

T.C  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ  
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI  
Yüksek Lisans Tezi

**ORGANİK TEKSTİL TASARIMININ GÜNÜMÜZ HAZIR GİYİM  
SEKTÖRÜNDEKİ ÖNEMİ, İŞLEYİŞİ VE ÖRNEK BİR KOLEKSİYON  
SUNUMU**

Hazırlayan  
Buse ÖZGÜN

Danışman  
Dr. Öğr. Üyesi Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR

İzmir 2019

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi Raporu olarak sunduğum “Organik Tekstil Tasarımının Günümüz Hazır Giyim Sektöründeki Önemi, İşleyişi ve Örnek Bir Koleksiyon Sunumu” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

... / ... / 2019

Buse ÖZGÜN

İmza

**TUTANAK**

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün ..... / ..... / ..... tarih ve ..... sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği' nin ..... maddesine göre Moda Tasarımı Anasanat Dalı, Yüksek Lisans öğrencisi Buse ÖZGÜN'ün “**Organik Tekstil Tasarımının Günümüz Hazır Giyim Sektöründeki Önemi, İşleyişi ve Örnek Bir Koleksiyon Sunumu**” konulu tezi incelenmiş ve aday ..... / ..... / ..... tarihinde, saat .....’da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra ..... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin ..... olduğuna oy ..... ile karar verilmiştir.

**BAŞKAN****ÜYE****ÜYE**

## ÖZET

Sürekli gelişmekte olan dünyada artan çevre ve insan sağlığı duyarlılığı temelinde ortaya çıkan organik üretim, öncelikle gıda sektöründe büyük bir ivmelenme yaşayarak kısa bir süre içerisinde tekstil sektöründe de kendini göstermiştir. Organik tekstil ürünleri, organik tarım konseptine dayalı, çevreye ve insan sağlığına zarar veren kimyasal veya genetiğiyle oynanmış girdiler içermeyen organik hammaddelerle üretilerek belirli organik standartlara göre kontrol ve sertifikasyon sürecinden geçen tekstil ürünlerini ifade etmektedir.

Bu çalışma organik kavramından yola çıkarak organik tarımı, organik üretimi ele almıştır. Bu dayanağın üzerine organik tekstil ürünleri hammaddeleri, üretim ve işleme süreçleri, tabi olunan standartlar, kontrol ve sertifikasyon süreci kapsamlı bir şekilde tartışılmıştır. Çalışmada, organik üretim süreci ve organik ürünlere yönelik satın alma davranışları incelendiğinden organik kavramı hem üretici hem de tüketici açısından incelenmiştir. Organik tekstil ürünleri özelinde temel talebin ve satın alma eğilimlerinin nedenleri incelendiğinde ağırlıklı olarak çocuk ve bebek tekstil ürünlerinde organik pamuğun tercih edildiği görülmüştür.

Araştırmanın son bölümünde incelenen verilerin ışığında ve bunlara paralel olarak çocuk ve bebek organik tekstil koleksiyonu sunumu yapılmıştır. Bebek giyiminde dikkat edilmesi gereken özellikler detaylı olarak incelenmiş, tasarım hazırlık aşamasında trend ve tüketici analizleri yapılmıştır. Ayrıca organik bir koleksiyon hazırlık sürecinde izlenilmesi gereken aşamalara yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Organik pamuk, organik tekstil ürünleri, satın alma davranışları, bebek koleksiyonu.

## ABSTRACT

Organic production emerging as a result of increasing environmental and human health across the ever-developing world, has come into prominence in textile sector soon after it gained acceleration in food sector to a great extent. Organic textile products mean the textile products that are based on organic agriculture concept, produced with organic raw materials not involving chemicals harmful to environment and humans or genetically modified inputs, and gone through control and certification processes in accordance with certain organic standards.

This study discusses organic agriculture and organic production based on the concept of organic. From this point of view, organic textile product raw materials, production and processing stages, applicable standards, control and certification processes are discussed comprehensively. In the study, organic concept is analyzed from the point of both producers and consumers since buying behavior for organic products are discussed as well as organic production processes. When the justifications of basic demand and buying tendencies are taken into consideration, it is seen that organic cotton is predominantly preferred for kid and baby wear range.

In parallel with the data reviewed in the last chapter of this study, organic kid and baby cloth collection is presented. Points to take into consideration in terms of baby wear are examined in detail and an analysis was made to determine trends and consumers at the design preparation stage. In addition to these data, stages to be followed in an organic collection preparation process are discussed thoroughly.

**Key Words:** Organic cotton, organic textiles, buying behaviors, baby wear collection.

## ÖNSÖZ

Son dönemlerde artan tüketici bilinci ile birlikte organik kavramı hayatımıza girmiş ve gerek tarım gerek tekstil alanında organik ürünler kullanımı popüler hale gelmiştir. Organik ürünlere olan bu yönelim en çok bebek giyim alanında etkili olmuştur. Bebek giyim pazarında yer alan organik kavramı ile birlikte yeni form ve teknik arayışlara ihtiyaç duyulmuş bu alanda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada organik bir koleksiyon hazırlarken tasarımcının izlemesi gereken aşamalar incelenmiş ve tüketicinin organik bir koleksiyondan beklentileri göz önünde bulundurularak örnek bir koleksiyon sunumu gerçekleştirilmiştir.

Tüm bu araştırmanın hazırlığında ve tez konumun belirlenmesinde hiçbir zaman yardımını esirgemeyen tüm eğitim hayatım boyunca her zaman tecrübe ve bilgi birikimleriyle kendisinden çok şey öğrendiğim, çok sevgili hocam Dr. Öğr. Üyesi Nevbahar Göksel'e, tezimin her oluşum aşamasında bana yol gösteren tezimin biçim ve teknik açıdan düzeltilmesinde katkıda bulunan çok sevgili tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Selda Kozbekçi Ayranpınar'a, teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmanın teknik çeviri ve yazımsal biçiminde her türlü desteğini esirgemeyen sevgili arkadaşım İlkyaz İldeş'e teşekkür ederim. Ayrıca araştırmanın tüm hazırlık ve üretim aşamasında manevi desteğini hiç esirgemeyen biricik anneme, sevgili Mehmet Aydın'a ve Uğur Kaplan'a sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Buse Özgün

## İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
RESİMLER LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiv
<b>GİRİŞ</b> .....	1

### 1. BÖLÜM

#### ORGANİK HAZIR GİYİM ÜRETİMİ AŞAMALARI VE PAZARLANMASI

1.1.Organik Kavramı.....	3
1.2.Organik Tarım Ürünleri Pazarı.....	3
1.2.1.Organik Tarım ve Organik Ürün Kavramı.....	4
1.2.2.Organik Tarımın Amacı ve İlkeleri.....	4
1.3.Organik Tarım Temelleri ve Uygulamalarının Tarihsel Gelişimi.....	6
1.3.1.Organik Tarım Ürünleri Üretim ve Ticaretinin Dünyadaki Yeri.....	7
1.3.2. Organik Tarım Ürünleri Üretim ve Ticaretinin Türkiye'deki Yeri.....	10
1.4.Organik Tekstil Kavramı ve Önemi.....	13
1.4.1.Küresel Organik Pamuk Üretimi ve Pazarının Gelişimi.....	14
1.4.2.Geleneksel ve Organik Pamuk Ziraatlarının Karşılaştırılması.....	16
1.4.3.Türkiye'de Organik Pamuk Üretimi ve Pazarının Gelişimi.....	17

<b>1.5.Organik Tekstil Ürünlerinin Pazarlanması.....</b>	<b>19</b>
<b>1.5.1. Organik Tekstil Ürünleri.....</b>	<b>20</b>
<b>1.5.2.Organik Tekstil Ürünlerine Yönelik Kontrol ve Sertifikasyonlar.....</b>	<b>22</b>
<b>1.5.3. Organik Tekstil Standartları.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.4.Global Organik Tekstil Standardı.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5.5.Textile Exchange.....</b>	<b>26</b>
<b>1.5.6.Ön Terbiye Aşamasındaki Kısıtlamalar.....</b>	<b>27</b>
<b>1.5.7.Boyama ve Baskı Aşamasındaki Kısıtlamalar.....</b>	<b>28</b>
<b>1.5.8.Organik Tekstil Ürünlerinin Fiyatlandırılması.....</b>	<b>28</b>
<b>1.5.9.Organik Tekstil Ürünlerinin Tutundurulması.....</b>	<b>29</b>
<b>1.5.10.Organik Tekstil Ürünlerinin Dağıtımı.....</b>	<b>29</b>
<b>1.5.11.Organik Tekstil Ürünlerinin E-pazarlamayla Satışı.....</b>	<b>31</b>

## **2. BÖLÜM**

### **ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİ TÜKETİCİSİ PROFİLİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI**

<b>2.1. Organik Ürün Tüketicisi Profili.....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.Tüketicilerin Organik Tekstil Ürünleri Satın Alma Davranışı.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.Organik Tekstil Ürünleri Satın Alma Gerekçeleri.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.1.Sağlık Bilinci.....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.2. Çevre Bilinci.....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.3. Çalışma Koşullarının Güvenilirliği.....</b>	<b>37</b>
<b>2.3.4.Ürün Yumuşaklığı ve Kalitesi.....</b>	<b>37</b>
<b>2.4.Organik Tekstil Ürünü Satın Alınmasını Olumsuz Etkileyen Unsurlar.....</b>	<b>37</b>
<b>2.4.1. Fiyat.....</b>	<b>37</b>



2.4.2. Yetersiz Satış Noktası.....	38
2.4.3. Yetersiz Bilgi.....	38
2.4.4. Yetersiz Ürün Çeşidi.....	39
2.5. Organik Tekstil Ürünleri Tüketicisinin Demografik Profili.....	39
2.5.1. Cinsiyet.....	39
2.5.2. Yaş.....	40
2.5.3. Eğitim Düzeyi.....	40
2.5.4. Bütçe.....	41
2.5.5. Çocuk Sahibi Olma Durumu.....	41

### 3. BÖLÜM

#### ORGANİK KUMAŞLAR KULLANILARAK ÖRNEK BİR BEBEK GİYİM KOLEKSİYONU SUNUMU

3.1. Bebek Giyiminin Tanımı.....	42
3.2. Bebek Giyiminin Temel Özellikleri.....	43
3.3. Bebek Giyiminde Kullanılan Kumaşların Özellikleri.....	43
3.4. Yardımcı Aksesuarların Özelliği.....	45
3.5. Dikiş Özelliği.....	46
3.6. Süsleme Detaylarının Özelliği.....	46
3.7. Bebek Giysilerinin Model Özellikleri.....	47
3.8. Bebek Giyiminin Giysi Gruplarına Göre Sınıflandırılması.....	48
3.8.1. İç Giyim.....	48
3.8.1.1. Body.....	49
3.8.1.2. Külot.....	50
3.8.1.3. Pijama.....	50
3.8.1.4. Zıbın.....	51

3.8.1.5. Fanila Atlet.....	52
3.8.2. Dış Giyim.....	53
3.8.2.1. Tulum.....	54
3.8.2.2. Pantolon.....	57
3.8.2.3. Etek.....	59
3.8.2.4. Elbise.....	59
3.8.2.5. Ceket.....	60
3.8.2.6. Yelek.....	61
3.8.2.7. Bluz.....	62
3.8.3. Üst Giyim.....	63
3.8.4. Özel Amaçlı Giyim.....	63
3.9. Bebek Giysi Sınıflarına Yönelik Koleksiyon Hazırlık Aşamaları.....	63
3.9.1. Hedef Kitlenin Belirlenmesi.....	63
3.9.2. Hedef Kitleye Yönelik Ürün Grubunun Belirlenmesi.....	64
3.9.3. Tasarımlarda Tüketicinin Beklentileri.....	64
3.9.4. Sezon Trendlerinin İncelenmesi.....	64
3.9.5. Modellerin Belirlenmesi ve Uygun Kumaşların Seçimi.....	64
3.9.6. Baskı ve Süsleme Detaylarının Kullanımı.....	65
3.9.7. Üretim Aşaması.....	66
3.10. Kişisel ‘Garden Adventure’ temalı Organik Bebek Giyim Koleksiyonunun Hikayesi.....	66
3.11. Garden Adventure Koleksiyonunun Modellerinin İncelenmesi.....	78

<b>3.11.1.Tasarım 1</b> .....	68
<b>3.11.2.Tasarım 2</b> .....	70
<b>3.11.3.Tasarım 3</b> .....	72
<b>3.11.4.Tasarım 4</b> .....	73
<b>3.11.5.Tasarım 5</b> .....	74
<b>SONUÇ</b> .....	76
<b>KAYNAKÇA</b> .....	77
.	
<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	



## RESİMLER LİSTESİ

<b>Resim 1.</b> Organik Pamuk Tarlası.....	15
<b>Resim 2.</b> Organik Pamuklu Ürün Tüketicisi Profili.....	34
<b>Resim 3.</b> Çocuk Giyim Giysi Gruplarına Göre Sınıflandırılması.....	48
<b>Resim 4.</b> Body Çizimi.....	49
<b>Resim 5.</b> Külot Çizimi.....	50
<b>Resim 6.</b> Pijama Çizimi.....	51
<b>Resim 7.</b> Zıbın Çizimi.....	52
<b>Resim 8.</b> Fanila Atlet Çizimi.....	52
<b>Resim 9.</b> Ceket Çizimi.....	53
<b>Resim 10.</b> Tulum Çizimi.....	54
<b>Resim 11.</b> Kolsuz Tulum Çizimi.....	55
<b>Resim 12.</b> Patikli Tulum Çizimi.....	56
<b>Resim 13.</b> Patiksiz Tulum Çizimi.....	57
<b>Resim 14.</b> Pantolon Çizimi.....	58
<b>Resim 15.</b> Bahçıvan Pantolon Çizimi.....	58
<b>Resim 16.</b> Etek Çizimi.....	59
<b>Resim 17.</b> Elbise Çizimi.....	60
<b>Resim 18.</b> Düğmeli Ceket Çizimi.....	61
<b>Resim 19.</b> Yelek Çizimi.....	62
<b>Resim 20.</b> Bluz Çizimi.....	62
<b>Resim 21.</b> Garden Adventure Mood Board.....	67
<b>Resim 22.</b> Pafta 1 .....	68
<b>Resim 23.</b> Ürün Fotoğraf Çekimi .....	69
<b>Resim 24.</b> Pafta 2 .....	70
<b>Resim 25.</b> Ürün Fotoğraf Çekimi.....	71
<b>Resim 26.</b> Pafta 3 .....	72
<b>Resim 27.</b> Pafta 4 .....	73
<b>Resim 28.</b> Pafta 5 .....	74

**Resim 29.** Ürün Fotoğraf Çekimi .....75



**TABLULAR LİSTESİ**

<b>Tablo 1.</b> Organik Tarım – Temel Göstergeler ve Başlıca Ülkeler.....	8
<b>Tablo 2.</b> Türkiye’de Organik Bitkisel Üretim ve Yüzde Değişimi.....	12
<b>Tablo 3.</b> Türkiye’de Organik Pamuk Üretimi Yapılan İller ve Üretim Miktarları (Ton).....	18
<b>Tablo 4.</b> Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı Tarafından Yetkilendirilen Kuruluşlar.....	23
<b>Tablo 5.</b> Organik Pamuk Kullanılan İlk 10 Destekçi Şirket.....	30



## GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dünyada bıraktığımız iyi ve kötü izlerin git gide daha da farkında olan insan topluluğu aşamalı olarak birtakım iyileştirme faaliyetleri gerçekleştirmeye başlamıştır. Günümüzde karşı karşıya kaldığımız tehlikeleri olabildiğince giderebilmek ve potansiyel sorunların önüne geçebilmek amacıyla küresel çapta birçok uygulama ve önlem faaliyeti mevcuttur. Bunlardan biri ve belki de en önemlisi çevre ve insan sağlığını tehdit eden geleneksel tarım uygulamalarıdır.

İnsanlık için kesinlikle vazgeçilmez olan unsurlardan gıda ve tekstil, geleneksel yöntemlerle üretilen hammaddelerle teşvik edildikçe çevre ve insan sağlığı büyük bir tehdit altına atılmıştır. Geleneksel tarım uygulamalarında kullanılan kimyasallar, pestisitler ve diğer zararlı girdilerin yol açtığı kritik zararlar konusunda ciddi bir endişe duyulmaya başlanmış ve bu konuda birtakım adımlar atılmıştır.

Bu endişeler ve gözle görülebilir sonuçlar akabinde tarımı doğallaştırma çabasıyla organik kavramı popüler hale gelmiştir. Öncelikle gıda sektöründe başlayan organik geçiş daha sonrasında tekstil sektöründe de kendini göstermiştir. Tekstil ve organik kavramı yan yana geldiğinde ilk akla gelen her zaman organik pamuk olmuştur. Temelleri 1980'li yılların sonuna dayanan organik pamuk üretimi öncelikle ABD ve Türkiye'de başlamış, daha sonrasında küresel anlamda git gide yayılmıştır.

Bu gelişmeler ışığında organik tekstil çalışmaları başlamış ancak fazla maliyet, organik tarımın gerekli kıldığı kontrol ve sertifikasyon süreçlerinin uzunluğu, yetersiz çevre ve sağlık bilinci gibi unsurlar nedeniyle tüm dünyada her seviyedeki bireye ulaşmayı başaramamıştır. Bu anlamda yapılan çalışmaların da gösterdiği üzere organik tekstil ürünlerini satın alma davranışı, organik tarım ve organik tekstilin doğası gereği yol açtığı bu olumsuz unsurlardan ciddi ölçüde etkilenmektedir. Bu noktada organik tekstil ürünlerinin pazarlanması konusunda birtakım iyileştirici faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerektiği söylenebilir.

Bu temelden yola çıkan bu çalışmanın birinci bölümünde genel hatlarıyla organik kavramı açıklanmış, gerek gıda gerekse tekstil sektöründeki durumu bütünleşik olarak tartışılmıştır. Bunlara ek olarak, organik tekstil üretimi standartları, sertifikasyon süreci ve üretim aşamasındaki ilgili kısıtlamalar konusunda detaylı bilgiler sunulmuştur.

İkinci bölümde tamamen organik tekstil ürünleri tüketicisine odaklanılarak tüketici profili, satın alma gerekçeleri ve satın almayı olumsuz etkileyen unsurlara yer verilmiştir. Son olarak, çalışmanın üçüncü bölümünde organik bebek hazır giyim sektörüne odaklanılmış, bebek koleksiyon aşamaları incelenmiş, literatürden temel alınan bilgiler ışığında hazırlanan organik bebek koleksiyonu sunumu yapılmıştır





## **1. BÖLÜM**

### **ORGANİK HAZIR GİYİM ÜRETİMİ AŞAMALARI VE PAZARLANMASI**

## 1. BÖLÜM

### ORGANİK HAZIR GİYİM ÜRETİMİ AŞAMALARI VE PAZARLANMASI

#### 1.1. Organik Kavramı

Çalışmanın konusunu işleyebilmek adına öncelikle “organik” kavramının açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Organik, tarım ürünlerinin nasıl yetiştirildiği ve işlendiği ile ilgilidir. Organik denildiğinde ürünlerin tarlada başlayarak üretimine, işlenmesine, dağıtımına ve satışına kadar olan bütüncül bir sisteme atıfta bulunmaktadır.

Bu sistemin temel yapı taşı, canlılık veya canlı unsurlardan oluşma durumudur ("organic", tarihsiz). Organik olarak adlandırılan bu bütüncül sistem; zehirli ve sentetik pestisitleri veya gübreleri, genetiği değiştirilmiş organizma içeriklerini, antibiyotikleri veya sentetik büyüme hormonlarını, yapay aromaları, renkleri veya koruyucu maddeleri, atık su arıtma çamurunu ya da irradyasyonu içermez (Young, tarihsiz).

Organik, hayatımızda yaygın olarak gıda ve tekstil sektöründe karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda artan genetiği değiştirilmiş organizma ile üretilen gıdalar nedeniyle toplumlarda, bilhassa bebeklere yönelik olmak üzere organik ürün ve yaşam bilinci teşvik edilmektedir.

#### 1.2. Organik Tarım Ürünleri Pazarı

Son yıllarda dünya genelinde organik tarım ve uygulamaları popüler bir eğilim haline gelmiştir. Organik tarım hakkında farklı ülkelerde farklı yaklaşımlar olmakla birlikte üretim aşamasında kullanılmasına izin verilmeyen girdilerle açıklamaktan ziyade bu kavramı bütünsel bir bakış açısıyla tanımlamak daha doğru olacaktır.

Organik tarım ile diğer sürdürülebilir tarım sistemleri arasındaki en önemli fark, tarım ilaçlarının kullanımından kaçınma eğiliminde ve organik tarımın yalnızca üretim aşamasını değil pazarlamaya kadar yayılan süreci kapsamasında yatmaktadır. Bununla birlikte, pazarlama açısından organik tarım sisteminde kullanılmakta olan yasal standartlar, sertifikasyon işlemleri ve kontroller mevcuttur (Demiryürek, 2011: 28). Bu konular, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak tartışılacaktır.

### 1.2.1. Organik Tarım ve Organik Ürün Kavramı

Organik tarım; sentetik gübre, pestisit ve genetiği değiştirilmiş organizmaların kullanımından kaçınmayı ilke edinmiş bütünsel bir üretim yönetimi sistemi olarak tanımlanmaktadır. Organik tarımın amacı; hava, toprak ve su kirliliğini en aza indirmek ve bitki, hayvan ve insan gibi birbirine bağımlı toplulukların sağlığını ve verimliliğini optimize etmektir (Scialabba ve Müller-Lindenlauf, 2010: 159).

2005 yılının Eylül ayında Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) tarafından yaklaşık üç yıllık çalışmanın sonucu olarak mutabık kalınan tanıma göre organik tarım; toprak, ekosistem ve insan sağlığını sürdüren bir üretim sistemidir. Bu sistem, olumsuz etkisi olan girdilerden ziyade ekolojik süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yerel koşullara uyumlu döngülere dayanır. Organik tarım; gelenekleri, yeni buluşları ve bilimi birleştirerek içinde bulunduğumuz çevreye fayda sağlamayı, hakkaniyete dayalı ilişkiyi ve tüm ilgili taraflar için iyi bir yaşam kalitesini teşvik etmeyi amaçlar ("Definition of Organic Agriculture | IFOAM", 2019). IFOAM tarafından verilen tanımdan da anlaşılacağı üzere organik tarım; sağlık, ekoloji, hakkaniyet ve özen gösterme olmak üzere dört ilkeye dayanan bir bütündür.

Son olarak, organik tarım üretimi ve pazarlaması; uluslararası kurallarla yönetilen, izlenebilir, kayıtlı ve şeffaf bir süreçtir ve organik ürünler bu sürecin tüm aşamalarında bağımsız sertifikasyon kuruluşları ve müfettişleri tarafından kontrol edilerek sertifikalandırılır (Demiryürek vd., 2008: 263).

### 1.2.2. Organik Tarımın Amacı ve İlkeleri

Tarım, insanlığın en temel faaliyetlerinden biridir ve insanların günlük öncelikli ihtiyacı beslenmektir. Tarım faaliyetleri gerçekleştirilirken toprağa, suya ve havaya verilen zarar doğrudan veya dolaylı olarak insanları ve diğer canlıları etkilemektedir. Dolayısıyla, organik tarım temelde canlı sağlığını korumayı ve çevrenin ekolojik dengesini sürdürmeyi amaçlamaktadır (Rigby ve Cáceres, 2001: 24). Organik tarımın amacı ve ilkeleri, bütünsel ve evrensel bir organik hareketi teşvik eder. Daha önce de bahsedildiği üzere, IFOAM tarafından belirlenen dört uluslararası temel ilke mevcuttur.

*Sağlık İlkesi*

Bu ilke, bireylerin ve toplulukların sađlıđının ekosistemlerin sađlıđından ayrı dűşünülemez. Sađlıklı topraklarda, hayvan ve insan sađlıđını teűvik eden sađlıklı őrűnler yetiűir. Sađlık; yaűayan sistemlerin bűtűnlűđű ve birliđidir. Buna gűre sađlık yalnızca hasta olmamak veya hastalıđın meydana gelmemesi olarak tanımlanamaz, Bundan ziyade fiziksel, zihinsel, sosyal ve ekolojik refahın sűrdűrűlmesi anlamına gelmektedir ("PRINCIPLES OF ORGANIC AGRICULTURE", tarihsiz). Dolayısıyla organik tarımın amacı, çiftçilikten iűlemeye, dađıtıma veya tűketime kadar uzanan sűrete ekosistemlerin ve organizmaların sađlıđını korumak ve teűvik etmektir. Organik tarımın amacı; koruyucu sađlıđa ve refaha katkıda bulunan yűksek kaliteli ve yararlı hasat/őrűn elde etmektir (Luttikholt, 2007: 358).

#### *Ekoloji İlkesi*

Organik tarım, yaűayan ekolojik sistemler içerisinde gerekleűir; ekolojik sűreleri ve geri dűnűűmű içerir. Buna gűre organik tarımın dođanın dűngűlerine ve ekolojik dengelerine uyum sađlaması gerekmektedir. Sűz konusu dűngűler evrensel olsa da iűlemler tesise/bűlgeye űzgű olabilmektedir (Dođan, 2017: 27). Dolayısıyla organik yűnetim; yerel koűullara, ekolojiye, kűltűre ve hacme uygun Őekilde yapılandırılmalıdır. Yeniden kullanma, geri dűnűűm, verimli malzeme ve enerji yűnetimi gibi planlarla girdiler azaltılmalıdır. Bűylece organik tarımın çevresel kaliteyi sűrdűrmesi ve kaynakları koruması amaçlanmaktadır.

#### *Hakkaniyet İlkesi*

Hakkaniyet; insanların ve tűm diđer canlıların paylaűtıđı dűnya ve yaűam içerisindeki eűitlik, sayđı, adalet ve idare anlamına gelmektedir. Bu ilkeye gűre organik tarım gerekleűtirenler, çiftçilerden alıűanlara, iűleyicilere, dađıtıcılara, tűccarlara ve tűketicilere kadar tűm taraflara adil davranmalıdır (Lockeretz, 2007: 37). Organik tarımın temelinde yatan "iyi yaűam kalitesi" her anlamda ve seviyede sađlanmalıdır. Dolayısıyla, hayvanlara hak ettikleri yaűam koűul ve fırsatları sunulmalı; dođal ve çevresel kaynaklar ise őrűretim ve tűretim amaçlarıyla sosyal ve ekolojik açıdan adil bir Őekilde kullanılmalıdır (Dođan, 2017: 27).

### *Özen Gösterme İlkesi*

Organik tarım, içsel ve harici taleplere ve koşullara yanıt veren canlı ve dinamik bir sistemdir. Organik tarım uygulayıcıları verimliliği ve üretkenliği artırabilir ancak bunu yaparken sağlık ve refah unsurlarını riske atmamalıdır. Bu sebeple yeni teknolojilerin değerlendirilmesi ve mevcut yöntemlerin gözden geçirilmesi hayati önem taşımaktadır (Marangoz ve Kumcu, 2018: 387). Bu ilkeye göre önlem ve sorumluluk, organik tarım yönetimi, gelişimi ve teknolojisi konularının temel taşlarıdır. Bilim, deneyim, bilgi birikimi ve geleneksel bilgi birleştirilip harmanlanarak zaman içerisinde test edilerek organik tarımın sağlıklı, güvenli ve ekoloji açısından güvenilir olması sağlanmalıdır (Doğan, 2017: 28).

### **1.3. Organik Tarım Temelleri ve Uygulamalarının Tarihsel Gelişimi**

Organik tarım, bir konsept olarak ortaya çıkışından bu yana farklı teoriler ve uygulamalar ile mütemediyen gelişme göstermiştir. İnsanlığa ve canlı yaşamına dokunması sebebiyle dünya çapında önem gören, yaşanan doğal ve yapay olumsuzluklara karşı sürekli gelişim ilkesiyle sürdürülebilir şekilde optimize edilmeye çalışılan küresel bir hareket olmuştur. Çalışmanın bu bölümünde, yukarıda genel çerçevesiyle tartışılan organik tarımın dünya çapındaki ve Türkiye özelindeki gelişimi incelenecektir.

Büyük sanayi ülkelerinde (İngiltere, Almanya, Japonya ve ABD) organik tarım hareketleri, 1930'lu ve 40'lı yıllarda tarımın artan yoğunlaşmasına, özellikle de sentetik azotlu (N) gübrelerin kullanımına alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Sentetik Azot, I. Dünya Savaşı'ndan sonra, Nitrojen tespiti için Haber-Bosch işlemine dayanan patlayıcı madde üretim altyapısının Azot gübre üretimine dönüştürüldüğü sırada kullanıma sunulmuştur (Lotter, 2003: 3).

Organik girdilere dayalı mahsul toprak yönetimine yönelik bilimsel temeller oldukça erken atılmıştır. 1920'lerin ve 30'ların toprak organik maddesi konusundaki öncü araştırmalarında, toprak mikrobiyal topluluğunun temeli olarak organik karbon enerjisinin önemi ve bu ekosistemin mahsul büyümesi ile ilişkisi konuları Waksman ve Albrecht tarafından ele alınmıştır (Lotter, 2003: 3). Modern organik tarım hareketinin sosyal ve uygulamalı temelleri ise 1940'lı yıllarda atılmış olup tarımda organik

maddenin önemine odaklanılmıştır. Charles Darwin'in solucanlar üzerine yaptığı çalışma, organik tarım öncülerinin topraktaki organik madde dinamiklerini anlamasına büyük ölçüde yardımcı olmuştur. 1940'lı yılların sonlarına doğru ilk organik tarım kurumları olarak Birleşik Krallık'ta Toprak Derneği (the Soil Association), Amerika Birleşik Devletleri'nde Rodale Araştırma Enstitüsü ve Almanya'da Bioland gibi örgütler kurulmuştur. Bilhassa Bioland, Hans Muller'in çalışması sonucunda dünyadaki ilk organik sertifikasyon etiketi olmakla birlikte hala aktif olarak faaliyetlerine devam etmektedir (Lotter, 2003: 3).

Yirminci yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla nüfus artışına bağlı olarak gıda ihtiyacını karşılamada yaşanan eksiklik büyük endişelere yol açmıştır. Dolayısıyla tarım alanında belirli değişikliklerin uygulanması gündeme gelmiştir. 1970'li yıllarda üretimde miktarı ve birim alana düşen verimi artırmaya yönelik "Yeşil Devrim" adı verilen konvansiyonel tarım yöntemi fazla su, pestisit, sentetik gübre ve ilaç kullanımına yol açmıştır. Gıda sorununa çözüm olamayan bu uygulama deneyimi aslında büyük bir farkındalık yaratmıştır. Kimyasalların kanserojen içerdiği, toprağın yanı sıra bitki ve hayvanlara zarar verdiği ve çevre kirliliğine yol açtığı konusundaki ciddi endişeler, bilhassa bu uygulamanın yaygın olarak kullanıldığı yerlerde insanları daha sağlıklı sonuç elde edebilecekleri yöntem ve ürünler arayışına yöneltmiştir (Altun, 2012: 11).

Farkındalığın artmasıyla birlikte dünyanın farklı yerlerinde yürütülen organik tarım çalışmaları üç kıtadan beş organizasyonun bir araya gelmesiyle tek bir çatı altında toplanarak Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) kurulmuştur.

### **1.3.1. Organik Tarım Ürünleri Üretim ve Ticaretinin Dünyadaki Yeri**

Organik tarımın çıkış noktası Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri olup daha sonrasında diğer ülkelere de benimsenmiştir. Organik tarımın ortaya çıkışının ve yayılışının temeli, çevre ve sağlık ile ilgili endişeler ve sosyo-ekonomik koşulların evrilmesidir (Demiryürek, 2011: 29). Geleneksel tarım ürünlerinin üretimine giren kimyasalların çevre ve insan sağlığını riske atmasından kaynaklanan endişe ve sonucunda meydana gelen farkındalık ile insanlar yaşam tarzlarını ve felsefelerini değiştirmeye yönelmiştir. Bu faktörlere bağlı olarak organik kavramı öncelikle gıda ürünlerinde, daha sonraları ise başta tekstil olmak üzere kozmetik, mobilya, ayakkabı,

deterjan, ilaç, boya, sağlık ürünleri ve nicelerinde gözetilmeye başlanmıştır (Altun, 2012: 12).

Özellikle gelişmiş ülkelerde artan talep ve farkındalık, dünya çapında organik ürün üretim ve ticaretinin gelişmesine ve git gide yayılmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde de organik tarım ve ürün kavramı ve pazarı popülerlik kazanmıştır.

FiBL Organik Tarım Araştırma Enstitüsü'nün 2019 yılına ilişkin organik tarım istatistikleri ve trendleri yayına göre, 2017 yılı istatistikleri baz alındığında organik tarım faaliyetleri yürüten dünya çapında 181 ülke bulunmakta ve organik tarım alanı, 1999 yılında 11 milyon hektar iken 2017 yılında 69,8 milyon hektara ulaşmıştır. Toplam tarım alanında organığın payı %1,4 olmakla birlikte başı çeken ülkeler Lihtenştayn (%37,9), Samoa (%37,6) ve Avusturya'dır (%24). Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere, organik üreticilerde ilk üç sırada Hindistan, Uganda ve Meksika bulunmaktadır.

**Tablo 1.** Organik Tarım – Temel Göstergeler ve Başlıca Ülkeler

Gösterge	Dünya Çapında	Başlıca Ülkeler
<b>Organik faaliyette bulunan ülkeler</b>	2017: 181 ülke	
<b>Organik tarım alanı</b>	2017: 69,8 milyon hektar	Avustralya (35,6 milyon hektar) Arjantin (3,4 milyon hektar) Çin (3 milyon hektar)
<b>Toplam tarım alanında organığın payı</b>	2017: %1,4	Lihtenştayn (%37,9) Samoa (%37,6) Avusturya (%24)
<b>Vahşi yaşam alanı ve</b>	2017: 42,4 milyon hektar	Finlandiya (11,6 milyon hektar)

<b>tarıma açık olmayan alanlar</b>		hektar) Zambiya (6 milyon hektar) Tanzanya (2,4 milyon hektar)
<b>Üreticiler</b>	2017: 2,9 milyon üretici	Hindistan (835'000) Uganda (210'352) Meksika (210'000)
<b>Organik pazar</b>	2017: 97 milyar ABD Doları	ABD (45,2 milyar ABD Doları) Almanya (11,3 milyar ABD Doları) Fransa (8,9 milyar ABD Doları)
<b>Kişi başına tüketim</b>	2017:12,8 ABD Doları	İsviçre (325 ABD Doları) Danimarka (315 ABD Doları) İsveç (268 ABD Doları)
<b>Organik düzenlemesi olan ülke sayısı</b>	2017: 93 ülke	
<b>IFOAM iştiraklerinin sayısı</b>	2018: 110 ülkeden 726 iştirak	Almanya – 76 iştirak Hindistan – 47 iştirak Çin – 45 iştirak Birleşik Devletler – 43 iştirak



Kaynak: FiBL Organik Tarım Araştırma Enstitüsü, <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1202/?ref=1> adresindeki belgeden derlenerek hazırlanmıştır (Erişim Tarihi: 18.04.2019)

Görüldüğü gibi, artan farkındalık ve endişeler ülkelerin organik tarım üretimine ve/veya ticaretine yönelmesinin yanı sıra hukuki anlamlarda da bir gelişim yaşanmıştır. 2017 yılı istatistiklerine göre dünya çapında 93 ülkenin organik düzenlemesi bulunmaktadır. Organik tarımın öneminin anlaşılması, ulusal ve uluslararası kural ve standartların belirlenmesine yol açmış, böylece organik tarım üretimi ve pazarı düzene sokulmuştur.

### 1.3.2. Organik Tarım Ürünleri Üretim ve Ticaretinin Türkiye'deki Yeri

Yukarıda tarihsel olarak neden sonuç ilişkisine bağlı şekilde tartışılan organik tarım uygulamalarının gelişimi konusunu Türkiye özeline indirmek faydalı olacaktır. Ülkemizde organik tarım, Avrupalı organik tarım şirketlerinin öncülüğünde başlamıştır. Avrupa'da yetiştirilemediği sebebiyle ülkemizdeki temel tarımsal ihraç ürünlerine doğan talep organik tarımın temellerini atmıştır (Demiryürek, 2011: 30). Söz konusu talebin artmasıyla organik tarım uygulamaları yaygınlaşmıştır. 1980'li yılların ikinci yarısından bu yana tüm Türkiye'de organik üretim uygulamaları ve projeleri yürütülmektedir (Rehber ve Turhan, 2002: 372). Başlangıçta yabancı firmalar aracılığıyla yürütülen organik tarım, yerli firmaların organik tarım ve gıda konseptini benimsemesi ve pazara adım atmasıyla artış göstermiştir.

Türkiye'de uygulanan organik tarım modeli çoğunlukla sözleşmeli tarımdır; sentetik gübre ve tarım ilacının kullanılmaması taahhüdüyle birlikte uygun tarım yöntemlerinin uygulanmasıyla organik firmalarla proje yönetilir. Bu kapsamdaki denetim ve sertifikasyon süreçleri Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (TKB) ve Avrupa Birliği (AB) altında yetkilendirilmiş akredite kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarınca (KSK) yürütülmektedir. Bu süreçteki masraflar genellikle talep eden firma tarafından ödenmekte olup aynı zamanda organik üreticilerine danışmanlık ve kredi yardımı gibi hizmetler sunmaktadır. Firmaların organik üreticilere sağladığı destek karşılığında üreticilere de bazı sorumluluklar yüklenmektedir. Üreticilerin hem ulusal hem uluslararası organik tarım standart ve kurallarına uygun şekilde, sözleşme maddelerinde yer alan hacim ve kalite organik ürün yetiştirmesi, ürünlerin ilgili sertifikaları alındıktan

sonra yine sözleşme maddelerinde yer alan fiyattan ürünleri diğer sözleşme tarafına teslim etmesi beklenmektedir (Eti, 2014: 25).

Bu işleyiş, son yıllarda artan anlaşmazlıklar sonucunda azalmış ve üreticiler kendi birliklerini kurmaya başlamıştır. Organik üretici firmalar kontrol ve sertifikasyon süreçlerini kendi adlarına kendileri yürütmekte ve organik ürünlerini ulusal ve uluslararası taraflara kendileri pazarlamaktadır.

Özellikle yurt dışından gelen taleplerin artışı, TKB'nin organik üretim desteği, toplumsal farkındalığın artışı ve iç pazar oluşumu ile birlikte ülkemizdeki organik üretim ve ilgili gelişmeler hızla artmaktadır. İstatistikler incelendiğinde, aşağıdaki tablodan da görülebileceği üzere Türkiye'de son 20 yılda organik tarımın ivmelendiği ve özellikle 2008-2010 yılları arasında organik üretim alanının 3,5 kat, organik üreticilerin sayısının ise yaklaşık 2 kat arttığını görülmektedir (tuik.gov.tr, 2019).

**Organik bitkisel üretim, 2002-2017**  
Organic crop production, 2002-2017  
[Geçiş süreci dahil - Transition period included]

	Ürün sayısı	Çiftçi sayısı		Alan - Area <sup>(1)</sup>		Üretim - Production	
	Number of crops (Adet - Number)	Number of holdings (Adet - Number) (%)		(Hektar - Hectares)	(%)	(Ton - Tonnes)	(%)
2002	150	12 428	-	89 827	-	310 125	-
2003	179	14 798	19,1	113 621	26,5	323 981	4,5
2004	174	12 751	-13,8	209 573	84,4	377 616	16,6
2005	205	14 401	12,9	203 811	-2,7	421 934	11,7
2006	203	14 256	-1,0	192 789	-5,4	458 095	8,6
2007	201	16 276	14,2	174 283	-9,6	568 128	24,0
2008	247	14 926	-8,3	166 883	-4,2	530 224	-6,7
2009	212	35 565	138,3	501 641	200,6	983 715	85,5
2010	216	42 097	18,4	510 033	1,7	1 343 737	36,6
2011	225	42 460	0,9	614 618	20,5	1 659 543	23,5
2012	204	54 635	28,7	702 909	14,4	1 750 127	5,5
2013	213	60 797	11,3	769 014	9,4	1 620 466	-7,4
2014	208	71 472	17,6	842 216	9,5	1 642 235	1,3
2015	197	69 967	-2,1	515 268	-38,8	1 829 291	11,4
2016	238	67 878	-3,0	523 777	1,7	2 473 600	35,2
2017	214	75 067	10,6	543 033	3,7	2 406 606	-2,7

Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Source: Ministry of Food, Agriculture and Livestock

(1) Doğal toplama alanları dahildir.

(1) Natural harvest areas are included.

**Tablo 2.** Türkiye’de Organik Bitkisel Üretim ve Yüzde Değişimi

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 19.04.2018)

Giderek artan organik tarım, ürünlerde de çeşitlenmeye yol açmıştır. Başlıca organik ürünler taze meyve ve sebzeden, tarla bitkileri (buğday ve pamuk), baklagiller, tıbbi ve aromatik bitkiler ve kurutulmuş meyvelerdir (elma, fındık, kuru incir, üzüm, Antep fıstığı, kayısı) (Demiryürek, 2011: 31). Bu artış ve çeşitlenmenin temel nedenlerinden biri de tarım alanlarında gelişmiş ülkelere kıyasla daha az kimyasal kullanılmasıdır. Öte yandan, GAP ve benzeri sulama uygulamaları, ülkemizin doğa zenginliği ve giderek artan toplumsal farkındalık da bu gelişmelere temel oluşturmuştur (Altun, 2012: 15).

#### 1.4. Organik Tekstil Kavramı ve Önemi

Tekstil sektörü, sanayileşme süreciyle birlikte gelişmeye başlayan emek yoğun bir iş alanı olduğundan istihdam kapasitesi yüksektir. Dünya çapında ticaretin yayılması, teknolojik gelişmeler ve trendler, tekstil sektöründe rekabeti artırmaktadır. Başlangıçta gıda ürünleriyle hayatımıza giren organik kavramı, 1990'ların başlarından bu yana tekstil sektöründe de gözetilmeye başlamıştır. Gıda ürünlerinde yaşanan insan ve çevre sağlığı kaygıları doğal olarak tekstil sektöründe de meydana gelmiş ve organik tekstil ürünleri talebi ve önemi giderek artmıştır. Tüm dünyada yoğunlaşan çevreci tartışmalar, akabindeki yıllarda gerek gıda gerek tekstil sektöründe kayda değer gelişmeler ve değişimler oraya koymuştur.

Genel bağlamda organik tekstili, organik koşullarda yetiştirilmiş ve sertifikalandırılmış ürünün tekstil sektöründe uygun ilgili standartlara göre işlenmesi olarak tanımlayabiliriz (Altun, 2012: 18). Organik tekstil ile amaçlanan, çevre ve insan sağlığına dost, yeşil ürün yaratarak çevre kirliliğini en aza indirmek, sektör çalışanlarının çalışma koşullarını iyileştirmek ve sağlıklı, çevreye değer katan ürünler sunabilmektir (Uzunoğlu, 2010: 11).

Bu noktada literatürde de sıkça yer alan organik tekstil ile ekolojik tekstili birbirinden ayıran detayları vermek faydalı olacaktır. Öncelikle ekolojik tekstil, organik tekstile kıyasla çok daha kapsamlı bir yaklaşımdır (Ar ve Tokol, 2010: 150). Organik tekstilde yalnızca sertifikalı organik liflerin kullanılması gerekliken ekolojik tekstil kapsamında kullanılan lifler organik olmamakla birlikte diğer çevreye zararsız ve doğal şekilde yetiştirilmiş lifler de kullanılmaktadır (Altun, 2012: 18). Ayrıca, organik tekstil ve ekolojik tekstil, üretimden satışa kadar uzayan süreç ve işlemler açısından da farklı standartlara ve adımlara göre uygulanmaktadır. Bu iki kavramın ortak noktası, çevre ve insan sağlığını gözetmesidir.

Organik tekstil özeline incek olursak başlıca kullanılan hammaddeler; organik pamuk lifi, keten lifi, kenevir lifi, bambu lifi, soya lifi, ısırgan lifi ve ananas lifidir. Milattan önce 3000 yılından günümüze kadar kullanım alanına sahip en fazla tüketilen doğal tarım bitkisi ise pamuktur. Dolayısıyla, organik tekstilde kullanılan en yaygın hammadde, doğal kaynaklı ve hava geçirgen yapıdaki organik pamuktur. Pamuk lifi,

yapısı gereği nemi iyi çekme, kolay yıkanabilme ve hijyenik olma gibi özellikler gösterdiğinden organik tekstil üretiminde başı çekmektedir.

Her ne kadar doğal olduğu bilinse de geleneksel tarım ve üretim yöntemleri nedeniyle kimyasala en çok maruz kalan ve en kirli tarımsal ürün haline gelen ürünlerden biri de yine pamuktur (Myers ve Stolton, 1999: 8). Bu nedenle geleneksel yöntemlerle yetiştirilen pamuklu tekstil ürünleri çevreye de insana da zararlı etkiler teşkil etmiştir. Pamuğun yetiştirilmeye başlanıp toplanarak tekstil ürününe dönüştürülmesine kadar uzayan süreçte gerçekleştirilen işlemler sebebiyle çevreye, insana ve diğer canlılara zararı bulunan kimyasallara karşı bir sürdürülebilirlik ve yeşil hareket olarak başlamıştır. Dolayısıyla, çevre ve canlı sağlığı ve refahını gözetten bütünsel bir yaklaşım olduğundan farkındalığı ve önemi giderek artmaktadır.

#### **1.4.1. Küresel Organik Pamuk Üretimi ve Pazarının Gelişimi**

Tekstil ve hazır giyim sektörünün en önemli hammaddesi olan pamuk son yıllarda yeniden popüler hale gelmiştir. Yukarıda etraflıca bahsedilen çevre ve insan sağlığı endişelerine yol açan bilinçsiz kullanılan pestisitler, yürütülmekte olan geleneksel tarım uygulamaları ve bunların yol açtığı sorunlara çözüm getirmek amacıyla pamuğun organik şartlarda yetiştirilip kullanılması uygulamaları başlamıştır. Çevre bilinciyle ilgi görmeye başlayan pamuk, esasen yabancı yardımcı maddelerin kullanılmadığı dönemlerce binlerce yıl sorunsuz şekilde yetiştirilmiştir. Git gide bozulan geleneksel tarım uygulamaları ile risk teşkil eden pamuk üretiminde de organikleşme benimsenmiştir.



**Resim 1.** Organik Pamuk Tarlası

Kaynak: <https://www.merchandise-essentials.com/what-is-organic-cotton/> (Erişim Tarihi: 15.04.2019)

Bu geçişin temeline incek olursak organik pamuğun ilk defa 1980’li yılların sonunda ABD ve Türkiye’de sertifikalı olarak üretilmeye başlandığını söylemek yerinde olacaktır. 1990’lı yıllarda Mısır, Hindistan, Uganda ve Peru bu akıma katılmış ve organik pamuk pazarı git gide küresele yayılmıştır. Organik pamuk üretiminde öncü olan ABD ve Türkiye’de 1990-2000 yılları arasındaki süreçte kayda değer ölçüde ivme kazanmıştır.

Son yıllarda organik pamuk üretimi yapan ülkelerin ve bilincin artmasıyla birlikte 2016/2017 yılında küresel organik pamuk üretimi %10 büyüme göstererek 117,525 metrik tona ulaşmıştır. Textile Exchange’in 2018 yılında yayınladığı verilere göre Hindistan (%51), Çin (%19), Kırgızistan (%6,8), Türkiye (%6,6) ve Tacikistan’dan (%5,4) en çok üretim yapan ilk beş ülkedir. Son verilere göre toplam organik sertifikalı alan 472,999 hektar, organiğe geçişte olan alan ise 214,863 hektardır.

Organik pamuk pazar verilerine bakıldığında ise 2017 yılında dünya çapında hacim bazında pamuk kullanan başlıca markalar sırasıyla; C&A, H&M, Tchibo, Inditex, Nike, Aldi South International, Stanley & Stella, Aldi Einkauf, AB Lindex ve Boll & Branch’tir. Organik pamuk, Amerika Birleşik Devletleri organik gıda dışı sektörlerde (organik tekstil, ev ürünleri, kişisel bakım ürünleri, hayvan gıdası ve çiçekler) en büyük ve en hızlı büyüyen sektör olmayı sürdürmektedir. Organic Trade Association’ın 2018

Organik Sektör Araştırmasına göre organik lif satışları 2016'dan 2017'e kadar %11 artış göstererek 1,6 milyar dolara yükselmiştir ve bu satışların büyük çoğunluğunu organik pamuk oluşturmaktadır (OTA, 2018).

#### **1.4.2. Geleneksel ve Organik Pamuk Ziraatlarının Karşılaştırılması**

Pamuk üretimi tohum hazırlığından başlamak üzere çok adımlı bir süreçtir. Geleneksel üretimde pamuk tohumunda kimyasal ilaç kullanımı veya GDO'lu tohum kullanımı yaygınken organik üretimde GDO'lu tohum kullanımı ve kimyasal muameleler kesinlikle yasaktır (Gürkan, 2012: 6). Toprak ve sulama işlemlerinde geleneksel üretim uygulamaları kapsamında sentetik gübreleme yapılır, toprak zayıftır ve yoğun sulama gereksinimi vardır. Organik üretimde ise tavuk dışkısı gibi doğal gübreler kullanılır; toprak zengindir. Toprak yapısını güçlendirmek amacıyla ürün rotasyonu yapılır. Organik madde içeriği arttığından su tutuşu daha etkili hale gelir; daha az su kullanılır.

Yabancı ot ve haşere mücadelesi kapsamında geleneksel üretimde herbisit kimyasalı, zararlılara karşı kanserojen ve zehirli etki barındıran pestisit kullanılmaktadır (aboutorganiccotton.org, 2019). Organik üretimde ise gerek mekanik gerek el yordamıyla çapalama yapılarak yabancı otlara muamele edilir, zararlılara karşı faydalı canlılar kullanılarak çözüm sağlanır. Hasat öncesinde kozaların açılması ve yaprak dökülmesi için geleneksel üretimde defolyant ve büyüme regülatörü gibi kimyasalları kullanırken organik üretimde sezonluk donlar beklenir, su ve besin yöntemi kullanılır (textileexchange.org, 2019).

Üretim finansmanı konusunda geleneksel üretimde ürün kazancı ve yatırım olarak geri dönüş garantidir, bu nedenle krediye uygundur ancak organik üretimde finansman desteği sınırlıdır. Üretim aşamasındaki işlemlerden bahsetmek gerekirse geleneksel üretimde çevreye zararlı klorlu ağartma, sıcak suda sentetik yüzey aktif maddelerle ve ek kimyasallarla terbiye uygulanırken organik üretimde güvenli peroksit uygulanarak ağartma yapılır ve sodalı ılık suyla yumuşak ovalamayla terbiye uygulanır. Geleneksel üretimde yüksek sıcaklıkta ağır metal ve sülfür içerikli boyalar kullanılırken organik üretimde bu içerikleri düşük doğal boyalar kullanılır ve su tüketimi daha azdır. Baskıda ağır metal içeren petrol bazlı pigmentler, organik üretimde tercih edilmeyip su

bazlı boyalar kullanılırken geleneksel üretimde bunların kullanımı yaygındır ve işlem sonrası akarsulara döküldüğünden su kirliliğini artırmaktadır.

Geleneksel ve organik üretim felsefesinde son aşama olarak adil ticarete, pazarlamada ve fiyatta da büyük farklılıklar görülmektedir. Organik üretim, gelenekselin aksine çocuk veya zorla işçi çalıştırmayı, ayrımcılığı, sağlıksız ve güvensiz çalışma koşullarını kesinlikle yasaklamakla birlikte bunları düzenlemeler ve standartlarla güvence altına alır (textileexchange.org, 2019). Geleneksel üretimin pazardaki rantı git gide düşmektedir. Organik üretim felsefesi daha pozitif ve sağlıklı bir bütünde sunulmaktadır. Sertifika, eğitim, makine temizleme, bakım gibi nedenlerden dolayı başlangıç maliyeti yüksektir ancak uzun vadede geleneksel üretime göre faydaları oldukça değerlidir.

### **1.4.3. Türkiye’de Organik Pamuk Üretimi ve Pazarının Gelişimi**

Ülkemizde sertifikalı ilk organik pamuk Hollandalı Bo Weevil B.V. şirketinin talebi üzerinde 1989 yılında yetiştirilmiştir. Daha sonrasında organik pamuk, ana ürün olarak üretilmeye başlanmış ve tekstil ürünlerinde özellikle tişört yapılarak Avrupa’ya ihraç edilmiştir (Tozan ve Altındişli, 2001: 21). 1990 yılından bu yana Türkiye, organik pamuk ve tekstil ürünleri üretiminde git gide önemli bir paydaş haline gelmiştir.

Dünya organik pamuk üretimi istatistiklerinde 1990-2000 yılları arasında ABD’den sonra en çok üretim yapan ikinci ülke Türkiye olmuştur. 2000-2001 döneminde ilk sırada yer almakla birlikte müteakip 6 sezonda üretimini %1323 artırmıştır ve 2006/2007 yılında dünya organik pamuk miktarının yarısına yakını %40 pay gibi bir üretim ile sağlamıştır (Altun, 2012: 29).

Türkiye’de organik pamuk üretimi, Şanlıurfa, Aydın, İzmir, Manisa, Denizli illerinde yoğun olarak üretilmektedir. Aşağıdaki Tablo 3’te Türkiye’de organik pamuk üretiminin illere göre dağılımı belirtilmiştir. En yüksek miktarda organik pamuk üreten il 2016 yılında 10,060 ton (%52) ile Şanlıurfa’dır. Organik pamuk üretiminde yüksek payı olan diğer 4 il sırasıyla Aydın (%21), İzmir (%14), Denizli (%10) ve Manisa’dır (%3).



**Tablo 3. Türkiye’de Organik Pamuk Üretimi Yapılan İller ve Üretim Miktarları**

İller	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Adana							233	176				2
Adıyaman			480	1.480			142	67	70			
Aydın	5.100	6.742	12.507	6.356	647	2.598	3.273	2.865	2.376	3.727	2.168	4.090
Denizli					233	265	1.206	1.467	1.574	1.940	1.941	1.877
Diyarbakır		464	366					572				
Gaziantep	60											
Hatay	2.136	2.166	26	70	3.026	2.497	2.217					
İstanbul								32				
İzmir	1.716	253	2.315	1.731	1.088	2.068	2.326	3.388	3.196	2.255	2.564	2.741
Kahramanmaraş				187		252						
Manisa	154	170	175	69	159	567	491	44	155	588	473	563
Mardin	855	1.379	84	596	637	1.322	954	1.012		86	77	21
Muğla	13	13										
Şanlıurfa	25.321	52.780	39.582	57.822	6.108	8.472	22.506	21.444	13.232	13.463	9.432	10.060
<b>TOPLAM</b>	<b>35.354</b>	<b>63.966</b>	<b>55.535</b>	<b>68.311</b>	<b>11.897</b>	<b>18.042</b>	<b>33.347</b>	<b>31.066</b>	<b>20.603</b>	<b>22.059</b>	<b>16.655</b>	<b>19.353</b>

(ton)

Kaynak: (Özüdoğru, 2017: 28)

Textile Exchange’in 2018 raporuna göre Türkiye’nin toplam (geleneksel) pamuk ziraat alanı 1995-2016 arası süreçte büyük bir düşüşle 757,000’den 416,000 hektara küçülmüş ancak pamuk talebi artmıştır. 2017 yılına gelindiğinde Türkiye’de pamuk üretiminde %9’luk bir artış yaşanmış ve 2018 için de bu gibi bir beklenti doğmuştur. Bunun temel nedenlerinden biri Türkiye Tarım ve Orman Bakanlığı’nın mısıra yönelik destek politikasını değiştirerek pamuğa yönelmesidir. 2016-2017 yıllarında Türkiye’nin toplam pamuk üretiminin 7,741 tonu (%1,1) organik olmakla birlikte büyümeyi temsil etmektedir.

Bu verilere ve tahminlere göre mevcut durumda 2,721 hektarlık alan geçiş sürecinde olduğundan 2017-2018 yıllarında keskin bir artış beklenmekte olduğu kaydedilmiştir (textileexchange.org, 2019). Bu bağlamda ülkemiz, genetiği değiştirilmiş organizmalardan arı statüsünü korumakta ve son yıllarda Türkiye Ulusal Pamuk Konseyi, Türkiye’nin bu statüsünü GDO’suz Türk Pamuğu (“GMO Free Turkish Cotton”) olarak bir kimliğe, markaya dönüştürmek adına büyük çaba sarf etmektedir.

### 1.5. Organik Tekstil Ürünlerinin Pazarlanması

Yukarıda bahsedildiği üzere geçmişte oldukça eskiye dayanan organik kavramı öncelikle gıda konusunda çıkış yakalamış olup hemen akabinde artan farkındalıkla insanın temel ihtiyaçları doğrultusunda tekstile yayılmıştır. Geleneksel tarım yöntemleriyle elde edilen ürünlerin gıda ve tekstilde kullanılmasının yol açtığı sağlık ve çevre sorunları hızlıca rant kazanmış, tüm dünyada kapsamlı bir farkındalık oluşturmuştur.

Tüketicilerin sağlık ve çevre konusundaki duyarlılığı gıdayla birlikte birçok tekstil ve hazır giyim firmasını harekete geçirmiştir. Tekstil ürünlerinin gıdadan sonra insan bedeniyle en yakın ve sık temasta bulunan ürün grubu olması nedeniyle geleneksel yöntemlerde kullanılan boyarmadde ve kimyasal maddeler tüketicilerde sağlık sorunlara yol açabilmektedir (Azizağaoğlu ve Aksu, 2018: 255). Gerek küresel markalar gerekse Türk perakende tekstil firmaları ürettiği koleksiyonlarda organikleşmeye yönelmiştir. Küresel platformlarla Türkiye arasında fark yaratan nokta, söz konusu farkındalığın Türkiye'deki tüketicilerde yeterince oturmuş olmaması, organik tekstil ürünü üreten/satan firma yetersizliği ve organik tekstil ürünlerinin, geleneksel yöntemlerle üretilenlere kıyasla %30-50 daha yüksek fiyatlara satılması olmuştur (Torlak ve Altunışık, 2019: 303). Organik tekstil ürünlerinin pazarlanmasına dair bu sorunların yanı sıra uygulanan yöntemlerin denetim ve sertifikasyonuna ilişkin güvenilirlik faktörü de piyasada etkili olmuştur.

Sektörel bağlamda organik ürünlerin ticareti uzun süreçlerden geçmektedir. Üretim projesi gerçekleştirilmeye karar verilip anlaşma sağlandığında elde edilen ürünler organik tarım standartlarına ve sertifikasyon kurallarına uygun şekilde işlenir, Ürünler sertifikasyon denetiminden geçerek sertifikalandırılır ve pazara sunmaya hazır hale getirilir (Öztürk ve İslam, 2014: 84). Önemli bir diğer süreç ise dağıtım kanalını ve hedef pazar özelliklerinin belirlenmesidir. Ürünlerin hak ettiği değerde, zamanlama ve konum açısından doğru şekilde satışa sunulabilmesi için taşıma, depolama ve ambalaj gibi işlemler önemli bir rol oynamaktadır (Marangoz, 2005: 57).

Son aşamada ise tüketiciye yönelik olarak bakıldığında pazardaki farkındalığı, talebi ve satışları daha da artırmak için kapsamlı pazarlama çalışmalarına ihtiyaç olduğu kanısına varılabilir. Halihazırda organik tekstil pazarı, çocuk giyim üzerinden çocuklu

aileler üzerinde yoğunlaşmış durumdadır. Çocuk giyim gibi spesifik ihtiyaçları olan kitleler ve markalara yönelik pazarlama faaliyetlerinin destekçi olarak organik kavramının daha kapsamlı şekilde anlatılması, bu konuda bilincin artırılması ve fiyatlandırmanın iyileştirilmesi, pazarın en büyük ihtiyacıdır (Nasır ve Kımıloğlu, 2006: 419). Bu kısımda giriş niteliğinde bahsedilen tüketici yönlü yaklaşım, çalışmanın sonraki bölümünde daha büyük bir başlık altında incelenecektir.

### 1.5.1. Organik Tekstil Ürünleri

Kavramsal açıdan tekstil ürünü, tekstil hammaddelerinin bir veya birden fazla çeşitli nitelikteki üretim sürecinden geçmesiyle elde edilir. Bu bağlamdan yola çıkarak organik tekstil ürünü, yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından sertifikalı organik hammadde kullanılarak ve organik standartlara uygun işlem süreçlerinden geçirilerek üretilen ve akabinde sertifikalandırılan ürün olarak tanımlanabilir (Azizağaoğlu ve Aksu, 2018: 256). Organik tekstil ürünlerinin üretiminde başlıca kullanılan hammadde organik pamuk elyafı olmakla birlikte ipek, yün, keten, kenevir vb. seçenekler de mevcuttur. Organik tekstilde genel olarak kullanılan hammaddeler aşağıdaki gibidir:

*Organik Pamuk Lifi:* Tekstilin en önemli hammaddesi olan pamuk, insan bedeninde rahatsızlığa sebep olmadan nem çekme ve dışarıya ıslaklık vermeme gibi özellikleri sayesinde bilhassa bebek giysilerinde, havlu gibi banyo ürünlerinde, nevresim takımlarında kullanılmaktadır.

*Keten Lifi:* Keten lifinin kristalin bölgeleri, pamuğa kıyasla daha fazla olduğundan dayanıklılığı ve mukavemeti fazladır. Pamuğa kıyasla daha keten, ipeğimsi bir parlaklığa sahiptir ve elektriklenme veya boncuklanma problemi yaratmaz (Özdemir ve Tekoğlu, 2014: 28). Günümüz tekstil pazarında daha çok yazlık gömlek, pantolon ve banyo ürünlerinde kullanılmaktadır.

*Kenevir Lifi:* Geçmişten günümüze tekstilde genel olarak çok önemli bir rol oynayan kenevir lifi, üstün ekolojik özellikleri ve organik tekstil üretimi potansiyeli sayesinde git gide daha da popüler hale gelmektedir. Kenevir lifi, rami lifinden sonra en kuvvetli doğal lif olarak yüksek mukavemete sahiptir, sıcaklıktan çok etkilenmediği için yüksek sıcaklıklara dayanabilir. Boncuklanma ve statik elektriklenme problemi yoktur.

*Bambu Lifi:* Doğal bambu lifi, eugenic bambudan üretilmekte olup antimikrobiyel özellik gösteren doğal bir madde olan “Bambu Kun” içermektedir. Bu sayede mükemmel nem emme özelliğine sahiptir (Karahana, Ökten ve Seventekin, 2006: 239). Lif temelinde birçok küçük oyuk ve enine kesitinde ise lümen bulunduğundan nefes alma kapasitesi yüksektir. Bambu liflerine pamuk ve ipek ile karıştırılarak çocuk ve yetişkin tekstilinde sağlıklı ve konforlu iç giyim ürünleri elde edilir.

*Soya Lifi:* Soya lifinden üretilen ürünler, cildin nefes almasını sağlar ve insan vücudundaki kan dolaşımını dengeler. Antibakteriyel özelliğe sahip soya lifi, bakteri oluşumunu önler, ıslaklığı emer ve deterjan kullanmadan soğuk suyla dahi yıkanarak temizlenebilir (An, Gam ve Cao, 2013: 158).

*Isırgan Lifi:* Isırgan otu bitkisi, yüksek lif oranına sahip olmakla birlikte düşük yoğunluk ve iyi mukavemet özellikleri sayesinde tekstilde kullanılabilir. Isırganın kendine en karakteristik özelliği, lif yapısındaki oyuk boşluklardır, bunlar sayesinde doğal bir yalıtım sağlamaktadır. Pamuk tarımının yapılamadığı bölgelerde alternatif doğal seçeneklerden biri de ısırgan bitkisidir (Ayan, Çalışkan ve Çırak, 2006: 360).

*Ananas Lifi:* Ananasın gövdesi ve yaprakları beyaz, kremi, ince ve yumuşak olduğundan kâğıt üretiminde kullanılmakta olup farklı kompozitlerde destek olarak işlev görür. Bu kullanım olanakları sayesinde mukavemeti artar ve düşük fiyat avantajıyla kesinlikle gelecek vaat eden bir lif olarak piyasada yerini almaktadır (Bozacı, Öktem ve Seventekin, 2007: 169).

Yukarıda bahsedilen hammaddeler farklı kompozisyonlarda kullanılarak organik tekstil çeşitlendirilmiştir. Genel anlamda bakıldığında önceleri çeşit sayısı sınırlıyken günümüzde hammadde, tasarım, renk, moda, kalite, şıklık gibi unsurlar sayesinde birçok alanda kullanılan çok çeşitli ürünler üretilmektedir. Organik tekstil ürünlerinin başlıcaları çocuk giysileri, oyuncak, hamile giyimi, tişört, iç çamaşırı, pijama, pantolon, bornoz, havlu, ev tekstil ürünleri, hijyenik ve kişisel bakım ürünleridir (Altun, 2012: 34). Bu ürünler, organik tekstil standartları göz önünde bulundurularak, çevreye ve insan sağlığına zarar vermeyen boya ile renklendirilerek, yeşil ve çevre dostu ambalaj ve etiket uygulamalarıyla pazar trendlerine sunulmaktadır.

### 1.5.2. Organik Tekstil Ürünlerine Yönelik Kontrol ve Sertifikasyonlar

Organik tekstil ürünlerinin kontrolü, organik üretim kriterlerine uygunluğun ölçülmesi, düzenli kayıt ve arşiv oluşturulması, izlenebilirlik sağlanması amacı gütmektedir. Söz konusu amaçlara yönelik kontrolün ardından sertifikasyon süreci başlar; organik ürün veya girdinin ilgili mevzuat ve kontrollere uygunluğu, yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından belgelendirilir (Altun, 2012: 38).

Organik ürünlerin pazarlanabilmesi için organik ürün olduğunu kanıtlar nitelikte sertifikaya sahip olması gerekir. Bu sistemde ürün raflarda yerini alana kadar geçtiği her aşamada kontrol edilip sertifikalandırılır. Sertifikasyon aslen tüketicilere güvence sağlamayı amaçlarken bir yandan da üreticinin güvenilirliğini ispat etmektedir. Böylece organik ürünlerin değerleriyle pazarlanması da sağlanır (Eti, 2014: 5).

Organik pamuk lifi yetiştiriciliğinde olduğu gibi, organik tekstil üretimi aşamaları da ham pamuk aşamasından iplik eğirme, örme/dokuma, yaş terbiye ve kesim/dikim aşamalarına kadar tüm süreç boyunca kontrol edilir ve sertifikalandırılır. Organik tekstil ürünlerinde uygulanan en yaygın sertifikasyon programı Global Organic Textile Standard'dır (GOTS) (Global Organik Tekstil Standardı), OEKO-TEX® 100 ve Nordic Swan Ecolabel'dır (İskandinav Kuğu'su Eko Etiket) (Günaydın vd., 2019: 123). Organik ürün üretecek firmaların ilgili sertifikasyon kuruluşlarına başvuru yaparak ürün sertifikası alıp ilgili logoları ürünlerinde bulundurmaları gerekmektedir; aksi takdirde organik ürün olarak satış, reklam veya tanıtım faaliyetleri yürütmelerine izin verilmez.

Organik pamuğun kontrolü ve sertifikasyonu bütünsel bir süreç olup organik tarım yönetmeliklerine göre gerçekleştirilmektedir. Başlangıç olarak girişimci kontrol ve sertifikasyon kuruluşuna başvuru yapılarak kontrol süreci başlatılır. Sertifikasyon başvuru yapılan firma, tarlada gerekli kontrolleri yaparak başvurunun kabul edilmeye uygun olup olmadığını değerlendirir. Kabul edildiği takdirde standartlara uygun üretim gerçekleştirmeye yönelik ortak bir sözleşme yapılır, böylece üretici geçiş dönemine alınır. Pamuk söz konusu olduğunda bu geçiş süreci iki yıldır; bu süreçte üretilen ürünler "organik geçiş süreci ürünleri" olarak etiketlenir. Bu zorunlu etiket, ürünlerin geçiş sürecinde olduğunu ve "organik ürün" olmadığını belirtir (Altun, 2012: 39).

Geçiş sürecini başarıyla tamamlayan üreticiye, organik ürün sertifikası verilir; bu sertifika ürünlerin organik standartlara uygun şekilde üretildiğini, işlendiğini ve paketlenildiğini doğrulayan bir garanti niteliğindedir. Üretici tarafında pamuk, organik standartlara göre işlenip hasat edildikten sonra hasat, firmaya ait veya anlaşmalı çırçır fabrikasına gönderilir. Çırçırılama aşamasında pamuğun çekirdeği çıkarılır ve balyalı pamuk etiketiyle pazara sunulur veya iplik hammaddesi olarak işleme gönderilir. Burada işlem görüp organik etiketi alan iplikler pazara sunulabilir veya alternatif olarak örme/dokuma hammaddesi olarak kullanılabilir. İplik ve kumaşların boyama, terbiye ve konfeksiyon işlemlerinden sonra nihai ürün yine ilgili standartlara göre etiketlenerek tüketiciye sunulur. Anlaşılacağı üzere bu bütünsel süreçte ürünün, süreçte kullanılan malzeme ve makinelerin ilgili organik standartlara uygunluğu sağlanmalıdır (Aksoy ve Dölekoğlu, 2003: 61).

Kontrol ve sertifikasyon konusunda bölgesel anlamda özele incek olursak, Türkiye’de Tarım ve Orman Bakanlığı kapsamında kontrol ve sertifikasyonla yetkili 34 kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar aşağıdaki Tablo 4’te görülebilir.

**Tablo 4.** Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı Tarafından Yetkilendirilen Kuruluşlar

<b>TR-OT-01 KİWA BCS Denetim ve Belgelendirme Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-03 ECOCERT IMO Denetim Ve Belgelendirme Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-04 ETKO Ekolojik Tarım Kontrol Organizasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-06 EKOTAR Ekolojik Tarım Ürünleri Üretim, Kontrol, Sertifika, Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-11 ORSER Kontrol Ve Sertifikasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-12 ANADOLU Ekolojik Ürünler Kontrol Ve Sertifikasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-13 TURKGAP Tarım Uygulamaları Kontrol Ve Sertifikasyon Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-14 NİSSERT Uluslararası Sertifikasyon Ve Denetim Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-15 CCPB IMC Kontrol ve Sertifikasyon LTD. ŞTİ.</b>

<b>TR-OT-18 EGETAR Kontrol Ve Sertifikasyon Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-19 BİO İNSPECTA Kontrol Sertifikasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-22 Control Union Gözetim ve Belgelendirme Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-23 ECAS Sertifikasyon ve Uluslararası Denetim Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-25 BİOBEL Sertifikasyon Denetim Gözetim ve Eğitim Hiz. Ltd. Şti</b>
<b>TR-OT-26 Mehmet BIYIK-TUSCERT Ulusal Sertifikasyon Hizmetleri</b>
<b>TR-OT-27 KAYOS Uluslararası Sertifikasyon ve Denetim Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-28 BAŞAK Ekolojik Ürünler Kontrol ve Sertifikasyon Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-29 CTR Uluslararası Belgelendirme ve Denetim Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-31 LİKYA ORGANİK Uluslararası Organik Ürünler Kontrol ve Sertifikasyon Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-34 NAVİGA Uluslararası Belgelendirme Ve Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-35 CERES Kontrol ve Belgelendirme Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-37 DE CONTROL Denetim ve Belgelendirme Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-38 MAGENTA Tarımsal Ürünler Gıda Kontrol Denetim ve Sertifikasyon Tasarım Tic. Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-40 ORTA ASYA Kontrol Ve Sertifikasyon A.Ş.</b>
<b>TR-OT-41 BİOTEAM Ekolojik Tarım Kontrol Organizasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-42 MET Ekolojik Kontrol ve Sertifikasyon Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-43 GENSA Teknoloji Kontrol ve Sertifikasyon Sa. Tic. Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-44 BIOMEL Kontrol Ve Sertifikasyon Ticaret Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-45 EKOINSPEKT Uluslararası Belgelendirme Denetim Gözetim Teknik Kontrol ve Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-46 GAPCERT Belgelendirme ve Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.</b>
<b>TR-OT-47 ECOGEN Denetim ve Sertifikasyon LTD.ŞTİ.</b>

**TR-OT-48 TCERT Uluslararası Sertifikasyon ve Teknik Denetim Hiz. Tic. Ltd. Şti.**

**TR-OT-49 ORBEY Belgelendirme Eğitim Tarım Hayvancılık İnşaat Taahhüt San.ve Tic. Ltd. Şti.**

**TR-OT-50 TRB Uluslararası Belgelendirme Teknik Kontrol ve Gözetim Hizmetleri Sertifikasyon Tic. Ltd. Şti.**

Kaynak: ("Yetkili Kuruluşlar (KSK)", tarihsiz)  
<https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Yetkili-Kuruluslar-KSK> (Erişim Tarihi: 13.05.2019)

### **1.5.3. Organik Tekstil Standartları**

Organik tekstil ürünlerine ilişkin verilen ön bilgilerden ve tanımlardan da anlaşılacağı üzere bir tekstil ürünü, ilgili kontrol ve sertifikasyon süreçlerinden geçmeden organik olarak adlandırılmaz, bu tanımla raflarda yerini alamaz. İlgili kontrol ve sertifikasyon süreç ve kriterleri, belirli uluslararası standartlarca belirlenmektedir (Azizağaoğlu ve Aksu, 2018: 256).

Bu standartlar arasında en çok bilinen ve uluslararası pazarlarda ihracata olanak tanıyan, Global Organic Textile Standard'dır (GOTS) (Global Organik Tekstil Standardı). GOTS'u takip eden bir diğer standart ise Textile Exchange'dir. İlerleyen başlıklarda daha detaylı olarak tartışılacak bu standartlar, tekstil ürünlerinin organik olarak adlandırılması, etiketlenilmesi, fiyatlandırılması ve pazara sunulması açısından esas teşkil etmektedir.

### **1.5.4. Global Organik Tekstil Standardı**

Global Organic Textile Standard Standard (GOTS) (Global Organik Tekstil Standardı), 2005 yılında International Working Group (Uluslararası Çalışma Grubu) tarafından başlatılan özel bir standarttır. Uluslararası paydaş organizasyonlar ve organik tarım ile çevresel ve sosyal açıdan sorumlu şekilde tekstil işleme konusunda uzmanların yanı sıra dört saygın üye organizasyondan OTA (ABD), IVN (Almanya), Soil Association (BK) and JOCA (Japonya) oluşmaktadır. GOTS, organik tekstil alanında



üst düzey çevresel kriterler belirleyerek organik tekstil tedarik zincirini sosyal ve çevresel açıdan duyarlı hale getirmeyi amaç edinmiştir ("GOTS\_Standard\_5.0", 2017).

GOTS, organik olarak üretilen hammaddelerin kullanıldığı tekstil ve konfeksiyon üretiminde hem ekoloji hem de çalışma koşulları için tedarik zinciri genelindeki gereklilikleri belirlemektedir. Buna göre organik üretim, zehirli, kalıcı pestisitler ve gübreler kullanmadan toprak verimliliğini koruyan ve takviye eden bir tarım sistemine dayanmaktadır. Ek olarak, organik üretim yeterli hayvancılığa dayanır ve genetik modifikasyonu hariç tutar.

Yalnızca minimum %70 organik elyaf içeren tekstil ürünleri GOTS sertifikalı olabilir. Kullanılan boya maddeleri ve yardımcı maddeler gibi tüm kimyasal girdiler, belirli çevresel ve toksikolojik kriterleri yerine getirmelidir. Aksesuarların seçimi ekolojik açıdan da sınırlıdır. İlgili herhangi bir ıslak işleme ünitesi için işlevsel bir atık su arıtma tesisi zorunludur ve tüm işleyiciler sosyal kriterlere uymalıdır (Altun, 2012: 43).

IFOAM Standartlar Grubu kapsamında ilgili üretime yönelik olarak onaylanan herhangi bir standarda göre “organik” veya “organik – geçişte” olarak sertifikalandırılan doğal lifler kontrolden geçip sertifika alabilir. Sertifikasyon kuruluşunun, sertifikalandırdığı standarda yönelik geçerli ve saygın bir akreditasyonu olması gerekir. Bu kapsamda tanınan akreditasyonlar ISO 17065, NOP, IFOAM ve IFOAM Global Organic System akreditasyonudur ("Organic Standards and Certification | IFOAM", 2019). GOTS'un son sürümü 5.0 olup 1 Mart 2017 tarihinde yayınlanmıştır.

### **1.5.5. Textile Exchange**

Textile Exchange, 2002 yılında Organic Exchange adıyla kurulmuş, daha sonraları ise Textile Exchange olarak ad değiştirmiş, tekstilde sürdürülebilirlik prensibiyle hareket eden, kâr amacı gütmeyen küresel bir organizasyondur. Merkezi Texas'ta bulunan Textile Exchange'in personelleri ve elçileri 11 ülkeye yayılmıştır. Üyeleri ise 25'ten fazla ülkeden katılan şirketler ve organizasyonlardan oluşmaktadır (Altun, 2012: 45).

Textile Exchange standartları bünyesinde Organic Content Standard, Recycled Claim Standard, Responsible Down Standard, Global Recycled Standard ve Content

Claim Standard olmak üzere beş alt başlık bulunmaktadır. Buna göre Organic Content Standard, sertifikalı organik materyali çiftlikten nihai ürün oluşumuna kadar geçen süreçte izlemeyi; Recycled Claim Standard, geri dönüştürülmüş girdi materyalini onaylamayı ve girdiden nihai ürün oluşumuna kadar geçen süreçte bunu izlemeyi; Responsible Down Standard, tedarik zincirinde yer alan çiftliklerdeki sorumlu hayvan refahı uygulamalarını onaylamayı ve girdiden nihai ürün oluşumuna kadar geçen süreçte bunu izlemeyi; Global Recycled Standard, geri dönüştürülen girdi materyali onaylamayı, girdiden nihai ürün oluşumuna kadar geçen süreçte bunu izlemeyi ve ayrıca üretim kapsamında sorumlu sosyal, çevresel uygulamaların ve kimyasal kullanımını sağlamayı ve Content Claim Standard, tüm Textile Exchange standartlarında kullanılan onaylama ve doğrulama zincirini gözetlemeyi amaçlamaktadır ("About Us - Textile Exchange", 2019).

#### **1.5.6. Ön Terbiye Aşamasındaki Kısıtlamalar**

Ham tekstil materyallerinin görünüşü ve kullanılabilirliği açısından pazarlanabilir duruma getirilmesini sağlayan, terbiye işlemidir (Örün, 2015: 44). Tekstil materyalleri başlıca terbiye, renklendirme (boyama ve baskı) ve bitim işlemlerinden geçirilmektedir. Geleneksel üretimde terbiye işleminde materyal, sıcak suda sentetik yüzey aktif maddelerle, ilave kimyasallarla muamele edilir. Organik üretimde ise sodalı ılık suyla (7,5-8 pH) yumuşak ovalama yapılarak temizleme yapılmaktadır (Altun, 2012: 22).

Kapalı devre yapak yıkaması dışında amonyakla muamele, organik üretim kapsamında değildir. Ağartmalar, peroksitler ve ozon gibi oksijen temelli maddelerle yapılmaktadır. Kaynatma, pişirme gibi hidrofilleştirme işlemlerinde ve yıkamalarda, organik standartlarda genel olarak yasaklanan veya kısıtlanan maddeler haricindeki kimyasallardan yararlanılabilir. Benzer şekilde haşıl sökmede de genetik değiştirilmemiş organizma enzimler ve yasaklanmamış yardımcı maddeler kullanılabilir. Son olarak, merserizasyonda yalnızca genel çerçevede yasaklanmış veya kısıtlanmış kimyasal maddeler haricindekilerden yararlanılabilir ve sudu kostik derişikleştirilip tekrar kullanılmaktadır (Gürkan, 2012: 9). Amerika Birleşik Devletleri pazarına üretilen organik tekstil ürünleri dışında optik beyazlatma uygulanmasına izin verilmemekte olup yünün klorlanması da yasaklanmıştır. Mekaniksel termal işlemler ile

doğal hammadde temelli ürünlerle gerçekleştirilen diğer ön terbiye işlemlerine izin verilmektedir.

### **1.5.7. Boyama ve Baskı Aşamasındaki Kısıtlamalar**

Geleneksel yöntemde yüksek sıcaklıkta ağır metal ve sülfür içeren boyalarla işlem görülürken organik sistemde metal ve sülfür içeriği düşük doğal boyalar kullanılmaktadır. Kullanılan kimyasal içerik parçalanabilir nitelikte olup kirli su oluşumunu önler. Dolayısıyla su tüketimi daha azdır (Altun, 2012: 22). Doğal yardımcı maddelerle birlikte daha az kalıntı bırakan ve yasaklı olmayan yardımcı maddeler ve sentetik boyarmaddelerden yararlanır (Gürkan, 2012: 9). Genel olarak tekstilde kullanılan boyarmaddelerin %70'ini oluşturan azo boyarmaddelerin kullanımı organik üretim sisteminde yasaklanmıştır. Azo boyaları deri üzerinde insan sağlığına tehlike teşkil edebilecek sensitizasyon, genotoksik ve karsinojenik etki gösterebilmektedir (Örün, 2015: 45).

Geleneksel yöntemde baskı işleminde ağır metal içeren petrol bazlı pigmentler kullanılırken organik üretimde doğal pigment veya su bazlı boyalar kullanılır. Su ve doğal yağ temelli olanlar haricindeki baskı metotları ile aşındırma baskı yönteminin uygulanması ve plastisollerdeki gibi aromatik solventlerin kullanımına izin verilmemektedir (Altun, 2012: 22).

### **1.5.8. Organik Tekstil Ürünlerinin Fiyatlandırılması**

Çalışma kapsamında yukarıdaki başlıklarda da bahsedildiği üzere organik ürünlerin üretim ve pazarlanması açısından en önemli ve tartışmalı hususlardan biri, organik tekstil ürünlerinin fiyatlandırılmasıdır. Organik ürünler, geleneksel üretim yöntemleriyle üretilen ürünlere kıyasla daha fazla emek ve bilgi gerektirdiğinden ve fazlasıyla hassasiyet, kontrol ve sertifikasyon içerdiğinden öncelikle daha düşük hacimlerde üretimle sonuçlanmaktadır (Altun, 2012: 46). Bunun akabinde ise fazla maliyet dolayısıyla yüksek fiyatlarla pazara giriş yapmaktadır. Organik tekstil ürünlerinde maliyet yaratan süreç ve hususlar; teknik bilgi, danışmanlık, sertifikalandırma, kontrol ve denetim, özel işlemler ve spesifik tarım yöntemleridir (Marangoz, 2008: 89).

Textile Exchange tarafından yayınlanan 2018 Organic Cotton Market Report'a (2019) göre, evrensel olarak kabul edilen bir uygulama bulunmamakla birlikte organik ürünlerin fiyatlandırılması genel işleypşte geleneksel olarak üretilen ürünün fiyatı referans alınarak üzerine organik değeri ve organik üretimde yaşanan kaybı karşılayacak oranda bir yüzde eklenerek yapılır. Ortalama fiyat diferansiyeli olarak adlandırılan bu hususlar, toplamda yüzde 5 ila 20 olarak eklenebilmekte olup pazardan pazara değışiklik göstermektedir. Tipik olarak bu fiyat diferansiyelinin kapsadığı hususlar; üretim maliyeti, Uluslararası Kontrol Sistemi, sertifikasyon ve denetimler, eğitim ve ilgili hizmetler, çiftçilik operasyonlarına yatırım, araştırma ve geliştirme, tohum ve çiftçilik inovasyonlarına yatırım olarak adlandırılabilir.

### **1.5.9. Organik Tekstil Ürünlerinin Tutundurulması**

Organik elyafa talep arttıkça organik elyaf üretimi de artar. Organik elyaf talebini olumsuz olarak etkileyen temel faktörler; organik elyaf ile geleneksel yöntemle üretilen ürünlerin çevreye verdiği zarar hakkında yeterince bilinç olmaması, organik tekstil ürünlerinin geleneksel olarak üretilenlere kıyasla yaklaşık %10 daha fazla pahalı olması ve organik tekstil ürünlerine erişimin kısıtlı olmasıdır (Uygur, 2017: 170).

Bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda organik tekstil ürünlerinin tutundurulması için hem üretici hem satıcı hem de tüketici açısından pazarlama faaliyetleri kapsamında bazı eksiklikler olduğu açıkça görülmektedir. Organik tekstil ürünlerini kullanmanın olumlu ve avantajlı yönleri bilinse dahi tüketiciler, geleneksel tekstil ürünlerine kıyasla her zaman daha yüksek fiyatlara raflara konulan organik tekstil ürünlerini tercih etmemekte veya edememektedir. Bu ürünlerin fiyatlandırmasının, pazarda tutunma açısından en kritik rolü oynadığı göz önüne alındığında üretici ve perakendecilerin organik üretim ve ticaret süreçlerini, organik tekstil ürünlerini daha uygun, karşılanabilir fiyatlara satabilecek şekilde iyileştirmesi ve yaygınlaştırması gerektiği ortaya konulabilir (Kılıç, 2015).

### **1.5.10. Organik Tekstil Ürünlerinin Dağıtımı**

Organik ürünler, bilinçli tüketicilerce talep edilmekte olup genellikle metropolitanelarda dağıtım alanı bulmaktadır (Altun, 2012: 50). Organik ürünlerin hak ettiği değeri barındırarak satılabilmesi, zamanında doğru tüketiciye ulaştırılabilmesi için

özel bir dağıtım kanalı sistemi gereklidir. Bu sistem; işleme, depolama, paketleme gibi bir dizi işlemleri içermektedir. Pazarlama literatürünün en önemli unsuru olan pazarlama karması elemanlarından biri olan dağıtım kanalı, organik ürünler için de önemli bir rol oynamaktadır. Organik tekstil ürünlerine yönelik bilincin ve talebin artması, uygun alternatif dağıtım kanalı ihtiyacını doğurmuştur (Gürses, 2014: 43).

Söz konusu ihtiyacı öncelikli olarak gideren özel dükkanlar ve elektronik ticaret olmuştur (Gök, 2008: 58). Büyük markaların organik pamuk kullanımını artırması, tüketicilerin satın alma davranışlarını da değiştirmiştir. Organik tekstil ürünlerinin dağıtımında öncü markalar arasında Nike, Timberland, Marks& Spencer, Ikea, Wall-Mart, Gap ve Zara bulunmaktadır (Altun, 2012: 50). Textile Exchange tarafından yayınlanan 2018 Annual Insight Report'a göre organik pamuk kullanan ilk 10 destekçi şirket aşağıdaki gibidir.

**Tablo 5.** Organik Pamuk Kullanan İlk 10 Destekçi Şirket

	<b>Hacme göre</b>	<b>Büyümeye göre</b>	<b>Organik geçiş sürecinde</b>	<b>Hacme göre Organik Ticaretini kullanan Fuar</b>
<b>1</b>	C&A Global	Gucci	Hess Natur- Textilien GmbH	Boll & Branch
<b>2</b>	H&M	KALANI – Home	Nudie Jeans	Coop Switzerland
<b>3</b>	Tchibo GmbH	ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG	greenfibres	Dibella
<b>4</b>	Inditex Group	REI	EILEEN FISHER, Inc.	Cotonea (Begr. Elmer & Zweifel)
<b>5</b>	NIKE, Inc.	METAWEAR	People Tree	Pact
<b>6</b>	ALDI South International	Fjällräven International	REI	ARMEDANGELS (Social Fashion

				Company GmbH)
7	Stanley/Stella	Stanley/Stella	Outerknown	prAna
8	ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG	Outerknown	prAna	Coyuchi, Inc.
9	AB Lindex	Timberland	TIERRA	KnowledgeCotton Apparel
10	Boll & Branch	WestPoint Home LLC	Tchibo GmbH	Dedicated

Kaynak: Textile Exchange 2018 Annual Insights Report , <http://aboutorganiccotton.org/stats/> adresindeki listeden derlenerek hazırlanmıştır (Erişim Tarihi: 21.05.2019)

#### 1.5.11. Organik Tekstil Ürünlerinin E-pazarlamayla Satışı

İnternet yoluyla satış; web siteleri aracılığıyla ürün ve hizmetlerin pazarlanmasını içeren yeni bir akım ve modern ticaret uygulaması olarak görülmektedir. Sanal ağların kullanılmasıyla birçok şirket pazarlama ve operasyonel aktivitelerini internete taşımıştır. Bunun arkasındaki teşvik edici güç, maliyeti düşük tutarken doğru insanları etkin bir şekilde bir araya getirerek doğru mesajları aktarabilmektir (Abrar vd., 2016: 1195).

Organik tekstil ürünlerinin ise internet yoluyla pazarlanarak satılması, hem üretici/satıcı hem de tüketici için fayda sağlamaktadır. Organik tekstil ürünlerindeki düşük talep, dağıtım olanağı sıkıntısı ve pazarlama stratejisi, internette satışla maliyeti düşürerek ve hedef kitleyi doğru belirleyerek iyileştirilebilir (Marangoz, 2005: 57). İnternetin yaygın kullanımı ile geniş öğrenme ve araştırma ağı sunması, organik tekstil ürünlerinin ne olduğu, çevresel faydaları, yani kısacası organik farkındalığı açısından oldukça önemlidir. Tüketiciler, geleneksel tekstil ürünlerinin bilhassa üretim aşamasında çevrede yol açtığı olumsuz etkiler konusunda etkili bir şekilde bilgilendirilebilir, sayısız kaynak ve projeler ile organik farkındalığı yaratılabilir ve nihayetinde kendini, organik topluluk içinde görmesi sağlanarak genel anlamda tüketici talebi artırılabilir (Altun, 2012: 68).

İnternet yoluyla hedef kitleye ve hatta daha fazlasına kısa bir süre içinde ulaşılabilir, organik sektöründeki talep ve farkındalık sorunu etkili bir biçimde giderilebilir, eksiksiz bir tedarik zinciri ve organik topluluk oluşturularak organik tekstil ürünlerinde yaşanan en büyük sorunlardan biri olan fiyatlandırma çözüme kavuşturulabilir. Organik tekstil ürünlerinin nihai amacı olan yaygın farkındalığın en hızlı ve etkili çözümünün internetin nimetleri olduğu söylenebilir.



## **2. BÖLÜM**

# **ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİ TÜKETİCİSİ PROFİLİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI**



## 2. BÖLÜM

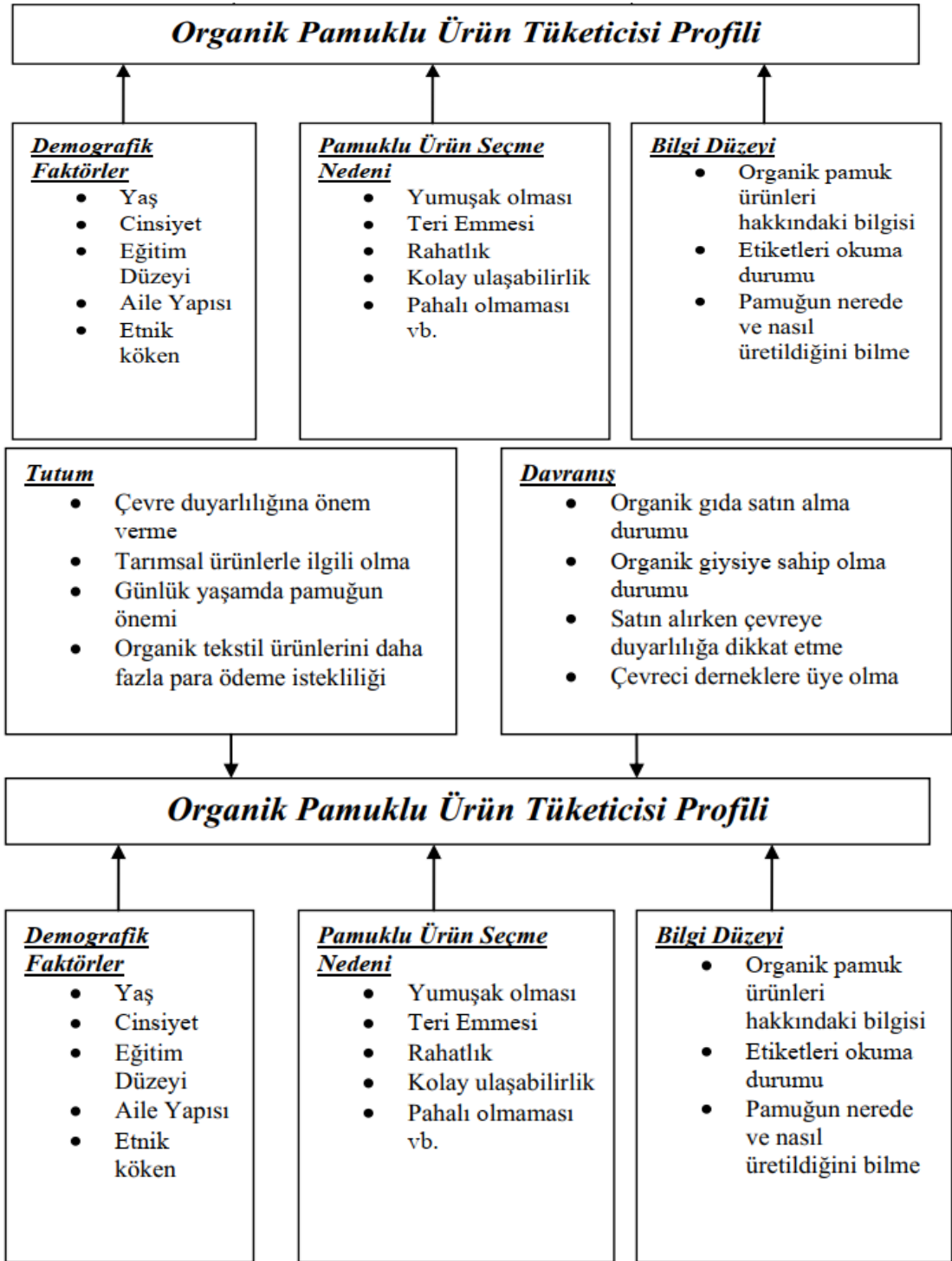
### ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİ TÜKETİCİSİ PROFİLİ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARI

#### 2.1. Organik Ürün Tüketicisi Profili

Her pazarda olduğu gibi organik ürün pazarında da tüketiciler, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen faktörler, farkındalık, değerler ve davranışların kayda değer bir rolü vardır. Organik ürün tüketicileri, gıda veya tekstil olarak belirgin bir ayrıma gerek duyulmadan incelenebilir; buradaki ortak payda organik bilincidir (Altun, 2012: 69).

Yeşil tüketim davranışı etik bir olgu olup sürdürülebilir gelişimin önemli bir unsurudur (Dreyer vd., 2016: 2). Tekstil ürünlerinin sürdürülebilirliği açısından tüketicilerin büyük bir rolü olduğu ve bu rolü organik tekstil ürünleri tercihiyle tamamlayabilecekleri söylenebilir (Harris vd., 2016: 3). Birçok araştırma tüketicilerinin kişisel sağlığa ve bilhassa çocuk sağlığına verdiği önem sebebiyle organik ürün satın almaya meyilli olduğunu ortaya koymuştur (Gürses, 2014: 52).

Genel bağlamda literatürde organik ürün tüketicileri üzerine yapılan araştırmalarda tüketiciler cinsiyet, eğitim seviyesi, yaş, gelir, çocuk sahibi olma, bilinç ve tutum gibi açılardan değerlendirilmiştir. Organik ürün tüketicilerinin genellikle eğitimli, orta yaş üstü, yüksek gelirli veya çocuk sahibi olan kişilerden oluştuğu ortaya konmuştur (Altun, 2012: 54-56).



**Resim 2.** Organik Pamuklu Ürün Tüketicisi Profili

Kaynak: Lin, S. H. (2012: 17). ATTITUDES OF TOURISTS TO PURCHASING ORGANIC COTTON IN HAWAII makalesindeki şekilden derlenerek hazırlanmıştır.

Resim 2’de görüldüğü üzere organik tekstil ürünlerini tercih eden tüketici profili ağırlıklı olarak demografik faktörlere ve bilgi düzeyine bağlıdır. Bilgi düzeyi, organik bilincini, çevresel duyarlılığı, sağlık bilincini, organik etiketiyle satılan ürüne, satıcıya ve üreticiye güveni, izlenebilirliği, şeffaflığı içerebilmektedir. Bunların dışında bu ürünlerin seçilme nedenleri arasında başı çeken, pamuğun doğası gereği barındırdığı avantajlardır (yumuşaklık, ter emme, vb.).

## **2.2. Tüketicilerin Organik Tekstil Ürünleri Satın Alma Davranışı**

Yukarıda genel hatlarıyla tartışılan organik ürün tüketicilerini daha detaylı inceleyecek olursak satın alma davranışlarına eğilmek yerinde olacaktır. Verilen bilgiler ve Resim 2 ışığında, tüketicilerin profili ile satın alma davranışı doğal olarak birbiriyle ilişkilidir. Literatüre bakıldığında satın alma davranışını etkileyen en önemli faktörün sağlık olduğu kanısına varılabilir. Çevre ve insan sağlığı konusundaki duyarlılık ve bilinç, geleneksel tekstil ürünlerinin üretim ve tüketiminin sürdürülebilir olmadığı görüşünü benimsemekle birlikte organik ürünlere olan talebi artırmaktadır (Altun, 2012: 58).

Tüketicilerin tutumu, belirli bir şeyi iyilik veya güvensizlikle değerlendirmenin psikosomatik bir yolu olarak tanımlanmaktadır. Tutum, uzun süreli olduğunda hassasiyetin kararlı bir şekilde sürdürülmesine sebep olur. Tutumun devam edip etmemesi, söz konusu ürünün değerlemesine bağlıdır. Uygulamalar yoluyla yaratılan tüketici tutumu, yeni uygulamalarla değiştirilebilir. Tüketicinin tutumu ve belirli bir ürünü satın alma konusundaki beğenisi, belirli bir performansın gerçekleşmesini sağlayan beklentilere ve inançlara dayanmaktadır (Abrar vd., 2018: 474). Yapılan araştırmalar tutumun, önemli bir satın alma göstergesi olduğunu ortaya koymuştur. Buradan hareketle tüketicilerin satın alma davranışının ardındaki güdüler doğru şekilde analiz edildiğinde satın alma davranışına olumlu yönde etki edilebilir.

## **2.3. Organik Tekstil Ürünü Satın Alma Gerekçeleri**

Literatürde yer alan çalışmalarda satın alma güdüleri farklı açılardan incelenmiş olmakla birlikte en belirgin olanları sağlık ve çevre bilinci, çalışma koşullarının güvenilirliğiyle ürün kalitesi ve yumuşaklığıdır.

### 2.3.1. Sağlık Bilinci

Tüketicilerin sağlık konusundaki hassasiyeti, gıdadan sonra en çok tekstil sektörüne yansımaktadır. Sağlık hassasiyetine ve bilincine sahip tüketiciler, sağlığa zararlı ürünlerden kaçınmalarının yanı sıra yaşam kalitesini yükseltmek için sağlıklı yaşam konseptini benimserler (Altun, 2012: 62). Zararlı ürünlerin kalıntılarında sahip geleneksel pamuklu tekstil ürünü tüketimine ilişkin pek fazla çalışma olmamasına rağmen tüketicilerin, sağlık açısından yararları nedeniyle organik pamuklu tekstil ürünleri almaya meyilli olduğu söylenebilir (Abrar vd., 2018: 475).

Sağlık bilinci ve organik ürün satın alma arasındaki ilişki üzerine birçok araştırma yapılmış, bu ikisi arasında kayda değer anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna ek olarak, tüketicilerin organik ürün satın alma davranışını etkileyen faktörler arasında çevresel bilincin dahi önüne geçen unsur, sağlık bilinci olmuş (Magnusson vd., 2003: 109-117), tüketicilerin bu sebeple daha fazla para ödemeye razı olduğu ortaya konulmuştur (Arvantionnis vd., 2004: 115).

### 2.3.2. Çevre Bilinci

Çevresel endişe, ekosfer tabakasına veya insanoğlu tarafından yaratılan ekosfer bozulmasına ilişkin korumacı tutum olarak tanımlanmaktadır (Abrar vd., 2018: 475). Özellikle, geleneksel tarım uygulama yöntemleri nedeniyle doğal kaynakların yok olmaya başladığına ve hem insan hem de çevre sağlığına ilişkin endişelerin giderek artmasıyla tüketicilerin organik tarım ürünlerine yönelik ilgisi ve algısı aşamalı olarak artmıştır. Çevre ve sağlık bilincinin gelişmesiyle geleneksel tarımın yol açtığı çevresel tehditler ve maliyetler çevreci gruplar tarafından son derece ciddi bir şekilde gündeme taşınmıştır (Gürses, 2014: 16).

Bu bağlamda, literatürde yer alan birçok çalışmada, çevresel hususların farkında olup bunları gözetken tüketicilerin organik ürünlere eğilimli olduğu ve bu nitelikteki ürünleri kullanmaya bilhassa gayret gösterdiği ortaya çıkarılmıştır. Bu tüketici grubu genellikle eğitilmiş, genç ve refah düzeyi yüksek bireylerden oluşmaktadır (Ofaç ve Göçer, 2015: 218).

### **2.3.3. Çalışma Koşullarının Güvenilirliği**

Organik ürün tüketicilerinin satın alma davranışını etkileyen bir diğer unsur da organik tarım ve üretim süreci boyunca dahil olan tüm tarafların, geleneksel tarım ve üretimdekine kıyasla kayda değer ölçüde daha sağlıklı ve güvenli koşullar altında çalışmasıdır (Wang, 2007: 24). Organik ürün üretimi sürecine dahil olan kişilerin sağlığı ve güvenliği korunmakta olup çalışma saati, ücret, çalışma koşulları, sosyal şartlar gibi hususlar gözetilmektedir. Bu hususları gözetemeyen tüketiciler ise sosyal sorumluluk bilincine sahip duyarlı kişilerden oluşmaktadır.

### **2.3.4. Ürün Yumuşaklığı ve Kalitesi**

Organik tarımla üretilen tekstil ürünlerinin kalitesi ve yumuşaklığı, tüketicilerin beğenisini kazanan önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bilhassa organik pamuklu tekstil ürünlerinin nem emiciliği, ciltte tahrişe veya başka rahatsızlıklara yol açmaması ve yumuşak dokusu, bu ürünlerin albenisini artırmaktadır (Altun, 2012: 67).

## **2.4. Organik Tekstil Ürünü Satın Alınmasını Olumsuz Etkileyen Unsurlar**

Yukarıda da bahsi geçtiği üzere tüketiciler açısından organik ürünlere eğilimin henüz yeterli düzeyde olmamasına yol açan bazı özel sebepler bulunmaktadır. Bu sebepler arasında öncelikle fiyat ve ardından bulunabilirlik, bilgi eksikliği, çeşit yetersizliği, tüketici toplumun gelir ve kültür düzeyi, pazarlama stratejisi eksikliği gibi faktörler sayılabilir (Altun, 2012: 67).

### **2.4.1. Fiyat**

Genel anlamda organik ürünlerin fiyatının, geleneksel tarımla üretilen ürünlere kıyasla daha yüksek olduğu bilinmektedir. Bunun altında yatan sebeplerden bazıları; organik ürünlerin daha az mahsul vermesi, organik ürünlerin kirletilmemiş saf hammaddelerden oluşması, özel tarım yönteminden kaynaklanan maliyetler ve organik ürünlerin fiyatının çiftlik aşamasında dahi yüksek olmasıdır (Abrar vd., 2016: 1201).

Organik ürünlerin daha başlangıçta maliyetli olması sebebiyle raflarda da yüksek fiyatlardan yerini alması, tüketiciler üzerinde çoğunlukla olumsuz etki yaratmaktadır (Gürses, 2014: 69). Çevresel ve sosyal olarak sorumlu olup sağlığını düşünmesine

rağmen organik ürünleri gelir düzeyine göre pahalı bulan kişiler maalesef bu ürünleri satın alamamaktadır.

#### **2.4.2. Yetersiz Satış Noktası**

Organik ürünlerin üretim süreci oldukça kapsamlı aşamalar içerdiğinden büyük bir kanallar zinciri olarak görülmektedir (Altun, 2012: 69). Tüketicie ulaşana kadar geçen süre, zaman ve mekân açısından organik ürünlerin bulunurluğunu da etkilemektedir. Buna ek olarak, çoğunlukla halihazırda organik bilince sahip tüketicilerin yaşadığı bir sıkıntı olarak, organik ürün satış noktalarının yetersizliği belirtilebilir.

Genel olarak piyasaya bakıldığında geleneksel üretim yöntemleriyle üretilmiş ürün satıcıları ve satış noktaları elbette organik tarımla üretilen ürünlerle kıyaslandığında sayıca üstün gelmektedir. Organik ürün üreten marka azlığı, organik markaların yeterince bilinmemesi, mağazalarda yeterince yer verilmemesi ve genellikle yalnızca büyük şehirlerde yer alması gibi erişilebilirlik sorunları, tüketicilerin satın alma davranışını olumsuz yönde etkilemektedir (Gürses, 2014: 48).

#### **2.4.3. Yetersiz Bilgi**

Organik ürünlerin üretilmesi ve satışı kapsamında göze çarpan en büyük sorunların başını çeken konu, bilgi eksikliğidir (Gürses, 2014: 76). Organik konseptine geçişin ve benimseme sürecinin zaten yeterince geç olması, bunların akabinde bilinçlendirme ve pazarlama çalışmalarının yetersiz olması, genel olarak organik piyasasını derinden etkilemektedir. Üretici ve tüketici tarafında neredeyse aynı önemde bilgi eksikliği maalesef ki hala mevcuttur.

Organik konseptinin üretici tarafında fazla maliyetli görülmesi, tüketici tarafında ise bilinçsizlikten ve yüksek raf fiyatından kaynaklanan talep eksikliği organik piyasasını geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere kıyasla bir hayli geride bırakmaktadır. Literatürde yer alan birçok çalışmada, bilhassa çevresel bilginin, yani geleneksel yöntemlerle üretimin yol açtığı çevre ve insan sağlığı tehditlerinin yeterince farkında olunmadığı ve bu durumun, tüketicilerin satın alma davranışını etkilediği ortaya konulmuştur (Ofaç ve Göçer, 2015: 219).

#### **2.4.4. Yetersiz Ürün Çeşidi**

Günümüzde bilhassa Türkiye’de organik üretimin saha ve ürün çeşitliliği ve üretici sayısı açısından gelişim göstermekte olduğu bilinse de (Gök, 2008: 34) organik konseptine ilişkin yaşanan genel sorunlardan biri de ürün çeşidi yetersizliğidir.

Geleneksel tarım yöntemleriyle üretilen ürünlere kıyasla organik ürün çeşidinin az olması yadsınamaz. Yapılan bir çalışmada yer alan çoktan seçmeli ankette alışveriş merkezi tercih etmedeki en önemli nedenler sıralamasında başı çeken ürün çeşitliliği (%26,3) olmuştur (Türkay, 2011: 333). Başka çalışmalarda ise renk, stil ve beden ölçüsü seçeneklerinin sınırlı olduğu ortaya konmuştur (Connell, 2010: 283). Yapılan çalışmalardan hareketle, organik ürün çeşitliliğinin artırılması gerektiği rahatlıkla savunulabilir.

#### **2.5. Organik Tekstil Ürünleri Tüketicisinin Demografik Profili**

Organik ürün tüketicilerinin iyi eğitilmiş, görece yüksek gelirli, sosyal ve çevresel anlamda sorumluluk sahibi kişilerden oluştuğu belirtilmiştir (Altun, 2012: 70). Yürütülen çalışmalarda tüketicilerin satın alma davranışları incelenirken en çok üzerinde durulan husus, tüketicilerin demografik profilidir. Bilhassa cinsiyet faktörünün organik pamuklu ürünleri satın alma davranışına kayda değer ölçüde etkisinin olduğu belirtilmektedir (Ochoa, 2010: 127).

##### **2.5.1. Cinsiyet**

Demografik profil incelemesi içeren çalışmalarda her zaman en çok dikkat çeken kıyaslamalardan biri cinsiyet olmuştur. Organik ürünler üzerine yapılan satın alma davranışları çalışmalarında da cinsiyet faktörü dikkatle incelenmiştir. Türkiye’nin Sakarya İlinde yürütülen bir tüketici profili belirleme çalışmasında (Gürses, 2014: 66) erkekler ve kadınlar arasında tercih açısından büyük farklılıklar bulunmamasına rağmen daha fazla ücret ödeme özelliğine bakıldığında kadınların erkeklere kıyasla buna daha eğilimli olduğu ortaya konulmuştur. Bunun sebebi ise kadınların aile sağlığına ve çevreye karşı daha duyarlı olmasıdır.

Amerika’da yürütülen bir başka çalışmada demografik profil incelendiğinde yine kadınların (%70,7) erkek profilinden (%29,3) baskın olduğu görülmektedir (Dreyer vd.,

2016: 10). Açıkça görülebilen cinsiyet farkının, kadınların korumacı ve annelik içgüdüsünden de kaynaklandığı söylenebilir.

### **2.5.2. Yaş**

Organik ürünlere yönelik satın alma davranışı üzerine yapılan çalışmalarda yaş faktörü farklı kriterlerden incelenmiş olup gençlerin organik konsepti konusunda daha pozitif bir tutuma sahip olduğu, orta yaşlıların ise satın alma eğiliminin daha fazla olduğu ortaya konulmuştur (Altun, 2012: 72). Bu durumun ağırlıklı olarak gelir düzeyinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yaşın faktörünün aynı zamanda eğitim düzeyiyle de olumlu bir ilişkisi olduğu gözlenmiştir. Gençlerin, yaşlılara kıyasla organik ürünlere daha eğilimli olması internete ve dolayısıyla daha fazla bilgiye ve e-pazarlama kanallarına erişimlerinin olması, eğitim düzeylerinin daha yüksek olması ve sosyal hayatlarının daha hareketli olmasıyla da açıklanabilir. Fakat yine burada, fiyat faktörünün genç tüketiciler üzerindeki olumsuz etkisi yadsınamaz düzeydedir (Güsan vd., 2016: 8).

### **2.5.3. Eğitim Düzeyi**

Organik ürünlerine yönelik olarak yapılan geniş perspektifli çalışmalarda tüketicilerin eğitim ve farkındalık düzeyi değişkeni ve satın alma değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Dreyer vd., 2016: 11). Bu yönde yapılan çalışmalarda varılan genel sonuç, eğitim seviyesi yüksek kişilerin organik konseptine daha yatkın olduğu ve gelir düzeyi el verdiği sürece organik ürün satın alma davranışı gösterdiği üzerinedir.

Eğitimden kasıt, genellikle üniversite ve yüksek eğitimden yola çıkmakla birlikte sosyal olarak öğrenilen veya kazanılan bilgi birikimini de kapsayabilmektedir (Güsan vd., 2016: 11). Tüketicilerin pazarlama çalışmaları kapsamında gördüğü reklamlar, internetten ulaşılabilecek sosyal sorumluluk projeleri, zararlı kimyasallara yönelik bilgiler, organik ve geleneksel tarım arasındaki farkları açıklayan makale, bilgi, yayın vb. içerikler de eğitim başlığı altına alınarak organik konsepti konusunda bilgili olmak olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, demografik anlamdaki eğitim faktörü, organik tekstil ürünlerinin satın alınmasını engelleyen nedenlerden biri olan bilgi eksikliğiyle birlikte ortak paydada tartışılabilir.



#### 2.5.4. Bütçe

Gelir düzeyi, tüm satın alma davranışlarının temelinde yatan bir faktör olarak elbette ki organik ürünler konusunda da belirleyicidir. Organik ürünlerin hala maliyetli olması, refah düzeyi düşük ülkelerde raf fiyatlarının daha da yüksek olmasına sebep olmaktadır. Yürütülen çalışmalarda da ortaya çıkarıldığı üzere organik ürünleri satın alan tüketici profiline en belirgin özelliklerinden biri gelir düzeyinin yüksek olmasıdır.

Dünyada yaklaşık 8 milyar insan bulunmakta ve bunların çoğunun yetersiz/kötü koşullarda yaşadığı düşünüldüğünde yüksek fiyat ödeyerek organik tekstil ürünleri alan kişilerin yüksek gelirli kişiler olduğu kolaylıkla anlaşılabilir (Uygur, 2017 :170). Genel olarak değerlendirildiğinde düşük gelir düzeyinin organik ürünleri satın alma üzerine negatif bir etkisi olduğu savunulmasına rağmen farklı sonuçlar elde eden çalışmalar da bulunmaktadır (Dreyer vd., 2016: 13).

#### 2.5.5. Çocuk Sahibi Olma Durumu

Çalışmanın diğer başlıklarında da tartışıldığı üzere sosyo-demografik özellikler tüketicilerin tutumunu ve organik ürün satın alma eğilimini ve davranışını büyük ölçüde etkilemektedir (Gürses, 2014: 50). Bunlardan biri de tüketicinin evli ve çocuk sahibi olup olmamasıdır.

Dünya genelinde organik ürünlerin tercih edilme sebepleri arasında kişisel sağlık ve bilhassa çocuk ve bebeklerin sağlığı başı çekmektedir (Altun, 2012: 74). Yeni çocuk sahibi olan bilinçli ebeveynlerin sağlık endişesi nedeniyle organik gıda ve tekstil ürünlerini tercih ettiği birçok çalışmayla desteklenmiştir (Gam vd., 2010: 650). Burada önemli bir diğer detay ise çocuk sayısının az olmasıdır. Çocuk sayısı arttıkça ailenin alım gücü zora düşebildiğinden bu durum, organik ürün satın alma davranışını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Burada doğal olarak satın alma davranışını etkileyen diğer bir faktör olarak gelir devreye girebilmektedir.

### **3. BÖLÜM**

**ORGANİK KUMAŞLAR KULLANILARAK ÖRNEK BİR BEBEK GİYİM  
KOLLEKSİYONU HAZIRLARKEN TASARIMCININ İZLEMESİ GEREKEN  
AŞAMALAR**

### 3. BÖLÜM

#### ORGANİK KUMAŞLAR KULLANILARAK ÖRNEK BİR BEBEK GİYİM KOLLEKSİYONU HAZIRLARKEN TASARIMCININ İZLEMESİ GEREKEN AŞAMALAR

Organik kumaşlar kullanılarak oluşturulan bir koleksiyonu hazırlamaya başlamadan önce bebek giyiminin temel özelliklerinin, ürün gruplarının, trend analizlerinin detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Araştırmanın bu aşamasında ilk olarak bebek giyiminin temel gereklilikleri ve organik ürün tüketicisinin organik bir bebek giyiminden beklentileri incelenecektir.

##### 3.1. Bebek Giyimin Tanımı

Bebek giyimin tanımına geçmeden önce giyimin tanımını detaylı olarak incelemek gerekir. Bu doğrultuda aşağıda birtakım tanımlamalara yer verilmiştir.

Bayraktar giyimi; “Vücudu tabiatın etkilerinden koruyan, medeniyetin ilerlemesiyle değişiklik gösteren, insan vücuduna göre şekil alan giysilerin tümüdür” olarak tanımlamaktadır (Bayraktar, 1993: 1).

Kurt giyimi; “Doğanın etkilerinden korunmak için vücudu örten giysi aksesuar ve bunların kullanma biçimi, medeniyetin ilerlemesi ile değişiklik gösteren, insan vücuduna göre şekil alan giysilerin tümüne giyim denir” şeklinde yorumlamıştır. (Kurt, 1995: 1).

Çağdaş ise giyimi; “İnsan vücudunu doğanın etkilerinden koruyan ve aynı zamanda estetik bir görünüm sağlayan, sosyal, ekonomik, teknolojik gelişime paralel olarak değişen, gelişen çeşitli cinsteki giysiler ile bu giysilerin kullanım biçimidir” şeklinde tanımlamıştır (Çağdaş, 2002: 1).

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak giyim; “İnsan vücudunu dış etmenlerden koruyan, içinde bulunduğu toplumla uyumunun sağlayan, mevsim, moda, sosyoekonomik durum, yaş, vücut yapısı ve zaman gibi etkenlerle değişen giysiler ve bu giysilerin kullanım biçimidir” şeklinde de tanımlanabilir.

Giyim tanımlamalarına paralel olarak bebek giyim eşyası ise boyu 86cm'i aşmayan, çoğunlukla 18 aydan daha küçük çocuklara özgü örme ve dokuma giyim eşyası ve aksesuarların tümü anlamına gelmektedir.

### **3.2. Bebek Giyiminin Temel Özellikleri**

Bebek giyimi birçok kişi tarafından basit gibi algılansa da aslında yetişkin giyiminden çok daha fazla titizlik gösterilmesi gereken bir alandır. Yetişkin giyiminde esas olan moda algısının yanı sıra çocuk giyiminin sahip olması gereken bir takım temel özellikleri mevcuttur. Bunların başında bebeğin kıyafeti içinde kendini konforlu hissetmesi en başta gelmektedir.

Bebeğin gelişim özelliklerine paralel olarak gelişimi engellemeksizin hareket kolaylığı sağlayan nitelikte olmalıdır. Dikim ve kumaş özelliği olarak da çocukların hassas olan tenine zarar vermeyecek özelliklere sahip olmalıdır. Temizlemeye ve sık yıkamaya elverişli kumaşlardan yapılmasına dikkat edilmelidir (Koç, 1997: 11).

Bebek giysileri üretilirken bebeklerin sağlığını olumsuz etkileyebilecek olan malzemelere tasarımcılar koleksiyonlarında yer vermemelidirler. Tasarımlarda yer alan tüm aksesuar ve süsleme detaylarının da sağlık koşullarına uygun olarak üretilmiş olan malzemeler olması gerekmektedir. Korunmaya ihtiyaç duyan hassas bebek ciltleri ile direkt olarak temas eden giysilerin kimyasallardan uzak sağlıklı ve organik malzemelerden üretilmiş olması gerekmektedir.

Tüm bu bahsedilen temel bebek giyim özelliklerinde en büyük ortak nokta bebeğin kıyafetinin içinde rahat olabilmesi ve sağlığını olumsuz etkileyebilecek tüm kumaş ve aksesuarlardan uzak durulması gerekliliğidir. Özellikle bebeğin cilt sağlığı açısından doğal liflerin kullanımını son zamanlarda son derece popüler hale gelmektedir.

### **3.3. Bebek Giysilerinde Kullanılan Kumaşların Özellikleri**

İnsan hayatının bedensel ve ruhsak olarak şekillenmesinde en etkili dönem bebekli ve çocukluk dönemleridir. Bu dönemin sağlıklı geçirilebilmesi giyim ile yakından ilgilidir. Doğumdan ölüme kadar giysiler insan vücuduna direkt temasta bulunur (Kılınç, 2002: 122). Bu nedenle çocukların cildini tahriş etmeyen, nemi emebilen ve vücut ısısını koruyarak rahat hareket imkânı sağlayan kumaşlar tercih

edilmelidir. Tüm bu bilinçli ve doğru yapılan kumaş seçimleri çocuk sağlığını olumlu etkiler.

Kullanılan kumaşları, bebeğin çevre ile arasındaki ısı akışını engellemeyip nefes alma özellikleri yüksek, bebeğin vücudunda ter birikimine izin vermeyecek özellikte olmalıdır.

Çoğunlukla uyku halinde olan bebekler açısından kumaşın cilt ile teması oldukça önemli bir konudur. Giysilerin kumaşlarının tuşesi yumuşak olmalıdır. Kumaşların yanı sıra çocuk giyiminde kullanılan her türlü aksesuarlar fermuar, düğme, çıt-çıt gibi kapama malzemelerinin anti alerjik, dayanıklı, renk ve yıkama haslığı yüksek, kolay açılıp kapanabilir olmasına dikkat edilmelidir (Varol, 2014: 63).

Bebek giysilerinde kumaşın tuşesinin ve yumuşaklığı son derece önemlidir. Sürekli hareket halinde olan bebeklerin giyiminde kullanılan kumaşların kesinlikle esnek yapıda olması gerekmektedir. Bu nedenle örme kumaşlar dokumaya göre daha çok tercih edilmektedir.

Bebeklik dönemi giysi tasarımında dikkat edilmesi gereken en önemli unsur vücut ısısının ayarlanmasıdır. Yazın terleme, kışın üşüme ihtimallerinin minimuma indirilmesi gerekmektedir. Yapılacak tasarımlar da ilk unsur, giyside kullanılacak ana malzemenin yani kumaşın seçimidir. Bebeğin tenini tahriş etmeyen, ekolojik özelliklere sahip, işlevsel kullanımı olan, dayanıklı kumaşlar seçilmelidir (Kuru & Çelgindir, 2001: 4). Ek olarak kumaş seçiminde renklerin çocukların ruhsal gelişiminde de olumlu yönde etkileri olduğu bilinmektedir. Bu bilgi ışığında renk seçiminde de çocuğun ruhsal gelişimini olumlu yönde etkileyecek renkli ve pozitif kumaşlar tercih edilmelidir.

Bebek kumaşları, hassas ciltlerine yeterli tüm rahatlığı sağlayacak özellikte olmalıdır. Bebek giyimine yönelik ürünlerde ter çekme ve hava alma özelliklerinin olmamasından dolayı sentetik kumaşlar tercih edilmemelidir.

Yeni doğan bebeklerin cilt hassasiyeti dikkate alındığında, organik liflerin kullanıldığı kumaşlar ile üretilen giysiler öncelikli olarak tercih edilmelidir ve bebek iç çamaşırı, gece giyesilerinin tamamında %100 pamuklu kumaşlar kullanılmalıdır.

Özellikle artan tüketici bilinciyle günümüzde organik bebek giyimine olan talep de git gide artmaktadır. Sağlıklı çocuklar yetiştirmek isteyen ebeveynler bebeklerinin

gelişimlerini sağlıklı bir şekilde sürdürebilmelerinin aynı zamanda sağlıklı, konforlu ve güvenli giysiler kullanarak mümkün olacağını bilincindedirler. Bu sebeple kumaşlarda kimyasallara yer verilmeyen doğal liflerin kullanıldığı organik tekstillerle oluşturulan koleksiyonlar tüketici açısından daha cazip hale gelmeye başlamıştır.

### 3.4. Yardımcı Aksesuarların Özelliği

Giysi tasarımında kullanılan kumaş türü, rengi ve modelinin yurt dışında uygulanan yardımcı malzemelerde önemlidir. Giysilerde kullanılan yardımcı malzemeler giysiye fonksiyonellik kazandırmak ve giyimi süslemek amacıyla kullanılır. Seçilen giysi modeli ve kullanılan yardımcı malzemeler çocuğun yaşına uygun olmalıdır. Bebek ve çocuk giyimlerinde mümkün olduğunca düğmeden kaçınılmalıdır. Bebek biraz büyüyüp çevreyi tanımaya başladığında bulduğu her şeyi ağzına götüreceğinden, düğmeleri yutma veya burnuna sokma gibi bir tehlikeyle karşılaşabilir. Bu nedenle bu dönemde ki giysilerde düğme yerine diğer yardımcı malzemeler tercih edilmelidir (Kılınç, 2002: 122).

Bebeklerin her türlü koparma ve ağzına atma tehlikelerine karşılık olarak tasarımlarda kullanılan düğmeler iri ve yıkanabilir olmalıdır. Birçok farklı malzemeden oluşturulan düğmelerin bebeğe zarar verecek tüm kimyasal kaplama işlemlerinden de uzak kullanılması gerekmektedir. Düğme dışında fermuarlarda bebek giyiminde aksesuar olarak kullanılabilirler ancak modellerde bebeğin hassas cildine hasar vermeyecek fermuarlar tercih edilmelidir.

Lastik, kullanım kolaylığı sebebiyle bebek ve çocuk giyimlerinde çoğunlukla kullanılan bir yardımcı malzemedir. Ancak bebek ve çocuk giyimlerinde kullanılacak lastiğin birtakım özellikler taşıması istenir. Özellikle çok sıkı bir şekilde bulunduğu zaman bel, kol ve bacaklarda tahrişlere neden olmak ve kan dolaşımı üzerinde olumsuz etki yapmaktadır. Bu nedenle giysi de lastikler çok sıkı bir şekilde bulunmamalı, cilde zarar vermeyecek bir malzeme ile kaplanmış, ya da örülmüş, olmalı ve elastikiyeti uzama kabiliyeti yüksek olmalıdır. Ayrıca çocuk giyimlerinde kullanılan astar ve etiketler de iyi seçilmeli, cildi tahriş edebilecek sert malzemelerden kaçınılmalıdır. (Kılınç, 2002, s.123).

### 3.5. Dikiş Teknikleri

Bebek ve çocuk giysilerinde uygulanan dikiş tekniği giysinin iç veya dış giyim olma özelliğine göre değişmektedir. İç giyimlerde mümkün olduğu kadar az dikiş özellikleri kullanılmalı, uygulanan dikişler ise bebek ve çocuk cildini rahatsız etmeyecek biçimde uygulanmalıdır. Dikim yerlerinde kumaşın birkaç kat haline gelmesi sonucu cildi rahatsız edici sertlikler olmamalıdır. Bebek ve çocuk giysilerinde uygulanan dikişler dayanıklı olmalıdır. Giysilerin yıkanmasından ve bebeğin hareketlerinden dolayı söküklük meydana gelmemelidir. (Kılınç, 2002). Bu nedenle çocuk giysilerinde sağlam dikiş teknikleri uygulanmalıdır.

Bebek kıyafetlerinin en temel özelliklerinden biri bebeğin vücudunun bedensel hareketlerini kısıtlamamasıdır. Tasarımlarda yer alacak tüm dikiş teknikleri bebeğe zarar vermeyecek şekilde olmalıdır.

Tasarlanan ürünlerin bebeğin bedensel gelişimine ayak uydurabilecek şekilde ayarlanabilir olması, kullanılan süsleme dikiş detaylarının bebeğin cildine ve hassasiyetine uygun olarak dikilmesi bebek giyiminde oldukça önemli bir konudur. Çoğunlukla düz dikiş gaze ve çima dikişleri süsleme de oldukça yaygın olarak kullanılır. Tüm bu süsleme dikiş detaylarıyla aynı zamanda çabuk sökülmeler engellenip modelin daha sağlam olmasını sağlar.

### 3.6. Süsleme Detaylarının Özelliği

Çocuk giysilerinde süsleme oldukça önemlidir. Giysinin severek kullanılmasını sağlamak için süslemeler bebeğin seveceği yönde tercih edilir. Kahramanlarının, çiçek, hayvan motiflerinin, amblem, işaret vb. objelerin yer aldığı aplikeler, fisto, dantel, su taşı gibi hazır gereçler en fazla tercih edilen süsleme araçlarıdır. Kumaş üzerindeki desen ve renkler nakış, işleme, boyama gibi direkt tekstil yüzeyine yapılan çalışmalar da bir çeşit giysi süsleme tekniğidir (Kuru, Çeğindir, 2001: 9).

Bebek giyiminde kullanılan her türlü süsleme detayları bebeğin gelişiminde ve sağlığında oldukça etkilidir. Tasarımlarda kullanılan tüm aksesuarların bebeğin yaş aralığına, cinsiyetine ve tasarlanan modelin kumaş ve model özelliklerine uygun olarak seçilmelidir. Tasarımı Süslemede dikkat edilecek önemli hususların bir kısmı aşağıda sıralanmıştır.

- Bebeği yaşı ve cinsiyetine dikkat edilmeli,
- Süslemede kullanılan malzemeler yıkamaya elverişli olmalı,
- Bebeğin zevkini geliştirecek özellikte olmalı,
- Süslemeler orijinal ve yenilikçi olmalıdır (Şener, 2000:14).

Bebek giysilerine farklı birçok süsleme teknikleri vardır. Bunların arasında aplikle danteller fırfır detayları biyeler kurdeleler ve nakış işleri gibi farklı birçok materyal ve teknik yer alır. Bunların yanı sıra giyimde kolaylık sağlamak amacıyla kullanılan çıt çıt düğme gibi aksesuarlarda süsleme özelliği taşıyabilirler.

Süsleme malzemelerinin kumaş ile olması gerekmektedir. Örneğin: Ütülenmeyen bir süs ürününün ütü gerektiren bir kumaş ile kullanılmamalıdır. Süsleme araçları kolay yıkanabilir ve temizlenebilir nitelikte olmalıdır. Fermuar, çıtçıtlar gibi materyallerin kaplama ve boyalar, ekolojik özelliklere uygun olmalıdır (Kuru, Çeğindir, 2001: 6).

### **3.7. Bebek Giysilerinin Model Özellikleri**

Bebeklerin rahat bir gün geçirmesi ve giysilerden kaynaklanan huzursuzlukların olmaması için giysilerinin vücutlarına en iyi şekilde uyum sağlaması gerekmektedir. Bebek vücudunun dinamik yapısı bilinmeden tasarlanan giysilerin bebeğin vücuduyla uyumsuzluk göstermesi kaçınılmaz bir durumdur. Dolayısıyla Bebek giyimine yönelik tasarımlar oluşturulurken Bebek giysi modelleri, bebeğin rahatı ve konforu için yaşına ve motor gelişimlerine uygun bir şekilde tasarlanmalıdır (Ünal & Öndoğan, 2009: 29). Özellikle modeller oluşturulurken çok dar ya da çok bol modeller tercih edilmemelidir. Bebeğe dar gelecek olan giysiler gelişmekte olan bebeğin vücudunu sıkacağından sağlığını olumsuz etkilerken aşırı bol modeller bebeğin hareket esnasında takılıp düşmesine ve yararlanmasına sebep olabilir.

Çocukluk çağında kolay yıkanabilen, kolay giyilip çıkarılabilen, dayanıklı, çocukların fiziksel gelişimlerini ve oyun oynamalarını engellemeyecek model özelliklerine sahip kıyafetler tasarlanmalıdır (Ertürk, 2014: 31).



### 3.8. Bebek Giyiminin Giysi Gruplarına Göre Sınıflandırılması

Bebek Giyiminin Giysi Gruplarına Göre  
sınıflandırılması



**Resim 3.** Çocuk Giyiminin Giysi Gruplarına Göre sınıflandırılması

Kaynak: Çağdaş,2002

#### 3.8.1. İç Giyim

Vücuda direkt olarak temas eden iç giyim ürünleri özellikle bebek giyiminde organik tekstillerin kullanımı açısından önemli bir yere sahiptir. Bebeklerinin sağlıklı bir bedene sahip olması için sağlıklı ürünlerle temas halinde olmasını isteyen ebeveynler ilk olarak iç giyim ürünlerinde organik kumaşlara yönelme göstermişlerdir. Cildi tahriş etmeyen vücut ısı dengesini koruyan, nemi emen ve rahat hareket etmelerini sağlayan kumaşlardan hazırlanmış koleksiyonlar tüketici için son derece caziptir.

Bebeklerin bedensel ve fiziksel aktivitelerinde rahat hareket edebilmeleri, kan dolaşımının engellenmemesi ve ciltlerinin zarar görmemesi için tercih edilen iç giyim eşyalarında bebeğin rahat olabileceği malzeme ve modeller kullanılmalı, yumuşak ve sık yıkamaya uygun doğal lifler den elde edilen kumaşlar tercih edilmelidir.

Bu grupta yer alan body, külot, pijama, zıbn, gecelik ve sabahlık ürünlerinde organik tekstillerin kullanımı, bebek giyimi için ekstra önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple bebek giyimine yönelik organik bir koleksiyon hazırlanırken ürünleri iç giyime yönelik hazırlamak üretici için daha avantajlı bir durumdur.

### 3.8.1.1. Body

Bebek giyiminde kullanım kolaylığı açısından geniş bir yere sahip olan bodylerde genellikle %100 pamuklu örme kumaşlar tercih edilmektedir. Bebeğin neredeyse tüm vücudunu saran bu ürünlerde organik pamuk tercih edilmesinin en büyük sebebi pamuğun nefes alan bir yapıya sahip olmasıdır. Ayrıca Bebeğin vücut ısısının dengeleyerek ciltte hasarlara yol açabilecek kimyasal bitim ve boyama işlemlerinden uzak bir ürünün kullanılması bebek sağlığı için oldukça önemli bir unsur oluşturmaktadır.

Organik bebek iç giyime yönelik koleksiyonlarını oluşturan tasarımcılar bu grupta bebeğe zarar verecek olan tüm aksesuar ve dikiş detaylarından uzak durmalıdır. Bebeğe rahat hareket imkânı veren esnek kumaşlar tercih etmeli süsleme detaylarında ise organik olmayan hiçbir materyallere yer vermemelidir. Baskı nakış gibi detaylarla tasarımını güçlendirmek isteyen tasarımcının mutlaka metraj veya parça baskılarında organik sertifikalarının tam olduğuna dikkat etmelidir.



**Resim 4.** Body Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.1.1. Külot

Beli ve paaları lastikli, çeşitli kumaşlardan, çeşitli formlarda üretilen bebek i giyimidir (Yakartepe & Yakartepe, 2004: 259). Burada kullanılan aksesuarlarda tene zarar vermeyen kimyasal içermeyen özellikte olmalıdır. Lastikli bir i amaşı olan bebek k lotlarının lastiklerinin yine cilde zarar vermeyecek yumuşaklıkta olması gerekmektedir. Lastik dışında kordon vb. aksesuarlar tercih edilecek ise kullanılan tüm aksesuarların organik içerikte olmasına dikkat edilmelidir. Ayrıca oluşturulan tasarımlarda bebek ve kullanım acısından ebeveynlere rahatlık sağlayacak bağlama yöntemleri tercih edilmelidir. Bebek için tehlike oluşturabilecek her türlü bağlama yöntemlerinden uzak durulmalıdır. Özellikle kordon ve b zd rme iplikleriyle oluşabilecek tüm risklerin önlemleri alınmalıdır.



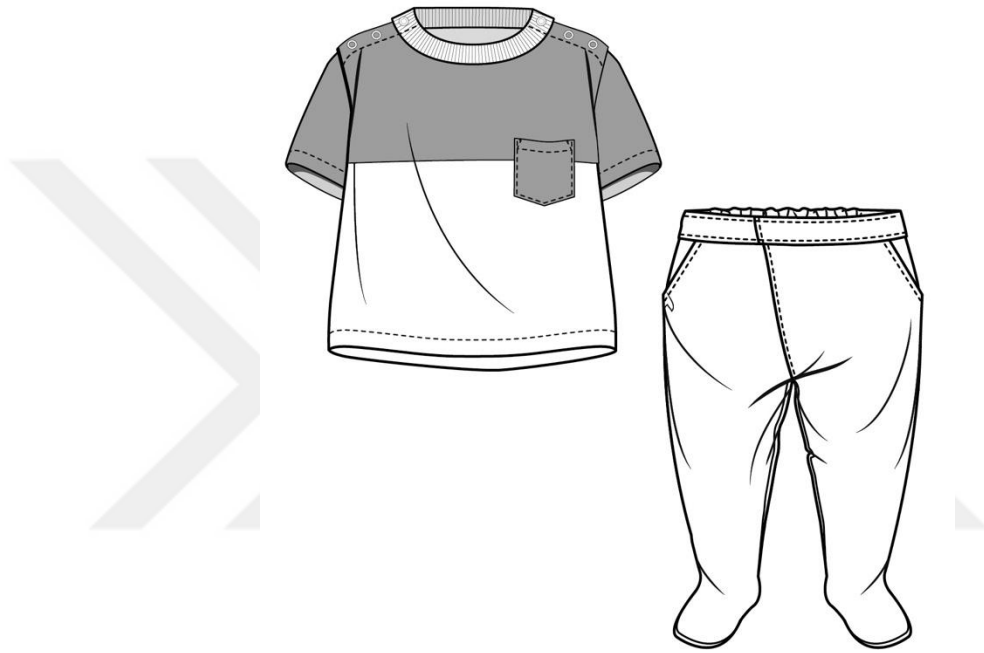
**Resim 5.** Külot izimi

Kaynak: Teknik izim Buse  zg n

### 3.8.1.3. Pijama

Bebeğin gelişiminde iyi bir uyku alması son derece önemlidir. Huzurlu bir uyku ise rahat bebeği terletmeyen uş tmeyen sağlıklı kumaşlarla hazırlanan pijamalar ile sağlanır. Bu sebeple i giyim ürünlerinde organik kumaşların kullanıldığı bir diğer önemli ürün grubu ise pijamalardır.

Birçok farklı model opsiyonları olan bu ürün grubunda Genellikle ceket tarzı bir üst giysi ve rahat kesimli, ön kısmında açıklığı olan veya olmayan bir pantolon veya şorttan oluşmaktadır (Şendil, Değirmenci, Bilek, & Cihangir, 2010: 87). Tüm diğer ürün gruplarında olduğu gibi bu ürün grubunda da bebek sağlığı için tehlike oluşturabilecek aksesuar ve materyallerden uzak durulması gerekmektedir. Özellikle uyku esnasında uyku düzeni bozulmadan üstlerinin değiştirilmesi gerekliliğinde ebeveynlere kolay kullanımı olan tasarım ürünleri sağlamak oldukça önemlidir.



**Resim 6.** Pijama Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

#### 3.8.1.4. Zıbın

İç çamaşırı olarak bebeklere giydirilen, pamuklu örme kumaşlardan yapılan kollu giyişi grubudur. Giydirilme kolaylığı açısından önden açık olarak üretilen zıbınlar genellikle önden çıt ya da kordonlarla bağlanılarak kullanılır. Organik bir koleksiyonda zıbınlarda en önemli husus kullanılan bağlama ve çitçitlerin bebeğe zarar vermeyecek şekilde tasarlanmasıdır. Ayrıca yine bebek cilt sağlığı açısından dikişlerin bebeğin vücuduyla temas eden kısımlarında kullanılan ipliklerin organik sertifikalı olmasına dikkat edilmelidir.

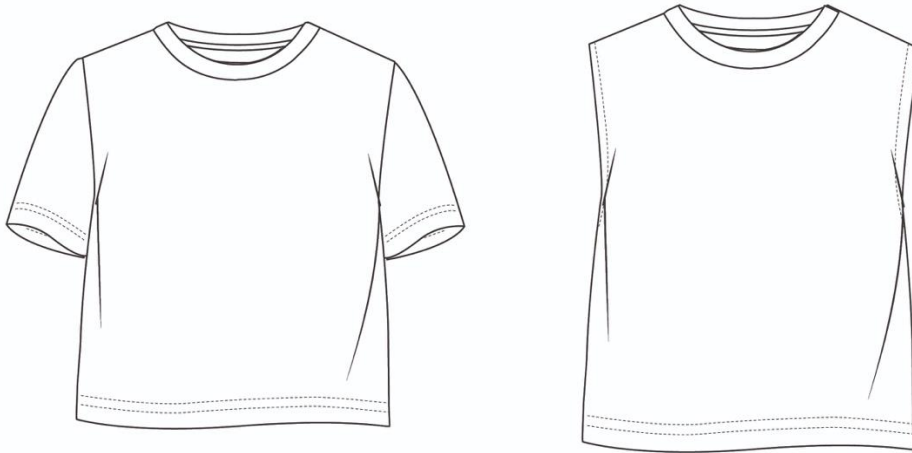


**Resim 7. Zıbın Çizimi**

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.1.5. Fanila atlet

Genellikle yuvarlak yaka olarak tercih edilen kollu ya da kolsuz olarak da kullanılan %100 pamuklu kumaşlardan üretilen iç giyim ürünleridir. Uzun veya kısa kollu olan modellere fanila, kolsuz olan modellere de atlet denilmektedir (Ünal Z., 2004: 25).



**Resim 8. Fanila Atlet Çizimi**

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Diğer tüm ürün gruplarında dikkat edilmesi gereken hususlar bu ürün gruplarında da geçerlidir. Basic bir ürün grubu olan fanila ve atletlerde süsleme detaylarıyla tasarım ön plana çıkartılmaya çalışılmaktadır. Bebek ve aileler için cazip olan süs detaylarının organik bir koleksiyonda tüm sertifikasyonlara uyması zorunludur. Bu sebeple nakış ve baskıda kullanılan tüm aksesuarların yine sertifikasyonlarda yer verilen ölçüde organik olmasına özen gösterilmelidir. Bebeğe zarar verecek kimyasal içerikli tüm malzemelerin kullanımından kaçınılmalıdır. Daha sade ve minimal süsleme detayları alıcıyı daha sağlıklı bir koleksiyon sunumunu sağlayacaktır.

### 3.8.2. Dış Giyim

Çağdaş'a göre dış giyim "Vücudu doğanın etkilerinden koruyan, estetik görünüm kazandıran, iç giyimlerin üzerine giyilen giysilerdir" (2002). Çağdaşın bu tanımından yola çıkarak dış giyimi "İç giyimin üzerine giyilen, insanların zevklerine göre sık bir görüntü sağlayan giyimlerdir" şeklinde de tanımlayabiliriz. Bu tanım sonucunda dış giyim ürünlerinin daha çok görsel etkisinin olduğu düşünülebilir. Bu sebeple karışıklı kumaşlar tüketiciye çok daha albenili grupların sunulmasında olanak sağlar. Tüketici bu ürün grubunda bebeğinin sağlığına zarar vermeyecek kumaşların kullanımı dışında moda uygunluk ve şıklık gibi özelliklere de önem verir. Ayrıca geniş bir aksesuar kullanıma olanak veren bu ürün grubunda her zaman organik ürünler kullanmak istenilen taleplere karşılamaya yeterli olamayabilir.



**Resim 9.** Ceket Çizimi

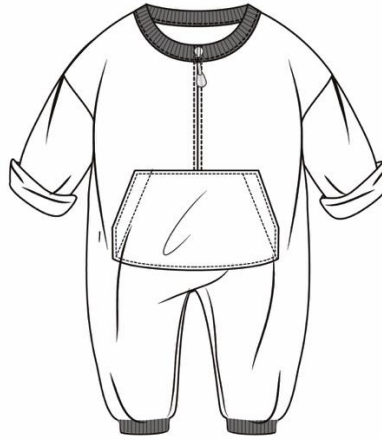
Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.2.1. Tulum

Bebeğin ev içinde ve dışarıda üst giyim olarak giydiği, rahat hareket edebileceği yumuşak ve esnek kumaşlardan üretilen giyim çeşididir (Tekel, 1990: 25). Çeşitli bir ürün grubu olan tulumlar kollu, kolsuz, patikli ve patisiz olarak 4 grupta sınıflandırılabilir. Geniş bir kullanım alanı olan tulumlar bebeğin iç çamaşırı üzerine giydirilseler de tüm bedeni sarıyor olmaları açısından bebek sağlığı için oldukça önemlidir.

Organik kumaşların bu grupta kullanımı da bu sebeple oldukça yaygındır. Bebeğin teniyle direk temas etmiyor olmalarına rağmen bebeğin iç giyimine uyum sağlayabilecek ekstra bebeğe rahatsızlık vermeyecek şekilde nefes alabilen kumaşların kullanımı bebek için oldukça önemlidir.

Kollu tulumlar bebeğin iç çamaşırı üzerine direkt olarak giydirilebilir şekilde kullanılırlar. Genellikle ön ortadan düğmeli olarak ya da çıt çıtlı ağa veya iç bacak kısmına kadar devam eder şekilde tasarlanırlar. Çıt çıt ya da düğmelerin iç bacak boyunca devam etmesi bebeğin altının değiştirilmesi esnasında kullanım kolaylığı sağlamaktadır.

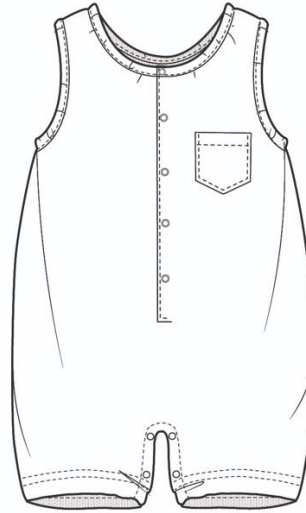


**Resim 10.** Tulum Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Kolsuz tulumlar üst giyim ürünü olan bluzlerin ya da atletlerin üstüne giydirilirler. Çoğunlukla omuzdan çıtçıtı olarak kullanılırlar da bacak arasında çıtçıtıların kullanıldığı modellerde mevcuttur. Kullanım açısından bebeğin altının değiştirilme esnasında bluz üzerine giydirilen tulumlar, bebeğin üşütmemesi için oldukça kullanışlı bir ürün olarak kabul edilebilir.

Tüm bu çıtçıt ve düğme kullanımlarında tüketiciye kullanım kolaylığı sağlamak ve bebek için tehlike oluşturabilecek tüm zararlı etmenlerden uzak durmak temel esastır. Organik kumaşlardan hazırlanan bir koleksiyonda tercih edilen aksesuarlar yine organik standartlara uyum sağlayacak nitelikte olmalıdır.



**Resim 11.** Kolsuz Tulum Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Patikli tulum: Bebeklerin büyümesinde dikkat edilmesi gereken ilk 6 ay boyunca patikli tulumların kullanımı ebeveynler tarafından tercih edilmektedir. Dolayısıyla ayrıca çorap giydirmeye gerek kalmamaktadır.

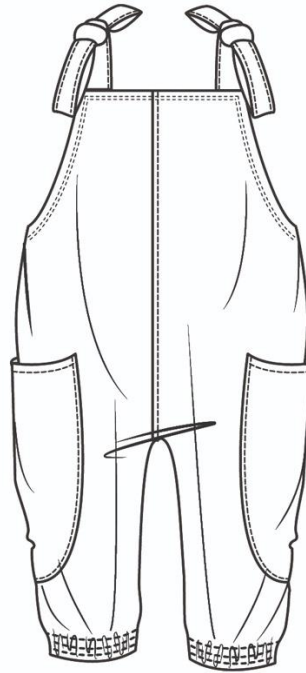




**Resim 12.** Patikli Tulum Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Patiksiz tulum: Patiksiz tulumlar ise daha çok bebeğin hareket gelişimine bağlı olarak altıncı aydan sonra tercih edilmektedir. Bu aylarda bebeğin emekleme dönemine geçmesi sebebiyle bebeğe çorap ve ayakkabı giydirme ihtiyacı duyulur ve bu ihtiyaç doğrultusunda patiksiz tulumlar daha çok tercih edilir.



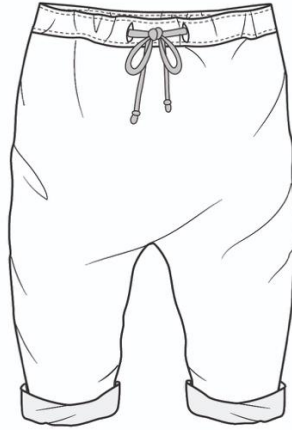
**Resim 13.** Patiksiz Tulum Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.2.2. Pantolon

İki bacağı ayrı ayrı saran, dizi kaplayan ve genellikle ayak bileklerine kadar uzanan, üst kısmı bele kadar olan giyim eşyasıdır (Şendil, Değirmenci, Bilek, & Cihangir, 2010, s. 66). Pantolonlar tulumlarda olduğu gibi patikli patiksiz ve bahçıvan pantolonları olarak 3 gruba ayrılır.

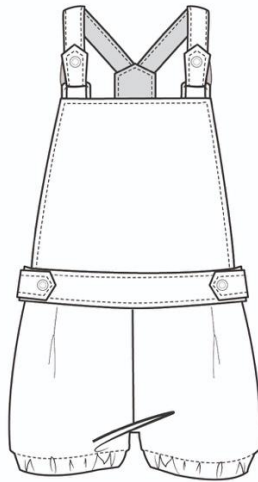
İlk altı ayda uyku ve günlük zamanlarında patikli pantolonlar tercih edilirken patiksiz pantolonların kullanımını altıncı aydan sonra daha çok yaygın olarak tercih edilir.



**Resim 14.** Pantolon Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Bahçıvan pantolonlar; yüksekliğine göre Göğüş kısmını kısmen ya da tamamen örten ön göğüş parçasına sahip askılı giysilerdir (Yakartepe & Yakartepe, 2004, 246). Çoğunlukla altıncı aydan sonra kullanılan bu pantolonlar aynı zamanda askıları sayesinde ayarlanabilir olmasından dolayı tüketici açısından oldukça kullanışlıdır.



**Resim 15.** Bahçıvan Pantolon Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.2.3. Etek

Dönemin trendlerine göre belden aşağı farklı uzunluklara sahip olabilen, dış giyim eşyalarıdır. Alt ürün grubu olan etekler mutlaka bluz tişört gömlek vb. üst giyim ürün grupları ile birlikte giyilmesi gerekmektedir. Bu tür giysiler askısız olabildiği gibi askılı olarak da etek olarak kabul edilirler.

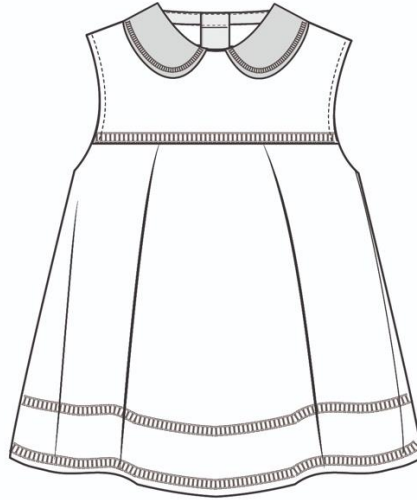


**Resim 16.** Etek Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.2.4. Elbise

İç giyim üzerine giyilebilen, bedenın üst ve alt kısmını örten tek parçadan oluşan dış giysi çeşididir (Ertürk, 2014: 43)



**Resim 17. Elbise Çizimi**

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

Birçok farklı model renk ve desende tasarlanabilecek bu ürün grubu kolay kullanımı açısından ebeveynler tarafından sıkça tercih edilir. İçine tişörtlerle birlikte kullanımının yanı sıra modele bağlı olarak direk iç giyim üzerine de giydirilerek kullanımı yaygındır. Hem kullanım kolaylığı hem de kullanım şekli açısından organik kumaşların kullanımına elverişli bir ürün grubu olan elbiselerde süsleme detayları da oldukça ön plandadır.

### **3.8.2.5. Ceket**

Önü tamamen açık ve çeşitli teknikler ile önü kapatılabilen vücudun üst kısmını kapatmaya özgü giysilere ceket denilmektedir (Şendil, Değirmenci, Bilek, & Cihangir, 2010: 62). Ceketleri genel olarak kapüşonlu ve kapüşonsuz olmak üzere ki gruba ayırabiliriz. Soğuk kış aylarında genellikle kapüşonlu ceketler içi elyafli ve iç astarı pamuklu kumaşlardan üretilmektedir. Kapüşonsuz ceketler ise bahar aylarında kullanım olarak tercih edilen bebek giyim ürünlerindedir. Bu ürün gruplarında organik tekstillerin kullanımı diğer ürün gruplarına göre nispeten daha azdır. Genellikle

karışımı kumaşlar tüketiciye daha çeşitli olanaklar sağladığından daha çok tercih edilir. Süslemeler ve kullanılan aksesuarlarla moda uygunluk ön plandadır.

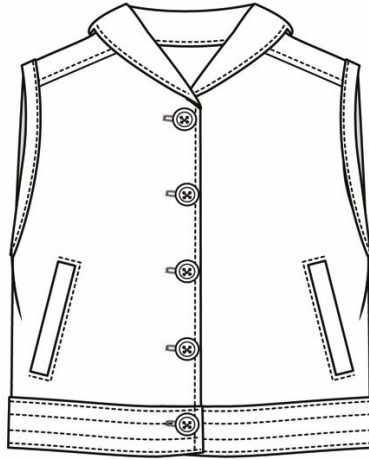


**Resim 18.** Düğmeli Ceket Çizimi

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

#### **3.8.2.6. Yelek**

Ceket içerisine ya da gömlek, tişört üzerine giyilen, önü tamamen açık veya çeşitli kapama teknikleri ile kapatılabilen kolsuz bir giyim çeşididir (Şendil, Değirmenci, Bilek, & Cihangir, 2010, s. 109) Farklı model özellikleriyle çeşitlendirilebilen bu ürün gruplarında ürün çeşitliği tamamen tasarımcının hayal dünyasına kalmıştır ancak tasarımlar oluşturulurken bebek ve ebeveynler için kullanım kolaylığı asla göz ardı edilmemelidir.



**Resim 19. Yelek Çizimi**

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.2.7. Bluz

Vücutun üst kısmına giyilen kollu veya yarım kollu veya kolsuz, yakalı veya yakasız giysiye gömlek-bluz denilmektedir (Şendil, Değirmenci, Bilek, & Cihangir, 2010: 79 )



**Resim 20. Bluz Çizimi**

Kaynak: Teknik Çizim Buse Özgün

### 3.8.3. Üst Giyim

İç giyim üzerine giyilen, moda, çevreye, yaşa, iklime, ekonomik duruma, sosyal yaşantıya ve kumaş özelliklerine göre değişiklik gösteren giysilerdir (Ertürk, 2014: 33).

Üst giyim grubu; Manto palto kaban ceket yağmurluk pelerin mont gibi ürünlerden oluşmaktadır. Tüm bu ürün gruplarında %100 organik kumaş kullanımı ile organik bir koleksiyon oluşturmak mümkündür. Ancak tüketiciye daha fazla çeşitlilik ve istenilen estetik görünümü sağlamak açısından karışımı kumaşların ve farklı aksesuarların kullanımı dış giyim ürün gruplarında daha çok tercih edilmektedir.

Üst giyim gruplarında ayrıca kumaşa kir tutmama güç tutuşurluk gibi teknik özellikler kazandırılmak istenilebilir. Bu sebeple birtakım kimyasalların kullanımı dış giyim ürünlerinin %100 organik olmasını zorlaştırabilir. Tüketici için İç giyim ürünleri organik tekstil pazarında dış giyime oranla daha çok talep görmektedir.

### 3.8.4. Özel Amaçlı Giyim

Bebeklerde bir amaca yönelik olarak tasarlanan tam zamanlı olarak giyilmeyen ürün grupları genellikle özel amaçlı ürün gruplarıdır. Bunlar havuzda plajda ya da spor aktivitelerini gerçekleştirme esnasında kullanılan ürünlerdir.

## 3.9. Bebek Giysi Sınıflarına Yönelik Koleksiyon Hazırlık Aşamaları

### 3.9.1. Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Organik tekstil ürünlerinin en çok kullanıldığı alan bebek giyim ürünleridir. Son derece hassas bir yapıya sahip olan bebeklerin gelişiminde giysilerin etkisi oldukça büyüktür. Özellikle son yıllarda artan sağlık bilinciyle birlikte ebeveynlerin birçoğu organik tekstil ürünlerinin kullanıldığı giysi ürünlerini bebeklerine giydirmeye başlamıştır. Tüketicilerdeki bu yönelim üreticileri de organik kumaşları koleksiyonlarında daha çok kullanmaya teşvik etmiş ürünlerde tasarımsal çeşitliliğe yol açmıştır.



### 3.9.2. Hedef Kitleye Yönelik Ürün Grubunun Belirlenmesi

Tüketicilerin organik tekstillere artan ilgisi bebek giysi gruplarından en çok bebeğin ten ile teması sağlanan iç giyim ürünlerinde etkili olmuştur. Üreticiler bebeğin sağlığına zarar verecek olan kimyasalların kullanılmadığı %100 organik olarak üretilen ürünlere sertifikalarını alıp pazara sunmaya başlamıştır. Organik tekstil pazarında bebek giyimine yönelik birçok ünlü markanın mağazalarında organik ürünlere yer vermesiyle bebek organik giyimi git gide popülerliğini arttırmıştır. Git gide artan bu eğilim günün modasından da etkilenerek yeni trendlerin belirlenmesini sağlamıştır. Tüketici organik bir ürünü alırken sağlık özelliklerinin yanı sıra tasarımsal özelliklerine de dikkat etmeye özen gösterir hale gelmiştir.

### 3.9.3. Tasarımlarda Tüketicinin Beklentileri

Tüketicilerin organik bir koleksiyonu tercih etmelerinin en büyük sebebi görsellikten öte bebeğinin sağlığına zarar vermeyecek kumaş ve aksesuarların kullanılmış olmasıdır. Ancak son zamanlarda işlevselliğinin yanı sıra görselliğe de önem veren tüketiciler organik bir üründe tasarım detaylarına da oldukça ilgi göstermektedir. Standart bir ürün almadığını bilen tüketici organik bir ürün kullanırken organik olduğu algısını karşı tarafa da yansıtmayı amaçlamaktadır. Bu sebeple koleksiyonlarda renk ve model belirlenirken doğal renk tonları tercih edilmeli ve natürel desenlere yer verilmelidir.

### 3.9.4. Sezon Trendlerinin İncelenmesi

WGSN'in son sezon trendleri incelendiğinde bebek, bebek gibi olmalı algısının yaygın olduğu görülmektedir. Daha eğlenceli ve renkli desenlerinin kullanımının yaygın olduğu görüldüğü gibi natural tonların kullanıldığı doğadan ilham alınan desenlerin tercih edildiği koleksiyonlar dikkat çekmektedir.

### 3.9.5. Modellerin Belirlenmesi Ve Uygun Kumaşların Seçimi

Bebek giysi tasarımı her ne kadar diğer ürün gruplarına göre daha kolay gözükse de detaylı bir çalışma ve inceleme gerektirmektedir. Özellikle isteklerini dile getiremeyen bebeklerin ihtiyaçlarını anlayabilmek ve fizyolojik özelliklerine uygun tasarımlar hazırlamak oldukça detaylı bir inceleme sonucunda oluşturulabilir.

Tasarımcının bebek giyimine yönelik bir koleksiyon hazırlamadan önce ilk olarak bebek giyiminin temel ihtiyaçlarını ve ebeveynlerin organik bir üründen beklentilerini detaylı olarak incelemesi gerekmektedir. Tasarımcı tüm bu detaylı incelemeler sonucunda sezon trendlerini de dikkate alarak ürünlerinin eskiz aşamasını geçmelidir. Ancak tasarımlarını hayata geçirirken dikkat etmesi gereken birçok unsur söz konusudur. Sadece bebek giyimi yapmayı organik bebek giyimine yönelik koleksiyon hazırlayacak olan tasarımcıların kumaş ve aksesuar seçimlerinden koleksiyonda yer verecekleri tüm süsleme detaylarında tedarikçilerin organik sertifikaların olduğuna dikkat etmesi gerekmektedir.

Organik bebek giyim koleksiyonunda kumaş seçimi Sezon trendlerini inceleyip desen ve renklerini belirleyerek modellerini hazırlayan tasarımcılar. Tasarımlarını hayata geçirirken ilk olarak kumaş seçimine dikkat etmelidir. Bebeğin rahatlığı ve kullanım alanının uygunluğu ile beraber organik bir koleksiyon hazırlayan tasarımcılar kumaşlarının %100 organik sertifikası olduğundan emin olmalıdırlar. Kumaşlarını tün dünya standartlarında geçerli olan sertifikaları bulunan kumaşçılardan tedarik etmeleri gerekmektedir. Aksi halde koleksiyonlarını organik pazara sunamazlar. Organik pazarda yer alabilmeleri için koleksiyonlarında %100 pamuk ya da doğal lifler dışında karışımli kumaşlara ve kimyasal içerikli hiçbir ürüne yer vermemelidirler.

### **3.9.6. Baskı Ve Süsleme Detaylarının Kullanımı**

Tasarlanan ürünlerin %100 pamuklu ya da doğal lifler kullanılarak oluşturulması organik bir bebek giyim Koleksiyonu için yeterli olmamaktadır. Kumaş seçiminin yanı sıra süsleme detayları olan baskı ve renklendirme işlemlerinin de sertifikalı işletmeler tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Trendlerin renk ve desen özelliklerini koleksiyonuna yansıtmak isteyen tasarımcılar öncelikle işletmelerin sertifikalarını kontrol etmeli daha sonrasında sertifikalı olmayan hiçbir üreticide üretimini gerçekleştirmemelidir. Ayrıca metraj, parça baskı ve kumaş renklendirme dışında nakış ve aplike işlemlerinde kullanılan ipliklerinde organik standartlara uygun olması gerekmektedir.

### 3.9.7.Üretim Aşaması

Kumaş renk ve desenlerini belirlemiş olan tasarımcılar dikim aşamasında da organik standartlara uyan üreticilerde ürünlerini hayata geçirmelidirler. Konfeksiyon üretim yapan bir işletmenin organik bir koleksiyon hazırlayabilmesi için organik sertifikasının olması gerekmektedir. Tüm dikim işlemlerinde kullanılan ipliklerin ve dikim detaylarının da organik standartlara uygun olarak üretilmesi organik bir koleksiyonun hazırlık aşamasında oldukça önemlidir.

Kumaşın tedarik aşamasından ürün haline gelene kadar tüm aşamalarında organik sertifikalara sahip olan işletmeler tarafından üretilen tasarımlar organik tekstil ürünlerinin yer aldığı giysi pazarına sunulmaya hazır haldedir.

### 3.10. Kişisel ‘Garden Adventure’ temalı Organik Bebek Giyim Koleksiyonunun Hikayesi

2019 sezon trendleri incelendiğinde toprak tonların yaygın olarak kullanılması ve doğaya yönelimin çoğunlukta olması sebebiyle bahçe çiçeklerinin kullanılması koleksiyonun çıkış noktasını oluşturmuştur. Organik bir koleksiyon hazırlarken tüketiciye daha çok organik bir ürün satın aldığı hissettirmek amacıyla tüm abartılı süsleme detaylarından kaçınılmış genel olarak koleksiyonda gösterişten uzak minimal detaylar tercih edilmiştir. Baskının yanı sıra kanaviçe nakış detaylarıyla da koleksiyona nostaljik el emeği görünümü kazandırılmaya çalışılmıştır.

## Garden Adventure

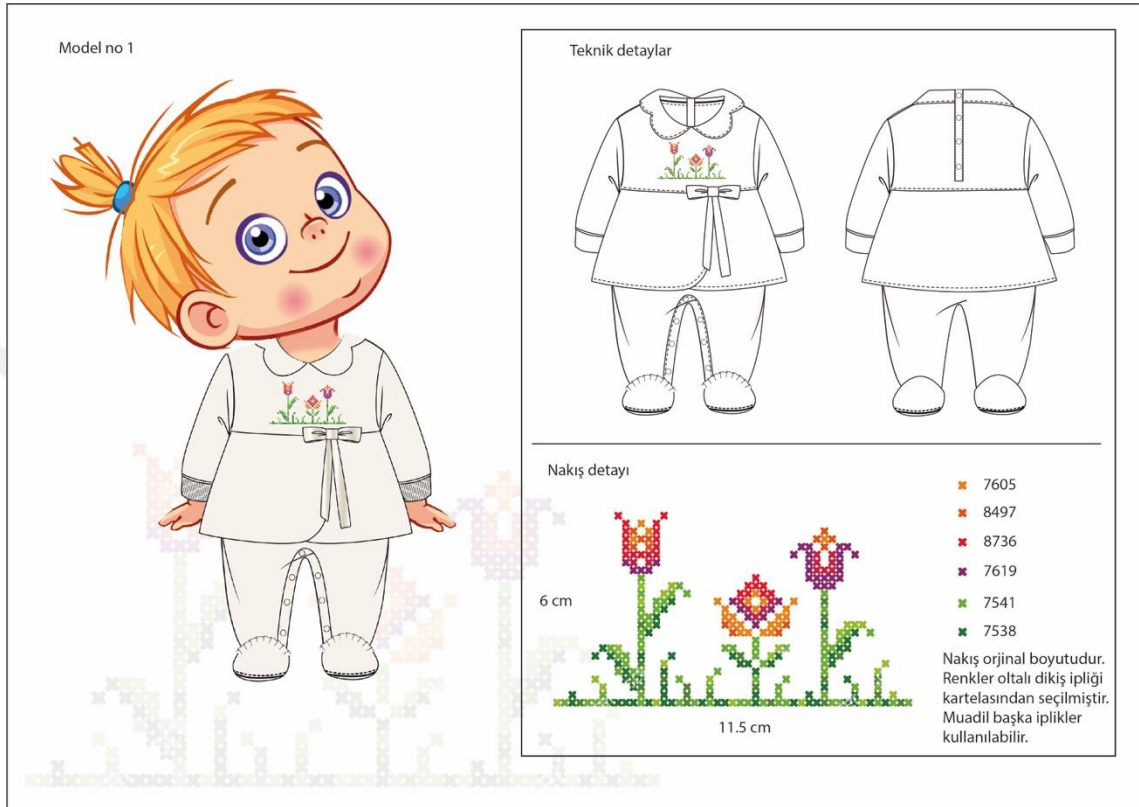


**Resim 21.** Garden Adventure Mood board

Kaynak: Kolaj Buse Özgün

### 3.11. Garden Adventure Koleksiyonunun Modellerinin İncelenmesi

#### 3.10.1. Tasarım 1



**Resim 22. Pafta 1**

Kaynak: Tasarım ve Teknik Çizim Buse Özgün

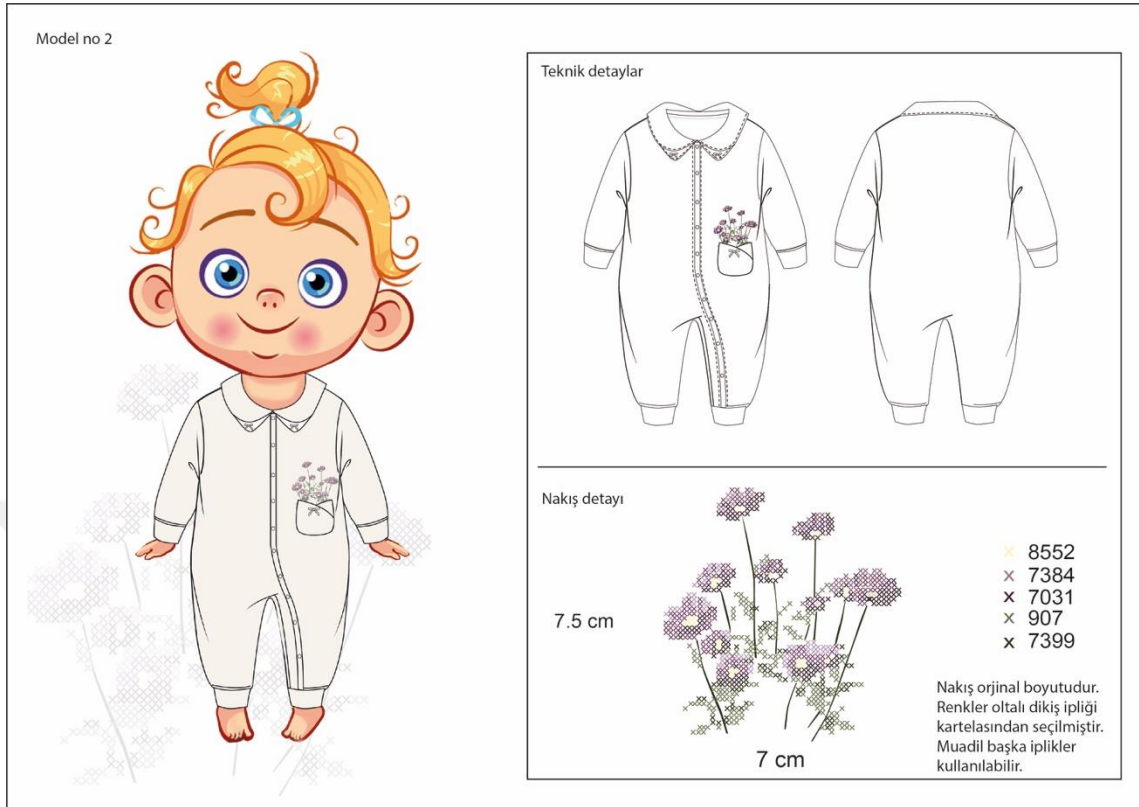
Birinci tasarımda bebek giyimde çoğunlukla kullanılan patikli tulum modeli tercih edilmiştir. Özellikle yeni doğan ve emeklemeye başlamayan bebeklik döneminde yaygınlıkla kullanılan bu üründe kullanım kolaylığı açısından alttan ve arka ortadan çıt çıtlarla giyim sağlanmıştır. Tasarımda üst bedenden çıkan kruvaze etek tulum dışında iki parça ürün algısını da yaratmak için detay olarak tercih edilmiştir. Süsleme detayı olarak kullanılan kurdele de giye organik pamuklu beden kumaşından kullanılmış nakış detayıyla model görsel olarak tüketicinin sunumuna hazır hale getirilmiştir. Ayrıca nakışta kullanılan tüm iplikler organik olarak sertifikalı bir firmada hazırlanmıştır. Desen çalışması olarak natürel beden kumaşına uyumlu modeli canlandırmak amaçlı yeşil ve çiçek tonları tercih edilmiştir.



**Resim 23.** Ürün Fotoğraf Çekimi

Kaynak: Fotoğraf Çekimi Uğur Kaplan

### 3.10.2. Tasarım 2



**Resim 24.** Pafta 2

Kaynak: Tasarım ve Teknik Çizim Buse Özgün

İkinci tasarımda yeni doğan bebeklerde farklı patiklerle de birlikte kullanılabilir patiksiz tulum tercih edilmiştir. Özellikle ebeveynler açısından oldukça kolay bir kullanımı olan tüm bedenden patlı ve çıt çıtlı olarak tasarlanan bu tulumda minik cep detayına yer verilmiştir. Cepten çıkan nakış detayıyla bahçeden toplanan çiçekler havası koleksiyonun temasına uygun olarak hazırlanmıştır. Yakada ve cepte kullanılan minik kurdeleler ise modele farklı bir hava katmak amacıyla kullanılmış süs detaylarıdır.

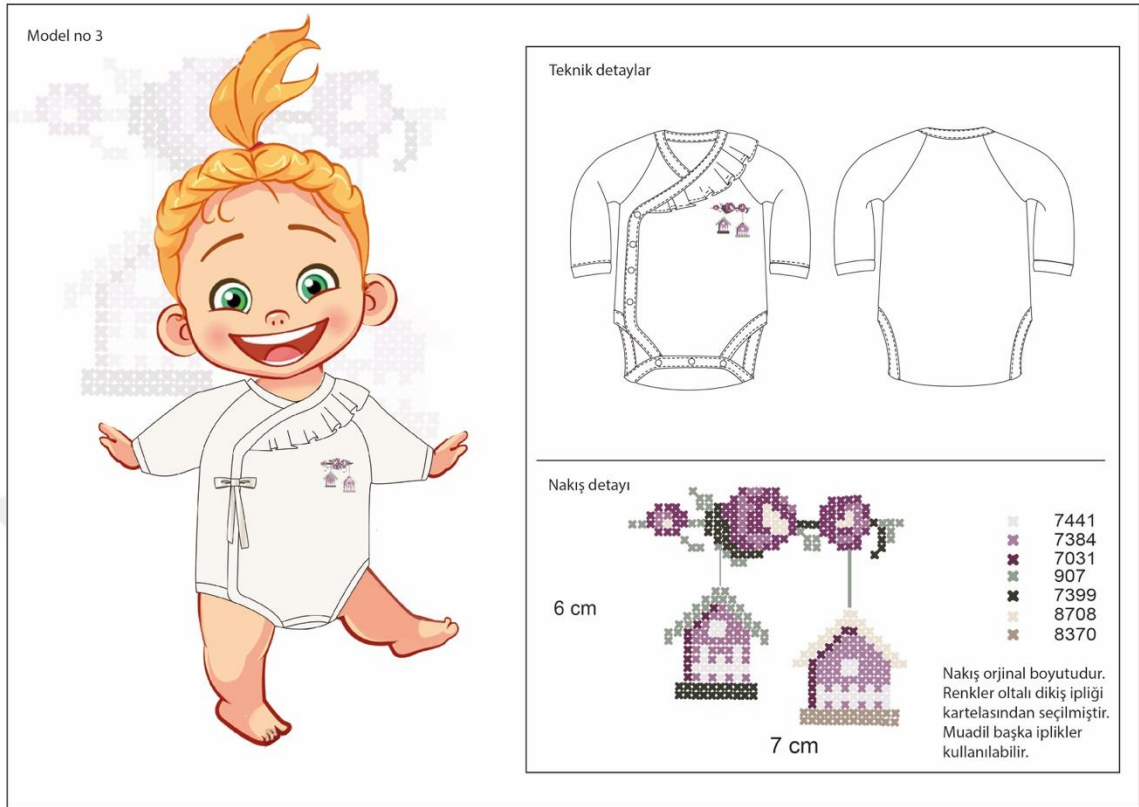


**Resim 25.** Ürün Fotoğraf Çekimi

Kaynak: Fotoğraf Çekimi Uğur Kaplan



### 3.10.3. Tasarım 3

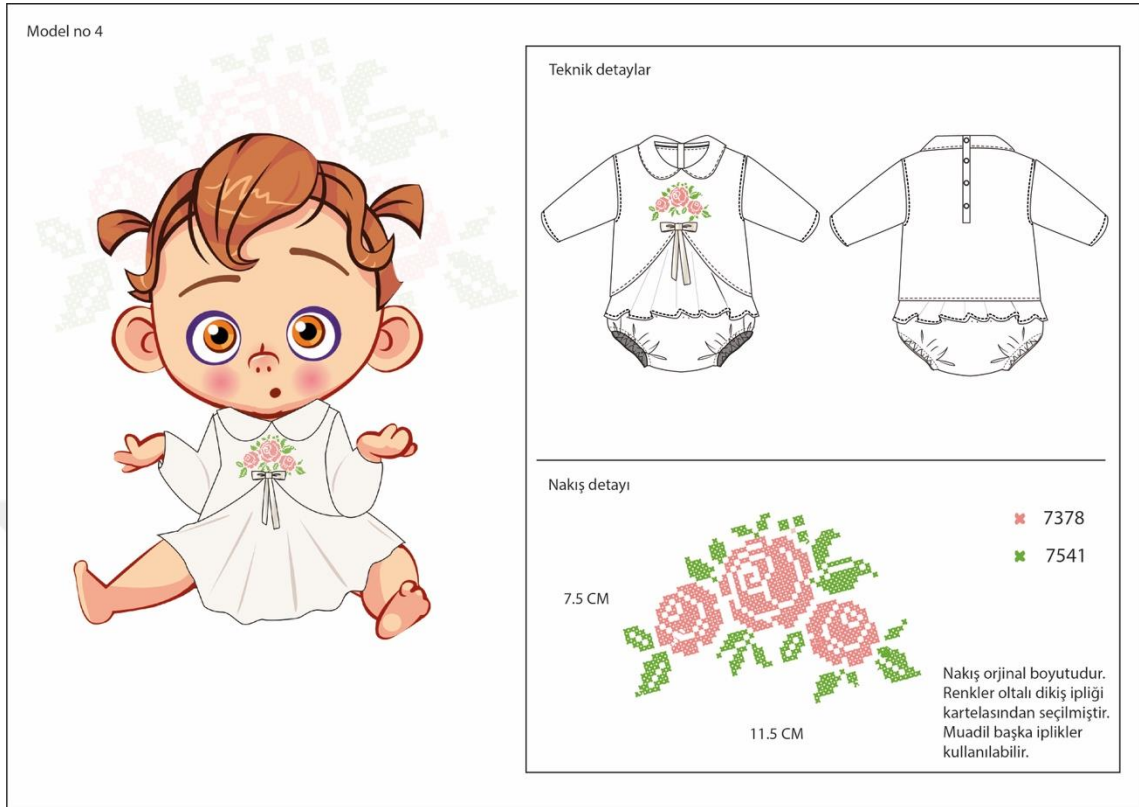


**Resim 26.** Pafta 3

Kaynak: Tasarım ve Teknik Çizim Buse Özgün

Üçüncü tasarımda bebek giyimde çok yaygın olarak kullanılan body yer almaktadır. Yandan çit çitli ve bağlamalı olarak kullanılan body kullanıcı için oldukça giydirmesi kolay özellik taşımaktadır. Tek taraflı olarak kullanılan fır fır detayı ise modele süsleme amacıyla yapılmıştır. Reglan kol olarak kullanılan body de koleksiyonun tonları ile uyum sağlayacak tonlarda nakış detayına yer verilmiştir. Yine tasarımda yer alan nakış, organik sertifikalı işletmeler tarafından organik iplikler kullanılarak üretilmiştir.

### 3.10.4. Tasarım 4

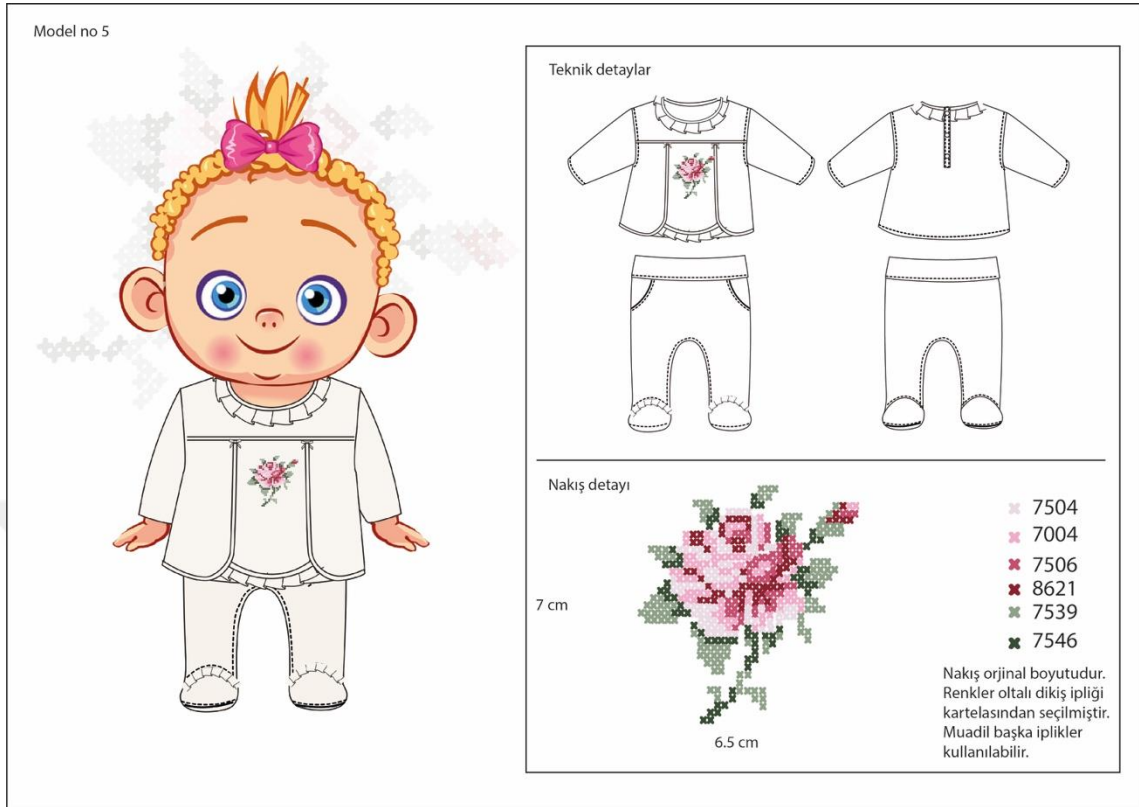


Resim 27. Pafta 4

Kaynak: Tasarım ve Teknik Çizim Buse Özgün

Dördüncü tasarımda uzun kollu bodyde ön ortadan gelen fırfır detayıyla modele iki parça görünümü kazandırılmaya çalışılmıştır. Boyundan ve bacak arasından çitçit yardımıyla giydirilen body kullanıcıya oldukça kolay bir kullanım sağlar. Ön ortada yer alan nakış ve kurdele ile modele süs detayları eklenmiş alıcı için bir albeni oluşturmaya çalışılmıştır.

### 3.10.5. Tasarım 5



**Resim 28.** Pafta 5

Kaynak: Tasarım ve Teknik Çizim Buse Özgün

Koleksiyonun son parçası ise üst ve alt olarak ikili takım olarak kullanıma uygundur. Alt bedende kullanılan pantolon yeni doğanlara uygun olarak patikli ve firfırlı olarak tasarlanmıştır. Kullanım olarak kolaylık sağlamak amacıyla bacak arasında çıtçıtlar kullanımı tercih edilmiştir. Tasarımda minik cep dikiş detaylarına yer verilerek modele dikiş detayları kazandırılmıştır. Üst bedende ise yeni bir form arayışı olarak önden parçalı ve firfır detayları kullanılmıştır. Kafadan geçmeli olarak kullanılan bluzda yine alt beden gibi arkada çıtçıt kullanımı tercih edilerek kullanım rahatlığı sağlamak amaç edinilmiştir.



**Resim 29.** Ürün Fotoğraf Çekimi

Kaynak: Fotoğraf Çekimi Uğur Kaplan

## SONUÇ

Son dönemlerde hızla artan tüketim çılgınlığı ve yeni buluşların ortaya konulması tarım alanlarının zarar görmesi ve çevre kirliliği gibi birçok olumsuzluğa sebep olmuştur. Bu olumsuzlukların içinde insan sağlığını en çok etkileyenlerden etmenlerden biri de tarımsal üretimi arttırmak amaçlı bilinçsiz kimyasalların kullanımınıdır. Bilinçsizce kullanılan bu kimyasallar verimi arttırıp maliyeti düşürseler de insan sağlığında kalıcı hasarlara sebep olmaktadır. Son zamanlarda artan teknolojiyle birlikte bilinçlenen tüketiciler, insan sağlığına zarar veren kimyasalların kullanıldığı ürünleri tercih etmemeye başladılar. Bu durum üreticileri yenilikçi çevreye ve insan sağlığına duyarlı ürünler üretmeye yönlendirdi ve organik ve ekolojik gibi yeni kavramlar hayatımızın birçok alanında yer almaya başladı.

Öncelikle insanın temel ihtiyacı olan beslenme alanında ilk olarak boy gösteren organik kavramı daha sonra giyim alanında da son derece etkili bir pazar haline geldi. Son dönemlerde bilinçlenen tüm tüketiciler trend algısının yanında ürünlerde kullanılan kumaş içeriklerine dikkat etmeye başladılar. Tüm bu bilinçli tüketim giyiminde üreticiler arasında büyük bir Pazar haline geldi ve çoğu ünlü giyim markaları mağazalarında organik ürünlere yer vermeye başladı.

Katma değeri ve maliyeti yüksek olan organik giyim sektörü yetişkin giyiminden önce ise bebek giyim sektöründe etkili oldu. Bunun sebebi kendilerinden daha çok bebeklerinin sağlığına dikkat eden çocuklu tüketicilerin bilinçlenmesiydi. Bebeklerinin sağlığını olumsuz olarak etkileyecek tüm işlemlerden uzak organik tekstil ürünlerinin kullanıldığı bebek koleksiyonları tüketici için son derece cazip bir hale geldi.

Bu çalışmada ilk olarak artan tüketici bilinciyle organik bebek giyimi pazarına yönelik yeni tasarımlar hazırlanıp tüketicinin ihtiyaçları karşılanmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda organik bir koleksiyon hazırlamak isteyen tasarımcıların izlemesi gereken aşamalar aktarılmaya çalışılmış, organik bir koleksiyonun gereklilikleri ve özellikleri detaylı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

## KAYNAKÇA

aboutorganiccotton.org. (2019). *Find out all you need to know about organic cotton.* <http://aboutorganiccotton.org/> (Erişim Tarihi: 09.04.2019).

About Us - Textile Exchange. (2019). <https://textileexchange.org/about-us/> (Erişim Tarihi: 12.05.2019)

Abrar, M., Safeer, A. A., Baig, S. A., & Ghafoor, A. (2016). E-Marketing and Its Implementation on Developing Social Perceptions of Customers through Effective Marketing Mix of Organic Textile Products. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6(12), 1194, ss. 1195-1201.

Abrar, M., Baig, S. A., Bashir, M., Shabbir, R., & Ayub, M. (2018). Consumer attitude and purchase intention towards organic textile products. *Amazonia Investiga*, 7(17), 472-485, ss. 473-475.

AKSOY, E., & DÖLEKOĞLU, T. (2003). Dünya’da ve Türkiye’de Organik Pamuk Üretim ve Ticareti. *Türkiye*, 6, ss. 61.

Altun, A. B. (2012). TÜKETİCİLERİN ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİ SATIN ALMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN DEĞİŞKENLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA, ss. 11-74.

An, S. K., Gam, H. J., & Cao, H. (2013). Evaluating thermal and sensorial performance of organic cotton, bamboo-blended, and soybean-blended fabrics. *Clothing and Textiles Research Journal*, 31(3), 157-166, ss. 158.

Ar, A. A., & Tokol, T. (2010). TEKSTİL SEKTÖRÜNDEKİ İŞLETMELERİN YEŞİL PAZARLAMADAN KAYNAKLI KAZANIMLARI. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(31), 148-168, ss. 150.

Arvanitoyannis, I. S., Krystallis, A., & Krystallis, A. (2004). Health and environmental consciousness: greek consumers' attitudes toward the organic, HACCP and ISO14000 certifications on food. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 15(1-2), 93-136, ss. 115.

Ayan, A. K., Çalışkan, Ö., & Çırak, C. (2006). Isırganotu (*Urtica Spp.*)’nun Ekonomik Önemi ve Tarımı. *OMÜ Zir. Fak. Dergisi*, 21(3), 357-363, ss. 360.

AZİZAĞAOĞLU, A., & AKSU, B. (2018). ORGANİK TEKSTİL ÜRÜNLERİNE YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARININ İNCELENMESİ. *Journal of Textiles & Engineers/Tekstil ve Mühendis*, 25(111), ss. 255-256.

Bahadır Ünal, Z. (2004). Study on Compatibility of Baby Dresses with Ergonomy and Using Conditions and Developing Compatible Dresses with Such Conditions. Bebek Giysilerinin Ergonomi ve Kullanım Koşullarına Uygunluğunun Araştırılması ve Bu Koşullara Uyumlu Giysilerin Geliştirilmesi”, Doktora tezi, Ege Üniversitesi, İzmir, ss. 25.

Bayraktar, F. (1993). Giyim. Sim Matbaası, Ankara, ss. 1.

Bozacı, E., ÖKTEM, T., & SEVENTEKİN, N. (2007). Ananas Yaprak Lifi. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 17(3), 167-169, ss. 169.

Çağdaş, M. (2002). Kadın giyiminde kapanma payı ve yaka çizim teknikleri. Nobel, ss. 1.

Definition of Organic Agriculture | IFOAM. (2019). <https://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/definition-organic-agriculture> (Erişim Tarihi: 08.03.2019)

Connell, K. Y. H. (2010). Internal and external barriers to eco-conscious apparel acquisition. *International Journal of Consumer Studies*, 34(3), 279-286, ss. 283.

Demiryürek, K. (2011). Organik tarım kavramı ve organik tarımın dünya ve Türkiye’deki durumu. *GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36, ss. 28-31.

Demiryürek, K., Stopes, C., & Güzel, A. (2008). Organic agriculture: the case of Turkey. *Outlook on AGRICULTURE*, 37(4), 261-267, ss. 262-263.

DOĞAN, E. G. (2017). *Organik tarım ekonomisi ve tüketici eğilimleri* (Master's thesis, Namık Kemal Üniversitesi), ss. 27-28.

Dreyer, H., Botha, E., Van der Merwe, D., Le Roux, N., & Ellis, S. (2016). Consumers’ understanding and use of textile eco-labels during pre-purchase decision making. *Journal of Consumer Sciences*, ss. 2-10.

Eti, H. S. (2014). Organik gıdaların pazarlanması ve organik gıdalara karşı tüketici tutum ve davranışları analizi, ss. 5-25.

Gam, H. J., Cao, H., Farr, C., & Kang, M. (2010). Quest for the eco-apparel market: a study of mothers' willingness to purchase organic cotton clothing for their children. *International Journal of Consumer Studies*, 34(6), 648-656, ss. 650.

GOTS\_Standard\_5.0. (2017). [https://www.global-standard.org/images/GOTS\\_Documents/GOTS\\_Standard\\_5.0\\_EN.pdf](https://www.global-standard.org/images/GOTS_Documents/GOTS_Standard_5.0_EN.pdf) (Erişim Tarihi: 12.05.2019)

Gök, S. A. (2008). Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi. *AB Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara*, ss. 58.

Günaydin, G. K., Yavas, A., Avinc, O., Soydan, A. S., Palamutcu, S., Şimşek, M. K., ... & Kıvılcım, M. N. (2019). Organic Cotton and Cotton Fiber Production in Turkey, Recent Developments. In *Organic Cotton* (pp. 101-125). Springer, Singapore, ss. 123.

Gürkan, S. (2012). *Organik Pamuklu Örme Kumaşların Ultrasound Teknolojisi İle Terbiye Yöntemleri* (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü), ss. 6-9.

Gürses, S. T. (2014). Organik Ürünlerin Tüketim Eğilimleri ve Tüketici Profiline Belirlenmesi: Sakarya İli Örneği, ss. 16-76.

Güsan, G., Aktaş, E., & Güvendik, Ö. (2016). Yeşil Ürün Grupları Çerçevesinde Tüketici Farkındalığı. *Istanbul Journal of Social Sciences*.(13), ss. 8.

Harris, F., Roby, H., & Dibb, S. (2016). Sustainable clothing: challenges, barriers and interventions for encouraging more sustainable consumer behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 40(3), 309-318, ss. 3.

KARAHAN, H. A., Öktem, T., & Seventekin, N. (2006). Doğal bambu lifleri. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 16(4), 236-240, ss. 239.

Kılıç, N. (2015). ORGANİK TEKSTİL VE KONFEKSİYONUN ÜRETİM SEKTÖRÜNE KATKILARI VE GELECEĞİ - Sağlık - Tarım | Apelyasyon.



<http://apelasyon.com/Yazi/297-organik-tekstil-ve-konfeksiyonun-uretim-sektorune-katkilari-ve-gelecegi> (Erişim Tarihi: 13.05.2019)

KILINÇ, N. (2002). Bebek ve Çocuk Giyimine Ergonomik ve Ekolojik Yaklaşım. *Tekstil Teknolojisi*, Sayı: V, İstanbul, ss. 122-123.

Koç, F. (1997). Osmanlı İmparatorluk Dönemi Türk Çocuk Giysileri Üzerine Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss. 11.

Kurt, M. (1995). Giyim Teknolojisi ve Uygulaması. Şafak Matbaacılık, Ankara, ss. 1.

Kuru, S., & Çeğindir, N. (2001). Çocuk Giysi Tasarımında Kalıp Çizimleri. Gazi Kitabevi, Ankara, ss. 4-9.

Lin, S. H. (2012). ATTITUDES OF TOURISTS TO PURCHASING ORGANIC COTTON IN HAWAII, ss. 17.

Lockeretz, W. (Ed.). (2007). *Organic farming: an international history*. CABI, ss. 37.

Lotter, D. W. (2003). Organic agriculture. *Journal of sustainable agriculture*, 21(4), 59-128, ss. 3.

Luttikholt, L. W. (2007). Principles of organic agriculture as formulated by the International Federation of Organic Agriculture Movements. *NJAS-Wageningen Journal of Life Sciences*, 54(4), 347-360, ss. 358.

Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjöden, P. O. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2), ss. 109-117.

Marangoz, M., & Kumcu, E. H. (2018). ORGANİK ÜRETİM SÜRECİNDE ORGANİK 1.0'DAN ORGANİK 3.0'A GEÇİŞ ve ORGANİK 3.0'IN TEMEL ÖZELLİKLERİ. *Journal of Administrative Sciences/Yonetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), ss. 387.

Marangoz, M. (2005). Organik Tarım Ürünleri Pazarının Gelişme Potansiyeli ve Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması. *GAP Girişimci Destekleme Merkez, Nurol Matbaacılık, Ankara*, ss. 57.

Marangoz, M. (2008). Organik Ürünlerin Pazarlanması. *Ekin Kitabevi*, ss. 89.

Myers, D., & Stolton, S. (1999). *Organic cotton*. Intermediate Technology Publications Limited, London, UK, ss. 8.

Nasır, A., & Kımıloğlu, H. (2006). Organik Tarım Ürünlerinin Ekonomik Boyutu ve Pazarlaması. *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*, 405-438, ss. 419.

Ochoa, L. M. C. (2011). Will 'eco-fashion'take off? A survey of potential customers of organic cotton clothes in London. *EAFIT Universidad* <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/188> (last access 11/09/2013, 16.48 pm), ss. 127.

Oflaç, B. S., & Göçer, A. (2015). GENÇ TÜKETİCİLERİN ALGILANAN ÇEVRESEL BİLGİ DÜZEYLERİ VE EKO-ETİKETLİ ÜRÜNLERE KARŞI YAKLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), ss. 216-228.

Organic Cotton Market Report 2018. (2019). Organic Cotton Market Report. Textile Exchange, sf.6-10. <https://textileexchange.org/wp-content/uploads/2018/11/2018-Organic-Cotton-Market-Report.pdf> (Erişim Tarihi: 13.04.2019).

Organic Cotton Statistics - [aboutorganiccotton.org](http://aboutorganiccotton.org). (2019). <http://aboutorganiccotton.org/stats/> (Erişim Tarihi: 21.05.2019)

Organic Standards and Certification | IFOAM. (2019). <https://www.ifoam.bio/en/organic-policy-guarantee/organic-standards-and-certification> (Erişim Tarihi: 12.05.2019)

ota.com. (2018). *Get the facts about Organic Cotton / OTA* <https://ota.com/advocacy/fiber-and-textiles/get-facts-about-organic-cotton> (Erişim Tarihi: 16.04.2019).

Örün, E. (2015). Giysiler ve çocuk sağlığı: Ne giysin? Nasıl yıkansın?. *Cocuk Sagligi ve Hastaliklari Dergisi*, 58(1), 43-49, ss. 44.

Özdemir, S., & Tekoğlu, O. (2014). Ekolojik Tekstil Ürünlerinde Kullanılan Hammaddeler. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 4, 27-30, ss. 28.

Öztürk, D., & İslam, A. (2014). Türkiye’de Organik Ürünlerin Pazarlanması. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1, 75-94, ss. 84.

Özüdoğru, T. (2017). *Durum ve Tahmin PAMUK 2017/2018*. [ekitap] Ankara: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve TEPGE, sf.28.

<https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Durum-Tahmin%20Raporlar%C4%B1/2017-2018%20Durum-%20Tahmin%20Raporlar%C4%B1/Pamuk%20Durum%20Tahmin%20Raporu%202017-2018-285.pdf> (Erişim Tarihi: 18.04.2019).

PRINCIPLES OF ORGANIC AGRICULTURE.  
[https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa\\_english\\_web.pdf](https://www.ifoam.bio/sites/default/files/poa_english_web.pdf) (Erişim Tarihi: 02.03.2019).

Rehber, E., & Turhan, S. (2002). Prospects and challenges for developing countries in trade and production of organic food and fibers: The case of Turkey. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 371-390, ss. 372.

Rigby, D., & Cáceres, D. (2001). Organic farming and the sustainability of agricultural systems. *Agricultural systems*, 68(1), 21-40, ss. 24.

Sevüktekin, M. (1972). *Çocuk Dış Giyimi*. Ankara, ss. 22.

Scialabba, N. E. H., & Müller-Lindenlauf, M. (2010). Organic agriculture and climate change. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(2), 158-169, ss. 159.

ŞENER, Fatma Demir, *Çocuk Giyimi*, Ankara, 2000, ss. 14.

Tekel, S. (1990). *İç Giyim*. Bizim Büro Basımevi: Ankara s, 1, s. 7-25.

The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2019. (2019). 20. baskı [ekitap] Research Institute of Agriculture (FiBL) and IFOAM - Organics International, sf.24.  
<https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/1202/?ref=1> (Erişim Tarihi: 18.04.2019).

Torlak, Ö., & Altunışık, R. (2009). Pazarlama Stratejileri Yönetmelik Bir Yaklaşım. *Beta Basım Yayım, İstanbul*, ss. 303.

Tozan, M., & Altındışli, A. (2001). Gıda Dışı Organik Ürünler Ve Ticareti. *Türkiye*, 2, 20-23, ss. 21.

tuik.gov.tr. (2019). Organik Bitkisel Üretim ve Yüzde Değişimi. *Türkiye İstatistik Kurumu*. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1001](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1001) (Erişim Tarihi: 19.04.2019).

Türkay, A. (2011). Satın Alma Davranışları Açısından Üniversite Öğrencileri Arasında Marka Bağlılığının Önemi: Batı Akdeniz Üniversitesinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, ss. 333.

Uygur, A. (2017). The Future of Organic Fibres. *European Journal of Sustainable Development Research*, 2(1), 164-172, ss. 170.

Uzunoğlu, H. (2010). Tekstil sektöründe çevre akımı: Ekolojik tekstil. *İzmir Ticaret Odası Arge Bülten*, ss. 11.

Ünal, B., & Öndoğan, Z. (2009). Bebek Giyimleri: Genel Bakış. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 4 (1), 24-33, ss. 29.

Wang, P. (2007). Consumer behavior and willingness to pay for organic [ie organic] products, ss. 54.

YAKARTEPE, Z., & YAKARTEPE, M. (2004). Büyük Konfeksiyon Ansiklopedisi. TKAM Tekstil Ve Konfeksiyon Araştırma Merkezi, İstanbul, ss. 259.

Yetkili Kuruluşlar (KSK). <https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Organik-Tarim/Yetkili-Kuruluslar-KSK> (Erişim Tarihi: 12.05.2019)

Young, T. Organic 101 | OTA. <https://www.ota.com/organic101> (Erişim Tarihi: 15.03.2019)

## ÖZGEÇMİŞ

### ***Buse ÖZGÜN***

1698 sok Nazlı apt No:24 D:1

Karşıyaka İZMİR

Cep (541) 8501592

*buseozgun92@hotmail.com*

#### • KİŞİSEL BİLGİLER

**Doğum Tarihi :** 18/02/1992

**Uyruğu :** T.C.

**Medeni Hali :** Bekar

**Cinsiyet :** Bayan

**Sürücü Belgesi:** B

#### • EĞİTİM BİLGİLERİ

2015-2017 **Yüksek Lisans**

**Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi**

Moda Tasarım Bölümü (Güncel Tez Aşaması)

2015-2017 **Yüksek Lisans**

**Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi**

Tekstil Bölümü(Donduruldu)

2010-2014 **Lisans**

**Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi**

Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı

Mezuniyet derecesi 89.95 -10

2006-2010 **Karşıyaka Gazi Lisesi**  
Mezuniyet derecesi: 89-100

## **İŞ DENEYİMLERİ**

Mart 2018 –Halen **FB Tekstil**  
Tasarımcı

Temmuz 2017- Mart 2018 **Demoteks**  
Tasarımcı

Eylül 2015-Nisan 2017 **Relax Mode By Ünpar Giyim**  
Tasarımcı

2014 **Go-Go Power By Gülay Horasan**  
Tasarımcı Asistanı

## **• STAJ DENEYİMLERİ**

2011 **Menderes Tekstil –DENİZLİ**  
İplik Dokuma Boya Baskı stajı

2012 **HUGO BOSS-İZMİR**  
Hazır Giyim Konfeksiyon Stajı CAD

2013 **Gülay HORASAN G-MANIA**  
Moda Tasarımı Stajı

## **• YARIŞMALAR VE ÖDÜLLER**

2012 **2. DERİN FİKİRLER Deri Üretim ve Tasarım Yarışması**  
Üçüncülük Ödülü Ege İhracatçılar Birliği İZMiR

**KAHVE DİYARI Personel Kıyafeti Tasarım Yarışması**

Birincilik Ödülü , Kahve Diyarı Merkez Ofis İZMİR

2014

**9.EİB Moda Tasarım Yarışması**

Üçüncülük Ödülü ,Ege İhracatçılar Birliği İZMİR

2015

**3.DETAY Deri Ürünleri Tasarım Yarışması**

İlk Altı Finalist, İSTANBUL

**Senal AKSU ÖDÜLLERİ**

Birincilik Ödülü En iyi Okul Bitirme Projesi

2017

**II.Uluslararası Ayakkabı Tasarım Yarışması**

Juri Özel Ödülü

**• ULUSAL VE ULUSLARARASI AKTİVİTELER**

**2012-2014 İSTANBUL**

**Türkiye İnovasyon Haftası**

-“2.Derin Fikirler” Yarışma stand İstanbul 2012

-Değişim Dönüşüm Projesi (Recycle Parade) Okul stand 2013

-9.EİB Moda Tasarım yarışması stand 2014

**9.İstanbul Deri Fuarı**

“2.Derin Fikirler” Deri Tasarım Yarışması stand 2012

**2014 BURSA**

**VI. Uluslararası AR-GE Proje Pazarı**

UTIB Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon sektörü –

## • DEFİLELER

2011 İZMİR

**Değişim Dönüşüm Defilesi (Recycle Parade)**

Dokuz Eylül Üniversitesi Yılsonu Defilesi

Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı

Bölümü

2013 İZMİR

**İzler Defilesi (Marks Parade)**

Dokuz Eylül Üniversitesi Osmanlı Kaftanlarına Yorumlar

Defilesi

Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı

Bölümü

2015 İZMİR

**İzmir Fashion Week**

Dokuz Eylül Üniversitesi 40.yıl Defilesi

Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı

Bölümü

2015 İZMİR

**ALMOD (Alsancak Moda Günleri)**

Kişisel Koleksiyon Sergisi

## • BİLGİSAYAR BİLGİSİ

CAD

MS Microsoft Vista

MS Microsoft Office programs

AdobePhotoshopCS5



Adobe Illustrator cs6

CorelDraw X5

Designer 14

• **YABANCI DİL BİLGİSİ**

**İngilizce**

IELTS 6

Bournemouth Kings College Intermediate Certificate 2014

British Culture Language Center Intermediate Certificate 2012

• **REFERANSLAR**

Yasemin Kura Elvanoğlu	Creative Director (Relax Mode )	0507 504 87 02
Ezgi KÖYAĞASIOĞLU	Hugo Boss CAD	0533 552 99 27
Gülay HORASAN TATAŞ	Go-Go Power Creative Director	0532 496 81 64
Bertam TOLKUN	Öğretim Görevli Ege Üniversitesi	0532 254 4254