

**T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ORGANİK TARIM İŞLETMELERİNDE PAZARLAMA SORUNLARINA  
YÖNELİK ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**Danışman  
Yrd. Doç. Dr. M. Nedim  
BAYUK**

**Hazırlayan  
Süreyya ECE**

**ŞANLIURFA  
2008**

**ŞANLIURFA**  
**2008**

Yrd. Doç. Dr. M. Nedim BAYUK danışmanlığında, Süreyya ECE'nin hazırladığı “Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Sorunlarına Yönelik Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma” konulu bu çalışma 28/10/2008 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Yrd. Doç. Dr. M. Nedim BAYUK

Üye : Doç. Dr. Mustafa PAKSOY

Üye : Yrd. Doç. Dr. Hasan TÜRKAL

**Bu Tezin İşletme Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım**

**Prof. Dr. Zuhal KARAHAN KARA**

**Enstitü Müdürü**

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

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
İÇİNDEKİLER.....	i
KISALTMALAR.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

1. ORGANİK TARIM.....	3
1.1. Organik Tarım Kavramı.....	3
1.2. Organik Tarımın Önemi.....	4
1.2.1. Tüketiciler Açısından.....	5
1.2.2. Üreticiler Açısından.....	6
1.2.3. Çevre Açısından.....	7
1.3. Organik Tarımın İlkeleri.....	8
1.4. Organik Tarımın Amaçları.....	10
1.4.1. Toprağın Kalitesini Arttırmak.....	10
1.4.2. Doğa koruma ve Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı.....	11
1.4.3. Çevre ve İnsan Sağlığı.....	11
1.4.4. Sosyo-ekonomik.....	12
1.5. Dünya’da Organik Tarım.....	12
1.5.1. Avrupa’da Organik Tarım.....	16
1.5.2. Asya’da Organik Tarım.....	19
1.5.3. Amerika’da Organik Tarım.....	20
1.5.4. Afrika’da Organik Tarım.....	21
1.6. Türkiye’de Organik Tarım.....	21
1.6.1. Mevzuat.....	23
1.6.2. Kurumsal Yapı.....	24
1.6.3. Tarım Destekleri.....	26
1.6.4. Eğitim ve İletişim.....	26

1.6.5. Üretim ve Pazarlama.....	27
1.7. Organik Tarımın Kırsal Kalkınmaya Etkisi.....	29
1.8. Organik Tarımın Avantajları ve Dezavantajları.....	30
1.8.1. Organik Tarımın Avantajları.....	30
1.8.2. Organik Tarımın Dezavantajları.....	32
1.9. Organik Tarımda Toplum Tarım Desteği Uygulaması.....	32

## İKİNCİ BÖLÜM

2. ORGANİK TARIM İŞLETMELERİ VE PAZARLAMA SORUNLARI.....	34
2.1. Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Faaliyetleri.....	35
2.1.1. Üretim.....	36
2.1.1.1. Organik Tarım İşletmelerinde Sözleşmeli Üretim Uygulaması.....	36
2.1.2. Fiyatlandırma.....	37
2.1.3. Dağıtım.....	38
2.1.4. Tutundurma.....	40
2.3. Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Sorunları.....	41
2.3.1. Üretim Aşamasında Sorunlar.....	42
2.3.2. Fiyatlandırma Aşamasında Sorunlar.....	43
2.3.3. Dağıtım Aşamasında Sorunlar.....	44
2.3.4. Tutundurma Aşamasında Sorunlar.....	45

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ORGANİK TARIM İŞLETMELERİNDE PAZARLAMA SORUNLARINA YÖNELİK ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA.....	47
3.1. Organik Tarım İşletmelerinin Sayısı ve Yapısı .....	47
3.2. Organik Tarıma Yönelme Nedenleri.....	48
3.3. Üretilen Ürün Türleri.....	48
3.4. Pazarlama Süreçleri.....	48
3.4.1. Üretim Süreci.....	48
3.4.2. Fiyatlandırma Süreci.....	50
3.4.3. Dağıtım Süreci.....	50

3.4.4. Tutundurma Süreci.....	51
3.5. Organik Tarım İşletmelerinin Pazarlama Sorunlarına Yönelik Şanlıurfa İlinde Yapılan Bir Uygulama.....	51
3.5.1. Araştırmanın Konusu.....	51
3.5.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	51
3.5.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları.....	51
3.5.4. Araştırmanın Yöntemi.....	52
3.5.5. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular.....	52
<b>4. SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>64</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>67</b>
Ek 1: Türkiye’deki Kontrol ve Sertifikasyon Firmaları .....	67
Ek 2: Şanlıurfa İlinde Faaliyet Gösteren Organik Tarım İşletmelerinde Uygulanan Anket Formu .....	69
Ek 3: Şanlıurfa İlinde İkamet Eden Tüketicilerle Yapılan Anket Formu.....	71
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>72</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>77</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>78</b>

## KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ATÜT: Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri

CSA: Community Supported Agriculture (Toplum Tarım Desteği)

ÇKS: Çiftçi Kayıt Sistemi

DGD: Doğrudan Gelir Desteği

EAOPS: East Africa Organic Production Standards (Doğu Afrika Organik Ürün Standartları)

ETO: Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği

FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)

GDO: Genetik Olarak Değiştirilmiş Organizmalar

IFOAM: International Federation of Organic Agriculture Movements (Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu)

JAS: Japanese Organic Standards (Japon Organik Standartları)

OTB: Organik Tarım Birimi

OTK: Organik Tarım Komitesi

OTP: Ortak Tarım Politikası

## ÖNSÖZ

Bu araştırmada, organik tarımın dünyadaki gelişiminden ve giderek artan öneminden bahsedilmiştir. Türkiye'deki organik tarım işletmelerinin durumu ayrıntılı olarak incelenerek, karşılaştıkları sorunlar ortaya konulmuştur. Uygulama alanı olan Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri ele alınmıştır. Araştırmanın amacı, Şanlıurfa'daki organik gıda üreticilerinin faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların araştırılıp belirlenmesi ve bu sorunlar için çözüm önerileri geliştirerek üreticilere yardımcı olabilmektir.

Araştırmanın hazırlanmasında, desteğini ve yardımını esirgemeyen değerli hocam Yrd. Doç. Dr. M. Nedim BAYUK'a ve araştırmada bana yardımcı olan ağabeyim M. Nurullah ECE'ye teşekkürlerimi sunuyorum. Bu tezi, ayrıca eğitimimde büyük katkıları olan anneme sunuyorum.

**Süreyya ECE**

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Organizasyon Şeması.....	25
Şekil 2: Organik Ürün Dağıtımında Pazarlama Kanalları.....	39



## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: En Geniş Organik Ekim Alanına Sahip 10 Ülke .....	14
Grafik 2: Dünya’da En Fazla Sertifikalı Organik Ürüne Sahip Olan Ülkelerin Oranı.....	15
Grafik 3: Organik Üretim Alanındaki Ve Üretici Sayısındaki Değişim.....	28
Grafik 4: Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinde Üretilen Bazı Ürün Çeşitlerinin Ekim Oranları .....	55
Grafik 5: Şanlıurfa’daki Organik Tarım İşletmelerinin Fiyat Belirlerken Göz önünde Bulundurdıkları Faktörler.....	61

## TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Kıtalara Göre Organik Tarım Ekim Alanları.....	13
Tablo 2: Sertifikasyon Kuruluşlarının Kıtalara Göre Dağılımı.....	14
Tablo 3: Bölgelere Göre Organik Üretim Göstergeleri.....	22
Tablo 4: Yıllara Göre İhracat Değerleri.....	23
Tablo 5: Şanlıurfa İlinde Faaliyet Gösteren Organik Tarım İşletmeleri.....	47
Tablo 6: Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmelerinin Üretim Kapasiteleri ve Üretim Miktarları.....	49
Tablo 7: Şanlıurfa'daki Tüketiciler Arasında Yapılan Ankete Katılanların Demografik Bilgileri.....	53
Tablo 8: Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinde Üretilen Bazı Organik Ürünlerin Ekim Alanı-Verim İlişkisi.....	53
Tablo 9: Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Organik Ürün Tercihleri.....	54
Tablo 10: Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinin Üretim Aşamasındaki Sorunlardan Etkilenme Oranı.....	56
Tablo 11: Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Organik Gıda Hakkındaki Bilgi Düzeyi ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki.....	57
Tablo 12: Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ürün ve Gelirleri Arasındaki İlişki...58	58
Tablo 13: Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Geleneksel Ürünleri Tercih Etme Nedenleri ve Gelirleri Arasındaki İlişki.....	58
Tablo 14: Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Organik Ürünleri Tercih Etme Nedeni ve Yaşları Arasındaki İlişki.....	59
Tablo 15: Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmelerinde Fiyatlandırmada Göz Önünde Bulundurulmuş Faktörler.....	61
Tablo 16: Şanlıurfa'daki Bir Perakende Mağazasında Bazı Organik Ürün Ve Geleneksel Ürün Fiyatları.....	62

## GİRİŞ

İnsanın, hayatını sürdürebilmesi için yemek-içmek gibi fiziksel ihtiyaçlarını karşılayan gıda sektöründe üretim yöntemleri, bu ihtiyaçların artmasına bağlı olarak değişmiştir. Her ülke, giderek artan nüfusunu doyurabilmek için tarım alanında devrimler yapmıştır. “Yeşil Devrim” olarak da bilinen bu devrimler ile tarımdan daha çok verim alınmak istenmiştir. Bunun için de bitkilerin genleri üzerinde değişiklikler yapılarak, bu bitkilerin olağandan daha iri ve daha dayanıklı olmaları sağlanmış, toprağın yapısına da çeşitli kimyasal maddeler katılarak, birim alandan daha çok verim alınmıştır. Sonraki yıllarda ise “Yeşil Devrim” uygulamalarının zararları birer birer ortaya çıkmıştır.

Genetik yapısı değiştirilen gıdaların tüketilmesi, insanlarda çeşitli hastalıklara yol açmış, toprağın yapısına katılan kimyasal maddeler, toprağın derinliklerine sızıp kaynak sularını kirletmiştir. Aynı şekilde, toprağın yapısı yoğun bir şekilde kullanılan kimyasal maddeler sonucunda bozulmuş ve birim alandan alınan verim giderek düşmüştür. Zaten sınırlı olan doğal kaynaklar, verimi arttırmak için bilinçsizce kullanılarak daha hızlı tüketilmiştir. Bütün bu olumsuzlukların fark edilmesi sonucu, tarım alanında yeni arayışlara gidilmiş ve böylece organik tarım yöntemi doğmuştur.

Organik tarım; kimyasal ilâçlar kullanılmaksızın, biyolojik yöntemler ile üretim artışından çok ürün kalitesini hedefleyen ve insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içeren bir üretim şeklidir. Organik tarım uygulamalarında, rüzgâr, güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynakları kullanılarak tarımda sürdürülebilirlik sağlanmaktadır. Organik tarım uygulamaları, mümkün olduğunca yerel kaynakların kullanılmasını öngörmekte ve bu yönüyle de kırsal kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Son yıllarda organik tarımın önemi giderek daha çok üretici tarafından fark edilmiş ve bu üreticiler, organik tarıma dayalı üretime yönelmişlerdir. Ancak, organik tarım, üreticiler için birçok avantaja sahip olmasına rağmen bazı dezavantajlara da sahiptir. Bu dezavantajlardan biri, organik ürün pazarının henüz gelişmemiş olmasıdır. Pazarın gelişmemiş olması, birçok organik ürün üreticilerinin büyük çabalarla ürettikleri ürünleri pazarlayamamasına ve sonuçta bu tarım işletmelerinin kapanmasına neden olmaktadır. Bu yüzden çok sayıda üretici, önemini bildiği halde, organik tarıma dayalı üretim yapmaktan kaçınmaktadır. Özellikle ülkemizde, organik tarım konusundaki teşvik ve desteğin diğer ülkelere oranla düşük seviyelerde olması, organik tarıma geçmede üreticilerde bir isteksizlik yaratmakta ve bu durum maalesef, organik tarımın gelişmesini engellemektedir.

Organik ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunların azaltılması ile bu alanda bir gelişme sağlanabilecektir. Eğer bu sorunlar ortadan kalkarsa, daha çok tarım işletmesi organik tarıma dayalı üretime geçme kararı alabilecek ve sonuçta organik tarım birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de hak ettiği yeri bulacaktır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1.ORGANİK TARIM

#### 1.1.Organik Tarım Kavramı

Tarım, toprak ve su kaynaklarını kullanarak, bitkisel ve hayvansal ürünler elde etmek, verimliliği ve kaliteyi arttırmak gibi pek çok çalışmayı içine alan uygulamalı bir bilim dalıdır. Ancak zamanla tarım uygulamalarında bazı değişiklikler olmuştur (II. Tarım Şurası, 2007: 53).

Dünyada yirminci yüzyılın ikinci yarısında yaşanan hızlı sanayileşme ve nüfus artışı, açlık sorununu da beraberinde getirmiştir. Açlık probleminin giderilmesine yönelik politikalar geliştirilmiş ve yoğun girdi kullanılarak birim alandan yüksek verim almaya ve yeni alanların tarıma açılmasına yönelik hedefler belirlenmiştir (Aksoy, 2007:1). Bu hedefler doğrultusunda, tarımsal üretimde daha çok verim elde etmek için kullanılan kimyasalların (ilaç, gübre gibi) olumsuz etkilerinin insan ve çevre üzerindeki zararları artarak kendini hissettirmeye başlamıştır. Bunun sonucunda da, çevreyi koruyan ve kurtarıcı bir faaliyet olarak görülen tarım, yoğun girdi kullanımı nedeniyle özelliğini yitirmiştir (II. Tarım Şurası, 2007: 53). 1980'li yıllarda, tarımda yoğun girdi kullanımının çevrede yarattığı olumsuz etkiler fark edilmiştir. Biyolojik çeşitliliğin yok olması, toprakların çoraklaşması, üretimin marjinal topraklara kayması, yüzey ve yer altı su kaynaklarının kıtlaşması ve kirlenmesi, iklimsel değişiklikler, küresel ısınma bu etkilerden bazıları idi (Altındışli, 2004: 6). Tüm bu olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması amacıyla kimyasal gübre ve tarımsal savaş ilaçlarının hiç kullanılmaması ya da mümkün olduğu kadar az kullanılması, bunların yerini aynı görevi yapan organik gübre ve biyolojik savaş yöntemlerinin alması temeline dayanan bir üretim sistemi geliştirilmiştir (www.ankara-tarim.gov.tr, 06.06.2007).

*Organik tarım*, üretimde sentetik kimyasal üretim girdilerinin kullanımını ortadan kaldıran, bunun yerine ekim nöbeti, ürün artıkları, hayvan gübresi, yeşil gübre ve tarım dışı organik atıklar kullanılan; hastalık, zararlılar ve yabancı ot mücadelesinde biyolojik mücadele yöntemlerinin kullanıldığı, topraktaki organizma faaliyetlerinin ve toprak verimliliğinin artırılmasına yönelik bir üretim sistemidir (www.orguder.org.tr, 10.06.2007). Başka bir ifadeyle organik tarım; üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimidir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

Organik tarımın öncülüğünü giderek artan çevre sorunlarına duyarlı ve tarımdaki üretim tekniklerini ve kullanılan girdileri sorgulayan Avrupalı bazı üreticiler yapmıştır. İlk dönemlerde üretilen bu ürünler, büyük oranda çiftliklerde veya yakın çevredeki yöresel pazarlarda tüketilirken, sonraki yıllarda olay ticari boyut kazanmış ve 1980'li yıllardan sonra tüm dünyada kabul görmüştür ( Aksoy, 2007:1).

Organik tarım önceleri, bitkisel ürünlerin üretimi amacıyla ortaya çıkmıştır. Ancak daha sonra hayvancılıkta da önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Aslında organik tarımı bitkisel ve hayvansal üretimle birlikte düşünmek gerekir. Çünkü çiftlik hayvanları, bir taraftan işletmeye gübre sağlamakta, diğer taraftan da bitkisel üretime yem bitkisi münavebesi getirerek toprağı zenginleştirmektedir. Bu nedenle organik tarım, bitkisel ve hayvansal üretimleri birlikte içeren karma bir sistem olarak ele alınmalıdır (Saner, 2005:1). Organik tarım, yalnız başına gıda üretim kaynağı olmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir tarım ve kalkınma, eko-turizm, biyolojik çeşitliliğin korunması ve erozyon, çölleşme ve iklim değişikliğine neden olan faktörlerin etkisinin giderilmesinin bir dayanağıdır (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

## **1.2.Organik Tarımın Önemi**

Çevrenin korunması ve bozulan çevre dengesinin yeniden kurulması geçen yüzyılın en önemli konularından birisi olmuştur. Bu durum günümüzde de güncelliğini korumaktadır. Ekoloji ve insan sağlığının korunmasında organik tarım önemli bir yere sahiptir (Türkiye Kamu Tarım Araştırma Programı, 2005: 25).

Organik tarım, bir ürünün ekim veya dikiminden sonra hiçbir uygulama yapılmadan kendi haline terk edilmesi veya eskimiş bir işletmecilik şekline dönüş değildir. Aksine geleceğin ihtiyaçlarına yönelik görüşlere dayanan, dikkat, bilgi ve özveri gerektiren bir tarım şeklidir. Eko sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içermektedir. Özellikle pazarlama sistemi açısından, organik tarımı diğer sistemlerden ayıran en önemli faktörler; yasal standartlara sahip olması ve her aşamasında kontrol ve sertifikasyon işlemlerinin uygulanmasıdır (Demiryürek, 2004: 64).

Üretimde her türlü sentetik, kimyasal ilaçlar ve gübrelerin kullanımının yasaklanması yanında organik ve yeşil gübreleme, ekim nöbeti, toprağın muhafazası, bitkinin direncini

artırma, parazit ve predatörlerden\* yararlanmayı tavsiye eden bu üretim tarzında üretimde miktar artışı değil ürün kalitesinin yükseltilmesi amaçlanmaktadır. Günümüzde sadece organik tarımla toprak ve su kaynakları ile havayı kirletmeden ve çevre, bitki, hayvan ve insan sağlığına zarar vermeden üretim yapmak mümkün olmaktadır (www.ankara-tarim.gov.tr 06.06.2007).

### **1.2.1.Tüketiciler Açısından**

Sağlıklı beslenme bilinci her geçen gün gelişmektedir. Tüketiciler artık çeşitli müdahalelerle tadında ve dış görünüşünde bozulmalar meydana gelen gıda almak yerine, organik tarımın doğal ürünlerini tercih etmektedir. Bu ürünlerin, üretimden tüketime kadar her aşamasının kontrolü yapılmakta ve tüm bu aşamalar sertifikalandırılmaktadır.

Titizlikle üretilen organik gıdalar, özellikle son zamanlarda hak ettiği ilgiyi görmektedir. Sıkça duyulan kanser ve benzeri hastalıkların nedenlerinin öğrenilmesi, bu talebin en önemli sebeplerinden biridir. Kanser hastalığının sebeplerinden yaklaşık yüzde 80'ini tüketilen gıda maddeleri, yüzde 20'sini ise çevre kirliliğinin oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Tüketilen gıda maddelerinin doğal, katkısız, kimyasal veya yapay hiçbir madde ve koruyucu içermemesi, insan sağlığı açısından çok önemli bir etkidir. Bu maddeler, meyve ve sebzelerin soğuğa, hastalık ve zararlılara dayanıklılığını arttırmak için kullanılmaktadır. Ayrıca üretimde hormon kullanımı meyveyi irileştirmekte ve saklama süresini uzatmaktadır. Ancak tıp çevrelerindeki yaygın görüşe göre, hormonlu gıdalar, sürekli tüketildiğinde hücreleri zayıflatarak kanser hastalıklarına karşı bağışıklığın azalmasına neden olmaktadır. Ayrıca vücuttaki hormon dengesini bozmaktadır. Hormon dengesinin bozulması saç dökülmesi gibi günlük yaşamımızı olumsuz yönde etkileyen sonuçlara neden olmaktadır. (www.gidasanayii.com, 10.06.2007).

Organik ürünlerin üretiminde sentetik kimyasal girdiler kullanılmadığından ürünlerin doğal tat maddelerinin yapısında da bozulma söz konusu olmaz. Bu yüzden sağlıklı ve lezzetli ürünler üretilmektedir (www.orguder.org.tr, 10.06.2007). Oysaki geleneksel üretimle üretilen ürünlerin tadında, yapılarındaki kimyasal girdilerden dolayı bozulma olmakta, ürünler, sahip oldukları bazı yararlı özelliklerini kaybetmekte ve bu maddelerden dolayı zararlı hale gelmektedir. Bu yüzden tüketiciler, geleneksel yöntemle üretilen gıdaları, özellikle doğrudan tüketilen meyve ve sebzeleri tüketirken, aslında yarar değil zarar elde

---

\* Zararlı böcekleri kontrol altında tutan yararlı böcekler.

etmektedir. Organik yöntemlerle üretilen ürünlerde ise böyle bir sorun söz konusu olmamaktadır.

Organik gıdaların tüketiciler için bir diğer önemi, bu gıdaların, üretimden tüketicilerin sofrasına kadar her aşamasının kontrol edilmesi ve güvenle tüketilebileceği konusunda sertifikalandırılmasıdır. Tüketiciler, sofralarındaki gıdanın hangi koşullar altında üretildiğini, bu gıdaların yapısına herhangi bir katkı maddesi katılıp katılmadığını öğrenme imkânına sahiptirler. Bundan dolayı, organik ürünler hakkında yeterince bilgi sahibi tüketiciler, özellikle doğrudan tüketilen ürünleri satın alırken tercihlerini organik üründen yana kullanmaktadır (bkz. tablo 9).

### 1.2.2.Üreticiler Açısından

Türkiye'deki çiftçilerin % 85'i küçük arazi sahipleri olup, bu çiftçilerin yatırım güçleri zayıftır ve örgütlenerek bir araya gelmekte zorlanmaktadır. Organik tarımda çiftçiler bir araya gelerek üretim yapma fırsatını yakalayabildikleri gibi kimyasal ilaç ve sentetik gübre kullanmadan daha kaliteli ürün elde etme ve daha çok kazanma fırsatını yakalayabilmektedirler. Organik tarım çiftçilerin sağlığı açısından da önemlidir. Geleneksel tarımda çalışan çiftçiler, zehirli kimyasal ilaç ve gübrelerle uğraştığından dolayı, organik tarımda çalışan çiftçilerden 6 kat fazla kanser riski taşımaktadır. Organik tarıma geçilerek başta çiftçiler olmak üzere üretimde görev alanların sağlığını korumak mümkün olmaktadır (www.orguder.org.tr, 10.06.2007).

Organik tarımda uygulanmakta olan *Sözleşmeli Üretim* aracılığıyla üreticinin tüm ürününün alınması garanti edilmektedir. Ayrıca, organik ürünlerin ihraç fiyatı diğer ürünlerden % 10-20 oranında daha yüksektir (Demir, Gül, 2004:1).

Tarım işletmelerindeki ekim nöbeti uygulaması, organik tarımın ana prensiplerinden birisidir. Doğru ürün seçerek ekim nöbeti uygulayan bilinçli üreticiler, arazilerinin verimliliğinin uzun yıllar devam etmesini sağlarken, toprak yapısının ve mikro florasının\* korunmasını sağlar (Beşirli, 2003: 1).

Organik tarım, sürdürülebilir tarım olma özelliğine sahiptir. Sürdürülebilirlik, güneş enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını gerektirir. Bu yönüyle organik tarım sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik eder. Özellikle sınırlı kaynaklara

---

\* Belli bir bölgede yetişen ancak mikroskop yardımıyla görülebilen bitkiciklerin tümüne verilen ortak ad.



sahip olduğu bilincinde olan ve bu kaynakların bir gün tükeneceği endişesiyle yaşayan üreticiler için bu durum büyük önem taşımaktadır. Ayrıca organik tarım uygulamaları, üreticileri mümkün olduğunca yerel kaynaklara ynlendirdiğinden bu konuda da üreticiler için bir avantaj sağlamaktadır. Böylece üreticiler, dışarıdan elde ettikleri bir çok girdiyi yerel kaynaklardan sağlayarak hem maliyeti düşürmektedirler, hem de dışa bağımlılığı azaltarak kendi kendine yeterliliği sağlamaktadırlar.

Geleneksel tarıma dayalı üretimde, ürünlerin boyutunu, rengini değiştirmek, raf ömrünü uzatmak, direncini arttırmak için vb. amaçlar için çok sayıda ve değişik türden kimyasal girdiler kullanılmaktadır. Oysaki organik tarımda prensip olarak kimyasal girdiler kullanılmadığından, üreticiler maliyet arttırıcı bu tür uygulamalardan kurtulmaktadır.

Organik tarım, organik üretime geçen işletme yöneticilerinin, hem çalışanlara daha sağlıklı bir ortam sağladıkları için çalışanlarının memnuniyetini, hem de sağlıklı gıdalar üretildiğinden dolayı tüketicilerin güvenini kazanma açısından da önem taşımaktadır.

### **1.2.3.evre Açısından**

Organik tarım sadece bir gıda üretim kaynağı değildir. Aynı zamanda biyolojik çeşitliliğinin korunması, erozyon, lleşme ve iklim değişikliğine neden olan faktörlerin etkisinin giderilmesi, kimyasal kirlilik ve zehirli kalıntının sonlandırılması açısından da önem taşımaktadır. Geleneksel tarımdaki uygulamalar nedeniyle çevrede meydana gelen bozulmalar kolaylıkla giderilememektedir. Organik tarımın en olumlu yanlarından birisi, yoğun girdi kullanılmaması nedeniyle çevrenin korunmasıdır (Demir, Gl, 2004:1).

Geleneksel tarımda, topraktaki zararlı böcekleri yok etmek için bilinçsizce kullanılan kimyasal ilaçlar, bazı yararlı böcekleri de etkilemekte ve bunun sonucunda doğadaki biyolojik mücadele ortamı yok olmaktadır. Yine geleneksel tarımda ürünün kalitesi ikinci plâna atılmakta, verimliliği arttırmak için yoğun bir Şekilde sentetik gübre kullanılmaktadır. Bu maddeler yeraltı sularına karışarak insan ve hayvanların zehirlenmesine sebep olmaktadır. Bütün bu uygulamalar sonucunda, toprağın canlı kısmı yok olmakta, toprak erozyona uğramakta ve evre dengesi bozulmaktadır.

Organik tarım uygulaması, biyofiziksel işlemler ile ekosistemin devam eden üretkenliği ve fonksiyonu üzerine odaklaşır. Aynı zamanda, uzun dönemde kaynakların kalite ve üretkenliği, su ve toprak gibi fiziksel Őartların korunması, biyolojik farklılıkların muhafaza edilmesi gibi konularda önem taşımaktadır (Tan, Köksal, 2004: 1). Organik tarım uygulamasında sürekli organik girdilerin kullanılması, topraktaki organizmaları besler ve onlar için ideal bir ortam sağlar. Çünkü organik gübreler bu organizmaların faaliyetlerini

uyarmaktadır. Bunun sonucunda da toprak yumuşar ve toprakta daha fazla su ve besin depolanır (Faye, 2003: 3).

Organik tarım uygulaması, genetik erozyonun önlenmesine de yardımcı olmaktadır. Genetik erozyon, genetik değişkenliğin sınırsız olduğu doğal plantasyonlarda biyolojik çeşitliliğin yok olmasıdır (Ekiz, 2001: 89). Yaygın tarımda zararlı böceklerle mücadelede kullanılan ilaçlar, zararlı türlerle beraber bazı faydalı türleri de yok ederek biyolojik dengeyi bozmaktadır. Organik tarımda bu yöntemlere başvurulmadığından böyle bir sorun yaşanmamaktadır.

Organik tarımda sentetik gübre ve kimyasal ilaçlar kullanılmamaktadır. Bunun yerine doğal kökenli ham maddeler kullanılmaktadır.

### **1.3.Organik Tarımın İlkeleri**

Organik tarıma dayalı üretime geçen bütün tarım işletmelerinin uygulaması gereken bazı temel prensipler bulunmaktadır. Organik tarımın bu ilkeleri şöyle sıralanabilir (Faye, 2003: 3; Marangoz, 2005: 15-16; www.ankara-tarim.gov.tr, 06.06.2007; Aksoy, 2005: 6; www.kureselgelisim.com, 29.10.2007):

1. Organik tarım, sürdürülebilir olmayı amaçlar. Tarımda sürdürülebilirlik kavramı, doğal kaynakları muhafaza etmek ve çevrenin (yani toprağın) kalitesini geliştirmekle aynı zamanda insan ihtiyaçlarını tatmin etmek için tarımsal kaynakları başarılı bir şekilde yönetmektir. Organik tarıma başlamadan önce en az 12 aylık bir geçiş süreci olmalıdır. Bu süreç, geleneksel tarımdan kalan bitki ve kimyasal artıkların o topraklardan temizlenmesi açısından gereklidir.
2. Öncelikle, tarımsal üretimde, üretim ile ilişkili tüm faktörler ve olaylar bir bütün halinde dikkate alınmalı ve organik üretim yapan tarım işletmesinin kendi kendine yeterliliği sağlanmalıdır. Bunun için toprak, bitki, hayvan ve insan arasındaki doğal döngü, doğal kökenli ham maddeler kullanılarak devam ettirilmeli, mümkün olduğunca işletmenin kendi içinden veya yakın çevresinden kaynak sağlanmasına gayret edilmelidir.
3. Organik tarımda öncelikli hedef, verimi arttırmak değil, yüksek kalitede ürün üretmek olmalıdır. Başka bir ifadeyle, verim arttırılırken ürün kalitesi ihmal edilmemelidir.
4. Üretimden tüketime kadar her aşama kontrol edilip sertifikalandırılmalıdır.
5. Sulama sisteminin değiştirilmesi, onun yerine damlama sulama yapılması gerekmektedir. Çünkü mevcut sulama sistemleri toprak kaybına neden olmaktadır.

6. Organik tarımın ilkelerinden bir tanesi hastalık ve zararlılarla mücadelede biyolojik mücadele teknikleri uygulanmasıdır. Bu yüzden de geleneksel tarımda kullanılan bazı maddelerin kullanılması yasaktır. Bu maddeler şunlardır: hastalık ve zararlılara karşı dayanıklılığı arttıran sentetik kimyasal gübreler ve sentetik kimyasal ilaçlar, ürünlerin bozulmadan uzun süre depoda kalmasını sağlayan ve hasattan sonra olgunlaşmayı teşvik eden kimyasal maddeler, bitki ve hayvan yetiştirmede hormonlar ve büyüme düzenleyici maddeler.
7. Organik üretim yapan tarım işletmesinde başta petrol olmak üzere fosil yakıtlar ve diğer enerji kaynakları optimum verimi sağlayacak düzeyde azami tasarruf kuralına uyularak kullanılmalıdır. Enerji kullanımında güneş enerjisi ve rüzgâr enerjisi gibi doğal enerji kaynakları olabildiğince tercih edilmelidir.
8. Toprağın işletilmesi ve içindeki canlı faaliyetin devamı için nöbetleşe ekim ve organik gübreleme yapılmalıdır. Bunun için çiftlik gübresi ve organik atıklardan oluşan kompost\* ve yeşil gübre kullanılmalıdır. Ayrıca uygun toprak işleme aletleri kullanılmalı, gereksiz ve toprakta erozyona neden olacak şekilde toprak işleme yapılmamalıdır.
9. Organik tarım sisteminin önemli prensiplerinden biri de ekim nöbetidir. Ekim nöbeti, belli bir bölgede iklim ve toprak özellikleri dikkate alınarak, en yüksek ve en kaliteli üretimi sağlamak amacıyla değişik kültür bitkilerinin birbirlerini karşılıklı olarak destekleyebilecek ve tamamlayabilecek şekilde ardı ardına yetiştirilmesine denir. Ürünler uygun bir ekim nöbetine göre yetiştirildiklerinde verim %10 – 15 daha fazla olmaktadır.
10. Organik tarım yöntemiyle üretilen ürünlerin izlediği tüm aşamalarda (toplama, işleme, paketleme vb.) organik ürün özelliklerini yitirmemesi için mümkün olduğunca elle toplama yapılmalı, diğer aşamalarda da organik materyal kullanılmalıdır.
11. Organik üretim ve işleme sistemi içerisinde yer alan herkese, temel ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri güvenli ve sağlıklı çalışma ortamı sağlanmalıdır.

---

\* Bitki artıklarının çürümesiyle oluşan gübre, organik gübre

## **1.4.Organik Tarımın Amaçları**

### **1.4.1. Toprağın Kalitesini Arttırmak**

Toprağın doğal yaşam gücünün korunup sürdürülmesi için fiziksel, kimyasal ve biyolojik yapısının korunması, organik madde içeriğinin zenginleştirilmesi ve doğal kaynakların uygun kullanılması gerekmektedir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007). Toprak örtüsü, toprak erozyonunu önler ve toprak verimliliğinin geliştirilmesine yardım eder (Faye, 2003: 3).

Geleneksel tarımda, aynı araziye sürekli aynı ürünün ekimi yapılmaktadır. Aynı ürün, topraktan aynı mineralleri aldığından dolayı toprağın yapısı bozulmakta ve verimi düşmektedir. Ancak organik tarımda uygulanan ekim nöbetinde her sene aynı arazide farklı bir ürünün ekimi yapılmakta, farklı ürünler topraktan farklı mineralleri aldığı için toprağın yapısında bozulma söz konusu olmamaktadır. Yani geleneksel tarımdaki gibi aynı bitkiler ardı ardına ekilerek toprağın sömürülmesi önlenmekte, topraktaki bitki besin maddelerinin daha etkili kullanılması sağlanmaktadır. Bunun sonucunda da toprağın verimi artar. Ayrıca ekim nöbetiyle farklı bitkilerin aynı araziye ekilmesi sonucunda, suyun toprağa sızma derecesi artar ve su toprakta depolanır.

Aynı arazide sürekli bir bitkinin ekilmesi, toprakta mevcut belirli hastalıkların oranını artırır. Organik tarımda uygulanacak düzenli bir ekim nöbetiyle, bu hastalıklar kontrol altına alınarak toprağın ve bitkinin veriminin artması sağlanır. Örneğin, sebze üretimi yapılan alanlarda hububat türlerinin rotasyonu genel olarak önerilmektedir. Çünkü hububatlar, sebzelerde problem olan hastalık ve zararlıların birçoğuna karşı dayanıklılık eğilimindedir (Aksoy, 2005: 7).

Organik materyallerin gübre olarak kullanılması hem toprak hem de bitki açısından faydalı olmaktadır. Örneğin çay tarımında kullanılan ve toprağın yapısını olumsuz yönde etkileyen amonyum sülfat gübresi yerine, budama artıklarının ve çay artıklarının çürütülmesi ile elde edilen organik materyal, toprak yapısını iyileştirdiği gibi, bitki besin elementleri açısından da toprağı zenginleştirmektedir (DPT-Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2001: 53).

### **1.4.2. Doğayı Korumak ve Sürdürülebilir Kaynak Kullanımını Sağlamak**

Doğal kaynak kullanımının en yoğun olduğu tarım sektöründe, bu kaynakların korunarak gelecek nesillere güvenli bir şekilde bırakılması organik tarımın temel amacıdır (Tan, Köksal, 2004: 2). Kirliliğe maruz kalmamış tabii kaynakları korumak, biyolojik çeşitliliği korumak ve artırmak, toprak, insan, hayvan ve bitki sağlığı açısından üretimin sürdürülebilirliğini sağlamak bu kapsamda değerlendirilebilir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

Organik tarımda, sentetik zirai ilaçlar ve gübrelerin, tüm sentetik koruyucuların, genetik değişime uğratılmış organizmaların (GDO) ve ışınlama yöntemlerinin kullanımı yasaklanmıştır (www.orguder.org.tr, 10.06.2007). Kimyasal ilaç ve gübrelerin kullanılması bitkinin doğal yapısına zarar vermesinin yanında yüzey ve yeraltı sularının kirlenmesine de neden olmaktadır.

Organik tarım, geleneksel tarımda bilinçsiz uygulamalar sonucunda doğadaki bozulan dengeyi yeniden sağlamaya yönelik canlılara ve çevreye dost üretim sistemleri içermektedir. Örneğin ürünleri sulamada kullanılan damlama sulama sistemi ile özellikle, geleneksel tarımdaki yanlış sulama sistemlerinden kaynaklanan su ve toprak kaybının önüne geçmek amaçlanmaktadır. Kimyasal ilaç ve gübrelerin yasaklanması da yüzey ve yeraltı sularının kirlenmesini önlemektedir. Yine aynı şekilde organik tarımda, petrol gibi enerji kaynaklarının sınırlı olduğu düşünülerek, bu gibi kaynakların yerine mümkün olduğunca güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi gibi sürdürülebilir doğal enerji kaynaklarının kullanımının yaygınlaştırılması hedeflenmektedir.

### **1.4.3. Çevreyi ve İnsan Sağlığını Korumak**

Organik tarımın bütün aşamalarında, çevre ve insan sağlığı göz önünde bulundurulmaktadır. Organik tarımda, sentetik kimyasal tarımsal girdilerin, insan, hayvan ve bitki sağlığı üzerinde yarattığı tehditleri ortadan kaldırmak, doğayı tahrip etmeyen yöntemlerle, insanlarda ve hayvanlarda zehirli etki yaratmayan yüksek kaliteli tarımsal ürünlerin üretilmesi amaçlanmaktadır. Organik tarım, doğal çeşitliliği, tarımsal çeşitliliği ve toprak muhafazasını bütünleştirir. Sadece insan sağlığı değil ayrıca, tarımın yapıldığı çevrenin florası için de genetik değişime uğratılmış organizmaların, kimyasal gübrelerin, ilaçların vb.

kullanımını yok ederek yaygın tarımdan uzaklaşır (www.ifoam.org, 02.10.2007; www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

Yabancı otlarla ve hastalıklarla mücadelede kimyasal ilaçların kullanılmasını ve kimyasal gübrelerin toprağa atılmasını engelleyerek ürün kalitesini arttırmayı hedefler. İnsan ve çevre sağlığı düşünülerek tercih edilmesi gereken organik tarım sayesinde, küresel bir sorun haline gelen çevre kirliliğinin de bir anlamda önüne geçilmesi mümkündür (Filizfidanoğlu, 2007:2).

#### **1.4.4. Sosyo-Ekonomik**

Bu kapsamda değerlendirilebilecek amaçlar şu şekilde sıralandırılabilir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007):

1. Organik tarımsal üretimde, mümkün olduğu kadar yerel girdileri ve bölgesel kaynakları kullanılmak,
2. Kırsal kesimde istihdam olanaklarını artırarak bu bölgelerin gelişmesini sağlamak,
3. Organik tarımsal faaliyette bulunan girişimcilere danışmanlık ve gelir desteği sağlayarak bu girişimcilerin gelir seviyesini ve yaşam kalitesini yükseltmek,
4. Bitkisel üretimi, mevcut çevre koşullarına uygun ve hayvansal üretimle uyumlu biçimde planlamak ve yürütmek,
5. Organik tarımın geliştiği ülkelerde olduğu gibi üretici örgütlenmesini güçlendirmek,
6. Kimyasal girdilerin yasaklanmasıyla, tarımsal üretimde çalışanlara daha sağlıklı bir ortam sağlamak sosyo-ekonomik amaçlardandır.

#### **1.5. Dünya’da Organik Tarım**

Organik tarım Avrupa’da 1910’lu yıllarda uygulanmaya başlanmış, kontrollü üretim ise 1930’lu yıllarda yaygınlaşmıştır. Zaman içerisinde küçük çapta da olsa artan oranda bir gelişme göstermiş ve 1970’li yıllarda ticari anlamda önem kazanmaya başlamıştır. Bu hareket 1972 yılında Almanya’da Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu’nun (International Federation of Organic Agriculture Movements-IFOAM) kurulmasıyla daha düzenli bir hale gelmiştir. IFOAM tüm dünyadaki organik tarım hareketlerini bir çatı altında toplamayı, hareketin gelişimini sağlıklı bir şekilde yönlendirmeyi, gerekli standart ve

yönetmelikleri hazırlamayı, tüm gelişmeleri üyelerine ve çiftçilere aktarmayı amaçlamaktadır (www.ankara-tarim.gov.tr, 06.06.2007). Aşağıdaki tabloda organik üretimin kıtalara göre dağılımı gösterilmektedir:

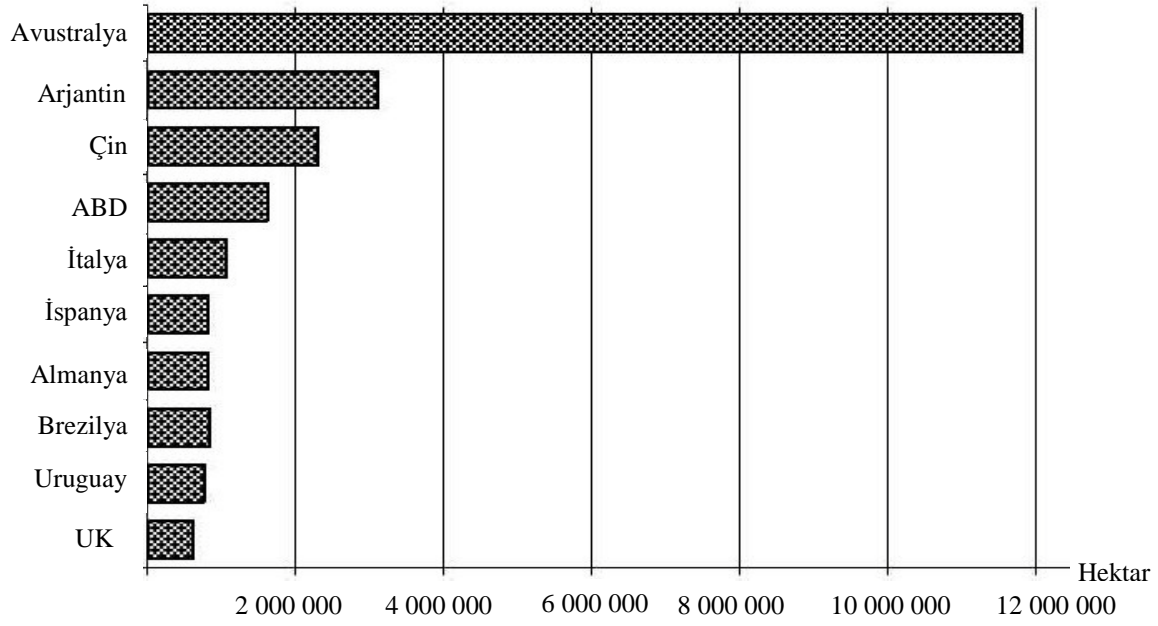
**Tablo 1: Kıtalara Göre Organik Tarım Ekim Alanları**

Kıtalar	Ekim Alanı (1000 ha)	
	2004	2007
Avrupa	5.6 milyon ha	6.9 milyon ha
Kuzey Amerika	1.4 milyon ha	2.2 milyon ha
Latin Amerika	5.8 milyon ha	5.8 milyon ha
Afrika	0.3 milyon ha	0.9 milyon ha
Asya	0.9 milyon ha	2.9 milyon ha
Avustralya/Okyanusya	10.1 milyon ha	11.8 milyon ha
<b>Toplam</b>	<b>24.1 milyon ha</b>	<b>30.5 milyon ha</b>

*Kaynak: Coşkun, 2006: 18, Willer, Yussefi, 2007: 10*

Günümüzde dünya üzerinde 30.5 milyon hektarlık alanda kontrol ve sertifikalı olarak organik üretim yapılmaktadır. 2007 yılı istatistiklerine göre, en geniş organik üretim alanına sahip olan Avustralya/Okyanusya'da toplam 11.8 milyon hektarlık alanda organik tarım yapılmaktadır (Tablo 1). Aşağıdaki grafikte en geniş organik üretim alanına sahip 10 ülke gösterilmektedir Willer, Yussefi, 2007: 26):

**Grafik 1: En Geniş Organik Ekim Alanına Sahip 10 Ülke**



*Kaynak: Willer, Yussefi, 2007: 26*

Organik ürünlere sertifika vermeye yetkili sertifikasyon kuruluşlarının çoğu Avrupa, Amerika, Japonya, Çin, Kanada ve Brezilya'da bulunmaktadır. Bu kuruluşların birçoğu kendi ülkelerinin dışında da faaliyet göstermektedir. Afrika'da Güney Afrika, Kenya, Uganda, Tanzanya ve Mısır'da olmak üzere yalnızca 8 sertifikasyon kuruluşu bulunmaktadır. Asya'daki 93 sertifikasyon kuruluşunun çoğu, Çin, Hindistan ve Japonya tabanlıdır (Willer, Yussefi, 2007: 69)

**Tablo 2: Sertifikasyon Kuruluşlarının Kıtalara Göre Dağılımı**

Kıtalara	2003	2004	2005	2006
Afrika	7	9	7	8
Asya	83	91	117	93
Avrupa	130	142	157	160
Latin Amerika&Karayip	33	33	43	43
Kuzey Amerika	101	97	84	80
Okyanusya	10	11	11	11
Toplam	374	383	419	395

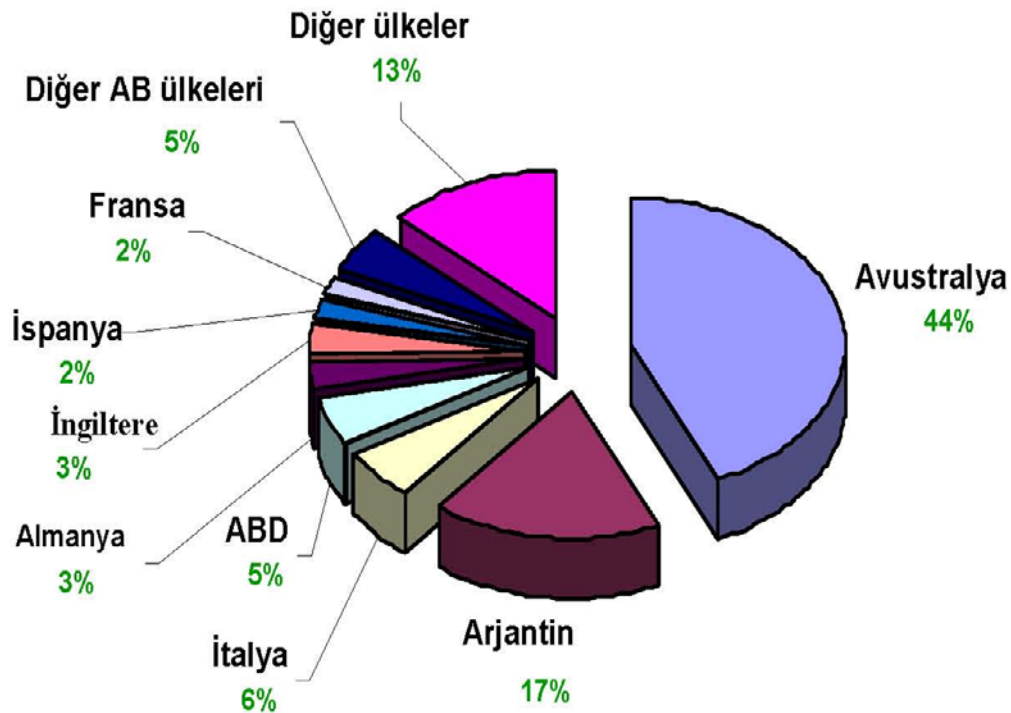
*Kaynak: Willer, Yussefi, 2007: 69*



Dünya üzerinde 130 dolayında gelişmiş, gelişmekte veya az gelişmiş ülkede kontrollü ve sertifikalı organik üretim yapılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde, bir taraftan ticaret politikaları, fiyat politikaları ve çeşitli tarım destek politikaları uygulanırken, diğer taraftan sürdürülebilir tarımın en önemli amacı olan çevre ve doğal kaynakların korunmasına yönelik politikalar mevcuttur (Tan, Köksal, 2004: 3).

Gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde, Mısır gibi birkaç ülke dışında organik ürün iç pazarı gelişmemiş olup organik üretim, birkaç ürünün dışsattımına yönelik olarak gelişmiştir. Bu ülkeler, küreselleşen organik ürün pazarında rekabet edebildikleri ürünlerin üretimine yönelmektedir (Aksoy, 2005: 3). Bu yüzden dünyada hızla yayılan organik tarıma dayalı üretimde, genellikle ülkelerin geleneksel ürünleri ilk olarak üretilmeye başlanmıştır. Hindistan'da çay, Danimarka'da süt ve süt ürünleri, Arjantin'de et ve et ürünleri, Orta Amerika ve Afrika ülkelerinde muz, Tunus'ta hurma, zeytinyağı, Türkiye'de kurutulmuş ve sert kabuklu meyveler organik olarak üretilen ilk ürünlerdir (Demir, Gül, 2004: 2).

**Grafik 2:** Dünya'da En Fazla Sertifikalı Organik Ürüne Sahip Olan Ülkelerin Oranı



*Kaynak: Erdem, 2006: 4*

### 1.5.1. Avrupa'da Organik Tarım

Dünya'da organik üretim yapılan çiftliklerin çoğunluğu Avrupa'da bulunmaktadır. Avrupa Birliği'nde (AB) organik üretim yapılan alanlarda ve çiftlik sayılarında düzenli bir artış trendi olduğu belirtilmektedir. Birliğe üye ülkelerde organik tarıma ayrılan alanları arttırmak için hükümetler mali destek sağlamaktadır (Demiryürek, 2004: 65).

AB'de tarımsal üretim faaliyeti, ortak piyasa düzenlemelerine göre Ortak Tarım Politikası (OTP) kapsamında sürdürülmekte ve desteklenmektedir. AB'de tarımsal üretimi arttırmak, üreticilere daha iyi bir yaşam seviyesi oluşturmak ve piyasaları istikrara kavuşturarak arzın devamlılığını sağlamak hedeflerini gerçekleştirmek üzere, 1960 yılında tesis edilen Ortak Tarım Politikası, 1962 yılında uygulamaya konulmuştur. Genel olarak AB'de organik tarım;

- 1)OTP düzenlemeleri ve bu kapsamda yer alan kırsal kalkınma düzenlemeleri ve tarım-çevre ilişkilerini ilgilendiren düzenlemeler,
- 2)Çevre politikaları kapsamında ele alınan çeşitli düzenlemeler,
- 3)AB üyesi her ülkenin kendi koşullarına uygun olarak geliştirmiş olduğu ulusal programlarla yönlendirilmektedir ( Özyakışır, 2008:3, Sayın, 2002: 32).

Tarımsal ürünlerde Ortak Pazara üye ülkeler arasında yürütülmekte olan OTP üç temel ilke üzerinde kurulmuştur. Bunlar tek pazar, topluluk tercihi ve mali dayanışmadır.

Tek Pazar ilkesi ile üye ülkelerde tarım ürünlerinde serbest dolaşım sağlamak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, serbest dolaşımı engelleyen uygulamalar kaldırılmakta ve ülkeler arasında ortak fiyat ve rekabet kuralları uygulanmaktadır. Topluluk tercihi ilkesi ile, topluluk içi piyasalarda ve topluluğun sınırlarında, üye ülkelerin ürünlerine öncelik verilmektedir. Bu uygulamayla üye ülkelerin ürünleri ithalata karşı korunmaktadır. Mali dayanışma ilkesi ile uygulanacak ortak tarım politikalarının finansmanının üye ülkeler tarafından ortaklaşa karşılanması amaçlanmaktadır. Ortak politikaların finansmanını sağlamak için de Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu kurulmuştur (Gündüz, Kaya, 2007: 307).

AB'de organik tarıma yönelik başka bir uygulama da, birliğe üye ülkelerin ürettikleri organik ürünlere, sertifikasyon kuruluşları tarafından denetlendikten sonra logo konulması

zorunluluğudur (Dolun, 2003: 24). Bu uygulamayla, organik ürüne yönelen tüketici hem aldatmaca ürünlere karşı korunmakta, hem de tüketicinin ürüne olan güveni sağlanarak özellikle iç pazardaki talep arttırılmaktadır.

AB'nin son yıllardaki organik tarıma yaklaşımı incelendiğinde, kırsal alanlara özelleşmiş bir üretim şekli olmamasına rağmen, organik tarımın kırsal kalkınma politikalarıyla bütünleştirilmeye çalışıldığı gözlenmektedir. AB kırsal alanlarda organik tarımı, tek taraflı ve arza dayalı bir stratejiden farklı bir şekilde, özellikle talebe dayalı bir stratejiyle bütünleştirmeye çalışmaktadır. Organik tarımda sürdürülebilir bir gelişme sağlamak için, arz-talep dengesinin kurulması gerekliliği, kırsal kalkınmayı destekleyen politikaların oluşturulmasında en temel konudur (Gündüz, Kaya, 2007: 314).

AB'ye üye ülkelerde, organik üretim yapanlara çeşitli destekler yapılmaktadır. Doğrudan üreticiye, birim alana veya hayvan başına teşvik sübvansiyonunun yanında ayrıca, pazarlamaya yönelik çeşitli desteklemeler uygulanmaktadır. Teşvik sübvansiyonunun verilmesinde, bölgenin özelliği, ürün çeşidi ve işlenen alanın özeliğine bağlı olarak %20-%40 oranında değişiklik olmaktadır. Pazarlamaya yönelik yapılan destekler ile üreticilerin bir pazarlama organizasyonuna bağlı olarak faaliyette bulunması sağlanmakta ve organik ürünlere ilişkin pazarlama kavramı geliştirilmektedir (Sayın, 2002: 35) .

Danimarka'nın organik ürün pazarı oldukça gelişmiştir. Çünkü ürün belgelendirme ve etiketlemedeki etkinlik, tüketicilerin güvenini sağlamıştır. Ayrıca organik ürünlerin süpermarket gibi tüketicilerin kolayca ulaşabileceği yerlerde sunulması da pazarın gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bir diğer önemli faktör de, organik ürün fiyatlarının geleneksel ürün fiyatlarından diğer ülkelere göre daha düşük olmasıdır (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 125). Lampkin tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Danimarka'da organik tarıma yönelik politikalar, organik üreticiler, hükümet, geleneksel tarım yapan çiftçiler, ticaret birlikleri, tüketiciler ve çevresel gruplar arasında yapılmaktadır. Bu kapsamda kurumsal ve ticari ihtiyaçları karşılamak kadar talep ve arz, tüketim ve satış, kalite ve sağlık, ihracat fırsatları gibi konular ön plândadır (Lampkin, 2002: 2).

Almanya'da organik tarımın gelişimi Rudolf Steiner'in öncülüğünde başlamıştır. Steiner'e göre çiftlik yaşayan bir organizma olup, maddi olmayan bir etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu etkileşimi gerçekleştiren dinamik güçlerin etkisi, biyodinamik çalışmalar ile arttırılmaktadır. Steiner'in ortaya çıkardığı bu akıma bağlı kalanlar daha sonra Demeter

adında bir araştırma kuruluşu kurmuştur. Bu kuruluşun bünyesinde tarımsal üretime ilişkin sertifika vermeye başlamışlardır. Almanya federal yapıya sahip olan bir ülkedir. Bu yapı sebebiyle her eyalette, organik tarımla uğraşan çiftçileri desteklemek için farklı programlar uygulanmakta, bu programlara katılım için farklı şartlar gerekmektedir. Almanya’da organik tarıma verilen destek üretim, pazarlama ve sertifikasyonu içermektedir (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 27-83). Almanya’da organik tarıma yönelik olarak, rekabetçi piyasa koşullarını hedef alan bir bilgi ağı programına geçilmiştir. Bu program, arz-talep dengesi içinde yer alan tüm elemanları (girdi sağlanması, ürünlerin işlenmesi, dağıtılması, perakendeciler ve tüketiciler) göz önünde bulundurmaktadır. Bu kapsamda, 70 milyon Euro’luk bir fon ayrıldığı vurgulanmaktadır. Bu miktar, özellikle tüketicileri bilgilendirme kampanyalarına yönelik olarak harcanmaktadır (Gündüz, Kaya, 2007: 315).

İngiltere’de organik tarım, 1980’lere kadar sınırlı kalmış, özellikle bu dönemde ortaya çıkan çevre kirliliğinden kaynaklanan sorunlar nedeniyle tekrar gündeme gelmiştir. İngiltere’nin şu anki durumunda organik ürünlerin neredeyse her çeşidi için önemli bir talep bulunmakta, ancak sektörde bir tüketim kalıbı oluşmamıştır. Organik ürün ihracatı da yok denecek kadar azdır (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 95).

Son yıllarda AB’de uygulanan ortak tarım politikasında bir takım reformlara gereksinim duyulmaktadır. Bu gereksinim bazı iç ve dış gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Dış gelişmeler; dünyadaki gıda talebinin artış göstermesi, daha liberal ticaret politikalarına geçiş eğilimi, Dünya Ticaret Örgütüne karşı sorumluluklar ve AB’nin genişlemesinin doğurduğu gelişmelerdir. İç gelişmeler ise; belirli sektörlerde pazar dengesinin bozulması, çevreye ilişkin yeni kuralların tüm mevzuata uygulanmasını öne süren Amsterdam Antlaşması, yerelleşmiş ve daha basit-şeffaf kurallara ihtiyaç duyulması, mevcut OTP ile bütçe üzerinde ortaya çıkan aşırı yük gibi konulardır (Sayın, 2002: 33).

Avrupa’daki ülkelerde organik tarım oldukça başarılı bir seyir izlemektedir. Bunun nedeni, Avrupa ülkelerinde, özellikle organik ürün üreticilerine sağlanan destekler ve kolaylıklardır. Üreticilere sağlanan maddi avantajlar, üretici ve tüketicilere yeterli bilgi akışı, ürün çeşitliliği, ulusal semboller ve yasal koruma ve plânlama faaliyetleri bu destek ve kolaylıklardan bazılarıdır (Altındışli, 2004: 21).

### 1.5.2. Asya'da Organik Tarım

Dünya'da organik alanların yaklaşık %9'una sahip Asya'da toplam 2,9 milyon hektar alanda organik üretim yapılmaktadır. Organik tarımdaki yıllık artış %30–40 arasındadır. Organik tekstilde Hindistan, Tayland, Bangladeş ve Pakistan ileri gitmiştir. Endonezya, Vietnam ve Filipinler gibi ülkelerin sertifikalı ürünlerinin yaklaşık %90'ı özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika'ya ihraç edilmektedir. Özellikle Çin iç piyasasındaki gelişmeler dikkat çekici boyutlardadır. Bu ülkedeki organik üretim artarken işlenmiş ürünler ithal edilmektedir (Altındışli, 2007: 34).

Çin, Güney Kore, Singapur ve Tayvan, Asya'da gelişen pazarlar olarak görülmektedir. Çin ve Hindistan ihracatçı konumundaki ülkelerdir. Japonya ise üreticiden çok tüketici konumundadır (Aksoy vd. 2005: 3). Bu yüzden Japonya, Türkiye gibi ihracatçı ülkeler için organik ürün pazarı oldukça gelişmiş bir ülkedir. 1 Nisan 2001'den itibaren yürürlüğe konulan JAS (Japon Agriculture Standard-Japon Tarım Standardı), organik ürünlere yönelik sertifikasyonu zorunlu hale getirmiştir. Organik belgelendirmeye yönelik işleyici firmalar ve dış ticaret firmaları tarafından talebin artması sonucu, bazı Japon belgelendirme kuruluşları, IFOAM veya ABD (Amerika Birleşik Devletleri) standartlarını baz alarak faaliyete başlamışlardır (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 142).

Tayvan'da süper market yöneticileri, organik gıdaları çok kârlı ve son gelişen bir trend olarak nitelendirmektedir. Bu ülkede giderek artan organik gıda talebini karşılamak üzere, mağaza zincirleri dışında, tüketicilerin üreticiden sipariş edebileceği web siteleri oluşturulmuştur. Ayrıca yeni ürünlere açık olunması, batı tarzı tüketim birimlerinin çoğalması ve sağlıklı tüketim eğilimi doğrultusunda organik ürünlere olan talebin artması bu pazarda yoğun rekabet yaratmaktadır (Marangoz, 2005: 29).

Japonya, organik pazarı gelişmekte olan bir diğer Asya ülkesidir. Japonya'da organik gıda pazarının özellikle son yıllarda büyümesinin en önemli nedenlerinden birisi, iklim nedeniyle tarım alanında yüksek oranda girdi kullanımının önüne geçme isteğidir. Ayrıca organik gıdaların, Japon tüketicilerinin doğa ile uyumlu halde yaşama felsefesine uygun olması, tüketicilerin yerelliğe ve daha çok emek ile üretilen ürünlere göreceli olarak daha fazla önem vermesi, organik ürünlere olan talebi arttırmaktadır (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 138).

### 1.5.3. Amerika'da Organik Tarım

Kuzey Amerika kıtasında yer alan ABD, 1940'lı yılların sonlarından itibaren organik tarımsal ürünler üretmeye yönelmiş ve bu ürünlerdeki büyümesini de 1990'larda gerçekleştirmeye başlamıştır. ABD Tarım Bakanlığı (USDA), organik ürünlere ait standartların geliştirilmesi için görevlendirilmiştir. Organik üretimin desteklenmesine yönelik uygulanan başlıca programlar şunlardır: belgeleme masraf paylaşımı programı, araştırma ve teknik yardım, doğal kaynakları koruma önlemleri, pazarlama vergisinden muaflık, ihracatı geliştirme, ürün sigortası ve diğer destekler. Son yıllarda organik tarım alanında önemli yatırımlar gerçekleştiren Kanada, gerek doğrudan gerekse diğer tarımsal destekler aracılığıyla çeşitli kesimlere destek sağlamaktadır. Ayrıca üreticilerin uluslararası alanda rekabet avantajı sağlayabilmeleri ve organik tarımda ar-ge faaliyetleri gerçekleştirmek amacıyla 850 000 \$'lık bir fon ile Kanada Organik Tarım Merkezi (Organic Agriculture Center of Canada) kurulması plânlanmaktadır (Tarakçıoğlu, Koç, 2005: 31-33).

Güney Amerika'da toplam 5,8 milyon hektar arazide organik tarım yapılmaktadır. Uruguay, Meksika ve Arjantin en fazla organik üretim alanına sahip ülkelerdir. Organik ürünlerin büyük bir bölümü ihraç edilirken en büyük dış pazar Avrupa ve ABD'dir. Meksika dünyanın en büyük organik kahve üreticisidir. Paraguay, Brezilya, Ekvator ve Arjantin organik şeker üretimi açısından önemli ülkelerdir. Dominik Cumhuriyeti'nde muz üretiminin %70'i organik tarım yöntemine göre yapılmaktadır (www.eto.org.tr, 19.01.2008).

ABD'de yapılan bir araştırmada, tüketicilerin hangi nedenlerden dolayı organik ürünleri tercih ettiği araştırılmış ve tercihlerin % olarak dağılımı incelenmiştir. Buna göre;

- Tüketicilerin %66'sının organik ürünleri sağlıklı ve daha besleyici olduğu için,
- %38'inin tadının daha iyi olduğunu düşündüğü için,
- %30'u gıda güvenliği (ilaç kalıntısız, hormonsuz ürün) sağlaması bakımından,
- %26'sı çevreye olumlu etkileri olduğu yönündeki düşüncelerinden dolayı organik ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Kaya, 2003: 24).

#### **1.5.4. Afrika'da Organik Tarım**

Afrika kıtasının gerek mevsimi gerekse toprak yapısından dolayı Afrika ülkeleri, dünyada en az organik tarım alanlarına sahiptir. Buna rağmen çok çeşitli organik ürün üretilmektedir (Marangoz, 2005: 30). Afrika'da yaklaşık 900 bin hektar alanda organik tarım yapılmaktadır. Mısır ve Güney Afrika dışındaki ülkelerde organik ürün pazarı hala düşük seviyelerdedir (www.eto.org.tr, 19.01.2008). Mısır'da 1999 yılı itibariyle 300 organik tarım işletmesi bulunmakta olup, organik tarım yapılan alanların oranının toplam tarım alanına oranı % 0,14 civarındadır ( Altındişli, 2004: 16).

Mısır'da pek çok ürünün ekolojik yöntemlerle üretilmesine öncülük eden Sekem firması, 1977'de kuruldu. Uluslararası standartlara uygun olarak kontrol edilen ve belgelendirilen Sekem ürünlerinin yüzde yetmiş tamami iç pazarda tüketiliyor. Sekem kendi bünyesinde kurduğu şirketler kanalıyla, firmalara üretimde kullanılmak üzere hammadde sağlıyor, yerli ve yabancı pazarlara paketlenmiş taze meyve, sebze üretimi yapıyor. Bugün Sekem'de 150'den fazla çiftlikte ve 2 bin hektar alanda, pamuktan muza ve tıbbi bitkilere kadar çok çeşitli organik ürün yetiştiriliyor (Ananias, 2004:1).

Doğu Afrika'da organik tarım sektörü, hızlı bir şekilde büyümektedir. Organik tarım özellikle büyük ölçekli arazilere oranla daha az kimyasal girdi kullanan küçük tarla sahipleri arasında büyük ilgi görmektedir. Doğu Afrika'da organik tarım uygulamaları, küçük arazi sahiplerinin üretimiyle başladığından dolayı, kahve, çay, kakao ve ipek gibi yerel ürünlere odaklanmıştır. Bunun dışında vanilya, susam, tropik meyveler, baharatlar gibi geleneksel olmayan ürünler üretilmektedir. Ayrıca Doğu Afrika'da, Doğu Afrika Organik Ürün Standartları (EAOPS)'nın kurulmasıyla, organik ürün pazarı ve bu pazarın büyümesi için tek tip bir yöntem oluşturuldu. Ruanda, Afrika kıtasında, verimli toprakları ve uygun iklimiyle organik üretim için iyi koşullara sahip olan bir ülkedir. Ruanda hükümeti, organik tarımı özendirmek için bazı uygulamalar yapmaktadır. Ancak, sertifika sürecinin maliyeti ve eğitim eksikliği ile bağlantılı sınırlamalar mevcuttur. Bu yüzden sertifikalandırmayı kolaylaştırmak ve eğitim sağlamak öncelikli hedefler arasındadır (www.intracen.org, 06.04.2008).

#### **1.6. Türkiye'de Organik Tarım**

Türkiye, biyolojik çeşitliliği, iklimi ve topografik zenginliği, Asya-Avrupa gibi iki önemli pazar arasındaki köprü konumu, verimli tarım arazileri, tarımdaki geleneksel

tecrübesi ile organik tarımda oldukça avantajlı bir ülke konumundadır. Ancak bu zenginliklerin üretken hale getirilebilmesi için hedefe yönelik üretim yapılması ve katma değeri yüksek ürünlerin pazarlanması gerekmektedir. Genel olarak yüzey şekilleri bakımından sade bir özellik gösteren Ege bölgesi ovaları, İç Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Marmara bölgelerinde tarım alanları geniş alanları kaplar. Buna karşılık kıyıya paralel dağ sıralarının uzandığı, eğim değerlerinin yer yer yüksek olduğu Karadeniz ve Akdeniz bölgelerinde, tarım alanları büyük ölçüde daralmıştır (www.millidegerlerikorumavakfi.org, 16.08.2007). Aşağıdaki tabloda, bölgelere göre organik üretim gösterilmektedir:

**Tablo 3:** Bölgelere Göre Organik Üretim Göstergeleri (2005)

Bölgeler	Çiftçi Sayısı (%)	Üretim Alanı (%)
Ege Bölgesi	35.2	32.3
Karadeniz Bölgesi	18.6	4.8
Doğu Anadolu Bölgesi	17.1	14.9
İç Anadolu Bölgesi	16.4	2.7
Akdeniz Bölgesi	6.1	31.1
Marmara Bölgesi	5.9	4.2
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	0.7	10.0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Kaynak: Engiz, 2006: 19*

Ülkemizde organik tarım ilk olarak 1984-1985 yıllarında Ege bölgesinde geleneksel ihraç ürünleri olan kuru incir ve kuru üzüm gibi ürünlerde sözleşmeli üretim sistemi ile yapılmıştır. Daha sonra bu ürünlere kuru kayısı, fındık gibi ürünler de katılarak farklı bölgelerimize yayılmıştır (Demir, Gül, 2004: 3).

Ülkemizde, dış pazarlarca talep edilen çeşitlerin, talep edilen miktarlarda üretilmesiyle başlayan organik tarım ürünleri üretimi, 2000'li yıllarda yeni bir boyut kazanmıştır. Organik tarım pazarlarına yeni ürünler sunulmakta ve geleneksel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabaları yoğunluk kazanmaktadır. Bu bağlamda, kuru incir, kuru üzüm ve kuru kayısı ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi, işlenmiş gıda ürünleri ve diğer tarım ve gıda ürünleri olarak sınıflandırabileceğimiz sektörel yelpazeye ulaşmıştır (Marangoz, 2005: 31).



**Tablo 4:** Yıllara Göre İhracat Değerleri

YIL	MİKTAR ( kg )	TUTAR ( \$ )
1998	8 616 687	19 370 599
1999	12 049 949	24 563 892
2000	13 128 934	22 756 297
2001	17 556 280	27 242 407
2002	19 182 859	30 877 140
2003	21 083 351	36 932 995
2004	16 093 000	33 076 319
2005	9 319 328	26 230 250
2006	10 374 493	28 236 617
2007	9 346 677	29 359 321

*Kaynak: www.tarim.gov.tr (17.07.2008)*

### 1.6.1.Mevzuat

Mevzuatın amacı; çevre dengesinin korunması, organik tarımsal faaliyetlerin yürütülmesi ve organik tarımsal üretim ve pazarlamanın düzenlenmesi, geliştirilmesi, yaygınlaştırılmasına ilişkin usul ve esasları belirlemektir (Erdem, 2006: 22). Türkiye’de bu konuda yapılan düzenlemeleri şu şekilde sıralayabiliriz (Engiz, 2006: 5):

- 1992’de ETO (Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği) kuruldu.
- 29.06.1995’de yönetmelik değişikliği yapıldı.
- 11.07.2002’de yönetmelik yeniden düzenlendi.
- 04.08.2003’te ATÜT (Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri) dairesi kuruldu.
- 03.12.2004’te OTK (Organik Tarım Komitesi) kuruldu.

Bir organik ürünün pazara sunulabilmesi için tüm üretim sistemi ve zincirinin mevzuata uygunluğunun bağımsız kontrol ve sertifikasyon firmaları tarafından denetlenerek sertifikalandırılması gerekmektedir. Yönetmeliğe göre Türkiye’de faaliyet gösterecek kontrol ve sertifikasyon kuruluşları Tarım ve Köyişleri Bakanlığı’ndan yetki almak zorundadırlar (www.eto.org, 04.10.2007).

Başlangıçta ithalatçı ülkelerin mevzuatına göre yapılan üretim ve ihracat, 1991 yılında 2092/91 sayılı AB Konsey Tüzüğü’nün yürürlüğe girmesiyle, söz konusu Tüzük esas alınarak yapılmaya başlanmıştır. 2092/91 sayılı Konsey Tüzüğü’nün 14 Ocak 1992 tarihinde yayımlanan 94/92 sayılı ekinde, AB’ye organik ürün ihraç eden ülkelerin kendi mevzuatını oluşturmaları zorunluluğu getirilmiştir. Bu yüzden Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı çeşitli

kurum ve kuruluşların işbirliği ile yönetmelik hazırlama çalışmalarına başlamış ve “Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik”, 18.12.1994 tarih ve 22145 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik, 29.06.1995 tarih ve 22328 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan düzeltme metni ile değiştirilmiştir. Yönetmelik daha sonra Topluluk mevzuatında 1991 yılından sonra yapılan değişiklikleri içerecek şekilde güncellenmiş ve “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” 11.7.2002 tarih ve 24812 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkındaki Yönetmelik” 22.08.2003 tarih ve 25207 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Bu değişiklik ile organik tarımla ilgili Tarım ve Köy İşleri Bakanlığındaki görev ve yetkiler, Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü bünyesinde 04.08.2003 tarihinde kurulan ATÜT Daire Başkanlığına verilmiştir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

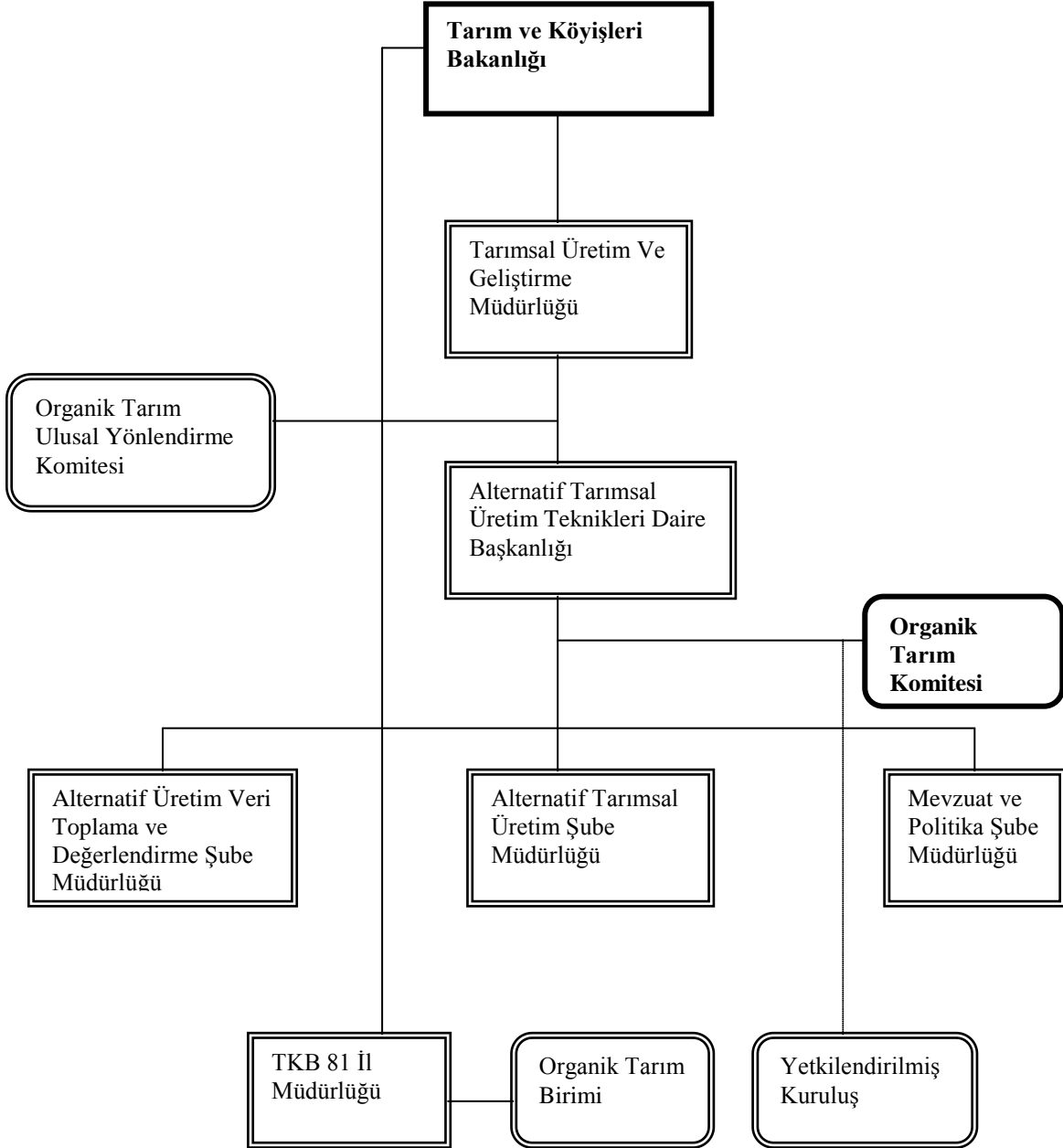
### **1.6.2.Kurumsal Yapı**

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarımsal Üretimi Geliştirme Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri Daire Başkanlığınca; organik tarımsal üretimle ilgili eğitim, denetim, mevzuat hazırlama, yürürlüğe koyma, veri tabanı oluşturma ve ulusal düzeyde organik tarım projeleri hazırlama ve uygulama hususlarında çalışmalar yürütülmektedir. Organik tarım faaliyetlerinin denetiminin daha etkin yürütülmesi amacıyla Tarım İl Müdürlükleri bünyesinde, Organik Tarım Birimleri (OTB) oluşturulmuştur. Ayrıca Avrupa Birliğine uyumla ilgili çalışmalar ilgili Başkanlık tarafından yürütülmektedir.

01.12.2004’te kabul edilen ve 25659 sayılı 03.12.2004 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Organik Tarım Kanununun amacı; tüketiciye güvenilir, kaliteli ürünler sunmak üzere organik ürün ve girdilerin üretiminin geliştirilmesini sağlamak için gerekli tedbirlerin alınmasına ilişkin usul ve esasları belirlemektir. Bu kanun, organik tarım faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin kontrol ve sertifikasyon hizmetlerinin yerine getirilmesi ve bakanlığın denetim usul ve esasları ile yetki, görev ve sorumluluklara dair hususları kapsar. Organik Tarım Kanununun uygulanmasında; organik tarımın geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapmak ve Bakanlık içi koordinasyon ve değerlendirme hizmetleri ile yetkilendirilmiş kuruluşların, işletmelerin, müteşebbislerin, kontrolör ve sertifikelerinin faaliyetlerini izlemek üzere Bakanlık bünyesinde OTK kurulmuştur. Ayrıca organik tarımın ticaretini, tanıtımını, araştırmalarını ve diğer organik tarım faaliyet stratejilerini belirlemek ve Bakanlık dışı kurum ve kuruluşlarla koordinasyon ve izleme hizmetlerini yapmak üzere Organik Tarım Ulusal Yönlendirme

Komitesi (UYK) kurulmuştur. Bu kanun ile organik tarım faaliyetlerinin her türlü kontrol ve sertifikalandırma işlemleri, Bakanlıkça yetkilendirilmiş kuruluşlara verilmiştir. Organizasyon şeması aşağıdaki gibidir:

**Şekil 1: Organizasyon Şeması**



**Kaynak:** [www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr) (06.06.2007)

Organik ürünler mutlaka organik ürün sertifikasına sahip olmalıdırlar. Bu sertifikayı Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş bağımsız ve özel kontrol ve sertifikasyon kuruluşları vermektedirler. Sertifika sistemi ürünlerin, organik standartlara göre

üretildiğinin, işlendiğinin ve paketlenildiğinin bir garantisidir. Bu da tüketicilere güvence vermenin yanında, üreticileri ve firmaları haksız rekabete karşı korumakta, ayrıca ürüne verilen kod numarası ve kayıt sistemiyle izlenebilirlik sağlamaktadır (II. Tarım Şurası, 2007: 57; Aksoy vd, 2005: 5).

### **1.6.3.Tarım Destekleri**

Türkiye’de, genel olarak tarımsal üretimde uygulanan doğrudan gelir desteği (DGD) projesi kapsamında organik üretim yönlendirilmektedir (İstanbul İl Özel İdaresi, 2005: 23). Çiftçilere, yıl içerisinde işledikleri ÇKS (Çiftçi Kayıt Sistemi)’de kayıtlı tarım arazisi büyüklüğü dikkate alınarak, en fazla 500 dekar için DGD ödemesi yapılır. Müracaat ettikleri toplam arazi miktarı 1 dekarın altında olan çiftçilere DGD ödemesi yapılmaz. Bununla birlikte organik tarım yapan ve toprak analizi yaptıran çiftçilere, tavsiye edilen üretim tekniklerini kullandıkları araziler dikkate alınarak ilave DGD ödemesi de yapılır. Dekar başına yapılacak temel ve ilave DGD miktarları Bakanlık tarafından açıklanır. ÇKS’ye dahil olup, DGD ödemesinden faydalanacak olan çiftçilere, birim alan üzerinden ürün gruplarına göre mazot ve kimyevi gübre destekleme ödemesi yapılır (www.tugem.gov.tr, 29.10.2007). 30.04.2005 tarih ve 25801 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Bitkisel Üretimle İlişkili Olarak, Doğrudan Gelir Desteği Ödemesi Yapılmasına İlişkin Tebliğ” ile organik tarım üreticilerine DGD’ye ilave olarak dekara 3 YTL ek destek ödenmesi sağlanmıştır. 2007 yılı için dekar başına 5 YTL ilave DGD ödenmesi kararlaştırılmıştır.

Desteklerin alanları ile yöntemlerinin doğru olması yanında, miktarları da önemlidir. Çünkü uluslararası rekabet koşullarında kalite, standart gibi özelliklerle birlikte maliyetler ve buna bağlı olarak desteklerin düzeyi de büyük oranda rol oynamaktadır. Çünkü dış ticarete sadece mukayeseli üstünlük değil, mutlak üstünlük geçerli olmaktadır. Mutlak üstünlük ise, büyük ihracat destekleri ve iç desteklerle sağlanabilmekte, bir taraftan maliyetler düşürülürken diğer taraftan düşük fiyatlarla dünya piyasalarına ürün satılmaktadır. Bu nedenle, organik tarıma yeterli destek verilmeyen ülkelerde, girişimciler, sürdürülebilir bir tarım sektörü oluşturmada zorlanmaktadır (Bayraktar, 2006: 7).

### **1.6.4.Eğitim ve İletişim**

Ülkemizde organik tarım konusunda birçok üniversitede lisans ve lisansüstü düzeyde ders verilmektedir. Lisans düzeyindeki dersler organik tarım hakkında genel konuları içerirken lisansüstü düzeyindeki derslerde bahçe bitkileri, bağ, meyve, yetiştiriciliği, hasat

sonrası fizyolojisi veya bitki koruma uygulamaları gibi özel konulara inilmektedir (Aksoy vd, 2005: 14).

Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri Daire Başkanlığı'nca her yıl Tarım İl Müdürlüklerinde organik tarım konusunda eğitimler düzenlenmektedir. Hizmet içi eğitim programlarında; organik tarımın temel ilkeleri, çiftlik planlaması, farklı ürün gruplarında yetiştirme tekniği, hasat sonrası işlemler, işleme, pazara hazırlama ve pazarlama, veri tabanı, kontrol ve sertifikasyon gibi farklı konulara yer verilmektedir.

Tarım Bakanlığı ilgili, kurum/kuruluş ve sivil toplum örgütleri ile birlikte organik tarım ve organik ürünlerin tanıtımı ile ilgili eğitim programları, konferanslar ve seminerler düzenleyerek, üretici ve tüketiciler bilgilendirilmektedir. Ayrıca Organik Tarım Kanunu ile, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde yayın yapan ulusal, bölgesel, yerel radyo ve televizyonların, üretici ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi amacıyla organik tarımla ilgili ayda en az 30 dakika eğitici yayın yapmaları konusunda tedbir alınmıştır (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

Tarımsal işletmelere ve çiftçi ailelerine tarımsal konulardaki yeni bilgi ve teknolojiler aktarılmakta, tarımsal faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar tespit edilerek, çözüm yolları öğretilmektedir. Çözüm yollarının bulunmadığı konularda ise karşılaşılan sorunlar araştırma kurumlarına bildirilmektedir. Araştırma kurumlarınca sonuçlandırılan ve uygulanmasına karar verilen bilgiler çiftçiye ulaştırılarak, benimsetilmekte ve uygulanması sağlanmaktadır. Bu bağlamda yayım çalışması için geri besleme çok önemlidir. Bu bilgilerin ulaştırılması hem teorik hem de işletmede uygulamalı olarak yapılmaktadır (İstanbul İl Tarım Müdürlüğü, 2005: 24).

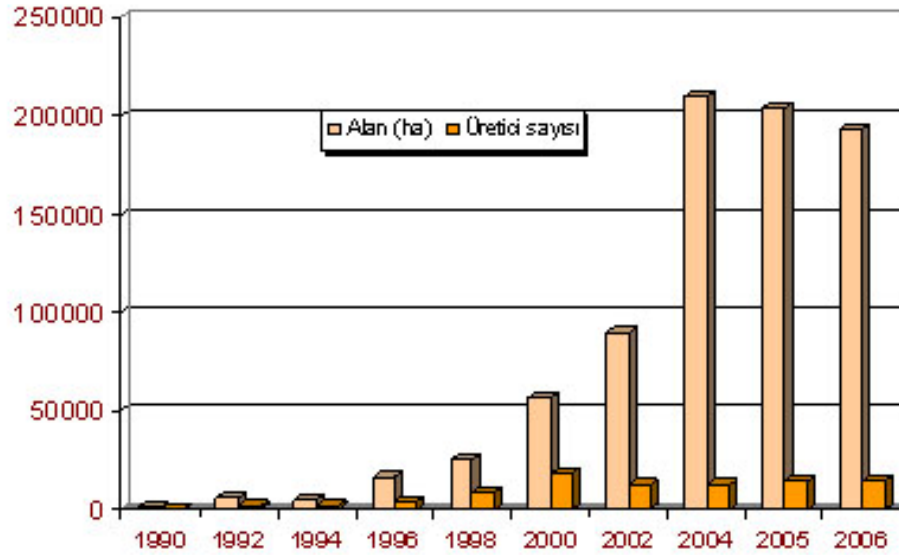
### **1.6.5.Üretim ve Pazarlama**

Yurt dışında organik ürün üretimi, o ülkelerdeki tüketicilerin talebi üzerinde artarken, bizim ülkemizde organik tarım, yurt dışından gelen talepler üzerine yapılanmaya başlamıştır. 1984-1985 yıllarında, yabancı firmalar, kendi ihtiyaçları olan ürünleri, anlaşmalı çiftçiler aracılığıyla yetiştirerek ve elde edilen ürünleri Türk ihracatçılardan ithal edecek şekilde, organik üretim projeleri tesis etmişlerdir. Bu yıllarda danışmanlık, denetim ve sertifikasyon hizmetleri, tamamen yabancı kişi ve kuruluşlar tarafından verilmiştir. 1990'lı yılların başında

ise az da olsa Türk uzmanlar yetişmiş ve yabancı firmaların ülkemizdeki temsilciliklerini yapmaya başlamışlardır (Dolun, 2003: 6).

Organik tarım uygulamalarında ülkemiz için başlangıç olarak kabul edilen 1985 yılında sadece ihracata yönelik talepler doğrultusunda 8 ürüne yönelik yapılan üretim günümüzde 205 ürüne ulaşmıştır. Fındık, ceviz, antepfıstığı, kuru incir, kuru kayısı, kuru üzüm, baklagiller, tıbbi aromatik bitkiler, pamuk, üzüksü meyveler ile yaş meyve sebzenin organik tarım metotlarına uygun olarak üretimi yapılmaktadır (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

**Grafik 3:** Organik Üretim Alanındaki Ve Üretici Sayısındaki Değişim



*Kaynak: www.eto.org.tr (04.10.2007)*

1990 yılında sadece 8 farklı ürün 1 037 ha (hektar) alanda organik olarak üretilirken üretim miktarı ve ürün yelpazesi yıllar içinde özellikle 2000 yılından itibaren büyük artış göstermiştir. 2006 yılı verilerine göre 210 ürün toplam 192 789 ha alanda üretilmektedir ve toplam üretici sayısı 14 256'ya ulaşmıştır (www.eto.org.tr, 04.10.2007).

Ülkemizde üretilen organik ürünlerin büyük kısmı hala ihracata yönelik üretilmekte ve satılmaktadır. 1990'ların sonlarından itibaren iç pazardaki organik ürün talebini geliştirmeye yönelik, büyük süpermarketlerde tanıtım girişimleri yapılmıştır. Ancak organik ürünler konusunda tüketici bilincinin yetersiz olması, ürün sayısının sınırlı ve fiyatlarının da yüksek olması gibi nedenlerden dolayı, bu girişimler pek başarılı olamamıştır. Daha sonra, büyük

şehirlerde, büyük süpermarketlerin yanında, doğal ve organik ürünlerin satışına yönelik dükkânlar açılmıştır. Bu sayede tüketicilerin bilinçlenmesi sağlanmış ve bunu sonucunda iç pazardaki talepte bir artış gözlenmiştir (Demiryürek, 2004: 68). 2006 yılına gelindiğinde ilk ekolojik pazar çalışmaları hayata geçirilmiş, İstanbul ve Bursa'da organik ürün pazarları açılmıştır. Bütün bu çalışmalara rağmen ne yazık ki iç piyasaya yönelik ürün yelpazesi hala yeterince genişlememiş ve aranılan her ürünün organik olarak temin edilmesi henüz sağlanamamıştır (www.eto.org.tr, 04.10.2007).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü'ne bağlı Araştırma Enstitülerinde organik tarımsal üretimin yaygınlaştırılması ve üretimin artırılması için konu ve ürün bazında araştırmalar yapılmaktadır. Ayrıca organik bitkisel, hayvansal ve su ürünleri üretimine uygun tür ve çeşitlerin geliştirilmesine yönelik ıslah ve adaptasyon çalışmaları yürütülmektedir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007).

Organik tarımda üretim projeleri ve ürünlerin pazarlanması 4 farklı yöntemle gerçekleştirilir (www.ankara-tarim.gov.tr, 06.06.2007):

1. Üretim projesi ülkede yerleşik bir firma tarafından gerçekleştirilir ve ürünler bu firma tarafından işlenir, paketlenir ve ihraç edilir.
2. Üretim projesi yurt dışından yabancı bir kuruluş tarafından yapılır. Projeye göre elde edilen ürünler anlaşmalı yerel firma tarafından fason olarak işlenir ve bu ürünler, proje sahibi firma, işleyici kuruluş ya da ihracat firması tarafından ihraç edilir.
3. Üretim projesi yurt dışından yabancı bir kuruluş tarafından yapılan ürünler, yabancı firmanın Türkiye'de tek başına veya ortak olarak kurduğu tesislerde işlenir. İşleyici kuruluş veya ihracatçı firma tarafından proje sahibi firmaya ihraç edilir.
4. Az sayıdaki uygulamalarda da üreticiler kontrol ve sertifikasyon firması ile doğrudan temas ederek ürünlerini sertifikalandırır ve serbest pazarda satışa sunar.

### **1.7. Organik Tarımın Kırsal Kalkınmaya Etkisi**

Organik tarım, az gelişmiş bölgelerdeki üreticiler için gelir artırıcı, alternatif bir üretim modelidir (Coşkun, 2006: 5). Kırsal alanlar gibi az gelişmiş bölgelerde sosyal ve ekonomik farklılıkların olması ve bu farklılıklardan çıkan sorunların kontrol altına alınmaması zamanla daha büyük ulusal ve uluslararası krizler haline dönüşebilecektir.

(Kısağüner, 2003: 3) Bunu önlemek için kırsal alanın altyapısının düzenlenerek köylerdeki yaşam kalitesi yükseltilmeli, kırsal alan daha iyi yaşanabilir hale getirilmelidir. Bu sayede kırdan kente göçü etkileyen bir unsur ortadan kaldırılmış olur (Bayraktar, 2006: 6).

Kırsal kalkınma, doğal kaynakları korurken aynı zamanda kırsal bölgede yaşayanların sosyo-ekonomik ve kültürel ihtiyaçlarını tatmin ederek ve sosyal organizasyonu güçlendirerek, onların yaşam kalitesini geliştirmeyi hedefler. Organik tarım, bütünsel yaklaşımı sayesinde kırsal kalkınmaya aşağıda belirtilen şekilde katkıda bulunur (www.ifoam.org, 02.10.2007) ;

**1) Yönetimi Geliştirmek:** Organik tarım, çiftçileri, yerel birliklerde karar verici bir rol sağlayan tarım stratejisinin merkezine koyar. Böylece kendi kaynaklarını kontrol etme hakkını garanti altına alırlar ve katma değerli ürünlere aktif bir şekilde katılırlar.

**2) Canlı Bir Ekonomik Yer Yaratmak:** Organik tarımda makinelerin daha az kullanılması ve kimyasal girdilerden kaçınılması sonucu tarımda istihdam artar. İstihdamın artması sonucu kırsal ekonomiler canlanır. Ayrıca farklı ürünlerin kaliteli üretilmesi, hasattaki başarısızlıkları azaltır ve pazarlama fırsatları artar.

**3) Sağlıklı Bir Çevrenin Sürdürülmesi:** Organik tarım ekolojik yaklaşımıyla doğal kaynakların verimliliği ve ekosistemin bütünleşmesini sağlar. Doğal kaynakları ve yabani türleri korur, toprağa canlılığını yeniden kazandırır ve yerel tohumları geliştirerek ve kullanarak biyo çeşitliliği sürdürür. Ayrıca kimyasal girdilerin kullanımını azaltarak, çiftçilere daha sağlıklı bir çalışma ortamı sağlar.

**4) Kırsal Bölgelerin Sosyal Sermayesini Kurma:** Sermaye ve kaynak yoğun olmaktan çok bilgi yoğun olan organik tarım uygulamaları, geleneksel bilgidan yararlanır. Bu da kırsal birlikleri ve sosyal organizasyonları güçlendiren Uluslararası Kontrol ve Katılım Garanti Sistemi gibi kuruluşların denetimini ve kontrolünü kolaylaştırır.

## **1.8.Organik Tarımın Avantajları ve Dezavantajları**

### **1.8.1.Organik Tarımın Avantajları**

Organik tarımın avantajları şu şekilde sıralandırılabilir (Demir, Gül, 2004:2; Altındişli, 2007: 21; Marangoz, 2005: 16; Aktar, Ananias, 2007: 1):

- Ülkemizde sentetik kimyasallar çiftçilerimizin büyük bir kısmı tarafından ya çok az kullanılmakta, ya da hiç kullanılmamaktadır. Bu nedenle ekolojik tarıma geçiş kolay olmaktadır.



- AB, FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations-Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) ve ülkemizde yasa ve yönetmeliklerle tanımlanmış, desteklenen bir üretim şeklidir.
- Tarladan sofralara gelinceye kadar denetlenen, sertifikalandırılan ve izlenebilen bir üretim şeklidir. Böylece, tüketiciler yedikleri gıdanın hangi koşullar altında üretildiğini bilmektedirler.
- Üretici geliri, ürüne bağlı olarak artmaktadır. (ortalama %10 artış olduğu tahmin edilmektedir.)
- Fiyatı hızla artan kimyasal gübre, pestisit\* ve enerji girdilerinden tasarruf edilmektedir. Bu girdiler kullanılmadığından dolayı, ürünlerin kalitesi daha yüksektir.
- Sözleşmeli tarımla üreticinin tüm ürününün alınması garanti edilmektedir.
- Organik ürünlerin ihraç fiyatı diğer ürünlerden % 10-20 oranında daha yüksektir.
- Organik ürünlerin ihracatı ile ülkemiz tarım ürünleri için ilave bir kapasite yaratılmaktadır.
- Özel bilgi isteyen organik tarım modeli ziraat mühendisleri için yeni bir istihdam sahası yaratmaktadır.
- Organik tarım işletmesinde, işletme organizasyonu çok yönlü olduğundan dolayı pazara farklı ürün çeşitleri sunulabilmekte, böylece işletmecinin rizikosu azalmaktadır. Bunun yanında işletmede kullanılan enerji ve girdilerdeki azalma ekonomik avantaj sağlamaktadır.
- Birçok geleneksel tarım ürünü (özellikle mobilya, kozmetik ve yün-pamuk gibi tekstil ürünleri) içerdikleri kimyasal maddelerden dolayı, bu ürünleri kullananlarda alerjiye sebep olabilmektedir. Organik tarımda üretilen ürünler, tamamen doğal ve katkısız olduğu için böyle bir sorun yaratmamaktadır.
- Organik tarımın bir diğer avantajı da emek yoğun olmasıdır. Yapılan bilimsel çalışmalar organik tarımda, üretimin her aşamasında insan emeğinin ne denli gerekli olduğunu açıkça göstermektedir. Organik tarım konvansiyonel tarımdan 1.8 oranında fazla işçi istihdam etmektedir.

---

\* Ekinlere zarar veren böcekleri ve yabancı bitkileri kontrol altında tutmak için kullanılan kimyasal ilaç

### **1.8.2. Organik Tarımın Dezavantajları**

Organik tarımın dezavantajları şunlardır (Demir, Gül, 2004: 2):

- Ülkemiz tarımsal ürün arzında yıldan yıla önemli dalgalanmalar görülmektedir. Hızla artıp gençleşen nüfus, tüketim düzeyinin ve çeşitliliğinin sürekli artması, organik tarımın (verimde meydana gelecek azalma nedeniyle) kısa vadede gelişmesinin zor olduğunu göstermektedir.
- Organik tarım metoduyla bitkisel üretimde ortaya çıkan bir sorun, arazilerin çok küçük, parçalı ve birbirine yakın olmasıdır. Bu durum organik üretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü organik üretim yapan bir işletme, çevrede üretim yapan diğer klasik işletmelerde kullanılan kimyasallardan etkilenmektedir.
- Organik tarım sisteminde yetiştirilen ürünlerin pazarlanması özellikle iç piyasa için yeni ve belirsiz bir konudur.
- Organik tarımın yeni yaygınlaşması nedeniyle yeterli tarımsal yayın çalışmaları ve eleman bulunmaması organik tarımın diğer bir olumsuz yanıdır.

### **1.9. Organik Tarımda Toplum Tarım Desteği Uygulaması**

Toplum tarım desteği (Community Supported Agriculture), genellikle şehirlere yakın kırsal alanlarda yaşayan çiftçiler ile şehirlerde yaşayan çiftçi olmayanların bir araya gelerek ortak oldukları, üyelerle üreticilerin birlikte çalıştıkları ve yerel bazdaki organik ürünlerin üretim ve pazarlamasının desteklendiği sosyo-ekonomik içerikli bir organizasyondur. Özellikle organik ürünlerin iç tüketiminin artırılması için AB üyesi bazı ülkelerde daha sonra Amerika'da bir sivil toplum örgütlenmesi olarak kurulmuş ve yaygınlaşmıştır. Toplum tarım desteğinde çiftçiler kaliteli üretmeye, tarımsal üretimde insan ve çevre sağlığını tehdit eden sentetik girdileri kullanmamaya ve arazinin gelecek nesillere verimli şekilde devredilmesine özen gösterirler. Bunun kontrolü ise, şehirde yaşayan topluluk üyelerinin çiftlikleri istedikleri anda ziyaret etmeleri ile mümkün olmaktadır. Topluluk üyeleri tükettikleri organik ürünlerin nereden geldiğini, nasıl yetiştirildiğini, ürünün yetiştirildiği arazileri, yetiştiren çiftçilerle olan bağlantıları sayesinde takip edebilmektedirler. Toplum tarım desteği, uygulandığı ülkelerdeki gelişimine bakıldığında genellikle kirletilmemiş, aşırı ve hor kullanılmamış iyi topraklara ve iyi iklim koşullarına sahip yörelerde, pazarlamaya nispeten az dayanıklı tarımsal ürünlerle başlanmış ve yaygınlaşmıştır. Türkiye'de 1980'li yıllara kadar nüfusun %50'sinden fazlası kırsal alanlarda yaşamaktaydı. Şehirlere göç eden doğaya ve çiftçiliğe hasret duyan ve belirli bir gelir düzeyine ulaşan bu tüketicilerin beklentilerinin karşılanmasında Toplum tarım

desteği benzeri bir modelin uygulanabilirlik ihtimali yüksektir. Toplum tarım desteği modeli, üyelerin çiftçilere ayni ve nakdi ödeme yapmaları, pazar garantisi oluşturmaları ve alternatif gelir fırsatı gibi faydalar sağlaması nedeniyle, üreticiler tarafından da kolaylıkla benimsenebilecek bir üretim modelidir. Toplum tarım desteği modelinin Türkiye için paradan çok, topluluk ihtiyaçlarının garantili karşılanması, kırsal alanların, köy ve köylünün, toprağın ve çevrenin öneminin algılanması, yöresel ekonomilerin güçlendirilmesi, sağlıklı gıda üretilmesi, gıda çeşitliliği ve sürdürülebilir tarım metotlarının adaptasyonu, topluluk üyelerinin eğitimi ve çiftlik hayatının desteklenmesi gibi faydaları olacaktır (Peker, elik, 2005: 7-10).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2.ORGANİK TARIM İŞLETMELERİ VE PAZARLAMA SORUNLARI

Tarım işletmeleri, organik üretime geçme kararı almadan önce ve aldıktan sonra bazı ön değerlendirme ve hazırlıklar yapmalıdır. Organik üretime geçme kararından önce yapılacak ön değerlendirmede, organik tarımın esasları iyice öğrenilmeli, işletmenin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler değerlendirilmelidir. Bunu yaparken organik tarımın avantajları ve dezavantajları göz önünde bulundurulmalıdır.

Öncelikle kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarına başvurduktan sonra, işletmenin yapısında gerekli yasal düzenlemelerin yapılması gerekir. Organik tarım yapılacak araziler, geleneksel tarımda kullanılan kimyasal ilaçların etki alanında olmaması için, geleneksel tarım yapılan arazilerden yeterli uzaklıkta bir mesafede seçilmelidir. Aynı şekilde, seçilen arazilerde organik tarıma geçiş süreci tek yıllık bitkilerde 2, çok yıllık bitkilerde de 3 yıldır. Bu süre içerisinde yapılacak olan organik üretim sonucu elde edilen ürünler “geçiş dönemi ürünü” olarak pazarlanır (www.orguder.org.tr, 10.06.2007).

Kontrol ve sertifikasyon, organik tarımın önemli basamaklarından biridir. İç ve dış piyasalarda bir ürünün organik olarak satılabilmesi için organik ürün sertifikasına sahip olması gerekmektedir. Sertifika sistemi, ürünlerin organik standartlara göre üretildiğinin, işlendiğinin, paketlenildiğinin garantisidir. Bu da tüketiciye güvence vermenin yanında üreticileri ve firmaları da haksız rekabete karşı korumaktadır (www.gapdogukalkinma.com, 07.09.2008). Organik olarak sertifika almış olan bir ürünün, özel kriterler uygulanarak sertifikalandırılması da söz konusudur. Bu ürünlerin özel sertifikalara sahip olabilmesi için öncelikle Avrupa Birliği Yönetmeliği çerçevesinde organik olmaları gerekmektedir. Özel kontrol gruplarından bazıları şunlardır (Coşkun, 2006: 32):

*Demeter*; biyodinamik yöntemle yetiştirilmiş ürünlere sertifika vermektedir.

*Biosuisse*; İsviçre’de çeşitli üretici birliklerinin bir araya gelerek oluşturdukları şemsiye bir organizasyondur.

*JAS*; Japonya’ya organik ürün ihracatı yapacak firmalar için geçerli standartları içermektedir.

*Naturland (Bioland)*; özellikle su ürünleriyle ilgili standartları içeren Alman temelli bir organizasyondur.

Sisteme dahil olmak isteyen üreticiler,

◆ Organizasyon firmalarına,

- ◆ İhracatçı ve/veya işleyici firmalara,
- ◆ Doğrudan kontrol ve sertifikasyon kuruluşuna başvurarak denetim talebinde bulunabilirler. Gerekli işlemler tamamlandıktan sonra Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'ndan izin alındıktan sonra üretici, sisteme dahil olabilmektedir (Coşkun, 2006: 34).

## **2.1. Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Faaliyetleri**

Genel olarak pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak mübadeleleri gerçekleştirmek üzere, fikirlerin, malların ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin plânlama ve uygulama sürecidir (Mucuk, 2001: 4). Tarımsal pazarlama ise, tarım ürünlerinin üreticiden, hatta üretimin başladığı tarla veya bahçeden, tüketicinin son aşamasına, yani tüketicinin sofrasına kadar geçirdiği işlemleri inceleyen ve bunları düzenleyen bir bilim dalıdır.

Pazarlamanın temel amacı, müşteri tatmini ve uzun dönemde tüketicinin ürüne olan güveninin sağlanmasıdır. Bu bağlamda tarımsal pazarlama, tüketiciye en yüksek tatmini sağlamaya çalışmalıdır. Yani ürünü mümkün olan en düşük fiyatla satmak ve üreticilere ürün bedeli olarak mümkün olduğu kadar yüksek bir fiyat ödemektir. Bu noktada özellikle organik tarım ürünlerinin pazarlanmasında, pazarlama faaliyetlerinin önemi büyüktür. Organik ürünlerin fiyatları, geleneksel ürünlerin fiyatlarına göre en az % 20 daha yüksek olduğundan dolayı, organik ürünleri daha çok gelir seviyesi yüksek kesim tüketmektedir. Bu yüzden, organik ürünlerin daha geniş tüketici kitlesine ulaştırılmasında ve fiyatların düşürülmesinde pazarlama faaliyetlerinin rolü ve önemi ortaya çıkmaktadır (Marangoz, 2005: 41).

Ülkemizde organik ürünlerin pazarlanmasında 4 seçenek bulunmaktadır:

- 1) Ülkedeki bir firma tarafından üretilen ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi ve ihracı yine bu firma tarafından yapılır.
- 2) Yurt dışındaki yabancı bir firma tarafından üretilen ürünler, anlaşmalı yerel firma tarafından fason olarak işlenir. Bu ürünler, ürünü işleyen firma ya da bir ihracat firması tarafından proje sahibi firmaya ihraç edilir.
- 3) Yine yurt dışındaki yabancı bir firma tarafından üretilen ürünler, bu firmanın Türkiye'de kurduğu tesislerde işlendikten sonra, bu kuruluş ya da ihracatçı firma tarafından proje sahibi firmaya ihraç edilir.
- 4) Üreticiler, kontrol ve sertifikasyon firması ile doğrudan iletişim kurarak, ürünlerini sertifikalandırabilir ve serbest pazarda satışa sunabilirler (Altın, Orak, 2007: 12).

Organik tarım ürünlerinin iyi bir şekilde pazarlanması sonucunda, tüketicilere yer, zaman ve şekil faydası sağladığı takdirde pazarlama faaliyeti gerçek anlamda tamamlanmış olur (Marangoz, 2005: 42).

### **2.1.1.Üretim**

Organik tarım ürünlerinin üretim ve pazarlama faaliyetleri, birbirinden ayrı ve bağımsız olarak düşünülmemelidir. Fakat üretim faaliyetlerini pazarlama yönlendirmelidir. Yani pazardan elde edilen bilgiler doğrultusunda üretim yapılmalıdır (Candemir, 2006: 7). Üretimden önce özellikle işletmenin faaliyet göstereceği bölgede tüketicilere yönelik bir pazar araştırması yapılmalıdır. Bu araştırmada, tüketicilerin hangi ürünlerin organik olanına ulaşmak istedikleri öğrenilir. Genellikle tüketiciler, tat, sağlığa olan etkiler ve doğrudan tüketilme gibi sebeplerden dolayı yaş meyve ve sebzelerin organik olmasını talep ederler. Fransa'da yapılan bir ankete göre, ankete katılanların yaklaşık %30'u organik gıdaları, sağlıklı ve tadı daha iyi olduğu için; yaklaşık %20'si de kişisel inançlar ve çevresel nedenlerden dolayı organik gıdaları tercih ettiklerini ifade etmişlerdir (OECD, 2003: 183).

Organik üretimin planlanıp uygulanmasında yöreye özgü koşullar başarıyı etkileyen ana faktördür. Bu nedenle tüm Dünyada geçerli olan genel bilgilerin dışında o yöre koşullarına uygun tür, çeşit ve anacın seçimi, rotasyon programlarının geliştirilmesi, faydalı böceklerin belirlenmesi gibi yerel koşullardaki deneme sonuçlarına büyük gereksinim duyulmaktadır (Coşkun, 2006: 42).

Organik tarımda, genetik modifikasyona uğramış tohum ve transgenik bitki kullanımının yasak olması yanında, organik usullerle üretilmiş yerel çeşitlerin kullanımı, adaptasyon güçlerinin yüksekliği nedeni ile önerilmektedir. Üretimleri başlamış olmasına rağmen ülkemizde henüz sertifikalı organik tohum, fide ve fidan yaygın olarak bulunamamaktadır. Organik sertifikalı tohum bulunmaması halinde, ilaçlanmamış ve yasaklanan kimyasal maddelerle muamele edilmemiş tohum kullanılabilir (Aksoy vd, 2005: 10). Ülkemizdeki tarım işletmelerinin organik üretimdeki zayıf yönlerinden biri olan genetik değişime uğramamış temiz tohum bulmak, Türkiye'yi bu konuda dışa bağımlı kılmaktadır.

#### **2.1.1.1. Organik Tarım İşletmelerinde Sözleşmeli Üretim Uygulaması**

Organik tarım, sözleşmeli tarım esasına dayanmakla beraber, mutlak sözleşmeli bir üretim sistemi değildir. Ancak ülkemizde üretilen ürünlerin büyük bir kısmı ihraç edilmekte, ihracat organizasyonunun gerekliliğinden dolayı da organik ürünlerin üretiminde sözleşmeli üretim uygulanmaktadır.

Sözleşmeli üretim uygulamasında, çiftçilerle üretici firmalar üretim aşamasında girdilerin temini ve hasat aşamasında ürünlerin alımı konularında, mahkemeye başvurma hakkı saklı kalmak koşuluyla, bir sözleşme yaparlar. Sözleşmeli tarım üreticilere pazar, fiyat, satış ve prim garantisi getirerek avantaj sağlamaktadır. Eğer tarlanın durumu gerektiriyorsa organik tarım için geçiş süresi verilir. Bunun için de yine tarlanın durumuna göre organik üretim için belirli yasaklar olmakta ve 2-3 yıllık bir geçiş süreci konmaktadır. Bu geçiş sürecinden sonra organik üretime geçilebilmesi, uzun dönem üretim planlamasını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle yapılan araştırmaların yasal geçerliliğinin olması ve tarafların uyması organik tarımın başarısı için şarttır ( Marangoz, 2005: 17).

Sözleşmeli tarım, planlı üretimin gerçekleştirilmesi ve yetiştirilen ürünler için pazar talebinin olması açısından önem kazanmakta, çiftçi ürettiği ürünün satışından emin olmaktadır. Ayrıca, çiftçiye üretimin nasıl yapılacağı konusunda danışmanlık hizmeti verilmesi gerekirken bu da sözleşmeli üretimi gerektirmektedir. Böylece çiftçi sözleşmeli olduğu işletmenin uzmanları veya danışmanları tarafından bilgilendirilmektedir (www.tarim.gov.tr, 06.06.2007). Sözleşmeli üretim yapan çiftçiler tarla ve bahçelerinde organik tarımın ortaya çıkarttığı yararları gözlemleyerek ve bilinçlenerek organik tarımın avantajlarını izleyebilmektedirler. Ayrıca sözleşmeli üretim uygulaması, çiftçilerin ürünlerini alarak kısmen de olsa pazarlama sorunlarını çözmekte ve üretici ile tüketici arasındaki bölgesel üretimi desteklemenin yanı sıra yok olmaya başlayan ürünlerin üretimini teşvik ederek biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunmaktadır (www.orguder.org.tr, 10.06.2007).

### **2.1.2.Fiyatlandırma**

Sertifikalı organik ürün fiyatları, geleneksel olarak üretilmiş tarım ürünlerinden daha yüksektir. Organik gıda üretiminde, üretim, işleme ve ulaştırma gibi işlemlerin özel bir önem gerektirmesi; hayvan sağlığı için uygulanan yüksek standartlar; işletmedeki işçi sayısı artırılırken çalışanlara adaletli ve yeterli ölçüde ödeme yapılması, vb. nedenlerden dolayı organik ürünlerin fiyatları daha yüksektir. İç piyasalara yönelik henüz yaygın bir üretim ve pazarlamanın olmadığı ülkemizde, organik ürünlerin pazarının oluşup gelişmesinde en önemli olgulardan biri de fiyattır. Organik üretim özel itina ve bilgi gerektiren, kaliteyi hedefleyen, çevreyi ön planda tutan ve geleneksel tarıma kıyasla daha yoğun emek gerektiren bir üretim tarzıdır. Geleneksel tarıma kıyasla, organik üretimde ilk dönemlerde miktar düşüşü söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla organik ürünlerin fiyatlarının daha yüksek olması doğaldır

(Gündüz, Kaya, 2007:318). Fiyatların yüksek olmasının bir diğer nedeni de işçi maliyetinden kaynaklanmaktadır. Çünkü organik tarımın emek yoğun olarak yapılması gerektiğinden daha fazla işgücü gereksinimi olmakta ve bu maliyet de fiyatlara yansımaktadır. Fiyat belirlenirken, hedef piyasadaki tüketicilerin hangi organik ürün için ne kadar fazladan fiyat ödemeye hazır oldukları da araştırılmalıdır. Tüketiciler çoğunlukla, doğrudan tüketilen yaş meyve ve sebzeler için geleneksel olarak üretilen ürünlere göre daha fazla bir fiyat ödemeye hazırdırlar. Özellikle son zamanlarda hormonlu gıdaların tatsız olduğunu ve hiçbir faydaları olmadığını, aksine sağlığa zarar verdiğini fark eden tüketiciler, aradaki fiyat farkını daha az önemsemeye başlamışlardır.

### **2.1.2.Dağıtım**

Dağıtımın mekân ve zaman değişikliği yaparak ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan bir işlevi bulunmaktadır. Teorik olarak dağıtım kanalları;

a) Doğrudan Dağıtım

b) Dolaylı Dağıtım (Üretici-Perakendeci-Tüketici ya da, Üretici-Toptancı-Perakendeci-Tüketici) biçiminde 2 tipte görülmektedir (Şafak, Okan, 2004: 21).

Dağıtım kanalları, herhangi bir ürünün pazarında yer alan üretici ve aracılardan yanı sıra genel ekonomik yapı açısından da oldukça önemlidir. Tarım kesiminde faaliyet gösteren üreticiler, özellikle de ülkemizdeki organik tarım işletmeleri, genellikle pazarlama imkânları kısıtlı olan küçük işletmelerdir. Dağıtım kanallarının etkinliği sayesinde bu kısıtlı imkânlar ortadan kalkabilmekte, üreticiler yerel pazarlar dışındaki pazarlara ve pazar bilgilerine kolaylıkla ulaşabilmektedir. Diğer yandan, ürünler olduğu gibi değil, çeşitli aşamalarda işlem görerek ve çeşitli araçlar tarafından işlenerek tüketiciye ulaşmaktadır. Böylece hem ürüne katma değer kazandırılarak genel ekonomiye katkı sağlanmakta, hem de tüketiciye ürünler istediği şekilde ulaştırılmaktadır.

Tarım ürünleri, pazarlama kanalları içerisinde çeşitli aşamalarda ve pazarlarda farklı işlemler görmektedir. Geleneksel bir pazarlama sisteminde bu aşamalar ya da pazarlar üretici, toptancı ve perakendeci şeklinde üç temel grupta toplanabilir (Özçelik vd. 2005: 2).

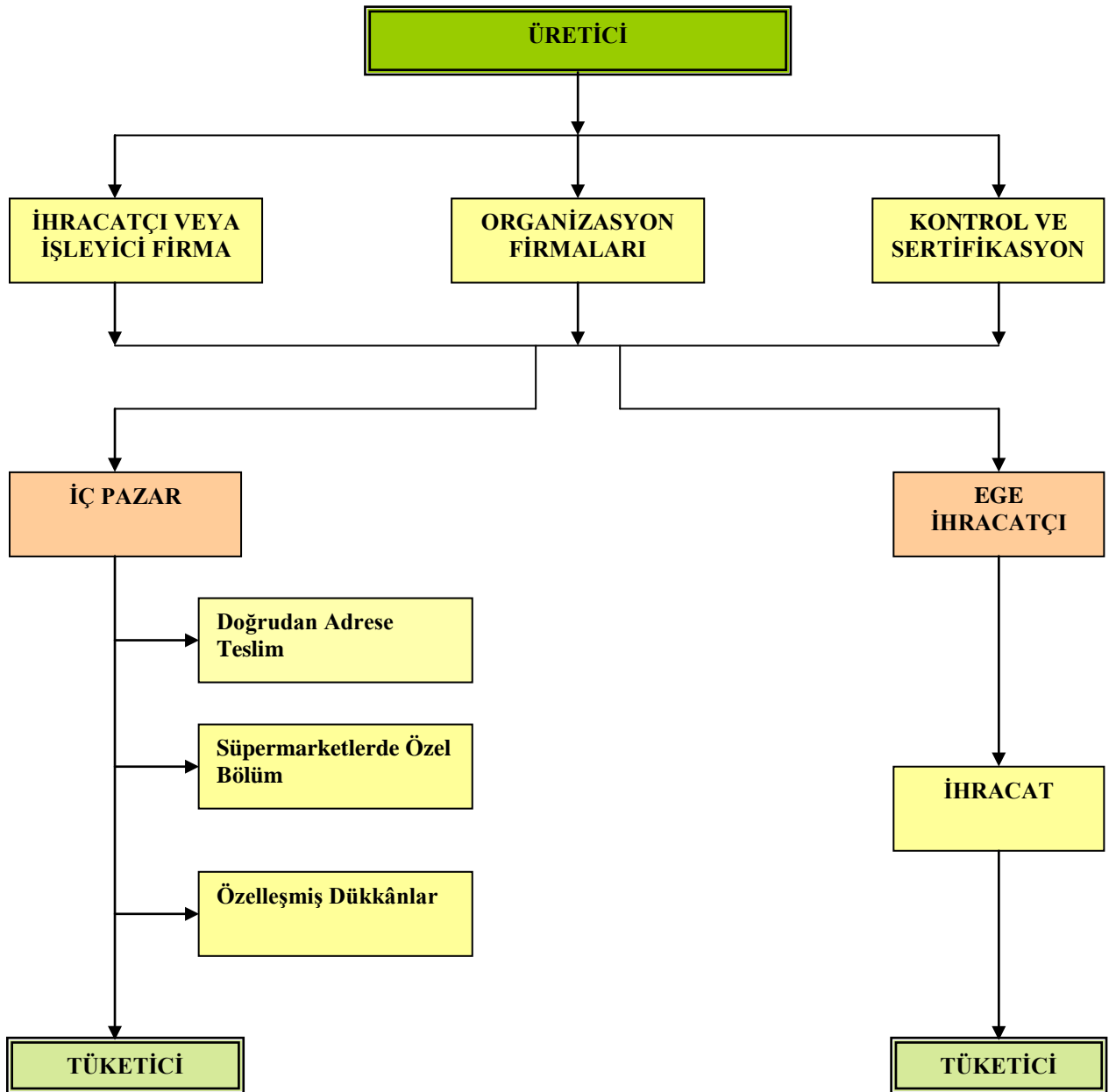
Organik tarım ürünleri fazla dayanıklı olmadığından ve tüketici bu ürünleri taze tüketmeyi tercih ettiğinden dolayı organik olarak üretilen yaş meyve ve sebzelerin farklı bir pazarlanma sistemi bulunmaktadır. Ürünler dayanıklı olmadığı için hasadından sonra süratli bir şekilde dağıtımının yapılması, tüketiciye ulaştırılması gerekir. Organik tarım ürünlerinin kendilerine has dağıtım, depolama, taşıma esas ve usulleri olduğu için dağıtım kanalında bu esas ve usullere uygun depolama, taşıma sistemlerini bulmak zor veya imkânsız olduğundan, genellikle aracı sayısının az olduğu veya hiç olmadığı (direkt üreticiden tüketiciye) dağıtım



kanalı tercih edilmektedir. Organik ürünlerin tüketicilere ulaştırılmasında uygun dağıtım kanallarının seçilmesi, bu mallarla ilgili pazarlama faaliyetlerinin başarısını doğrudan etkileyecektir (Marangoz, 2005: 47).

Ülkemizde, organik ürünlerin büyük bir kısmı dış pazara sunulmakta, bir kısmı doğrudan tüketilmekte, bir kısmı ise normal mamul ürünlerin karışımlarında yer almaktadır. Üretim projesi ülkede yetkili firmalar tarafından gerçekleştirilir ve ürünler bu firma tarafından işlenir, paketlenir ve ihraç edilir (Özçelik vd. 2005: 4). Aşağıdaki şekilde, organik ürünlerin tüketicilere nasıl ulaştırılabileceği görülmektedir:

**Şekil 2: Organik Ürün Dağıtımında Pazarlama Kanalları**



*Kaynak: Akkaya vd, 2001: 433*

Dağıtım kanalı seçilirken, öncelikle ürünün ve hedef pazarın özellikleri belirlenmelidir. Ürünlerin değer fiyatına satılabilmesi, uygun zaman ve yerde tüketiciye sunulabilmesi için, organik ürünlerin depolama, taşıma, ambalaj gibi işlemleri büyük önem taşımaktadır (Marangoz, 2005: 47).

Tarım ürünleri üretimden sonra çeşitli dağıtım kanallarından geçerek ve bu kanallarda değişik olaylarla karşılaşarak son tüketicilere ulaşırlar. Dağıtım kanallarının kısa olması, ürünün üreticiden tüketiciye araya çok sayıda aracı girmeden ulaşması demektir. Bununla birlikte, bazı üreticiler ürünlerinin bir kısmını doğrudan doğruya tüketiciye, bir kısmını toptancıya, diğer bir kısmını ise perakendeciye satarak farklı kanalları kullanabilmektedirler. Ürünlere göre dağıtım kanallarının uzunluğu ve araçların sayı ve tipleri değişmektedir (Marangoz, 2005: 49).

### **2.1.3. Tutundurma**

Tutundurma, işletmenin ürettiği mal ve hizmetler ile ilgili bilgilerin aktüel veya potansiyel tüketiciler ile olan ilişkisini sağlamaktadır. Tutundurma kişisel satış, reklâm, tanıtma ve halkla ilişkiler, satış geliştirme yöntemleri aracılığı ile yapılmaktadır (Şafak, Okan, 2004: 24). Organik ürünlerin fiyatının geleneksel ürün fiyatlarından daha yüksek olması, ayrıca tüketicilerin organik olmayan ürünleri kullanmaya eğilimli olması gibi sebeplerden dolayı tanıtım organik ürün pazarları için büyük önem taşır.

Tanıtımda öncelikle, bu ürünlerin çevreye ve sağlığa faydaları anlatılmalıdır. Organik olmayan ürünlerin çevreye ve insan sağlığına verdiği zararlar ortaya konulmalıdır. Sürdürülebilir tarım için, organik üretime geçişin kaçınılmaz olduğu vurgulanmalıdır. Aradaki fiyat farkının, kaliteden ve besin değerinin yüksek olmasından meydana geldiği iyi anlatılabilir. Televizyon ve radyo yayınları, gazete ve dergi haberleri ile tanıtım yaygınlaştırılmalıdır. Başta Tarım, Sağlık ve Çevre Bakanlıkları ile üniversiteler bu konuda özel projeler geliştirmelidirler. Daha çok televizyon ve radyolarda haber programları, mülakatlar, açık oturumlar, paneller, seminer ve sempozyumlar şeklinde tanıtımın gerçekleştirilmesi tüketicilerin bu konuda bilinçlenmesi açısından yararlı olacaktır. (Marangoz, 2005: 55).

Organik ürünleri yurt dışına pazarlayacak olan işletmelerin yurt dışında da tanıtım yapması gerekmektedir. Bu tanıtımda, sadece üretilen organik ürünlerin çeşidi ve insan sağlığına faydaları değil, aynı zamanda firmanın güvenilirliğinin de ön plâna çıkarılması gerekmektedir. Uluslararası ticaret fuarları bu firmalar için çok uygundur. Burada ihracatçılar mallarını sergileyerek tüketicilere bilgi verebilir ve alıcılarla bağlantı kurabilir.

### 2.3.Organik Tarım İşletmelerinde Pazarlama Sorunları

Organik tarım işletmelerinin, faaliyetlerine başlarken ve bu faaliyetleri sürdürürken, diğer tarım işletmelerine oranla daha fazla sorunla karşılaştığı bilinen bir gerçektir. Bu sorunlar pazarlamanın bütün süreçlerinde (üretim, fiyatlandırma, dağıtım, tutundurma) karşılımlarına çıkmaktadır.

Organik üretime geçen hemen hemen bütün tarım işletmelerinin karşılaştıkları bir sorun, çalışanların organik tarım konusundaki bilgi eksikliğidir. Bu sorun göz ardı edildiği takdirde, üretim sırasında bazı olumsuzluklara yol açabilmektedir. Çünkü tarımsal alanda çalışanlar, geleneksel tarımdaki uygulamaları kullanmaya devam ederek ürün kalitesinin düşmesine neden olabilmektedir. Bu yüzden organik üretime geçmeden önce özellikle çiftçilerin bu konuda eğitilerek bilinçlendirilmesi, organik tarımın esaslarını benimsemeleri sağlanmalıdır.

Ülkemizde faaliyet gösteren organik tarım işletmelerinin karşılaştığı başka bir sorun da iç pazardaki talep eksikliğidir. Talep eksikliğinde, organik ürünler hakkında bilgi eksikliği, bu ürünlerin diğer ürünlere göre fiyatının yüksek oluşu, organik ürünlerin belirli yerlerde satılmasından dolayı tüketicinin istediğinde bu ürünlere ulaşamaması vb. başlıca nedenler arasında sayılabilir.

Kontrol ve sertifikasyon ücretlerinin küçük çiftçiler tarafından üstlenilebilecek düzeyde olmaması, teknik bilgi eksikliği ve danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği, üreticilerin doğrudan tüketicilere ürün sağlamalarını kısıtlamaktadır (Coşkun, 2006: 41).

Organik ürünlerin gerek üretimi ve gerekse hasat sonrasında koruyucu yapay kimyasal maddeler kullanılmadığı için raf ömürleri geleneksel yöntemlerle üretilmiş ürünlere göre daha kısadır ve ürünün hızlı tüketimini gerektirmektedir. Bu durum da pazarlamacı açısından sakınca oluşturmaktadır. Örneğin taze meyve ve sebzeler, süt, et gibi ürünlerin raf ömürleri çok kısa olduğundan dolayı, bazı organik ürün üreticileri bu ürünleri üretmekten kaçınmaktadır. Oysaki doğrudan tüketilen bu ürünler, tüketici tarafından daha çok talep edilmektedir. Çünkü sebze ve meyvelerin üretiminde diğer ürünlere göre daha fazla yapay kimyasal kullanılmaktadır. Sebze ve meyveleri, un ve unlu mamuller, meyve suları, et ve süt ürünleri izlemektedir (Yanmaz, 2005: 11).

Çeşitli istatistikler incelendiğinde, ülkemizin tüm tarım ürünleri ihracatının ülke potansiyelini yansıtmadığı görülmektedir. Bunun en temel nedeni, üreticilerin, dünya piyasalarının talep ettiği ürünleri sağlayamamasıdır. Özellikle gelişmiş ülkelerdeki tüketicilerin farklı ürünlere karşı artan ilgileri, zaman içinde işletmeler tarafından tam olarak izlenememiş, bu ülkelerdeki tüketicilerin talepleri doğrultusunda ürün yelpazesi

geliştirilememiştir. Örneğin, üretilen taze meyve çeşitlerinin, AB standartlarına uygun olmaması nedeniyle, bu ürünlerin ihracatında firmalar zorluklarla karşılaşmaktadır. Diğer taraftan etkili stratejik analiz ve plânlama yaparak, modern işletme stratejileri uygulayan işletmeler, zamanında uygun çeşitlerle eski çeşitleri değiştirmiş ve günümüzde AB piyasalarında rekabet edebilme şanslarını arttırmışlardır. Bu nedenle her şeyden önce ülkemizdeki üreticilerin, AB pazarlarında rekabet edebilmeleri için modern işletmecilik teknikleri içinde geliştirilmiş etkili pazar stratejilerini örnek alması şarttır (Gündüz, Kaya, 2007: 326). Kısacası, organik üretime başlama kararı alınmadan ve bu karar alındıktan sonra uygulanırken, organik tarımın dezavantajları, işletmenin güçlü yönleriyle en aza indirilmeli; organik tarımın avantajları ise, işletmenin zayıf yönlerinin güçlendirilmesinde değerlendirilmelidir.

### **2.1.Üretim Aşamasında Sorunlar**

Ülkemizde üretim alanında karşılaşılan başlıca sorunlar, yetersiz örgütlenme, parçalı ve dağınık arazi yapısı, yetersiz bilgi düzeyi, düşük verimlilik ve yüksek maliyet konularında yoğunlaşmaktadır (İstanbul İl Tarım Müdürlüğü, 2005: 22).

Organik tarım yapılan alanların geleneksel tarım alanlarına yakın olması, üretimi olumsuz yönde etkiler. Çünkü geleneksel tarım yapılan alanda kullanılan kimyasallar, organik tarım yapılan alana da zarar verir. Bir başka sorun, organik girdi temininde yaşanmaktadır. Üreticiler, başta genetik değişime uğramamış tohum olmak üzere, bitkinin ve toprağın yapısına zarar vermeden hastalık ve zararlıları önleyen ilaç bulmada zorluk çekmektedir.

Ülkemizde araştırma bazında çok sayıda çalışma olmakla birlikte, faydalı böceklerin, toprak iyileştiricilerin vb. ülkemizdeki üretimi ve dağıtımını henüz yaygınlaştıramadığından ucuz ve kolay girdi temininde sıkıntı çekilmektedir. Ayrıca ülkemizde üreticilerin kompost yapma alışkanlığının olmaması da organik üretimde toprak verimliliğini etkileyen olumsuzluklardan biri olarak ortaya çıkmakta, bu da işletmelerin zaman zaman atık sorunu ile karşılaşmasına neden olmaktadır (II. Tarım Şurası, 2007: 58).

Ülkemizde, organik üretim yapan işletmeler incelendiğinde, birçoğunun tamamen bitkisel üretim yaptığı ve ekim nöbeti, bitkisel/hayvansal üretimin bütünleştirilmesi, ara bitki, örtü bitkileri, kompost yapımı gibi temel konularda bilgi ve uygulama eksikliği olduğu görülmektedir. Kullanımına izin verilen girdilerin yetersiz veya pahalı oluşu, kompost, ekim nöbeti gibi diğer uygulama eksiklikleriyle birleştiğinde bu sorunlar, verim ve kaliteyi olumsuz

yönde etkilemektedir. Organik üretimin ilk aşaması olan tohum ve diğer üretim materyallerinin de organik olarak üretilmesi gerekir. Henüz organik tohumun yeterli olmaması sonucu geçiş süreci ertelenmektedir (Aksoy, 2001: 9).

Ülkemizde organik üretim yapan işletme sayısı kadar üretilen ürün miktarı da azdır. Organik tarıma yeni başlayan işletmelerde verimin de düştüğü göz önüne alınırsa, pazara yeterli miktarda organik ürünün sunulmadığı ortaya çıkar. Birçok organik tarım işletmesi, maliyetleri arttıracığı düşüncesiyle yeni ürünleri üretmekten kaçınmaktadır. Oysaki ürün çeşidi az olduğu için risk dağıtılamamakta, zaten iç pazardaki talep eksikliğinden kaynaklanan iç pazar riski artmaktadır.

## **2.2.Fiyatlandırma Aşamasında Sorunlar**

Tarım üreticileri, talebe göre üretim miktarını ayarlama imkânına sahip olmadıklarından dolayı, fiyat riski ile karşı karşıyadırlar. Bu riskin azaltılması için, pek çok ülkede, tarım ürünlerinin fiyatlarına devlet tarafından müdahale edilmektedir (Yurdakul, 1996: 93).

Organik tarım ile yapılan üretimde, her bir ürün için üretim metodu farklı olduğundan ortaya çıkan maliyetler de farklı olmaktadır. Ancak genel olarak, organik üretimde maliyetler geleneksel üretime göre yüksek olmaktadır. Çünkü organik üretimde, geleneksel üretimdeki maliyetlere ek olarak sertifika maliyetleri de bulunmaktadır. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından üretimin her aşamasında denetlenmesinin üretim maliyetine etkisi ise %1-5 civarındadır. Ayrıca, organik ürünlerin depolanma maliyeti de geleneksel ürünlere göre daha yüksektir. Geçiş döneminde elde edilen ürünler de, büyük masraflarla elde edilmelerine rağmen organik olarak nitelendirilmemekte, bu dönemde yapılan tüm masraflar, projenin büyüklüğüne bağlı olarak ürün fiyatı üzerinde %3-7 oranında bir etkiye sahip bulunmaktadır. Bütün bu maliyetler doğal olarak fiyata yansımaktadır. Bu gün piyasada satılmakta olan organik gıda ürünleri, normal ürünlere göre en az %20 daha yüksek fiyatlardan tüketicilere ulaşmaktadır. Fiyatların bu derece yüksek olması, üreticilerin yüksek maliyetlerinin yanında, bu ürünleri, çiftçilere ürettiren ve pazarlayan firmaların pazarlama stratejilerinden kaynaklanmaktadır. Genel olarak pazarlama süreci, ürün tasarımı, fiyatlandırma, dağıtım, tutundurma ve kamuoyu oluşturma aşamalarındaki yanlış uygulamalar, birbirini etkileyerek, fiyatların olması gerekenden çok daha yüksek düzeyde oluşmasına sebep olmaktadır. Örneğin AB ülkelerinde organik ürün fiyatları, ülkeden ülkeye değişmekle beraber, geleneksel ürünlere göre ortalama organik süt %22, koyun eti %43, domuz %69, kümes hayvanları eti,

yumurta %167 daha pahalıdır. Ancak firma yöneticileri, değişen dünya şartlarında başarılı olabilmek için müşteri odaklı olarak çalışmak gerektiğini kabul etmekle beraber, uygulamalarını üretim odaklı bir şekilde gerçekleştirmeye devam etmektedirler (Kaya, 2003: 19-20; www.bahcesel.com, 26.01.2008).

Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemiz, organik üretimde maliyeti düşürücü bazı avantajlara sahiptir. Örneğin, ülkemizdeki topraklar, gelişmiş ülkelere göre daha az kimyasal maddeye maruz kalmıştır. Yine ülkemizde işgücü diğer ülkelere oranla daha ucuz olmaktadır. Bu avantajlar iyi değerlendirildiği takdirde, hem organik tarıma geçiş daha kolay olmakta, hem de işçi maliyetleri gelişmiş ülkelere göre daha düşük olabilmektedir (Dolun, 2003: 20). Bu avantajlara rağmen ülkemizdeki perakende organik ürün fiyatları oldukça yüksektir. Bunun en önemli nedenleri arasında şunlardır (Kaya, 2003: 21; Pakkan, 2004:1):

- Organik Ürünlere Olan Talebin Darlığı: Organik ürün talebi az olduğundan dolayı üreticiler, kapasitelerinin altında üretim yapmaktadırlar. Bu durumda, ürün başına düşen sabit maliyet fazla olmaktadır. Oysa üretim kapasite kadar arttığı takdirde, üretim miktarı arttığından, ürün başına düşen sabit maliyet daha az olacaktır.
- Organik Ürünlerin Satış Yerlerinin Kiralarının Oldukça Yüksek Olması: Perakendeciler, tüketicilerin ilgisini çekmediğinden dolayı mağazalarında organik ürünler için bir reyon açmak istememekte, açtıkları takdirde üreticilerden yüksek bir fiyat talep etmekte, dolayısıyla bu ücret, organik ürünlerin fiyatına yansıtılmaktadır.
- Organik Ürünlerin Ambalajlama Maliyetlerinin Yüksekliği: Organik ürünlerin ambalajı, özel üretilmiş uygun organik kaplama maddelerinden yapılmaktadır. Organik ürünün plastik koruyucu ve metal kaplarla ambalajlanacağı takdirde, kapların ürünle temas edecek yüzeyleri organik bir madde ile kaplanmaktadır. Bütün bunlar da organik ürünün fiyatını arttırmaktadır.
- Tanıtım ve Reklâm Eksiklikleri: Organik gıda tanıtımının yetersiz yapılması sonucu tüketici organik gıdalara fazla ilgi göstermemektedir. Bu yüzden üreticiler daha az ürün üretmekte ve ürün başına düşen sabit maliyet artmaktadır.

### **2.3. Dağıtım Aşamasında Sorunlar**

Türkiye’de organik ürünlerden elde edilen cironun %65’i marketlerde, %35’i ise sadece organik ürünler satan mağazalardan elde edilmektedir. Böyle bir dağıtım ilk bakışta, yeni gelişen bir organik ürün pazarı için iyi gibi görülebilir. Ancak, her iki dağıtım kanalında da, dağıtım kanalının kendisinden, pazarlama faaliyetlerini sürdüren ana firmadan ve devlet

tarafından uygulanmakta olan politikalardan kaynaklanan ve düzeltilmesi gereken problemler vardır. Örneğin AB'ye üye ülkeler ve ABD gibi ülkelerde, organik tarımsal ürünlerin, diğer ürünlerden ayrı bir reyonda satılmasını zorunlu kılan bir uygulama mevcuttur. Bu yüzden ürünlerin, market içerisinde aldıkları reyon payları sınırlı kalmaktadır. Bu uygulamadan kaynaklanan bir diğer sorun ise, normal ürün alan tüketicinin, organik ürünü aynı rafta göremediği için, organik ürün ile normal ürün arasında bir karşılaştırma yapamaması ve çoğu zaman aldığı ürünün organik bir çeşidinin var olduğundan bile haberi olmadan alışverişini bitirmesidir (www.bahcesel.com, 26.01.2008).

Ürünlerin uygun zamanda ve yerde tüketiciye ulaştırılması için, organik ürünlerin depolama, taşıma, ambalaj gibi işlemleri büyük önem taşımaktadır. Bazı organik tarım işletmeleri, geleneksel ürünlerin pazarlanmasında kullanılan dağıtım kanallarını kullanmaktadır. Oysaki organik ürünleri tüketiciye ulaştırmada farklı dağıtım kanallarının kullanılması veya mevcut dağıtım kanalında değişiklik yapılması gerekmektedir. Çünkü dağıtımın yanlış yapılması, başta kaliteye bağlı olarak bir ölçüde fiyatı yüksek olacak organik ürünlerin, tüketiciye ulaşmasında söz konusu olan girdilerin artmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle üretici, aracı ve tüketici ilişkilerini iyi düzenleyen etkin bir dağıtım sistemine gerek vardır. Özellikle tarımsal ürünlerde tüketici sayısının fazla ve coğrafi açıdan dağınık olması sebebiyle alternatif dağıtım kanalları ve organik ürünlerin özellikleri, tüm pazarlama işlemlerinde dikkate alınmalıdır. Çünkü organik ürünlerin, organik olmayan ambalajlara konulması, diğer ürünlerle aynı depoya konulması, deponun kimyasal ilaçlarla temizlenmesi gibi çalışanlardan kaynaklanan uygulamalar sebebiyle ürün, organik olma özelliğini kaybedebilir. Son yıllarda organik ürün pazarındaki dağıtım kanallarının önemi artmasına rağmen, büyük miktarlarda ürün temini halen çok az sayıdaki firmanın elinde bulunmaktadır. Bu da organik ürünlerin daha geniş pazarlara ve tüketici kitlesine ulaşımını engelleyen en önemli faktördür (Marangoz, 2005: 48).

#### **2.4. Tutundurma Aşamasında Sorunlar**

Organik tarım işletmelerinin tutundurma aşamasında karşılaştıkları başlıca sorun, tüketicilerin organik ürünü yeterince tanımamasıdır. Başka bir ifadeyle, tüketicilerin büyük bir çoğunluğu organik ürün ile geleneksel ürün arasındaki farkın bilincinde değildir. Durumun böyle olduğu, üretici ve pazarlamacı firmalar tarafından da kabul edilmekte ancak durumu değiştirmeye yönelik herhangi bir faaliyette bulunulmamaktadır. Bunun nedeni, pazarda faaliyet gösteren firma temsilcilerinin, firmalarının henüz bu tür tanıtım ve bilgilendirme maliyetlerini kaldıramayacağını düşünmeleridir. Tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin

birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de devlet tarafından yapılmasının gerektiğini düşünen sektör temsilcileri dahi vardır (www.bahcesel.com, 26.01.2008).

Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu, organik ürünün ya ne olduğunu bilmemekte, ya da hormonsuz gıda, saf-katkısız gıda vb. kavramlarla karıştırmaktadır. Oysaki organik gıda, sanılanın aksine bu kavramlardan tamamen farklıdır. Başka bir deyişle, bir ürünün, saf-katkısız veya hormonsuz olması organik olduğu anlamına gelmez. Örneğin hormonsuz gıda, yapısında hormon kullanılmamasına rağmen, başka kimyasal girdilerin kullanılmış olması muhtemeldir. Bu gibi kavram karışıklıklarına yol açmamak için, organik işletme sahiplerinin tüketicileri bilgilendirmesi gerekmektedir.

Daha önce de açıklandığı gibi organik ürünlerin fiyatı diğer ürünlere oranla daha yüksektir. Organik ürünü satın almayı düşünen bir tüketici, aradaki fiyat farkının nedenini bilmek istemektedir. Sadece tadının daha iyi olmasının ve daha sağlıklı olmasının vurgulanması yeterli olmamaktadır. Organik ürünle geleneksel ürün arasındaki fark açıkça ortaya konmalı, tüketicilerin bu konuda bilgilendirilmesi sağlanmalıdır. Organik tarım işletmeleri bunun için, yazılı ve görsel medya kaynaklarından faydalanabilirler. Ancak birçok firma, maliyeti arttıracığı endişesiyle böyle bir tanıtım faaliyetine girişmemektedir. Bunun sonucunda, tüketiciler, pazara sunulan organik ürünler hakkında yeterli bilgi sahibi olmadıkları için, bu ürünlere maalesef yönelmemektedir. Bu yüzden organik ürünler pazarda hak ettiği yeri alamamaktadır. Ürünün başarısız olması, işletmenin faaliyetlerinde geriye doğru olumsuz bir etki yaratmakta, işletme kâr yerine zarar elde etmektedir. Bu da, başka tarım işletmelerinin organik tarıma yönelmesini engellemektedir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. ORGANİK TARIM İŞLETMELERİNDE PAZARLAMA SORUNLARINA YÖNELİK ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1. Organik Tarım İşletmelerinin Sayısı ve Yapısı

Tarım bakanlığından alınan bilgilere göre Şanlıurfa ilinde, 2008 yılı itibariyle 5 organik tarım işletmesi mevcuttur:

**Tablo 5:** Şanlıurfa İlinde Faaliyet Gösteren Organik Tarım İşletmeleri

İşletme Adı	Adresi	Faaliyet Alanı
Alkanlar Tarım Ürünleri Ltd.Şti.	Organize San.Böl.2 km Akçakale/Şanlıurfa	Üretim, İşleme, Pazarlama
Baraj Tekstil Yağ Ltd.Şti.	Organize San.Böl.No:16 Şanlıurfa	Üretim, İşleme, Pazarlama
Ceylanpınar Tarım İşletmeleri	Tarım İşletmeleri Genel Müd. Ceylanpınar/Şanlıurfa	Üretim, İşleme, Pazarlama
SelimUludağ Tarım İşletmeleri Gıda San.Tic.A.Ş.	Cumhuriyet Cad.No:113 Şanlıurfa	Üretim, İşleme, İhracat
STC Org.Dağ.Paz.İç-Dış Tic.Ltd.Şti.	Akçakale Yolu,Cezaevi Kavşağı,Taşlıca Sk. No:1 Şanlıurfa	İşleme, Paketleme

*Kaynak:www.tarim.gov.tr (03.04.2008)*

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinden bazıları, geleneksel tarım yapmakta iken sonradan organik tarıma yönelmişlerdir. İşletmelerde ihtiyaca göre sürekli olarak 2-7 tane personel istihdam edilmektedir. Bu personellerden en az bir tanesi Ziraat Mühendisidir. Bunun dışında her yıl, ekim ve hasat dönemlerinde, ekim yapılan arazinin büyüklüğüne bağlı olarak, yaklaşık 50-200 mevsimlik işçi çalıştırılmaktadır. Örneğin, bu işletmelerden biri, babadan oğula geçen arazilerde uzun yıllardır tarım yapılmakta iken, 2000'de bir yapılanmaya gidilerek organik tarım çiftliğine dönüştürülen bir aile işletmesidir. İşletme bünyesinde, biri Ziraat Mühendisi olmak üzere toplam 7 devamlı çalışan personeli bulunmaktadır. Bunların

dışında her yıl, ürün ekimi, hasat dönemi vb. işlerin yoğun olduğu dönemlerde yaklaşık 150-200 mevsimlik işçi çalıştırılmaktadır.

Başka bir işletme ise 6 yıldır sadece organik gıda üretmektedir. Önceleri organik Antep fıstığı ve pamuk üretimi yapılmakta iken sonradan sadece organik Antep fıstığı üretimi yapılmaktadır. İşletme bünyesinde 2 devamlı çalışan personel bulunmakta, ekim ve hasat dönemlerinde ihtiyaca göre mevsimlik işçi istihdam edilmektedir.

### **3.2. Organik Tarıma Yönelme Nedenleri**

Şanlıurfa ilindeki tarım işletmeleri genel olarak, Şanlıurfa ilinin gerek coğrafik yapısı gerekse iklimsel özelliklerinin organik tarım için elverişli olduğunu fark etmişlerdir. Aynı şekilde, toprak yapısının da, Türkiye'nin birçok bölgesinde olduğu gibi, aşırı kimyasal ilaç kullanılmadığından dolayı, çok fazla bozulmadığına dikkat etmişlerdir. Kendi çabaları ve imkânları ölçüsünde organik üretim konusunda yaptıkları araştırmalarda, bu alanda tarım yapma kararı almışlardır. Bu işletmelerden bazıları, yurt dışındaki organik pazar potansiyelini değerlendirmek istemişlerdir.

### **3.3. Üretilen Ürün Türleri**

Şanlıurfa'daki tarım işletmelerinde hububat ağırlıklı organik gıdalar üretilmektedir. Yerel pazarda, organik ürün talebi düşük olduğundan, meyve-sebze gibi doğrudan tüketilen gıdalar üretilmemektedir. Çünkü bu tür ürünler, geleneksel yöntemlere göre üretilen ürünler gibi yapılarına uzun süre taze kalmalarını sağlayacak kimyasal maddeler katılmadığından çabuk bozulmaktadır. Yeterli talep olmayınca, ürünler satılamayıp üreticilerin zarar etme riski artmaktadır. Bu nedenle, daha çok uzun ömürlü gıdalar üretilmektedir.

Hububat olarak buğday, pamuk, mısır, mercimek ve arpa üretilmektedir. Bunların dışında, antepfıstığı ve düşük miktarda nane, anason, kekik gibi aromatik bitkilerin de ekimi yapılmaktadır.

### **3.4. Pazarlama Süreçleri**

#### **3.4.1. Üretim Süreci**

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinde az sayıda ve benzer ürün çeşitleri üretildiğinden dolayı, üretim süreçlerinde her ürün için pek bir farklılık olmamaktadır. Ancak ürünlere olan talebe göre ekim alanları ve miktarları değişmektedir.

**Pamuk:** İşletmelerden birinde son olarak 1 500 dekarlık alanda pamuk üretimi yapılmıştır. Hasat döneminde 7 bin ton ürün elde edilmiştir. İşletmenin toplam üretim kapasitesi 12 bin ton olmakla beraber, alıcı bulunamadığından daha az miktarlarda üretim yapılmaktadır. Elde

edilen ürünler, işletmenin kendisine ait Şanlıurfa'daki fabrikada balya haline getirildikten sonra çivitleri yine kendisine ait şehir içindeki yağ fabrikasına satılmaktadır.

**Antepfıstığı:** İşletmelerden birinin bu sene 100 dekarlık alanda yaptığı antepfıstığı üretiminden 1 300 ton verim elde edilmiştir. Elde edilen organik antepfıstıkları, şehir içindeki başka bir fabrikada fason olarak işlenmektedir. Bir diğer işletme yaklaşık 300 dekarlık alanda antepfıstığı üretimi yapmaktadır. Elde edilen ürünlerin dış kabukları, bu firmaya ait tesislerde soyulduktan sonra, güneşte kurutularak satışa sunulmaktadır.

Decar başına alınan verim yıldan yıla değişiklik göstermektedir. Firmalardan biri, bir sene yaklaşık 30 kg/dekar verim alınırken, sonraki sene 150 kg/dekar verim elde edildiğini belirtmiştir. Verim düşüklüğü üründen ürüne değişmektedir.

İşletmeler, hastalık ve zararlılara karşı hazır ilaç kullanmamakta, arap sabunu, tütün yaprağı vb. organik preparatlar kullanmaktadırlar. Bunun dışında, hastalık yapan etkenleri, ekim öncesinde, tarım yapılacak alanları dezenfekte etmek suretiyle koruyucu önlemler almaktadırlar.

**Buğday:** Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinde buğday fazla miktarlarda üretilmemektedir. Bunun nedeni Türkiye'de birçok organik tarım işletmesinde üretimi yapıldığından dolayı, uygun bir fiyata alıcı bulmadaki sıkıntıdır. İşletmelerden birinde geçen sene 1 500 dekarlık alanda yapılan üretim sonucunda 1 300 ton organik buğday elde edilmiştir. Organik buğdaylar, şehir içindeki bir un fabrikasında işlenmektedir.

**Tablo 6:** Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmelerinin Üretim Kapasiteleri ve Üretim Miktarları

Firma	Yıllık Üretim Kapasitesi(ton)	Yıllık Üretim Miktarı(ton)	Yüzde(%)
A Firması	12 000	9 600	80
B Firması	60	60	100
C Firması	400	200	50
<b>Toplam</b>	12 450	9 860	79.19

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, yıllık işleyebilecekleri üretim miktarından daha az üretim yapmaktadırlar. Bunun nedeni organik ürünlere olan talep düşüklüğüdür. Talep düşük olduğundan dolayı işletmeler, az miktarlarda üretim yapmaktadırlar (Tablo 6). Genellikle anlaşmalı oldukları toptancı firmaların istedikleri miktar kadar üretim yapmakta,

bu miktar da işletmelerin üretim kapasitesinin altında kalmaktadır. Kapasitenin altında üretim yapmak, üretim maliyetini arttırmaktadır. Oysa kapasite kadar üretim yapıldığı takdirde, ürün başına düşecek olan sabit maliyetler daha düşük olacak, böylece üreticiler, organik ürünlerin fiyatını biraz daha aşağıya çekerek daha fazla tüketicinin ürünleri almasını sağlayabileceklerdir.

### 3.4.2. Fiyatlandırma Süreci

**Pamuk:** Pamuk, diğer ülkelere oranla daha ucuz üretilmektedir. Geleneksel pamuk fiyatı 2 100 YTL/kg iken organik pamuk fiyatı 2 600-750 YTL/kg olmaktadır. Fiyatlar, üretilen pamuk türüne göre değişmektedir. Organik pamuk fiyat belirlenirken, ürünü satın alacak toptancı firmanın ödemeye hazır olduğu fiyat dikkate alınmaktadır. Ürünler şehir dışına satıldığı için nakliye ve sigorta ücreti de fiyata eklenmektedir. Firmalardan biri, ürettiği ürünlerden sadece pamuk için ayrıca yol sigortası yaptırmaktadır.

**Antepfıstığı:** Fiyatlandırmada yurt dışındaki piyasalar önemli ölçüde belirleyici olmaktadır. Bu firmalardan organik ürün satın alan toptancı kuruluşlar, satın aldıkları organik ürünlerin fiyatıyla yurt dışındaki piyasalarda bulunan organik ürünlerin fiyatını karşılaştırmaktadır. Bu yüzden Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, ürünlerinin fiyatını ona göre belirlemektedirler. Organik antepfıstıklarının fiyatı, geleneksel ürünlerden yaklaşık % 10-30 oranında daha yüksek olmaktadır.

**Buğday:** Geleneksel buğday 60YKı/kg, organik buğday ise 80YKı/kg olarak pazarlanmaktadır.

### 3.4.3. Dağıtım Süreci

**Pamuk:** Organik pamuklar, çivitleri alınıp 220 kg'lık balyalar haline getirildikten sonra, şehir dışındaki toptancı kuruluşlara gönderilmektedir. Her kamyonu 80 balya yerleştirilerek Gaziantep, Kayseri, İzmir, İstanbul illerindeki alıcı firmalara dağıtılmaktadır. Sınırlı miktarda da olsa Fransa'ya organik pamuk ihraç edilmiştir. Organik pamuk üretimi yapan işletmelerden biri, organik pamuk için yol sigortası yaptırmaktadır. Kamyon başına 30-35 YTL ödenen yol sigortası sonucu, üründe, alıcı firmanın eline ulaşıncaya kadar herhangi bir sorun olduğunda zararı sigorta firması üreticiye ödemektedir.

**Antepfıstığı:** İşletmelerden biri, ürettiği organik antepfıstıklarını, şehir içindeki başka bir firmaya gönderip ürünleri fason olarak işlemektedir. Antepfıstıkları burada 1-5-10 kg'lık paketlerde paketlenildikten sonra Gaziantep'teki alıcı firmaya pazarlanmaktadır. Bir diğer firma, ürettikleri organik ürünler için paketleme yapmamakta, antepfıstıkları kurutulduktan sonra dökme olarak satışa sunulmaktadır. Yurtiçindeki alıcı firmalara çuvallar içinde dökme olarak, yurt dışındaki firmalara ise 10 kg'lık vakumlu paketlerde satış yapılmaktadır. Organik

ürünler ağırlıklı olarak İstanbul'daki perakende firmalarına pazarlanmaktadır. Bu firmalar, satın aldıkları organik ürünleri, kendi imkânlarıyla ambalajladıktan sonra, kendi markalarının adı altında satışa sunmaktadır. Yurt dışına sınırlı miktarlarda (Fransa) satış yapılmaktadır. Nakliye ve sigorta ücretleri, alıcı firma tarafından karşılanmaktadır.

**Buğday:** Üretilen organik buğdaylar, şehir içindeki fabrikalarda un haline getirildikten sonra, 50 kg'lık çuvalara konulmaktadır. Firmalardan biri yalnızca bir kere organik buğday üretimi yapmıştır.

#### **3.4.4. Tutundurma Süreci**

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri genel olarak ürettikleri organik ürünleri, anlaşmalı oldukları toptancı-perakendeci kuruluşlara satmaktadırlar. Bu yüzden tutundurma faaliyetleri ile pek ilgilenmemektedirler. Ancak sınırlı da olsa, yurt içinde düzenlenen bazı organik ürün fuarlarına katılmışlardır.

### **3.5. Organik Tarım İşletmelerinin Pazarlama Sorunlarına Yönelik Şanlıurfa İlinde Yapılan Bir Uygulama**

#### **3.5.1. Araştırmanın Konusu**

Bu araştırmada, organik tarımın genel olarak öneminden bahsedilmektedir. Organik tarım yöntemine dayalı olarak üretim yapan tarım işletmelerinin pazarlama faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar ortaya konulmuştur. Uygulama alanı olarak, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren organik tarım işletmelerinin faaliyetleri ve sorunları ele alınmıştır.

#### **3.5.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın amacı, organik tarım işletmelerinin karşılaştıkları pazarlama sorunlarını belirlemek ve nasıl bu sorunların üstesinden gelinebileceğine dair çözümler bulmaktır.

Organik tarımın önemi günden güne daha çok anlaşılmaktadır. Ancak, organik ürünlerin özellikle pazarlanması sırasında karşılaşılan sorunlar nedeniyle, birçok üretici bu alanda üretim yapmaktan çekinmektedir. Bu araştırma, tanımlanan pazarlama sorunları ve getirilen çözüm önerileriyle, üreticilerin organik tarım alanında üretim yapmalarına teşvik etmeye katkıda bulunması açısından önem taşımaktadır.

#### **3.5.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları**

Bu araştırma, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren organik tarım işletmelerini kapsamaktadır. Araştırmanın başlangıcında faaliyette bulunan organik tarım işletmelerinden bir tanesi daha sonra faaliyetlerine son vermiştir. Başka bir organik tarım işletmesi, organik üretim yapma kararı alarak gerekli yerlere müracaat etmiş, ancak sertifikasyon kuruluşunun

öngördüğü 3 yıllık süre dolmadığından henüz üretime başlamamıştır. Bir diğer organik tarım işletmesi ise, başka bir organik tarım işletmesine bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Söz konusu işletme, bağlı olduğu organik tarım işletmesinin ürettiği organik Antepfıstığını işleyerek paketlemekte, sonra da bu işletmeye pazarlamaktadır. Yani bir organik üretim söz konusu değildir. Bu sebeplerden dolayı, araştırma, sadece 3 işletme ile sınırlı kalmıştır. Bu işletmelerden birisi henüz deneme ekimi yapmaktadır. Her üç işletme de, pazarlama karması elemanlarından tutundurma faaliyetleriyle, toptan satış, bilgi eksikliği, maliyet vb. nedenlerden dolayı ilgilenmemektedirler. Bu yüzden tutundurma ile ilgili sorular cevapsız kalmıştır.

Araştırmada, işletmelerin ürettiği her bir ürün için bir fiyat-maliyet dağılımı yapılarak bir gelir-gider analizi yapılmak istenmiş, ancak işletme sahiplerinden bu konuda yeterli veriler alınamamıştır. Yine her işletme için yıllık üretim miktarlarını gösteren bir grafik çizilerek, organik tarımda ne kadar ilerleme kaydettikleri belirlenmek istenmiş, ancak işletmeler her yıl ortalama aynı miktarlarda üretim yaptıklarını belirtmişlerdir. Başka bir ifadeyle, organik üretime başladıklarından bu yana çeşitli nedenlerden dolayı üretim miktarları aynı kalmıştır. Bu nedenlerin başında, yetersiz talep gelmektedir. Organik ürün talebi gelişmediğinden dolayı, üreticiler kapasitelerinin altında üretim yapmaya devam etmekte ve sonuçta üretim miktarı aynı kalmaktadır.

#### **3.5.4. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmada, işletmelerin pazarlama faaliyetlerine ve sorunlarına yönelik kapalı uçlu sorular içeren bir anket formu hazırlanmıştır. İşletme yöneticileriyle yüz yüze görüşülerek anket formundaki sorular cevaplandırılmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda tablo ve grafikler hazırlanarak, işletmelerin faaliyetleri ve pazarlama sorunları ile ilgili veriler analiz edilmiştir. Ayrıca araştırmada Şanlıurfa ilinde ikamet eden tüketicilere, organik ürünle ilgili soruları içeren bir anket uygulanmıştır. Anketin uygulandığı kişiler, Şanlıurfa'da tüketimde bulunan kişiler arasında tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir.

#### **3.5.5. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular**

Bu araştırmada, Şanlıurfa ilinde -2008 yılı itibarıyla- faaliyet gösteren organik tarım işletmelerinin faaliyetleri ve pazarlama sorunları ile ilgili bilgi alınmaya çalışılmıştır. Ayrıca Şanlıurfa ilinde tüketimde bulunan kişilerle görüşülerek organik ürün hakkındaki bilgileri ve görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler, frekans analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve bu bilgiler doğrultusunda ulaşılan bulgu ve sonuçlara yer verilerek, yorum ve değerlendirmeler yapılmıştır.

**Tablo 7:** Şanlıurfa'daki Tüketiciler Arasında Yapılan Ankete Katılanların Demografik Bilgileri

Demografik Özellik		Frekans(n)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Bay	68	59.1
	Bayan	47	40.9
	<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>
Yaş	18-29	58	50.43
	30-39	28	24.35
	40-49	19	16.52
	50 ve üzeri	10	8.7
	<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	17	14.78
	Lise	42	36.52
	Yükseköğrenim	5	4.35
	Okur-yazar değil	51	44.35
	<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100.00</b>
Meslek	İşçi	21	18.2
	Memur	39	34
	Serbest meslek	13	11.3
	Çiftçi	4	3.5
	Tüccar-Sanayici	5	4.3
	Diğer	33	28.7
	<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>
Aylık Ortalama Gelir	500'den az	34	29.6
	500-1 000	32	27.8
	1 000-1 500	36	31.3
	1 500-2 000	9	7.8
	2 000 ve üzeri	4	3.5
	<b>Toplam</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinin ürettikleri bazı organik ürünlerin ekim alanı-verim arasındaki ilişki aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 8:** Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinde Üretilen Bazı Organik Ürünlerin Ekim Alanı-Verim İlişkisi

Ürünler	Ekim Alanı(dk)	Verim(ton)
Mısır	500	500
Buğday	1 000	140
Antep Fıstığı	1 711	35
Pamuk	2 050	820
<b>Toplam</b>	<b>5 261</b>	<b>1 495</b>

Şanlıurfa’da organik tarım işletmeleri, özellikle yerel pazarın gelişmemiş olması nedeniyle, meyve-sebze gibi çabuk bozulan ürünler üretmemektedirler (Tablo 8). Oysa Şanlıurfa’da organik gıda tercih eden tüketiciler daha çok organik yaş-meyve sebze talep etmektedirler. Aşağıdaki tabloda, Şanlıurfa’daki tüketicilerin, daha çok hangi organik ürünleri talep ettikleri gösterilmektedir:

**Tablo 9: Şanlıurfa’daki Tüketicilerin Organik Ürün Tercihleri**

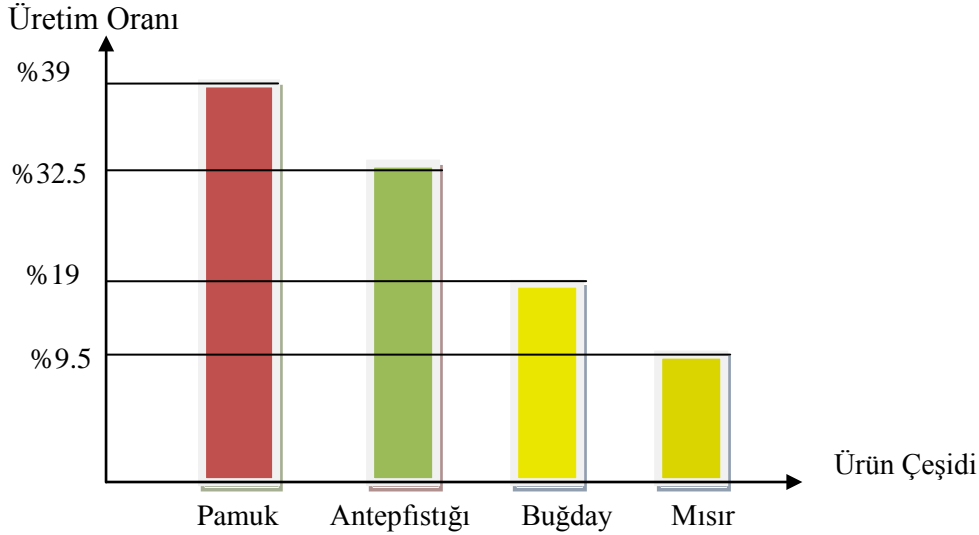
	Seçilen ürün	Sayı	Yüzde
<b>Tek Ürün Seçenler</b>	Yaş meyve-sebze	53	69.7
	Baklagiller	19	25
	İşlenmiş organik gıda	3	4
	Diğer organik gıdalar(aromatik bitkiler, kurutulmuş gıdalar)	1	1.3
	<b>Toplam</b>	<b>76</b>	<b>100</b>
<b>İki Ürün Seçenler</b>	Yaş meyve-sebze ve baklagiller	19	83
	Yaş meyve-sebze ve işlenmiş organik gıda	3	13
	Yaş meyve-sebze ve diğer organik gıdalar	1	4
	Baklagiller ve işlenmiş organik gıda	–	
	Baklagiller ve diğer organik gıdalar	–	
	<b>Toplam</b>	<b>23</b>	<b>100</b>
<b>Üç Ürün Seçenler</b>	Yaş meyve-sebze, baklagiller ve işlenmiş organik gıda	7	41
	Yaş meyve-sebze, işlenmiş organik gıda ve diğer organik gıdalar	1	6
	Yaş meyve-sebze, baklagiller ve diğer organik gıdalar	9	53
	İşlenmiş organik gıda, baklagiller ve diğer organik gıdalar	–	
	<b>Toplam</b>	<b>17</b>	<b>100</b>
<b>Tüm Organik Ürünleri Seçenler</b>	Yaş meyve-sebze, baklagiller, işlenmiş organik gıdalar ve diğer organik gıdalar	5	
	<b>Toplam</b>	<b>5</b>	<b>100</b>
<b>Tercih Etmeyenler</b>	–	4	
	<b>Toplam</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

Şanlıurfa’daki tüketiciler arasından tek çeşit organik gıda tercih eden 76 kişiden 53’ü organik yaş meyve-sebze tercih etmektedir. 19 kişi organik baklagilleri tercih etmekte, geri kalan 4 kişi ise salça, reçel gibi işlenmiş organik gıdaları ve organik aromatik gıdalar, kurutulmuş organik gıdalar, hububat vb. tercih etmektedir. İki çeşit organik gıda tercih eden 23 kişi organik yaş meyve- sebze tercih etmektedir. Üç çeşit organik gıda tercih eden 17 kişi yine tercihleri arasında organik yaş meyve-sebzeyi göstermektedirler. İkinci olarak tercih



edilen organik gıdalar baklagillerdir (Tablo 9). Şanlıurfa'daki organik gıda üreticileri ise daha çok pamuk, buğday gibi hububatlar üretilmektedir. Tablo 8'deki verilere göre aşağıdaki gibi bir grafik çizilebilir:

**Grafik 4:** Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinde Üretilen Bazı Ürün Çeşitlerinin Ekim Oranları



Yukarıdaki grafiğe göre; Şanlıurfa'daki organik ekim alanlarının büyük bir kısmı pamuk ekimine ayrılmıştır. Bunun nedeni organik pamuk talebinin diğer ürünlere oranla yüksek olmasıdır. Özellikle dünya çapında ün yapmış bazı giyim markaları, daha kaliteli olduğu için hammadde olarak organik pamuk kullanmaktadır. Bu durum, üreticileri organik pamuk üretimine yöneltmektedir.

Pamuktan sonra üretim oranı yüksek olan ürün antepfıstığıdır. Antepfıstığının yerel bir ürün olması, taze-kuru, doğrudan-dolaylı olarak tüketilmesi, gıda işletmelerinin antepfıstığına olan talebini arttırmaktadır. Kaliteli gıda üretmek isteyen gıda işletmeleri de, organik antepfıstığını talep etmekte, yerel organik üreticiler de bu ürünün üretimini yapmaktadır.

Buğday birçok yerde üretilebildiği için arz fazlası oluşmaktadır. Bu yüzden organik ürün üreticileri yüksek oranda buğday üretmemektedir. Yine mısıra olan talep düşük olduğu için organik mısır üretimi de düşük bir seviyededir (Grafik 4).

İşletmeler, faaliyetlerinin farklı aşamalarında farklı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Faaliyet alanına bağlı olarak bu sorunlardan farklı şekillerde etkilenmektedirler. Örneğin sadece üretim ve işleme alanında faaliyet gösteren bir işletme, tutundurma faaliyetleriyle

ilgilenmediğinden dolayı, bu aşamada organik tarım işletmelerinin karşılaştığı sorunlardan çok fazla etkilenmemektedir.

**Tablo 10:** Şanlıurfa İlindeki Organik Tarım İşletmelerinin, Üretim Aşamasındaki Sorunlardan Etkilenme Oranı

Üretim Aşamasında Karşılaşılan Sorunlar		Sorundan Etkilenen İşletme Sayısı	İşletmeler Arasında Sorundan Etkilenme Oranı
Üretimden Önce	Elverişli Arazi	1	%33
	Bürokratik İşlemlerin Zaman Alması	2	%66
Üretim Sırasında	Girdi Temini	2	%66
	Teknik Bilgi	1	%33

Tarım işletmeleri organik üretime geçme kararı aldıktan sonra, uygun bir arazide üretime başlamaları gerekmektedir. Ana yola 1 km mesafedeki arazilerde, taşıtların egzoz dumanından etkileneceğinden, organik üretim yapılamaz. Ayrıca organik üretim yapılacak arazinin, geleneksel tarım yapılan arazilerden yeterli uzaklıkta olması gerekmektedir. Çünkü böyle bir konumdaki arazilerde yetişen organik ürünler, karayolundan geçen taşıtların egzoz dumanından ve diğer arazilerde kullanılan kimyasal ilaçlardan etkilenmekte, bu da ürünlerin organik özelliğini bozmaktadır. Oysaki birçok üreticinin tarım arazisi ana yola ya da geleneksel tarım yapılan arazilere yakın bir mesafede bulunmaktadır. Bu durum, bazı üreticilerin organik üretime başlama kararından vazgeçmelerine neden olmaktadır.

İkinci bir sorun, yasal işlemlerin zaman almasıdır. İşletmeler, sertifika talebinde bulduktan sonra bir kontrol dönemine girmektedirler. En az 2 yıllık bir geçiş süreci var. Bu süreçten sonra, yüksek maliyetlerle üretilen ürünler, organik ürün sayılmamakta, geçiş dönemi ürünü olarak pazara sunulmaktadır. Bu da yüksek maliyetle üretilen ürünün düşük bir fiyatla satılması anlamına geldiğinden, ilk yıl işletme kâr etmemekte, bazı durumlarda zarar bile etmektedir (Tablo 10).

Organik tarımda kullanılacak bitki tohumlarının ve fidelerinin genetik değişime uğramamış olması gerekmektedir. Üretim sırasında da, organik ürünleri hastalık ve zararlı böceklerden korumak için sertifikasyon kuruluşu tarafından onaylanmış, organik ürünün

organik olma özelliğini bozmayacak ilâçlar kullanılmalıdır. Organik tohum-fide, uygun ilâç bulma, Türkiye genelindeki organik tarım işletmelerinin karşılaştığı başlıca bir sorundur. Aynı şekilde Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri de bu sorunlardan etkilenmektedir. Bölgede çeşitli bitki hastalıkları ve zararlı böceklerden dolayı ekimi yapılan bitkiler zarar görmekte, geleneksel tarımda kullanılan ilâçlar kullanılmadığından ve uygun ve yeter miktarda ilâç bulunamadığından bu zarar önlenememektedir. Sonuçta büyük zahmetlerle üretilen organik ürünlerden yeterince verim alınmamaktadır (bkz. Tablo 8).

Organik tarım her ne kadar yıllardır gündemde olan bir konu olmasına rağmen, esasları az kişi tarafından bilinmekte, pek çok kişi tarafından yanlış bilinmektedir. Organik üretime başlama kararı aldıktan sonra, bu konuda yeterli bilgi sahibi kişi bulma konusunda sıkıntı yaşanmaktadır. Üretimden sonra bu ürünlerin pazarlanması sırasında da sorunlarla karşılaşmaktadır. Özellikle yerel pazarda organik ürünler için yeterli alıcı bulunamamaktadır. Aşağıdaki tabloda Şanlıurfa'daki tüketicilerin organik ürünler hakkındaki bilgi düzeyleri gösterilmiştir:

**Tablo 11:** Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Organik Gıda Hakkındaki Bilgi Düzeyi ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Organik Gıda Hakkında Bilgi Düzeyi	Eğitim Durumu				Frekans(n)	Yüzde(%)
	İlköğretim	Lise	Yükseköğrenim	Okur-Yazar Değil		
<b>Evet, Bilgim Var</b>	7 %41	27 %64	43 %84	2 %40	79	68.7
<b>Hiçbir Bilgim Yok</b>	10 %59	15 %36	8 %16	3 %60	36	31.3
<b>Toplam</b>	<b>17</b>	<b>42</b>	<b>51</b>	<b>5</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>

Şanlıurfa'da tüketimde bulunan farklı eğitim düzeyindeki 115 kişiye, organik ürünler hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Bu kişilerden %68.7'si organik ürünler hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtmişti. Buna karşılık %31.3'ü organik ürünler hakkında bilgi sahibi olmadığını ve daha önce bu kavramı duymadığını ifade etmiştir. Organik ürünler hakkında bilgi sahibi olan 79 kişiden 50 kişi organik ürün tercih etmektedir. Geri kalan 29 kişi ise geleneksel ürünleri tercih etmektedirler (Tablo 11). Aşağıdaki tabloda tüketicilerin gelirleri ve ürün tercihleri arasındaki ilişki gösterilmektedir:

**Tablo 12:** Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Tercih Ettikleri Ürün ve Gelirleri Arasındaki İlişki

Tercih Edilen Ürün	Ürünü Tercih Edenlerin Gelirleri (YTL)					Toplam	Yüzde(%)
	500'den az	500- 1 000	1 000-1 500	1 500-2 000	2 000 ve üstü		
Geleneksel-Hormonlu Ürün	20 %59	14 %44	22 %65	5 %45	2 %50	63	54.8
Organik Ürün	14 %41	18 %56	12 %35	6 %55	2 %50	52	45.2
<b>Toplam</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>115</b>	<b>100.0</b>

Yüksek gelirli kişilerin, geleneksel ürünlere göre daha pahalı olan organik ürünleri tercih etmesi beklenmektedir. Bununla beraber Şanlıurfa ilindeki tüketiciler arasında yapılan anket sonuçları, düşük gelirli olan kişilerin de, organik ürünleri tercih etme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Yukarıdaki tabloya göre, Şanlıurfa'daki anket yapılan 115 tüketiciden 63'ü geleneksel ürünleri, geri kalan 52'si ise organik ürünleri tercih etmektedir. Aylık ortalama geliri 500-1 000 YTL ve 1 500 ve üzeri olan tüketiciler daha çok organik ürün tercih etme eğilimindedirler. Buna karşılık aylık ortalama geliri 1 000-1 500 YTL olan tüketiciler, çoğunlukla geleneksel ürünleri tercih etmektedirler (Tablo 12).

**Tablo 13:** Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Geleneksel Ürünleri Tercih Etme Nedenleri ve Gelirleri Arasındaki İlişki

Geleneksel Ürünü Tercih Etme Nedeni	Ürünü Tercih Edenlerin Gelirleri (YTL)					Toplam	Yüzde(%)
	500'den az	500-1 000	1 000-1 500	1 500-2 000	2 000 ve üzeri		
Organik Ürüne Göre Daha Ucuz Olduğu İçin	22 %30	19 %40	21 %36	5 %31	2 %33	69	34.2
İstenilen Yer ve Zamanda Ulaşılabilmesi	22 %30	15 %31	16 %27	6 %38	2 %33	61	30.2
Her Ürün Çeşidinin Bulunması	10 %14	8 %17	15 %25	4 %25	1 %17	38	18.8
Diğer	19 %26	6 %12	7 %12	1 %6	1 %17	34	16.8
<b>Toplam</b>	<b>73</b>	<b>48</b>	<b>59</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>202</b>	<b>100</b>

Genel olarak tüketiciler geleneksel ürünleri; başta organik ürünlere göre ucuz olması, istenilen yer ve zamanda ulaşılabilmesi, her ürün çeşidinin bulunması vb. sebeplerden dolayı tercih etmektedirler. Şanlıurfa'da görüşülen tüketiciler ise geleneksel ürünleri, organik ürünlere göre ucuz olmalarının yanında, istenilen yer ve zamanda ulaşılabilmesi nedeniyle de tercih etmektedirler. Başka bir ifadeyle tüketiciler, geleneksel ürünlere daha kolay ulaşabildiği için bu ürünleri organik ürünlere tercih etmektedirler(Tablo 13). Oysaki Şanlıurfa'da organik ürünler yalnızca büyük perakende mağazalarında organik ürünler için ayrılan reyonlarda satışa sunulmakta, organik ürünlerin satıldığı manavlar veya özel dükkânlar bulunmamaktadır. Şanlıurfa'daki tüketiciler, organik ürünleri de farklı nedenlerden dolayı satın almaktadır. Aşağıdaki tabloda, tüketicilerin organik ürünleri tercih etme nedenleri gösterilmiştir:

**Tablo 14:** Şanlıurfa'daki Tüketicilerin Organik Ürünleri Tercih Etme Nedeni ve Yaşları Arasındaki İlişki

Organik Ürünü Tercih Etme Nedeni	Tüketicinin Yaş Grubu				Toplam	Yüzde(%)
	18-29	30-39	40-49	50 ve üzeri		
Sağlıklı Olduğu İçin	49 %42	20 %40	17 %47	7 %32	93	41.5
Lezzetli Olduğu İçin	34 %29	14 %28	12 %33	5 %23	65	29
Güncel Olduğu İçin	14 %12	2 %4	1 %3	4 %18	21	9.4
Çevre Bilinci Önemsendiği İçin	16 %14	8 %16	5 %14	5 %23	34	15.2
Tercih Etmeyenler	3 %3	6 %12	1 %3	1 %4	11	4.9
<b>Toplam</b>	<b>116</b>	<b>50</b>	<b>36</b>	<b>22</b>	<b>224</b>	<b>100</b>

Şanlıurfa'daki tüketiciler, Türkiye genelindeki tüketiciler gibi organik ürünleri, sağlıklı olduğu için tercih etmektedirler. Özellikle 40-49 yaş arasındaki tüketiciler sağlık faktörünü daha çok dikkate almaktadır. Göz önünde bulundurulan ikinci bir faktör, lezzet faktörüdür. Organik ürünlerin üretiminde yapay maddeler kullanılmadığından geleneksel ürünler gibi tatlarında bozulma olmamaktadır. Bu yüzden tüketiciler organik ürünleri tercih etmektedir. Göz önünde bulundurulan bir diğer faktör de çevre faktörüdür. Organik tarımda, üretimden tüketime kadar her aşamada çevre sağlığı önemsenmekte, faaliyetler buna göre

uygulanmaktadır. Şanlıurfa'daki çevre bilincine sahip tüketiciler de, organik ürünleri tercih etme sebepleri arasında çevre faktörünü göstermişlerdir (Tablo 14).

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, üretimden sonra fiyatlandırma aşamasında sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlar aşağıdaki gibi sıralandırılabilir:

- 1. Yüksek Maliyet-Düşük Talep:** Organik ürünler, geleneksel ürünlere oranla yüksek maliyetle üretilmektedirler. Maliyeti karşılama için yüksek bir fiyattan pazara sunulmaktadır. Oysaki Türkiye'nin birçok yerinde olduğu gibi Şanlıurfa'da da organik ürün talebi düşük bir seviyededir. Zaten tüketicinin ilgisini çekmeyen bir organik ürünün, yüksek fiyatlı bir etiketle pazarda yer bulması zorlaşmaktadır. Şanlıurfa'daki tüketiciler arasında yapılan anket sonuçlarında da, tüketicilerin çoğunlukla geleneksel ürünleri tercih ettiği belirlenmiştir (Tablo 12).
- 2. Geleneksel Ürün Fiyatları:** Organik ürünler, maliyet+kâr modeline göre fiyatlandırıldığından kâr oranı düşük tutulsa bile organik ürün fiyatı ve geleneksel ürün fiyatı arasındaki fark yüksek olmaktadır. Bazı ürünlerde bu fark %50'yi geçmektedir. Organik ürünlerin fiyatı yüksek olunca, tüketiciler yeniden geleneksel ürünlere yönelmektedir. Yapılan araştırmalar, Şanlıurfa'daki tüketicilerin geleneksel ürünleri özellikle organik ürünlere göre ucuz olduğundan dolayı tercih ettiklerini göstermiştir (Tablo 13). O yüzden üreticiler, organik ürünün fiyatını belirlerken geleneksel ürün fiyatlarını da göz önünde bulundurmamak zorunda kalmaktadırlar.
- 3. Tüketicilerin Gelir Düzeyi:** Tüketiciler, gelir düzeyi düşük olduğundan mümkün olduğunca ucuz gıdaları seçmekte, yüksek fiyatlı organik ürünleri tercih etmemektedirler. Bu nedenle organik ürün üreticileri, tüketicilerin gelir düzeyini de dikkate almaktadır. Maliyeti karşılayacak ve az da olsa bir kâr bırakacak bir fiyat ile düşük gelir düzeyi arasında bir denge kurmak, başlı başına bir sorun olmaktadır.
- 4. Rakip İşletme Fiyatları:** Şanlıurfa'da her ne kadar az sayıda organik tarım işletmesi olsa da, işletmeler, organik ürünleri için fiyat belirlerken diğer işletmelerin fiyatlarını da göz önünde bulundurmaktadırlar. Çünkü bir işletme aynı ürünü daha düşük bir maliyetle üretmeyi başararak, o ürünün fiyatını düşürebilir. Böyle bir durumda, diğer işletmeler de fiyatlarını ona göre ayarlamak zorundadır. Tabii ki bu fiyat maliyeti karşılayacak oranda değilse, üreticilerin karşısına başka bir sorun olarak çıkmaktadır.

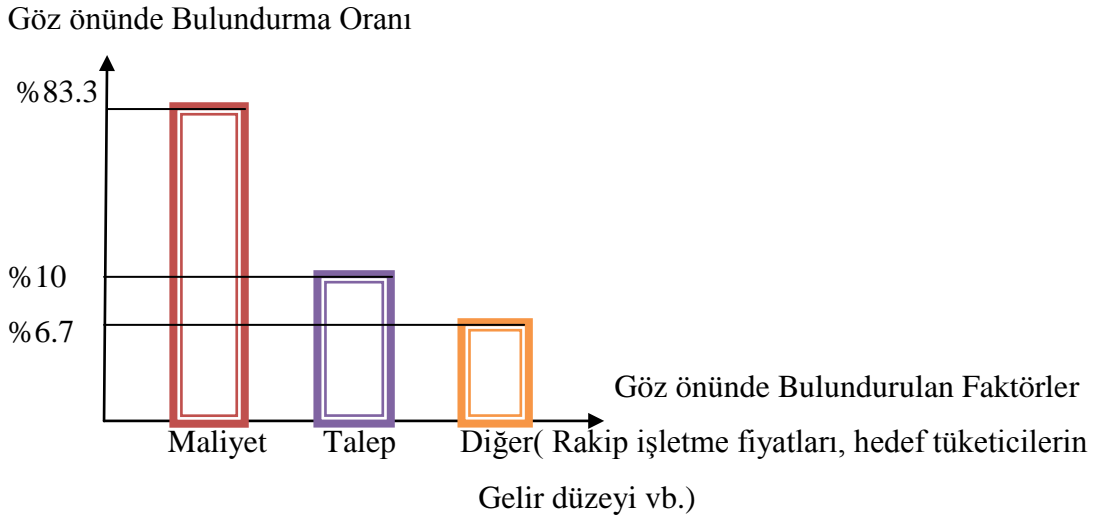
Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinin fiyat belirlerken talep üzerinde odaklanmakla beraber, maliyet, gelir düzeyi vb. faktörler üzerinde de durmaktadırlar.

**Tablo 15:** Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmelerinde Fiyatlandırmada Göz Önünde Bulundurulan Faktörler

Fiyatlandırmada Göz Önünde Bulundurulan Faktörler	Firmalar			Frekans (n)	Yüzde(%)
	A Firması	B Firması	C Firması		
Maliyet	%70	%80	%100	2.5	83.3
Talep	%20	%10	–	0.3	10
Diğer	%10	%10	–	0.2	6.7

Genellikle firmalar, herhangi bir ürün üretmeden önce bir pazar araştırması yaparak, o ürünle ilgili talebi belirlerler. Ürünü ürettikten sonra fiyat belirlerken, üretim maliyetinin yanı sıra tüketicilerin gelir düzeyi, rakip işletmelerin fiyatları vb faktörleri de göz önünde bulundurmaktadırlar. Oysa Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinde, fiyatlandırma aşamasında maliyetin ağırlığı %83.3'lük bir orana sahiptir (Tablo 15). Bu verilere göre aşağıdaki gibi bir grafik çizilebilir:

**Grafik 5:** Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmelerinin Fiyat Belirlerken Göz önünde Bulundurdukları Faktörler



Her tür ürünün fiyatlandırılmasında maliyet önemli bir faktördür. Ancak organik ürünlerin fiyatlandırılmasında maliyetin önemi daha büyüktür. Çünkü organik ürünler, yüksek maliyetle üretilmekte, bu maliyet de diğer faktörlerden daha çok fiyata yansıtılmaktadır.

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, ürettikleri organik ürünlerin fiyatını belirlerken, öncelikle üretim maliyetini göz önünde bulundurmaktadırlar.

Üretimden önce olduğu kadar üretimden sonra da dikkat edilmesi gereken talep faktörünün fiyatlandırmadaki ağırlığı %10 olmaktadır. Firmalar toptan satış yaptıkları için, talep ve diğer faktörler üzerinde pek durmamaktadırlar (Grafik 5). Oysa tüketicinin ürün için ödemeye hazır olduğu fiyat ve rakip işletmelerin uyguladıkları fiyat konusunda da araştırma yapılmalıdır. Aşağıdaki tabloda, Şanlıurfa'daki bir perakende mağazasında satılan organik ve geleneksel ürünlerin fiyatları karşılaştırılmıştır:

**Tablo 16:** Şanlıurfa'daki Bir Perakende Mağazasında Bazı Organik Ürün Ve Geleneksel Ürün Fiyatları

	Ürünler	Geleneksel Ürün Fiyatı (YTL)	Organik Ürün Fiyatı (YTL)	Fiyat Farkı (YTL)
İşlenmemiş Ürünler	Kuru Fasulye (1 kg)	6.75	9.90	3.15
	K. Mercimek (1 kg)	5.15	6.50	1.35
	Pirinç (1 kg)	4.90	10.75	5.85
	Nohut (1 kg)	3.75	8.25	4.5
	Süt (1 kg)	1.33	3.90	2.57
	Badem (250 gr)	6.06	17.90	11.84
İşlenmiş Ürünler	Çay (1 kg)	5.46	31.50	26.04
	Üzüm pekmezi (500 gr)	4.66	13.44	8.78
	Dut pekmezi (500 gr)	3.75	11.98	8.23
	Tahin (250 gr)	2.58	7.31	4.73
	Un (1 kg)	1.85	8.90	7.05

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri ürettikleri ürünleri şehir içindeki toptancı-perakendeci kuruluşlara pazarlamamaktadırlar. Bu yüzden şehir içindeki perakende mağazalarındaki organik ürün reyonlarında satışa sunulan ürünler şehir dışındaki ve yurt dışındaki firmalardan temin edilmektedir. Bu durum, zaten yüksek olan organik ürün fiyatlarının biraz daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Bazı organik ürünlerin fiyatı geleneksel ürünlerin fiyatından yaklaşık 5 kat daha yüksek bir fiyata satışa sunulmaktadır. İşlenmiş ürünler arasındaki fiyat farkı daha yüksek olmaktadır (Tablo 16). Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, organik gıdaların fiyatlarının yüksek oluşunun en önemli sebebini yüksek maliyet olarak göstermektedirler. Fiyatların yüksek olmasına etki eden bir diğer faktörün kalite olduğunu belirtmişlerdir. Çünkü organik tarımın ilkelerinden bir tanesi kaliteli ürün üretmektir.



Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, üretilen ürünlerin dağıtım aşamasında, taşıma, depolama, aracı kuruluş(toptancı, perakendeci vb.) bulamama gibi sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Firmalar, ürünlerini pazarlayacak bir kuruluş buluncaya kadar ürettikleri organik ürünler depoda kalmaktadır. Ürünlerin yapısına depoda kalma süresini uzatacak kimyasal maddeler katılmadığından ve depoda zararlılara karşı ilaçlama yapılmaması gerektiğinden, ürünler bozulmakta ve firma zarar etmektedir.

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, toptan satış yaptıklarından dolayı tutundurma faaliyetleri ile ilgilenmemektedirler. Örneğin firmalardan biri, anlaşmalı olduğu bir toptancı kuruluşun talep ettiği ürünü talep ettiği miktarda organik olarak üretmekte ve bu toptancı kuruluşa pazarlamaktadır. Bazı firmalar ürettikleri organik ürünleri şehir dışındaki perakende firmalara pazarlamaktadır. Bu perakende firmaları da organik ürünleri kendi markaları altında satışa sunmaktadır. Bu durum, Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinin, yurt içindeki diğer bazı organik tarım işletmeleri gibi başarılı olup organik ürün piyasasında marka olmamasının nedenlerinden biridir.

#### 4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Tarım alanlarından daha çok verim alabilmek için kullanılan yöntemler, kısa dönemde verimi arttırmasına rağmen uzun dönemde tersi bir durum ortaya çıkmıştır. Çünkü bilinçsizce kullanılan kimyasal ilâçlar, toprağın yapısını bozarak çoraklaşmasına sebep olmuştur. Ürünlerin dayanıklılığını arttırmak için yapılan uygulamalar da insan sağlığını tehlikeye atmıştır. Bunun gibi olumsuzluklar sonucunda ortaya çıkan organik tarım uygulamaları, giderek daha çok önem kazanmaya başlamıştır.

Organik tarımın en çok geliştiği yer AB ülkeleridir. Çünkü bu ülkelerde, gelir düzeyi yüksek bilinçli tüketicilerin, kaliteli ürün talep etmesiyle iç pazar oldukça gelişmiştir. Oysa bu ülkelerde, organik üretim elverişli arazi ve iklim koşulları sebebiyle sınırlı yapılmakta ve bu üretim talebi karşılayacak düzeyde değildir. Türkiye’de ise talep düşük seviyelerdedir. Buna karşılık organik üretim daha yüksektir. Üretim fazlası, ihraç edilerek, AB ülkelerindeki organik ürün potansiyeli değerlendirilebilir.

Ülkemizde çoğu il gibi Şanlıurfa ili de, organik tarım alanında birçok avantaja sahiptir. Öncelikle Şanlıurfa’daki toprak yapısı, çeşitli bitkilerin ekimine elverişli özelliklere sahip olup, aşırı kimyasal ilâç kullanılmadığından fazla bir bozulmaya uğramamıştır. Ayrıca iklim özellikleri, buğday ve pamuk gibi gıda ve tekstil sektörünün iki önemli hammaddesinin yetiştirilmesi için çok uygundur. Şanlıurfa’da geçimini tarım alanında çalışarak kazanan çok sayıda aile olduğundan dolayı tarım alanında çalışacak işçi bulmak kolay olmaktadır. Organik tarım, geleneksel tarıma göre daha fazla işçi gerektirdiğinden üreticiler, hem işçi bulmada sorunla karşılaşmamakta, hem de işçi maliyeti başka yerlere göre daha az olabilmektedir. Bunlara ek olarak Şanlıurfa, Türkiye’deki yeri bakımından, hem hava hem de kara yoluyla ulaşımı kolay olan bir ildir. Bu avantajlara rağmen çözülmesi gereken sorunlar vardır. Bu sorunlar çözülmedikçe organik tarım işletmeleri, ya sürekli zarar edip faaliyetlerine son verme durumunda kalacak, ya da hiçbir gelişme göstermeyerek yerinde sayacaktır.

Şanlıurfa’daki organik tarım işletmelerinde, organik tarımla ilgili teknik bilgi eksikliği öncelikli sorundur. Organik üretime başlamadan önce, bu konu hakkında araştırma yapılmalı, gerekirse danışmanlık desteği alınmalıdır. Sadece organik tarım işletme yöneticileri değil, çalışanlar da organik ürün hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Bunun için, üniversite, meslek odaları ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarının işbirliği yaparak, organik tarım konulu toplantı, seminer, sempozyum gibi çeşitli etkinlikler düzenlemelidir. Böylece hem üreticiler organik üretim konusunda bilgi edinirler, hem de tüketiciler organik gıdalar hakkında bilinçlendirilecektir.

Türkiye genelindeki organik tarım işletmelerinin organik tohum ve fide elde etmede yaşadıkları sıkıntıyı, Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri de yaşamaktadır. Üretim sırasında ürünün organik olma özelliğine zarar vermeyecek uygun ilâçların temini de başka bir sorundur.

Organik ürünlerin fiyatı belirlenirken yüksek oranda maliyet göz önünde bulundurulmakta, talep, tüketicilerin gelir düzeyi vb. faktörler üzerinde gerektiği kadar durulmamaktadır. Örneğin, Şanlıurfa'daki mevcut organik ürün talebi, daha çok meyve-sebze gibi doğrudan tüketilen organik gıdalara yöneliktir. Oysa Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, talebi yetersiz bulduklarından bu tür ürünleri üretmemektedirler. Ürettikleri takdirde, yerel pazarda kısa sürede alıcı bulamayacaklarını, şehir dışındaki toptancı kuruluşlarına pazarlamak durumunda kalacaklarını ve taşıma, depolama, alıcı bulunamama gibi dağıtım aşamasında karşılaşılan sorunların ve risklerin özellikle çabuk bozulan organik ürünlerde artacağını düşünmektedirler. Diğer taraftan tüketici talebini göz ardı etmek, ürünün pazarda alıcı bulma şansını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu yüzden, ürün üretilmeden önce, başta yerel pazar olmak üzere hedef pazarlardaki tüketicinin organik ürüne olan talebi ve gelir düzeyi değerlendirilmelidir. Tüketicilerin talebi doğrultusunda organik ürün üretilmeli, fiyatlandırılırken de hedef tüketicilerin gelir düzeyi göz önüne alınmalıdır. Düşük miktarlarda da olsa organik meyve-sebze üretilerek mevcut tüketicilere pazarlanmalıdır. Bu durum, şehir içindeki organik gıda pazarını az da olsa canlandıracaktır, sonraki dönemlerde hububat gibi doğrudan tüketilmeyen gıdalara da talep olabilecektir.

Şanlıurfa'daki tüketiciler, geleneksel gıdaları organik gıdalara göre daha ucuz olmasının yanı sıra istenilen yer ve zamanda ulaşılabildiği için de tercih etmektedirler. Şanlıurfa'da organik ürünler, bazı perakende mağazalarının organik ürünler için ayrılmış reyonlarında satışa sunulmaktadır. Bu ürünler şehir dışındaki ve yurt dışındaki firmalar tarafından üretilen ürünlerdir. Yerel organik tarım işletmelerine ait ürün bulunmamaktadır. Oysaki yerel üreticiler, tüketicilerin talebi doğrultusunda ürettikleri organik gıdaların bir kısmını yerel pazarda yine tüketicilerin kolayca ulaşabilecekleri mağaza, manav vb. yerlerde satışa sundukları takdirde daha başarılı olacaklardır.

Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri, finansal olanaklar yetersiz kaldığından dolayı tutundurma faaliyetleriyle ilgilenmemektedirler. Bu nedenle yerel pazar gelişmemektedir. Yerel pazarı geliştirmek için, Şanlıurfa'daki yerel gazetede, TV ve radyo kanallarında, organik ürünleri tanıtıcı yayınlar yapılarak, tüketicilerin bilgilendirilmesi gerekir. Böylece, üretilen ürünlerin bir kısmı sadece şehir dışında değil, yerel pazarda da alıcı bulabilir.

Ürünlerin bir kısmının doğrudan yerel pazarda satılması, taşıma, sigorta vb. dağıtım risklerinin azaltacak, bu da maliyeti etkileyecektir.

Yurt dışındaki organik ürün talebi, Şanlıurfa'daki işletmeler tarafından pek değerlendirilmemektedir. Oysaki başka çoğu ülkede, tarıma elverişli arazinin olmaması, iklim koşulları vb. sebeplerden dolayı, talebi karşılayacak üretim yapılamamaktadır. İhtiyaç duyulan organik gıdalar ithal edilmektedir. Şanlıurfa'daki organik üreticilerin de bunu göz önünde bulundurarak, ihracata yönelmeleri gerekir.

Kekik, nane gibi aromatik bitkilerin ekimi yok denecek kadar azdır. Hem taze hem de kuru olarak tüketilebilen bu ürünlere, yurtiçinde ve dışında talep vardır. Özellikle Japonya'da tarım alanları az olduğu için ihtiyaç duyulan sıradan gıdalar bile ithal edilmektedir. Ancak organik ürünün önemini anlayan tüketiciler artık organik gıda talep etmektedir. Japon kültüründe önemli bir yer tutan doğal gıda ve baharat talebini karşılayabilecek yurtiçi arz olmadığından, ithalatçı firmalar bu tür ürünleri pazarlayan ihracatçı ülke arayışındadırlar. Dolayısıyla bu durum, Şanlıurfa'daki organik tarım işletmelerinin organik tıbbi-aromatik bitki ekimine daha fazla yer vermesiyle değerlendirilebilir. Üstelik üreticiler, yurtiçinde ve yurt dışında, ürettikleri bu ürünleri pazarlayacak kuruluş bulma konusunda zorluk yaşamazlar. Başka bir ifadeyle, organik baharatların, bazı organik gıdalar gibi talep yokluğu nedeniyle üreticinin elinde kalma riski çok daha azdır.

Şanlıurfa'da çok az sayıda ürün çeşidi üretilmesi riski arttırmaktadır. Çünkü üretilen bitkiyle ilgili salgın bir hastalık ortaya çıktığında, o üründen yeterince verim alınamaz ve sonuçta işletme zarara uğrar. Farklı ürün çeşitleri üretildiği takdirde, risk dağıtılacağı için böyle bir durum ortaya çıkmaz.

Sınırlı kaynaklarla çevre ve insan sağlığına zarar vermeden yeterli ve kaliteli ürün üretmek için organik tarım şarttır. Bu yüzden organik tarım, geleceğin tarım ürünleri yetiştirme yöntemi olacak, bütün tarım işletmeleri organik tarıma geçecektir. Şimdiden organik tarım faaliyetleri yaparak bu alanda kendini geliştiren tarım işletmeleri, gelecekte organik gıda pazarında söz sahibi olabilecektir. Şanlıurfa'daki organik tarım işletmeleri de coğrafi konum, iklim, toprak yapısı vb. güçlü yönlerini kullanarak başta pazarlama olmak üzere birçok sorunun üstesinden gelebilir ve zayıf yönlerini güçlendirebilir. Böylece gelecekteki organik gıda pazarında marka olma şansı yakalayabileceklerdir.

## EKLER

**Ek 1: Türkiye'deki Kontrol ve Sertifikasyon Firmaları**

<b>Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşunun Adı</b>	<b>Adresi</b>	<b>Telefon Numarası</b>	<b>Faks Numarası</b>	<b>Mail Adresi</b>
<b>ANADOLU</b>	Süleymanbey Mahallesi Mimar Sinan Cad. Yeşilhan No: 5/3 YALOVA	0 226 812 21 00	0 226 812 21 05	<a href="mailto:anadoluekolojik@gmail.com">anadoluekolojik@gmail.com</a>
<b>BCS</b>	Kazım Dirik Mah.Gediz Cad. Kadri Dağüstü Apt.No:21 B Blok Daire :2 35040 Bornova /İZMİR	0232 3390581	0232 3390591	<a href="mailto:bcsturkey@superonline.com">bcsturkey@superonline.com</a>
<b>CERES</b>	İnönü Cad.No.705 Yunus Emre Apt.Kat1/1 Poligon-İZMİR	0232 247 20 22	0232- 2477001	<a href="mailto:ceres@ceres-cert.com.tr">ceres@ceres-cert.com.tr</a>
<b>CU</b>	Mansuroglu Mah. 286 Sok. Ali Colakoglu Sitesi A1 Blok No: 16 Kat: 1 Daire: 3 35040 Bornova /İZMİR	0232 3470704- 3470712	0232- 34706 93	<a href="mailto:turkey@controlunion.com">turkey@controlunion.com</a>
<b>ECOCERT-SA</b>	184.Sok.No:60 Kat:2 Daire:3 35040 Bornova/İzmir	0232- 3434360 3435550	0232- 3433959	<a href="mailto:office.turkey@ecocert.com">office.turkey@ecocert.com</a>
<b>EKO-TAR</b>	(MERKEZ)Adnan Menderes Bulvarı Denis Apt. 36/1 33110 MERSİN(ŞUBE)Ziraat Mühendisleri Sitesi 4.Blk.52/A Yıldız Çankaya/ANKARA	0324- 3254964 0312- 4405432	0324- 3271944 0312- 4409557	<a href="mailto:info@eko-tar.com">info@eko-tar.com</a>
<b>ETKO</b>	160.Sokak No:13/7 35040 Bornova/İzmir	0232- 3397606	0232- 3397607	<a href="mailto:info@etko.org">info@etko.org</a>
<b>ICEA</b>	Mustafa Kemal Cad.Halil Bey Apt.B Blok No:166/2 Kat:7 Daire: 13 35040 Bornova-İZMİR	0232- 3426068	0232- 3428464	<a href="mailto:info@icea-tr.com">info@icea-tr.com</a> <a href="mailto:admin@icea-tr.com">admin@icea-tr.com</a>
<b>IMC</b>	İzmir cad.3/17 Kızılay/ANKARA	0312-232 54 32	0312- 2325000	<a href="mailto:info@imcturkiye.com">info@imcturkiye.com</a> <a href="mailto:imcturk@imcert.it">imcturk@imcert.it</a>
<b>IMO</b>	225.Sokak Dünder Apt. No:29 Kat:7 Daire:7 35040 Bornova /İzmir	0232- 3474705	0232- 3474780	<a href="mailto:imotr@imo-control.org">imotr@imo-control.org</a>
<b>NISSERT</b>	Anadolu Bulv.Gıda Toptancılar Sitesi Gimat 3.Blk No: 29 Macunköy Yenimahalle/ANKARA	0312-397 60 09	0312- 3970058	<a href="mailto:nissert@nissert.com">nissert@nissert.com</a>

<b>ORSER</b>	(MERKEZ)Simon Bolivar Caddesi, Cemal Nadir Sokak No:10 Kat:2 No: 5  06550Çankaya/ANKAR A  (ŞUBE)Kale Mah. Namık Kemal Cad.Ankara İş Merkezi Kat:2 No:4 SAMSUN	0312-438 15 60  0362 435 62 68	0312-438 15 59  0362-432 62 50	<a href="mailto:or_ser@hotmail.com">or_ser@hotmail.com</a>  <a href="mailto:orser06@ttnet.net.tr">orser06@ttnet.net.tr</a>
<b>TÜRKGAP</b>	Palmiye Mahallesi 1216 Sokak S. Yılmaz Apt. No:2/A 33110 MERSİN	0 324 3274191	0324- 3274191	<a href="mailto:turkgap@turkgap.com">turkgap@turkgap.com</a>

## Ek 2: Şanlıurfa İlinde Faaliyet Gösteren Organik Tarım İşletmelerinde Uygulanan Anket Formu

### ANKET

Bu anket çalışması Ş.Urfa'da faaliyette bulunan organik tarım işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik olup, verilen tüm cevaplar yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır. Vereceğiniz cevapların doğruluğu ve **KATKILARINIZDAN DOLAYI TEŞEKKÜR EDERİZ.**

#### A. Lütfen aşağıdaki bilgileri eksiksiz cevaplayınız.

1. İşletmenizin Adı:
2. Üretim Alanınız:
3. İşletmenizde Çalışan Kişi Sayısı:  
...Bayan ...Bayan
4. İşletme Yöneticisinin Organik Tarım Konusundaki Bilgi ve Eğitim Düzeyi:  
( )Yüksek ( )Orta ( )Düşük
5. İşletmede Çalışanların Organik Tarım Konusundaki Bilgi ve Eğitim Düzeyi:  
( )Yüksek ( )Orta ( )Düşük
6. Kaç Yıldır Faaliyette Bulunuyorsunuz:
7. İşletmenizin Yıllık Üretim Kapasitesi:
8. İşletmenizin Ortalama Yıllık Üretim Miktarı:
9. Kaç Yıldır Organik Üretim Yapıyorsunuz:
10. Hangi Ürün Çeşitlerinin Üretimi Yapılıyor:  
( )Gıda ( )Tekstil ( )Kozmetik ( )Diğer.....
11. Hangi Ürünler Üretilmektedir:
12. Girdi Temininde Sorunlarla Karşılaşıyor musunuz? **Cevabınız hayır ise 14.Soruya Geçiniz**  
( )Evet ( )Hayır
13. Girdi Temininde Ne Tür Sorunlarla Karşılaşıyorsunuz:  
( )Organik Tohum ve Organik Fide Temini  
( )Organik Ürünleri Hastalık ve Zararlılara Karşı Korumada Uygun İlaçlar  
( )Diğer.....
14. Organik Ürünlerinizin Fiyatı Belirlenirken Hangi Faktörler Göz Önünde Bulundurulmaktadır:  
( )Geleneksel Ürün Fiyatları  
( )Rakip İşletmelerin Fiyatları  
( )Ürünün Yapısı  
( )Hedef Tüketicilerin Gelir Düzeyi  
( )Rekolte Miktarı  
( )Talep  
( )Maliyet  
( )Diğer.....
15. Organik Ürün Fiyatlarının Geleneksel Fiyatlara Göre Yüksek Olmasının En Önemli Nedeni Sizce Nedir:  
( )Maliyetinin Yüksek Oluşu  
( )Daha Kaliteli Olması  
( )Üretilen Organik Ürün Çeşidinin Sınırlı Olması  
( )Bu Alanda Üretim Yapan İşletme Sayısının Az Olması  
( )Diğer.....
16. Organik Ürünlerinizin Dağıtım Aşamasında Ne Tür Sorunlarla Karşılaşıyorsunuz:  
( )Taşıma ( )Depolama ( )Sigorta  
( )Aracı Kuruluşların (toptancı, perakendeci vb.) Bulunamaması ( )Diğer
17. Organik Ürünlerinizin Satışı Nasıl Yapılmaktadır:  
( )Perakende ( )Toptan ( )Doğrudan
18. Ürünlerinize Olan Talep Düzeyi Nedir:  
( )Düşük ( )Orta ( )Yüksek
19. Organik Ürünlerinizin Tanıtımı İçin (Tutundurma Aşamasında) Faaliyetlerde Bulunuyor musunuz?  
**Cevabınız hayır ise 21. Soruya Geçiniz!**  
( )Evet ( )Hayır
20. Tutundurma Aşamasında Kullandığınız Yöntem veya Yöntemler:

- ( )TV ( ) Radyo ( )Gazete ( )Dergi ( ) Satış Çabaları (Fuar, Sergi vb.)  
( ) Diğer.....
21. Tutundurma Aşamasında Tüketicilerin Hangi Özelliğini Göz Önünde Bulunduruyorsunuz:  
( )Eğitim Düzeyi ( )Gelir Düzeyi ( )Yaş ( )Cinsiyet  
( ) Diğer.....
22. Tutundurma Aşamasında Ne Tür Sorunlarla Karşılaşıyorsunuz:  
( )Tüketicilerin Organik Ürün Hakkında Bilgi Sahibi Olmaması  
( )Tüketicilerin Organik Ürüne, Fiyatı Yüksek Olduğu İçin Yönelmemesi  
( )Tüketicilerin Ürünün Organik Olduğundan Emin Olmaması  
( ) Tutundurma faaliyetlerinin Maliyetinin Yüksekliği  
( ) Diğer.....
23. Hedef Pazarımız Nedir:  
( )Gelir Düzeyi Yüksek Tüketiciler ( ) Eğitim Düzeyi Yüksek Bilinçli Tüketiciler  
( )Orta ve Üst yaş Grupları ( )Diğer
24. Üretilen Ürünlerin İhracatı Yapılıyor mu? **Cevabınız hayır ise 26. Soruya Geçiniz!**  
( )Evet ( )Hayır
25. Üretilen Ürünlerin İhracatı Hangi Ülkelere Yapılıyor?  
( ) Asya Ülkeleri ( ) Avrupa Ülkeleri ( )Amerika Ülkeleri ( )Diğer
26. İhracat Yapılan Ülkelerde Ne Tür Sorunlarla Karşılaşıyor:  
( )Kalite standartları(Sertifikalar vb.)  
( )Pazar  
( )Tüketici Güveni  
( )Ülkedeki İthalat Kotaları ve Gümrük Vergileri  
( )İthalatçı Firma İle İlgili Sorunlar  
( )Diğer.....
- 27.İşletmeniz Devletten Hangi Destekleri Almaktadır:  
( )Doğrudan Gelir Desteği ( )Sübvansiyon Desteği ( )Diğer.....
- 28.Organik Tarım Alanındaki Devlet Desteği Hakkındaki Görüşleriniz:  
( )Yetersiz ( )Orta ( )Yeterli
29. Organik Tarım İşletmesi Olarak Geleceğe Yönelik Plânlarınız ve Beklentileriniz:.....



### Ek 3: Şanlıurfa İlinde İkamet Eden Tüketicilerle Yapılan Anket Formu

#### TÜKETİCİ ANKETİ

Bu anket çalışması Ş.Urfa'da ikamet eden tüketicilerin organik ürünler hakkındaki bilgilerini belirlemeye yönelik olup, verilen tüm cevaplar yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır.

**KATKILARINIZDAN DOLAYI TEŞEKKÜR EDERİZ.**

#### B. Lütfen aşağıdaki bilgileri eksiksiz cevaplayınız.

1. Cinsiyet: ( )Bay ( )Bayan
2. Yaş : ( )18-29 ( )30-39 ( )40-49 ( )50-59 ( )60 ve üzeri
3. Eğitim Düzeyi: ( )İlköğretim ( )Lise ( )Yükseköğrenim ( )Okur-yazar değil
4. Meslek : ( )İşçi ( )Memur ( ) Serbest Meslek ( )Tüccar-Sanayici ( )Çiftçi ( )Diğer
5. Aylık Ortalama Gelir (YTL): ( )500'den az ( )500-1000 ( )1000-1500 ( )1500-2000  
( )2000 ve üstü
6. Organik Ürünler Hakkında Bilginiz Var mı? : ( )Evet ( )Hayır
7. Alışverişlerinizde Daha Çok Hangi Ürünleri Tercih Edersiniz? :  
( )Organik Ürün ( )Geleneksel Ürün
8. Geleneksel Ürünleri Tercih Etme Nedeniniz/Nedenleriniz Nedir? (1'den fazla işaretleyebilirsiniz.):  
( ) Organik Ürünlere Göre Daha Ucuz Olması  
( ) İstenilen Yer ve Zamanda Ulaşılabilmesi  
( ) Aranılan Her Ürün Çeşidinin Bulunulabilmesi  
( ) Diğer
9. Organik Ürünleri Tercih Etme Nedeniniz/Nedenleriniz Nedir? (1'den fazla işaretleyebilirsiniz.):  
( ) Sağlıklı Olduğu İçin  
( ) Ürünün Gerçek Tadında Bozulma Olmadığı İçin  
( ) Yaygın Bilindiği, Güncel Olduğu İçin  
( ) Üretimden Tüketime Tüm Aşamalarda Çevre ve Doğa Bilinci Önemsendiği İçin
10. Organik Ürün Türlerinin Hangisini Daha Çok Tercih Edersiniz? :  
( ) Yaş Meyve-Sebze  
( ) Baklagiller  
( ) İşlenmiş Organik Gıdalar  
( ) Diğer

## KAYNAKLAR

Akkaya, Fatma ve diğlerleri ; Türkiye’de Ekolojik (Organik) Ürün Üretimi ve Pazarlaması, Türkiye II. Ekolojik Tarım Sempozyumu-Bildiriler, 14-16 Kasım 2001, Antalya.

Aksoy, Uygun ve diğlerleri ; Organik Tarım Uygulamaları, 2005.

Aksoy, Uygun ; Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO): Sivil Toplum Kuruluşu Olarak Türkiye’de Organik Tarımın Gelişmesindeki Rolü. FAO Biyolojik ve Ekolojik Tarım Atölye Çalışması, 2003, Ankara.

Aksoy,Uygun ; Ekolojik Tarımda Gelişmeler, [http://www.webnaturel.com/index.asp?alt\\_cat\\_id=59&cat\\_id=7&ayrintiid=1494](http://www.webnaturel.com/index.asp?alt_cat_id=59&cat_id=7&ayrintiid=1494) (14.06.2007).

Aksoy, Uygun ; Türkiye II. Ekolojik Tarım Sempozyumu-Bildiriler, 14-16 Kasım 2001, Antalya.

Aktar, Cengiz; Ananias, Victor ; Yeni Bir Ulusal Politika: Ekolojik Tarım, <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011306/8601> (05.10.2007).

Altın, Murat; Orak, Adnan ; Organik Tarım, 2007.

Altındışli, Ahmet ; Ekolojik (Organik, Biyolojik) Tarım: Dünya’daki Gelişimi, 2004.

Altındışli, Ahmet ; Organik Tarımın İlkeleri ve Dünya’daki Durumu, Ekim-2007, Mersin.

Ananias, Victor ; Mısır’da Örnek Bir Ekolojik Yaklaşım, <http://www.bugday.org/article.php?ID=222> (31.03.2008).

Bayraktar, Ş. Şemsi ; AB Müzakere Sürecinde OTP’ye Uyum ve Tarımda Acil Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Haziran 2006.

Beşirli, Gülay ; Atatürk Bahçe Kùltürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova, 2003 [http://www.bahce.biz/organik/organik\\_sebze.htm](http://www.bahce.biz/organik/organik_sebze.htm) (14.06.2007).

Bitki Yetiştiriciliği, Bitki Koruma ve evre Sağlığı; II. Tarım Şurası, III. Komisyon [http://tarimsurasi.tarim.gov.tr/sura\\_sonuc\\_raporu.htm](http://tarimsurasi.tarim.gov.tr/sura_sonuc_raporu.htm) (30.10. 2007).

Candemir, M. Murat ; GAP Bölgesinde Organik Tarım, Şubat-2006.

Coşkun, Müslüm ; Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye’de Organik Tarımın Durumu, Sorunları ve Olası Değişiklikler, 2006.

Demir, Alkan, Gül, Umut ; Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü-Bakış, Sayı-5, Nüsha-2, Nisan-2004.

Demiryürek, Kürşat ; Dünya ve Türkiye’de Organik Tarım, Harran Üniv. Ziraat Fak. Dergisi, 8(3/4):63-71, 2004.

Dolun, Leyla ; Organik Tarım, Türkiye Kalkınma Bankası Araştırma Müdürlüğü, Ekim–2003, Ankara.

DPT Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu-ay Sanayii Alt Komisyon Raporu, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 2001.

Ekiz, Harun ; Türkiye II. Ekolojik Tarım Sempozyumu-Bildiriler, 14-16 Kasım 2001, Antalya.

Engiz, A.Müfit ; Organik Tarım Mevzuat, Politika ve Strateji, Şanlıurfa Organik Tarım Konferansı, 2006.

Engiz, A.Müfit ; Türkiye’de Organik Tarım, Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri Daire Başkanlığı, 2006, Elazığ.

Erdem, Pınar ; İzmir Ticaret Odası, Organik Tarım İhracat Semineri Raporu, Şubat- 2006.

Faye, Djidiack ; Organic Fruit and Vegetables from the Tropics, United Nations Pub. , 2003, <http://books.google.com> (12.02.2007)

Filizfidanoğlu, Dilek ; Stratejik Sektör Analizinde Organik Tarım, <http://www.tusam.net/makaleler.asp?id=1023&sayfa=0> (04.10.2007).

Gündüz, Yılmaz; Kaya, Mehmet ; Avrupa Birliği Tarım Politikası ve Türkiye’de Organik Tarımın Geliştirilmesi Üzerine Olası Etkisi, 2007.

İstanbul İl Tarım Müdürlüğü Durum Değerlendirme Raporu, 2005, [www.istanbulozelidaresi.gov.tr/sp/doc/tarim.doc](http://www.istanbulozelidaresi.gov.tr/sp/doc/tarim.doc).

Kaya, Hüseyin Gazi ; Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarımsal Ürün Ticareti ve Tüketici Reaksiyonları, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Paz. Ve Dış Tic. Daire Başk. 2003, Ankara.

Kısagüner, Koray ; Avrupa Birliğinde Kırsal Kalkınma Süreci ve Organik Tarım, Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, 2003.

Lampkin, Nicolas ; Development of Policies for Organic Agriculture, Proceedings of the COR Conference, 26-28 March, 2002.

Marangoz, Mehmet ; Organik Tarım Ürünleri Pazarının Gelişme Potansiyeli ve Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması (GAP Bölgesine Yönelik Bir Çalışma), Şubat-2005, Şanlıurfa.

Mucuk, İsmet ; Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2001.

OECD, Organic Agriculture: Sustainability, Markets and Policies, CABI Publishing, UK, 2003.

Özçelik, Ahmet ve diğerleri ; Türkiye’de Tarımsal Ürünlerin Pazarlama Kanalları ve Araçlarının Değerlendirilmesi, 2005.

Özyakışır, Deniz ; Ortak Tarım Politikası Çerçevesinde AB ve Türkiye Tarımının Karşılaştırmalı Bir Analizi, [http://www.akademiktisat.net/calisma/ab\\_tr/otp\\_ab\\_tr\\_dozyakisir.htm](http://www.akademiktisat.net/calisma/ab_tr/otp_ab_tr_dozyakisir.htm) (19.07.2008).

Pakkan, Şükran ; Organik Tarım, Ağustos- 2004 <http://www.milliyet.com.tr/2004/08/17/pazar/paz04.html>.

Peker, Kenan; Çelik, Yusuf ; “Toplum Tarım Desteği” Modeli ve Türkiye’de Organik Tarım Üretiminde Uygulanabilirliği, Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, Sayı: 149, 2005.

Saner, Gamze, Engindeniz, Sait ; Hayvancılıkta Organik Üretime Geçiş Olanakları ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, 2005.

Sayın, Cengiz ; Avrupa Birliğinde Organik Tarıma Yönelik Politikalar, Akdeniz Üniv. , Ziraat Fak. Dergisi, 15(2), 31–38, 2002, Antalya.

Şafak, İsmail; Okan, Taner ; Kekik, Defne ve Çam Fıstığının Üretimi ve Pazarlanması, Doğu Akdeniz Ormancılık Araştırma Müd. , DOA Dergisi, Sayı:10, Yıl: 2004.

Tan, Sibel; Köksal, Hatice ; Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü-Bakış, Sayı-5, Nüsha-3, Nisan-2004.

Tarakçıoğlu, Gülay B. ; Koç, Dilek ; Organik Tarım Ürünleri Dış Pazar Araştırması, İGEME, Ocak-2005.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Türkiye Kamu Tarım Araştırma Programı; Haziran-2005 [www.kafkas.edu.tr/duyurular/web\\_katalog/hayvancilik\\_kat1/turk\\_kamu\\_tarim\\_ar\\_prg\\_rap.doc](http://www.kafkas.edu.tr/duyurular/web_katalog/hayvancilik_kat1/turk_kamu_tarim_ar_prg_rap.doc).

Yanmaz, Ruhsar ; Organik Ürünlerin Pazarlanması ve Ticareti, 2005, Ankara.

Yurdakul, Oğuz ; Tarım Ürünleri Pazarlaması, Ç.Ü. Ziraat Fak, 1996, Adana.

Willer, Helga; Yussefi, Minou ; The World of Organic Agriculture-Statistic and Emerging Trends 2007, IFOAM, Bonn, Germany.

<http://www.ankara-tarim.gov.tr/diger/organik/organik.htm> (06.06.2007).

<http://www.bahcesel.com/content/view/3803/3067/> (26.01.2008).

<http://www.bahcesel.com/content/view/76/3067/> (26.01.2008).

<http://www.eto.org.tr/duneko.asp> (19.01.2008).

<http://www.eto.org.tr/tureko.asp> (04.10.2007).

[http://www.gapdogukalkinma.com/tarim/729.org\\_kont.htm](http://www.gapdogukalkinma.com/tarim/729.org_kont.htm) (07.09.2008)

<http://www.gidasanayii.com/modules.php?name=News&file=article&sid=7379>  
(10.06.2007).

[http://www.ifoam.org/organic\\_facts/benefits/index.html](http://www.ifoam.org/organic_facts/benefits/index.html) (02.10.2007).

<http://www.intracen.org/organics/documents/Seminar-brochure-small.pdf>  
(06.04.2008).

[http://www.kureselgelisim.com/?page\\_id=29](http://www.kureselgelisim.com/?page_id=29) (29.10.2007).

<http://www.orguder.org.tr/tarim.html> (10.06.2007).

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik\\_tarim.htm&curdir=%5Curetim%5Corganiktarim&fl=organiktarim\\_taslak\\_strateji.htm](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik_tarim.htm&curdir=%5Curetim%5Corganiktarim&fl=organiktarim_taslak_strateji.htm)  
(06.06.2007).

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=sanal\\_kutuphane2/sozluk/anasayfa.htm&curdir=%5Csanal\\_kutuphane2%5Csozluk&fl=organik.htm](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=sanal_kutuphane2/sozluk/anasayfa.htm&curdir=%5Csanal_kutuphane2%5Csozluk&fl=organik.htm) (19.01.2008).

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik\\_tarim.htm&curdir=\uretim\organiktarim&fl=istatistikler/organikistatistik.htm](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik_tarim.htm&curdir=\uretim\organiktarim&fl=istatistikler/organikistatistik.htm) (17.07.2008).

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik\\_tarim.htm&curdir=\uretim\organiktarim&fl=org\\_tarim\\_destekler.htm](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organik_tarim.htm&curdir=\uretim\organiktarim&fl=org_tarim_destekler.htm) (18.07.2008).

<http://www.tugem.gov.tr/tugemweb/destekler.html> (29.10.2007).

[www.millidegerlerikorumavakfi.org/dogal\\_zenginlik5.html](http://www.millidegerlerikorumavakfi.org/dogal_zenginlik5.html) (16.08.2007).

# ORGANİK TARIM İŞLETMELERİNDE PAZARLAMA SORUNLARINA YÖNELİK ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Süreyya ECE

## ÖZET

Geleneksel tarımda verimi arttırmak için kontrolsüzce kullanılan ilâçlar ve pestisitler, uzun dönemde çevre ve insan sağlığı üzerinde olumsuz etkilere neden olmuştur. Bu durumun fark edilmesiyle organik tarım uygulamaları meydana gelmiş ve çok sayıda üretici, organik tarıma dayalı üretim yapmaya başlamıştır. Ancak konunun hem üreticiler hem de tüketiciler için yeni olması nedeniyle, üreticiler çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır.

Bu araştırmada, öncelikle organik tarımın dünya genelinde gelişimi ve öneminden bahsedilmiştir. Daha sonra Türkiye'deki organik tarım işletmelerinin, uygulamaları ve sorunları incelenmiştir. Özellikle pazarlama aşamasındaki uygulamaları ve sorunları ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Uygulama alanı olarak Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren organik tarım işletmeleri ele alınmıştır. Bu işletmelerin, faaliyetleri, ürettikleri ürün türleri, karşılaştıkları sorunlar elde edilen veriler aracılığıyla analiz edilmiştir. Son olarak da karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunların nasıl üstesinden gelebilecekleri açıklanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Organik Tarım, Organik Tarım İşletmeleri, Pazarlama Sorunları, Şanlıurfa'daki Organik Tarım İşletmeleri.



# A RESEARCH IN ŞANLIURFA CITY AIMED AT MARKETING PROBLEMS IN ORGANIC AGRICULTURE FIRMS

Süreyya ECE

## ABSTRACT

The medicines and pesticides which used uncontrolled in conventional agriculture to increase yield, caused negative effects over environment and human health in long term. By noticed of this situation, organic agriculture applications had taken place and producers have begun to make production in respect of organic agriculture. Because, organic production is a very new matter for both producers and consumers, producers have faced with some sort of problems.

In this thesis, primarily evolution and important of organic agriculture in the world was mentioned. Then the applications and problems of organic agriculture firms in Turkey were examined. Especially their applications and problems in marketing process were examined in detail.

As practice area, it's been handled the organic agriculture firms which are being active in Şanlıurfa city. The kind of products they produced, the problems they faced and their practices have been analyzed through the data obtained. Finally, the problems they faced and how they can tackle over these problems have been explained.

**Key Words:** Organic Agriculture, Organic Agriculture Firms, Marketing Problems, Organic Agriculture Firms in Şanlıurfa.