında ilgi çekici gözükmemektedir.

Sonuç olarak; organik tarımın gerek konvansiyonel tarıma göre istihdamı gerekse ekonomik olarak yüksek getiri sağlaması açısından Türkiye şartlarında gelecek vadeden bir sektör olarak göze çarpmaktadır.

3.3.6. Organik Ürünlerin Fiyatlandırılması

Tarım sektörünün kendine has özellikleri tarımsal ürün fiyatlarının oluşumunda temel teşkil etmektedir. Öncelikle tarımsal üretim büyük oranda doğal koşulların etkisi altındadır ve organik tarımsal üretimde bu etki daha fazla olmaktadır. Bunun en önemli nedeni kimyasal ve sentetik girdi kullanımının yasak olması sonucu hastalık ve zararlılarla mücadelede çözüm bulmada yaşanan zorluk olarak ortaya çıkmaktadır. Organik tarımsal üretimde birim alandan elde edilen verim konvansiyonel üretime göre oldukça düşüktür fakat üretimin ilerleyen aşamasında verim artışı sağlanabilmektedir. Organik tarımda üretim kalitesi yüksek standartlara uyum sağlayacak şekilde üretim sürekli ve sıkı denetim altında olmak zorundadır. Üretim sonrasında ürünlerin pazarlanabilmesi için kontrol ve sertifikasyon sürecinin de tamamlanması gerekmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı organik ürünlerin üretim maliyetleri konvansiyonel ürünlere göre daha yüksektir ve aradaki fark fiyatlandırmaya yansıtılmaktadır.

Organik üretim herhangi bir kimyasal ve sentetik ilaç kullanılmadan gerçekleştirilmektedir. Şu açıdan düşündüğümüzde ekstra masraf gerektirmeden yapılan üretimin daha az maliyetli olması gerektiği düşünülebilir. Fakat konvansiyonel ürünlerin fiyatlarının ucuz olmasının başlıca sebebi onların bedelinin bir kısmının

vergiler ile ödeniyor olmasıdır; konvansiyonel ürünler hükümetler tarafından desteklenmekte fakat organik tarım için her zaman böyle bir destek söz konusu olmamaktadır. Organik ürünlerin daha pahalı olmasının bir nedeni de tarımda kullanılan kimyasalların üretimi ucuzlatmak için tasarlanmış olmasıdır. Kimyasallar tat, besin değeri veya ekoloji prensipleri ile değil, maliyet düşürme ve verim artırma prensipleri ile tasarlanmışlardır(<http://www.organicfoodee.com>, 11.04.2013). Aslında konvansiyonel tarım ürünü satın alan tüketici üç katı fiyat ödemektedir. İlk ödemeyi satın alma sırasında yapmaktadır. Modern tarım vergi sistemi ile desteklendiğinden ikinci ödeme vergiler aracılığıyla yapılmaktadır. Üçüncü ödeme de tüketicinin ürünün yetiştirilmesi sırasında çevreye verdiği zararları ortadan kaldırmak için yaptığı ödemedir (Özbağ, 2010).

Organik ürün fiyatlarının alt limitini arza bağlı üretim ve pazarlama maliyetleri oluştururken, üst limitini ise tüketicinin ödemeye razı olduğu fiyat belirlemektedir. Primler dağıtım kanalına, pazarlama maliyetlerine, alım gücüne ve ödenmeye razı olunan fiyata bağlı olarak değişmektedir (Koç ve Babadoğan, 2007).

Organik ürün piyasası tam rekabet piyasası olarak düşünülmemelidir. Çünkü fiyatın arz ve talep tarafından belirlenme şansı yoktur. Fiyatı etkileyecek sayıda çok sayıda alıcı ve satıcı vardır. Ayrıca organik ürün piyasasında farklılaştırılmış ürün söz konusudur. Üretim maliyetleri piyasaya giriş engeli olarak rol oynamaktadır. Bu özellikleri dikkate alındığında organik ürün piyasası oligopol piyasa olarak kabul edilebilir.

Türkiye’de organik ürün fiyatları konvansiyonel ürün fiyatlarından ortalama %10-100 daha yüksektir (Özbilge, 2007). Hatta bazı ürünlerde primler %400'lere kadar çıkabilmektedir (Kenanoğlu ve Karahan, 2002). Son yıllarda zincir marketler de raflarında organik ürünlere yer vermeye başlamışlardır. 2000’li yılların başlangıcında Türkiye’de sadece 16 adet özel organik ürün mağazası bulunmakta ve bunlardan 9 tanesi İstanbul’da iken, günümüzde sayıları 250’yi bulmaktadır. Organik ürünlerin yerel pazarlarda satışı yaygın bir şekilde yapılmayıp yalnızca İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Yalova, Samsun ve Antalya’da organik pazar kurulmaktadır (<http://womenshealth.com.tr>, 05.07.2013).

3.3.7. Organik Ürünlerin Yatırım Boyutu

Türkiye’de organik tarım sektörünün başlangıcı yakın bir zamana dayanmaktadır. Yaklaşık 12-13 yıl önce Avrupa’da yoğunlaşan talebin, başlangıçta ütöpic ve tüketicileri kandırmaktan ibaret olduğu algılanmış fakat zamanla ortaya çıkan gerçekler organik tarım sektörüne olan ilginin artmasına yol açmıştır. Başlangıçta organik üretim yapan firmaların küçük ölçekte üretim yapmaya çalışırken zamanla talepte meydana gelen artışlar nedeniyle üretici firma sayısında da büyük bir artış yaşanmaya başlanmıştır. Yaşanan bu hızlı gelişmeler, organik tarımı kendi pazarını yaratan bir sektör haline getirmiştir.

Başlangıçta organik tarım konusunda ne üreticiler ne de yatırımcılar organik tarımın bu kadar etkin bir konuma geleceğini düşünememişler fakat bu durum günümüzde hem tüketiciler hem de firmalar açısından dillerden düşmeyen iki kelime haline gelmiştir. Öyle ki artık birçok büyük firma organik ürünleri raflarda satışa sunmaktadır. Migros ve Carrefour gibi uluslararası firmalar organik ürün satışı için stadlar açmakta, Hipp, Nestle ve Danone gibi firmalar organik bebek maması üretmekte, Swissair havayolları ise bazı uçuşlarda organik mönü sunmaktadır. (<http://www.orguder.org.tr>, 26.07.2013). Bunlar dışında mahalle aralarında kurulan organik pazar sayısında da büyük bir artış gözlemlenmektedir. 2011 yılı verilerine göre Türkiye’de 137 üreticinin organik hayvancılık yaptığını göz önüne aldığımızda 2011 yılı için bin 350 ton organik et (kırmızı, beyaz et), 15 bin ton organik süt, 26 milyon da organik yumurta üretimi yapıldığı tespit edilmiştir. 2012 yılı için bu rakamların yüzde 25 oranında artış gösterdiği bu artış oranlarının da en çok da organik yumurta talebinde gerçekleştiği gözlenmiştir (<http://www.orguder.org.tr>, 27.07.2013).

Her yıl yüzde 20 büyüyerek 400 milyon dolarlık bir büyüklüğe ulaşan organik tarımda yatırım patlaması yaşanması kaçınılmazdır. Konvansiyonel hayvancılık yaparken, çiftliğini organiğe dönüştüren girişimci sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Beyaz ette Samsun, Bolu ve İzmir, kırmızı ette ise Manisa Salihli, Çanakkale Ayvacık, Bozcaada ile Aydın illeri ön plana çıkmaktadır. Tarımsal ürünlerden ziyade kırmızı ete tüketici tarafından da yoğun bir talep yaşanmakta bu şekilde organik pazarda ortaya çıkan boşluk da giderilmiş olmaktadır (<http://www.orguder.org.tr>,27.07.2013).

Tüketicilerin organik ürün talebinde bulunmasında en caydırıcı faktör fiyatların

yüksek olmasıdır. Fiyatların yüksek olmasında girdilerin daha pahalı ve üretimin az olması etkili olmaktadır. Yani organik tarım, boyut ekonomisinden yararlanamamaktadır. Özellikle son zamanlarda organik üretimde meydana gelen artışlar fiyatlar üzerinde bir baskı yaratacak bunun sonucunda önümüzdeki birkaç yıl içerisinde fiyatlarda yüzde 30-40 ucuzlama meydana gelecektir. Halen organik kırmızı etin perakende satış fiyatı 50-53 TL arasında değişirken, tavuk eti de 23 TL'den satılmaktadır (<http://www.orguder.org.tr>, 27.07.23013).

3.3.8. Organik Ürünlerin Pazarlanması

Dünyada 130'dan fazla ülkede organik tarım şeklinde üretim yapan ülke bulunmakta, bu ülkelerin % 86'sı gelişmekte olan ülkeler, % 14'ü de az gelişmiş ülkelerdir. Ülkelerin dünya ticaretinde aldıkları rolde geleneksel ürünlerin daha şanslı olduğu görülmektedir. Ülkemiz özellikle kuru ve kurutulmuş meyvelerle kabuklu meyvelerin yanında işlenmeye uygun meyve ve sebze söz sahibi ülke konumundadır. Ancak mevcut pazarların korunması ve yeni pazarların bulunabilmesi, iç pazarın canlandırılabilmesi için ve organik tarımın sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için de gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (Yanmaz, 2006, s.1).

Türkiye'de üretilen organik ürünlerin büyük kısmı hala ihracata yönelik üretilmekte ve satılmaktadır. 1990'ların sonlarından itibaren iç pazardaki organik ürün talebini geliştirmeye yönelik, yerel organik halk pazarları, internet yolu ile paket-posta satışları, süpermarketler, özel organik ürün dükkanları, çiftlik satışları ve ihracat firmalarınca yapılan satın alımlar şeklinde organik ürünü geliştirmek için büyük çaba gösterilmiştir. Ancak organik ürünler konusunda tüketici bilincinin yetersiz olması, ürün sayısının sınırlı ve fiyatlarının da yüksek olması gibi nedenlerden dolayı, bu girişimler pek başarılı olamamıştır. Daha sonra, büyük şehirlerde, büyük süpermarket ve hipermarket zincirleri organik tarımın satışa sunuldukları reyonlar oluşturmuşlardır. Bu sayede tüketicilerin bilinçlenmesi sağlanmış ve bunu sonucunda iç pazardaki talepte bir artış gözlenmiştir (Demiryürek, 2004, s.68).

2006 yılına gelindiğinde ilk ekolojik pazar çalışmaları hayata geçirilmiş, İstanbul ve Bursa'da organik ürün pazarları açılmıştır. Ayrıca organik ürünler internet üzerinden e-satış olarak da bazı sitelerde satışa sunulmuştur. Bu sitelerde organik

ürünler hakkında bilgi verilmekte, reklamı yapılmakta ve ürünlerin kolayca temini sağlanmaktadır. Bütün bu çalışmalara rağmen ne yazık ki iç piyasaya yönelik ürün yelpazesi hala yeterince genişlememiş ve aranılan her ürünün organik olarak temin edilmesi henüz sağlanamamıştır (www.eto.org.tr, 20.07.2013).

Ürünlerin işleme, paketlenme ve depolama sırasında dayanıklılığını artırdıkça pazarlama olanakları daha rahat hale gelmiştir. Daha önce hammadde şeklinde gönderilen ürünler teknolojik desteklerle ve organik ürün pazarının daha fazla talep gören bir pazar haline gelmesinden sonra daha çok işlenerek ihraç edilmeye başlanmıştır. Ürünlerin taze konserve, kurutulmuş ya da dondurulmuş şekilde sunulması ile ürünlerin organik özelliğine zarar vermeden ihraç yapılmaktadır (Ayla, 2011).

Kontrol ve sertifikasyon ücretlerinin küçük çiftçiler tarafından üstlenebilecek düzeyde olmaması, teknik bilgi eksikliği ve danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği üreticilerin doğrudan sisteme ürün sağlamalarını kısıtlamaktadır (Çetin, 2008).

Organik tarım üreticilerin pazarlama hedefi olarak tüketicileri organik gıda ürünlerinin çeşitleri ve önemi konusunda bilgilendirmektir. Son yıllarda özellikle Türkiye kamuoyunda yüksek dozda hormon kullanılarak üretilen gıda ürünleriyle ilgili tüketici korkuları sıklıkla gündeme gelmektedir. Bu noktada tüketicide başlayan bu bilincin değerlendirilmesi, doğru bilgi ile beslenmesi ve tüketicinin kendini koruyacak seçimleri yapabilecek şekilde eğitilmesi büyük önem arz etmektedir. Kişilerin, zararlarını bildikleri halde, fazla miktarda kimyasal madde kullanılarak ya da genetik modifikasyona uğratarak üretilmiş ürünleri satın aldığını görmek mümkündür. Bu yaklaşım birçok tüketicinin henüz alternatif bir tüketim şeklinden ve böyle bir ürün pazarından haberdar olmadığını göstermektedir (Nasır ve Kıymioğlu, 2006).

Organik ürün yöneticilerin üstlendiği rollerden biri tüketicileri organik gıda pazarındaki ürün çeşitliliği hakkında bilgilendirmektir. Kahveden kakaoya, kuru gıdadan sebze meyveye, tahıl ve bakliyattan baharata, kurutulmuş meyve ve yemişlerden, hayvan yemleri, yağ ve türevlerine kadar çok geniş bir ürün yelpazesini içeren organik ürünler satış noktalarında doğru bilgi ve tanıtım yöntemleriyle sunulmalı, ayrıca kitlesel iletişim kanalları da yoğun biçimde kullanılmalıdır (Nasır ve Kıymioğlu, 2006).

Özellikle bilgi vermeye daha uygun iletişim araçları üzerinden hedef kitlelere ulaşmak ve tüketicileri bilinçlendirmek pazarın gelişmesi için başlıca şarttır. Türkiye

pazarının yoğun biçimde ithalata dayalı olması ve iç talebin etkin bir biçimde yaratılamamış olması sorunu ancak doğru ve yoğun iletişim ile aşılabılır.

Türkiye pazarında hangi ürünlerin potansiyel taşıyabileceği ile ilgili tüketici odaklı Pazar araştırmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Öncelikle organik ürünlerin rekabetçi avantajı olan güvenlik konusunun önemli olduğu ürünlerle pazar yaratılabilir. Bebek gıdaları ya da belli sağlık sorunları olanlara yönelik gıda ürünleri buna örnek verilebilir.

İşlenmiş ürünlerin pazara sunulması, organik gıda ürünlerinin ambalajlanması ve paketlenmeleri konusunu da gündeme getirmektedir. Paketleme boyutlarında çeşitlilik yaratmak denemeyi teşvik etmek ya da çeşitli büyüklükteki ailelere hitap edebilmek açısından önemlidir. Ambalajlamada ürünlerin yapısına uygun doğal maddelerin kullanılması ve geri dönüşümlü ya da yeniden değerlendirilebilen ambalaj ve paketlerin yapılması pazarlama mesajının tutarlılığını sağlamak için gereklidir (Nasır ve Kımioğlu, 2006).

Pazarlama ve ambalajlamanın yanı sıra etiketleme de organik gıda ürünleri için önemli bir pazarlama aracıdır. Ambalajlı gıda ürünlerinde etiketin önemi ve tüketicinin duyarlılığı konusunda yapılan bir araştırma tüketicilerin önemli bir bölümünün, özellikle gıda ürünlerinde, etiket bilgilerini incelediğini göstermiştir. Bu nedenle organik gıda ürünlerinde ürünün üretim şekli ve doğa ve insan sağlığına zarar veren hiçbir özelliğinin bulunmadığının özellikle belirtilmesi çok önemli bir noktadır. Hatta aynı ürün için standart geleneksel tüketim alternatifleriyle karşılaştırmalı bilgi sunulması tüketici bilincini artırmak ve tercihini güçlendirmek açısından çok önemli olabilmektedir. Ancak, etiket bilgisinin teknik detayları içermekle birlikte tüketicinin anlayacağı dilde ifadelerle de bu tür ürünlerin avantajlarını ortaya koymaları pazar bilinçlenmeleri açısından büyük faydalar sağlayacaktır.

Organik ürünlerin halk tarafından benimsenmesinin zorluğu yanında bu ürünleri pazarlama işine girecek girişimciler için de riskler taşımaktadır. Bu sorunları da aşağıdaki gibi sıralayabiliriz: (Özbağ, 2010, s. 82).

3.3.8.1.Organik Ürün Pazarlaması Konusunda Bilgi Yetersizliği

Ankara ve İstanbul'da faaliyet gösteren marketlerde yapılan bir anket çalışmasında market sahiplerine bu işe neden başladıkları sorulduğunda; anketi

yanıtlayanların %46'sı sağlıklı ürünler satmak için, % 31'i kişisel ilgisi nedeniyle, % 15'i de bu ürünler için pazarda var olan talep potansiyelinden yararlanmak için başladıklarını belirtmişlerdir. Yine organik tarım alanında işe başlayan bu kişilere organik tarım konusunda eğitim alıp almadıkları sorulduğunda, bu konuda eğitim almadıkları belirlenmiştir. Bu yüzden başlangıçta açılan dükkanların kısa süre içinde kapandığı saptanmıştır. Bu kapanışta 2000'li yıllarda ülkeyi büyük sıkıntıya sokan ekonomik krizin etkisi büyük olmuştur. Yukarıdaki anket sonuçları, organik ürün pazarlayacak kişilerin organik ürünle ilgili olarak eğitimden geçirilmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Ülkemizde organik ürün pazarlamasını yapacak insanlara eğitim verecek bir organizasyon bulunmasa da bu konuda ilgili kuruluşların harekete geçirilmesi gerekmektedir.

3.3.8.2. Ürün Çeşitliliği ve Sürekliliği

Ülke içinde veya ülke dışında Organik ürün pazarlayacak kişi ya da kuruluşların pazar yerlerinde her mevsim yeterli miktarda ve aynı kalitede ürün bulundurmaları gerekmektedir. Aynı zamanda üretici-toptancı-perakendeci arasında iyi bir pazarlama ağının kurulması şarttır. Çünkü Ürün Temininin Sertifikasyon Kuruluşunun Denetiminden Geçmiş Yerlerden Yapılması gerekir. Bu problemler nedeniyle, ülkemizde ürün satıcıları organik ürünleri doğal ürünlerle birlikte pazarlama yoluna gitmektedirler. Ancak ürünlere olan talep artışıyla birlikte pazarlama ağının gelişmesi kaçınılmaz olacaktır.

3.3.8.3. Ürünlerin Raf Ömrünün Kısa Olması

Organik ürünlerin üretimin hiçbir aşamasında koruyucu yapay kimyasal maddeler kullanılmadığı için raf ömürleri de klasik yöntemlerle üretilmiş ürünlere göre daha kısadır ve ürünün hızlı tüketimini gerektirmektedir. Mesela taze meyve ve sebzeler, süt ve et ürünleri çok fazla talep gördüklerinden raf ömürleri kısa olmakta bu da pazarlamacı açısından sakınca oluşturmaktadır.

3.3.8.4. Tüketici Tercihleri

Sebze ve meyveler organik ürünler içerisinde en fazla talebin gördüğü türlerdir;

çünkü sebze ve meyvelerin üretimde daha çok yapay kimyasallar kullanılmaktadır. Sebze ve meyveleri, un ve unlu mamuller, meyve suları, et ve süt ürünleri izlemektedir.

3.3.8.5. Fiyat Oluşumu

Organik ürünlerin satış fiyatlarının yüksek olması bu ürünleri cazip kılsa da, satışta problem oluşturmaktadır. Bu nedenle ülkemizdeki satış yerlerinin daha çok gelir düzeyi yüksek kişilerin oturduğu semtlerde yoğunlaştığı, bunların bile talep görmediği için kısa sürede kapandığı görülmektedir.

Türkiye’de organik tarım büyüklüğünün 5 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye’de nüfusun %15’inin organik ürünleri tükettiği tahmin edilmekte ve bu oran da 10 milyonluk bir nüfusa ve toplam gelirin %50’sine sahip bir nüfusa karşılık gelmektedir. Bu durum tüketicilerin organik tarım ürünleri konusunda bilgi sahibi olduklarını, sağlıkla ilgili konularla yakından ilgilendiği ve özellikle organik ürünlerde meydana gelen gelişmelere karşı hassas olduğunu göstermektedir. Türkiye’de organik ürün tüketicileri fiyat konusunda oldukça bilinçli olup, %5-75 olan fiyat primlerini ödemeye razı değillerdir. Birçok ürün klasik ürünlerden %30-40 daha yüksek fiyatla satılırken bazı ürünlerde aynı fiyatlarla pazarda yer almaktadır. Günümüzde birkaç zincir market raflarında organik ürünlere yer vermektedir. Yalnız Türk tüketicilerin organik gıda konusunda daha fazla eğitime ve bilinçlenmeye ihtiyaç duyduğu düşüncesi hakim kılınmaktadır (Özbağ, 2010).

3.4. Organik Tarımın Ekonomik Analizi

Türkiye’nin doğal yapısı ve iklim koşulları yanında, yürütülecek geleneksel tarımın gelişmişlik düzeyi dikkate alındığında organik tarım açısından olumlu özelliklere sahip olduğu belirtilebilir. Bu çerçevede Türkiye’nin “kendiliğinden organik” olarak nitelendirilen üretim açısından Batılı ülkelere göre avantajlı olduğu bir gerçektir. Örneğin, yapılan bir değerlendirmede Muş, Ağrı, Bitlis, Hakkari, Van, Ardahan, Gümüşhane, Iğdır, Bayburt illerinin ‘kendiliğinden organik’ üretim biçimine sahip oldukları ortaya konulmuştur (Güzel ve Demiryürek, 2007).

Türkiye’de organik ürünlerin üretiminde ve pazarlanmasında esas, üretici ile organik ürün alıcısı ya da satıcısı arasında imzalanan “sözleşmeli üretim” modeline

dayanmaktadır. Türkiye’de üretilen organik tarımsal ürünlerinin ne kadarının gerçekten yurt içinde tüketildiği konusunda sağlıklı veriler bulunmamakla birlikte, toplam organik tarımsal üretimin yaklaşık %95’lik bir kısmı yurt dışı piyasasına gittiği tahmin edilmektedir (Kenanoğlu ve Karahan, 2002).

Türkiye’de organik Tarım üretimi ithalatçı veya ihracatçı firmaların girişimi yoluyla başlatılmıştır. Dış talepteki sürekli artış yanında, iç talepte ortaya çıkan sınırlı da olsa gelişmeler organik üretimde hızlı bir gelişmeye neden olmuştur. İhracata bağlı üretimin yarattığı olanaklar özel girişimci ve üreticileri organik tarım yapma yönünde cesaretlendirmiştir. Burada örnek olarak ekonomik etkisini de düşünerek iki girişim hakkında kısa bilgiler verebiliriz. Bunlardan birisi, özel bir vakıf tarafından kurulan Gümüşhane’de başlatılan girişimdir. 2001 yılında başlatılan bu girişim ağırlıklı olarak süt üretimi amaçlı ortaya çıkan özel sektör, kamu kuruluşlarını ve Kelkit İlçesinde Gümüşhane Üniversitesine bağlı bir organik tarım programına da yer veren Meslek yüksek okulu ile çok amaçlı bir proje haline gelmiştir. 2011 yılında, Doğan Organik’in Türkiye’nin AB sınıfı tüketicisinin en uygun olarak kullanıldığı ulusal zincir marketi olan Migros’un Mlife markası ile organik sütlü ürün üretimi ve Türk tüketicisine sunulması projesi devreye girmiştir. Proje çerçevesinde sütün üretilmesinden, sütün işlenmesi ve pazara sunulmasına kadar tüm süreç organize edilmiştir. Bu faaliyetlerin sonunda organiklik sertifikası aldığı tarihten itibaren kapasitesini yaklaşık dörde katlayarak yıllık 10.000 tona yaklaşan bir organik süt üretimine ulaşmıştır. Şirket, şu anda Türkiye’nin en büyük organik çiğ süt üreticisi, iç pazarda satılan organik içme sütünün tek hammadde tedarikçisi, yıllık 10.000 ton seviyesindeki üretim kapasitesi ile organik hayvancılıkta Avrupa’nın da en iyi işletmelerinden biri konumundadır (www.doganholding.com, 05.04.2013). İkinci örnek ise, Erzurum’da Doğu Anadolu Tarımsal Üreticiler ve Besiciler Birliği(DATÜB) tarafından başlatılan projedir. 2005 yılında başlatılan 96 bin Euro değerindeki AB destekli ‘Erzurum Yöresi’nde Organik Tahıl Yetiştiriciliği’nin yaygınlaştırılması projesine katılan üretici sayısı 2007 yılında 600 olmuştur (www.haberler.com, 15.04.2013). Dernek tarafından 2011 yılında “Organik tarımda rastlantısal hatalar için algoritma stratejileri geliştirme projesi” başlatılmıştır. Proje kapsamında organik tarım kriterlerinin konulması, konulan kriterlere üreticilerin uyması ve kriterlere uygunluğun izlenerek belgelenmesinin saplanacağı ifade edilmiştir. Projenin, Türkiye organik tarımının gelişmesi yanında,

organik gıda üretiminin yaygınlaştırılmasına da katkı sağlayacağı iddia edilmektedir.

Organik tarımsal ürünlerin üretimi maliyetlerinin ve fiyatlarının yüksek olması nedeniyle sınırlanabilmektedir. Organik tarımsal ürünlerin satış fiyatları diğer ürünlere göre daha yüksektir. Organik tarımsal ürünlerin maliyetlerindeki bu yüksekliğin nedenleri, bu ürünlerin üretiminde çeşitli kültürel işlemlerin insan emeğine ihtiyaç duyması, organik üretimin ilk yıllarında meydana gelen düşük verimlilik, ürün ve gelir kaybı, organik ürünler için kontrol ve sertifikasyon sürecindeki masrafların fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın organik tarıma yönelik destekleme politikalarıyla Türkiye'de 2010 yılında 1 milyon 343 bin ton olan üretim, 2011 yılında 2 milyon 905 bin olarak gerçekleşti. Böylece üretimde bir yılda yüzde 116 artış sağladı. Organik tarım yapılan toplam alan 2002 yılında 90 bin hektarken, 2011 yılında 615 bin hektara çıktı. Aynı dönemde organik tarım yapan çiftçi sayısı 12 binden 42 bine yükseldi. Toplam organik tarım alanları içinde 2011 yılı verilerine göre, Doğu Anadolu Bölgesi birinci, Ege Bölgesi ikinci, Güneydoğu Anadolu Bölgesi üçüncü sırada yer aldı. Organik ürünlerde 190 bin tonla meyve üretimi ilk sırayı alırken, bunu 92 bin tonla buğday, 29 bin tonla sebze üretimi izledi. İhracatta ise ilk üç ürün zeytin, elma ve pamuktan oluştu. Türkiye genelinde 2011 yılında 15 milyon 500 bin dolarlık organik tarım ürünü ihracatı yapıldı (www.tarim.gov.tr, 20.03.2013).

Üreticilerin organik tarım yapmaya yönelmelerinde sadece sahip oldukları ekonomik bakış açısı ve düşünce sistemi duygularının tatminine dayalı değildir. Organik tarımın sürdürülmesi, ekonomik getirisi bulunan bir tarımsal faaliyet alanı olmasına da bağlıdır. Organik tarım bu yöntemi benimseyen üreticilere hem vicdani hem de ekonomik gelir sağlayan bir tarımsal uğraş olmalıdır. Bu yüzden organik tarımın ekonomik olarak sürdürülmesinde yarar bulunmaktadır.

Organik tarımın ekonomik analizinin iki temel ayağından birinin harcamalar, diğerini gelirler oluşturmaktadır. Harcama ve gelirdeki değişim ülkeden ülkeye, işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir.

Organik tarımın ekonomik olarak varlığını sürdürebilmesi için yatırımın geri dönüşümünün sağlanması(maliyetlere karşın gelirin artırılması), harcamaların azaltılması ve ürünlerin pazar değerlerinin artırılması gerekir.

Maliyetler, yatırım maliyetleri, toprak satın alma veya kiralama gibi sabit

maliyetler, işçi ücretleri, tohum, gübre, toprak iyileştiriciler ve bitki besin maddeleri, tarımsal mücadelede kullanılan maddeler gibi değişken maliyetler şeklinde olmaktadır. Karlı bir işletmecilik için, maliyetleri karşılayarak ilave gelirin sağlanması amacıyla ürünlerin pazar değerlerinin yüksek tutulması gerekmektedir. Ürünlerin satışıyla elde edilen gelirlere hükümet destekleri ve diğer gelirler de eklendiğinde ekonomik bir organik tarım işletmeciliği yapılabilir (İlbaş, 2009, s.237).

Üretimin geri dönüşümünün artırılması için üretimde verimliliğin sağlanması, maliyetlerin düşürülmesi ve ürünlerin pazar değerinin yükseltilmesi gerekmektedir. Türkiye’de verimliliğin artırılması amacıyla, yöre ekolojisine uygun bitki çeşitlerinin seçilmesi, temiz tohumluk kullanılması, toprak iyileştiriciler ve bitki besin maddelerinin uygun kullanımı, ekim nöbeti uygulama, başarılı bir hastalık ve zararlı yönetimi koşulları sağlanmalıdır.

Ürünlerin pazar değerini yükseltebilmek için, pazar değeri fazla ürünlerin seçilmesi (meyveler, baharat, ve tıbbi bitkiler gibi), ürün kalitesinin yüksek tutulması, ürünlerin işlenmesi (reçel, kurutma vs.), hayvansal üretime yer verilmesi ve hayvansal işlenmiş ürünlere yönelmesi (tereyağı, lor, peynir, yoğurt, kaymak vs.) ürünlerin pazar değerinin yüksek olduğu dönemde arz edilinceye kadar uygun şekilde depolanabilmesi koşulları sağlanmalıdır. Ayrıca üreticinin pazarlama araçları artırılmalı, pazarlama faaliyetleri hükümetçe desteklenmelidir. İhracata uygulanan destekler yanında, iç pazarın oluşturulması ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Karlı bir üretim için maliyetin düşürülmesi de gerekmektedir. Bir işletmenin karı üretim maliyetleri ile gelirleri arasındaki farka bağlıdır. Gelir sadece üretimde verimliliğin ve üretim miktarının artırılması ile yükseltilmez, aynı zamanda üretim maliyetlerinin de düşürülmesi gerekir. Organik tarım yönteminin karlı hale gelmesini sağlayacak unsurlardan biri de maliyetlerin düşürülmesinden geçmektedir.

Organik tarımın ilkelerinden biri de işletmede kendine yeterliliğin sağlanmasıdır. İşletmede hayvansal üretimden gelen gübrelerin kullanımı, organik kökenli atık ve atıkların kompost olarak değerlendirilmesi, güneş, su, rüzgar ve biyokütleden yararlanarak ihtiyaç duyulan enerjinin sağlanması, ucuz bitkisel ve hayvansal kökenli bitki koruma maddelerinin kullanımı, tohum, fide ve fidan gibi üretim materyallerinin işletmede üretilmesi, yem teminini kendi kaynağından sağlamak üzere ekim nöbetinde yem bitkilerine yer verilmesi gibi uygulamalar maliyeti düşürerek karlılığı artıracaktır.

Ekonomik bir organik tarım işletmeciliği için bitkisel ve hayvansal üretim birlikte yapılmalıdır. Bu iki kaynak organik tarımda sürekli birbirini desteklemektedir. Hayvanlar için bitkisel üretimden gelen organik yemler kullanılırken, bitkisel üretimde toprak verimliliği ve bitki beslemede en çok yararlanan kaynak hayvan gübresidir. İşletmede bitkisel atıklar kompost şeklinde toprağa verilmekte ve iyi bir geri dönüşümle toprağın yapısal düzeni sağlanmaktadır.

Hayvansal üretim, işletmenin kısa dönem nakit ihtiyaçlarının karşılanmasında başvurulacak önemli bir kaynak olacaktır. Bitkisel üretimde ürünün elde edilmesi ve nakit paraya dönüştürülmesi için belli bir sürenin geçmesi gerekmektedir. Tohum ekiminden bitkinin yetiştirilmesi, hasat-harmanı ve pazarlanmasına kadar geçen bu sürede, işletmedeki hayvanlar ve hayvansal ürünler kısa sürede pazarlanarak işletmenin nakit ihtiyacını karşılayacaktır.

Sonuç olarak, Türkiye’de organik tarımın başarı öyküsü incelendiğinde, genel anlamda bir gelişmenin mevcut olduğunu söylemekle birlikte, asıl gelişmenin organik ürünlerin iç piyasada tüketiminin artmasına paralel olarak ivme kazanacağını söylemek doğru olacaktır. İç piyasadaki talebe göre bütün bölgelerdeki ürün çeşitliliği, üretici sayısı, üretim miktarı da doğal olarak artış gösterecektir (Tugem, 2009).

3.5. Türk Organik Tarımının Stratejik Analizi

Türkiye’de organik tarım ürünleri pazarının gelişme potansiyelini belirleyebilmek için güçlü ve zayıf yönleri ile sahip olunan fırsat ve tehditler iyi analiz edilmelidir. Bunun için de SWOT analizi en uygun araç olarak görülmektedir. Rekabetsel açıdan Türkiye’ye ilişkin olarak organik tarım sektörünün ve organik ürünler pazarının değerlendirilmesini şöyle yapabiliriz.

3.5.1. Organik Tarımın Güçlü Yönleri

- AB mevzuatına uyumlu yasal düzenlemelerin yapılması ve değişikliklerin izlenmesi yönünde büyük adımlar atılmıştır.
- Fındık, incir, kayısı, üzüm pamuk gibi rekabet gücümüzün yüksek olduğu ürünlerde, dünya organik ürün pazarında söz sahibi olma potansiyeli oldukça yüksektir.
- Yenilebilir enerji kaynakları potansiyelinin yüksek olması ve enerji temininde

de kendi kendine yeterliliğin sağlanabilme imkanına sahiptir.

- Organik koşulların çeşitliliği ve bazı yerlerde yılda 2-3 ürün elde edilmektedir.

- Toprak yapısı, su kaynakları ve iklim şartları itibariyle farklı tarım ürünlerini yetiştirebilecek potansiyele sahiptir ve ilaç, gübre gibi yapay girdilerin pek kullanılmadığı bazı yörelerde geçiş sürecinin kısa sürede tamamlamaya uygun bir durum söz konusudur.

- Kırsal nüfusta yoğun tarım iş gücü ve aile içi atıl işgücünün varlığı ve ucuz olması önemli bir avantajdır.

- Türkiye’de çiftçi ailelerinin önemli bir kısmı düşük ücretli iş gücü olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de ve özellikle Güney ve Doğu Anadolu Bölgesi’nin nüfus yapısı dikkate alındığında ve organik tarım ürünlerinin emek yoğun işçilik gerektirdiği düşünüldüğünde bu durum önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ayrıca İç Karadeniz ve Akdeniz Bölgelerinin iç kesimlerinde de durum böyledir.

- Türkiye doğal kaynaklar ve biyoçeşitlilik bakımından zengindir.

- Türkiye’de sentetik kimyasallar çiftçilerin büyük bir kısmı tarafından ya çok az kullanılmakta, ya da hiç kullanılmamaktadır. Bu nedenle organik tarıma geçiş daha kolay olabilmektedir. Özellikle Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgelerinde bu tür alanlar çok yaygındır ve bu bölgelerde organik hayvancılık da yapılabilmektedir (Marangoz, 2008, s.5-7).

- Organik tarımın yaygınlaşması bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının azaltılmasında ve köyden kente göçün önlenmesinde etkili olabilecektir.

- Türkiye özellikle yeniliklere açık genç nüfusun varlığı ile en önemli güçlü yönü olarak ortaya çıkmaktadır.

3.5.2. Organik Tarımın Zayıf Yönleri

- Organik tarım konusunda eğitim seviyesinin düşük olması nedeniyle yenilik fırsatlarından yararlanılamamaktadır.

- Birçok çiftçi organik çiftçilikle ilgili uygulamalar hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığı için, bunun getireceği fırsatları da fark edememektedir. Özellikle dünyadaki pazar fırsatları hakkında henüz yeterli bir bilgi mevcut değildir.

- Organik tarım yapan ve organik tarım yapılan araziler küçük ölçeklidir. Yani organik ekim yapılan alanlar çok küçük ve küçük parçalara ayrılmış durumundadır.

- Ülke genelinde baktığımızda organik tarımla uğraşan nüfus oldukça azdır.
- Hem tüketici hem de üretici boyutuyla incelediğimizde örgütlenmenin yetersiz olduğu görülmektedir.
- Organik tarımla ilgili ulusal ve uluslararası boyutta veri tabanı noksandır.
- Özellikle dünya üretiminde söz sahibi olduğu incir, üzüm, kayısı fındık gibi ürünlerde pazar hakimiyeti üstünlüğünü ve markalaşmayı gerçekleştirememiş olmasıdır.
- Organik tarım içerisinde hayvansal üretimin payı oldukça düşüktür.
- Hükümetlerin belirlediği bir organik tarım politikası yoktur ve bu politikalar yetersizdir.
- Organik tarım alanında yayım ve çalışma yetersizdir.
- Eğitim-Öğretim, Ar-Ge uygulama koşulları içinde ve arasında işbirliği oldukça zayıftır.
- Organik ürün fiyatları oldukça yüksek, kontrol ve denetim mekanizması mevcut değildir.
- Üreticilerin organik tarım hakkında bilgileri, eğitimi, deneyimi ve örgütlenmesi oldukça zayıftır.
- Ülke arazileri küçük, dağınık ve parçalıdır.
- Pazar açısından değerlendirdiğimizde, iç ve dış pazarlar dengeli gelişmemiştir.
- Organik tarımla uğraşan işletmelerin ölçekleri küçüktür.
- Organik tarımın geliştirilmesi, yaygınlaştırılması yönünde uygun destekleme politikaları yoktur.

3.5.3. Organik Tarımın Fırsatları

- ✓ AB destekli organik Tarım projeleri 2006 yılından beri ortaya konulmaya başlanmıştır.
- ✓ Doğal ürünler daha yüksek fiyattan alıcı bulmaktadır.
- ✓ Dünyada organik ürünlere olan talep gün geçtikçe artmaktadır.
- ✓ Organik tarım sektöründe istihdam alanları artmakta ve sürekli gelişim içerisinde.
- ✓ Agro-ekoturizm ve sağlık turizmine yönelik talepler artmaktadır.
- ✓ Türkiye sahip olduğu coğrafi konumu itibariyle ana pazarlara yakındır.

- ✓ Dış pazarlara erişim imkanı güçlüdür.
- ✓ Tüketici bilincinin gelişmesi ile birlikte sağlıklı, kaliteli organik ürünlere de ilgi sürekli artmaktadır.

3.5.4. Organik Tarımın Tehditleri

- ✓ Organik girdi temininde dışa bağımlılık oldukça fazladır.
- ✓ Türkiye, organik tarım üretiminde rakip olarak kabul ettiği ülkelerdeki organik tarıma yönelik devlet desteklerinin artması Türkiye açısından bir dezavantaj oluşturmaktadır.
- ✓ Organik gıda fiyatlarının konvansiyonel ürünlere oranla daha yüksek olması bir tehdit oluşturmaktadır.
- ✓ İhracat pazarında pazara girişteki teknik engellerin sürekli atması ihracatı olumsuz etkilemektedir.
- ✓ Özellikle son yıllarda sürekli artış gösteren çevresel kirliliğin olumsuz etkisi,
- ✓ Denizlerin kirlenmesi özellikle Karadeniz'deki kirlenme oranının fazla olması,
- ✓ Küresel iklim değişiklikleri ve bölgesel kuraklıkların etkisi,
- ✓ Tarım araçlarının amaçları dışında kullanılması ve erozyonun etkisi,
- ✓ Gen kaynaklarımızın patentlenmemiş olması,
- ✓ Teknoloji alanında dışa bağımlılığın artması gibi nedenler, organik tarımı tehdit eden unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır.

3.6. Organik Tarımdaki Hedefler

Türkiye'de küçük ve parçalı tarım işletmelerinin yaygın olduğu göz önüne alındığında organik tarımda üretici örgütlenmesinin teşvik edilmesi ve organik tarımda üretim planlamasının yapılması gerekmektedir. Özellikle Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından açıklanan hedefler göz önüne alındığında bunları şu şekilde sıralayabiliriz:

- ❖ Organik tarım için büyük potansiyele sahip bölgeler tespit edilerek üretim için uygun şartlar sağlanmaya çalışılması, organik tarımın bölge halkı için sürdürülebilir geçim kaynağı olarak yaygınlaştırılması,
- ❖ Kontrol ve sertifikasyonun yol açtığı maliyetleri azaltabilmek için üreticilerin bir

- araya gelmesi sağlanarak büyük ölçekli projelere yönelmeleri teşvik edilmeli,
- ❖ Dış pazara yönelik tanıtım fonu ve grubunun oluşturulması, özellikle dış ticaret verilerinde organik tarım ürünlerinin açık bir şekilde görünmesini sağlayacak bir istatistik toplama sisteminin kurulması, ihracatta işletmelerin rekabet gücünü artırıcı bilgilendirme ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması hedeflenmektedir. Hedeflenen bu işlemlerin bir an önce hayata geçirilmesi gerekmektedir.
 - ❖ Türkiye avantajlı konuma sahip olduğu organik tohum, şeker, fosfat kayaçları, zeolit gibi ürünlerde üretim imkanlarını artırarak, girdilerde yerel kaynakların kullanımının ön plana çıkartılması,
 - ❖ Bitkisel ve hayvansal üretim kesinlikle kapalı sistemde yapılarak geliştirilmesi ve organik tarımsal sanayi ile entegrasyonu için müteşebbislerin teşvik edilmesi,
 - ❖ Organik tarımın tekstil, kozmetik, agro-ekoturizm gibi diğer sektörlerle entegrasyonu geliştirilmeli, potansiyel üreticilerle nihai pazarın buluşturulması için gerekli destekler verilmelidir.
 - ❖ 2010 yılında işlenen tarım alanlarının %3'ü organik tarıma ayrılmışken, 2020'de ise %8'i gibi hedeflerin organik tarım için öngörülmesi ve bu hedeflere ulaşmak için yapılması gerekenlere yer verilmesi gerekmektedir.

Türkiye'deki mevcut durum göz önüne alındığında açıklanmış kayıtlı rakamlar ve organik tarımdaki gelişmelere paralel olarak 9. Kalkınma Planı için 2007-2013 yıllarını kapsayan 7 yıllık dönem Tablo 3.9'da verilmiştir.

Tablo 3.9. Türkiye'de Organik Tarımın Yakın Hedefleri

Kriter		2000	2005	2006	2013(Hedef)
Organik Tarım Alanının Toplamı İçerisinde Oranı(%)		0,1	0,8	1.0	3.0

Kaynak: [www. tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr).

Sonuç olarak; organik üretimde kullanılan girdilerde marka yaratılarak iç ve dış pazardaki talebin artırılması bu ürünlerin pazarlanmasında en önemli konudur. Bununla birlikte organik ürün çeşitliliği ve işlenmiş ürün sayısı artırılmalıdır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DOĞU KARADENİZ UYGULAMASI

4.1. Doğu Karadeniz Bölgesinin Ekonomik Yapısı

Karadeniz Bölgesi Doğu, Orta ve Batı Karadeniz olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Doğu Karadeniz bölgesi, Türkiye'nin Kuzey-Doğu kesiminde yer alan ve 7 ilden oluşan coğrafik bir bölgedir (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane ve Bayburt). Fakat bazı kaynaklar Bayburt ilini Doğu Anadolu Bölgesi'nde, Ordu ilini Orta Karadeniz Bölgesi içerisinde kabul etmektedir. Karadeniz Bölgesi yaklaşık 122.121 km²'lik bir alana sahip olup, Türkiye'nin üçüncü büyük bölgesidir. Karadeniz Bölgesi Türkiye'nin toplam yüzölçümünün %18'ine sahipken bu durum Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 35.174 km²'lik alanla % 4.48'ine isabet etmektedir (Anonim, 2011).

Doğu Karadeniz Bölgesi(TR90)'nde toplam yüzölçümün %19,3'ünü tarım alanları teşkil etmektedir. Türkiye ortalamasının yaklaşık %31,9 olduğu bilindiğine göre bu oran ortalamanın altındadır. Bölgede, çayır-mera alanlarının toplam alana oranı %22,1 olup bu oran ülke ortalamasına yakındır. Bu durum bölgede çayır-mera alanlarının önemli düzeyde olduğunu göstermektedir. Orman ve fundalık alanının oranı ise toplam alan içinde payı %37,9 olup ülke ortalamasının üzerindedir. Tarım dışı alanların toplam alana oranı %20,7 olup, Türkiye ortalamasından daha fazladır (Yıldırım ve Diğ., 2013).

Doğu Karadeniz Bölgesi 664.494 hektar toplam tarım alanına sahiptir. Bu alanın büyük bir kısmı meyvelik alanlardan oluşmaktadır. Meyvelik alanların Türkiye'deki toplam meyve üretim alanına oranı %15'tir (<http://www.tarim.gov.tr>, 16.03.2013). Bölge'nin toplam ekilen tarla alanları miktarı 150.442 hektar'dır. Bu alanın yaklaşık 37.217 hektarlık alanı kadar da nadas alanları bulunmaktadır. Sebzeçilik genelde sahil şeridinde ve küçük parçalar halinde yoğunlaşmıştır. Bölge, Türkiye'nin toplam tarım alanının %2,7'sine sahip olup, bu alanın büyük kısmı Bayburt, Kelkit, Şiran ve Köse havzasında bulunmaktadır(Yıldırım ve Diğ., 2013).

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yaşayan halkın büyük bölümü geçimini tarımsal ürünlerden sağlamaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde tarımsal üretim ve tarıma dayalı ticaret oldukça yaygındır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tanıtıcı bitkisel ürünü çay, fındık

ve mısırdır. Türkiye’de çay yalnızca Doğu Karadeniz Bölgesi’nin kıyı kesiminde yetişir. Bölgenin doğu ve batısındaki kıyı kesimlerinde yaygın olarak üretilen fındık, Türkiye'nin dış ülkelere sattığı başlıca tarımsal ürünler arasında yer almaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi’nde, özellikle bölgenin doğusunda 100 kişiden fazla istihdam sağlayan sanayi tesislerinin sayısı büyük ölçüde çay ve fındık üzerine yoğunlaşırken bölgenin batısına doğru gidildikçe başka sanayi kollarında bu tür tesislerin sayısının arttığı görülmektedir. Bölge ölçeğine göre yüksek istihdam kapasiteli kabul edilebilecek 100 kişiden fazla istihdama sahip sanayi tesisleri dikkate alınmazsa yörenin sanayi siciline kayıtlı sanayi tesislerinin istihdam/tesis sayısı oranı 20’nin altına düşmektedir. Bu durum bölgedeki sanayi işletmelerinin genel olarak çok küçük ölçekte olduğunu ve sanayinin yeterince gelişmediğini ortaya koyan önemli göstergelerden biri olarak ifade edilmektedir.

Tablo 4.1. Doğu Karadeniz Bölgesinde Faaliyet Gösteren Tesislerinin ve Bu Tesislerde Sağlanan İstihdamın İllere Göre Sayısal Değeri

İl	Sanayi Tesisi Sayısı	İstihdam Sayısı	İstihdam/Tesis
Trabzon	388	14.307	37
Ordu	452	8.523	19
Giresun	127	4.714	37
Rize	252	14.466	57
Artvin	38	3.688	97
Gümüşhane	70	1.100	15
Bayburt	20	600	30
Toplam	1.327	47.398	Bölge Ort:42

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010

Tablo 4.1 de görüldüğü gibi Doğu Karadeniz Bölgesi için toplam sanayi tesisinin 1327 olarak tespit ettiğimizde iller arasında en fazla sanayi tesisini Ordu, Trabzon ve Rize illeri oluşturmaktadır. Bölge içerisinde faaliyet gösteren sanayi tesislerinde toplam 47.398 kişi istihdam edilmektedir. İller arasında bir değerlendirme yaptığımızda Rize ve Trabzon illeri insanlara en fazla iş imkanı sağlarken buna karşılık Gümüşhane ve Bayburt illerini ise istihdamın en az olduğu iller arasında görmekteyiz.

Çay ve fındıktan sonra tarım alanında bölgedeki en yaygın sanayi dalını süt ve süt ürünleri ile kerestecilik oluşturmaktadır. Bölgenin tamamını oluşturan 7 ilde 30 civarında süt ve süt ürünlerine dayalı üretim tesisi yine 30 civarında kerestecilik

alanında faaliyet gösteren üretim tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerde toplam 1130 civarında kişi istihdam edilmektedir (www.investindoka.org, 26.06.2013).

Bölgedeki sanayi tesislerinin tamamına yakını yerli sermayeli olup sadece Artvin, Giresun ve Ordu ilinde ikişer adet firmada yabancı sermaye bulunmaktadır. Bu firmalar Artvin’de kömür ve çay, Giresun’da fındık, Ordu’da ise su ürünleri ve metal sektöründe faaliyet göstermektedir. Bölgedeki 1327 tesis içinde istihdam ve üretim olarak büyük payı olan tesislerin 55’i çay işletmeleri genel müdürlüğü olmak üzere kamu kurumlarına ait tesislerdir.

Tablo 4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde 100 Kişiden Fazla İstihdam Sağlayan Tesisler

İl	100 Kişiden Fazla İstihdam Sağlayan Toplam Sayısı	Çay Dışında Üretim Yapan ve 100 Kişiden Fazla İstihdam Sağlayan Tesis Sayısı	Çay ve Fındık Dışında Üretim Yapan ve 100 Kişiden Fazla İstihdam Sağlayan Tesis Sayısı
Trabzon	25	10	9 (Mobilya, döküm, metal, çimento, silah, inşaat)
Ordu	18	15	9 (Çimento, seramik, ağaç ürünleri, inşaat, 6 tekstil)
Giresun	10	9	5 (Tekstil, silah, maden)
Rize	44	3	3 (Maden, inşaat, metal)
Artvin	9	2	2 (Maden, İnşaat)
Gümüşhane	1	1	1 (Maden)
Bayburt	-	-	-
Toplam	107	40	29

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010

Bölgede 6 adet Organize Sanayi Bölgesi ve 26 adet Küçük Sanayi Sitesi faaliyet göstermektedir. Bölge’deki OSB ve KSS’ler ile istatistikler Tablo 4.3’de verilmiştir. Gümüşhane, Bayburt ve Rize ilinde faal OSB bulunmamaktadır. Tabloda yer almayan 5 adet organize sanayi bölgesinin ise yakın zamanda faaliyete geçirilmesi planlanmaktadır. Bölgedeki OSB ve KSS’lerde faaliyet gösteren sanayi kuruluşunun sayısı 4000’den fazladır.

Tablo 4. 3. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde OSB ve KSS İstatistikleri

İl	Faal OSB sayısı	Kuruluş Sayısı	KSS sayısı	Kuruluş sayısı
Trabzon	2	70	6	854
Ordu	2	63	6	1.184
Giresun	1	49	4	658
Rize	0	0	4	665
Artvin	1	1	2	332
Gümüşhane	0	0	3	336
Bayburt	0	0	1	150
Toplam	6	183	26	4.179

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010

Bölgede biri Rize'de diğeri Trabzon'da olmak üzere iki adet serbest bölge vardır. Trabzon Serbest Bölgesi 1992, Rize Serbest Bölgesi 2005'ten beri faaliyet göstermektedir. Faaliyete başladıkları yıldan itibaren toplam ticaret hacimleri Trabzon Serbest Bölgesi'nin 874 milyon dolar, Rize Serbest Bölgesi'nin ise 47 milyon dolar civarındadır. 2009 yılında ise Trabzon Serbest Bölgesi'nin ticaret hacmi 43 milyon dolar iken Rize Serbest Bölgesi'nin 3 milyon dolar civarında olmuştur (www.investindoka.org, 20.06.2013).

Bölgede kuyumculuk, kayık imalatçılığı, bakır işletmeciliği, gümüş işletmeciliği bıçakçılık, örtü ve tartı aletleri imalatçılığı, taş işlemeciliği, yüzey hazırlama, soğuk demir işlemeciliği, ağaç işlemeciliği gibi zanaatlar yöreye özgün nitelikte olup ulusal ve uluslar arası düzeyde yörenin adını hali hazırda duyuran, yeterince markalaştırılmamış veya sahip çıkılmamış ancak marka oluşturabilecek veya istihdam sağlayabilecek potansiyele sahip konumdadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde pazar payının teşvik edilmesi durumunda bu alanda büyük gelişmeler sağlanacağı gerekli önlemler alınmazsa bir kısmı yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilecek bu tür zanaat ve zanaat ürünleri için yörede var olan potansiyelin geliştirilerek sağlanan katma değer artırılması ve belli sayıda insan için geçim kaynağı oluşturulabilir.

Bölgede sanayi tabanının zayıf olması en önemli engellerden biridir. Özellikle toplanmış sanayi tesislerinin olmaması bilgi alışverişini, yeniliklerin ortaya çıkmasını, yayılmasını ve dolayısıyla bir sanayi ortamının yaratılmasını engellemektedir. Bu durum, aynı zamanda, bölgedeki girişimcilerin, üretim araçları ve hammadde değiş tokuşu, ortaklaşa hammadde alımları, pazarlama ve ortak tesislerin kullanılması gibi

olanaklardan faydalanmalarına da imkan vermemektedir. Bölgedeki sanayi alanlarında kümelenmenin sağlanamaması, teknolojik gelişmelerin ve yeniliklerin yeterli düzeyde takip edilememesi veya bunlara uyum sağlanamaması, lojistik hizmetlerinin yeterli düzeyde olmaması sanayinin gelişmesini etkileyen diğer önemli nedenler arasında yer almaktadır. Bölgedeki firmaların Ar-Ge veya inovasyon yapılanması, yeteneği ve farkındalığı çok zayıf veya yeterli düzeyde değildir.

Doğu Karadeniz Bölgesi, Türkiye’de en az endüstriyel kirlenmenin olduğu bakir alanlardan biridir. Bölgenin kimyasal gübre ve ilaçlar ile kirlenmemiş olması bilinçli olarak çevreci bir yaklaşımın ürünü değildir. Aksine, bölgenin dağlık coğrafik yapısı, arazilerin küçük ve parçalı olması ve maddi imkânsızlıklar sebebi ile kimyasal gübre ve ilaç kullanılamaması nedeni ile ilişkilidir. Bu bakımdan Bölge, organik tarım açısından önemli bir potansiyel arz etmektedir (Anonim, 2011b).

4.2. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Organik Tarım

Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki tarım alanlarının yaklaşık %69,2’lik oranını fındık ve çay alanlarının başta geldiği meyvelik alanlar oluşturmaktadır. Bölgenin toplam meyvelik alanları ise ülke genelinin %15’ine denk gelmektedir. Bölgede meyve ekili alanların %70’lik kısmı Ordu ve Giresun illerinde bulunmaktadır. Bölgenin sebze ve tarla alanları toplamının ülke geneline oranı düşüktür (Sırası ile %0,9 ve %1,2). Bunun temel nedeni, bölgenin dağlık ve engebeli olan coğrafik yapısı ve arazilerin parçalı olmasıdır. İşlenen tarla alanı olarak Bayburt ve Gümüşhane ili bölgenin en düz ve en geniş alanlarına sahiptir (%31,2) (Anonim, 2011).

4.2.1. Organik Bitkisel Üretim

Doğu Karadeniz Bölgesi, sahip olduğu küçük ve parçalı tarımsal yapısına rağmen diğer bölgelere kıyasla organik tarım alanında ciddi gelişmeler göstermiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki toplam 72 üründe, 2.289 çiftçi ile 6.118 hektar alanda organik bitkisel üretim faaliyeti yapılmaktadır(www.tarim.gov.tr, 16.03.2013). Bölge, bu bitkisel üretim miktarı ile Türkiye organik bitkisel üretimin %1,5’lik kısmını oluşturmaktadır. Organik üretim yapan çiftçi sayısı ise Türkiye toplam organik çiftçi sayısının %5,4’ünü oluşturmaktadır. Bölge organik üretim alanları açısından % 1,2’lik

paya sahiptir. Bölgenin ülke organik bitkisel üretimindeki payına nispeten çiftçi sayısının yüksek olmasının nedeni, zaten kısıtlı araziye sahip olan bölgede miras hukuku nedeni ile de küçülen arazilerde çok sayıda çiftçi ile organik bitkisel üretimin yapılmasıdır.

Tablo 4.4'te görüldüğü gibi, Bölge illeri içerisinde organik çiftçi sayısı bakımından 3.202 adet ile en fazla Rize ili yer alırken, üretim alanı ve üretim miktarı açısından en fazla Bayburt ili yer almaktadır. Üretim alanı açısından değerlendirdiğimizde ise üretim alanının az fakat üretim miktarının en fazla olduğu il Gümüşhane'dir. Yani verim açısından Gümüşhane ili birinci sırada yer almaktadır.

Tablo 4.4. Organik Bitkisel Üretim Alanında Doğu Karadeniz Bölgesi İllerinde 2012 Yılı İtibari İle Çiftçi Sayıları, Üretim Alanları ve Miktarları

İller	Çiftçi Sayısı (Adet)	Üretim Alanı(Hektar)	Üretim Miktarı(Ton)
Trabzon	329	445	1.052
Ordu	519	3.343	5.831
Giresun	84	233	839
Rize	3.202	1.396	9.251
Artvin	707	1.303	2.921
Gümüşhane	65	1067	9.206
Bayburt	285	3.959	20.518

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları, 2012

Türkiye, Doğu Karadeniz Bölgesi ve illerinde organik sebze üretim miktarları Tablo 4.5.'de verilmiştir. Bölge, Türkiye'ye oranla organik yeşil fasulye üretiminin %16,5'ini üretmektedir. Bunun yanında, bölgede küçük çapta organik biber, kabak, patlıcan, domates, maydanoz ve lahana üretimi yapılmaktadır.

Tablo 4.5. Türkiye, Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerinde Organik Sebze Ürünlerinin Üretim Miktarları (Ton)

Ürünler	Trabzon	Ordu	Giresun	Rize	Artvin	Gümüşhane	Bayburt	Toplam
Biber	-	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Kabak	-	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Patlıcan	-	0.5	-	-	-	-	-	0.5
Domates	-	-	-	-	4.10	-	-	4.10
Fasulye	-	1.6	-	-	88.0	2.9	8.5	100.9
Maydanoz	-	0.03	-	-	-	-	-	0.03
Lahana	-	-	-	-	1.30	-	5.0	6.3

Kaynak: Türkiye Kalkınma Bankası, 2010

Doğu Karadeniz Bölgesi, Tablo 4.6’da gösterildiği gibi organik tarla ürünleri üretimi sadece 4 ilde yapılırken, bazı organik tarla bitkileri üretiminde üretim miktarları bakımından Türkiye toplam üretim miktarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Bu ürünlerin başlıcaları; kuru fasulye (%94.3), tritikale (%48.5), mısır (%47), ayçiçeği (%45.4) ve yem bitkisi (%43.4). Bölge illeri arasında organik tarla bitkileri üretiminde Gümüşhane en yüksek üretim potansiyeli ile ilk sırada yer almaktadır. Gümüşhane’de üretimi yapılan organik tarla bitkileri üretiminin büyük kısmını organik yem bitkileri oluşturmaktadır. Üretimde ilk sırayı Bayburt almaktadır. Bayburt’u Gümüşhane ve Artvin izlemektedir. Trabzon, Giresun ve Rize’de arazi yapısı ve iklim şartlarından dolayı organik tarla bitkileri üretimi bulunmamaktadır.

Tablo 4.6. Türkiye, Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerinde Organik Tarla Ürünlerinin Üretim Miktarları (Ton)

Ürünler	Ordu	Artvin	Bayburt	Gümüşhane	Toplam	Türkiye
Arpa	-	3.6	1.442.0	199.7	1645.3	3283.6
Buğday	-	13.7	4.437.0	138.0	4588.7	23984.6
Yulaf	-	-	-	22.0	22.0	251.1
Çavdar	-	-	854.0	3.5	857.5	438.1
Tritikale	-	-	219.9	16.0	235.9	33.0
Çeltik	-	23.4	-	-	23.4	161.6
Mısır	2.30	322.8	607.0	6597.0	7529.1	14722.1
Yonca	-	864.8	16.162	1303.0	18329.8	17700.5
Korunga	-	-	6.762.7	518.8	7281.5	7705.0
Fiğ	-	75.1	4.093.0	121.8	4289.9	10918.4
Çayır	-	396.9	-	1.0	397.9	10218.2
Yem Bitkisi	-	2.2	-	218.0	220.2	507.0
Fasulye (Kuru)	-	135.8	8.5	-	144.3	144.0
Patates	-	2.6	18.0	-	20.6	1658.9
Mercimek	-	-	17.9	0.6	17.6	8363.2
Ayçiçeği	-	-	-	377.0	377.0	830.7

Kaynak: Türkiye Kalkınma Bankası, 2010

Türkiye toplam organik meyve üretiminde Doğu Karadeniz Bölgesi önemli bir potansiyele sahiptir. Tablo 4.7’de görüldüğü gibi Doğu Karadeniz Bölgesi, Türkiye’deki toplam organik çay (%100), kivi (%76.6) ve fındık (%66,1) ve ceviz (35,3) üretiminin önemli bir kısmını karşılamaktadır. Bölgenin organik çay üretiminde söz sahibi iller Rize (1776 ton) ve Trabzon (196 ton)’dur. Bölgede organik fındık üretiminde Artvin (2448 ton) ve Ordu (2340 ton) iller ilk sırada yer almıştır. Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki illerimizde kivi üretiminin yaygın olarak yapıldığı (Ülke Üretiminin %48,8’i) görülmekte olup ve bölgede ek gelir getirici ürün olarak gelişim göstermiştir (TÜİK, 2013). Bölgede ülkemizdeki kivi üretim alanlarından farklı olarak,

çay ile karışık yetiştiricilik yapılmakta ve çayla birlikte daha yüksek gelir getirdiği için üreticiler tarafından karışık kivilikler tercih edilmektedir. Ancak bu durum kültürel uygulamaları güçleştirmektedir (Akbulut, 2013). Kividen taze tüketim yanında yarı mamül ve mamül ürün yapılarak pazarlanmasına kesinlikle ihtiyaç duyulmaktadır. Kivide organik tarım, iyi tarım uygulamaları, yeni çeşitler ve farklı yetiştiricilik modelleri ile geliri artırmak mümkün olabilecektir (Akbulut & Diğ., 2013).

Tablo 4.7. Türkiye ve Doğu Karadeniz Bölgesi Organik Meyve Ürünlerinin Üretim Miktarları (Ton)

Ürünler	Trabzon	Ordu	Giresun	Rize	Bayburt	Artvin	Gümüşhane	Toplam	Türkiye
Çay	196	-	-	1776	-	-	-	1972	1972
Kivi	29	-	-	16	-	-	-	45	59
Fındık	414	2340	2	11	-	2488	-	5254	7945
Ceviz	-	0	-	-	-	384	-	384	1087
Armut	-	-	-	-	-	218	17	235	1717
Elma	-	0	-	-	14.6	519	106	639.6	39360
Diğer	4	0	3	0	-	76	26	110	80853
Toplam	643	2340	5	1803	-	3685	149	8624	132992

Kaynak: Türkiye Kalkınma Bankası, 2010

Bölge iller içerisinde Artvin organik ürün çeşidi ve üretim miktarı açısından ilk sırayı almıştır. Artvin ili, Türkiye organik ceviz üretiminin %35.32'sini, fındık üretiminin %31.32'sini, armut üretiminin %12.7'sini ve ayva üretiminin %3.14'ünü karşılaması ile bu ürünler bakımından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Gümüşhane'de ise elma hariç diğer ürünlerin üretimi kayda değer görülmemektedir (Tablo 4.7).

4.2.2. Organik Hayvansal Üretim

Genetik yapısı değiştirilmemiş, çevre iklim koşulları ve hastalıklara dayanıklı damızlık hayvanlardan tabii tohumlama yöntemleriyle üretilen, organik yemle beslenen, açık alan ve mera gibi gezinti alanları olan ve barınma koşulları yürürlükteki mevzuata uygun olan yetiştiricilik tarzıdır.

Türkiye'de organik hayvancılığa ilişkin çalışmalar daha çok arıcılık konusunda yoğunlaşmış olup, organik et ve süt üretimine yönelik araştırmalar ise son yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Organik hayvancılık organik süt üretimi ile başlamış ve ilk ciddi yatırım özel sektör tarafından 2003 yılında Gümüşhane-Kelkit ilçesinde gerçekleştirilmiştir.

Bölgede organik büyükbaş hayvan yetiştiriciliği sadece Gümüşhane ilinde

yapılmakta iken son yıllarda Giresun ilinde de böyle bir çalışma başlatılmıştır (Tablo 4.8). Gümüşhane ili Türkiye'nin organik süt üretiminin %95'ini karşılamaktadır (Anonim, 2011b). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde organik küçükbaş hayvan yetiştiriciliği bulunmamaktadır.

Tablo 4.8. Doğu Karadeniz Bölgesinde Bulunan Organik Büyükbaş Hayvan Sayıları (Adet)

Ürünler	Gümüşhane	Giresun	Toplam
Çiftçi	10	1	11
Büyükbaş	1986	168	2154

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları, 2012

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 2012 kayıtlarına göre, Rize, Artvin, Gümüşhane ve Artvin illerinde 116 çiftçi 9.655 kovanla organik arıcılık faaliyeti yapılmıştır. Bunlar içerisinde organik arıcılık en yoğun Artvin ilinde yapılmaktadır (Tablo 4.9). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde organik arıcılıkla uğraşan çiftçi sayısı, kovan sayısı ve üretilen bal miktarı, Türkiye'de organik arıcılıkla uğraşan çiftçilerin %29.85'ini, kovan sayısının %11.87 ve üretim miktarının ise %6.97'sini oluşturmaktadır.

Tablo 4.9. Doğu Karadeniz Bölgesi ve İllerindeki Organik Arıcılıkla Uğraşan Çiftçi Sayısı, Kovan Sayısı ve Üretim Miktarları (Ton)

Ürünler	Rize	Artvin	Gümüşhane	Trabzon
Çiftçi	34	70	1	11
Kovan	1.352	5.483	150	2670

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Organik Tarım Bilgi Sistemi Kayıtları,2012

4.2.3. Organik Su Ürünleri

Doğu Karadeniz Bölgesi temiz su kaynakları ile organik balık yetiştiriciliği konusunda önemli bir potansiyele sahiptir. Henüz tüm illerde organik balık yetiştiriciliği konusunda yeterli adımlar atılmamıştır. Ancak Rize'de organik alabalık projesi çalışmaları başlamıştır. Hazırlanan proje, Türkiye'de ilk ve tek organik alabalık projesi olma özelliği taşımaktadır. Çayeli İlçesinde bir adet, Çamlıhemşin İlçesinde iki adet olmak üzere toplam 3 işletmede organik alabalık üretimi yapılmaktadır. Çamlıhemşin ilçesinde 1 işletme organik alabalık üretiminde henüz geçiş sürecindedir (Anonim, 2012d).

4.3. Araştırma İle İlgili Önceki Çalışmalar (Literatür Özeti)

Türkiye’de organik tarımla ilgili olarak araştırmalar incelenmiş ve konuyla bağlantılı olan çalışmalar özet olarak sunulmuştur.

Ülkemizde organik tarımın henüz yeni uygulanan bir üretim modeli olmasından dolayı bu konuda yapılan çalışmalarda yeterli düzeye gelinememiştir. Özellikle organik tarımın ekonomik analizine yönelik çalışmalar daha çok yeni ve çok az sayıdadır. Araştırma konusu ile ilişkili bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Erkan & Diğ., (1993) “Toros Dağ Köylerindeki Küçük Ölçekli Tarım İşletmelerinin Üretim Sistemlerinin Analizi” başlıklı çalışmalarında Toros dağ köylerindeki küçük tarım işletmelerinin sahip oldukları kaynaklarla gelirlerini artırabilme olanakları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu işletmelerin ortalama tarımsal gelirlerinin Türkiye’nin diğer yörelerinden düşük olduğunu, üretim kaynaklarını daha etkin kullanmak ve yeni üretim tekniklerini uygulamak suretiyle gelirlerini artıracaklarını ortaya koymuşlardır.

Akgüngör (1996) “Türkiye’de Ekolojik Tarımda Yapı, Maliyetler, Pazarlama: Ekolojik Olarak Üretilen Çekirdeksiz Kuru Üzüm Örneği” başlıklı çalışmasında, Türkiye’de ekolojik tarımın genel durumunu ve ekolojik olarak üretilen çekirdeksiz kuru üzüm piyasası incelenmiştir. Ekolojik olarak üretilen çekirdeksiz kuru üzüm ile geleneksel olarak üretilen çekirdeksiz kuru üzüm maliyetleri karşılaştırılmıştır. Çekirdeksiz kuru üzüm üretiminde ekolojik üretim tekniğinin uygulanmasının üretici karını ve üreticinin refahını olumlu yönde etkileyeceği sonucuna varılmıştır.

Olhan (1996) “Organik Tarım ve Türkiye’deki Uygulamaları” başlıklı çalışmasında organik tarımın ilkelerini ve Türkiye’deki organik tarım uygulamalarının genel durumunu incelenmiştir. Tüketicinin ve üreticinin bilinçlenmesi, tarım politikası çerçevesinde desteklenmeleri ile organik tarımın gelişiminin hızlanacağını belirtmiştir.

Akgüngör (1998) yaptığı “Ekolojik Tarım ve Ekonomik Analizi” adlı çalışmasında ekolojik tarımın üretici, tüketici ve ülke ekonomisi açısından değerlendirilmesi konusundaki yaklaşımları tartışmıştır. Sonuçta bu konuda daha fazla araştırma yapılmasının ekolojik tarımın ülkemizdeki geleceği açısından önemli olduğunu belirtmiştir.

Akbay & Usal (2000) “Ekolojik Tarımda Çiftçi Gelirleri” isimli çalışmalarında, geleneksel tarımda kullanılan kimyasal girdi fiyatlarının yüksekliğinin ürün maliyetini

artırıcı bir unsur olduğunu, ekolojik tarımın net getirisinin geleneksel tarıma göre daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra geleneksel tarımda aşırı gübre, pestisit ve hormon kullanılmasının çevre ve sağlık üzerindeki olumsuz etkileri de göz önüne alındığında ekolojik tarımın toplumsal faydası artı bir kazanç olarak elde edilecektir, yargısına varmışlardır.

Bülbül & Yücel (2001) “Türkiye’de Ekolojik Tarım Yapan Firmaların Analizi” isimli çalışmalarında Türkiye’de ekolojik tarım yapan firmaları inceleyerek ekolojik ürünlerin üretimi, işlenmesi ve pazarlanması süreçlerini incelemişlerdir. Ayrıca Rapunzel Organik Tarım Ürünleri ve Gıda Tic. Ltd. Şti. örneği ele alınarak üretim, yatırım ve organizasyon yapısı incelenmiştir.

Demirci & Diğ., (2002) “Türkiye’de Ekolojik Tarım Ürünleri Üretiminin Ekonomik Yönü ve Geleceği: Ön Araştırma Sonuçlarının Tartışılması ” başlıklı çalışmada, Ekolojik ve geleneksel tarımda ürün verimleri arasında çok önemli farklılık olmamasına karşın, ekolojik tarımda dekara düşen net karın geleneksel üretimden daha yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca ekolojik ve geleneksel tarımda girdi kullanım düzeylerinde önemli farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Sonuçta genel olarak ekolojik tarımın üretici refahına olumlu katkı yaptığını vurgulamaktadırlar.

Sayın (2002) tarafından yapılan “Dünya, AB ve Türkiye’de Organik Tarıma Yönelik Gelişmeler ve İzlenen Politikalar” isimli çalışmada, Türkiye’nin kuru meyveler ağırlıklı organik ürünler ihracatını daha geniş bir ürün yelpazesi için planlaması gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu süreç içerisinde hedef pazarlardaki ve rakip ülkelerdeki gelişimin yönünü izlemenin ülkemiz ihracatına olumlu etkileri olacağını önermektedir.

Rehber (2002) çalışmasında organik tarım sektöründe üreticiden tüketiciye kadar tüm aşamalarda üstesinden gelinmesi gereken temel sorunları ortaya koymuştur. Organik tarımsal üretim, pazarlama, pazarlama kanalları, tüketici eğilimleri ve fiyatlandırma, sertifikasyon hakkında bilgiler vererek aşılması gereken sorunları tartışmış ve çözüm önerileri sunmuştur.

Gültekin (2004) yaptığı “Türkiye’de Organik Kuru Kayısı Üretiminin Ekonomik Analizi” başlıklı tez çalışmasında, Malatya ilinde organik kuru kayısı üreticileri ile geleneksel üretim yapan kuru kayısı üreticilerinin işletme faaliyet sonuçlarını

karşılaştırmıştır. Çalışmasında, organik üretim yapan işletmelerde dekara brüt karın, geleneksel üretim yapan işletmelerden daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Usal (2006) tarafından yapılan “Toros Dağ Köylerinde Organik Tarım Yoluyla Üretici Gelirlerini Artırma Olanakları” başlıklı doktora tez çalışmasında, organik üretim yapan işletmeler ile geleneksel üretim yapan işletmelerin işletme faaliyet sonuçları karşılaştırıldığında; Geleneksel üretim değerleri, brüt kar, mutlak kar ve nisbi kar değerleri arasında çok büyük farklılıklar olmadığı görülmektedir. Bu durum bölgede organik üretimin henüz çok yeni ve başlangıç aşamasında olmasından kaynaklanmaktadır. Buna karşın organik üretimin gelecekte daha geniş alanlarda, daha verimli, daha kaliteli üretime ulaşacağı, sözleşmeli üretim ile pazarlama sorununu aşacağı ve sonuç olarak üreticilerin gelirini artıracacağı beklenmektedir.

Özbağ (2010) tarafından yapılan “Türkiye’de Organik Tarımın Ekonomik Analizi” başlıklı doktora tez çalışmasında; Türkiye’nin dünya pazarında yer edinebilmesi işlenmiş tarımsal ürünlerle dünya pazarına girilmesiyle birlikte gerçekleşecektir. Bunun sonucunda rekabet avantajını kendi elinde bulunduracaktır. Coğrafi konumu, iklim özellikleri, ürün çeşitliliği, toprak kalitesi, tarımda çalışan işgücünün yüksek olması gibi avantajlara hali hazırda sahip olan ülkemiz sahip olduğu avantajları değerlendirerek dünya organik pazarında sahip olduğu payı artırma şansına sahiptir. Bu fırsatı yakalaması için ise tüketicinin bilinçlendirilmesi ve organik ürün tüketiminin özendirilmesi yanında üreticilerin de bilgi kaynaklarına erişiminin sağlanması ve eğitilmesi gerekmektedir.

Durmaz (2010) tarafından yapılan “Organik Tarımın Ekonomik Boyutu: Organik Tarımın Adana İli Ekonomisindeki Yeri” başlıklı tez çalışmasında ülkemizde organik tarımın oldukça pahalı ve karmaşık olduğundan gereken ilgiyi görmediği, elde edilen ürünlerin ihraç amaçlı olarak üretildiği ortaya konulmaktadır. Devlet teşviklerinin içeriği ve sınırları belirlenirken gıda üretim düzeyi ve güvenliği mutlaka göz önüne alınmalıdır. İthal gıdaya yönelik denetim kriterlerinin daha etkin hale getirilerek, hem insan sağlığı açısından zararlı olanların ülke içine girmesi engellenirken hem de bu ithal ürünlerin yurt içi üretiminin artırılması sağlanabilecektir.

4.4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu başlık altında çalışmanın amacı, materyali, evreni ve örnekleme, sınırlılığı, yöntemi ve çalışmada kullanılan tekniklere ilişkin bilgiler verilmiştir.

4.4.1 Araştırmanın Amacı

Türkiye’de son yıllarda sebze, meyve ve seracılık üretiminde gerek tarımsal ilaçların, gerekse gübrelerin bilinçsizce kullanımı, bitkisel üretimde artışın yanında kalitesiz ve insan sağlığını tehdit edecek ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kontrolsüz yapılan tarımsal uygulamaların insan ve çevre sağlığı için büyük bir tehdit oluşturduğu bilimsel çalışmalarla kanıtlanmıştır. Bu olumsuz koşullar karşısında gelir düzeyi yüksek olan ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede bilinçlenerek örgütlenen üretici ve tüketiciler, doğayı tahrip etmeyen yöntemlerle insanlarda zehirli etki yapmayan tarımsal ürünleri üretmeyi ve tüketmeyi tercih etmişlerdir

Bu bölümde Doğu Karadeniz Bölgesi’nde organik tarımın üretici firmalar açısından yarattığı katma değer, bölge ekonomisine etkisi ve organik tarımın rolü ve önemi tespit edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda geleneksel tarım yapan üreticilerin organik üretime bakış açıları ve geleneksel üretimle organik üretimin ekonomik açıdan karşılaştırılması yoluna gidilmiştir. Bunların tespiti bir anket çalışması ile gerçekleştirilmiş ve araştırma organik tarımın bölgede uygulanabilirliğini belirlemeye yönelik yapılmıştır.

4.4.2. Araştırmanın Materyali

Araştırmanın ana materyalini Doğu Karadeniz Bölgesi’nde organik tarımla uğraşan üreticiler ile geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin araştırma kapsamında yer alan organik ve geleneksel tarım yöntemleri ile üretici firmalardan ve çiftçilerden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır. Araştırma bölgesinde organik üretim sistemini uygulayan üretici firmaların tamamına anket uygulanmıştır. Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere de organik tarım hakkındaki düşüncelerini analiz etmek için birtakım sorular yöneltilmiştir. Bu sorular anket yöntemi kullanılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Organik üretim uygulamalarının ülkemiz boyutunda değerlendirilmesi aşamasında ise; Tarım ve Köyişleri Bakanlığı bünyesinde oluşturulan, Organik Tarım Komitesi, Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi, Organik Tarım Ulusal Ticaret Komitesi, Organik Tarım Proje ve Araştırmaları Ulusal Komitesi verilerinden, Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO), Ege İhracatçı Birlikleri ve İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)'nin verilerinden yararlanılmıştır.

Ülkemizde organik tarım üretimi, yeni bir üretim metodu olması nedeniyle gerek ekim alanı gerekse üretim miktarı olarak değerlendirildiğinde, tarımsal üretimimiz içinde küçük bir paya sahiptir. Bu nedenle, ülkemizdeki organik üretim ile ilgili istatistiki veriler oldukça sınırlıdır.

Bu çalışmada, verilerin standart olmasını sağlamak amacıyla Türkiye'ye ait rakamlar olabildiğince Tarım ve Köyişleri ile Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'ndan alınmıştır. Bu verilere ek olarak çalışma konusu ile ilgili yerli ve yabancı kaynaklardan elde edilen bilgi ve istatistiklerden yararlanarak daha geniş bir bakış açısı için altyapı oluşturulmasına çalışılmıştır.

4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada 40 soru ve çoktan seçmeli yanıtların yer aldığı bir form kullanılarak üretici firmalara ve çiftçilere yüz yüze anket çalışması uygulanmıştır. Anket soruları hazırlanırken Gülcan Usal'ın 2006 yılında, Selma Karabaş ve A. Zafer Gürler'in 2011 yılında organik üretim yapan işletmeler ile konvansiyonel üretim yapan işletmelerin faaliyetlerinin karşılaştırılmasına yönelik anket çalışmasından esinlenerek hazırlanmıştır. SPSS programında soruların madde ve güvenilirlik testleri için önce 60 adet anket uygulanmış ve 3 adet soru güvenilirliği sağlamadığı için ankette çıkarılmış, anket formu yeniden düzenlendikten sonra alana uygulanmıştır.

Araştırmaya katılanların bazı sorulara yanıt vermekten kaçınması ve bazı sorularda da birden çok seçeneği tercih etmesi nedeniyle bir kısım anketin kapsam dışına çıkarılmasına neden olmuştur. Araştırmada kullanılabilir düzeydeki çiftçilere uygulanan 384 adet ve organik firmalar için düzenlenen 35 adet ankete çeşitli istatistiksel analizler uygulanmıştır.

4.4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni esas alarak geleneksel tarım yapan çiftçilere ve organik üretim yapan firmalara olmak üzere iki kategoride gerçekleştirilmiştir. Araştırma, Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane ve Bayburt illerinde uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın evrenini bu illerde yaşayan geleneksel çiftçiler ile organik üretim yapan firmalar oluşturmaktadır. Çalışmada organik üretim yapan firmalara kolay bir şekilde ulaşılırken, geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere ulaşmak daha zor şartlarda gerçekleşmiştir. Örneklem çerçevesinin(geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin herhangi bir kayıt listesinin bulunmaması) belirlenme zorluğu, örneklem çerçevesi belirlense bile tesadüfi örnekleme yöntemleriyle örneklem çerçevesinden belirlenecek bireylere tek tek ulaşmanın maliyet ve zaman açısından büyük bir külfet getirmesi nedeniyle, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır. Bu amaçla, anketin birinci kategorisinde öncelikle bölge içerisinde organik üretim yapan 35 adet firma tespit edilmiştir. Bu firmalara yönelik bir anket çalışması hazırlanarak uygulamaya konulmuştur. Anketin ikinci kategorisinde geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere yönelik bir anket çalışması düzenlenmiştir. Çiftçilere uygulanacak anket sayısının tespiti yapılırken $[n = \pi(1 - \pi) / (\frac{e}{Z})^2]$ formülü kullanılmıştır. π ve $(1 - \pi)$ değerlerinin hesaplanmasında en büyük varyans değeri olan 0.25 kullanılmıştır. Güven sınırlarının standart normal dağılımdaki karşılığı olan standart sapma (Z) olarak da 0.95 güven aralığı esas alınmıştır. Standart hata (e) olarak da 0.05 belirlenmiştir. Bu formülde değerler yerine konulduğunda gerekli örnek büyüklüğü 384 olarak bulunmuştur. Gerekli olan minimum örnek büyüklüğü 384 olarak bulunduğu için ve daha iyi sonuçlar alabilmek amacıyla her ilin sahip olduğu tarımsal alanların hektar açısından değerlendirilmesi yapılarak anket sayılarının il bazında dağılımı sağlanmıştır.

Tüm sorular SPSS paket programında ayrı ayrı değerlendirilerek frekans dağılımları çıkarılmış, %95 güven aralığında güvenilirlik testleri yapılmış, ortalama, standart sapma değerleri karşılaştırılmış, çapraz tablolara ise Pearson'ın Chi-Square(ki-kare) testi uygulanmıştır.

4.4.5. Araştırma Sonuçları

Anket çalışması analiz edilirken Kaiser-Meyer-Oklın(KMO) değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğu test edilmeye çalışılır. KMO değeri 0 ile 1 arasında değişir. KMO'nun 1 değerini alması değişkenlerin birbirlerini mükemmel bir şekilde, hatasız tahmin edebileceğini gösterir. KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir en alt sınırı gözlem sayısının fazla olduğu anketlerde 0,50'dir. Genel kabul görmüş KMO değerleri ve yorumları aşağıdaki gibidir.

KMO Değerleri ve Yorumları

KMO Değeri	Yorumu
0,80 ve yukarısı	Mükemmel
0,70 ve 0,80 arası	İyi
0,60 ve 0,70 arası	Orta
0,50 ve 0,60 arası	Kötü
0,50'den aşağı	Kabul Edilemez

Çiftçiler için uyguladığımız anket çalışmasının KMO değeri 0,684 olduğundan değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun orta seviyede olduğu görülmektedir. Firmalar için uygulanan anket çalışmasının KMO değeri 0,512 olduğundan değişkenlerin faktör uygunluğunun kötü seviyede olduğu görülmektedir. Firmalar açısından bu değerlerin düşük çıkmasının nedeni gözlem sayısının az olmasıdır.

Faktör analizi sosyal bilimlerde yapı geçerliliğini test etmek için yapılan bir analizdir. Faktör analizi sonrasında her bir faktörün güvenilirliğinin sayısal olarak bulunması gerekmektedir. Güvenilirlik analizi yapılırken Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir. Ancak, soru sayısı az olduğunda bu sınır 0,60 değeri ve üstü olarak kabul edilir.

Çiftçiler için uyguladığımız anket çalışmasının güvenilirlik analizi yapılırken Cronbach's Alpha değeri 0,740 çıkmıştır. Bu durumda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir. Aynı zamanda organik firmalara da uyguladığımız anket çalışmasının güvenilir analizi yapılmış ve Cronbach's Alpha değeri 0,701 çıkmıştır. Bu da ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

4.5. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Organik Üretim Yapan Firmaların Sosyo-Ekonomik Değerlendirilmesi

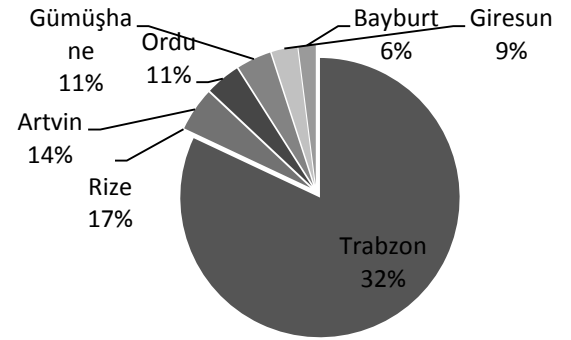
Doğu Karadeniz Bölgesi içerisinde bulunan Trabzon, Rize, Artvin, Ordu, Giresun, Gümüşhane ve Bayburt illerinde organik üretim yapan 35 üretici firmaya yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Resmi kaynaklarda kayıtlı olarak 2 adet daha üretici firma olmasına rağmen gidilen adreslerde böyle firmaların olmadığı tespit edilmiştir.

4.5.1 Anket Uygulanan Firmaların Bulunduğu Yere Ait Bilgiler

Anket yapılan üretici firmaların bölgelere göre dağılımına bakıldığında 11 adetinin Trabzon ilinde bulunduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla Rize, Artvin Ordu, Giresun Gümüşhane ve Bayburt illeri takip etmektedir. Organik ürünlerin satışı ve pazarlanmasının büyük bir kısmı Trabzon ilinde yapılmaktadır.

Tablo 4.10. Anket Yapılan Üreticilerin İllere Göre Dağılımı

İller	Adet	Yüzde(%)
Trabzon	11	31,50
Rize	6	17,10
Artvin	5	14,30
Ordu	4	11,40
Gümüşhane	4	11,40
Giresun	3	8,60
Bayburt	2	5,70
Toplam	35	100,00



4.5.2 Anket Uygulanan Kişilere Ait Bilgiler

Araştırma kapsamında incelenen işletme yönetici konumunda bulunan kişilere ait sosyo- ekonomik özellikler; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, mesleki durum gibi kriterlerin dikkate alınarak ortaya konulmasına çalışılmıştır. Bölge işletmelerinin demografik özelliklerini istatistiki olarak yansıtmak amaçlanmıştır. Bu gerekçeler göz önüne alınarak çalışmada, karar alma durumunda olan yöneticilerin bu özelliklerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Tablo 4.11. Araştırmaya Katılan Yöneticilerinin Demografik Özellikleri (N=35)

Cinsiyet	Frekans	%	Mesleki durum	Frekans	%
Bay	32	91,4	İşletmeci	10	28,6
Bayan	3	8,6	Yönetici	21	60,0
Medeni Durum	Frekans	%	Çiftçi	1	2,9
Bekar	18	51,4	Esnaf	-	-
Evli	16	45,7	Serbest Meslek	1	2,9
Ayrılmış	1	2,9	Emekli	1	2,9
Yaş Grupları	Frekans	%	Diğer(Ev hanımı vs)	1	2,9
0-20 arası	1	2,9	Eğitim Durumu	Frekans	%
21-30 arası	14	40,0	Okuma Yazma Bilmeyen	-	-
31-40 arası	9	20,0	Okur- Yazar	-	-
41-50 arası	9	25,7	İlkokul Mezunu	-	-
51 +	4	11,4	Ortaokul Mezunu	7	20,0
Gelir Düzeyi	Frekans	%	Lise Mezunu	13	37,1
501-2000	2	5,7	Yüksek Okul Yada Üniversite	15	42,9
2001-3000	7	20,0			
3001-5000	6	17,1			
5001+	20	57,1			

Araştırmaya katılan yöneticilerin demografik özellikleri dikkate alınarak hazırlanan Tablo 4.11'e göre araştırmaya %91,4'lük oranla 32 bay, %8,6'lık oranla 3 bayan olmak üzere toplam 35 kişi katılmıştır. Katılımcıları medeni durum açısından değerlendirdiğimizde %51,4'ünü bekar, %45,7'sini evli %2,9'unu ayrılmış kişiler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan yöneticilerin %40,0'ı 21-30 yaş aralığında, %25,7'si de 41-50 yaş gurubunda yer almaktadır. Eğitim durumu açısından ele alındığında yönetici gurubunun %42,9'unun yüksek okul ya da üniversite mezunu, %37,1'inin ise lise mezunu %20'sinin de ortaokul mezunu olduğu görülmektedir. Meslek guruplarına göre dağılımı incelendiğinde ilk sırada %60'la yönetici, bunu %28,6 ile işletmeci ve %2,9 ile emekli, çiftçi, serbest meslek ve diğer meslek gurupları izlemektedir. Araştırmaya katılan yöneticilerin aylık gelirlerine göre dağılımına bakıldığında ilk sırada %57,1'lik oranla 5000 TL'nin üzerinde bir gelir elde edenler yer alırken bunu %17,1'lik bir oranla 3001-5000 TL gelir elde edenler izlemektedir.

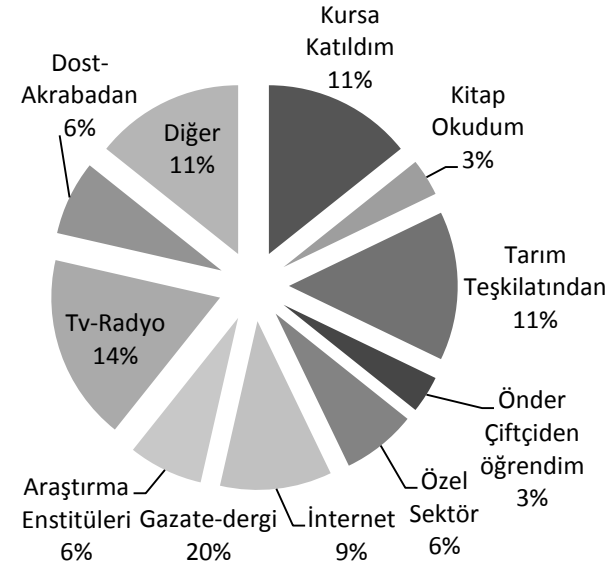
4.5.3. Organik Tarıma Dair Sorular

Üretici firmalara organik tarım faaliyeti hakkında bilgiyi nasıl elde ettiğine dair bir takım sorular yöneltilmiştir. Üreticilere ait özel ve bölgesel değişkenler ile organik

tarım deneyimi, organik tarımın gelir ve değişken masraflar üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Üretici firma sahipleri organik tarım hakkındaki kapsamlı bilgiyi daha çok uygulama aşamasında öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 4.12. Üretici Firma Sahiplerinin Organik Tarım Hakkında Bilgiyi Nasıl Temin Ettiğine Dair Dağılımı

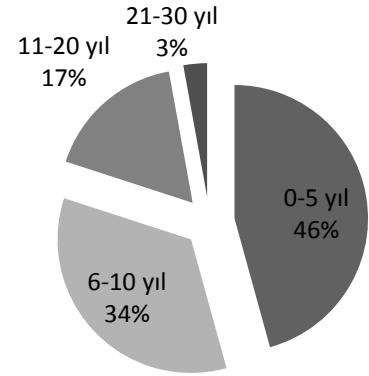
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kursa Katıldım	4	11,4
Kitap Okudum	1	2,9
Tarım Teşkilatından Öğrendim	4	11,4
Önder Çiftçiden Öğrendim	1	2,9
Dost Akrabadan Öğrendim	2	5,7
İnternet	3	8,6
Gazete-Dergi	7	20,0
Araştırma Enstitüleri	2	5,7
Tv-Radyo	5	14,3
Özel Sektör	2	5,7
Bölümünü Okudum	-	-
Diğer	4	11,4
Toplam	35	100,0



Araştırmaya katılan yöneticilerin organik tarım hakkındaki bilgiyi nasıl edindiklerine dair soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.12’de gösterilmiştir. Organik tarıma dair bilgi kaynaklarını işaretlemeleri istenen üreticilerden sadece 4 tanesi kurs eğitimi alarak organik üretime başladıklarını belirtmişlerdir. Eğitim almanın dışında araştırmaya katılan firma sahiplerinin organik tarım hakkındaki bilgiyi nasıl temin ettikleri sorusuna % 20,0’lık oranla 7 kişi gazete-dergilerden, %14,3’lük oranla televizyon ve radyolardan, %11,4’lük kısımda tarım teşkilatından öğrendikleri görülmektedir. Diğer 4 kişinin de makale veya seminer çalışmalarından öğrendiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 4.13. Organik Üretici Firmaların Organik Tarım Faaliyetinde Bulunma Sürelerine Göre Dağılımı

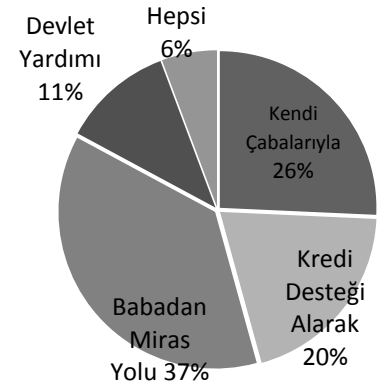
Organik Tarım Faaliyetinde Bulunma Süreleri	Adet	Yüzde(%)
0-5 yıl	16	45,7
6-10 yıl	12	34,3
11-20 yıl	6	17,1
21-30 yıl	1	2,9
30- +	-	-
Toplam	35	100,0



Tablo 4.13’de “Kaç yıldır organik tarım yapmaktasınız?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde 16 kişinin (%45,7) 0-5 yıl arasında, 12 kişinin (%34,3) 6-10 yıl arasında ve 6 kişinin (%17,1) arasında üretim yaptığı belirtilmiştir. Bu soruda katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde organik tarım firmalarının yeterli tecrübeye sahip olmadıkları görülmektedir.

Tablo 4.14. Organik Üretici Firmaların Organik Üretime Başlarken Sermayeyi Nasıl Oluşturduklarına Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kendi Çabalarımla	9	25,7
Kredi Desteği Alarak	7	20,0
Babadan Miras Yoluyla	13	37,1
Devlet Yardımıyla	4	11,4
Hepsi	2	5,7
Toplam	35	100,0

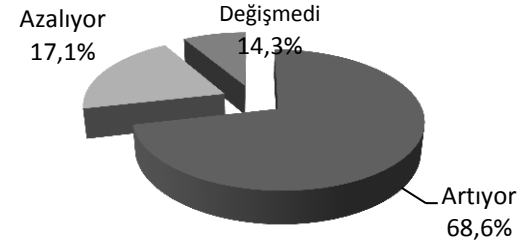


Ankete katılan üretici firmaların “Organik üretime başlarken sermayeyi nasıl oluşturduunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 4.14’de verilmiştir. Üretici firmaların verdikleri cevaplarda 13 kişi %37,1’lik oranla daha çok babadan kalan miras yoluyla sermayeyi oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Firmaların sermaye oluşumunu sırasıyla %25,7’lik oranla kendi desteği, %20’lik oranla kredi desteği ve %11,4’lük oranla devlet desteği olarak gerçekleştirdikleri görülmektedir. Sonuç olarak; organik üretici firmaların üretime başlarken büyük bir çoğunluğunun sermayeyi ya babadan

miras yoluyla ya da kendi çabalarıyla gerçekleştirdiklerini görmekteyiz.

Tablo 4.15. Organik Tarımın Gelir Üzerindeki Etkisine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Arttı	24	68,6
Azaldı	6	17,1
Değişmedi	5	14,3
Toplam	35	100,0

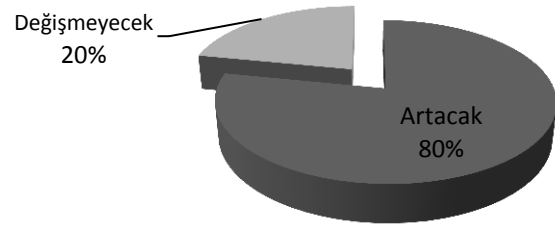


Tablo 4.15’de organik üretim yapan işletmelerde, üreticilerin organik tarımla uğraşması neticesinde gelir üzerinde yaratacağı etkinin ne yönde değişeceğine dair düşüncelerine ait anket sonuçları görülmektedir. Organik firma üreticileri organik tarım faaliyeti yapılması neticesinde gelir üzerinde büyük bir artış yaşandığını 24 kişi yani %68,6’lık oranla ortaya koymuşlardır. %17,1’lik kısmı ise yapılan organik tarım faaliyeti nedeniyle gelirlerinin azaldığını belirtmişlerdir. Üretici firmaların sadece %14,3’lik kısmı ise yapmış olduğu organik tarım faaliyeti neticesinde elde edilen kazançta bir değişme olmadığı cevabını vermişlerdir.

Tablo 4.16a, 4.16b, 4.16c, 4.16d, 4.16e, 4.16f, 4.16g’de “Organik tarıma geçince değişken masraflarımızda nasıl değişiklikler olabilir?” sorusuna verilen cevaplar tablolastırılmıştır.

Tablo 4.16a. Organik Tarıma Geçilmesi Neticesinde Değişken Masrafların İşgücü Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	28	80,0
Azalacak	-	-
Değişmeyecek	7	20,0
Toplam	35	100,00

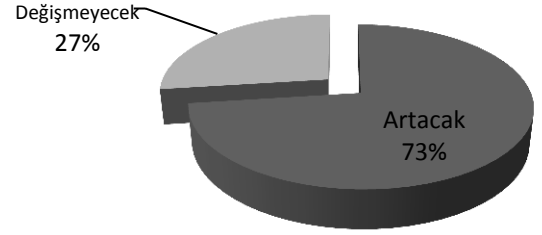


Tablo 4.16a’da organik tarıma geçince değişken masraflardan iş gücünün artacağını belirten 28 üretici firma (%80,0) olduğu görülmüştür. 35 üretici firmadan iş gücünün azalacağını düşünen firma olmamıştır. İşgücüne olan ihtiyacın değişmeyeceğini düşünen 7 (%20,0) üretici firma vardır.

Tablo 4.16b. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Alet-Makine Kirası

Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

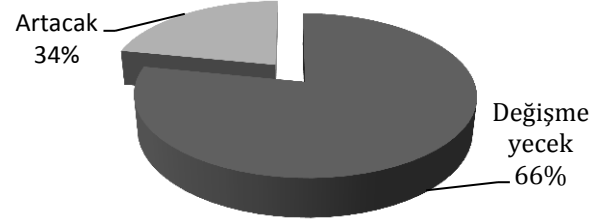
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	24	72,7
Azalacak	-	-
Değişmeyecek	9	27,3
Toplam	33	100,00



Tablo 4.16b’de üreticilerin alet-makine kirası açısından masraflarının değişip değişmediğine dair düşüncelerine ait anket sonuçları görülmektedir. Bu soruda da üretici firmalar organik tarıma geçince değişken masraflardan alet-makine kirasının 24 kişi (%72,7) ile artacak şıkkı işaretlemişlerdir. Üreticilerden hiçbiri alet-makine kirasının azalacağını düşünmemişlerdir. 9 kişi (%27,3) ise alet-makine kirasında herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmişlerdir.

Tablo 4.16c. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Akaryakıt Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

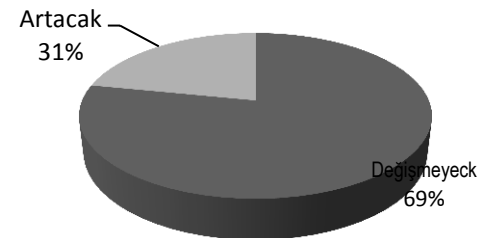
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	12	34,3
Azalacak	-	-
Değişmeyecek	23	65,7
Toplam	35	100,00



Tablo 4.16c’de Firma sahiplerinden 12’si (%34,3) değişken masrafların artacağını düşünmektedir. Tablo 4.16c’de görüldüğü üzere bütün üreticiler akaryakıt masraflarında bir azalış olmayacağını düşünmektedirler. 23 üretici yani %65,7’si akaryakıt masraflarının aynen kalacağını belirtmiştir. Yani firmaların büyük bir çoğunluğu değişken masraflarında herhangi bir değişim olmayacağını düşünmektedir.

Tablo 4.16d. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Sulama Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	11	31,4
Azalacak	-	-
Değişmeyecek	24	68,6
Toplam	35	100,00

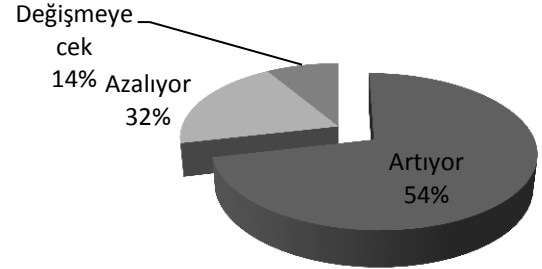


Değişken masraflardan sulama giderlerine verilen cevaplar da, akaryakıt

masrafları ile aynı benzerlik göstermektedir. Üreticilerin 24'ü sulama masraflarının (%68,6) değişmeyeceğini, 11'i (%31,4) artacağını düşünmektedir; fakat değişken masrafların azalacağını düşünen bir üretici bulunmamaktadır.

Tablo 4.16e. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların İlaç Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

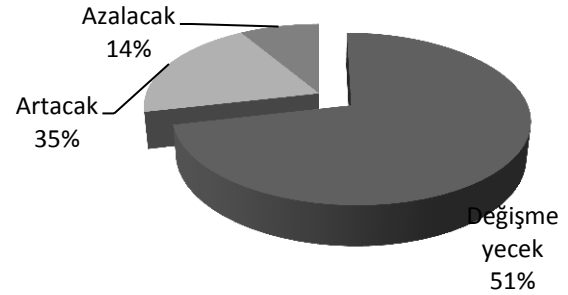
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	19	54,3
Azalacak	11	31,4
Değişmeyecek	5	14,3
Toplam	35	100,00



Tablo 4.16e'de görüldüğü üzere değişken masrafların ilaç açısından nasıl etki yaratacağı sorusuna firma yöneticilerinden 19'u (%54,3) ilaç masraflarının artacağını düşünmektedir. Buna karşılık firma yöneticilerden 11'i (%31,4) ilaç masraflarının azalacağını düşünmektedir. Sadece 5 üretici firma ilaç masraflarında herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmektedir.

Tablo 4.16f. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Gübre Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

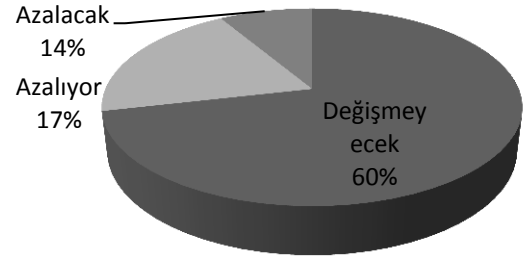
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	12	34,3
Azalacak	5	14,3
Değişmeyecek	18	51,4
Toplam	35	100,00



İşletme sahipleri değişken masraflardan gübre masraflarının artıp artmayacağı konusunda 18 kişi (%51,4) değişmeyeceğini düşünmektedir. 5 üretici firma gübre masraflarının azalacağını düşünmesine rağmen 12 işletme sahibi ise artacağını belirtmektedir.

Tablo 4.16g. Organik Tarıma Geçince Değişken Masrafların Zaman Açısından Nasıl Değişebileceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artacak	6	17,1
Azalacak	5	14,3
Değişmeyecek	21	60,0
Toplam	35	100,00

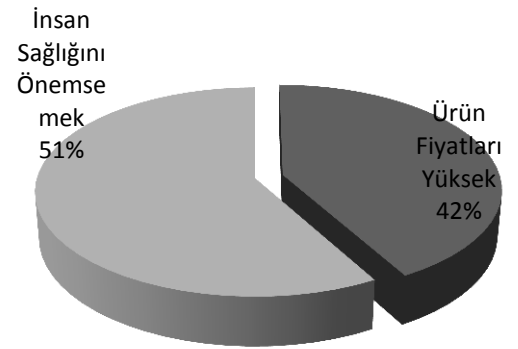


İşletme açısından değişken masrafların zaman içinde artıp artmayacağı konusunda 21 kişi (%60,0) değişmeyeceği, 6 kişi (%17,1) ise değişken masraflarda bir artış yaşanacağı cevabını vermişlerdir. Yine ankete katılan işletme sahiplerinden 5 kişi (%14,3) ise değişken masrafların zaman içerisinde azalacağını düşünmektedirler.

İşletme sahiplerinin değişken masraflarının değişip değişmeyeceği konusunda verdikleri cevaplarda görüldüğü gibi farklı seçeneklere yaklaşık olarak aynı cevaplar verilmiştir. Cevap verenlerin büyük bir bölümünün değişken masrafların değişmeyeceği yönünde bir beklenti içerisinde oldukları görülmektedir.

Tablo 4.17. Üretici Firmaların Organik Tarım Faaliyetine Başlamalarında Etkili Olan Faktörün Ne Olduğuna Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Ürün Fiyatlarının Yüksekliği	13	41,9
Pazarlama ve Satış Garantisi	-	-
İnsan Sağlığını Önemsemesi	18	51,4
Fiyata Prim Verilmesi	-	-
Masrafların Az Olması	-	-
Çevre Sağlığı	-	-
Organik Tarımın Daha Karlı Olması	-	-
Toplam	31	100,00



Tablo 4.17’de üreticilere organik tarıma geçmede en önemli etkenin ne olduğu sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Tablo 4.17’ye bakıldığında organik tarıma geçmede en etkili faktörün 18 kişi (%51,4) ile insan sağlığının önemsenmesi, 13 kişi (%41,9) ile ürün fiyatlarının yüksekliği olduğu belirtilmektedir. Bu durumda üretici

firmaların insan sağlığına büyük önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

4.5.4. Organik Üretime Dair Sorular

Organik tarımsal üretimin hangi faaliyet alanında üretimde bulunduğu, tarım alanlarının ne kadarının organik tarıma ayrıldığı ve elde edilen gelirin ne kadarının organik tarım tarafından karşılandığı birtakım sorularla açıklanmaya çalışılmıştır.

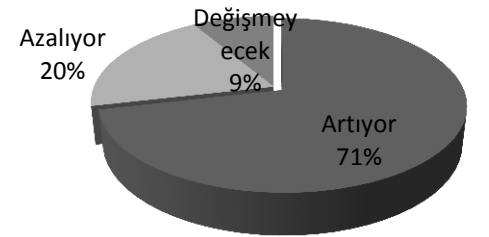
“Hangi organik üretim alanında faaliyet göstermektedir?” sorusuna firma yöneticileri özellikle bölgenin uygunluğu ve yetiştirilme tarzını da göz önüne alarak, çay, fındık, kivi, bal, fidan ve süt ile ilgili ürünlerde organik üretimde bulduklarını belirtmişlerdir.

Ankete katılan organik üretici firmaların “Toplam tarımsal faaliyetimizin yüzde kaçını organik üretim oluşturmaktadır?” sorusuna organik üretici firmalar tarımsal alanlarının %10 ile %30’u arasındaki kısmını organik üretime ayırdıklarını ifade etmişlerdir.

Firma yöneticilerinin “Toplam gelirinizin yüzde kaçını organik üretimden sağlamaktasınız?” sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde üreticiler özellikle Çay ve fındıkta %60 üzerinde organik üretimde bulunurken arı ürünleri ve kivide bu oran %1’lerden %50’lere kadar çıkabilmektedir. Organik hayvancılıkla ilgili olarak da üretici firma herhangi bir gelir elde etmediğini belirtmiştir.

Tablo 4.18a. Organik Üretimin Mevcut Durumdaki Değişimin Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Artıyor	25	71,4
Azalıyor	7	20,0
Değişme Yok	3	8,6
Toplam	35	100,00



Tablo 4.18a’da gösterildiği şekliyle “İlinizde organik üretimin mevcut durumunda artış oluyor mu?” sorusuna 25 kişi (%71,4) “Artıyor”, 7 kişi (%20,0) “Azalıyor”, 3 kişi de (%8,6) “Değişme yok” cevabını vermişlerdir. Organik üretim artıyor diyen üretici firmaların organik tarıma dair sorulara devam etmemeleri istenmiştir. Organik üretim azalıyor cevabını veren üreticilerin sorulara devam etmeleri istenmiş, bu azalmanın nedenlerinin neler olduğunu üretici firmaların cevaplaması

istenmiştir (Tablo4.18b).

Tablo 4.18b. Organik Üretim Azalma Nedenlerine Göre Dağılımı

Nedenler	Yanıtlar	Adet	Yüzde(%)
Pazarlama Sıkıntısı	Azalıyor	1	16,7
Fiyat Sıkıntısı	Azalıyor	3	50,0
Yetiştiricilikle İlgili Bilgi Yetersizliği	Azalıyor	-	-
Diğer Ürünlerin Fiyat- Pazarlama- Üretim vb. Yönlerden Avantajlı Olması	Azalıyor	2	33,3
Diğer	Azalıyor	-	-
Toplam		6	100,00

Tablo 4.18b’de organik üretimin azaldığını düşünen 7 kişi bulunmaktadır. Bunlardan 6 tanesi yanıt vermiştir. Bunların içerisinde 3 kişi (%50,0) organik üretimdeki azalmanın nedenini fiyat sıkıntısından, 2 kişi de (%33,3) diğer ürünlerin fiyat-pazarlama-üretim vb. yönlerden avantajlı olmasından, 1 kişi de (%16,7) pazarlama sıkıntısından kaynaklandığı cevabını vermişlerdir.

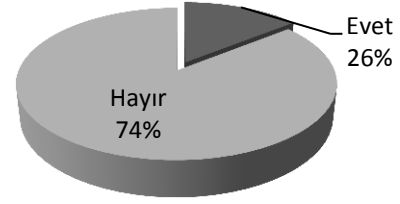
Tablo 4.19. Organik Üretim Yapmanın Avantajları

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Üretimin Kolay Olması	-	-
Boş ve Verimsiz Arazileri Değerlendirmek İçin	4	11,4
Sertifika Almak	-	-
Fiyat ve Pazarlama Avantajları	14	40,0
Getirisinin Fazla Olması	12	34,3
Diğer Üreticilere Örnek Olmak	5	14,3
Diğer	-	-
Toplam	35	100,00

Tablo 4.19’da üreticilerin organik üretim yapmanın avantajının ne olduğuna dair soruya verdikleri cevaplar yer almaktadır. Bu soruya verilen cevaplardan en çok işaretlenen seçenek 14 kişi ile “Fiyat ve pazarlama avantajları” olmuştur. Getirisinin fazla olması da 12 kişiyle %34,3’lük oranla önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Diğer üreticilere örnek olmak, boş ve verimli arazileri de değerlendirmek organik üretimin avantajları arasında gösterilmektedir.

Tablo 4.20. Üreticilerin Sadece Organik Üretim Alanında Üretim Yapıp Yapmama Durumuna Göre Dağılımı

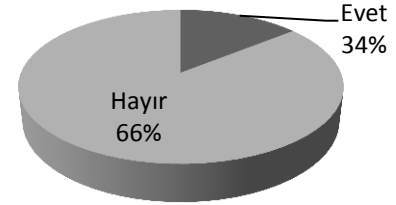
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	9	25,7
Hayır	26	74,3
Toplam	35	100,00



Organik üreticilerin üretim alanında “Sadece organik üretim alanında mı üretim yapıyorsunuz?” sorusuna 26 kişi %74,3’lük oranla ‘Hayır’ cevabını verirken, 9 kişi %25,7’lik oranla “Evet” cevabını vermişlerdir. Yani buradan çıkarılacak sonuç, üretici firmaların sadece organik üretim alanında değil diğer bütün tarımsal alanda da üretim çabası içerisinde olduklarıdır.

Tablo 4.21. Üreticilerin Organik Üretimle İlgili Eğitim Alıp Almadığına Göre Dağılımı

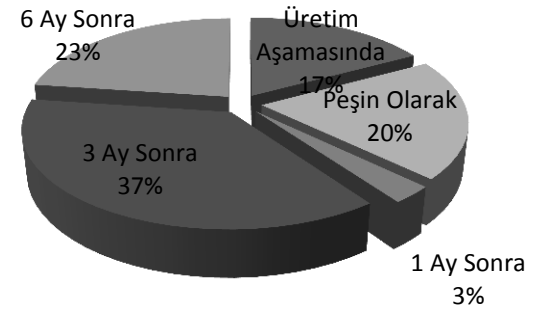
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	12	34,3
Hayır	23	65,7
Toplam	35	100,00



Araştırmaya katılan üreticilerin %34,3’ü organik üretimle ilgili bir eğitim aldıklarını belirtirken %65,7’sinin herhangi bir eğitim almadığını ifade etmişlerdir. Burada 12 üretici eğitim aldıklarını kabul etmişlerdir (Tablo 4.21). Bu eğitimlerini nereden aldıkları sorusunu yönelttiğimiz üreticilerin verdikleri cevaplar genelde ‘kursu katılarak ya da özel işletmelerde çalışarak’ şeklinde olmuştur.

Tablo 4.22. Organik Üretim Yapan Tarım İşletmelerinde Elde Edilen Ürünün Nasıl Tahsil Edildiğine Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Üretim Aşamasında	6	17,1
Peşin Olarak	7	20,0
1 Ay Sonra	1	2,9
3 Ay Sonra	13	37,1
6 Ay Sonra	8	22,9
Tahsil Edilemiyor	-	-
Toplam	35	100,00



Organik tarım işletmelerinde elde edilen ürünün satış aşamasında tahsilatının

nasıl yapıldığı konusunda üreticilerin çoğu tahsilatın zamanında yapılamadığını şikayet etmişlerdir. Üreticilerin verdikleri cevaplar analiz edildiğinde büyük bir çoğunluğun satmış olduğu ürünün tahsilatının 3 ay sonra (%37,1) ya da 6 ay sonra (%22,9) gerçekleştirdiğini ifade etmişlerdir. Üreticilerinden 13 tanesi ise üretim aşamasında ya da peşin olarak organik ürün tahsilatını yaptıklarını belirtmişlerdir (Tablo 4.22).

Tablo 4.23. Organik Üretimden Yıllık Sağlanan Kazanca Dair Düşünceler (Milyon TL)

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
0-10000	9	26,5
10001-50000	5	14,7
50001-100000	14	41,2
100001-250000	5	14,7
2500001 ve Üstü	1	2,9
Toplam	34	100,00

Tablo 4.23’de organik üretimden yıllık sağlanan kazanca dair soruya üreticilerin %41,2’si 50001-100000 arasında bir getiri elde ettikleri, %26,5’i de 0-10000 arasında gelir elde ettikleri cevabını vermişlerdir. Araştırmaya katılan üreticilerin %14,7’si de 100001 250000 TL’nin arasında bir gelir elde ettiklerini belirtmişlerdir. Burada özellikle önemli bir nokta 9 üretici firmanın kazançlarını düşük bir şekilde göstermiş olmalarıdır. Buradan çıkarılabilecek sonuç; bazı üretici firmalar organik üretimden elde ettikleri yıllık kazançlarını paylaşmaktan kaçınmışlardır.

Tablo 4.24. Organik Üretimden Sağlanan Gelirin Yıllık Gelir İçindeki Payına Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
10’dan Az	2	5,7
10-20 Arasında	14	40,0
21-30 Arasında	6	17,1
31-40 Arasında	3	8,6
41-50 Arasında	1	2,9
51-60 Arasında	1	2,9
61’den Fazla	8	22,9
Toplam	35	100,00

Araştırmaya katılan üretici firmaların organik üretimde bulunmaları neticesinde

elde ettikleri gelirin yıllık gelir içindeki payını belirlemeye yönelik soruya verilen cevaplar Tablo 4.24’de gösterilmektedir. Ankete katılan üreticilerin elde ettikleri gelirlerin yıllık gelir içerisinde payı analiz edildiğinde %40,0’ı 10-20 Milyon TL arasında, %17,1’i 21-30 Milyon TL arasında, %22,9’si 61’den fazla, %8,6’sı 31-40 Milyon TL arasında, %5,7’si de 10 milyondan az gelir elde ettikleri görülmüştür.

4.5.5. Organik Ürünün Pazarlanmasına Dair Sorular

Bu bölümde, üretici firmalara üretmiş oldukları organik ürünü hangi pazarlama kanalları vasıtası ile sattıklarını, organik tarım desteklemelerinden ve kredi olanaklarından ne ölçüde yararlandığına dair sorular yöneltilmiştir.

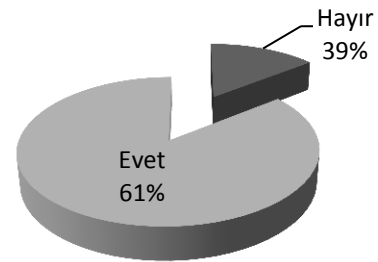
Tablo 4.25. Organik Ürünün Pazarlanmasında Hangi Yolların Tercih Edileceğine Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Yerel Pazarda	2	5,7
Toptancı Aracılığıyla	5	14,3
Alıcı Firmalar Tarafından	16	45,7
Şehir Dışına Kendi İmkanlarımla	5	14,3
Aile İçi veya Eş Dost Aracılığıyla	5	14,3
Diğer	2	5,7
Toplam	35	100,0

Tablo 4.25’de organik ürünlerin pazarlanmasında hangi yolların izleneceği konusunda üretici firmaların verdiği cevaplar yer almaktadır. Üretici firmalar tarafından en çok tercih edilen pazarlama yolu 16 kişi ile alıcı firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir. Alıcı firmaları sırasıyla aile içi veya eş-dost aracılığıyla ve toptancı aracılığıyla pazarlama yolları izlemektedir. Organik ürünün pazarlanması büyük bir oranda alıcı firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Tablo 4.26. Üreticilerin Organik Tarım Desteklemelerinden Faydalanıp Faydalanmama Durumuna Göre Dağılımı

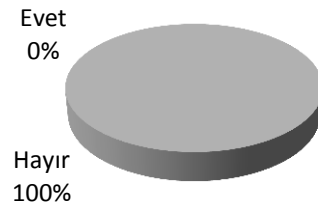
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	20	60,6
Hayır	13	39,4
Toplam	33	100,0



Araştırmaya katılan üretici firmaların “Organik tarım desteklemelerinden faydalıyor musunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 4.26’da gösterilmiştir. Organik firmaların %60,6 gibi büyük bir çoğunluğunun yani 20 adetinin devlet desteklemelerinden faydalandıkları görülmektedir. 13 adet üretici firma organik tarım desteklemelerini kendi yararlarına uygun bulmadıkları için devlet desteklemelerden faydalanmamışlardır.

Tablo 4.27. Organik Tarım Desteklemelerinin Yeterli Bulunup Bulmama Durumuna Göre Dağılımı

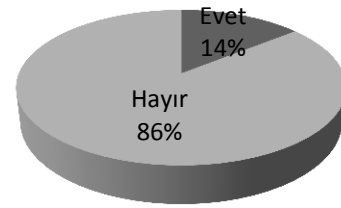
Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	-	-
Hayır	35	100,0
Toplam	35	100,0



“Organik tarım desteklemelerini yeterli buluyor musunuz?” sorusuna üretici firmaların verdikleri cevaplar Tablo 4.27’de yer almaktadır. Üretici firmaların tamamının organik tarım konusunda devlet desteklemelerinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 4.28. Firmaların Organik Üretim İle İlgili Kolay ve Ucuz Kredi Olanaklarını Elde Edip Edememe Durumuna İlişkin Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Evet	5	14,3
Hayır	30	85,7
Toplam	35	100,0



Araştırmaya katılan üretici firmaların üretim ile ilgili kolay ve ucuz kredi olanaklarına ulaşma durumuna göre verdikleri cevaplar Tablo 4.28’de gösterilmektedir. Üreticiler organik üretimle ilgili olarak kolay ve ucuz kredi olanaklarına sahip olmanın ne kadar zor olduğunu %85,7’lik oranda ‘hayır’ cevabını vererek dile getirmişlerdir. Verilen cevaplardan da anlaşıldığı gibi uygun kredi bulma konusunda üretici firmalar büyük bir sorun yaşamaktadırlar.

4.5.6. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Üreticilerin Düşüncelerine Dair Sorular

Çalışmanın bu bölümünde, 2013 yılı itibariyle organik tarım üreticilerinin bölge ekonomisine katkısı konusunda üreticilerin görüşlerine yer verilmiştir. Bu durum 5’li likert ölçeğine göre birtakım sorular yöneltilerek ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 4.29. Organik Üretimin Piyasa Durumu Konusunda Üreticinin Bilgi Düzeyinin Yeterliliğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	10	28,6
Katılmıyorum	22	62,9
Kararsızım	-	-
Katılıyorum	3	8,6
Kesinlikle Katılıyorum	-	-
Toplam	35	100,0

“Organik üretimin piyasa durumu konusunda üreticinin bilgi düzeyini yeterli buluyorum” görüşüne katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 4.30’da görülmektedir. Organik üretimin piyasa durumu konusunda üreticinin bilgi düzeyinin yeterliliğini ölçmeye dayalı önermeye 22 firma “Katılmıyorum” ve 10 firma “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Yani toplamda 32 firma %91,5’lik oranla bu yeterliliğe katılmamaktadır. Sadece 3 firma “Katılıyorum” cevabını vererek bu yeterliliğe katılmaktadır. Buna göre buradan üreticilerin piyasa durumu hakkında bilgi düzeylerinin yeterli olmadığı sonucuna varılacaktır.

Tablo 4.30. Organik Tarım Üretimine İhracata Katkısı Konusunda Üreticinin Bilgi Düzeyinin Yeterliliğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	13	37,1
Katılmıyorum	13	37,1
Kararsızım	4	11,4
Katılıyorum	5	14,3
Kesinlikle Katılıyorum	-	-
Toplam	35	100,0

Organik üretim yapan 35 adet firmanın “Organik tarım üretiminin ihracata katkısı konusunda üreticinin bilgi düzeyini yeterli buluyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.30’da gösterilmektedir. Bu soruya %74,2’si “Kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Bu durumda üretici firmaların organik tarım üretiminin ihracata katkısı konusunda bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu sonucuna varılacaktır.

Tablo 4.31. Elde Edilen Ürünün Pazarlama Kanallarının Yeterliliğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	9	25,7
Katılmıyorum	16	45,7
Kararsızım	-	
Katılıyorum	4	11,4
Kesinlikle Katılıyorum	6	17,1
Toplam	35	100,0

Araştırmaya göre “Elde edilen ürünün pazarlama kanallarını yeterli buluyorum” görüşüne verilen cevaplar Tablo 4.31 de gösterilmektedir. Ankete katılan üretici firmaların %71,4 gibi büyük bir oranının “Katılmıyorum” cevabını vererek pazarlama kanallarının yetersiz olduğunu düşünmektedir. Yani firmaların organik üretim açısından pazarlanma kanallarının gelişmemiş olması elde edilen ürünün istenilen piyasada satılamayacağı anlamına gelmektedir.

Tablo 4.32. Organik Üretim İle İlgili Olarak Devlet Tarafından Yapılan Desteklemelerin Yeterliliğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	30	88,2
Katılmıyorum	2	5,9
Kararsızım	2	5,9
Katılıyorum	-	-
Kesinlikle Katılıyorum	-	-
Toplam	35	100,0

Tablo 4.32’de “Organik üretimle ilgili olarak devlet tarafından yapılan desteklemeleri yeterli buluyorum” görüşüne verilen cevaplar yer almaktadır. Ankete

katılan üretici firmaların %94,1'i devlet desteklemelerinin yeterli olmadığını düşünmektedir. Sonuç olarak, organik üretim firmalar devletin yapmış olduğu desteklemelerin yetersiz olduğunu düşünmektedirler.

Tablo 4.33. Organik Tarımla İlgili Çalışmalarda Devletin İmkânlarından Faydalanılıp Faydalanılmadığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	5	14,7
Kararsızım	5	14,7
Katılıyorum	6	17,6
Kesinlikle Katılıyorum	18	52,9
Toplam	35	100,0

Ankete katılan organik üretim firmalarının “Devletin her türlü imkânlarından faydalanıyorum” görüşüne verdikleri yanıtlar Tablo 4.33’de gösterilmektedir. Üretici firmaların %70,4 gibi büyük bir oranı devletin imkânlarından yararlandıklarını belirtmektedirler.

Tablo 4.34. Organik Tarımın Üreticiyi Kazanç Yönünden Memnun Ettiğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	9	25,7
Katılmıyorum	12	34,3
Kararsızım	11	31,4
Katılıyorum	1	2,9
Kesinlikle Katılıyorum	2	5,7
Toplam	35	100,0

“Organik tarımın üreticiyi kazanç yönünden memnun ettiğini düşünüyorum” önermesine verilen yanıtlar Tablo 4.34’de gösterilmektedir. Ankete katılan firmaların organik üretimden elde ettikleri getiriden memnun olmadıkları görülmektedir. Ankete katılan firmaların %60’ının kazanç yönünden memnun olmadığı, %31,4’ünün de bu konuda kararsız kaldıkları görülmüştür.

Tablo 4.35. Organik Üretimin Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göçü Azaltacağına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	-	-
Kararsızım	6	17,1
Katılıyorum	20	57,1
Kesinlikle Katılıyorum	9	25,7
Toplam	35	100,0

“Organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü azaltacağını düşünüyorum” önermesine verilen cevaplar Tablo 4.35’de gösterilmektedir. Ankete katılan firmaların organik üretimin kırsal kesimden kentsel kesime göçü azaltacağı hakkındaki öneriye % 82,8’i gibi büyük bir oranda katılım görülmektedir. Buradan çıkarılabilecek sonuç; katılımcılara göre organik üretimin artırılması ile birlikte kırsal kesimden kentsel kesime olan göç azalacaktır.

Tablo 4.36. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayacağına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	-	-
Kararsızım	2	5,9
Katılıyorum	12	35,3
Kesinlikle Katılıyorum	20	58,8
Toplam	35	100,0

“Organik üretimin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum” önermesine verilen cevaplar Tablo 4.36’da yer almaktadır. Organik üretim yapan firmaların %94,1’i organik üretimin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünmektedir. Aksi bir cevap düşünen olmamıştır. Burada sadece iki firma kararsız kalmıştır.

Tablo 4.37. Organik Tarım Yapılmasının Yeni İstihdam Alanları Yaratacağına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	-	-
Kararsızım	2	5,8
Katılıyorum	13	37,1
Kesinlikle Katılıyorum	20	57,1
Toplam	35	100,0

“Organik tarım üretimi ile birlikte yeni istihdam alanları yaratılacağını düşünüyorum” düşüncesine verilen cevaplar Tablo 4.37’de gösterilmektedir. Tablodan anlaşılacağı üzere katılımcıların % 94,2’si organik tarım faaliyetinin insanlara yeni iş alanları yaratacağını düşünmektedir. Burada sadece 2 katılımcı kararsız kalmıştır. Yani buradan çıkarılacak sonuç, organik tarım yapan firmalara göre organik tarımın istihdamı artıracaktır.

Tablo 4.38. Organik Tarım Alanında Yatırım Yapmayı Geleneksel Tarım Alanına Göre Daha Karlı Bulma Durumuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	7	20,6
Kararsızım	21	61,8
Katılıyorum	4	11,8
Kesinlikle Katılıyorum	2	5,9
Toplam	35	100,0

“Organik tarım alanında yatırım yapmayı geleneksel tarım alanına göre daha karlı buluyorum” önermesine verilen cevaplar Tablo 4.38’de yer almaktadır. Ankete katılan organik üretici firmalar organik ya da geleneksel tarım üretimi konusunda hangi tarım tekniğinin daha karlı olacağı noktasında %61,8 gibi bir oranla kararsız kalmaktadırlar. %20,6’lık kısmı ise geleneksel tarımı daha uygun bulmaktadır.

Tablo 4.39. Gelecekte Organik Tarımın Her Alanında Üretim Yapmaya Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	8	22,9
Katılmıyorum	5	14,3
Kararsızım	18	51,4
Katılıyorum	3	8,6
Kesinlikle Katılıyorum	1	2,9
Toplam	35	100,0

Araştırma kapsamında “Gelecekte organik tarımın her alanında üretim yapmayı düşünüyorum” görüşüne verilen cevaplar Tablo 4.39’da yer almaktadır. Burada ortaya çıkan durum bir önceki soruyla benzerlik göstermektedir. Organik tarım firmaları %51,4’lük oranla gelecekte organik üretimin her alanında üretim yapma konusunda kararsız kalmaktadırlar. Aynı zamanda ankete katılan firmaların %37,2’lik kısmı ise organik tarımın bazı türlerinde üretim yapmayı düşünmektedirler.

Tablo 4.40. Organik Tarım Üretimini Diğer Üreticilerin de Yapması Konusunda Tavsiyelerde Bulunulmasına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	-	-
Katılmıyorum	13	37,1
Kararsızım	16	45,7
Katılıyorum	3	8,6
Kesinlikle Katılıyorum	3	8,6
Toplam	35	100,0

Katılımcıların “Organik tarım üretimini diğer üreticilerin de yapması konusunda tavsiyelerde bulunuyorum” görüşüne verdikleri yanıtlar Tablo 4.40 yer almaktadır. Buna göre organik üretimle uğraşan firmalar diğer üreticilerin de organik tarım yapması konusunda %37,1’lik bir oranın “Katılmıyorum” cevabını vererek herhangi bir tavsiyede bulunmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların % 45,7’si de bu konuda kararsız kalmaktadırlar.

Tablo 4.41. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Üreticilerin Düşüncelerine Ait Katılım Düzeyleri

	Grup	N	Ort \bar{X}	Std.S (σ)	Vary. (σ) ²	Katılım Düzeyi
Organik Tarım Üretiminin İhracata Katkısı Konusunda Üreticinin Bilgi Düzeyini Yeterli Görüyorum.	Firmalar	35	2,03	1,04	1,09	DÜŞÜK
Organik Ürünün Pazarlama Kanallarının Yeterli Olduğunu Düşünüyorum.	Firmalar	35	2,49	1,44	2,08	ORTA
Organik Tarım Ürünlerin Daha Kolay Pazarlanabilmesi İçin Reklamının İyi Yapılması Gerekliğini Düşünüyorum.	Firmalar	35	4,54	0,70	0,49	YÜKSEK
Organik Tarım Üretim İle İlgili Olarak Devlet Tarafından Yapılan Desteklemeleri Yeterli Buluyorum.	Firmalar	34	1,18	0,52	0,27	DÜŞÜK
Organik Tarım Üretimiyle İlgili Çalışmalarda Devletin Her Türlü İmkanlarından Faydalanıyorum.	Firmalar	34	4,09	1,14	1,30	YÜKSEK
Organik Tarımın Üreticiyi Kazanç Yönünden Memnun Ettiğini Düşünüyorum.	Firmalar	35	2,29	1,07	1,15	DÜŞÜK
Bir Üretici Olarak Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göçü Azaltacağını Düşünüyorum.	Firmalar	35	4,09	0,66	0,44	YÜKSEK
Organik Üretim Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayacağını Düşünüyorum.	Firmalar	34	4,53	0,62	0,38	YÜKSEK
Organik Tarım Üretimi İle Birlikte Yeni İstihdam Alanları Yaratılacağını Düşünüyorum.	Firmalar	35	4,51	0,61	0,38	YÜKSEK
Organik Tarım Alanında Yatırım Yapmayı Geleneksel Tarım Alanına Göre Daha Karlı Buluyorum.	Firmalar	34	3,03	0,76	0,58	ORTA
Gelecekte Organik Tarımın Her Alanında Üretim Yapmayı Düşünüyorum.	Firmalar	35	2,54	1,04	1,08	ORTA
Organik Tarım Üretimini Diğer Üreticilerin de Yapması Konusunda Tavsiyelerde Bulunuyorum.	Firmalar	35	2,89	0,90	0,81	ORTA

($\bar{X} = 1.00 - 2.33$ ise Düşük; $\bar{X} = 2.34 - 3.66$ ise Orta; $\bar{X} = 3.67 - 5.00$ ise Yüksek)

Tablo 4.41’de organik üretimin bölge ekonomisine katkısı konusunda üreticilerin düşüncelerine ilişkin önermelerine katılım derecelerinin ortalamaları ve standart sapma değerleri verilmiştir. Bu önermeler bize firmaların organik tarımın bölge

ekonomisine yaratacağı etkiye yönelik bakış açılarını göstermektedir. Tabloya göre aritmetik ortalama 1.00 ile 2.33 arasında ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum, aritmetik ortalama 2.34 ile 3.66 arasında ise katılan ve katılmayan kişilerin neredeyse eşit olduğunu fakat genelde kararsız bir tutum gösterdiğini ve son olarak aritmetik ortalama 3.67 ile 5.00 arasında ise katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarının olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlardan hareketle “Organik tarım üretiminin ihracata katkısı konusunda üreticinin bilgi düzeyini yeterli görüyorum” önermesine firmaların katılımı düşük çıkmıştır. “Elde ettiğiniz organik ürünün pazarlama kanallarının yeterli olduğunu düşünüyorunuz?” önermesinde üreticiler kararsız kalmışlardır.

“Organik tarım ürünlerin daha kolay pazarlanabilmesi için reklamının iyi yapılması gerektiğini düşünüyorum” önermesine firmaların katılımı yüksek çıkarken “Organik tarım üretim ile ilgili olarak devlet tarafından yapılan destekleri yeterli buluyorum” görüşüne firmaların katılımı düşük olmuştur.

“Organik tarım üretimiyle ilgili çalışmalarda devletin her türlü imkanlarından faydalanıyorum” önermesine karşı firmaların katılımı yüksek çıkmıştır. “Organik tarımın üreticiyi kazanç yönünden memnun ettiğini düşünüyorum” görüşüne firmaların katılımı düşük çıkmıştır.

“Bir üretici olarak organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü azaltacağını düşünüyorum” ve “Organik üretimin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum” sorusuna katılım yüksek çıkmıştır.

“Organik tarım üretimi ile birlikte yeni istihdam alanları yaratılacağını düşünüyorum” düşüncesine katılım yüksek çıkmıştır. “Organik tarım alanında yatırım yapmayı geleneksel tarım alanına göre daha karlı buluyorum” düşüncesine karşı firmalar kararsız kalmışlardır.

“Gelecekte organik tarımın her alanında üretim yapmayı düşünüyorum” ve “Organik tarım üretimini diğer üreticilerin de yapması konusunda tavsiyelerde bulunuyorum” düşüncelerine karşı firmalar kararsız kalmışlardır.

4.6. Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Organik Üretime Bakış Açılarının Değerlendirilmesi

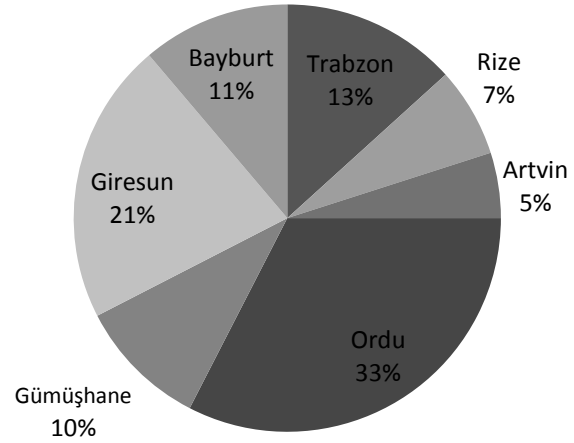
Doğu Karadeniz Bölgesi içerisinde bulunan Trabzon, Rize, Artvin, Ordu, Giresun, Gümüşhane ve Bayburt illerinde Geleneksel tarımla uğraşan 384 üretici çiftçiye yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket sorularından elde edilen bilgiler tablolaştırılarak gerekli değerlendirmeler yapılmaya çalışılmıştır.

4.6.1 Anket Uygulanan Geleneksel Tarım Üreticilerin Bulunduğu Yere Ait Bilgiler

Anket uygulaması yapılırken bölgenin sahip olduğu tarım alanlarının hektar oranları dikkate alınarak dağılım yapılmıştır. Anket yapılan Geleneksel tarım üreticilerin buldukları bölgelere göre dağılımına bakıldığında 125 adetinin yani %32,60'ının Ordu ilinde bulunduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla Giresun, %21,40, Trabzon %13,30, Bayburt %11,20, Gümüşhane %9,90, Rize %6,80 ve Artvin % 4,90'lık oranla izlemektedir. Tarım alanlarının dağılımı açısından en büyük oran Ordu ve Giresun illerine aittir (Tablo 4.42).

Tablo 4.42. Anket Yapılan Üreticilerin İllere Göre Dağılımı

İller	Adet	Yüzde(%)
Trabzon	51	13,30
Rize	26	6,80
Artvin	19	4,90
Ordu	125	32,60
Gümüşhane	38	9,90
Giresun	82	21,40
Bayburt	43	11,20
Toplam	384	100,00



4.6.2. Anket Uygulanan Kişilere Ait Bilgiler

Geleneksel tarım faaliyetinde bulunan çiftçilere ait kişisel bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında geleneksel tarım üreticilerinin demografik özellikleri cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, eğitim durumu, mesleki durumu, aile

büyüküğü, arazi mülkiyet durumu gibi kriterler dikkate alınarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu durum Tablo 4. 43'te gösterilmiştir.

Tablo 4.43. Araştırmaya Katılan Geleneksel Tarım Üreticilerinin Demografik Özellikleri (N=384)

Cinsiyet	Frekans	%	Mesleki durum	Frekans	%
Bay	255	66,4	Çiftçi	149	38,8
Bayan	129	33,6	Emekli	53	13,8
Medeni Durum	Frekans	%	Memur	21	5,5
Bekar	58	15,1	İşçi	32	8,3
Evli	306	79,7	Esnaf	21	5,5
Ayrılmış	20	5,2	Serbest Meslek	49	12,8
Yaş Grupları	Frekans	%	Öğrenci	10	2,6
0-20	10	2,6	Öğretmen	7	1,8
21-30	56	14,6	Diğer(Ev hanımı vs)	42	10,9
31-40	83	21,6	Aile Büyüklüğü	Frekans	%
41-50	111	28,9	1	67	17,6
51 +	124	32,3	2	64	18,8
Eğitim Durumu	Frekans	%	3	79	20,8
Okuma Yazma Bilmeyen	43	11,2	4 ve üstü	170	44,7
Okur- Yazar	32	8,3	Toplam	380	100
İlkokul Mezunu	122	31,8	Arazi Mülkiyet Durumu	Frekans	%
Ortaokul Mezunu	67	17,4	Mülk	262	69,1
Lise Mezunu	65	16,9	Kira	71	18,7
Yüksek Okul Ya da Üniversite	54	14,1	Ortakçı	46	12,1
Toplam	384	100	Toplam	379	100

Araştırmaya katılan geleneksel tarım üreticilerinin demografik özellikleri dikkate alınarak hazırlanan Tablo 4.43'e göre araştırmaya %66,4'lük oranla 255 bay, %33,6'lık oranla 129 bayan olmak üzere toplam 384 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan tarım üreticilerin %32,3'ü 51 ve üstü yaş aralığında yer alırken, %28,9'u da 41-50 arası yaş gurubunda yer almaktadır. Buradan tarım faaliyetiyle daha çok yaşlı nüfusun ilgilendiği genç nüfusun tarım faaliyetine yeterince ilgi duymadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Eğitim durumu açısından ele alındığında üretici gurubunun %31,8'inin ilkokul mezunu, %17,4'ünün ise ortaokul mezunu olduğu görülmektedir. Meslek guruplarına göre dağılımı incelendiğinde ilk sırada %38,8 ile çiftçiler, bunu sırasıyla %13,8 ile emekliler, %12,8 ile de serbest meslek sahipleri izlemektedir. %10,9'luk kısmı ise kendilerini ev hanımı olarak tanımlamaktadır. Araştırmaya katılan tarım üreticilerinin aile

büyükliğünün dağılımına bakıldığında ilk sırada %44,7'lik oranla 4 ve üzerinde, %20,8'lik oranla 3, %18,8 ile de 2 kişilik bir aile büyüklüğüne sahip olduğu görülmektedir. Arazi mülkiyet durumu incelendiğinde tarım üreticilerinin kullandıkları alanların %69,1'inin kendilerine ait arazileri oluştururken, %18,7'lik bir kısmını da kiralarak kullandıkları görülmektedir.

Tablo 4. 44. Üreticilerin Sivil Toplum Örgütlerine Üyelik Durumuna Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Ziraat Odası	92	24,3	24,3
Tarımsal Amaçlı kooperatif	53	14,0	38,3
Üretici Birlikleri	18	4,7	43,0
Herhangi Bir Sivil Toplum Birliğine Üye Değilim	216	57,0	100,0
Toplam	379	100,0	

Araştırmaya katılan üreticilerin herhangi bir sivil toplum örgütüne üyelik durumuna ait düşünceleri Tablo 4.44'te gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü gibi üreticilerin %56,3'lük gibi büyük bir kısmının herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olmadıkları, üye olanlarında % 24,3'ü ziraat odasını, %14,0'ü tarımsal amaçlı kooperatifleri, %4,7'si de üretici birliklerini tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.45. Geleneksel Tarımla Uğraşan Üreticilerin Çiftçi Kayıt Sistemine Kayıtlı Olup Olmama Durumuna Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	102	26,6	26,6
Hayır	282	73,4	100,0
Toplam	384	100,0	

Araştırma kapsamında geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerden %73,4'ü çiftçi kayıt sisteminde herhangi bir kaydı bulunmazken, geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerden sadece %26,6'sının çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olduğu görülmektedir (Tablo 4.45). Bu tablodan geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin büyük bir çoğunluğunun kayıt altında olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4.46. Geleneksel Tarımla Uğraşan Üreticilerin Sosyal Güvenceye Sahip Olup Olmama Durumlarına Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	145	38,00	38,00
Hayır	237	62,00	100,0
Toplam	382	100,0	

Tablo 4.46’da geleneksel tarımla uğraşan üreticilerin sosyal güvenceye sahip olup olmama durumuna cevap aranmıştır. Buna göre tarımla uğraşan üreticilerin %62’sinin herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmadıkları belirtilirken buna karşılık sadece %38’lik kısmının bir sosyal güvenceye sahip olduğu görülmüştür. Yani buradan çıkarılacak sonuç, geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin yaşamlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri için elde ettikleri kazançlar yeterli görülmemektedir.

4.6.3. Geleneksel ve Organik Tarıma Dair Sorular

Çiftçilerin, üretim faaliyetinde bulunurken geleneksel ve organik tarıma bakış açıları değerlendirilmiştir. Öncelikle çiftçilerin geleneksel ve organik tarım hakkındaki düşünceleri analiz edilme çabası içine girilmiş, bunun tespitini yapabilmek için birtakım sorular yöneltilerek cevaplar alınmaya çalışılmıştır.

Tablo. 4.47. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunma Sürelerine Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
0-5	47	12,3	12,3
6-10	69	18,1	30,4
11-20	97	25,4	35,8
21-30	67	17,5	73,3
30 ve üstü	102	26,7	100,0
Total	382	100,0	

Tablo 4.47’de çiftçilerin geleneksel tarım faaliyetinde bulunma süreleri gösterilmiştir. Tablodan anlaşıldığı üzere ankete katılan kişilerin büyük bir çoğunluğunun yani %69,7’sinin uzun bir süredir tarımsal faaliyetle uğraştığı görülmektedir. Tarımsal faaliyete yeni başlayanlar ise %12,3 gibi düşük bir orandadırlar.

Tablo 4.48. Çiftçilerin Tarım Faaliyetinde Bulunurken Tercih Ettikleri Geleneksel Tarım Türleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Bitkisel Üretim	179	46,7	46,7
Büyük Baş Hayvancılık	123	32,17	78,9
Balıkçılık	3	0,8	79,6
Arıcılık	32	8,4	88,0
Küçük Baş Hayvancılık	30	7,8	95,8
Tavukçuluk	16	4,2	100,0
Toplam	383	100,0	

Araştırmaya katılan tarımsal üreticilerin hangi geleneksel tarım faaliyetinde bulduklarına dair düşünceleri Tablo 4.48’de gösterilmektedir. Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin %46,7’lik oranının bitkisel üretimle, %32,17’lik oranının büyük baş hayvancılıkla ve %8,4’lük oranının da arıcılıkla uğraştığı görülmektedir.

Tablo 4.49. Çiftçilerin Geleneksel Tarıma Başlarken Sermayeyi Oluşturma Durumlarına göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Kendi çabalarımla	250	65,1	65,1
Kredi desteği alarak	40	10,4	75,5
Babadan miras yoluyla	81	21,1	96,6
Devlet yardımıyla	5	1,3	97,9
Hepsi	8	2,1	100,0
Toplam	375	100,0	

Araştırmaya katılan kişilerin geleneksel tarıma başlarken sermayeyi nasıl oluşturduklarına ait düşünceleri Tablo 4.49’da verilmektedir. Tablo 4.48’de görüldüğü gibi çiftçiler geleneksel tarıma başlarken sermayeyi %65,1’lik oranla kendi çabalarıyla oluşturmuştur. Bu durumu %21,1 ile babadan miras kalması, %10,4 ile de kredi desteği almak izlemektedir.

Tablo 4.50. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Desteklemeleri Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	200	52,1	52,1
Hayır	184	47,9	100,0
Toplam	384	100,0	

Çiftçilerin geleneksel tarım desteklemeleriyle ilgili olarak bilgilerinin olup olmadığına dair soruya verdikleri yanıtlar Tablo 4.50’de gösterilmektedir. Buna göre geleneksel tarım desteklemeleriyle ilgili olarak çiftçilerin %52,1’lik gibi bir oranının desteklemeler hakkında bilgi sahibi oldukları görülmektedir.

Tablo 4.51. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunurken Kredi Kullanma Durumuna Göre Dağılımı

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam (%)
Her Yıl	18	4,8	4,8
Yılda Bir Kez	18	4,8	9,5
Gerektiğinde	69	18,3	27,8
Kullanmıyorum	273	72,2	100,0
Toplam	378	100,0	

Tablo 4.51’de çiftçilerin geleneksel tarım faaliyetlerinde bulunurken kredi kullanıp kullanmadığına dair düşüncelerine ait anket sonuçları görülmektedir. Bu soruda da çiftçilerin kredi konusundaki düşünceleri analiz edildiğinde, ankete katılan 378 kişiden 273’ü yani %72,2’lik kısmının herhangi bir şekilde kredi kullanmadıkları görülmektedir. Çiftçilerden ankete katılanlardan 69 kişi yani %18,3’ü ise gerektiği zaman kredi kullanımını kabul etmişlerdir. Düzenli bir şekilde kredi kullanan sayısı 18 kişi ile yani %4,8’lik oranla oldukça düşük bir paya sahiptir.

Tablo 4.52. Çiftçilerin Geleneksel Tarım Yapma Sebepleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Geçimini Sağlamak	279	73,2	73,2
Yüksek Kazanç Elde Etmek	44	11,5	84,8
Maliyetlerin Düşük Olması	18	4,7	89,5
Verimin Yüksek Olması	20	5,2	94,8
Pazarlamanın Kolay Olması	20	5,2	100,0
Toplam	381	100,0	

Tablo 4.52’de çiftçilerin geleneksel tarım yapmalarındaki sebepler sıralandığında en büyük payı %73,2’lik oranla ‘geçimini sağlamak’ almaktadır. Bunu %11,5’lik oranla ‘yüksek kazanç elde etmek’ izlemektedir. Buradan çıkarılabilecek sonuç; çiftçilerin büyük bir oranı ticari amaçlı tarımsal faaliyette bulunmak yerine sadece günlük ihtiyaçlarını karşılamak için üretimde bulunmaktadır.

Tablo 4.53. Çiftçilerin Geleneksel Ürün Tahsilatını Nasıl Yaptıklarına Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam (%)
Üretim Aşamasında	63	16,8	16,8
Peşin Olarak	155	41,2	58,0
1 Ay Sonra	58	15,4	73,4
3 Ay Sonra	30	8,0	81,4
6 Ay Sonra	33	8,8	90,2
Tahsil Edilemiyor	37	9,8	100,0
Toplam	376	100,0	

Çiftçilerin geleneksel ürün tahsilâtını nasıl yaptıklarına dair soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.53’te gösterilmektedir. Çiftçiler elde ettikleri ürünlerin satışını büyük bir oranda üretim aşamasında ya da peşin olarak yapmaktadırlar(%58). Çiftçilerden az da olsa %9,8 oranlık kısmı satışını yaptığı ürününün tahsilâtını gerçekleştirilememektedir.

Tablo 4.54. Çiftçilerin Gelecekte de Geleneksel Tarım Faaliyetine Devam Edip Etmemelerine Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam (%)
Evet	278	73,4	73,4
Hayır	101	26,6	100,0
Toplam	379	100,0	

Tablo 4.54’te geleneksel tarımla uğraşan üreticilerin gelecekte de geleneksel tarım faaliyetinde bulunup bulunmayacağına dair soruya verdikleri cevaplar gösterilmektedir. Ankete katılan 379 geleneksel tarım üreticilerinden 278’i gelecekte de geleneksel tarım yapmayı düşünmelerine karşılık 101 kişi geleneksel tarım faaliyetinde bulunmayı düşünmemektedir. Yani tablodan anlaşıldığı gibi çiftçilerin %73,4 gibi büyük bir çoğunluğunun gelecekte de geleneksel tarım faaliyetine devam edeceği görülmektedir.

Tablo 4.55a. Geleneksel Üreticilerin Organik Tarım Hakkında Yeterli Bilgiye sahip Olup Olmamasına Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam (%)
Evet	187	49,5	49,5
Hayır	191	50,5	100,0
Toplam	378	100,0	

Tablo 4.55a’da organik tarım hakkında geleneksel üreticilerin yeterli bilgisinin olup olmadığına dair soruya verdikleri cevaplar gösterilmektedir. Ankete katılan kişilerin organik tarımın ne olduğunu daha önce duymuş olmalarına karşın %50,5’inin organik tarım hakkında yeterince bilgiye sahip olmadığı görülmektedir. Bu da organik tarımın geleneksel tarımla uğraşan üreticiler açısından çok da benimsenmediği anlamına gelmektedir.

Tablo 4.55b. Organik Tarım Hakkında Bilginiz Varsa Nereden Kazanıldığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Kursa Katıldım	36	16,8	16,8
Kitap Okudum	12	5,6	22,4
Tarım Teşkilatından	21	9,8	32,2
Önder Çiftçiden Öğrendim	48	22,4	54,7
Dost-Akrabadan Öğrendim	56	26,2	80,8
İnternette	4	1,9	82,7
Gazete-dergi	14	6,5	89,3
Araştırma Enstitüsü	1	0,5	89,7
Tv-radyo	14	6,5	96,3
Özel Sektör	4	1,9	98,1
Fuara Katıldım	3	1,4	99,5
Diğer	1	0,5	100,0
Toplam	214	100,0	

Ankete katılan 378 kişiden 214’ü organik tarım hakkında yeterli derecede bilgi sahibi olduklarını ortaya koymuştur. “Organik tarım hakkında bilgiyi nereden kazandınız?” sorusuna verilen cevaplar Tablo 4.55b’de gösterilmektedir. Bu bilgiyi %26,2’lik kısmı dost-akrabadan, %22,4’lük kısmı önder çiftçiden ve %16,8’lik kısmı da kursa katılarak elde ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 4.56. Organik Tarım Yapıp Yapmama Durumuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam Yüzde
Evet	172	46,5	46,5
Hayır	198	53,5	100,0
Toplam	370	100,0	

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere “Organik tarım yapıyor musunuz” sorusunu yönelttiğimizde, katılımcıların yarısından fazlası organik tarımla ilgilenmedikleri cevabını vermişlerdir (Tablo 4.56). Bu durum Tablo 4.56’da ‘hayır’ cevabının %53,5’lik oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.57. Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Organik Tarım Yapmasında Etkili Olan Nedenler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Fiyata Prim Verilmesi	20	8,8	8,8
Gelirini Artırmak	69	30,4	39,2
Sertifika Almak ve Devam Etmek	9	4,0	43,2
Deneyim Kazanmak ve İşgücünü Değerlendirmek	17	7,5	50,7
Diğer Üreticilere Örnek Olmak	11	4,8	55,5
Çevre duyarlılığı	19	8,4	63,9
Sağlığın Korunması	82	36,1	100,0
Toplam	227	100,0	

Geleneksel Tarımla uğraşan çiftçilere “Organik tarım yapmalarındaki en büyük etken nedir?” sorusu yöneltmiş ve bunun neticesinde alınan cevaplar Tablo 4.57’de gösterilmiştir. Ankete katılan geleneksel üreticiler organik tarım yapma nedeni olarak öncelikle %36,1’i sağlığın korunması, %30,4’ü ise gelirlerini artırmak gibi etkenleri tercih etmişlerdir.

Tablo 4.58. Organik Tarım Faaliyetinin Geliri Ne Yönde Değiştireceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Artacak	212	56,7	56,7
Azalacak	46	12,3	69,0
Değişmeyecek	116	31,0	100,0
Toplam	375	100,0	

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik tarım hakkındaki düşünceleri gelir açısından analiz edildiğinde, bu durum Tablo 4.58’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan geleneksel üreticilerin verdikleri cevaplar neticesinde organik tarım faaliyetinin çiftçilerin gelirlerinde %56,7’lik oranla büyük bir artış yaratacağını ifade etmekte fakat bir kısmı da %31,0’lik oranla organik tarımın gelir üzerinde herhangi bir etkisi olmayacağını düşünmektedirler. Organik tarımın geliri azaltacağını düşünenler %12,3’lük gibi düşük bir orana sahiptir.

Tablo 4.59. Organik Tarım Faaliyetinin Fiyatı Ne Yönde Değiştireceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Artacak	206	56,1	56,1
Azalacak	65	17,7	73,8
Değişmeyecek	96	26,2	100,0
Toplam	367	100,0	

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik tarım hakkındaki düşünceleri fiyat açısından analiz edildiğinde, bu durum Tablo 4.59’da gösterilmiştir. Araştırmaya katılan geleneksel üreticilerin verdikleri cevaplar neticesinde organik tarım faaliyetinin %56,1 oranında fiyatta bir artış yaratacağını ortaya koymaktadır. Buna karşılık %26,2’si organik tarımın fiyatta herhangi bir etki yaratmayacağını %17,7’lik bir kısmı da fiyatı azaltacağını düşünmektedirler.

Tablo 4.60. Geleneksel Tarım Üreticilerinin Organik Tarım Faaliyetinde Bulunurken Karşılaştığı En Önemli Sorunun Ne Olduğuna Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Verimin Düşük Gerçekleşmesi	87	23,4	23,4
Maliyetlerin Yüksek Olması	80	21,5	44,9
Devlet Desteğinin Olmaması	31	8,3	53,2
Gübresiz, İlaçsız Üretimin söz Konusu Olmaması	33	8,9	62,1
Pazarlama Garantisinin Olmaması	30	8,1	70,2
Organik Tarıma Elverişli Bölge Bulma Zorluluğu	29	7,8	78,0
Tüketicinin Bilinçli Olmaması	16	4,3	82,3
Hepsi	66	17,7	100,0
Toplam	372	100,0	

Araştırmaya katılan geleneksel tarım üreticilerinin organik tarım faaliyetinde bulunurken karşılaştıkları en önemli sorunun ne olduğu yönündeki soruya verdikleri cevaplar Tablo 4.60'da gösterilmiştir. Tabloya göre geleneksel üreticiler organik tarım faaliyetinde bulunurken en büyük sorun olarak verimin düşük gerçekleşmesini (%23,4) ve maliyetlerin yüksek olmasını(%21,5) görmüşlerdir. Araştırmada verilen diğer cevaplar eşit bir dağılım gösterirken ankete katılanların %17,7'lik kısmı da bütün bu nedenlerin organik tarım için önemli sorunlar teşkil ettiğini belirtmişlerdir.

Tablo 4.61. Geleneksel Tarım Üreticilerinin Organik Tarım Desteklemeleriyle İlgili Bir Bilgiye Sahip Olup Olmadığına Dair Düşünceleri

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	129	33,9	33,9
Hayır	251	66,1	100,0
Toplam	380	100,0	

Organik tarım desteklemeleriyle ilgili olarak geleneksel tarım üreticilerinin bilgi düzeyini belirlemeye yönelik cevaplar Tablo 4.61'de gösterilmiştir. Organik tarım desteklemeleriyle ilgili olarak geleneksel üreticilerin %66,1'lik oranının herhangi bir bilgiye sahip olmadığı görülmektedir. Sadece %33,9'luk kısmının organik tarım desteklemeleri hakkında bilgi sahibi oldukları belirtilmektedir.

Tablo 4.62. Organik Tarımı Geleneksel Tarımdan Ayıran En Önemli Özelliğin Ne Olduğuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde (%)	Toplam (%)
Sözleşmeli Üretimle Birlikte Satın alma garantisi vermek	52	13,7	13,7
Doğayı Korumak	39	10,3	23,9
Yüksek Kazanç Elde Etmek	84	22,1	46,1
Kaliteli İnsan Gıdası Üretmek	203	53,4	99,5
Diğer	2	0,5	100,0
Toplam	380	100,0	

Araştırma kapsamında 380 katılımcının yanıtladığı cevaplar Tablo 4.62'de gösterilmektedir. Burada "Organik tarımı geleneksel tarımdan ayıran en büyük özellik nedir?" sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırmaya katılan geleneksel üreticilerin %53,4'ü kaliteli insan gıdası üretmeyi organik tarımın en önemli ayırt edici özelliği olarak

görmüşlerdir. Aynı şekilde kaliteli insan gıdası üretmeye ek olarak yüksek kazanç elde etmeyi de %22,1'lik oranla tercih ederek diğer bir ayırt edici özellik olarak kabul etmişlerdir. Katılımcılardan 2 tanesi, bu özelliklerden farklı olarak devlet denetimine dayalı doğal ürünler elde edilmesini organik tarımı geleneksel tarımdan ayıracak özellikler arasında görmüşlerdir.

Tablo 4.63. Bölge Ekonomisi İçin Hangi Tarım Çeşidinin Daha Uygun Olduğuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Geleneksel(Klasik) Tarım	186	48,9	48,9
Organik Tarım	136	35,8	84,7
Sürdürülebilir Tarım	57	15,0	99,7
Diğer	1	0,3	100,0
Toplam	380	100,0	

Tablo 4.63'te bölge ekonomisi için hangi tarım tekniğinin daha uygun olduğuna dair soruya cevap aranmıştır. Buna göre bölge ekonomisi için katılımcıların 186'sı geleneksel tarım tekniğinin, 136'sı organik tarım tekniğinin, 57'si ise sürdürülebilir tarım tekniğinin daha uygun olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılardan sadece bir tanesi, bu tekniklerden farklı olarak, tohumun kalitesinin yüksek, veriminin çok olduğu devlet denetiminin sürekli yapıldığı bir tarım tekniğinin olması gerektiğini uygun bulmuştur.

Tablo 4.64. Bölge Şartları İçin Hangi Tarım Çeşidinin Daha Elverişli Olduğuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Geleneksel(modern) Tarım	208	55,0	55,0
Organik Tarım	125	33,1	88,1
Sürdürülebilir Tarım	44	11,6	99,7
Diğer	1	0,3	100,0
Toplam	378	100,0	

Tablo 4.64'te bölge şartları için hangi tarım çeşidinin uygun olduğuna dair soruya verilen yanıtlar gösterilmektedir. Bu tabloya göre katılımcıların% 55,0'i bölge şartları için en uygun tarım tekniği olarak geleneksel tarımı görmektedirler. Geleneksel tarım tekniğini sırasıyla organik tarım (%33,1) ve sürdürülebilir tarım(11,6) izlemektedir.

Katılımcılardan bir tanesi bunlardan farklı bir tekniği tercih etmiş ama gerekli açıklamayı yapmamıştır.

Tablo 4.65. Bulduğunuz İilde Organik Tarım Faaliyetinin Artıp Artmadığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	172	44,9	44,9
Hayır	160	41,8	86,7
Değişmiyor	51	13,3	100,0
Toplam	383	100,0	

Yaşadığınız çevrede organik tarım faaliyetinin ne yönde değişeceğine yönelik soruya verilen cevaplar Tablo 4.65'te gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edildiğinde %44,9'luk kısmı organik tarım faaliyetinin artacağını, %41,8'lik kısmı organik tarımın azalacağını, %13,3'lük kısım ise organik tarımda herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmişlerdir.

Tablo 4.66. Organik Tarımın Gelecekteki Durumu Hakkındaki Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)	Toplam(%)
Evet	233	61,0	61,0
Hayır	98	25,7	86,6
Kısmen	51	13,4	100,0
Toplam	382	100,0	

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçiler organik tarımın gelecekteki durumu hakkındaki düşüncelerini Tablo 4.66'da ifade etmişlerdir. Katılımcıların %61'i organik tarımın gelecekte önem kazanacağını kabul etmektedirler. Bu durum 233 katılımcının 'evet' dediği, büyük bir çoğunlukla açıklanmaktadır.

4.6.4. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Çiftçilerin Düşünceleri

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik üretimin bölge ekonomisine yaratacağı kazanımların ve etkisinin neler olacağı konusunda birtakım sorulara cevap aranmaya ve geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik tarıma bakış açıları analiz edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 4.67. Organik Ürünler İle Geleneksel Ürünler Arasında Herhangi Bir Fark Olup Olmadığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	143	37,2
Katılmıyorum	130	33,9
Kararsızım	24	6,3
Katılıyorum	59	15,4
Kesinlikle Katılıyorum	28	7,3
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan 384 adet katılımcının “Organik ürünler ile geleneksel ürünler arasında herhangi bir fark görmüyorum” düşüncesine verdikleri cevaplar Tablo 4.67’de gösterilmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik ürünle geleneksel ürün arasında bir fark olduğuna inanmaktadır(%71,1).

Tablo 4.68. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdamı Artırıcı Etkisinin Olup Olmaması Durumuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	53	13,8
Katılmıyorum	92	24,0
Kararsızım	76	19,8
Katılıyorum	99	25,8
Kesinlikle Katılıyorum	64	16,7
Toplam	384	100,0

Tablo 4.68’de katılımcıların “Organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisinin olduğunu düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar yer almaktadır. Buna göre organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisinin fazla olduğunu düşünen 163 katılımcı yer almaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı daha fazla artıracığı görüşüne 145 kişi katılmazken, 76 katılımcı da bu düşünceye karşı kararsız kalmaktadır. Yani araştırmaya katılanların çoğu organik tarımın istihdamı artırıcı etkisinin geleneksel tarıma göre daha fazla olduğunu kabul etmelerine rağmen bu düşünceyi kabul etmeyenler de azımsanmayacak kadar fazladır.

Tablo 4.69. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanasının Daha Düşük Olup Olmadığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	56	14,8
Katılmıyorum	72	19,0
Kararsızım	69	18,3
Katılıyorum	115	30,4
Kesinlikle Katılıyorum	66	15,7
Toplam	378	100,0

Araştırmaya katılan 378 adet katılımcının “Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğunu düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.69’da yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %30,4’ü “Katılıyorum” cevabını, %15,7’si “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğunu kabul etmişlerdir. Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğunu kabul etmeyenlerden %19’u “Katılmıyorum” cevabını, %14,8’i de “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %18,3 de “Kararsızım” cevabını tercih etmişlerdir. Yani buradan organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4.70. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Pazarlama Olanaklarının Daha Düşük Olup Olmadığına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	87	22,7
Katılmıyorum	99	25,8
Kararsızım	81	21,1
Katılıyorum	85	22,1
Kesinlikle Katılıyorum	32	8,3
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan 384 adet katılımcının “Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının daha düşük olduğunu düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.70’de yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %25,8’i “Katılmıyorum” cevabını, %22,7’si “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vererek

organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğu görüşünü kabul etmemişlerdir. Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğunu kabul edenlerin %22,1'i "Katılıyorum" cevabını, %8,3'ü de "Kesinlikle katılıyorum" cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %21,1 gibi bir çoğunlukta "Kararsızım" cevabını tercih etmişlerdir. Yani burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik tarımın pazarlama olanaklarının geleneksel tarıma göre daha düşük olduğu düşüncesine inanmamaktadırlar.

Tablo 4.71. Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Daha Fazla Maliyet Ödeyip Ödemediğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	25	6,6
Katılmıyorum	67	17,6
Kararsızım	49	12,9
Katılıyorum	125	32,8
Kesinlikle Katılıyorum	115	30,2
Toplam	381	100,0

Tablo 4.71’de organik tarımla geleneksel tarımın maliyet açısından karşılaştırılması yapılmıştır. Araştırmaya katılan 381 adet katılımcının "Organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödediğini düşünüyorum" düşüncesine verdikleri cevaplar Tablo 4.71’de yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %32,8’i "Katılıyorum" cevabını, %30,2’si "Kesinlikle katılıyorum" cevabını vererek organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödediği düşüncesini kabul etmişlerdir. Organik tarımın geleneksel tarıma göre daha fazla maliyet ödediğini kabul etmeyenlerin %17,6’sı "Katılmıyorum" cevabını, %6,6’sı da "Kesinlikle katılmıyorum" cevabını tercih etmişlerdir. Ankete katılanların %12,9’u da "Kararsızım" cevabını vermişlerdir. Yani burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödediği düşüncesini kabul ederek maliyet açısından geleneksel tarımın daha avantajlı görmüşlerdir.

Tablo 4.72. Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Daha Fazla Kazanç Elde Edip Etmeme Durumuna Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	7	1,8
Katılmıyorum	96	25,3
Kararsızım	98	25,9
Katılıyorum	123	32,5
Kesinlikle Katılıyorum	55	14,5
Toplam	379	100,0

Araştırmaya katılan 379 adet katılımcının “Organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerden daha fazla kazanç elde ettiğini düşünüyorum” düşüncesine verdikleri cevaplar Tablo 4.72’de yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %32,5’i “Katılıyorum” cevabını, %14,5’i “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla kazanç elde ettikleri görüşünü kabul etmişlerdir. Organik tarım çiftçilerinin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerden göre daha az kazanç elde ettiğini kabul edenlerin %25,3’ü “Katılmıyorum” cevabını, %1,8’i de “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %25,9 gibi bir oranı da “Kararsızım” cevabını tercih etmişlerdir. Yani burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik tarımın geleneksel tarıma daha fazla kazanç sağladığı düşüncesine inanmaktadırlar.

Tablo 4.73. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İhracatı Daha Fazla Artıracağına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	10	2,6
Katılmıyorum	75	19,8
Kararsızım	114	30,2
Katılıyorum	102	27,0
Kesinlikle Katılıyorum	77	20,4
Toplam	378	100,0

Katılımcıların organik tarımın geleneksel tarıma göre ihracatı daha fazla artıracığı konusundaki görüşleri Tablo 4.73’te açık bir şekilde gösterilmiştir.

Araştırmaya katılan 378 adet katılımcının “Organik tarımın geleneksel tarıma göre ihracatı daha fazla artıracığını düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.73’te yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %27,0’ı “Katılıyorum” cevabını, %20,4’ü “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek organik tarımın ihracatı geleneksel tarımdan daha fazla artıracığı düşüncesini kabul etmişlerdir. Organik tarımın ihracatı, geleneksel tarıma göre daha fazla artırdığını kabul etmeyenlerin %19,8’i “Katılmıyorum” cevabını, %2,6’sı da “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %30,2 gibi bir çoğunluğu “Kararsızım” cevabını tercih etmişlerdir. Yani burada katılımcıların %47,4 gibi bir oranı organik tarımın geleneksel tarıma göre ihracatı daha fazla artıracığı düşüncesini kabul ederek ihracat açısından organik tarımın daha avantajlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Burada önemli bir nokta da katılımcıların %30,2 gibi büyük bir oranının bu düşünce hakkında kararsız olmalarıdır.

Tablo 4.74. Organik Tarım Faaliyetinin Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayıp Sağlamayacağına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	10	2,6
Katılmıyorum	38	10,0
Kararsızım	59	15,6
Katılıyorum	170	44,9
Kesinlikle Katılıyorum	102	26,9
Toplam	379	100,0

Araştırmaya katılan 379 adet katılımcının “Organik tarım faaliyetinin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.74’te yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %44,9’u “Katılıyorum” cevabını, %26,9’u “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek organik tarımın bölge ekonomisine katkı sağlayacağı görüşünü kabul etmişlerdir. Organik tarım faaliyetinin bölge ekonomisine katkı sağlamayacağını düşünenlerin %10,0’u “Katılmıyorum” cevabını, %2,6’sı da “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %15,6’sı “Kararsız” olduklarını belirtmişlerdir. Sonuç olarak ankete katılanların %71,8 gibi büyük bir çoğunluğunun organik tarımın bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünmektedir.

Tablo 4.75. Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göçü Engelleyip Engellemeyeceğine Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	33	8,6
Katılmıyorum	128	33,6
Kararsızım	92	24,1
Katılıyorum	71	18,6
Kesinlikle Katılıyorum	57	15,0
Toplam	381	100,0

Araştırmaya katılan 381 adet katılımcının “Organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü engelleyeceğini düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.75’te yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %18,6’sı “Katılıyorum” cevabını, %15,0’i “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü engelleyeceği görüşünü kabul etmişlerdir. Organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü engelleyeceğini kabul etmeyenlerin %33,6’sı “Katılmıyorum” cevabını, %8,6’sı da “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %24,1 gibi büyük bir oranı da “Kararsızım” cevabını tercih etmişlerdir. Yani burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü engelleyeceği düşüncesine katılmamaktadırlar.

Tablo 4.76. Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişme İmkanına Sahip Olup Olmamasına Dair Düşünceler

Cevaplar	Adet	Yüzde(%)
Kesinlikle Katılmıyorum	17	4,4
Katılmıyorum	46	12,0
Kararsızım	85	22,1
Katılıyorum	109	28,4
Kesinlikle Katılıyorum	127	33,1
Toplam	384	100,0

Araştırmaya katılan 384 adet katılımcının “Uzun dönemde organik tarımın gelişme imkanına sahip olduğunu düşünüyorum” görüşüne verdikleri cevaplar Tablo 4.76’da yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %33,1’i “Katılıyorum” cevabını, %28,4’ü “Kesinlikle katılıyorum” cevabını vererek gelecekte organik tarımın gelişme

imkanına sahip olacağı görüşünü kabul etmişlerdir. Organik tarımın gelecekte gelişme imkanına sahip olacağını kabul etmeyenlerin %12,0'ı “Katılmıyorum” cevabını, %4,4'ü de “Kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Ankete katılanların %22,1'lik bir oranı da “Kararsızım” cevabını tercih etmişlerdir. Yani burada katılımcıların büyük bir çoğunluğu organik tarımın uzun dönemde gelişme imkanına sahip olacağı düşüncesine inanmaktadırlar.

Tablo 4.77. Organik Üretimin Bölge Ekonomisine Katkısı Konusunda Çiftçilerin Düşünceleri Ait Katılım Düzeyleri

	Grup	N	Ort \bar{X}	Std.S (σ)	Vary. (σ^2)	Katılım Düzeyi
Organik Ürünler İle Geleneksel Ürünler Arasında Bir Fark Görmüyorum.	Çiftçiler	384	2,22	1,29	1,66	DÜŞÜK
Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdamı Artırıcı Etkisinin Olduğunu Düşünüyorum.	Çiftçiler	384	3,08	1,31	1,75	ORTA
Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanağının Daha Düşük Olduğunu Düşünüyorum.	Çiftçiler	378	3,17	1,33	1,76	ORTA
Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Pazarlama Olanaklarının Daha Düşük Olduğunu Düşünüyorum.	Çiftçiler	384	2,68	1,27	1,62	ORTA
Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Daha Fazla Maliyet Ödediğini Düşünüyorum.	Çiftçiler	381	3,62	1,26	1,59	YÜKSEK
Organik Tarımla Uğraşan Çiftçilerin Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilerden Daha Fazla Kazanç Elde Ettiğini Düşünüyorum.	Çiftçiler	379	3,32	1,06	1,13	ORTA
Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İhracatı Daha Fazla Artıracağını Düşünüyorum.	Çiftçiler	378	3,43	1,10	1,21	ORTA
Organik Tarım Faaliyetinin Bölge Ekonomisine Katkı Sağlayacağını Düşünüyorum.	Çiftçiler	379	3,83	1,02	1,04	YÜKSEK
Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göre Göçü Engelleyeceğini Düşünüyorum.	Çiftçiler	381	2,98	1,21	1,47	ORTA
Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişme İmkanına Sahip Olduğunu Düşünüyorum.	Çiftçiler	384	3,74	1,17	1,36	YÜKSEK

($\bar{X} = 1.00 - 2.33$ ise Düşük; $\bar{X} = 2.34 - 3.66$ ise Orta; $\bar{X} = 3.67 - 5.00$ ise Yüksek)

Tablo 4.77’de organik üretimin bölge ekonomisine katkısı konusunda çiftçilerin düşüncelerine ilişkin önermelerine katılım derecelerinin ortalamaları ve standart sapma değerleri verilmiştir. Bu önermeler bize çiftçilerin organik tarımın bölge ekonomisine yaratacağı etkiye yönelik bakış açılarını göstermektedir. Tabloya göre aritmetik

ortalama 1.00 ila 2.33 arasında ise kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum, aritmetik ortalama 2.34 ila 3.66 arasında ise katılan ve katılmayan kişilerin neredeyse eşit olduğunu fakat genelde kararsız bir tutum gösterdiğini ve son olarak aritmetik ortalama 3.67 ila 5.00 arasında ise katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevaplarının olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlardan hareketle “Organik ürünler ile geleneksel ürünler arasında bir fark görmüyorum.” Önermesine çiftçilerin katılımı düşük çıkmıştır. “Organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisinin olduğunu düşünüyorum” önermesinde çiftçiler kararsız kalmışlardır.

“Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha düşük olduğunu düşünüyorum.” ve “Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının daha düşük olduğunu düşünüyorum.” önermesine çiftçiler kararsız kalmışlardır.

“Organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödediğini düşünüyorum.” önermesine karşı çiftçilerin katılımı yüksek çıkmıştır. “Organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerden daha fazla kazanç elde ettiğini düşünüyorum.” önermesine karşı çiftçiler kararsız kalmışlardır.

“Organik tarımın geleneksel tarıma göre ihracatı daha fazla artıracığını düşünüyorum.” önermesine katılımında çiftçiler kararsız kalmışlardır. “Organik tarım faaliyetinin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum.” Önermesine katılım yüksek çıkmıştır.

“Organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göre göçü engelleyeceğini düşünüyorum.” konusunda çiftçiler kararsız kalmışlardır. “Uzun dönemde organik tarımın gelişme imkanına sahip olduğunu düşünüyorum.” önermesine karşılık olarak çiftçiler yüksek bir katılım göstermişlerdir.

4.6.5. Ki- Kare Analizi (Chi-Square Test)

Anket çalışmasının üçüncü kısmında cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik faktörlerle birlikte istihdam, fiyat, gelir düzeyi, pazarlama, maliyet bedeli gibi bazı ekonomik değişkenler birbiriyle ilişkilendirilerek çapraz test yoluyla aralarındaki anlamlılık düzeyleri incelenmeye çalışılmıştır.

4.6.5.1 Cinsiyete Göre Organik Tarım Faaliyetinde Karşılaşılan Sorunlar Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=18,030$, $P=0,012$) ve $p<0,05$ değerlerine göre cinsiyete göre organik tarım faaliyetinde bulunurken karşılaşılan sorunlar arasında bir ilişki vardır. Yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir. Bu ilişkinin istatistiği bakımdan anlamlı olduğu kabul edilir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa en çok sebep olan kesim, yani χ^2 'nin en yüksek değeri almasında, organik tarım faaliyetinde bulunan kadınların tüketim konusunda bilinçli davranmamaları etkili olmuştur. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo: 4.78. Cinsiyete Göre Organik Tarım Faaliyetinde Karşılaşılan Sorunlar Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi

		Çiftçilerin Organik Tarım Faaliyetinde Bulunurken Karşılaştıkları Sorunlar							Toplam		
		Verimin Düşük Gerçekleşmesi	Maliyet. Yüksek Olması	Devlet Desteğinin Olmaması	Gübrelessiz, İlaçsız Üretimin Olamaması	Pazarla Garantisi Olmaması	Organik Tarıma Elverişli Bölge Bulma Zorluğu	Tüketicinin Bilinçli Olmaması	Hepsi		
Cinsiyet	Erkek	Frekans	54	56	25	17	17	16	16	43	244
		Cinsiyet (%)	22,1	23,0	10,2	7,0	7,0	6,6	6,6	17,6	100,0
		Org. Tarım Faaliyet Sorunları(%)	62,1	70,0	80,6	51,5	56,7	55,2	100,0	65,2	65,6
		Toplam(%)	14,5	15,1	6,7	4,6	4,6	4,3	4,3	11,6	65,6
		Frekans	33	24	6	16	13	13	0	23	128
		Cinsiyet (%)	25,8	18,8	4,7	12,5	10,2	10,2	0,0	18,0	100,0
	Kadın	Org. Tarım Faaliyet Sorunları(%)	37,9	30,0	19,4	48,5	43,3	44,8	0,0	34,8	34,4
		Toplam(%)	8,9	6,5	1,6	4,3	3,5	3,5	0,0	6,2	34,4
		Frekans	87	80	31	33	30	29	16	66	372
		Cinsiyet (%)	23,4	21,5	8,3	8,9	8,1	7,8	4,3	17,7	100,0
		Org. Tarım Faaliyet Sorunları(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		Toplam(%)	23,4	21,5	8,3	8,9	8,1	7,8	4,3	17,7	100,0

Tablo 4.78'de cinsiyet değişkenine göre organik tarım faaliyeti yapılırken karşılaşılan sorunlara verilen cevaplar yer almaktadır. Elde edilen veriler cinsiyet açısından değerlendirildiğinde ankete katılan erkeklerin %14,5'i bayanların %8,9'u verimin düşük gerçekleşmesini, erkeklerin %15,1'i ve bayanların %6,5'i maliyetlerin yüksek olmasını organik tarım faaliyetinde bulunurken karşılaşılan en önemli sorunlar

olarak görmüşlerdir. Sonuç olarak, organik tarım faaliyetinde karşılaşılan sorunlar cinsiyete göre değişmektedir

4.6.5.2 Cinsiyete Göre Tarımsal Alanda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarına Üyelik Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=28,390$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre cinsiyet ile tarımsal alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına üyelik arasında istatistiği bakımdan anlamlı bir ilişki vardır. Yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa sebep olan kesim, yani χ^2 'nin en yüksek değer almasında, ziraat odasına üye olan bayanların yarattığı etkiden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.79. Cinsiyete Göre Tarımsal Alanda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşlarına Üyelik Arasındaki İlişkinin Tespiti

		Tarımsal Alanda Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Örgütlerine Üyelik Durumu				Toplam	
		Ziraat Odası	Tarımsal Amaç Kooperatif	Üretici Birlikleri	Herhangi Bir Sivil Toplum Birliğine Üye Değilim		
Cinsiyet	Erkek	Frekans	77	38	16	120	251
		Cinsiyet (%)	30,7	15,1	6,4	47,8	100,0
		Üyelik Durumu(%)	83,7	71,7	88,9	55,6	66,2
		Toplam(%)	20,3	10,0	4,2	31,7	66,2
		Frekans	15	15	2	96	128
	Kadın	Cinsiyet(%)	11,7	11,7	1,6	75,0	100,0
		Üyelik Durumu(%)	16,3	28,3	11,1	44,4	33,8
		Toplam(%)	4,0	4,0	0,5	25,3	33,8
		Frekans	92	53	18	216	379
		Cinsiyet(%)	24,3	14,0	4,7	57,0	379,0
Toplam	Üyelik Durumu(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	24,3	14,0	4,7	57,0	100,0	

Tablo 4.79'da cinsiyet ile tarımsal alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına üyelik arasındaki ilişki gösterilmektedir. Ankete katılan erkeklerin %20,3'ü, kadınların ise %4'ü ziraat odasına, erkeklerin %10,0'u, bayanların %4'ü tarımsal amaçlı kooperatiflere üye olmaktadır. Kadınların %75'i herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye değildir. Bu oran erkeklerde %47,8 olarak gerçekleşmektedir. Yani burada sivil toplum kuruluşlarına üyelik durumu cinsiyete göre değişmektedir.

Sivil toplum kuruluşlarına üye olan üreticiler devletin vermiş olduğu her türlü desteklemelerden haberdar olmakta ve verilen desteklemeleri faaliyet gösterdiği tarım sektöründe kullanmaktadır. Bu durum çiftçilerin ekonomik anlamda gelişimini de etkilemektedir.

4.6.5.3. Cinsiyete Göre Geleneksel Tarım Çeşitlerini Tercih Etme Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=19,780$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre cinsiyet ile geleneksel tarım çeşitlerini tercih etmek arasında istatistiği bakımdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa sebep olan kesim, yani χ^2 'nin en yüksek değer almasında, geleneksel tarım çeşitlerinden biri olan arıcılık konusunda kadınların ilgisiz davranmalarından kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo.4.80. Cinsiyete Göre Geleneksel Tarımın Türlerini Tercih Etme Arasındaki İlişki

		Geleneksel Tarım Türleri						Toplam	
		Bitkisel Üretim	Büyük Baş Hayvancılık	Balıkçılık	Arıcılık	Küçük Baş Hayvancılık	Tavukçuluk		
Cinsiyet	Erkek	Frekans	114	84	1	31	16	8	254
		Cinsiyet(%)	44,9	33,1	,4	12,2	6,3	3,1	100,0
	Geleneksel Tarım Türleri(%)	Toplam(%)	63,7	68,3	33,3	96,9	53,3	50,0	66,3
		Frekans	29,8	21,9	0,3	8,1	4,2	2,1	66,3
	Kadın	Frekans	65	39	2	1	14	8	129
		Cinsiyet(%)	50,4	30,2	1,6	,8	10,9	6,2	100,0
	Geleneksel Tarım Türleri(%)	Toplam(%)	36,3	31,7	66,7	3,1	46,7	50,0	33,7
		Frekans	17,0	10,2	0,5	0,3	3,7	2,1	33,7
	Toplam	Frekans	179	123	3	32	30	16	383
		Cinsiyet(%)	46,7	32,1	,8	8,4	7,8	4,2	100,0
Geleneksel Tarım Türleri(%)		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0%	100,0%	100,0	
Toplam(%)		46,7	32,1	,8	8,4	7,8	4,2	100,0	

Tablo 4.80'de cinsiyet ile geleneksel tarım çeşitlerini tercih etme arasındaki ilişki gösterilmektedir. Geleneksel tarım türlerini tercih etme cinsiyet açısından farklılık göstermektedir. Yani burada erkeklerin %29,8'i, bayanların da %17,0'si bitkisel üretimi, erkeklerin %21,9'u ve bayanların da %10,2'si büyükbaş hayvancılığı tercih etmektedirler. Burada kadınlar ve erkekler daha çok bitkisel üretimi ve büyükbaş

hayvancılığı tercih etmektedirler. Arıcılık konusunda ise erkekler(8,3) bayanlara(0,3) göre oldukça ilgilidirler. Sonuç olarak geleneksel tarım çeşitlerini tercih etmek cinsiyet açısından farklılık göstermektedir.

4.6.5.4. Cinsiyete Göre Çiftçilerin Geleneksel Tarım Faaliyetinde Bulunma Nedenleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=6,368$, $P=0,0173$) ve $p>0,05$ değerlerine göre cinsiyet ile geleneksel tarım yapma nedenleri arasında istatistiği bakımdan anlamsız bir ilişki bulunmaktadır. Yani bu iki nitelik birbirinden bağımsızdır.

Tablo 4.81. Cinsiyete Göre Çiftçilerin Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri Arasındaki İlişkinin Tespiti

		Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri					Toplam	
		Geçimini Sağlamak	Yüksek Kazanç Elde Etmek	Maliyetlerin Düşük Olması	Verimin Yüksek Olması	Pazarlamanın Kolay Olması		
Cinsiyet	Erkek	Frekans	184	33	8	15	12	252
		Cinsiyet(%)	73,0	13,1	3,2	6,0	4,8	100,0
		Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri(%)	65,9	75,0	44,4	75,0	60,0	66,1
	Kadın	Toplam(%)	48,3	8,7	2,1	3,9	3,1	66,1
		Frekans	95	11	10	5	8	129
		Cinsiyet(%)	73,6	8,5	7,8	3,9	6,2	100,0
	Toplam	Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri(%)	34,1	25,0	55,6	25,0	40,0	33,9
		Toplam(%)	24,9	2,9	2,6	1,3	2,1	33,9
		Frekans	279,0	44,0	18,0	20,0	20,0	381,0
	Toplam	Cinsiyet(%)	73,2	11,5	4,7	5,2	5,2	100,0
Geleneksel Tarım Yapma Nedenleri(%)		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toplam(%)		73,2	11,5	4,7	5,2	5,2	100,0	

Cinsiyete göre çiftçilerin geleneksel tarım faaliyetinde bulunma nedenleri arasındaki ilişki Tablo 4.81’de gösterilmektedir. Geleneksel tarım yapma nedeni olarak hem erkeklerin hem de bayanların büyük bir çoğunluğu (Erkeklerin %48,3’ü, bayanların ise %24,9’u) geçimini sağlamak için tarım faaliyetinde bulduklarını belirtmişlerdir. Sonuç olarak, geleneksel tarım yapma nedenleri cinsiyet açısından bir farklılık göstermemektedir.

4.6.5.5. Organik Tarım Faaliyetinin Kazanç üzerinde Yaratacağı Etkiye Göre Organik Tarım Faaliyetinin Fiyat Üzerindeki Etkisi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=153,435$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarımın kazanç üzerinde yaratacağı etkiye göre organik tarım faaliyetinin fiyat üzerindeki etkisi arasında istatistiği açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır, yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa en çok sebep olan kesim, yani χ^2 'sinin en yüksek değer almasında, katılımcıların organik tarım faaliyetinin fiyatta ve kazançta yaratacağı etkiye “Azalacak” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.82. Organik Tarım Faaliyetinin Kazanç üzerinde Yaratacağı Etkiye Göre Organik Tarım Faaliyetinin Fiyat Üzerindeki Etkisi

		Organik Tarım Faaliyetinin Fiyatta Yaratacağı Etki			Toplam	
		Artacak	Azalacak	Değişmeyecek		
Organik Tarım Faaliyetinin Kazanç Üzerinde Yaratacağı Etki	Artacak	Frekans	160	25	17	202
		Organik Tarımın Kazanca Etkisi(%)	79,2	12,4	8,4	100,0
		Organik Tarımın Fiyata Etkisi(%)	77,7	38,5	18,3	55,5
		Toplam(%)	44,0	6,9	4,7	55,5
	Azalacak	Frekans	15	24	7	46
		Organik Tarımın Kazanca Etkisi(%)	32,6	52,2	15,2	100,0
		Organik Tarımın Fiyata Etkisi(%)	7,3	36,9	7,5	12,6
		Toplam(%)	4,1	6,6	1,9	12,6
	Değişmeyecek	Frekans	31	16	69	116
		Organik Tarımın Kazanca Etkisi(%)	26,7	13,8	59,5	100,0
		Organik Tarımın Fiyata Etkisi(%)	15,0	24,6	74,2	31,9
		Toplam(%)	8,5	4,4	19,0	31,9
Toplam	Frekans	206	65	93	364	
	Organik Tarımın Kazanca Etkisi(%)	56,6	17,9	25,5	100,0	
	Organik Tarımın Fiyata Etkisi(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	56,6	17,9	25,5	100,0	

Organik tarımın faaliyetinin kazançta yaratacağı etkiye göre organik tarımın fiyatı hangi yönde etkileyeceğine dair ilişki Tablo 4.82’de gösterilmektedir. Organik tarım faaliyetinin hem elde edilecek kazancı hem de fiyatı artırıcı bir etki yaratacağını

düşünenler ankete katılanların %44,0'ünü, organik tarım faaliyetinin hem elde edilecek kazancı hem de fiyatı azaltıcı bir etki yaratacağını düşünenler ankete katılanların %36,9'unu, organik tarımın hem kazançta hem de fiyatta herhangi bir değişiklik yaratmayacağını düşünenler ise %19,0'unu oluşturmaktadırlar. Sonuç olarak, organik tarımın fiyat üzerinde yaratacağı etki organik tarımın kazanç üzerinde yaratacağı etkiye göre farklılık göstermektedir.

4.6.5.6. Eğitim Düzeyine Göre Çiftçi Kayıt Sistemine Üyelik Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=12,190$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre eğitim düzeyi ile organik tarım hakkındaki bilgi düzeyi arasında istatistiği bakımından anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa en çok sebep olan kesimi bulmak gerekmektedir. Burada farklılığın en büyük sebebi yani beklenen değeri gözlenen değerden en uzak olan kesim, çiftçi kayıt sistemine üye olan lise mezunlarının vermiş olduğu "Hayır" cevabından kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.83. Eğitim Düzeyine Göre Çiftçi Kayıt Sistemine Üyelik Durumu Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi

		Çiftçi Kayıt Sistemine Üyelik Durumu		Toplam	
		Evet	Hayır		
Eğitim Düzeyi	Okuma Yazma Bilmeyen	Frekans	31	12	43
	Eğitim Düzeyi(%)	72,1	27,9	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	11,0	11,8	11,2	
	Toplam	8,1	3,1	11,2	
	Okur –Yazar	Frekans	22	10	32
	Eğitim Düzeyi(%)	68,8	31,3	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	7,8	9,8	8,4	
	Toplam	5,7	2,6	8,4	
	İlkokul Mezunu	Frekans	80	42	122
	Eğitim Düzeyi(%)	65,6	34,4	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	28,5	41,2	31,9	
	Toplam	20,9	11,0	31,9	
	Ortaokul Mezunu	Frekans	48	19	67
	Eğitim Düzeyi(%)	71,6	28,4	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	17,1	18,6	17,5	
	Toplam	12,5	5,0	17,5	
	Lise Mezunu	Frekans	57	8	65
	Eğitim Düzeyi(%)	87,7	12,3	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	20,3	7,8	17,0	
	Toplam	14,9	2,1	17,0	
Yüksek Okul ya da Üniversite	Frekans	43	11	54	
Eğitim Düzeyi(%)	79,6	20,4	100,0		
Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	15,3	10,8	14,1		
Toplam	11,2	2,9	14,1		
Toplam	Frekans	281	102	383	
	Eğitim Düzeyi(%)	73,4	26,6	100,0	
	Çiftçi Kayıt Sistemi (%)	100,0	100,0	100,0	
	Toplam	73,4	26,6	100,0	

Araştırmaya katılan çiftçilerin eğitim düzeyine göre çiftçi kayıt sistemine üye olması durumu Tablo 4.83'te gösterilmektedir. Eğitim düzeyi açısından okuma-yazma bilmeyenlerin %8,2'i, okur-yazarların %5,7'i, ilkokul mezunlarının %20,9'u, ortaokul mezunlarının %12,5'i, lise mezunlarının %14,9'u yüksekokul ya da üniversite mezunlarının %11,2'si çiftçi kayıt sistemine üye olmaktadır. Buna karşılık okuma yazma bilmeyenlerin %3,1'i, okur-yazarların %2,6'sı ilkokul mezunlarının %11'i, ortaokul mezunlarının %5'i, lise mezunlarının %2,1'i, yüksekokul ya da üniversite mezunlarının %2,9'u çiftçi kayıt sistemine üye olmamaktadır. Yani burada çiftçi kayıt sistemine üyelik durumu eğitim düzeyine göre değişmektedir.

4.6.5.7. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre Maliyet Bedeli Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=12,135$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik ve geleneksel tarımla uğraşan çiftçiler açısından pazarlama olanakları ile maliyet bedeli arasında ilişki vardır. Bu ilişki istatistiği bakımından değerlendirildiğinde anlamlı olarak kabul edilir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 'nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 'nin en yüksek değer almasında, organik tarımla uğraşan çiftçilerin geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödemesi konusunda “Katılmıyorum” organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının daha düşük olması konusunda da katılımcıların “Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.84. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre Maliyet Bedeli Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi

	Frekans	Maliyet Bedeli					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Pazarlama Olanakları	Kesinlikle Katılmıyorum	9	5	7	23	43	87
	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	10,3	5,7	8,0	26,4	49,4	100,0
	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	36,0	7,5	14,3	18,4	37,4	22,8
	Toplam(%)	2,4	1,3	1,8	6,0	11,3	22,8
	Frekans	4	23	12	32	28	99
	Katılmıyorum	4,0	23,2	12,1	32,3	28,3	100,0
	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	4,0	23,2	12,1	32,3	28,3	100,0
	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	16,0	34,3	24,5	25,6	24,3	26,0
	Toplam(%)	1,0	6,0	3,1	8,4	7,3	26,0
	Frekans	5	29	22	11	14	81
Kararsızım	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	6,2	35,8	27,2	13,6	17,3	100,0
	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	20,0	43,3	44,9	8,8	12,2	21,3
	Toplam(%)	1,3	7,6	5,8	2,9	3,7	21,3
	Frekans	4	7	6	53	12	82
	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	4,9	8,5	7,3	64,6	14,6	100,0
Katılıyorum	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	16,0	10,4	12,2	42,4	10,4	21,5
	Toplam(%)	1,0	1,8	1,6	13,9	3,1	21,5
	Frekans	3	3	2	6	18	32
	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	9,4	9,4	6,3	18,8	56,3	100,0
Kesinlikle Katılıyorum	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	12,0	4,5	4,1	4,8	15,7	8,4
	Toplam(%)	0,8	0,8	0,5	1,6	4,7	8,4
	Frekans	25	67	49	125	115	381
Toplam	Org.Tar. Pazarlama Olanakları (%)	6,6	17,6	12,9	32,8	30,2	100,0
	Org.Tar. Maliyet Bedeli(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam(%)	6,6	17,6	12,9	32,8	30,2	100,0

Tablo 4.84'te organik tarımın geleneksel tarım açısından pazarlama olanaklarına göre maliyet bedeli arasındaki ilişki verilmektedir. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmayıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre maliyetin yüksek olmasına katılmayanlar, ankete katılanların %10,7'sini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmamakla birlikte maliyet bedelinin yüksek olmasını kabul edenler, ankete katılanların %33'ünü oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmakla birlikte maliyet bedelinin yüksek olmasını kabul etmeyenler, ankete katılanların %4,4'ünü

oluşturmaktadır. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre maliyetin yüksek olmasına katılanlar, ankete katılanların %23,3'ünü oluşturmaktadır. Yani sonuç olarak, geleneksel tarımla kıyaslandığında organik tarımda pazarlama olanakları maliyet bedeline göre değişmektedir.

4.6.5.8. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=28,647$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarım ve geleneksel tarım açısından pazarlama olanakları ile istihdam düzeyi arasında istatistiği bakımından anlamlı bir ilişki vardır, yani bu iki nitelik birbirinden bağımsız değildir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 'nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 'nin en yüksek değer almasında, organik ve geleneksel tarım açısından pazarlama olanakları ile istihdam düzeyi arasındaki ilişkiye üreticilerin “Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.85. Organik Tarımın Geleneksel Tarım Açısından Pazarlama Olanaklarına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Gösterilmesi

		Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdam Düzeyi					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Pazarlama Olanakları	Frekans	11	20	14	21	21	87
	Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	12,6	23,0	16,1	24,1	24,1	100,0
	Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	20,8	21,7	18,4	21,2	32,8	22,7
	Toplam(%)	2,9	5,2	3,6	5,5	5,5	22,7
	Frekans	20	31	5	39	4	99
	Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	20,2	31,3	5,1	39,4	4,0	100,0
	Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	37,7	33,7	6,6	39,4	6,3	25,8
	Toplam(%)	5,2	8,1	1,3	10,2	1,0	25,8
	Frekans	12	12	38	14	5	81
	Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	14,8	14,8	46,9	17,3	6,2	100,0
Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	22,6	13,0	50,0	14,1	7,8	21,1	
Toplam(%)	3,1	3,1	9,9	3,6	1,3	21,1	
Frekans	5	29	13	25	13	85	
Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	5,9	34,1	15,3	29,4	15,3	100,0	
Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	9,4	31,5	17,1	25,3	20,3	22,1	
Toplam(%)	1,3	7,6	3,4	6,5	3,4	22,1	
Frekans	5	0	6	0	21	32	
Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	15,6	0,0	18,8	0,0	65,6	100,0	
Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	9,4	0,0	7,9	0,0	32,8	8,3	
Toplam(%)	1,3	0,0	1,6	0,0	5,5	8,3	
Frekans	53	92	76	99	64	384	
Organik Tarımın Pazarlama Olanakları (%)	13,8	24,0	19,8	25,8	16,7	100,0	
Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toplam(%)	13,8	24,0	19,8	25,8	16,7	100,0	

Organik ve geleneksel tarımla uğraşan çiftçiler açısından istihdam ile pazarlama olanakları arasındaki ilişki Tablo 4.85'te gösterilmektedir. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmayıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına katılmayanlar, ankete katılanların %21,4'ünü oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmamakla birlikte

istihdam düzeyinin yüksek olmasını kabul edenler, ankete katılanların %22,2'sini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmakla birlikte istihdam düzeyinin yüksek olmasını kabul etmeyenler, ankete katılanların %10,2'sini oluşturmaktadır. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına katılanlar, ankete katılanların %15,4'ünü oluşturmaktadır. Yani burada geleneksel tarımla kıyaslandığında organik tarımda istihdam düzeyi pazarlama olanaklarına göre değişmektedir.

4.6.5.9. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanığı İle Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=145,750$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağı ile pazarlama olanakları arasında istatistiği açıdan anlamlı bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 'nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 'nin en yüksek değer almasında, organik tarımın geleneksel tarıma göre hem gelişme hem de pazarlama olanağının düşük olduğu düşüncesine çiftçilerin “ Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.86. Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre Gelişme Olanığı İle Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Tespiti

		Pazarlama Olanakları					Toplam	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelişme Olanığı	Kesinlikle Katılmıyorum	Frekans	31	10	8	0	7	56
		Organik Tarımın Gelişme Olanığı	55,4	17,9	14,3	0,0	12,5	100,0
		Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	35,6	10,4	10,3	0,0	21,9	14,8
		Toplam(%)	8,2	2,6	2,1	0,0	1,9	14,8
	Katılmıyorum	Frekans	12	28	4	22	6	72
		Organik Tarımın Gelişme Olanığı	16,7	38,9	5,6	30,6	8,3	100,0
		Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	13,8	29,2	5,1	25,9	18,8	19,0
		Toplam(%)	3,2	7,4	1,1	5,8	1,6	19,0
	Kararsızım	Gözlenen Frekans	3	9	38	17	2	69
		Organik Tarımın Gelişme Olanığı	4,3	13,0	55,1	24,6	2,9	100,0
	Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	3,4	9,4	48,7	20,0	6,3	18,3	
	Toplam(%)	0,8	2,4	10,1	4,5	0,5	18,3	
Katılıyorum	Frekans	21	26	21	41	6	115	
	Organik Tarımın Gelişme Olanığı	18,3	22,6	18,3	35,7	5,2	100,0	
	Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	24,1	27,1	26,9	48,2	18,8	30,4	
	Toplam(%)	5,6	6,9	5,6	10,8	1,6	30,4	
Kesinlikle Katılıyorum	Frekans	20	23	7	5	11	66	
	Organik Tarımın Gelişme Olanığı	30,3	34,8	10,6	7,6	16,7	100,0	
	Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	23,0	24,0	9,0	5,9	34,4	17,5	
	Toplam(%)	5,3	6,1	1,9	1,3	2,9	17,5	
Toplam	Frekans	87	96	78	85	32	378	
	Organik Tarımın Gelişme Olanığı	23,0	25,4	20,6	22,5	8,5	100,0	
	Organik Tarımın Pazarlama Olanığı	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	23,0	25,4	20,6	22,5	8,5	100,0	

Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanığı ile pazarlama olanaklarını arasındaki ilişki Tablo 4.86’da gösterilmektedir. Tablo 4.86’da görüldüğü gibi hem organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanaklarının düşük olmasına katılmayıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmayanlar, ankete katılanların %21,4’ünü oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanaklarının düşük olmasına katılmamakla birlikte pazarlama olanaklarının düşük olmasını kabul edenler, ankete katılanların %9,3’ünü oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanaklarının düşük olmasına katılmakla birlikte pazarlama olanaklarının düşük olmasını kabul etmeyenler, ankete katılanların %23,9’ünü oluşturmaktadır. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanaklarının düşük olmasına katılıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına

katılanlar, ankete katılanların %16,6'sını oluşturmaktadır. Sonuç olarak geleneksel tarımla kıyaslandığında organik tarımın pazarlama olanakları organik tarımın gelişme imkânına göre değişmektedir.

4.6.5.10. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=32,309$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarımın gelecekte önemi ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisi arasında istatistiği bakımından anlamlı bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 'nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 'nin en yüksek değer almasında, çiftçilerin “Organik tarımın gelecekte artacağını düşünüyor musunuz?” sorusuna “Kısmen” ve “Organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırdığını düşünüyor musunuz?” sorusuna “Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.87. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Tespiti

		Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdamı Artırıcı Etkisi					Toplam	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Organik Tarımın Gelecekteki Önemi	Evet	Frekans	33	61	45	59	35	233
		Gelecekte Organik Tarımın Artması(%)	14,2	26,2	19,3	25,3	15,0	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması(%)	63,5	66,3	60,0	59,6	54,7	61,0
		Toplam(%)	8,6	16,0	11,8	15,4	9,2	61,0
	Hayır	Frekans	11	23	10	26	28	98
		Gelecekte Organik Tarımın Artması(%)	11,2	23,5	10,2	26,5	28,6	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması(%)	21,2	25,0	13,3	26,3	43,8	25,7
		Toplam(%)	2,9	6,0	2,6	6,8	7,3	25,7
	Kısmen	Frekans	8	8	20	14	1	51
		Gelecekte Organik Tarımın Artması(%)	15,7	15,7	39,2	27,5	2,0	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması(%)	15,4	8,7	26,7	14,1	1,6	13,4
		Toplam(%)	2,1	2,1	5,2	3,7	0,3	13,4
Toplam	Frekans	52	92	75	99	64	382	
	Gelecekte Organik Tarımın Artması(%)	13,6	24,1	19,6	25,9	16,8	100,0	
	Organik Tarımın İstihdamı Artırması(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	13,6	24,1	19,6	25,9	16,8	100,0	

Organik tarımın gelecekte öneminin artması ile organik tarımın geleneksel tarıma göre daha fazla istihdam sağlaması arasındaki ilişki Tablo 4.87’de gösterilmektedir. Tablo 4.87’de hem organik tarımın gelecekte öneminin artacağına katılmayıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına katılmayanlar ankete katılanların %8,9’unu oluşturmaktadır. Organik tarımın gelecekte öneminin artacağına katılmamakla birlikte istihdam düzeyinin yüksek olmasını kabul edenler, ankete katılanların %14,1’ini oluşturmaktadır. Organik tarımın gelecekte öneminin artacağına katılmakla birlikte istihdam düzeyinin yüksek olmasını kabul etmeyenler ankete katılanların %24,6’sını oluşturmaktadır. Hem organik tarımın gelecekte öneminin artacağına katılıp hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına katılanlar, ankete katılanların %24,6’sını oluşturmaktadır. Organik tarımın gelecekte önemini kısmen kabul edenler ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına kabul edenler, ankete katılanların %4’ünü oluşturmaktadır. Organik tarımın gelecekte önemini kısmen kabul edenler ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyinin yüksek olmasına kabul etmeyenler, ankete katılanların %4,2’sini oluşturmaktadır. Sonuç olarak, geleneksel tarım açısından organik tarımda istihdam düzeyi organik tarımın gelecekteki önemine göre değişecektir.

4.6.5.11. Organik Tarımın Gelecekte Yaratacağı Etkiye Göre Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=27,342$, $P=0,000$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarımın gelecekteki önemi ile pazarlama olanakları arasında istatistiği bakımından anlamlı bir ilişki vardır.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 nin en yüksek değer almasında, çiftçilerin “Organik tarımın gelecekte artacağını düşünüyor musunuz?” sorusuna “Kısmen” ve “Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının daha düşük olduğunu düşünüyorum” önermesine “Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.88. Organik Tarımın Gelecekteki Etkisine Göre Pazarlama Olanakları Arasındaki İlişkinin Tespiti

		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi			Toplam	
		Evet	Hayır	Kısmen		
Organik Tarımın Pazarlama Olanakları	Kesinlikle Katılmıyorum	Frekans	57	24	6	87
		Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	65,5	27,6	6,9	100,0
		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	24,5	24,5	11,8	22,8
		Toplam(%)	14,9	6,3	1,6	22,8
	Katılmıyorum	Frekans	62	21	15	98
		Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	63,3	21,4	15,3	100,0
		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	26,6	21,4	29,4	25,7
		Toplam(%)	16,2	5,5	3,9	25,7
	Kararsızım	Frekans	42	16	23	81
		Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	51,9	19,8	28,4	100,0
		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	18,0	16,3	45,1	21,2
		Toplam(%)	11,0	4,2	6,0	21,2
	Katılıyorum	Frekans	54	25	5	84
		Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	64,3	29,8	6,0	100,0
		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	23,2	25,5	9,8	22,0
		Toplam(%)	14,1	6,5	1,3	22,0
	Kesinlikle Katılıyorum	Frekans	18	12	2	32
		Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	56,3	37,5	6,3	100,0
		Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	7,7	12,2	3,9	8,4
		Toplam(%)	4,7	3,1	0,5	8,4
Toplam	Frekans	233	98	51	382	
	Organik Tarımın Pazarlama Olanakları(%)	61,0	25,7	13,4	100,0	
	Organik Tarımın Gelecekteki Önemi(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	61,0	25,7	13,4	100,0	

Organik tarımın gelecekte öneminin artması ile organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olması arasındaki ilişki Tablo 4.88’de gösterilmektedir. Tablo 4.88’de hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmayıp hem de organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine katılmayan yani ‘hayır’ cevabını verenler, ankete katılanların %11,8’ini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmamakla birlikte organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine katılan yani ‘evet’ cevabını verenler, ankete katılanların %31,1’ini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmakla birlikte organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine katılmayan yani ‘hayır’ cevabını verenler, ankete katılanların %9,6’sını oluşturmaktadır. Hem organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılıp hem de organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine katılan yani ‘evet’ cevabını verenler, ankete katılanların %18,8’ini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılmayanlar ile

organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine ‘kısmen’ cevabını verenler, ankete katılanların %5,5’ini oluşturmaktadır. Organik tarımın geleneksel tarıma göre pazarlama olanaklarının düşük olmasına katılanlar ile organik tarımın gelecekte öneminin artacağı düşüncesine ‘kısmen’ cevabını verenler, ankete katılanların %1,8’ini oluşturmaktadır. Sonuç olarak, geleneksel tarım açısından organik tarımın pazarlama olanakları organik tarımın gelecekteki önemine göre değişecektir.

4.6.5.12. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Olan Göç Üzerinde Yaratacağı Etki Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=25,149$, $P=0,001$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarım faaliyetinin artması durumuyla organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göç üzerinde yaratacağı etki istatistiği bakımından değerlendirildiğinde anlamlı olarak kabul edilir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 ’nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 ’nin en yüksek değer almasında, katılımcıların “Şu an ilinizde organik tarımın arttığını düşünüyor musunuz?” sorusuna “Değişmiyor” ve “Organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü azaltacağını düşünüyorum” düşüncesine “Kararsızım” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.89. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Olan Göç Üzerinde Yaratacağı Etki Arasındaki İlişki

		Organik Tarımın Kırsal Kesimden Kentsel Kesime Göç Üzerindeki Etkisi					Toplam	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Organik Tarım Faaliyetinin Artması	Evet	Frekans	9	74	37	30	20	170
		Organik Tarımın Artması(%)	5,3	43,5	21,8	17,6	11,8	100,0
		Organik Tarımın Göç üzerindeki Etkisi (%)	28,1	57,8	40,2	42,3	35,1	44,7
		Toplam(%)	2,4	19,5	9,7	7,9	5,3	47,7
	Hayır	Frekans	19	38	36	33	33	159
		Organik Tarımın Artması(%)	11,9	23,9	22,6	20,8	20,8	100,0
		Organik Tarımın Göç üzerindeki Etkisi (%)	59,4	29,7	39,1	46,5	57,9	41,8
		Toplam(%)	5,0	10,0	9,5	8,7	8,7	41,8
	Değişmiyor	Frekans	4	16	19	8	4	51
		Organik Tarımın Artması(%)	7,8	31,4	37,3	15,7	7,8	100,0
		Organik Tarımın Göç üzerindeki Etkisi (%)	12,5	12,5	20,7	11,3	7,0	13,4
		Toplam(%)	1,1	4,2	5,0	2,1	1,1	13,4
Toplam	Frekans	32	128	92	71	57	380	
	Organik Tarımın Artması(%)	8,4	33,7	24,2	18,7	15,0	100,0	
	Organik Tarımın Göç üzerindeki Etkisi (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	8,4	33,7	24,2	18,7	15,0	100,0	

Organik tarım faaliyetinin artması ile organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime göçü azaltacağı yönündeki ilişki Tablo 4.89’da gösterilmektedir. Tablo 4.89’da hem organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine katılmayanlar yani “Hayır” cevabını verenler hem de organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engelleyeceği düşüncesine katılmayanlar, ankete katılanların %15,0’ini oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine katılmayanlar yani “Hayır” cevabını verenler ile birlikte organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engelleyeceği düşüncesini kabul edenler ankete katılanların %17,4’ünü oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şuan arttığı düşüncesine katılanlar yani “Evet” cevabını verenler ile birlikte organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engelleyeceği düşüncesini kabul etmeyenler, ankete katılanların %21,9’unu oluşturmaktadır. Hem organik tarım faaliyetinin şuan arttığı düşüncesine katılan yani “Evet” cevabını verenler hem de organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engelleyeceği düşüncesine kabul edenler, ankete katılanların %13,2’sini

oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine “Değişmiyor” cevabını verenler ile organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engelleyeceği düşüncesini kabul edenler, ankete katılanların %3,2’sini oluşturmaktadır. Sonuç olarak, kırsal kesimden kentsel kesime olan göç üzerinde yaratılacak etki organik tarım faaliyetine göre değişmektedir.

4.6.5.13. Organik ve Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Kazanç Düzeyi İle İstihdam Seviyesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=10,873$, $P=0,209$) ve $p>0,05$ değerlerine göre organik tarımın gelenekse tarıma göre istihdamı artırıcı etkisiyle organik tarımda elde edilen kazanç arasında bir ilişki yoktur. Bu durum istatistiği bakımından değerlendirildiğinde anlamlı bir ilişki olmadığı kabul edilir.

Tablo 4.90. Organik ve Geleneksel Tarımla Uğraşan Çiftçilere Göre Kazanç Düzeyi İle İstihdam Seviyesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

		Organik Tarımın İstihdamı Artırıcı Etkisi					Toplam	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Organik Tarımın Kazanç Düzeyi Üzerindeki Etkisi	Artacak	Frekans	30	53	35	59	35	212
		Organik Tarımın Kazanç Etkisi	14,2	25,0	16,5	27,8	16,5	100,0
	Azalacak	Organik Tarımın İstihdama Etkisi	58,8	58,9	46,7	62,1	55,6	56,7
		Toplam(%)	8,0	14,2	9,4	15,8	9,4	56,7
	Değişmeyecek	Frekans	6	8	17	8	7	46
		Organik Tarımın Kazanç Etkisi	13,0	17,4	37,0	17,4	15,2	100,0
	Toplam	Organik Tarımın İstihdama Etkisi	11,8	8,9	22,7	8,4	11,1%	12,3
		Toplam(%)	1,6	2,1	4,5	2,1	1,9	12,3
	Toplam	Frekans	15	29	23	28	21	116
		Organik Tarımın Kazanç Etkisi	12,9	25,0	19,8	24,1	18,1	100,0
	Toplam	Organik Tarımın İstihdama Etkisi	29,4	32,2	30,7	29,5	33,3	31,0
		Toplam(%)	4,0	7,8	6,1	7,5	5,6	31,0
Toplam	Frekans	51	90	75	95	63	374	
	Organik Tarımın Kazanç Etkisi	13,6	24,1	20,1	25,4	16,8%	100,0	
Toplam	Organik Tarımın İstihdama Etkisi	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	13,6	24,1	20,1	25,4	16,8	100,0	

Organik tarım faaliyetinden elde edilecek kazanç ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisi arasındaki ilişki Tablo 4.90’da gösterilmektedir.

Geleneksel tarımla karşılaştırdığımızda organik tarım faaliyetiyle uğraşanların kazanç düzeyi ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdam düzeyi arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

4.6.5.14. Organik Tarım Desteklemelerine Göre Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişmesi Arasında Bir İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=8,679$, $P=0,070$) ve $p>0,05$ değerlerine göre organik tarım desteklemeleriyle uzun dönemde organik tarımın gelişmesi arasında bir ilişki yoktur. Bu durum istatistiği bakımından değerlendirildiğinde anlamlı bir ilişki olmadığı kabul edilir.

Tablo 4.91. Organik Tarım Desteklemelerine Göre Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişmesi Arasında Bir İlişkinin Tespiti

		Uzun Dönemde Organik Tarımın Gelişme İmkani					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Organik Tarım Desteklemeleri	Frekans	10	17	21	41	40	129
	Organik Tarım Destekleri(%)	7,8	13,2	16,3	31,8	31,0	100,0
	Evet						
	Organik Tarımın Gelişmesi(%)	58,8	37,8	25,3	37,6	31,7	33,9
	Toplam(%)	2,6	4,5	5,5	10,8	10,5	33,9
	Frekans	7	28	62	68	86	251
	Organik Tarım Destekleri(%)	2,8	11,2	24,7	27,1	34,3	100,0
	Hayır						
	Organik Tarımın Gelişmesi(%)	41,2	62,2	74,7	62,4	68,3	66,1
	Toplam(%)	1,8	7,4	16,3	17,9	22,6	66,1
Toplam	Frekans	17	45	83	109	126	380
	Organik Tarım Destekleri(%)	4,5	11,8	21,8	28,7	33,2	100,0
	Organik Tarımın Gelişmesi(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Toplam(%)	4,5	11,8	21,8	28,7	33,2	100,0

Organik tarım desteklemeleri ile uzun dönemde organik tarımın gelişme imkanına sahip olması arasındaki ilişki Tablo 4.91’de gösterilmektedir. Organik tarım desteklemeleriyle ilgili olarak katılımcıların bilgileri yetersizdir. Buradan çıkarılacak sonuç; uzun dönemde organik tarımın gelişme imkanı ile organik tarım desteklemeleri arasında bir ilişki yoktur.

4.6.5.15. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre İstihdam Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Ankete katılan bireylerin verdikleri cevaplar neticesinde %5 önem seviyesinde ($X^2=19,927$, $P=0,011$) ve $p<0,05$ değerlerine göre organik tarım faaliyetinin artması ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırması arasında bir ilişki vardır. Bu ilişki istatistiği bakımından değerlendirildiğinde anlamlı olarak kabul edilir.

Elde edilen sonuçlar neticesinde buradaki farklılığa χ^2 'nin en yüksek değer alması yol açmıştır. χ^2 'nin en yüksek değer almasında, çiftçilerin “Şu an ilinizde organik tarımın arttığını düşünüyor musunuz?” sorusuna “Değişmiyor” ve “Organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırdığını düşünüyorum” önermesine “Kısmen” cevabını vermelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü beklenen değerler, gözlenen değerlerden en uzak noktadadır.

Tablo 4.92. Organik Tarım Faaliyetinin Artmasına Göre İstihdam Düzeyindeki İlişkinin Belirlenmesi

		Organik Tarımın Geleneksel Tarıma Göre İstihdamı Artırıcı Etkisi					Toplam	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Organik Tarımın Artması	Evet	Frekans	20	42	31	44	35	172
		Organik Tarımın Artması(%)	11,6	24,4	18,0	25,6	20,3	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması	38,5	45,7	40,8	44,4	54,7	44,9
		Toplam(%)	5,2	11,0	8,1	11,5	9,1	44,9
	Hayır	Frekans	27	39	26	40	28	160
		Organik Tarımın Artması(%)	16,9	24,4	16,3	25,0	17,5	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması	51,9	42,4	34,2	40,4	43,8	41,8
		Toplam(%)	7,0	10,2	6,8	10,4	7,3	41,8
	Değişmiyor	Frekans	5	11	19	15	1	51
		Organik Tarımın Artması(%)	9,8	21,6	37,3	29,4	2,0	100,0
		Organik Tarımın İstihdamı Artırması	9,6	12,0	25,0	15,2	1,6	13,3
		Toplam(%)	1,3	2,9	5,0	3,9	0,3	13,3
Toplam	Frekans	52	92	76	99	64	383	
	Organik Tarımın Artması(%)	13,6	24,0	19,8	25,8	16,7	100,0	
	Organik Tarımın İstihdamı Artırması	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
	Toplam(%)	13,6	24,0	19,8	25,8	16,7	100,0	

Organik tarım faaliyetinin artması ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırması arasındaki ilişki Tablo 4.92’de gösterilmektedir. Hem organik tarım

faaliyetinin şuan arttığı düşüncesine katılmayanlar yani “Hayır” cevabını verenler hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesine katılmayanlar, ankete katılanların %17,2’sini oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine katılmayanlar, yani “Hayır” cevabını verenler ile birlikte organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesine kabul edenler, ankete katılanların %17,7’sini oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine katılanlar yani “Evet” cevabını verenler ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesine katılmayanlar, ankete katılanların %16,2’sini oluşturmaktadır. Hem organik tarım faaliyetinin şuan arttığı düşüncesine katılan yani “Evet” cevabını verenler hem de organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesine kabul edenler, ankete katılanların %20,6’sını oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine “Değişmiyor” cevabını verenler ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesine kabul edenler, ankete katılanların %4,2’sini oluşturmaktadır. Organik tarım faaliyetinin şu an arttığı düşüncesine “Değişmiyor” cevabını verenler ile organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artıracığı düşüncesini kabul edenler, ankete katılanların %4,2’sini oluşturmaktadır. Sonuç olarak geleneksel tarım açısından organik tarımın istihdam düzeyi üzerindeki etkisi organik tarım faaliyetindeki değişikliğe göre belirlenecektir.

4.6.6. Organik Tarımda Temel Sorunlar ve Çözüm Yolları

Organik tarım faaliyetinde verim düşüklüğü en önemli sorunların başında gelmektedir. Konvansiyonel ürüne göre, şartlara bağlı olarak değişmek üzere, verimde yaklaşık % 20 oranında düşme görülmektedir.

Özellikle dünyada ve Türkiye’de konvansiyonel ürün ticaretinde benimsenen bir malın aynı eşya gurubunda sınıflandırılması düşüncesinin organik tarımda kullanılmaması tüm dünyada organik tarımla ilgili verilerin sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesini engellemektedir. Bu da sağlıklı bir pazarlama politikasını engellemektedir. Bu nedenle konvansiyonel üretim sisteminde benimsenen sistemlerin organik tarım sistemine tam olarak uyarlanarak entegre edilmesi gerekmektedir.

Sentetik kimyasalların bütünüyle yasaklanması organik tarımda kalite ve verim düşüklüğüne neden olmaktadır. Örneğin, silaja az miktarda kalsiyum nitrat katılması gibi uygulamalar yeniden değerlendirilip, açık tehdit içermeyen bazı sentetik maddelerin sınırlı kullanımına izin verilmesi sektörün gelişimine büyük katkı sağlayacaktır.

Organik tarımda, zirai ilaçlarının kullanımının yasak olması nedeniyle, yabancı ot istilası, hastalık ve zararlı böcek popülasyonunun da büyük bir patlama yaşanmasına neden olabilmektedir. Hastalık ve zararlılarla mücadelenin etkin ve zamanında yapılamaması, bunlardan kaynaklanan kalite kayıplarına yol açabilmektedir. Bunun için organik tarıma uygun yeni tarımsal savaş madde ve yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir (İlbaş, 2009).

Organik tarım bitkisel ve hayvansal üretimin birbirini tamamlayıcı niteliğini dikkate alarak belirli kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Tarım sistemi içinde, çayır veya mera alanlarının varlığı, hayvan barınaklarının durumu ve yönetim anlayışı, hayvanların hem sağlık ve yaşamlarını hem de verimliliklerini etkilemektedir. Organik tarımın doğa merkezli bir etiğe sahip olduğu dikkate alınır, tamamlayıcı bir faaliyet olan hayvancılığa da benzer bir etik anlayışıyla yaklaşılmalıdır.

Organik hayvancılık hayvan refahı, sağlığı ve organik yemleme konularına odaklıdır. Çiftlik hayvanları, yeterli bir alan, ışık ve altlıklar bulunan doğal ortamlarda tutulmalıdır. İlaçlar doğal, yemler organik orijinli ve sadece izin verilen katkı maddelerini içerecek şekilde olmalıdır.

Organik tarımın gelişmesinde arazi tasarruf şeklinin de önemli bir faktör olduğu

belirtilmektedir. Kiracılar, özellikle organik tarım gibi yararları daha sonraki yıllarda elde edilecek bir üretim yöntemini seçmede daha çekingen davranmaktadır. Çözülmemiş mülkiyet sorunu da toprak verimliliğine artırmaya yönelik yatırımları engellemektedir.

Organik tarımla ilgili olarak etkin bir araştırma yapılmaması, eğitim ve yayım konusundaki eksiklikler organik tarımın gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Üreticiler düşük eğitim düzeyleri ve etkin olmayan yayım sistemi nedeniyle mevcut bilgileri edinme konusunda problemler yaşamaktadır. Bu da maliyet artışı yaşanmasına neden olmaktadır. Maliyet artışlarının nedenleri olarak, üretim yöntemindeki değişim nedeniyle verimdeki azalmalar, arazi, makine ve hayvan barınakları için gereken ilave sermaye yatırımları, sertifikasyon ve kontrol masrafları ve geçiş döneminde yüksek fiyatların elde edilememesi, gösterilmektedir.

Organik tarıma sağlanan desteklerin düzeyi ve yapısı yanında, destek uygulamalarının organik tarımın ekonomik başarısında ne ölçüde etkili olduğu konusunda tartışmalar devam etmektedir. Organik tarım sektörünün bulunduğu yapı nedeniyle organik destek politikalarında yapılacak bir değişimin organik tarım işletmeleri üzerinde ne kadar olumsuz bir etkide bulunacağı kaçınılmaz olacaktır.

Organik tarımın bir başka sorunu da geçiş sürecidir. Geçiş sürecinde verim düşük olmakla birlikte elde edilen ürün organik ürün olarak değil organik geçiş ürünü şeklinde etiketlendiğinden pazar fiyatı oldukça düşük olmaktadır.

Organik üretimde kullanılan girdilerin bir yandan yetersiz veya pahalı olması, diğer yandan bu girdilerin verim üzerine etkilerinin güvenilirliğine karşı duyulan kuşku, organik tarımda başka bir sorun olarak görülmektedir. Araştırma ve geliştirme yatırımlarına önem verilmesi ve bu konuda devlet tarafından sağlanacak maddi destek ve muafiyetlerinin yanı sıra, iyi sonuçların üreticilere uygulamalı olarak tanıtılması bu sorunun iyileşmesine yardımcı olacaktır.

Organik tarımda kontrol ve sertifikasyon ücretlerinin yüksek olması bu sektör için bir başka sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Akredite olmuş uluslararası kuruluşların farklı ülkelerde temsilcilikler kurmaları ve faaliyet gösterdiği ülkenin teknik iş gücünden daha fazla yararlanmaları bu fiyatları bir miktar düşürebilmektedir. Bu alanda rekabet artıp uluslar arası akreditasyona sahip yerel kuruluşların da sektörde yer alması bu sorunun çözümüne yardımcı olacaktır. Bu kuruluşlar da organik tarımın

yaygınlaşması, tanıtımı ve pazar payının artması konusunda sorumluluk üstlenmelidirler (İlbaş, 2009).

Organik tarımda sık denetim ve kontroller için kayıt tutma bilgi ve becerisinin bulunmaması, müteşebbislerin sektöre girmesini engelleyen önemli sorun olarak görülmektedir. Türkiye’de bu eğitim, illerde daha çok Tarım İl Müdürlüklerine, Organik Tarım Birimleri’ne bırakılmıştır. Üniversitelerin de katılımıyla birlikte eğitim programları düzenlenmesi ve bunun maddi alt yapısının hazırlanması sorunun çözümüne yardımcı olacaktır.

Ülkemizde organik ürün üretiminin büyük çoğunluğu ihracata yöneliktir. Üretilen ürünlerin hemen hemen tamamının ihraç edildiği göz önüne alındığında, Türkiye’nin organik ürünlere yönelik iç piyasasının gelişmemiş olmasında yani organik ürünlere olan talebin düşük gerçekleşmesinde; Türk tüketicilerinin organik ürünler hakkında bilgili ve bilinçli olmaması, ürün çeşitliliğinin olmaması ve mevcut organik ürünlerin piyasaya sunum şekillerinin yetersiz olması(ambalajlama, paketlenme, etiketlenme gibi pazarlama konuları açısından), Türkiye’de ortalama gelir düzeyinin düşük olması, organik ürünler ile geleneksel ürünler arasında oluşan fiyat farklılığının çok olması, organik ürünlere sertifikasyon veren kurum ve kuruluşların Türk tüketiciler tarafından bilinmemesi, tanınmaması ve bunun sonucunda güven sorununun oluşması gibi nedenler etkili olmaktadır.

Organik üretimin yani arzın başka ülkelere kıyasla son derece geri olması başka bir problem olarak görülmektedir. Organik tarım ürünlerinde ve organik girdilerde marka yaratılarak iç ve dış pazardaki talep artırılmalıdır. Organik ürün çeşitliliğinin ve işlenmiş ürün sayısının artırılması yanında, tekstil, kozmetik gibi gıda dışı organik ürünlerin üretimi ve pazarlanması da desteklenmelidir. Bebekler, çocuklar, yaşlı insanlar, hastalar gibi hassas tüketici gruplarına yönelik spesifik promosyon kampanyalarının geliştirilmesi sağlanmalı ve agro-ekoturizm gibi benimsetici faaliyet alanları oluşturulmalıdır. Üreticiyi destekleyecek bir miktar iç pazarın da oluşması gerekir. Bu sorunun aşılması için medya araçları ve sivil toplum kuruluşları işbirliğinde reklam ve tanıtım faaliyetleri sürdürülmelidir.

Hem yurt içinde hem de yurt dışında piyasalarla ilgili verilere ulaşılmasında büyük güçlükler yaşanmaktadır. İhracat yapan birçok firma, kayıt sistemine başvurusunu yapmak zorunda olmasına rağmen bu başvurunun hala devlet denetimine

tabi tutulmadığı bilinmektedir. Bunun yanında kayıt yaptırılanların bilgileri bile sağlıklı bir şekilde takip edilememektedir. Aynı zamanda alt yapı eksiklikleri de gerekli politikaların oluşturulmasını engellemektedir. Gerekli takibin yapılabilmesi için bu konuda detaylı bir çalışmanın yapılması gerekmektedir.

Organik tarımla ilgili yapılan bilimsel çalışmaların azlığı dikkat çeken diğer önemli bir sorundur. Organik tarımla ilgili çalışma yapmaları yönünden akademisyenlerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Ayrıca tüketici talepleri, üretici sorunları gibi konularda da yapılan çalışmalar desteklenmelidir. Çünkü bu yolla organik tarım konusunda sahip olunan potansiyel net bir şekilde ortaya konulacaktır.

Organik tarım konusunda tüketici bilincinin oluşturulması için medya sektörü tarafından verilen desteğin yetersiz olması başka bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuyla ilgili olarak yapılması gereken hem yazılı hem de görsel basın organlarının konuya karşı duyarlılık derecelerinin artırılması da tüketici bilincinin oluşmasında önemli bir katkı sağlayacaktır.

Gelişmiş ülkelerde perakende satış birimi olarak daha çok süpermarket ve hipermarketler kullanılırken bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde mevcut marketlerin bünyelerinde özel reyonlar aracılığıyla satış imkanı yaratılmaktadır. Ancak söz konusu marketlerde satış fiyatlarının olduğundan yüksek tutulması talebi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu yüzden talebin canlandırılabilmesi ve ürün stant fiyatlarının daha düşük tutulmasını sağlamak için gerekli girişimlerin yapılması gerekmektedir.

Organik ürünlerin pazarlanması konusunda bilgi vermeye daha uygun iletişim mecraları üzerinden hedef kitlelere ulaşmak ve tüketicileri bilinçlendirmek başlıca şarttır. Türkiye’de pazarın yoğun biçimde ithalata dayalı olması ve iç talebin etkin biçimde yaratılamamış olması sorunu ancak doğru ve yoğun iletişim ile aşılabılır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanoğlu hayatını sürdürebilmek için gerekli gıda ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla çevre üzerindeki hâkimiyetini hızla artırma yoluna gitmiştir. Tarımda kullanılan birtakım yanlış teknikler ve uygulamalar, sanayi ve teknolojideki hızlı gelişmeler ile artan dünya nüfusunun temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla birim alandan daha fazla ürün elde edebilmek için yeni yöntemler geliştirilmeye çalışıldı. Tarım da aşırı gübre, hormon ve sentetik kimyasalların kullanımında artış yaşanması, insanlığın sağlık açısından çeşitli problemler ile karşı karşıya kalmasına ve aynı zamanda toprak, su ve hava gibi çevresel olgularında bundan zarar görmesine neden olmuştur.

Toplumda gittikçe artan çevre ve sağlık bilinci, tarım alanında kullanılan yanlış metot ve tekniklerin zararlarını üretici ve tüketicilere fark ettirmiş ve daha kaliteli, sağlıklı ve çevreye zarar vermeyen tarımsal ürünler elde etmek amacıyla diğer tarım yöntemlerine alternatif olarak organik tarım yöntemi ortaya çıkmıştır.

Organik ürünlerde meydana gelen talep artışı, daha iyi bir çevre ve daha güvenilir bir gıda desteği sağlamak üreticilerin organik tarıma geçişine etki eden temel faktörler arasında yer almaktadır.

Dünyada organik ürünlerin üretimi 1930'lu yıllardan beri devam etmektedir. Organik tarım üretimi yapan ülkeler üretime geçerken ülkelerinin geleneksel ürünleriyle başlamayı tercih etmişlerdir. Organik tarım faaliyeti dünyada yaklaşık 130 ülkede 24,1 milyon hektar alanda yapılmaktadır. Avustralya 10 milyon hektar alanla en fazla üretim alanına sahip ülke konumundadır.

Üretimde ön sıralarda olan Avustralya ve ABD tüketimde de ön sıralardadır. Bu ülkelerin tüketim ihtiyaçlarının büyük bir kısmı iç üretimden karşılanmaktadır. Genelde gelişmekte olan ülkeler, üretimi artırma ve dış satıma sunma çabası içerisindeyken, gelişmiş ülkeler bir yandan dış alım ve bir yandan da iç üretimleriyle iç pazar talebini karşılama eğilimindedirler.

Dünya ülkelerinde organik gıda ürünleri pazarı hızla büyümektedir. Organik gıda satışları 1996-2000 yılları arasında Avustralya'da %200 artarak 150 milyon dolara, Japonya'da %150 artarak 2.5 milyar dolara, Kanada'da %135.7 artarak 825 milyon dolara, Amerika Birleşik Devletleri'nde %128.6 artarak 8 milyar dolara yükselmiştir. Organik tarım sektörü giderek büyümekte olan bir sektör olmasına rağmen hala dünya

gıda pazarının %2'sini oluşturmaktadır.

Türkiye'de organik tarım faaliyetleri Avrupa'da olduğu gibi üreticiler tarafından başlatılan bir hareket olmayıp, 1985-1986 yıllarında yurtdışından gelen taleplerin yönlendirmesi ve bu üretim sisteminin yerel üreticilere Avrupa'da faaliyet gösteren firmalarca tanıtılması ile başlamıştır.

Türkiye'de organik üretim verileri incelendiğinde, 2003 yılında 14.798 olan üretici sayısının 2012 yılında 54.635 bine ulaştığını, üretim alanlarının yaklaşık 113.621 binden 702.909 bin hektar alana kadar arttığı ve bunların paralelinde organik ürünlerin üretiminde çok büyük bir artış yaşanarak, 2012 yılında 1.750.127 bin ton olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de organik tarım faaliyeti olması gereken yerin çok uzağında yer almaktadır. Organik tarım faaliyeti bilinçsiz bir şekilde yapılmakta ve çoğunlukla 'babadan kalma' diye tabir edilen klasik yöntemlerle sürdürülmektedir. Bu nedenle toplam tarım faaliyeti içerisinde organik tarım faaliyeti %1'lik gibi düşük bir etki yaratmaktadır.

Organik tarım günümüze kadarki dönem içerisinde oldukça pahalı ve karmaşık bir üretim süreci olarak görüldüğünden gereken ilgiyi görmemiş ve üretilen ürünler daha çok ihraç amaçlı olarak üretilmiştir. Bu durum özellikle Türk çiftçisinin finansal açıdan bir destek mekanizmasına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Devletin yapacağı teşviklerin ve desteklemelerin içeriği ve sınırları belirlenirken, gelecek açısından önemli problemler arasında görülen gıda üretim düzeyi ve güvenliği mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır.

Türk çiftçisi organik tarım hakkında yeterli bir bilgiye sahip değildir. Çiftçilerin organik tarım hakkında bilgilendirilmeleri ve ortaya çıkan teknolojik gelişmeler ile ilgili olarak da sürekli haberdar edilmeleri gerekmektedir. Çiftçilerin buldukları bölge içerisinde hangi ürünlerin daha verimli ve daha kaliteli elde edileceği konusunda da Tarım İl Müdürlüğü yetkililerinin de bu konuda üreticileri bilinçlendirmeleri önem arz etmektedir.

Türk çiftçisinin desteklenmesinde dış ticaret politikalarının gözden geçirilmesi de önemli bir fayda yaratacaktır. Organik tarımla ilgili destekleme alımı yapılarak ya da taban fiyat uygulamasına başvurularak organik tarım faaliyetinin artmasında ve gelişmesinde etkili olunabilecektir. Aynı zamanda ithal gıdalara yönelik denetim

mekanizması daha etkin bir hale getirilerek, insan sağlığı için zararlı maddelerin ülke içerisine girmeleri engellenmiş olacaktır.

Diğer taraftan, iç pazarda tüketicimize doğal, tabii, köy ürünü gibi farklı isimlerle anılan ürünler, organik ürün gibi sunulmaya çalışılmakta, bu ise tüketicinin organik ürünlere olan güvenini sarsmaktadır.

Tüketicilerin her konuda bilgilendirilmesi ve tüketici bilincinin oluşturulması organik tarımın gelişimi açısından oldukça büyük önem taşımaktadır. Buna bağlı olarak, organik tarımda büyük bir gelişme sağlanabilmesi için uygulanması gereken stratejilerden biri sadece ihraç pazarında değil iç pazarda da talebin oluşturulması için çaba sarf edilmesidir. Bunu gerçekleştirebilmek için, tüketicileri organik ürünler konusunda bilgilendirmek ve bilinçlendirmek amacıyla bazı otel ve restoranların menülerinde, okul kantinlerinde, fuar ve açık pazarlarda, reklam kampanyalarında organik ürünlere yer vermeleri için anlaşmalar yapılmalıdır.

Organik üretimi geliştirmek için ulusal üreticilerin tüm maddi destek ve fırsatları takip etmeleri, devletin teşvikleri yanı sıra uluslararası pazarlara da açılmaları önem arz etmektedir. Uluslararası dernek ve kuruluşlara, internet üzerinden bilgi portallarına üyelikler, bu kurumlarla ilgili bilgi ve deneyim alışverişinde bulunulmalıdır.

Organik tarım kuruluşları, üniversiteler, araştırma ve geliştirme kuruluşları tarafından organize edilerek desteklenen, akademik dünya ile iş dünyasını bir araya getiren ulusal veya uluslararası kongre, konferans, seminerler, ulusal plan ve programlarla da uyumlu bir şekilde yerel eylem planları düzenlenerek, organik üretimin artması sağlanmalıdır. Bu durumun sağlanması, çiftçi faaliyetlerinin hem danışmanlık ve hem de finansal olarak desteklenmesine büyük bir katkı sağlayacaktır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde organik tarım alanı ve üretici sayısında her geçen gün artış yaşanmaktadır. 2003 yılında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde 12 çeşit ürün ve 483 çiftçi üretim yapıyorken, 2012 yılına gelindiğinde ise 50 çeşit bitkisel ürün ve 2 bin 289 çiftçi ile organik üretim yapılmaktadır. Üretim yapılan alan ise 3 bin 361 hektardan 6 bin 118 hektara yükselmiştir. Ordu, Giresun, Artvin ve Trabzon'da fındık odaklı organik üretim yapılırken Rize'de organik çay, Gümüşhane'de organik hayvancılık, hububat ve yem, Artvin ve Rize'de organik arıcılık odaklı üretim yapılmaktadır. Temiz ve tatlı su kaynaklarına sahip olan bölgenin tamamı organik balıkçılıkta büyük bir potansiyele sahip olmakta ve bölgenin hemen hemen tamamında organik meyve

yetiştiriciliği yapılmaktadır. Rize ve Trabzon'da yaklaşık olarak 40 ton kivi üretimi yapılmaktadır. Organik bal üretiminde ise Doğu Karadeniz Bölgesi 15 tonluk üretim ile Türkiye üretiminin yüzde 7'sini karşılar düzeydedir. Organik hayvancılıkta ise 7 bin 671 ton ile organik süt üretimi ile Türkiye üretiminin yüzde 65'ini sağlamaktadır.

Çalışmanın uygulama kısmı üç aşamada değerlendirilmiştir. Anket çalışmasının birinci aşamasında, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde uygulanan araştırma sonucunda organik üretim yapan işletmelerden elde edilen bulgular aşağıda kısaca özetlenmiştir:

- Araştırmada organik üretim yapan işletmelerin organik üretimden elde ettikleri kazançların %68,6'sının geliri artırdığını, %40'ının pazarlamasının kolay olduğunu ve %34,3'ü getirisinin fazla olduğu sonucunu kabul etmişlerdir.
- İncelenen organik tarım üretimi yapan işletmelerde, organik üretimle, işletmelerin %80'inde işgücü kullanımının arttığı, %72,7'sinde alet-makine kullanımının arttığı, %65,7'sinde akaryakıt kullanımının değişmediği, %68,6'sında sulama kullanımının değişmediği, %54,3'ünde ilaç kullanımının arttığı, %51,4'ünde gübre kullanımının değişmediği ve %60'ında da zaman kullanımının değişmediği görülmektedir.
- Organik tarım üretimi yapan işletmeler, organik üretimi tercih etmenin nedeni olarak %52,4'lük bir oranla insan sağlığının önemsenmesi olarak görmüşlerdir.
- Araştırmada incelenen işletmelerde, organik üretim faaliyeti %71,4 oranında artmakta, %20,0 oranında da azalmaktadır. Organik tarım faaliyetinin azalmasının nedeni olarak üreticilerin %50,0'sinin fiyat sıkıntısı yaşamaları olarak görülmektedir.
- İncelenen işletmelerde sadece organik üretim yapmak isteyen kesim %25,7'lik bir orana sahipken, organik tarımla birlikte diğer tarım çeşitleriyle ilgilenen kesim ise %74,3 oranında bir çoğunluk oluşturmaktadır.
- İncelenen işletmelerde organik üretimle uğraşan üreticilerin %65,7 gibi büyük bir çoğunluğunun organik tarım konusunda herhangi bir eğitim almadığı görülmektedir.
- Araştırmada organik üretimden elde edilen ürünün tahsilâtının %37,1'i 3 ay sonra, %22,9'u da 6 ay sonra gerçekleştirilmektedir.

- İncelenen işletmelerde, organik üretimi yıllık elde edilen kazanç açısından değerlendirdiğimizde katılımcıların %41,2'sinin 50001-100000 arasında, yıllık gelir içerisindeki payı analiz edildiğinde katılımcıların %40'ının 10-20 milyon arasında bir paya sahip olduğu görülmektedir.
- Organik üretim yapan işletmelerde katılımcıların %85,7'si kredi bulmakta zorlandıklarını belirtmektedirler. Üretici firmaların %88,2'si de devlet tarafından yapılan desteklemeleri yetersiz bulmaktadır.
- Organik üretim yapan işletmelerde katılımcıların %62,9'u organik üretimin piyasa durumu konusunda üreticilerin bilgi düzeylerinin yeterli olmadığını aynı zamanda organik tarım üretiminin ihracata katkısı konusunda üreticilerin bilgi düzeylerinin yetersiz olduğunu düşünen %74,2'lik bir büyük bir çoğunluk bulunmaktadır.
- Ankete katılan firmalar pazarlama kanallarının %71,4 gibi büyük bir çoğunlukla yetersiz olduğunu ve organik üretimin üreticiyi kazanç yönünden memnun etmediğini (%60) düşünmektedirler.
- Organik üretim yapan işletmelerde, üreticilerin % 82,8'i kırsal kesimden kentsel kesime doğru göç olgusunda bir azalma olacağını belirtmişlerdir.
- Organik üretim yapan işletmelerde, katılımcıların %94,1'i organik üretimin bölge ekonomisine katkı sağlayacağını düşünmektedirler.
- Organik tarım alanında yatırım yapmayı geleneksel tarım alanına göre daha karlı bulma konusunda katılımcıların %61,8'inin, gelecekte organik tarımın her alanında üretim yapma konusunda üretici firmaların %51,4'ünün, organik tarım üretiminin diğer üreticilerin de yapması ile ilgili tavsiyelerde bulunulması konusunda %45,7'sinin kararsız kaldığı görülmektedir.

Yapılan çalışmada organik tarım faaliyetinin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan organik üretici işletmeler üzerinde bazı olumsuz sonuçlar yarattığı görülmüştür. Organik üretici firmalar fiyat sıkıntısı yaşamalarının yanı sıra devlet desteklemelerini yetersiz bulmaları konusunda ve elde edilen kazanç noktasında da memnuniyetsizliklerini dile getirmişlerdir.

Organik üretici firmaların organik tarım hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıkları, organik tarım konusunda sadece %44,3'ünün bir eğitim aldıkları görülmektedir.

Organik tarım firmaları organik tarımdan bir getiri elde edeceklerine inanmaktadırlar. Ancak, organik tarımdan elde edilecek getiri yeterli görülmemektedir. Bu durumun nedenleri arasında ise, pazarlama kanallarının yeterli olmaması, devlet desteklemelerinin yetersiz olması, tüketicilerin organik üretim konusunda bilinçli davranmamaları ve organik üretimle uğraşan firma çalışanlarının bilgi düzeylerinin yetersiz olması yer almaktadır.

Organik üretici firmalar, organik tarımın bölge ekonomisi açısından büyük kazanımlar yaratacağını ancak bunun sağlanabilmesi için organik tarım alanında yetişmiş insan gücüne büyük ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir.

Anket çalışmasının ikinci aşamasında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik üretim açısından mevcut durumu aşağıda kısaca özetlenmiştir:

- Ankete katılan çiftçilerin %43,0'unun herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmadığı, %73,4'unun çiftçi kayıt sistemine kaydı bulunmadığı, %62'sinin herhangi bir sosyal güvencesi olmadığı görülmüştür.
- Araştırmaya katılanların %68'inden fazlasının geleneksel tarım faaliyetiyle 10 yıldan daha fazla süredir uğraştığı, geleneksel tarım çeşitlerinden %46,7'sinin bitkisel üretimi, %32,2'sinin büyükbaş hayvancılığı ve %8,4'unun arıcılığı tercih ettiği görülmektedir.
- Araştırmaya katılanların %65,1'i de geleneksel tarıma başlarken sermayeyi kendi çabalarıyla oluşturduklarını belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan geleneksel tarım üreticilerinin %52,1'inin geleneksel tarım desteklemelerinden haberdar oldukları, %72,2'sinin de geleneksel tarım faaliyetinde bulunurken herhangi bir kredi olanağından faydalanmadıkları görülmüştür.
- Araştırmaya katılan geleneksel tarım üreticilerin %73,2'si geleneksel tarım yapma nedenini geçimini sağlamak olarak ifade etmişlerdir.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerin %41,2'sinin geleneksel ürün tahsilâtını peşin olarak yaptıkları görülmüştür. Yani satılan ürünün tahsilâtı konusunda sorunlar yaşanmamaktadır.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerin %73,4'ü yani üçte ikisinden fazlası gelecekte de geleneksel tarım faaliyetine devam etmeyi

düşünmektedirler.

- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerinin organik tarım hakkında %50,5'inin yeterli bilgiye sahip olmadıkları, bilgi sahibi olanların da organik tarım hakkında bilimsel açıdan eksik oldukları görülmüştür. Geleneksel tarım üreticilerinin organik tarım hakkındaki bilgiyi daha çok dost akrabadan, önder çiftçiden ve kurslardan edindikleri belirtilmiştir.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerinin %46,5'i organik tarım faaliyetinde bulunmaktadır. Geleneksel tarım üreticilerinin organik tarım faaliyetini %36,1'lik oranla insan sağlığını korumak ve %30,4'lük oranla da geliri artırmak amaçlı yaptıkları görülmüştür.
- Geleneksel tarım üreticilerinin %56,7'sinin organik tarımın geliri artıracığını, %56,1'inin de organik tarımın fiyatı artıracığını düşündükleri görülmüştür.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerinin organik tarım faaliyetinde bulunurken karşılaştıkları en önemli sorunun ne olduğu konusunda üreticilerin % 23,4'lük kısmı verimin düşük olması ve %21,5'lik kısmı da maliyetlerin yüksek olması olarak görmüşlerdir.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerinin %66,1'lik kısmı organik tarım desteklemelerinden haberdar olmadıklarını belirtmişlerdir.
- Ankete katılan geleneksel üreticilerin %53,4'ü organik tarımı geleneksel tarımdan ayıran en büyük özellik olarak kaliteli insan gıdası üretmek olduğunu görmüşlerdir.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerin %48,9'u bölge ekonomisi için, %55,0'ı bölge şartları açısından en uygun tarım çeşidi olarak geleneksel tarımı görmüşlerdir.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerin %44,9'u organik tarım faaliyetinin bölge içerisinde gelişim içerisinde olduğunu ve %61'i de organik tarımın gelecekte büyük önem kazanacağını düşünmektedirler.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerinin %71'inin geleneksel ürün ile organik ürün arasında bir fark olduğunu, %42,2'sinin organik tarımın geleneksel tarıma göre istihdamı artırıcı etkisinin olduğunu, %46,1'inin organik tarımın geleneksel tarıma göre gelişme olanağının daha az olduğunu

kabul ettikleri görülmüştür.

- Araştırmada incelenen geleneksel tarım yapan çiftçiler ile organik tarım yapan çiftçilerin faaliyet sonuçları karşılaştırıldığında: Katılımcıların %48,5'inin organik tarımın pazarlama olanaklarının geleneksel tarıma göre daha düşük olduğunu, katılımcıların %63'üne göre organik tarımla uğraşan çiftçiler geleneksel tarımla uğraşan çiftçilere göre daha fazla maliyet ödediğini, katılımcıların %47'sinin de organik tarımın geleneksel tarıma göre daha fazla kazanç sağladığını kabul ettikleri görülmüştür.
- Ankete katılan geleneksel tarım üreticilerin %47,4'ünün ihracat açısından organik tarımın geleneksel tarıma göre daha avantajlı olduğunu, %71,8'inin organik tarım faaliyetinin bölge ekonomisine katkı sağlayacağına inandıkları, %42,2'sinin organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü engellemeyeceğini, 61,5'inin uzun dönemde organik tarımın gelişme olanağına sahip olduğunu kabul ettikleri görülmüştür.

Yukarıdaki sonuçlara göre organik tarım faaliyetinde bulunan insanlar devlet desteğinin yetersiz olduğundan devletin organik ürünün elde edilmesi aşamasına kadar denetimini yeterince yapmadığından yakınmaktadır. Bu nedenle pazara sunulan ürünlerin organik ürün olup olmadığı konusunda tüketicilerin kararsız kaldıkları görülmektedir.

Geleneksel tarım faaliyetiyle uğraşan çiftçilerin tarım faaliyetinde bulunma nedeni geçimini sağlamak olarak görülmektedir. Yani insanlar geleneksel tarım uygulamalarından yüksek kazanç elde etmek gibi bir amaç içerisinde bulunmamaktadırlar. Fakat çiftçiler organik tarım faaliyeti yaparken daha çok gelirlerini artırmak ve sağlıklı ürünler elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin %56,3'lük gibi bir oranının herhangi bir şekilde sivil toplum kuruluşlarına üye olmadığı ve aynı zamanda %73,4 gibi büyük bir oranının çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olmadığı görülmektedir. Devletin daha iyi bir hizmet alabilmek için üretim faaliyetinin her aşamasının devletin kontrolü altında tutulması gerekmektedir.

Organik üretim yapan firmalar, elde ettikleri ürünün bedelinin %37,1'ini 3 ay sonra, %22,9'unu da 6 ay sonra tahsil etmektedirler. Geleneksel tarım üreticileri ise %41,2'sinin tahsilatını peşin olarak yapmaktadırlar. Yani geleneksel ürünler organik

ürünlere göre daha kolay satılmakta ve bedeli zamanında tahsil edilmektedir.

Organik üreticiler organik tarımın kırsal kesimden kentsel kesime olan göçü azaltacağını buna karşılık geleneksel tarımla uğraşan çiftçiler ise bu konuda önemli bir değişiklik olmayacağını düşünmektedirler.

Organik tarım yapan işletmeler ile geleneksel üretim yapan çiftçilerin faaliyet sonuçları incelendiğinde; elde edilen kazanç açısından çok büyük farklılıklar olmadığı görülmektedir. Bu durum bölgede organik üretimin henüz çok yeni ve başlangıç aşamasında olmasından kaynaklanmaktadır. Buna karşın üretimin gelecekte daha geniş alanlarda, daha verimli ve daha kaliteli üretime ulaşılacağı, sözleşmeli üretim ile pazarlama sorununu aşacağı ve sonuç olarak üreticinin gelirini arttıracığı beklenmektedir.

Anket çalışmasının üçüncü aşamasında, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde geleneksel tarımla uğraşan çiftçilerin organik üretim açısından cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik faktörlerle birlikte istihdam, fiyat, gelir düzeyi, pazarlama, maliyet bedeli gibi bazı ekonomik değişkenler birbirleriyle ilişkilendirilerek anlamlılık düzeyleri incelenmeye çalışılmış, mevcut durum aşağıda kısaca özetlenmiştir:

- ❖ Organik tarım faaliyetiyle karşılaşılan sorunlar, sivil toplum örgütlerine üyelik ve geleneksel tarım çeşitlerini tercih etme cinsiyete göre değişmektedir. Geleneksel tarım yapma nedenleri cinsiyet açısından bir farklılık göstermemektedir.
- ❖ Organik tarımın fiyat üzerinde yaratacağı etki organik tarımın kazanç üzerinde yaratacağı etkiye göre farklılık göstermektedir.
- ❖ Çiftçi kayıt sistemine üyelik durumu eğitim düzeyine göre değişmektedir.
- ❖ Organik tarımda pazarlama olanakları maliyet bedeline göre değişmektedir.
- ❖ Organik tarımda istihdam düzeyi pazarlama olanaklarına göre değişmektedir.
- ❖ Organik tarımın pazarlama olanakları organik tarımın gelişme imkanına göre değişmektedir.
- ❖ Organik tarımda istihdam düzeyi organik tarımın gelecekteki önemine göre değişecektir.
- ❖ Organik tarımın pazarlama olanakları organik tarımın gelecekteki önemine göre değişecektir.
- ❖ Kırsal kesimden kentsel kesime olan göç üzerinde yaratılacak etki organik tarım faaliyetine göre değişmektedir.

- ❖ Uzun dönemde organik tarımın gelişme imkânı ile organik tarım desteklemeleri arasında bir ilişki yoktur.
- ❖ Organik tarımın istihdam düzeyi üzerindeki etkisi organik tarım faaliyetindeki artışa göre değişecektir.

Organik üretim yapan firmalar ve geleneksel tarım üreticileri açısından, organik tarım bölge ekonomisine kazanımlar sağlayacaktır. Bunları aşağıdaki gibi özetlersek:

- ✓ Organik tarım yeni istihdam alanları yaratarak işsizliği azaltacaktır.
- ✓ Organik tarım sertifikalandırma ve aynı zamanda kontrol gerektirdiğinden kayıt dışı ekonomiyi azaltıcı etki yaratacaktır.
- ✓ Kullanılmayan atıl durumdaki arazinin işlenip daha verimli kullanımı sağlanacaktır.
- ✓ Halkın toprağa bağımlılığını artırıcı bir rol üstlenecektir.
- ✓ Parçalanmış arazileri bütünleştirici bir etki yaratacaktır.
- ✓ İş gücünün özellikle de aile iş gücünün yoğun kullanımı da tarımda gizli işsizlik için bir çözüm olacaktır.
- ✓ Organik üretimden kırsal kalkınma aracı olarak yararlanılacaktır.
- ✓ Toprağın ve çevrenin kirlenmesi engellenmiş olacaktır.
- ✓ Organik tarımla uğraşan çiftçinin yani üreticinin daha çok kazanması sağlanacaktır.
- ✓ Bölge içerisinde ekonomik gelişmeyi hızlandırarak ihracatı artırıcı bir etki yaratacaktır.

Bölge'nin en önemli ürünü fındık ve çay olup, üretim aşamasından, ihraç aşamasına kadar birçok sorunlarına rağmen sürekli talep edilmeleri, bu iki ürünün bölge ve ülke ekonomisi için önemlerini göstermektedir. Bu bağlamda bölgede yaklaşık 450 bin ailenin en önemli geçim kaynağı olan fındık ve yaklaşık 200 bin ailenin yetiştiriciliğini yaptığı çayın uluslararası ve ulusal piyasada değerlendirilmesini sağlayacak olan ürün borsaları kurulmalıdır.

Devlet, sektöre yönelik faizsiz ve uzun dönemli kredi imkanları gibi bir teşvik mekanizmasını devreye sokmalıdır. Tarımsal girişimcilik desteklenmeli, sözleşmeli tarım yaygınlaştırılmalı ve yeni finans teknikleri geliştirilmeli bu yönde çiftçilerimize yardım edilmelidir.

Sonuç olarak; Doğu Karadeniz Bölgesi içerisinde kırsal alanda yaşayanların

kentsel alanda yaşıyanlardan fazla olması, kırsal alanda yaşıyan bu insanların büyük bir bölümünün tarımsal faaliyetle uğraşması, konvansiyonel tarım ürünlerinin dış satımında büyük zorluklar olmasına rağmen organik tarımsal ürünlerde dış satımın kolay olması, bölgenin kırsal kalkınma politikalarının merkezine organik tarımı yerleştirmektedir. Ancak bunu gerçekleştirmek için, devlet, bölge üniversiteleri, illerin tarım teşkilatları, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler, üreticiler, çiftçiler, pazarlama şirketleri, ihracatçılar ve DOKA el ele uyum içinde çalışması gerekmektedir. Şartların olgunlaştırılması durumunda, Doğu Karadeniz Bölgesi ülkemiz için ilk organik tarım bölgesi olma özelliği kazanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ak, İ. (2002). Ekolojik Tarım ve Hayvancılık. Gıda ve Yem Bilimi- Teknolojisi Yıl:1. Sayı:2. Bursa: 31-39 S.
- Ak, İ. (2007). Ekolojik Tarım ve Çevre. Editör: İ. Ak. (Basımda)
- Ak, İ. (2004). Ekolojik Tarım ve Hayvancılık. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi Sözlü Bildiriler, C.1, 490-497, Isparta
- Akbulut, M. (2013). Subtropik Meyveler Dersi Ders Notları. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Pazar Meslek Yüksekokulu. Pazar/Rize
- Akbulut, M. Şavşatlı, Y. Bayka, H. (2013). Çay Üreticisine Ek Gelir Olarak Maviyemiş Yetiştiriciliği. II. Rize Kalkınma Sempozyumu (Çay-Lojistik-Turizm) 3-4 2013 Recep Tayyip Üniversitesi, Rize
- Aksoy, U. ve Altındişli, A. (1999). Dünya’da ve Türkiye’de Ekolojik Tarım Ürünleri Üretimi, İhracatı ve Geliştirme Olanakları. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:1990-70.
- Aksoy, U. (2004). Organik Tarım ve Gelişimi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayını, Bahçe Bitkileri Bölümü, İzmir.
- Aksoy, U. ve Diğerleri. (2005). Organik Tarım Uygulamaları. Türkiye Ziraat Mühendisliği VI Teknik Kongresi TMMOB Yayınları, 291-314
- Aktar, C. ve Diğerleri. (2007). Organik Tarım. Türkiye 1. Kongresi Raporu, İstanbul.
- Algan, N. (2002). Ekolojik Tarımda Ekim Nöbeti. Organik (Ekolojik) Tarım Eğitimi Ders Notları, Emre Basımevi, İzmir.
- Akbay, A. ve Usal, G. (2000). Ekolojik Tarımda Çiftçi Gelirleri. Harran Üniversitesi Mühendislik ve Ziraat Fakülteleri Gap- Çevre Kongresi, Şanlıurfa
- Altunışık, R. Coskun, R. Bayraktaroğlu, S. Yıldırım, E. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. 4. Baskı, Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Atay, A. Sarı, E. (2005), Organik Tarıma Başlarken, Bursa Ticaret Odası Yayınları- Bursa
- Atiker, M. (2004). Organik Tarım Nedir? Konya Ticaret Odası Etüt- Araştırma Servisi, Konya.

- Atlı, S. (2005). Orgüder ve Dünya’da, AB Ülkelerinde Organik Ürün Pazarları ve İhracatındaki Gelişmeler. Şanlıurfa.
- Altındışli, A. (2002). Organik Tarım. Ekolojik Tarım Organizasyonu (Eto), Bornova, İzmir, 2002. Http:// www.tarim.gov.tr.
- Anonim. 2004. II. Tarım Şurası Raporu. 29 Kasım-1 Aralık 2004, Ankara
- Anonim. (2001). Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik (Taslak). Ekolojik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi, Kasım 2001, Ankara.
- Anonim. (2011b). Kelkit Vadisi Organik Tarım Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi ve Yerel Yönetimler Bölge Raporu.
- Anonim. (2011). Yıllara Göre Organik Ürün İhracat ve İthalat Rakamları (www.tugem.gov.tr).
- Anonim. (19-25 Mayıs 2002). Organik Tarım. Para Haftalık Ekonomi Haber Dergisi, Sayı: 403.
- Anonim. (2011). Kelkit Vadisi Organik Tarım Potansiyeli. Gümüşhane Üniversitesi ve Yerel Yönetimler Bölge Raporu.
- Anonim. (2012d). Rize’de Organik Alabalık Yetiştiriciliği Çalışmaları. Rize Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Rize Organik Tarım Çalıştay Sunumları
- Arca A. ve Erteğün S. (2005). Organik Tarıma Başlarken. Bursa: Ticaret Odası Yayınları, s.41-42
- Ayla D. (2011). Türkiye’de Organik Tarım. (Yüksek Lisans Tezi). Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Bölümü, s.40.
- Babaoğlu, M. (2006). Dünya’da Organik Tarım Uygulamaları, Selçuk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarla Bitkileri, s.683
- Çetin, B. (2008). Tarımsal Finansman. Ankara: Nobel Yayın Ve Dağıtım, s.34
- Çetin N. E. (2005). Dünyada Ve Türkiye’de Organik Tarım Ürünleri Dış Ticareti ve Türkiye’nin AB’ye Uyumu. (Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.62.
- Çetin, A ve Başarır, A. (2006). “Organik Tarım Ve Kırsal Kalkınma”, Organik Tarımın Sosyo-Ekonomik Sürdürülebilirliğinin Analizi Ve Kırsal Kalkınmaya Katkısı. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, s.68-82.

- Ceylan, A (1994). Tarla Tarımı (Ders Kitabı). Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 491, İzmir.
- Demiryürek, K. (2004). Dünya ve Türkiye’de Organik Tarım. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Sayı.8 (3/4), s.63-71
- Demirören, E. (2004). Hayvan Davranışları (Ders Kitabı). Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No: 547, I. Basım, İzmir.
- Demir, A. ve Gül, U. (2004). Organik Tarım. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü-Bakış, Sayı:5, Ankara.
- Demirer, F.Ç. (2002). Organik Tarım Üretiminin Türkiye’deki Gelişim Sürecinin İşletmeler Bazında İncelenmesi ve İhracat Performanslarının Değerlendirilmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Uluslar Arası İşletme Programı, Yüksek Lisans Tezi, s:112, İzmir
- Dolun, L. (2003). Organik Tarım, Türkiye Kalkınma Bankası Araştırma Müdürlüğü, Ekim Ankara.
- Eraslan, İ. H, Şelli, F. (Ed.) (2006). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar. İstanbul: Urak Yayınları, No:2006/1.
- Er, C. ve Başalma, D. (2008). Organik Tarımdaki Gelişmeler. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Er, C. (2009). Organik Tarım Bakımından Türkiye’nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği. İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Er, C. ve Uranbey, S. (1999). Ekolojik Tarım ve Ekim Nöbeti Uygulamaları. Türkiye.
- Ece, S. (2008). Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Sorunlarına Yönelik Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Şanlıurfa: Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- ETO, Organik Tarım,(2012). Güncelleştirilmiş 2. Baskı, Ankara.
- FİBL & SOEL SURVEY. (2011). Organic Agriculture Worldwide Key Results From

- The Global Survey On Organic Agriculture.([Www.Fibl.Org](http://www.Fibl.Org)), Switzerland: Fibl.
- Gök, S. A. (2008). AB Uzmanlık Ödevi. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara
- Gündüz, M. (1994). Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarım. İgeme
- Güzel, A. ve Demiryürek, A. (2007). Kendiliğinden Organik: İlk Değerlendirme Organik Tarım Türkiye 1. Kongre Raporu. Bahçeşehir Üniversitesi, s.68.
- İlbaş, İ. A. (2009). Organik Tarım (İlkeler Ve Ulusal Mevzuat). Ankara: Eflatun Yayınevi.
- İstanbul Ticaret Odası Yayını. (2006). Organik Tarım Analizi AB Pazarı Fırsatı. İstanbul
- İTO. (2006). Organik Tarım Analizi ve AB Pazarı Fırsatı. İTO Yay., No:2006-12 İstanbul.
- İTO. (2009). Organik Tarım Bakımından Türkiye’nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği. İto Yay., No: 2009-3, İstanbul.
- Kırmacı, M.V. (2003). “Dış Ticarete Organik Tarımın Stratejik Yerinin İncelenmesi”. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı s.125.
- Kırımhan, S. (2005). Organik Tarım Sistemleri ve Çevre. Ankara.
- Kısağüner, K. (2001). Avrupa Birliğinde Kırsal Kalkınma Süreci ve Organik Tarım. Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Başkanlığı.
- Kaya, H. G, (2003). Dünya’da Ve Türkiye’de Organik Tarımsal Ürün Ticareti ve Tüketici Reaksiyonları. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı (Yayınlanmamış Rapor), Ankara
- Kenanoğlu, B. Z. (2004) Organik Tarım. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü. İzmir:Ege Üniversitesi Yayını.
- Kenanoğlu, B. Z. ve Karahan, Ö. (2002). Policy Implementations For Organic Agriculture İn Turkey. British Food Journal, Vol:104, 3/4/5, Pp.300-318.
- Koç, D. ve Babadoğan, G. (2007). Organik Tarım Ürünleri. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.
- Kurtar, S. ve Ayan, K. (2004). Organik Tarım ve Türkiye’deki Durumu. Orman Mühendisliği Zir. Fak. Dergisi.
- Kurt, Z. (2006) Organik Tarım Ürünleri Pazarlaması Ve Uygulamalar. (Yüksek Lisans

- Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü, s.80,
- Marangoz, M. (2008). Organik Ürünlerin Pazarlanması. Bursa:Ekin Yayınevi, s.193.
- Merdan, K. (2007). Gümüşhane'nin Ekonomik Yapısı ve Organik Tarım. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Bölümü.
- Nakip, M. (2005). Pazarlama Araştırmalarına Giriş SPSS Destekli, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özbilge, Z. (2007). Analysis Of Organic Agriculture İn Turkey: The Current Situation And Basic Constraints. Journal Of Central European Agriculture, Volume 8, No: P.213-222.
- Özcan, C. (2004). Ekolojik Tarım Uygulamaları. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bitki Koruma Bölümü, Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fak.Yayınu.
- Özbağ, C. B. (2010). Türkiye'de Organik Tarımın Ekonomik Analizi.(Yüksek Lisans Tezi). Bursa: Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Rehber, E. (2011). Organik Tarım Ekonomisi. Bursa:Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Sürmeli, A. (2003). Organik Tarım Gelişimi ve İlkeleri. Kırsal Kalkınma Programı Eğitim Dizisi, Dev-Maden Sen Yayınları, No:1.
- Türk, R. (2001). Organik Tarımın Dünya ve Ülkemizdeki Yeri. Organik Tarım ve Sağlık İlişkileri Paneli, Cesav, Ankara.
- Tokol, T. (1996). Pazarlama Araştırması. 8 Basım. Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Tozan, M., Ertem, A. (1998). Ekolojik Tarımın ve Ürünlerin Dünü ve Bugünü. Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği, İzmir.
- TKB, (2009). Tügem Kayıtları
- Usal, G. (2006). Toros Dağ Köylerinde Organik Tarım Yoluyla Üretici Gelirlerini Arttırma Olanakları. (Basılmamış Doktora Tezi) Adana: Çukurova Üniversitesi Fen Bil. Enstitüsü.
- Uzun, F. (2006). Organik Tarım Üretim ve İhracatı. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi).İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vatansever, H. (2007). AB ve Türkiye'de Organik Tarım. Tarım ve Köyişleri

Bakanlığı, Ankara.

- Yanmaz, R. (2006). Organik Ürünlerin Pazarlanması ve Ticareti. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü, Ankara.
- Yıldırım, M., Vd., (2013). Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Bitkisel Üretim Potansiyeli. Doğu Karadeniz Birinci Organik Tarım Kongresi, Kelkit- Gümüşhane.
- Yıldırım, M., Vd., (2013). Organik Vadi Olma Yolunda "Doğu Karadeniz Bölgesi". Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi 6 (1): 113-117
- Zengin, M. (2007). Organik Tarım. Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Toprak Bölümü, Konya: Hasad Yayıncılık,
- _____ (2002). Organik Tarım. Ankara: T.E.A.E.(Tarım Ekonomisi Araştırma , Enstitüsü) Yayınları, Sayı:5
- TÜİK.(2013). Türkiye İstatistik Kurumu Web Sayfası Bitkisel Üretim İstatistikleri, <http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>. Erişim Tarihi: 20.07. 2013
- <http://www.ziraatciyiz.biz/dunya-ve-turkiyede-organik-tarim-t4791.html>. Erişim Tarihi :10.03.2013
- http://www.ifoam.org/sites/default/files/page/files/ef_2-2012_digital_edition_1.pdf. Erişim Tarihi: 11.03.2013
- <http://www.eto.org.tr/tureko.asp>, Erişim Tarihi: 20.07.2013
- http://www.bugem.gov.tr/document/organik_stratejik_plan_2012.pdf. Erişim Tarihi : 01.04.2013
- <http://www.gidacilar.net/dunyada-ve-turkiyede-organik-tarim/dunyada-ve-turkiyede-organik-tarim-35.html>. Erişim Tarihi: 07.04.2013
- <http://www.datassist.com.tr/yenilikler/surdurulebilir-kalkinma-icin-organik-tarim.html>, siteye son erişim tarihi: 31.03.2013
- <http://www.posta.com.tr/ekonomi/haberdetay/turkiye-organik-tarimda-atagalkalkti.htm?articleid=145663>. Erişim Tarihi: 14.04.2013
- <http://www.haberler.com/600-çiftciye-organik-tarım-sertifikası-2-haberi>. Erişim Tarihi: 15.04.2013
- <http://www.organicfoodee.com/top-10/reasons-to-eat-organic>. Erişim Tarihi: 11.04.2013
- <http://www.dogabotanik.com/arama.php?q=organik+tar%26%23305%3Bm&imageField.x=0&imageField.y=0>. Erişim Tarihi: 05.03.2013

- <http://www.doganholding.com.tr/yatirimlar/dogan-organik-urunler.aspx>. Erişim Tarihi: 05.04.2013
- <http://www.tugem.gov.tr/tugemweb/destekler.html>. Erişim Tarihi: 29.03.2013
- <http://www.orguder.org.tr/organiktarimpazarlama.html>. Erişim Tarihi: 26.07.2013
- <http://ekonomi.haber7.com/sectorler/haber/1053958-gdolu-uretim-alanlari-100-katina-cikti>. Erişim Tarihi: 27.07.2013
- <http://www.orguder.org.tr/gmo.html>. Erişim Tarihi: 27.07.2013
- <http://www.orguder.org.tr/dunyada.html>. Erişim Tarihi: 26.07.2013.
- [http://www.vethekimder.org.tr/dergi/archive/2006\(cilt77\)/sayi4/a8-12.pdf](http://www.vethekimder.org.tr/dergi/archive/2006(cilt77)/sayi4/a8-12.pdf). Erişim Tarihi: 27.07.2013.
- <http://www.investindoka.org/TR/sm.asp?smid=39>. Erişim Tarihi: 20.06.2013.
- <http://www.frmtr.com/muhendislik-mimarlik-peyzaj-mimarligi/732617-organik-tarim-hakkinda-bilgi.html>. Erişim Tarihi: 05.03.2013.
- <http://www.tarim.gov.tr/tr/organik-tarm-tarm/item/363.html>. Erişim Tarihi :16.03.2013.
- <http://www.tgdf.org.tr/surdurulebilirlik/tarim1.htm>. Erişim Tarihi: 20.03.2013
- http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834. Erişim Tarihi: 19.03.2013
- http://www.tarim.gov.tr/uretim/organiktarim/organiktarim_taslak_strateji.htm. Erişim Tarihi :24.03.2013
- <http://www.orser.com.tr/sayfa.aspx?pid=13&cid=0&lang=tr> . Erişim Tarihi:23.03.2013
- <http://www.kolaytarim.com/hayvancilik/organik-kanatli-hayvan-yetistiriciligi.html>. Erişim Tarihi:29.03.2013
- http://www.egebirlik.org.tr/images/menu_page//raporiv_00003164.doc. Erişim Tarihi :24.08.2013
- http://ec.europa.eu/agriculture/organic.home_en. Erişim Tarihi: 27.03.2013
- <http://womenshealth.com.tr/organik-pazar-rehberi>. Erişim Tarihi: 05.07.2013.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Kurtuluş MERDAN
Doğum Yeri ve Tarihi	Gümüşhane, 01.02.1981
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Y.Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	1 adet Ulusal ve Uluslararası Makale, 1 adet Ulusal Bildiri
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Erzurum Şeker Fabrikası, Gümüşhane Üniversitesi
İletişim	
E-Posta Adresi	Kurtulus_merdan@gumushane.edu.tr
Tarih	27.06.2014