

T.C.  
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

ORGANİK TARIMIN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Erhan Nuh ÖZTÜRK

Tez Yöneticisi:

Doç. Dr. Latif ÖZTÜRK

Kırıkkale, 2012

## **KİŞİSEL KABUL**

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “Organik Tarımın Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi” adlı çalışmamı, ilmi ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazdığımı ve faydalandığım eserlerin bibliyografyada gösterdiklerimden ibaret olduğunu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu şeref ve haysiyetimle doğrularım.

Erhan Nuh ÖZTÜRK

## ÖZET

Dünyada nüfus ve sanayileşme hızla arttıkça, insan sağlığı ve çevre ile ilgili sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların en önemlilerinden birisi, tarımda üretim artışını sağlamak ve tarımsal ürün talebini karşılamak için çok çeşitli kimyasalların yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmış olmasıdır. Organik tarım, insan sağlığı ve çevreyi korumak ve kimyasal kullanımından kaynaklanan problemleri azaltmak amacıyla kullanılan bir üretim metodudur. Bu metotta kimyasallar kullanılmaz ve üretimden tüketime kadar organik tarımın her aşaması kontrollü ve sertifikalıdır.

Günümüzde gelinen noktada, ticaret hacmi hızla büyüyen ve talebi giderek artan bir organik pazar ortaya çıkmıştır. Organik ürünlerin talebi, özellikle kuzey yarımkürede (Batı Avrupa ve Kuzey Amerika) yoğunlaşmakta olup, artan talebi karşılamaya yönelik organik tarım ürünleri arzının büyük bir bölümü de gelişmekte olan ülkelerden sağlanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerle talebin yoğunlaştığı ülkeler arasında organik tarım ürünleri ticaretinin geliştirilebilmesi, ihracatçı ülkelerin bölgesel ve uluslar arası standartlar ile birlikte ithalatçı ülkenin ilgili diğer yasal düzenlemelerine uyum sağlamasına bağlı bulunmaktadır. Türkiye'nin coğrafi ve stratejik yakınlık içinde bulunduğu, hızla büyüyen Avrupa Birliği organik pazarından büyük bir pay alabilmesi ve ticaret hacmini arttırabilmesi adına hem politik hem de uygulama alanında çaba göstermesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik tarım, organik ürün, organik tarım ürünleri ticareti, Türkiye.

## **ABSTRACT**

While population and industrialization have been growing rapidly in the world, they have brought the problems related to health of human and the environment. One of the most significant of these problems is the widespread use of various chemicals in agriculture in order to obtain the increase in production and to meet the demand for agricultural products.

Organic Agriculture is a production method that is used to protect human health and the environment, and to reduce the problems which stem from using chemicals. In this method; no chemical substances are used and from production to consumption every stage of the organic agriculture is certificated and under control.

Nowadays an organic market with a rapid growth in trade volume and increasing demand has emerged. The demand on organic products concentrated especially in the northern hemisphere (Western Europe and Latin America). In order to compensate the increasing demand of organic products most of the supply has been provided from developing countries. Improving the trade in organic products between developing countries and the countries with high demand is subject to harmonizing the regional and international standards and the other legal regulations in importing countries by the exporting country. In order to have a great share from the market of organic products and increase its trade volume in European Union, Turkey have to make an effort in both political and practical sphere.

Key Words: Organic agriculture, organic product, trade in organic products, Turkey.

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans tezime başladığım günden itibaren çalışmanın tamamlanmasındaki katkılarından dolayı, araştırmalarımın her safhasında görüşleri ile beni yönlendiren, önerileriyle ufkumu açan, desteğini, katkısını ve samimiyetini tüm çalışmam boyunca benden esirgemeyen değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Latif ÖZTÜRK'e;

Hayatımın her döneminde ve verdiğim her kararımda olduğu gibi bu çalışmamda da sürekli yanımda olduklarını hissettiren, destekleriyle bana güç veren babam, annem ve kardeşlerime;

Moral ve motivasyonumu sürekli yüksek tutmamı sağlayan, benim için ayrı ve anlamlı yeri olan sevgili eşim Yağmur ÖZTÜRK'e;

Yaptığım her işte yanımda olan ve bu çalışmamda da beni yalnız bırakmayan değerli dostum Hüseyin DÜZGÜNOĞLU'na ve teknik bilgisinden sürekli faydalandığım Ramazan ÖZTÜRK abime;

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

|   |          |
|---|----------|
| KİŞİSEL KABUL.....                                | I        |
| ÖZET.....   | II       |
| ABSTRACT.....                                     | III      |
| ÖNSÖZ.....  | IV       |
| İÇİNDEKİLER.....                                  | V        |
| KISALTMALAR LİSTESİ.....                          | VIII     |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....                             | IX       |
| TABLOLAR LİSTESİ.....                             | X        |
| <br>  |          |
| <b>1.GİRİŞ.....</b>                               | <b>1</b> |
| <b>2. ORGANİK TARIM.....</b>                      | <b>2</b> |
| 2.1.Tanımı.....                                   | 2        |
| 2.2.Organik Tarımın Amacı.....                    | 2        |
| 2.3.Organik Tarım Sisteminin Genel Kuralları..... | 3        |
| 2.4.Organik Tarımın İlkeleri.....                 | 3        |
| 2.5.Organik Tarımın Avantajları.....              | 4        |
| 2.6.Organik Tarımın Sakıncaları.....              | 5        |
| 2.7.Ülkelerin Organik Tarıma Geçiş Nedenleri..... | 6        |
| 2.7.1.Gelir Yaratma Etkisi.....                   | 6        |
| 2.7.2.İnsan Sağlığının Ve Çevrenin Korunması..... | 7        |
| 2.7.3.Sosyal Kalkınma.....                        | 7        |
| 2.7.4.Gıda Açısından Kendine Yeterlilik.....      | 7        |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.8.Tüketiciler Açısından Organik Tarım Ürünlerine Yönelim Nedenleri.....      | 7         |
| <b>3. DÜNYADA ORGANİK TARIM.....</b>   | <b>9</b>  |
| 3.1.Genel.....   | 9         |
| 3.2.Organik Tarımın Özellikleri.....   | 9         |
| 3.2.1.Üretim Yapısı.....   | 10        |
| 3.2.2.Pazar Yapısı.....  | 16        |
| 3.2.3.Dağıtım Kanalları.....   | 17        |
| 3.2.4.Tüketici Özellikleri.....  | 18        |
| 3.2.5.Uluslararası Kuruluşlar.....   | 18        |
| 3.2.5.1.IFOAM (Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu) ..          | 19        |
| 3.2.5.2.FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü) .....                   | 20        |
| 3.2.5.3.ITC (Uluslararası Ticaret Merkezi) .....                               | 21        |
| 3.2.5.4.OTA (Organik Ticaret Birliği) .....                                    | 22        |
| 3.2.5.5.WWOOF: (Ekolojik Çiftliklerde Gönüllüler Örgütü) .....                 | 22        |
| 3.2.5.6. ECEAT: ( Eko Tarım Turizmi Avrupa Merkezi ) .....                     | 22        |
| <b>4. TÜRKİYE’DE ORGANİK TARIM.....</b>  | <b>23</b> |
| 4.1.Türkiye’de Organik Tarımın Tarihçesi.....                                  | 23        |
| 4.2.Türkiye’de Organik Tarımsal Faaliyetlerin Amaçları.....                    | 24        |
| 4.3.Türkiye’de Organik Tarım Uygulaması.....                                   | 25        |
| 4.3.1.Türkiye’de Organik Tarımsal Faaliyetlere Başlama Kararının Alınması...26 |           |
| 4.3.2.Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu.....                            | 27        |
| 4.3.3.Organik Tarım Ürünlerinin Denetimi.....                                  | 28        |
| 4.3.4.Organik Tarım Ürünlerinin İşlenmesi ve Ambalajlanması.....               | 29        |
| 4.3.5.Organik Tarım Ürünlerinin Etiketlenmesi.....                             | 30        |
| 4.3.6.Organik Tarım Ürünlerinin Depolanması.....                               | 31        |
| 4.3.7.Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması.....                              | 31        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3.7.1.Ürün Stratejisi.....                                     | 32        |
| 4.3.7.2.Fiyat Stratejisi.....                                    | 33        |
| 4.3.7.2.1.Organik Tarım Ürünlerinde Talebin Fiyat Esnekliği..... | 35        |
| <b>5. ORGANİK TARIMIN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ.....</b>       | <b>37</b> |
| 5.1.Türkiye’de Organik Tarımın Özellikleri.....                  | 38        |
| 5.1.1. Üretici Sayıları.....                                     | 38        |
| 5.1.2. Üretim Alanları.....                                      | 39        |
| 5.1.3.Bitkisel Üretim.....                                       | 40        |
| 5.1.4. İllerdeki Toplam Organik İşletme Sayıları.....            | 42        |
| 5.1.5. İllerdeki Toplam Organik Üretim Alanı.....                | 42        |
| 5.2.Türkiye’de Organik Tarım Ürünlerinin Ticareti.....           | 43        |
| 5.2.1.Organik Tarım Ürünleri İhracatı.....                       | 51        |
| 5.2.2.Organik Tarım Ürünleri İthalatı.....                       | 58        |
| 5.3.Organik Tarımda Pazarlama.....                               | 60        |
| 5.4.Organik Tarım Ürünlerinin İç Pazardaki Durumu.....           | 60        |
| 5.5.Organik Pazarın Desteklenmesi.....                           | 64        |
| 5.5.1.Kooperatifler.....   | 64        |
| 5.5.2.Yasal Düzenlemeler ve Devlet Teşvikleri.....               | 65        |
| 5.5.3.Yerel Yönetimlerin Destekleri.....                         | 67        |
| 5.5.4.Dernek ve Vakıfların Destekleri.....                       | 68        |
| 5.5.5.Özel Sektör ve Diğer Destekler.....                        | 68        |
| 5.5.6.Avrupa Birliği’nde Organik Üretime Verilen Destekler.....  | 69        |
| 5.6.Organik Ürünlerin Maliyet Unsurları.....                     | 69        |
| <b>6. SONUÇ.....</b>   | <b>72</b> |

## **KAYNAKÇA**

## **ÖZGEÇMİŞ**



## KISALTMALAR LİSTESİ

|         |  |
|---------|--|
| AB      | Avrupa Birliği                                     |
| ABD     | Amerika Birleşik Devletleri                        |
| ECEAT   | Eko Tarım Turizmi Avrupa Merkezi                   |
| ETO     | Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği               |
| FAO     | Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü           |
| GDO     | Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar                |
| GEF     | Küresel Çevre Fonu                                 |
| ha      | Hektar   |
| IFOAM   | Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu |
| ITC     | Uluslararası Ticaret Merkezi                       |
| IUCN    | Uluslararası Doğa Koruma Birliği                   |
| OPFAN   | Kuzey Amerika Organik Gıda Üretim Derneği          |
| OTA     | Organik Ticaret Birliği                            |
| OTK     | Organik Tarım Komitesi                             |
| OTP     | Ortak Tarım Politikası                             |
| SGP     | Küçük Destek Programı                              |
| TÜBİTAK | Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu |
| TÜGEM   | Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü      |
| UNDP    | Birleşmiş Milletler Kalkınma programı              |
| WTO     | Dünya Ticaret Organizasyonu                        |
| WWOOF   | Ekolojik Çiftliklerde Gönüllüler Örgütü            |
| ZMO     | Ziraat Mühendisleri Odası                          |
| \$      | Amerikan Doları                                    |

## ŞEKİLLER LİSTESİ

|   |    |
|---|----|
| ŞEKİL 3-1 Kıtalara göre 2009 yılında organik tarım ve doğal toplama alanları.....   | 10 |
| ŞEKİL 3-2 Kıtalara göre 2009 yılında organik tarım ve doğal toplama alanlarının dağılımı.....                                 | 11 |
| ŞEKİL 3-3 1999- 2009 yılları arasında dünyadaki organik tarım ve doğal toplama alanlarının dağılımı.....                      | 11 |
| ŞEKİL 3-4 En büyük organik üretim alanına sahip on ülke (2009).....   | 12 |
| ŞEKİL 3-5 2007 ve 2008 yılları arasında organik tarım alanında en çok büyüyen on ülke.....                                    | 13 |
| ŞEKİL 3-6 2007 ve 2009 yıllarında kıtalardaki organik tarım alanları.....   | 13 |
| ŞEKİL 3-7 2008 yılı işletme sayısı (ilk 10 ülke).....   | 14 |
| ŞEKİL 3-8 Organik üreticilerin kıtalara göre dağılımı (hektar).....   | 14 |
| ŞEKİL 3-9 Dünyada sürülebilir organik tarım alanları.....   | 15 |
| ŞEKİL 3-10 Dünyada organik olarak yetiştirilen çok yıllık türler.....   | 15 |
| ŞEKİL 3-11 2009 yılı doğadan toplama alanları.....  | 16 |
| ŞEKİL 5-1 Türkiye’de yıllara bağlı üretici sayıları (2002 yılından sonraki verilerde geçiş ürünleri de dâhil edilmiştir)..... | 38 |
| ŞEKİL 5-2 Türkiye’de yıllara bağlı üretim alanlarının değişimleri.....  | 39 |
| ŞEKİL 5-3 Türkiye’deki yıllara bağlı doğal toplama alanları ve yetiştiricilik yapılan alanlar (Geçiş ürünleri dahil).....     | 40 |
| ŞEKİL 5-4 Bölgelere ait üretici sayısı oranları (%) (2008 yılı verileri).....   | 41 |
| ŞEKİL 5-5 Bölgelere ait üretici alanı oranları (%) (2008 yılı verileri).....  | 41 |
| ŞEKİL 5-6 İllerdeki organik işletme sayıları (2008 yılı verileri).....  | 42 |
| ŞEKİL 5-7 İllerdeki toplam organik üretim alanları (hektar) (2008 yılı verileri).....   | 42 |

## TABLÖLAR LİSTESİ

|  |    |
|--|----|
| TABLO 5-1: Bölgelere ait bitkisel üretim verileri.....   | 40 |
| TABLO 5-2: Genel organik tarımsal üretim verileri.....   | 43 |
| TABLO 5-3: Organik üretimdeki işlenmiş ürün miktarındaki değişim.....                              | 50 |
| TABLO 5-4: Türkiye’de organik ürünlerde iç pazardaki tüketimdeki değişim.....                      | 50 |
| TABLO 5-5: İhracatı gerçekleştirilen organik tarım ürünlerinin ülkelere göre dağılımı.....         | 52 |
| TABLO 5-6: Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracat hacmi .....                                  | 53 |
| TABLO 5-7: 2002 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                    | 54 |
| TABLO 5-8: 2003 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                    | 54 |
| TABLO 5-9: 2004 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                    | 55 |
| TABLO 5-10: 2005 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                   | 55 |
| TABLO 5-11: 2006 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                   | 56 |
| TABLO 5-12: 2007 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi.....                   | 56 |
| TABLO 5-13: 2008 Yılında AB’ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi....                    | 57 |
| TABLO 5-14: 2009 Yılında AB’ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi....                    | 57 |
| TABLO 5-15: 2009 Yılı Organik Ürün İthalatı (Ürün Kökeni: B;Bitkisel, H;Hayvansal, K;Karışık)..... | 59 |

# 1.GİRİŞ

Yirminci yüzyılın son dönemlerinde meydana gelen hızlı sanayileşme, çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Buna paralel olarak nüfusun hızla artması gıda ihtiyacına olan talebi de arttırmıştır. Bütün bunlara çözüm bulabilmek için gelişmiş ülkeler farklı politikalar geliştirmişlerdir. Oluşturulan bu politikaların temeli, yoğun girdi kullanarak daha fazla verim elde etmek ve yeni tarım arazilerinin açılmasını sağlamaktır. Bu amaçla yapılan tarımsal faaliyetler de özellikle çevre kirliliği ile üründe kalite düşüklüğünü gündeme getirmiştir. Ortaya çıkan bu olumsuz durum zaman içerisinde hız kazanarak yaygınlaşmıştır.

Özellikle gelişmiş ülkeler çevreye ve sağlıklı gıdaya artan talep doğrultusunda ön plana çıkan organik tarımsal üretimin uygulanmasını başlatmışlardır. Giderek artan üretim alanı ve üretici sayısı diğer ülkelerin de organik tarıma hızla geçişini sağlamaktadır. Dünyada organik ürün pazarı da giderek büyümekte ve tamamına yakını ABD ve AB ülkeleri oluşturmaktadır. Ancak bu ülkelerde yetiştirilemeyen veya yeteri kadar temin edilemeyen ürünler, gelişmekte olan ülkelere ithal edilmekte ve bu da hızla gelişen organik ürün pazarından pay alabilmelerini sağlamaktadır.

Bugün için dünya genelinde, organik üretimin, toplam tarımsal üretim içinde çok düşük bir paya sahip olmasının yanında, insan sağlığı ve çevre açısından önemi de göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur.

Türkiye’de 1980’li yıllarda dış ülkelerin talepleri doğrultusunda ihracat amaçlı olarak üretilmeye başlanılan organik ürünler, günümüzde çok düşük bir payda iç pazara da hitap edecek şekilde üretilmektedir.

Bu çerçevede tezin amacı, organik tarım sisteminin yapısını, organik ürünlerin özelliklerini, organik tarımın tarihsel gelişimi ile organik tarımın Türkiye ekonomisine katkısını incelemektir.

## 2. ORGANİK TARIM

Tarımsal üretim, ekonomik getirileri yanında sürdürülebilir tarım, insan sağlığı ve çevresel faktörler gibi nedenlerle özellikle son yıllarda üzerinde durulan bir olgudur. Bugüne kadar üretilen, yoğun kimyasal girdili sağlıksız gıda ürünleri, çoraklaşmaya doğru giden tarım toprakları, alternatif üretim tekniklerinin gündeme gelmesine neden olmuş organik tarımda bu alanda kendini göstermiştir.

### 2.1. Tanımı

"Ekolojik Tarım" ve "Biyolojik Tarım" olarak da isimlendirilen "Organik Tarım"; ekolojik sistemde hatalı uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içeren, kimyasal tarım ilaçları, hormonlar ve kimyasal gübrelerin kullanımının yasaklanmasının yanında, organik ve doğal gübreleme, toprağın muhafazası ve ıslahı, bitkinin direncini artırma, doğal düşmanlardan yararlanmayı ve bütün bu olanakların kapalı bir sistemde oluşturulmasını öneren, üretimin kantitesinin yanı sıra kalitesinin de arttırılmasını amaçlayan bir üretim şeklidir.<sup>1</sup>

Organik tarım kavramının ortaya çıkmasının ardından özellikle Avrupa Birliği ülkeleri bu işin öncülüğünü yapmıştır. Önceleri üretilen ürünler yerel pazarlarda tüketilirken sonraki yıllarda artan talep ile ticari boyut kazanmıştır.

### 2.2. Organik Tarımın Amacı

İkinci Dünya Savaşından sonraki yıllarda artan nüfusun gıda ihtiyacını karşılayabilmek için kullanılan kimyasal girdiler, birçok problemi de beraberinde getirmiş; geleneksel tarım yönteminin dışında gerçekleştirilen bu üretim şekli, ürün kalitesini, insan, hayvan ve çevre sağlığı gibi konuları ikinci planda bırakmıştır. Gerek tarımsal girdi kullanımı, gerekse bilinçsiz gübre kullanımı insan sağlığını tehdit edecek ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca kimyasal girdiler toprakta birikmekte, canlı sağlığını olumsuz yönde etkileyerek ekolojik sistemi bozmaktadır. Bu

---

<sup>1</sup> Bülent Köse, Ferhat Odabaşı (2005), "**Bağcılıkta Organik Tarım**", Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Sayı: 20 (3), Samsun, s. 96

zararlı koşullar karşısında gelişmiş ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede bilinçlenen üreticiler çevreye zarar vermeyen yöntemlerle toprağın verimliliğini koruyan ve insanda olumsuz etki yapmayan tarımsal ürün üretmeye başlamıştır.

Bu amaçla yeni bir üretim yöntemi olarak organik veya ekolojik tarım ortaya çıkmıştır. Ekolojik tarım, tarımsal üretimde verim potansiyelini artırırken kaliteyi de artırmayı amaçlayan, insana ve çevreye zarar vermeden gerçekleştirilen bir sistemdir. Ayrıca kimyasalların hatalı uygulamaları sonucunda kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik alternatif bir tarım yöntemidir.

### **2.3. Organik Tarım Sisteminin Genel Kuralları**

Kendine has temel prensipleri ve özel teknikleri bünyesinde barındıran organik tarımın uygulanması birçok ardışık ve sistematik süreçleri içermektedir. IFOAM tarafından belirlenen ve organik tarıma geçişte takip edilmesi gereken temel standart ve düzenlemeler şu şekilde sıralanmaktadır:<sup>2</sup>

- Bitkisel ve hayvansal ürün çiftlikleri organik yönetim şekline dönüştürülmelidir.
- Bir plan dahilinde aşama aşama dönüşüm sağlanmalı ve her bir birim denetlenebilir şekilde açıkça bölümlere ayrılmalıdır.
- Dönüşüm sürecinin ilerleyen aşamalarında gerekli standartlar uygulanmalıdır.
- Dönüşüm sürecine başlarken sertifika kuruluşuna müracaat etme tarihi hesaplanmalıdır.
- Dönüştürülen hayvan ve topraklar organik yönetim ile geliştirilmelidir.
- Dönüşüm periyodunun süresi üretime başlamadan önce en az 12 aylık bir geçiş dönemi olmalıdır.
- Organik tarıma geçiş süresince sosyal, teknik ve ekonomik yönden de değişim olmalıdır.

### **2.4. Organik Tarımın İlkeleri**

Organik tarımda bitkisel ve hayvansal ürünler için farklı üretim yöntemleri bulunmakla birlikte bunların ortak ilkeleri şu şekilde sıralanabilir:

---

<sup>2</sup> Başak Canan Özbağ (2010), Türkiye’de Organik Tarımın Ekonomik Analizi (Doktora Tezi), Bursa, s. 20

1. Organik tarımda çalışanların kişisel gelirlerini artırmak yolu ile tarım nüfusuna tatminkar bir yaşam standardı temin edilmelidir.
2. Sağlanan girdilerin ürüne verebileceği zarar ve çevreyi tehdit edici etkileri ortadan kaldırılmalıdır.
3. Organik tarımda yüksek verimden ziyade kaliteli gıda üretimine önem verilmelidir.
4. Toprak kalitesinin ve doğal döngünün sağlıklı bir şekilde sağlanması için doğal gübreleme yöntemleri uygulanmalıdır.
5. Teknoloji kullanımının özendirilmesi, tarımsal üretimin rasyonelleştirilmesi ve başta işgücü olmak üzere bütün üretim faktörlerinin optimal kullanımını sağlayarak tarımsal üretimde verimliliğin artırılması amaçlanmalıdır.
6. Organik üretim yapan tarım işletmelerinde doğal enerji kaynakları olan güneş enerjisi ve rüzgar enerjisi kaynak olarak kullanılmalıdır.
7. Organik tarım yapılırken hastalık ve zararlılara karşı kimyasal ilaçlar yerine ürüne ve toprağa zarar vermeyecek biyolojik ilaçlar tercih edilmelidir.
8. Toprağın iyileştirilmesi ve beslenmesi sağlanmalıdır. Ayrıca üretim sırasında kullanılan tüm materyaller sağlıklı ve mümkün olduğunda zararlılara dayanıklı olmasına dikkat edilmelidir.
9. Bitkisel ve hayvansal üretimi mümkün olduğunca beraber yaparak, birbirlerinin girdilerini kullanmak suretiyle karşılıklı desteklemesi sağlanmalıdır.
10. Organik üretimi yaparken toprağın ve ekolojik dengenin de önemi için nöbetleşe ekimlere dikkat edilmelidir.

## **2.5. Organik Tarımın Avantajları**

Organik tarımın uygulanması ile birlikte elde edilecek çok sayıda avantaj vardır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir:<sup>3</sup>

1. Dünya genelinde, organik tarımda sentetik kimyasallar çiftçiler tarafından ya çok az kullanılmakta, ya da hiç kullanılmamaktadır. Bu nedenle ekolojik tarıma geçişin kolay olması beklenebilir.

---

<sup>3</sup> Alkan Demir, Umut Gül (2004), **Organik Tarım**, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Dergisi Sayı 5, Nüsha 3, Nisan 2004, s. 1

2. Üretici geliri ürüne bağlı olarak artma imkânı bulacaktır.
3. Fiyatı hızla artan kimyasal gübre, pestisit ve enerji girdilerinden tasarruf edilebilmektedir.
4. Sözleşmeli tarımla üreticinin tüm ürününün alınması garanti edilebilmektedir.
5. Ekolojik ürünlerin ihraç fiyatı diğer ürünlerden % 10-20 oranında daha yüksektir ki bu da üreticilerin gelir ve karlarına etki edebilecektir.
6. Ekolojik Ürünlerin ihracatı ile tarım ürünlerinin üretiminde ilave bir kapasite yaratılmaktadır. Dolayısıyla ihraç edilen her ton daha önce ulaşılamayan tüketici kitlesine gidebilecektir.
7. Özel bilgi isteyen ekolojik tarım modeli ziraat alanında uzman personel için yeni istihdam sahaları yaratacaktır.

## **2.6. Organik Tarımın Sakıncaları**

Organik tarımın yukarıda sayılan avantajlarının yanı sıra az da olsa bir takım dezavantajların ortaya çıkması mümkün olabilmektedir. Bu dezavantajlar şu şekilde sıralanabilir:<sup>4</sup>

1. Tarımsal ürün arzında önemli dalgalanmalar görülebilmektedir. Nüfusun miktarında ve bileşimindeki değişimler, tüketim düzeyinin ve çeşitliliğinin sürekli artması ve dünya ülkelerinin hemen hepsinin tarımsal ürün talep eden özellikleri sebebiyle organik tarımın (verimde meydana gelebilecek azalma nedeniyle) kısa vadede gelişmesi zaman ve yüksek çaba gerektirecektir.

2. Ekolojik tarım metoduyla bitkisel üretimde ortaya çıkan bir sorun, arazilerin çok küçük, parçalı ve birbirine yakın olmasıdır. Bu durum ekolojik üretim yapan bir işletmeyi, çevrede üretim yapan diğer klasik işletmelerde kullanılan kimyasallardan dolayı olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

3. Özellikle iç piyasa için yeni ve belirsizlik arz etmesi ekolojik tarım sisteminde yetiştirilen ürünlerin pazarlanmasında zorluklar yaratabilmektedir.

4. Konunun yeni olması nedeniyle yeterli tarımsal bilgilendirme çalışmaları ve yetişmiş işgücü bulunmaması ekolojik tarımın bir başka olumsuz yanı olarak ortaya çıkmaktadır.

---

<sup>4</sup> Alkan Demir, Umut Gül (2004), **Organik Tarım**, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Dergisi Sayı 5, Nüsha 3, Nisan 2004, s. 2



## 2.7. Ülkelerin Organik Tarıma Geçiş Nedenleri

Gelişmiş ülkelerde, tüketicilerin insan sağlığına ve ekolojik dengeye olan duyarlılığı, konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçişin en önemli nedeni olmuştur.

Organik tarım ürünleri, bütün dünyada özellikle organik tarıma erken geçen gelişmiş ülkelerde, henüz arzı talebini karşılayacak durum da değildi. Gelişmekte olan ülkelerde ise organik tarıma geçişin en önemli nedeni, gelişmiş ülkelerin bu yüksek talebini değerlendirme fırsatıdır. Ekonomik açıdan kendi kendine yeterlilik, uluslararası piyasada yer edinilmesi ve çevre sağlığının korunması da organik tarıma geçişin diğer nedenleri arasında yer almaktadır. Gelişmiş ülkelerdeki organik tarıma yönelik iç talep fazlası geliştirmekte olan ülkeleri harekete geçirmiş ve organik tarımsal üretimin artırılması için tarım politikalarının oluşturulmasını sağlamıştır. Yerel kaynakların kullanımını artırılmasıyla, atıl bölgelerde üretim verimliliğinin ve toprak kalitesinin artırılması hedeflenmiştir. Böylece yurtiçi gıda üretimi arttırılarak kendi kendine yeterlilik sağlanacaktır. Organik tarımsal faaliyetlerin gelişmesine yönelik politikalar şunlardır:

- Gelir yaratıcı etki
- İnsan sağlığının ve çevrenin korunması
- Sosyal kalkınma
- Gıda açısından kendi kendine yeterlilik gibi amaçları vardır.

### 2.7.1. Gelir Yaratma Etkisi

Organik tarımın sağladığı avantajlardan ilki organik tarım ürünlerini üretip dünya piyasalarına sunan ülkelere, ihracat gelirleri getirme hususudur. Ayrıca organik tarım ürünlerinin uzun vadeli potansiyeli, geliştirmekte olan dünya ülkelerinin organik tarım pazarına girmelerini sağlamaktadır. Böylece bu ülkelerin ihracattan aldıkları paylarda da artış gözlenecektir. Organik tarımın sağladığı avantajlardan ikincisi ise yerel organik girdilerin, tarımsal girdilerin yerini alarak ülkelerin kendi kendine yeterlilik sağlaması hususudur.

### **2.7.2. İnsan Sağlığının Ve Çevrenin Korunması**

Organik tarım ile tarımda kimyasal ve yapay girdilerin kullanımı engellenerek, toprak yapısının bozulmasının önüne geçilmiştir. Ayrıca zararlı maddelerin kullanılmaması ile ürünlerin çeşitliliği ve rotasyonu sağlanmaktadır. Organik ürünlerin tüketilmesiyle zararlı maddelerin insan bünyesinde meydana getirdiği hastalıklar da ortadan kalkmaktadır. Çevre bilincinin artmasıyla gelenekçi tarımda kullanılan kimyasal girdilerin çevre üzerindeki olumsuz etkileri göze alınarak sentetik ve zararlı maddeler yerine doğal maddeler kullanıp toprağın sürekliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Doğaya verilen önemin artmasıyla birlikte toplumların birey sağlığına verdiği önem artmış, sağlıklı yaşamak için doğaya dost organik tarım ürünlerinin tüketilmesi yoluna gidilmiştir.

### **2.7.3. Sosyal Kalkınma**

Kırsal alanda yüksek maliyetli girdilerle üretim yapan çiftçiler, devlet destekleri ile organik üretime geçtiklerinde geçiş dönemini atlattıktan sonra dışa bağlılığı ortadan kaldıracaklardır. Bu sayede çiftçiler kendi kendine yetebilen ve düşük maliyetlerle üretim yaparak gelir artışı yaratan bir pozisyon sağlayacaklardır. Bu da kırsal alandan kente göçüşü azaltacak ve kırsal alanda istihdamı arttıracaktır.

### **2.7.4. Gıda Açısından Kendine Yeterlilik**

Organik üretimin dış girdi olmadan yerel kaynaklara dayalı olarak üretilmesi ve konvansiyonel gıdaların çeşitlendirilmesi ülke ekonomisine olumlu etki etmektedir.

Toprak verimliliğinin ekim yöntemleri ile artırılması ve işgücü üretkenliğinin maksimize edilmesi üretim performansını arttırmaktadır.

## **2.8. Tüketiciler Açısından Organik Tarım Ürünlerine Yönelim Nedenleri**

Günümüzde organik tarıma geçişin en önemli nedenlerinden birisi insan sağlığını korumak diğeri ise ekosistemin bozulmasını önlemektir. Tarımsal ürünlerde kullanılan kimyasal maddelerin insan vücudunda çeşitli hastalıklara sebep olduğu ve

ekosistemi bozduğu bilinmektedir. Tüketicilerin organik tarım ürünlerini tercih etmelerindeki sebeplerin başında o üründeki maksimum vitamini elde etme istekleri yatmaktadır. Ayrıca kalıtsal yollarla geçecek çeşitli hastalıklara neden olabilecek kimyasalların zararlı etkilerinden korunulmuş olunacaktır. Diğer sebep gelişen toplumların çevre bilincidir. Çevrenin korunması ve tahrip olmaması için, doğada herhangi bir kimyasal ilaç ve suni gübrenin olmaması gerekmektedir. Üretimin yapılması ve çeşitlendirilmesi için toprak verimliliğinin korunması gerekir. Suni gübreler ve kimyasal ilaçlar toprağın yapısını bozarak sağlıklı ürünlerin yetişmesine ve sürdürülebilir çevrenin bozulmasına neden olmaktadır. Ayrıca;

- Kimyasal ilaç ve gübrelerle yetiştirilen ürünlerdeki, kanser yapıcı etkiyi kaldırarak kendimizin ve gelecek nesillerimiz sağlığını korumak,
- Doğal döngünün sağlıklı bir şekilde devam etmesini sağlamak,
- Toprağın içindeki canlı ve organik madde miktarının korunmasını sağlayarak üretimi devamlı hale getirmek,
- Sözleşmeli çiftçilerin ürünlerini alarak pazarlama sorunlarını çözerek üretici ile tüketici arasındaki mesafeyi kısaltmak,
- Bölgesel üretimi destekleyerek ve yok olmaya başlayan ürünlerin üretimini teşvik ederek biyolojik çeşitliliği korumak,
- Bitkisel üretimde pestisitlerden ve hayvansal üretimde antibiyotiklerden kaynaklanan sağlık sorunlarının çözümü,
- Toprak erozyonunu önlemek,
- Küçük çiftçilerle anlaşmalar yaparak verilen primler ile onların yok olmalarını önlemek,
- Genetiği değiştirilmiş organizmaları (GDO) bulundurmeyen tohumlarla sürdürülebilir tarımı yaratmak,
- Daha ucuz ve uzun vadeli kapalı üretim(bitkisel ve hayvansal üretimi bir arada) yaparak üreticinin gelirini arttırmaktır.
- Gıda güvenliğini sağlamak,

### **3. DÜNYADA ORGANİK TARIM**

Dünyada organik tarımın arz ve talep dengesi incelendiğinde ülkeler arasında farklılıklar göze çarpmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde organik tarım bilinci ve tarım sektörüne uygulanması, gelişmiş ülkelerdeki durumla karşılaştırıldığında yetersiz düzeyde olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durum hem organik ürün üretimi, hem de organik ürün tüketimi açısından da incelendiğinde aynı sonuca ulaştırmaktadır.

#### **3.1. Genel**

Dünya’da insanların besine olan ihtiyaçları zaman içinde değişim göstermiştir. Başlangıçta sadece karın doyurmak amacıyla beslenme yapılırken 1990’lı yıllara gelindiğinde sağlıklı ve çevreyle dost bir beslenme şeklinin benimsenmesinin gerekliliğine inanılmıştır. Böylece çevreyle dost tarım şekilleri yeniden, ancak modern teknolojiyi de kullanmak koşulu ile gündeme gelmiştir. Özellikle gelişmiş sanayi toplumlarında tüketicinin bilinçlenmesi çevreyle dost tarım sistemlerinin hayata geçirilmesini zorunlu hale getirmiş ve organik tarım yoluyla yetiştiricilik sonucu organik ürün pazarı ortaya çıkmıştır. Bugün başta ABD ve AB ülkeleri olmak üzere pek çok gelişmiş ülkede organik tarım ve diğer sürdürülebilir tarım yöntemleri teşvik edilmekte, hükümet politikaları belirlenirken dikkate alınmaktadır.

#### **3.2. Organik Tarımın Özellikleri**

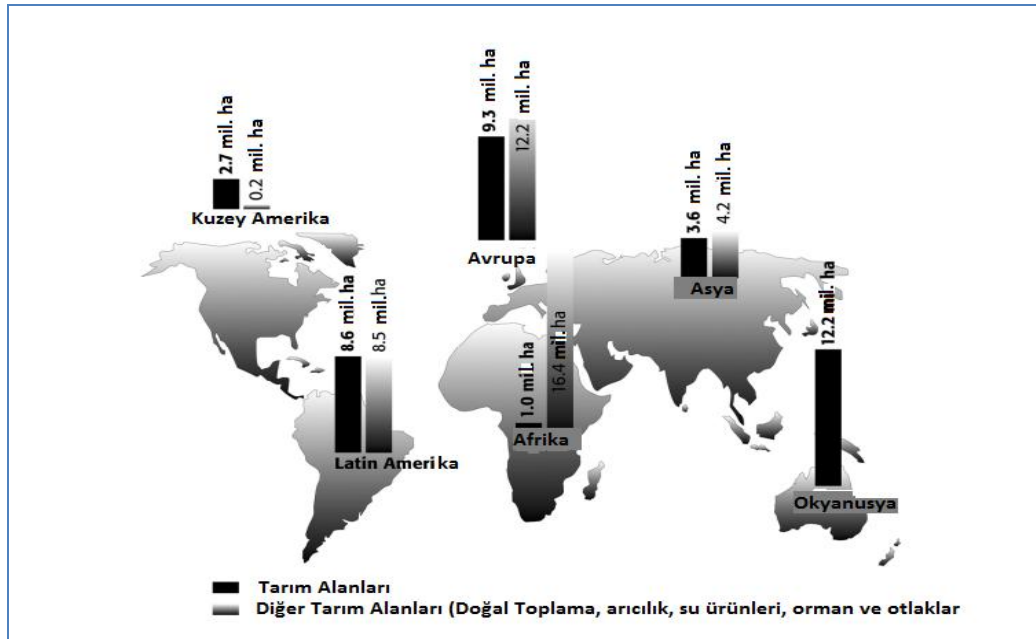
Organik ürünler, bütün dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde, henüz arzı talebini karşılayamayan yapıda bir pazar özelliği göstermektedir. Organik tarımsal üretimin ve organik ürünler pazar payının tüm dünya genelinde büyüme trendi göstermesinin nedeni, gelişmiş ülkelerde tüketicilerin çevre ve insan sağlığı konusundaki talepleri, kimyasal uygulamalarla bozulan üretim ortamlarında tarımsal üretimin sürdürülebilmesi için organik tarımın bir zorunluluk olmasıdır. Gelişmekte olan ülkelerde üretimi uyarıcı güç ise, organik tarımsal ürünlerin yarattığı ihracat potansiyelleridir.

### 3.2.1. Üretim Yapısı

2010 yılında açıklanan verilere göre, 2007 yılında 141 ülkede gerçekleştirilen organik tarım 2008 yılında 154 ülkeye ulaşmıştır. 2008 yılı sonu verilerine göre dünyada 35 milyon ha (hektar) alan organik standartlara göre sertifikalandırılmıştır. Geçiş dönemi rakamları da bu alana dahildir. Alan, 2007 yılı verileri ile karşılaştırıldığında 3 milyon ha gibi ciddi bir artış göstermiştir. Büyüme en fazla Latin Amerika ve Avrupa’da görülmüştür.

Organik tarım alanlarının yaklaşık üçte biri tek yıllık veya çok yıllık bitkisel üretim alanlarından, üçte ikisi ise hayvan otlatmasında da kullanılan yeşil alanlardan oluşmaktadır. Arıcılık için sertifikalandırılan alanlar dahil doğadan toplama 31,1 milyon ha alanı oluşturmaktadır. Organik su ürünleri yetiştiriciliği ise 0,4 milyon ha alanda yapılmaktadır. Sonuç olarak dünyada organik sertifika altına alınmış toplam alan 66,5 milyon ha alana ulaşmış bulunmaktadır.

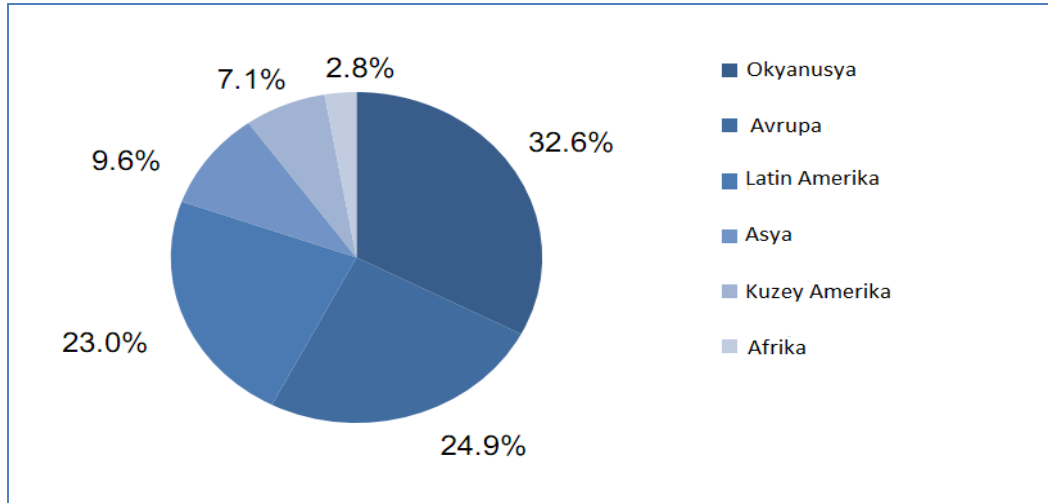
Şekil 3-1’de görüldüğü üzere; kıtalara göre organik tarım alanlarına bakıldığında ilk sırada 12,2 milyon ha alan ile Okyanusya’yı görmekteyiz. Hemen ardından 9,3 milyon ha ile Avrupa gelmektedir. Avrupa’da 12,2 milyon ha alanda doğadan toplama yapılmaktadır. Afrika’daki organik tarım alanı 1,0 milyon ha iken 16,4 milyon ha’lık bir alanda doğal toplama yapılmaktadır.



Şekil 3-1. Kıtalara göre 2009 yılında organik tarım ve doğal toplama alanları.

Kaynak: FİBL ve IFOAM 2011

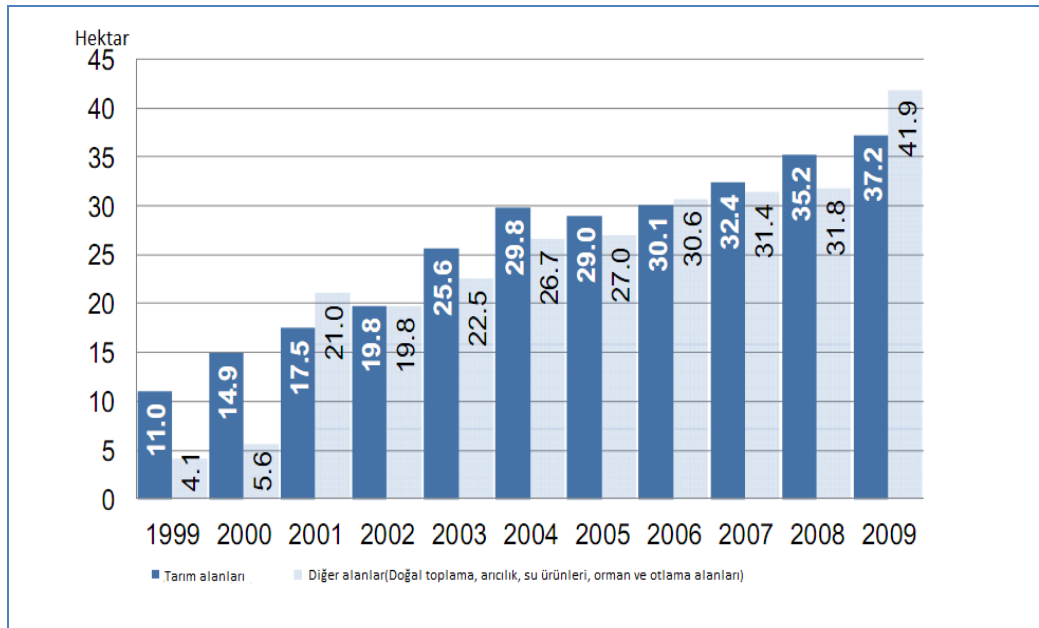
Şekil 3-2'ye göre; kıtalara göre toplam organik alanlarına karşılaştırmalı olarak bakıldığında ilk sırada %32.6'lık bir pay ile Okyanusya'yı görmekteyiz. Bunu %24.9 ile Avrupa ve %23 ile Latin Amerika izlemektedir.



Şekil 3-2. Kıtalara göre 2009 yılında organik tarım ve doğal toplama alanlarının dağılımı.

Kaynak: FİBL ve IFOAM 2011

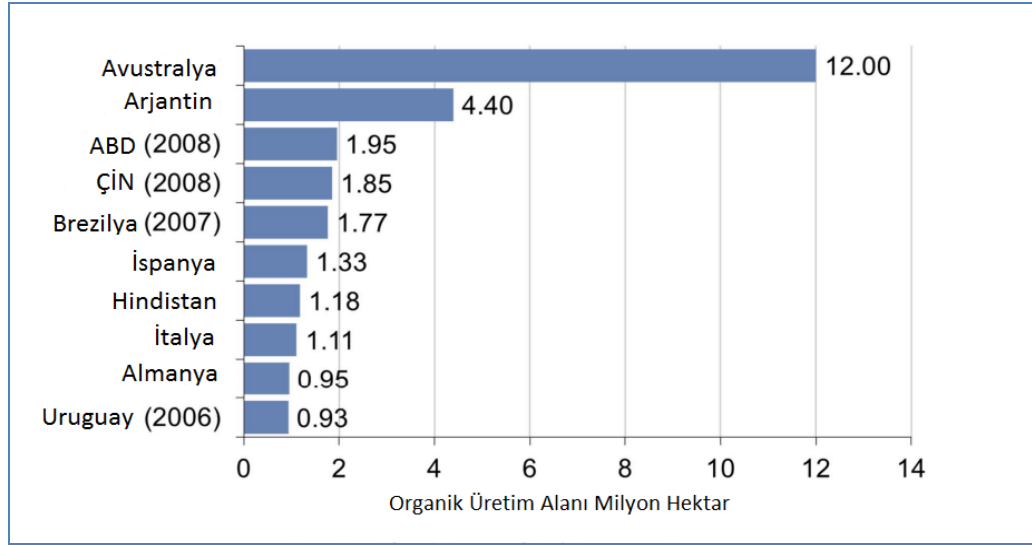
Şekil 3-3'de görüldüğü üzere; dünya'daki organik tarım alanlarının 1999 ve 2009 yılları arasındaki gelişimine baktığımızda alanlardaki kararlı büyüme dikkat çekicidir.



Şekil 3-3. 1999- 2009 yılları arasında dünyadaki organik tarım ve doğal toplama alanlarının dağılımı.

Kaynak: FİBL ve IFOAM 2011

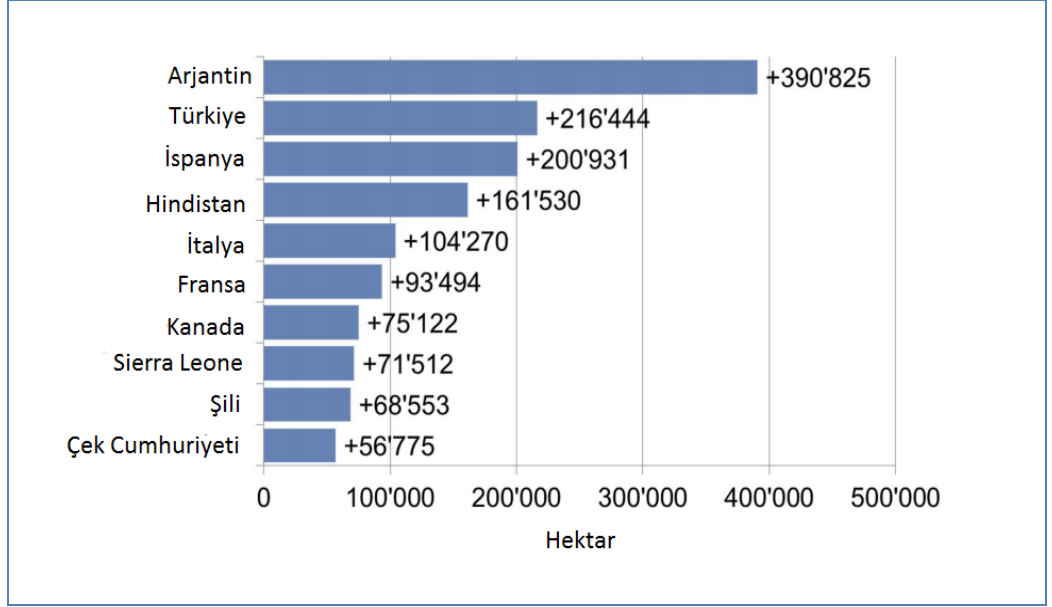
Ülkelerin organik üretim alanları 2009 verilerine göre karşılaştırıldığında, en büyük on ülke Şekil 3-4'te verilmiştir. Avustralya'nın 12 milyon ha'lık organik üretim alanının yaklaşık % 97'sini et üretimine yönelik büyükbaş besiciliğinde kullanılan organik sertifikalı geniş mera alanları oluşturmaktadır. Arjantin ise 4,40 milyon ha ile 2. sırada yer almaktadır. Arjantin'in sahip olduğu organik alan büyüklüğü de küçükbaş yetiştiriciliğinde kullanılan meralarla artmış ve özellikle organik koyun eti ilk sırada yer almaktadır. Bunu şeker, çay, tahıllar, yağlı tohumlar, meyve (armut, elma, portakal ve limon) ve sebze (sarımsak, soğan ve fasulye) takip etmektedir. Brezilya bir önceki yılın verilerine göre 1,77 milyon ha alana sahiptir. Kahve, muz, soya ve mısır en önemli ürünlerdir. Son yıllarda ABD, Çin ve Hindistan organik tarımda gelişen ülkeler olarak dikkat çekmektedir. İspanya ise 2009 yılında Avrupa Birliğinde en önemli paya sahip ülke konumuna gelmiştir.



Şekil 3-4. En büyük organik üretim alanına sahip on ülke (2009)

Kaynak: FIBL & IFOAM 2011

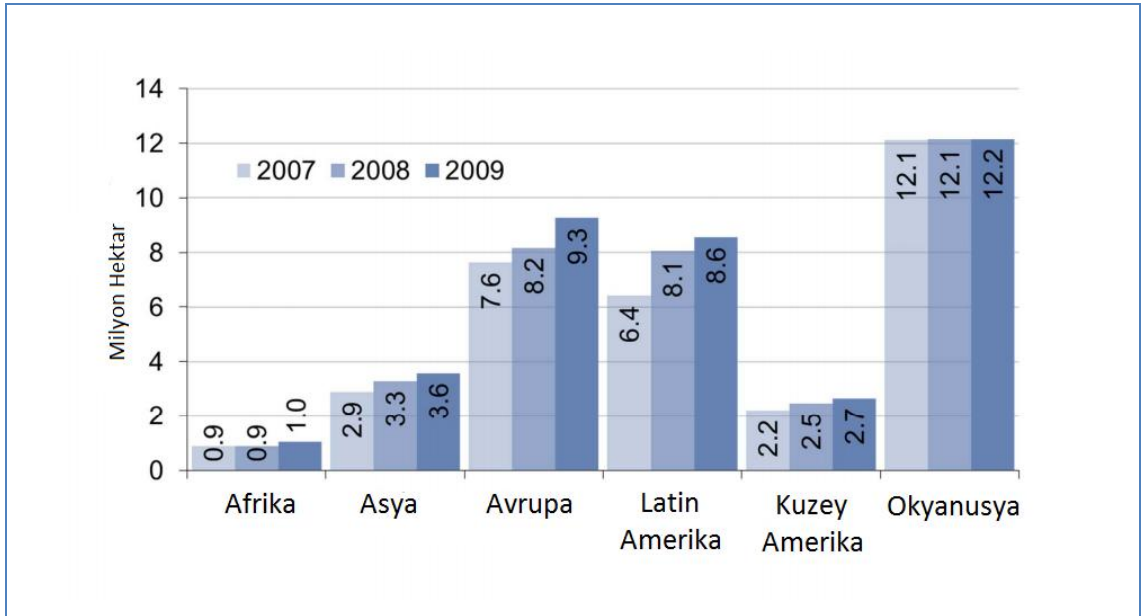
Birçok ülkede organik tarım alanları hızla gelişmektedir. Şekil 3-5'te de görüldüğü gibi, dünya'da organik tarım üretimi yapan ülkelerin 2008 ile 2009 değerleri karşılaştırıldığında Arjantin en yüksek büyüme gösteren ülke konumundadır. Avrupa Birliği üyesi ülkelere baktığımızda İspanya'daki artış göze çarpmaktadır. İspanya 2007 yılında 61,932 ha'lık organik tarım alanına sahipken 2008 yılında 324,959 ha alana ulaşmıştır. 2009 yılında da organik tarım alanı artışı devam etmiş ve 525,890 ha alana ulaşmıştır.



Şekil 3-5. 2008 ve 2009 yılları arasında organik tarım alanında en çok büyüyen on ülke

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

Organik tarımda 2007-2009 yılları arasında kıtalar bazındaki büyüme Şekil 3-6'da verilmiştir. Latin Amerika'daki büyüme hızı dikkat çekicidir.



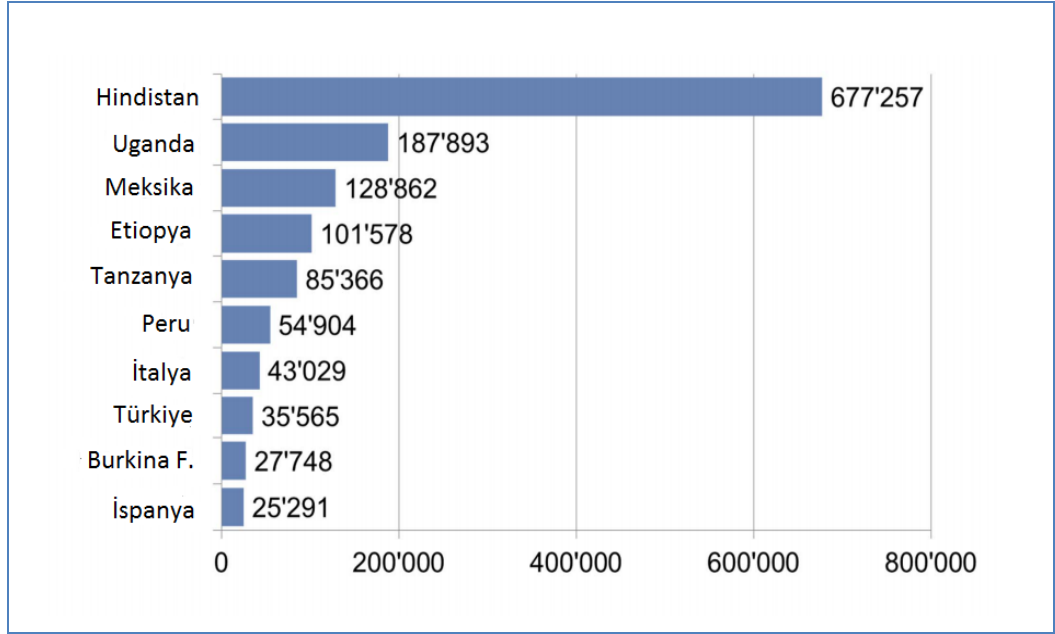
Şekil 3-6. 2007 ve 2009 yıllarında kıtalardaki organik tarım alanları

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

Şekil 3-7'de dünyada organik üretici sayısı en yüksek on ülke verilmiştir. Dünya'da organik tarım yapmakta olan üretici sayısına baktığımızda 677,257 üretici ile

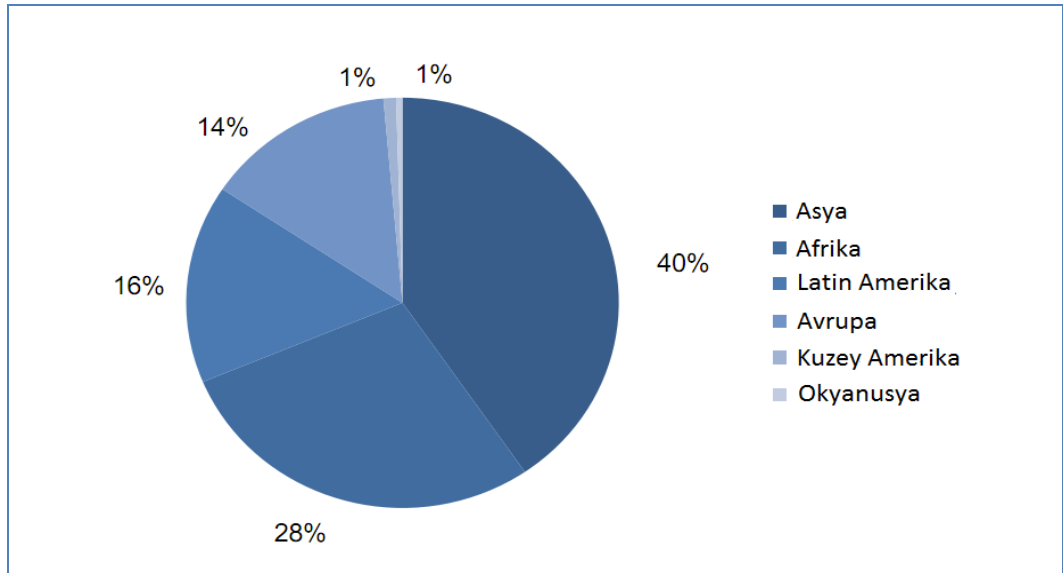


Hindistan ilk sırada yer almaktadır. Hemen ardından 187,893 üretici ile Uganda gelmektedir. Şekil 3-8’de ise, üreticilerin kıtalara göre dağılımları verilmiştir.



Şekil 3-7. 2009 yılı işletme sayısı (ilk 10 ülke)

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011



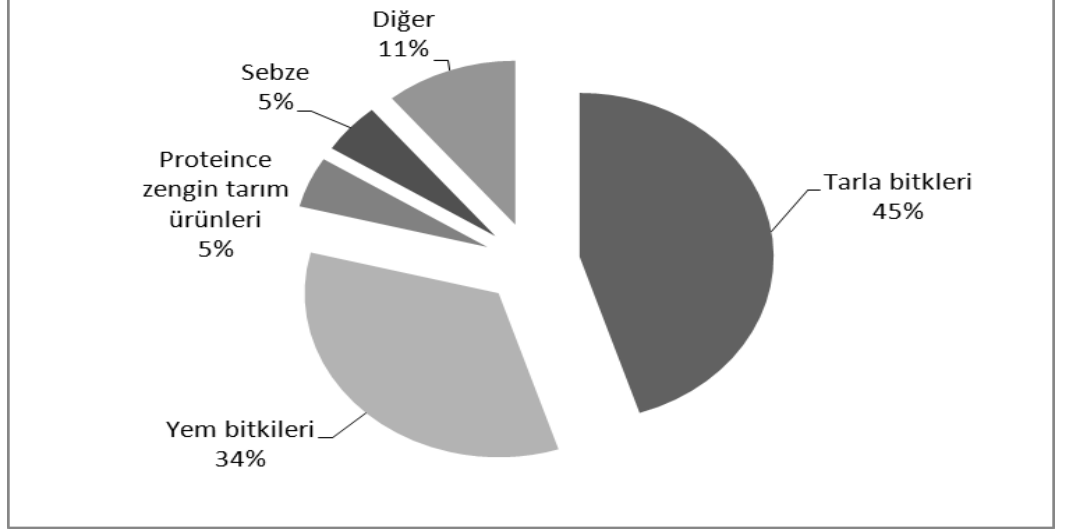
Şekil 3-8. Organik üreticilerin kıtalara göre dağılımı (hektar)

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

Şekil 3-8’e göre; toplam üreticilerin % 28’i Afrika’da, % 40’ı Asya’da, % 16’sı Latin Amerika’da yer almaktadır. Üretim alanlarının her üç kıtada da küçük olduğu görülmektedir. Bu bölgelerde organik tarım küçük üreticiler için sürdürülebilir üretim

modeli oluşturmaktadır. Okyanusya en büyük üretim alanına sahip bölge olmasına karşın en az üreticiyi barındırmaktadır.

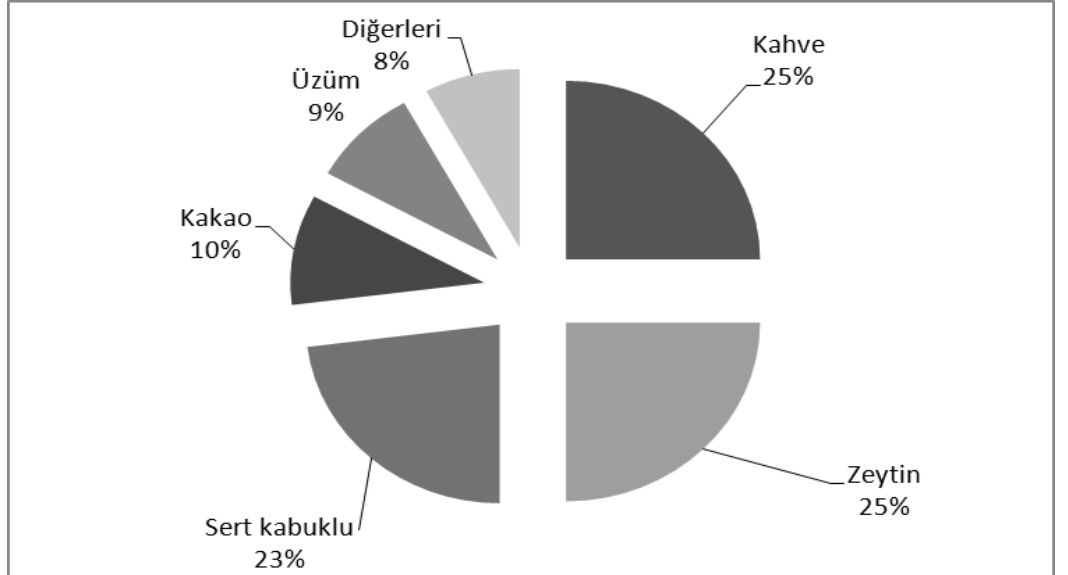
Şekil 3-9’da görüldüğü üzere; dünyadaki sürülebilir organik tarım alanlarının kullanımına bakıldığında ilk sırada %45’lik bir payla tarla bitkileri hemen ardından %34’lük bir oranla yem bitkileri gelmektedir.



Şekil 3-9. Dünyada sürülebilir organik tarım alanları

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

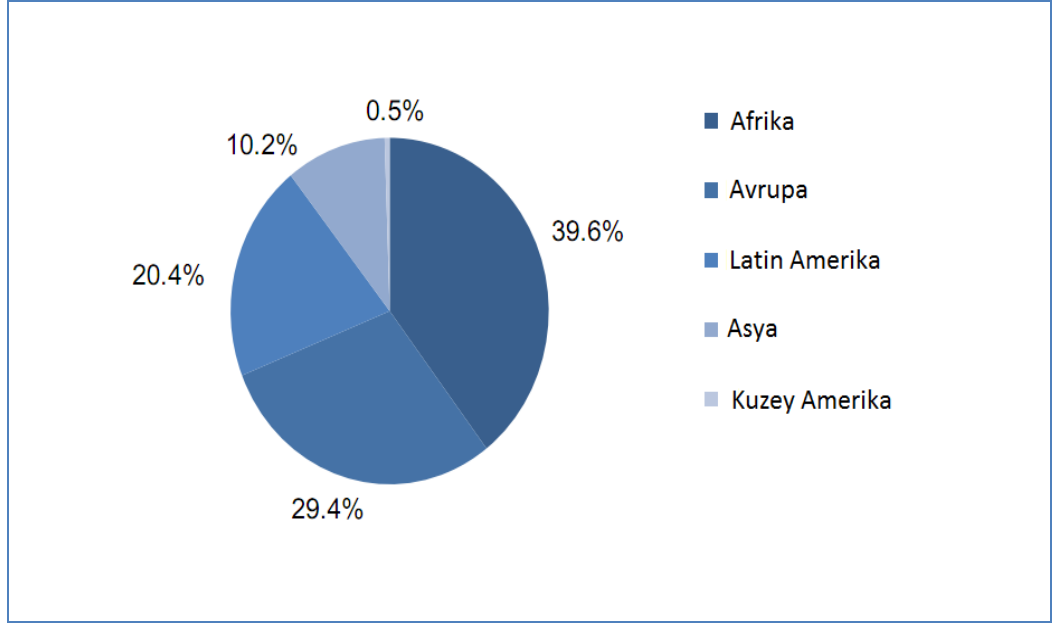
Şekil 3-10’a göre ise; organik olarak yetiştirilen çok yıllık türlere baktığımızda %25’lik oranlar ile kahve, zeytin lider tür konumundadırlar. Sert kabuklu türlerin değeri %23’tür. Kakao %10’luk bir paya sahiptir.



Şekil 3-10. Dünyada organik olarak yetiştirilen çok yıllık türler

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

Şekil 3-11’de belirtildiği üzere; doğadan toplama alanlarının 2009 yılında dünya üzerindeki dağılımlarına baktığımızda %39.6’lık paya sahip olan Afrika ve %29.4’lük paya sahip Avrupa başı çekmektedir.



Şekil 3-11. 2009 yılı doğadan toplama alanları

Kaynak: FİBL & IFOAM 2011

### 3.2.2. Pazar Yapısı

2010 yılında açıklanan verilere göre dünyada organik ürünlerin pazar değeri 50,9 milyar dolara ulaşmıştır. Organik ürünlerin tüketimi en fazla Kuzey Amerika ve Avrupa'dadır. Avrupa, Okyanusya ve bazı Latin Amerika türlerinde organik hayvancılık yaygın olarak yapılmakta ve çok sayıda hayvansal ürün tüketicilere sunulmaktadır. Organik su ürünleri üretim alanlarının 2007 yılı verilerine bakıldığında Çin 415.000 ha ile dünya lideri konumundadır. Bunu 6.293 ha alanla Ekvator, 2.000 ha ile Bangladeş, 1.317 ha ile Endonezya ve 33 ha ile Tayland izlemektedir.

Organik tarımda izlenebilirliğin ve güvenlik sistemlerinin önemli bir paydaşı kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarıdır. Dünyada bu alanda 481 kuruluş görev yapmaktadır. Kıtalara göre Avrupa'da 177, Asya'da 157, Kuzey Amerika'da 78, Latin Amerika'da 48, Okyanusya'da 11, Afrika'da 10 adet kontrol ve sertifikasyon kuruluşu görev yapmaktadır. Bazı kuruluşlar birkaç farklı kıta ve ülkede görev yapmaktadır. Sertifikasyon kuruluşlarının ülkelere göre sayıları değişmektedir. Sırasıyla Japonya'da 60 kuruluş, ABD'de 57, Almanya ve Güney Kore'de 32, Çin'de 29, İspanya'da 27,

Avrupa Birliği'nde en yüksek üretim alanına sahip İtalya'da 16 adet, Dünya'nın 7. büyük organik tarım alanına sahip ülkesi Hindistan'da ise 13 adet sertifikasyon kuruluşu faaliyet göstermektedir.

Dünya organik ürün ticaret hacminin 2008 verilerine göre yaklaşık 50,9 milyar ABD doları olduğu belirtilmektedir. 2007 yılı verilerine göre gelirin % 54'ü Avrupa'da, % 43'ü Kuzey Amerika'da ve % 3'ü ise diğer kıtalarda elde edilmektedir. Avrupa Birliği'nde aynı yıl verilerine göre organik gıdada yıllık 16,2 milyar Avro ticarete konu olmaktadır. En yüksek pay Almanya'da (5 milyar 300 milyon Avro), olup bu ülkeyi İngiltere (2 milyar 550 milyon Avro), Fransa (1 milyar 900 milyon Avro), İtalya (1 milyar 870 milyon Avro) ve İsviçre (789 milyon Avro) izlemektedir. Avrupa Birliği'nde toplam pazarının içinde organik ürünler pazarının % 6'sı organik ürünlerden oluşan Danimarka lider ülke olurken, Avusturya % 5,3, İsviçre % 4,6, Lüksemburg % 3,3 ve Almanya % 3,1 ile takip etmiştir. Avrupa'da kişi başına yıllık en yüksek organik ürün tüketimi 106 Avro ile Danimarka'da gerçekleşmiş, bunu İsviçre 105 Avro, Avusturya 89 Avro, Lüksemburg ve Liechtenstein 86 Avro ile takip etmiştir. Pazar büyüklüğü olarak güçlü konumdaki ülkelerden Almanya'da organik ürünlere kişi başına yıllık 64 Avro harcanırken, İngiltere'de 42, İtalya'da 32 Avro harcanmıştır. ABD' de ise 2009 verilerine göre organik ürünlerde 2008 yılında dönen organik ürün ticaret hacminin 22 milyar 929 milyon dolar seviyesine yükselmiş ve organik ürünlerin toplam pazardaki payı % 3,5 olduğu belirtilmiştir. Bu değer ile ABD dünyada en büyük organik ürün ticaretine sahip ülke konumuna gelmiştir.<sup>5</sup>

### **3.2.3. Dağıtım Kanalları**

Ekolojik ürünlerin dünya genelinde tüketiciyle buluşturulmasında çok çeşitli dağıtım kanalları kullanılmaktadır. Kullanılan dağıtım kanalları ve dağıtım kanallarının satış paylarının oranları ülkeye ve ülkedeki tüketici yapısına göre değişmektedir.

Günümüzde kullanılan dağıtım kanallarından en önemlileri süper/hiper marketlerdir. Pek çok ülkede satışların önemli bir kısmı bu dağıtım kanalıyla gerçekleştirmektedir. Özellikle ürün satış mağazaları da organik ürünlerin satışında kullanılan ve tüketiciler tarafından tercih edilen önemli bir dağıtım kanaladır. Çiftçinin ürününü doğrudan tüketiciye sattığı çiftlik satışları geleneksel ve organik ürün

---

<sup>5</sup> Dünya'da Organik Tarım, <http://www.eto.tr/dunya.html>, (Erişim tarihi: 02.04.2011)

satışlarında kullanılan bir dağıtım kanalıdır. Giderek gelişmekte olan diğer bir dağıtım kanalı da internet üzerinden siparişler yoluyla ya da tüketicilerin abone olması metoduyla tüketiciye hazırlanmış organik bir paketin gönderilmesidir. Yeni gelişmekte olan ve sadece birkaç ülkede uygulanan diğer bir dağıtım kanalı da gıda hizmet sektörüdür.

### **3.2.4. Tüketici Özellikleri**

Tüm dünya genelinde üretimi yaygınlaşan organik ürünlerin tüketimi daha ziyade gelişmiş bölgelerde gerçekleşmektedir. Bunun nedeni organik ürün fiyatları konvansiyonel ürün fiyatlarından yüksektir. Çoğu yoksulluk sınırının altından yaşayan gelişmekte olan ülkelerde bu tür tüketimin yaygınlaşması fiyat primleri nedeniyle engellenmektedir. Gelişmiş ülkeler büyük ve iyi eğitilmiş orta sınıflara sahip oldukları için bu ülkelerde organik ürün satışları gelişmiştir. Ülkeler ekonomik gelişme gösterip, yaşayan nüfusun eğitim seviyesinin artması ve olanaklarının genişlemesi organik ürünlere olan talebi de artırmaktadır. Çin, Brezilya ve Güney Afrika gibi hızlı ekonomik büyüme gösterip üst sosyal sınıf oluşturan ülkelerde organik pazarlar oluşmaya başlamıştır.<sup>6</sup>

Dünyada organik ürünlere karşı tüketicilerin durumları incelendiğinde organik ürün tüketicileri; genellikle büyük şehirlerde yaşayan, yiyecek ve içeceklere karşı seçici, fiyattan ziyade kaliteye bakan, muhteviyattaki maddelere ve üretim yöntemine dikkat eden, genellikle eğitilmiş, orta veya üst sosyal sınıfa dahil, alım gücüne sahip bireylerden oluşmaktadır.

### **3.2.5. Uluslararası Kuruluşlar**

Dünyada organik tarım alanında faaliyet gösteren dört önemli uluslararası kuruluş vardır. Bunlar; IFOAM, FAO, ITC ve OTA'dır. Bu bölümde sırasıyla bu kuruluşlar ile ilgili bilgi verilecektir.

---

<sup>6</sup> Aykut Deniz Kayalar (2004), Dünyada ve Türkiye'de Organik Tarım Üretim ve İhracatı Üzerine Bir Çalışma, T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı, İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Mart, s. 8

### 3.2.5.1. IFOAM (Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu)

1970’li yıllara kadar devam eden organik tarım çalışmaları 1972 yılında IFOAM’ın (International Federation of Organic Agriculture Movement –Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu) kurulması ile farklı bir boyut kazanmıştır.

1972 yılında Paris yakınlarındaki Versailles’da kurulmuştur. Merkezi 1987 yılında Tholey-Theley/Almanya’ya taşınmıştır.

IFOAM, tüm dünyada organik üretime ilişkin kuralları ilk olarak tanımlayan ve yazıya döken kuruluştur. IFOAM’ın kuruluş amaçları:

- Organik tarımın temsilcisi olarak tüm dünya ile iş birliğine yönelik bir platform oluşturmak,
- Organik tarım yapan üreticilerin refahını sağlamak, □
- Bilgi ve düşüncelerin üyeler arasında aktarımını sağlamak,
- Toplum bilgilendirmek,
- Üretim, işleme ve ticari standartları belirlemek ve ürünleri gerektiğinde bu standartlar doğrultusunda gözden geçirmektir.

IFOAM’ın ana amacı ise, dünya çapında organik tarım ilkelerine dayanan ekolojik, sosyal ve ekonomik sistemlerin benimsenmesidir.<sup>7</sup>

IFOAM’ın üyeleri arasında organik üretim yapan işletmeler, organik ürünlerin ticaretini ve işletmesini yapan firmalar, araştırma ve eğitim kurumları gibi organik yetiştiriciliğin her kesiminden kuruluşlar yer almaktadır.

IFOAM’ın bütün üyelerince kabul edilmek zorunda olan altı temel esası vardır. Bunlar; bölgecilik, toprağın iyileştirilmesi, çevre kirliliği ile savaş, besin kalitesi, enerji kullanımı ve işyeri yaratmadır.

IFOAM, organik tarım ile ilgili birçok faaliyette bulunmaktadır. Bunlar;

1- Farklı sertifikasyon programları için çerçeve oluşturan “Organik Tarım ve Gıda İşlenmesine İlişkin Uluslararası Temel Standartlar”ı hazırlamıştır. Bu standartlar, IFOAM Standartlar Komitesi tarafından düzenli olarak güncelleştirilmektedir ve iki yılda bir IFOAM genel kurulu tarafından onaylanmaktadır.

2- “Uluslararası Akreditasyon Programı” hazırlamıştır. Bu program, Uluslararası Akreditasyon Servisi tarafından işletilmektedir.

---

<sup>7</sup>About IFOAM, [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org), (Erişim tarihi: 01.05.2011)

3- Her iki yılda bir bilim konferansları düzenlemekte ve bunun yanında organik ürün ticareti ile ilgili konferanslar düzenlemektedir.

4- Yılda üç kere “Ekoloji ve Çiftçilik (EcologyandFarming)” adlı bir dergi yayımlamaktadır.

5- “Organic Agriculture Worldwide” adlı organik tarım rehberi IFOAM’ın yayınladığı önemli bir kaynaktır. Ayrıca, IFOAM kaynak kitapların, toplantı ve konferans tebliğlerinin basımında öncülük etmektedir.

6- Gıda ve gıda dışı çok çeşitli organik ürünlerin yer aldığı BIOFACH fuarı, IFOAM’ın en önemli etkinliklerinden biridir. Bu fuarlar organik ürün ticaretinin gelişiminde önemli bir paya sahiptir.

Kuruluşun işbirliği içerisinde bulunduğu uluslararası kuruluşlar; AB, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Dünya Ticaret Organizasyonu (WTO) ve Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN)’dir.

### **3.2.5.2. FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)**

FAO (The Food and Agriculture Organization of The United Nations) 1943’te dünyada 44 ülkenin bir araya gelmesiyle gıda ve tarım üzerine bir organizasyon olarak kurulmuştur. Daha sonra merkezi Amerika’dan Roma’ya taşınmıştır.

Kuruluş amacı, bireylerin yaşam standartlarını yükseltmek ve tarımda verimliliği geliştirmektir. Bunun yanında; dünyada açlığı yok etmek, bütün insanların istedikleri an yiyeceklere sahip olmalarını sağlamak ve bu yiyeceklerin de sağlıklı olarak üretilmelerini gerçekleştirmektir.<sup>8</sup>

FAO’nun organik tarım ile ilgilenmesinin asıl nedeni, organik tarımdan elde edilecek faydaların FAO’nun amaçlarına uygun olmasıdır. Organik tarım, doğal kaynaklardan çevreye zararsız bir şekilde fayda sağlanmasını sağlamak ve bu da FAO’nun hedeflerine uymaktadır.

FAO gelişmekte olan ülkelerin uluslararası pazarlara katılımını desteklemek amacıyla üretim şartlarına ilişkin teknik bilgi sağlamak, piyasa fırsatlarına ilişkin ticaret bilgisi sağlamak ve kapasite yaratımı konusunda destek vermektedir. Ayrıca uygun ulusal ve yasal düzenlemelerin geliştirilmesi, araştırma ve geliştirme kolaylıkları sağlanması ve ülkelerin organik tarım konusundaki deneyimlerini birbirlerine

---

<sup>8</sup>About FAO, [www.fao.org](http://www.fao.org), (Erişim tarihi: 5.01.2011)

aktarmaları konusunda destek sağlamaktadır. Organik tarıma ilişkin tüm üretim, depolama, işleme ve pazarlama zincirini kapsayacak şekilde hizmet vermeye çalışan FAO, yerel sertifikasyon kuruluşlarının kurulmasını ve bölgesel organik standartların belirlenmesini de desteklemektedir.

### **3.2.5.3. ITC (Uluslararası Ticaret Merkezi)**

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC); gelişmekte olan ve geçiş ekonomilerine, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda, ihracat potansiyellerini kullanmaları ve ithalat operasyonlarının geliştirilmesi yönünde yardımcı olmakta ve programlar hazırlamaktadır.

ITC altı alanda hizmet vermektedir:<sup>9</sup>

- 1- Ürün ve pazar gelişimi,
- 2- Ticari destekli hizmetlerin gelişimi,
- 3- Ticari bilgi,
- 4- İnsan kaynakları gelişimi,
- 5- Uluslararası satın alma ve tedarik yönetimi,
- 6- İhtiyaçların tespiti ve programın tasarlanması.

ITC, gelişmekte olan ülkelerde organik gıda ve içecek pazarına ilişkin pazar araştırması ve kalkınma projesi uygulamaktadır. Bu projenin amacı, az gelişmiş ülkeler ve diğer düşük gelirli ülkeler başta olmak üzere tarımsal ürünlerin ihracat performansının geliştirilmesine destek olmaktır.

Proje iki aşamalıdır. Bu projenin ilk aşaması olarak “Organik Gıda ve İçecekler Dünya Arzı ve Başlıca Avrupa Pazarları” konulu bir pazar araştırması yapılmış ve kitap olarak basılmıştır. Pazar gereksinimlerinin, organik ürünler için piyasa potansiyelinin, mevcut arz fırsatları ve kısıtların daha iyi anlaşılmasını sağlamak; böylece üreticileri/ihracatçıları teşvik etmek, ihracatı geliştirici faaliyetleri artırmak ve ithalatçılara yeni tedarik noktaları bulmada yardımcı olmak pazar araştırmasının ana amacıdır. Projenin ikinci aşaması, gelişmekte olan ülkelerde ihracat seminerleri düzenlemektir. Bu seminerlerle piyasa araştırmasının bulgular aktarılmakta ve gelişmekte olan ülkelerin mevcut ve potansiyel ihracat fırsatlarına dikkat çekilmektedir.

---

<sup>9</sup> About ITC, [www.intracen.org](http://www.intracen.org), (Erişim tarihi: 11.12.2010)



ITC; firmaların WTO kurallarını anlamalarını, rekabete dayanıklılıkları artırmalarını ve yeni ticari teşvik stratejilerini geliştirmelerini sağlar.<sup>10</sup>

#### **3.2.5.4. OTA (Organik Ticaret Birliği)**

1985’de bir grup organik üretici ve satıcılar Kuzey Amerika’da OFPAN(The Organic Foods Production Association of North America)’yı kurmuştur. Bu kuruluş 1994’te OTA (The Organic Trade Association) adını almıştır. Kuruluş amacı, organik ürünlerin standartlarını korumak ve pazar payını artırmaktır. Üyeler Kuzey Amerika, Kanada ve Meksika’da bulunan organik üretici, işleyici, çiftçi birlikleri, komisyoncu, kontrolör, taşıyıcı, dağıtıcı ve perakendecilerden oluşmaktadır.

OTA’nın misyonu; organik ticaretin büyümesini koruma ve desteklemeyi teşvik etmektir. Misyonunu yerine getirmek için OTA;<sup>11</sup>

- 1- Organik ilkeler ve değerler doğrultusunda öncülük etmekte,
- 2- Sanayi için pazar fırsatları yaratmakta ve pazarı genişletmekte,
- 3- Organik üretimin anlaşılmasını desteklemekte,
- 4- Organik garantinin doğruluğunu desteklemektedir.

#### **3.2.5.5. WWOOF: (Ekolojik Çiftliklerde Gönüllüler Örgütü)**

WWOOF, 1972’de İngiltere’de kurulmuştur ve bugün ekolojik çiftliklerde, yardım karşılığı, yatak, yemek ve pratik deneyimlerin verilmesini sağlayan uluslararası bir takas ağıdır.

#### **3.2.5.6. ECEAT: ( Eko Tarım Turizmi Avrupa Merkezi )**

ECEAT, sürdürülebilir turizmi desteklemek amacıyla, kırsal kesimden doğal şartlarda tarımla uğraşanları harekete geçirip, küçük alanlarda mücadele eden çiftçilere yardım etmek amacıyla kurulmuştur.

---

<sup>10</sup> About ITC, [www.intracen.org](http://www.intracen.org), (Erişim tarihi: 11.12.2010)

<sup>11</sup> About OTA, [www.ota.com](http://www.ota.com), (Erişim tarihi: 09.12.2010)

## 4. TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

Modern tarım uygulamalarının ekonomik ve teknik nedenlerle bazı bölgelerde kısmen, bazı bölgelerde ise hiç uygulamaya sokulamaması Türkiye'nin organik tarımdan hak ettiği payı alamamasına neden olmuştur. Ancak tarım alanlarının gelişmiş ülkeler düzeyinde zarar görmemiş olması ve GAP ile diğer sulama projelerinin de katkıda bulunduğu geniş tarım potansiyeli, Türkiye'nin global pazarın artan talebi karşısında daha fazla pay almasını sağlayacak önemli hususlardandır. Ayrıca Türkiye'de çok farklı organik koşulların varlığı, biyolojik zenginliği ve bu farklılığa adapte olmuş geniş ürün yelpazesi organik tarım açısından sahip olduğu önemli avantajlardır.

### 4.1. Türkiye'de Organik Tarımın Tarihçesi

Türkiye'de organik tarım ürünleri ilk olarak 1984-85 yıllarında yabancı alıcıların isteği ile Ege Bölgesi'nde sözleşmeli üretim sistemi ile başlamıştır. Kuru incir ve kuru üzüm ile başlayan organik tarımsal üretime daha sonra kuru kayısı ve fındık ile devam edilmiştir. 1990'lı yıllara kadar 8 adet olan organik tarım ürün çeşidi, zamanla taleplere bağlı olarak artmış ve günümüzde Türkiye'de 200'ü aşmıştır.<sup>12</sup> Artan talebe bağlı olarak başlangıçta sadece ham ürün olarak değerlendirilen organik ürünler günümüzde işlenerek çeşitlendirilmiş ve katma değeri arttırılmış ürün şeklinde piyasaya sunulmaktadır.

Organik tarım 2000'li yıllarda konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabalarının yoğunluk kazanması sonucu bağımsız projelerle gerçekleştirilen üretim biçimiyle de desteklenmeye başlamıştır. Sözleşmeli yetiştiricilikle başlayan ülkemizde, dış pazarlarca talep edilen miktarların artmasıyla da organik tarım ürünleri üretimi, yeni bir boyut kazanmıştır. İlk yıllarda kuru incir, kuru üzüm ve kuru kayısı ile yapılan organik tarım ürünleri üretimi; bitkisel ürünler, işlenmiş gıda ürünleri ve diğer tarım ve gıda ürünleri olarak sınıflandırabileceğimiz sektörel yelpazeye ulaşmıştır. Başlangıçta sadece 8 ürün organik olarak üretilirken, 2007 yılına gelindiğinde üretilen

---

<sup>12</sup> Dilek Subaşı Koç(2008), **Organik Tarım Ürünleri**, Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi Ankara, s. 7

ürün çeşidi 201'e ulaşmış, 10.553 üretici 135.360 hektar alanda 431.203 ton organik tarım ürünü elde etmiştir.

Türkiye'de 1992 yılında organik tarım hareketinin sağlıklı ve doğru gelişimini gerçekleştirmek amacıyla Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO) kurulmuştur. "Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği" (ETO) organik tarım konusunda ülkemizde çatı görevini üstlenen, ilgili tüm kişi ve kurumları kapsayan şemsiye organizasyon yapısında olan bir gönüllü kuruluştur.<sup>13</sup> Türkiye'de organik bitkisel üretim ve organik hayvancılığa her geçen yıl ilgi artmaktadır. Buna bağlı olarak az da olsa çeşitlilik artmakta ve üretim alanları genişlemektedir.

Organik tarım ürünleri grubunda gıda dışı ürünler de yer almaktadır. Gıda dışı organik ürünlerden en fazla üretilen ürün olan organik pamuğun ülkemizde ilk sertifikalı üretimi, 1989 yılında Hollanda merkezli Bo Weevil B.V. firması tarafından münavebe bitkisi olarak değil ana ürün olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca pamuk yine Türkiye'de tekstil ürünlerinde kullanılmış ve özellikle tişört olarak Avrupa pazarına sunulmuştur.<sup>14</sup>

Pamuğun yanı sıra kozmetikte kullanılan badem yağı, gül kurusu, gül yağı, gül suyu, lavanta yağı gibi ürünler ile ilaç üretiminde kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler de organik olarak üretilip işlenmektedir. Bu ürünlerin ihracatımızdaki payları büyük olmasa da üretimleri devam etmektedir.

Ülkemizde organik ürünlerin tamamına yakını ihraç edildiği için, ürünlerimizin yurtdışı pazarlarda sorunsuz dolaşıp, alıcı ülkelere rahat ulaşması ve organik tarım pazarımızın genişlemesi için organik tarımla ilgili standartlarına göre üretilmiş olması gerekmektedir. Bu nedenle hedef pazarlardaki standartlar iyi bilinmeli, kontrollü ve sertifikalı ürünler oluşturulmalıdır.

#### **4.2. Türkiye'de Organik Tarımsal Faaliyetlerin Amaçları**

Türkiye'de dışarıdan gelen ihracat talepleriyle başlayan organik tarımsal üretim günümüzde ihracat fırsatlarından başka amaçlarla da yapılmakta olan bir üretim biçimidir. Türkiye'de organik tarımsal faaliyetlerin amaçları :<sup>15</sup>

<sup>13</sup> www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/016uyguna\_ksoy.pdf, (Erişim tarihi: 05.10.2010)

<sup>14</sup> Mehmet Tozan, Ahmet Altındişli (2001), Gıda Dışı Organik Ürünler Ve Ticareti, Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu, Antalya, s. 20-23

<sup>15</sup> Organik Tarım Strateji Belgesi' Taslak Metni 20/06/2006

- Dünyadaki genel eğilime paralel olarak 'Türkiye'de çevresel boyutu dikkate alan sürdürülebilir bir tarım sektörünü oluşturabilmek amacıyla, organik tarım sektörünün rekabet gücünü ve etkinliğini artırmak,
- Toprağın doğal yaşam gücünün korunup sürdürülmesi için fiziksel, kimyasal ve biyolojik yapısını korumak, organik madde içeriğini zenginleştirmek, doğal kaynakları uygun kullanmak ve doğal yapı ile uyumlu sürdürülebilir üretim yapmak,
- Sentetik tarımsal kimyasal girdilerin, insan, hayvan ve bitki sağlığı üzerinde yarattığı tehditleri ortadan kaldırmak amacıyla çevre üzerinde olumsuz etki yaratmayacak tarımsal tekniklere yönelerek, yüksek kaliteli, sağlıklı ve risksiz ürünler üretmek,
- Mümkün oldukça yerel girdi ve belgesel kaynakları kullanarak, bitkisel üretimi mevcut ekolojik koşullara uygun ve hayvansal üretimle uyumlu biçimde planlamak ve yürütmek, üretici örgütlenmesini güçlendirmek, kırsal kesimde istihdam olanaklarını artırmak, müteşebbislerin gelir seviyesi ve yaşam kalitesini artırmak,
- Organik ürün kalite ve standartlarının dış pazarda kabul göreceği şekilde belirlenmesi ve bu standartlar doğrultusunda üretim yapılmasını temin edecek etkin kontrol ve sertifikasyon sistemini geliştirmek,
- Organik tarımsal üretimin, üretimden tüketime kadar her aşamada ulusal ve uluslararası geçerli kurallara göre yapılıp, kontrol edilmesi, kurallara uygun üretimin sertifikalandırılarak tüketici güvenini sağlanması,
- Kırsal kesimde istihdam olanakları yaratmak, organik tarımsal faaliyetlerde bulunan girişimcinin gelir seviyesini ve yaşam kalitesini arttırmak,
- Üretici örgütlenmelerinin güçlenmesini sağlamaktır.

### **4.3. Türkiye’de Organik Tarım Uygulaması**

Organik tarım uygulaması, uyulması gereken birtakım kuralları ve süreçleri içermektedir. Organik tarımın hayata geçirilmesinde, başlama kararlarının alınmasından ürünün pazarlanıp tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen süreçte, üretimin başlaması ve geliştirilmesi ile ilgili yol, yöntem ve denetim süreçleri önem kazanmaktadır. Bunları da belirleyen ulusal ve uluslararası birtakım kurallar vardır.

### 4.3.1. Türkiye’de Organik Tarımsal Faaliyetlere Başlama Kararının Alınması

- Organik Tarım Kanunu ve Yönetmeliği incelenerek organik tarımın esasları öğrenilmelidir. Organik tarımın kurallarına uyularak yapılacak olan kontrollü ve sözleşmeli üretimde kayıt ve kalitenin esas olduğu kabul edilmelidir.

- Organik tarım yapılacak araziler; geleneksel üretim yapıları ile ilaçlanan tarlalar, yol, fabrika ve benzeri kirlenici yapıların yakınında bulunmamalıdır. Mesafelerin tespiti için bir kontrol ve sertifikasyon firmasının yardımından faydalanılabilir.<sup>16</sup>

- Organik tarım yapılacak arazide yetiştirilecek tek yıllık bitkilerde 2 yıl, çok yıllık bitkilerde 3 yıl süreyle geçiş dönemi uygulamasıyla organik tarım üretimi yapılacağı bilinmelidir.

- Aynı tarlada her yıl aynı ürünün üretimi yerine, topraktaki mineral ve canlı dengesini gözeterek bölgeye göre uygun ekim nöbeti (münavebe/rotasyon) uygulaması yapılacağı kabul edilmelidir.

- Üretimin her aşamasında kayıt tutulmalı, kontroller yapılarak sertifikalı ürünlerin oluşturulması gereği bilinmelidir.

Organik tarıma başlama kararı alınmasından sonra göz önünde bulundurulması ve uyulması önem arz eden konular ise şu şekilde sıralanabilir:<sup>17</sup>

1- Yurt içi ve yurt dışında uygulanan ilgili kanun ve yönetmeliklerin incelenmesi,

2- Ekolojik ve ekonomik analizin yapılması,

3- Alınabilecek danışmanlık hizmetlerinin araştırılması,

4- Organik ürün deseninin belirlenmesi ve üretim bilgilerinin derlenmesi,

5- Ön dokümantasyon hazırlığının yapılması,

a. Üretici bilgilerini içeren organik üretici kartlarının hazırlanması

b. Son üç yıllık üretim bilgilerini kapsayan organik üretici arazi envanterinin hazırlanması

c. Organik tarım parsellerin krokilerinin hazırlanması

d. Organik tarım yönetim planının hazırlanması

<sup>16</sup> <http://www.orguder.org.tr/tarim.html>, Son Erişim Tarihi: 29.08.2009

<sup>17</sup> <http://www.orguder.org.tr/tarim.html>, Son Erişim Tarihi: 28.08.2009

6- Kontrol ve sertifikasyon hizmetleri için teklif alınması ve tekliflerin değerlendirilmesi,

7- Kontrol ve sertifikasyon firması ile sözleşme imzalanması ve kontrol/sertifikasyon sürecinin başlatılması,

a. Kontrolör tarafından proje sahibinin hazırladığı dokümanların incelenmesi

b. Kontrol faaliyetinin başlaması

c. Üreticiler veya işleyici firmalar ile görüşmelerin yapılması

d. Arazi/işletme incelemelerinin yapılması

e. Numune alımı ve analiz kararlarının alınması (Analizler ancak bu işle ilgili akredite olmuş laboratuvarlar tarafından yapılabilir.)

8- Organik tarım esaslarına göre rapor yazılması

*"Kontrol edilen her bir projenin raporu yazılmak zorundadır. Raporun içeriği talep edilen sertifika standardının sorularına yanıt vermelidir. Sertifikasyon işlemi yetkili bir başkası tarafından bu rapor ve bu raporun ekleri incelenerek yapılmaktadır."*

9- Sertifikasyon Sürecinin başlaması,

10- Satış Sertifikasının düzenlenmesi.

Satın alma, işleme, paketlenme, satış vb. faaliyetlere ilişkin sürecin kontrolü belgeleme ve bilgilendirme düzeyinde devam eder.

Kontrol ve sertifika masrafları ise, kontrolörün firma merkezi ile proje bölgesi arasında ulaşım için harcanan zaman, arazi uygulamasında harcanan zaman, rapor ve benzeri ofis çalışmaları için harcanan zamanın ücretlendirilmesidir.

### **4.3.2. Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu**

Birçok tüketici kimyasal maddelerin ve zararlı gübrelerin olumsuz sonuçlarından dolayı organik ürünlere daha fazla ilgi göstermektedir. Ayrıca bazı tüketiciler organik ürünlere daha yüksek fiyat ödemeye de razıdırlar. Diğer taraftan üreticiler de ürünlerini yüksek fiyattan satmayı ümit ederler. Çünkü organik tarımda işgücü sayısı fazla, verim düşüktür. Ancak ürünler daha kaliteli ve güvenlidir.

Tüketiciler almış oldukları ürünün gerçekten organik ürün olmasına, üreticiler de organik terimini haksız yere kullanarak rekabet oluşturan bazı üreticilerin piyasaya girmesine dikkat ederler. İşte bir ürünün gerçekten organik olup olmadığını belirtmek

için genelde etiket ve sertifikasyon işaretlerinden faydalanılır. Bu etiketler kayıtlıdır ve korunmaktadır. Sadece yetkilendirilmiş üreticiler tarafından kullanılabilir. Organik sertifikasyon bir ürünün organik standartlara göre üretildiğinin, işlendiğinin ve gerekli kontrollerin yapılarak tüketime hazır olduğunun ispatıdır. Etiket ve sertifikasyon işaretleri tüketiciye güven verir ve karar alma sürecinde yardımcı olur. Bu nedenle önemli bir pazarlama aracıdır ve organik tarım ürünlerine yüksek fiyat elde edilmesini sağlar.

Sertifikasyon kuruluşları, organik tarıma geçiş faaliyetlerinde en önemli aşamalardan birisidir. Ülkemizde bu kuruluşlar, organik tarımsal faaliyetlere öncü olan Ege Bölgesi'ndeki İzmir ili merkezli yönetilmektedir. Ülkemizdeki sertifikasyon kuruluşları Tarım Bakanlığı tarafından Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik hükümlerine göre yetkilendirilirler. Yönetmeliğe göre tanımlanan bu sertifikasyon kuruluşları;<sup>18</sup>

- Ticari olarak bağımsız olmalı
- Danışmanlık hizmeti vermemeli
- Mali yeterlilikte olmalı
- Ticaret yapmamalı
- Yasal olarak bağımsız olduklarını gösteren belgeye sahip olmalı
- Üretim ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmamalı
- Sertifikasyon ile ilgili tüm kararlardan sorumlu olmalı
- Ülkemizde Tarım ve Köy işleri Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş 8'i

Avrupa Birliği ülkelerinde faaliyet gösteren kuruluşların Türk temsilcileri olup, toplam 13 adet Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşu faaliyet göstermektedir.

### **4.3.3. Organik Tarım Ürünlerinin Denetimi**

Bu kanun kapsamındaki tüm denetimlerin yetkisi Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'na verilmiştir. Kanun gereği bakanlık denetimleri kendi alt yapısı ile denetleyebileceği gibi, akredite olmuş kuruluşlara da yetki verebilecektir. Ancak eleman eğitimi bakanlık kanalıyla yapılacaktır. Dolayısıyla bakanlık kendi düzenlediği eğitim programlarını tamamlayanlara eğitim belgesi verecektir.

---

<sup>18</sup> Seçil Adalet Gök (2008), Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi (AB Uzmanlık Tezi), Ankara, s. 16

Kanunun getirdiği en önemli yararlarından birisi de organik ürünleri ve girdileri üreten, pazarlayan, satan, ithal ve ihraç edenlere ceza verebilme yetkisinin getirilmesidir. Çünkü Kanun öncesi denetimler yönetmelik gereği yapılsa da yaptırım gücü bulunmuyordu.<sup>19</sup>

Kanunla organik ürünleri kontrol eden ve sertifika veren kuruluşların yapılarına da düzenleme getirilmiştir. Bu çalışmaların sonucunda sertifikasyon kuruluşu sayısının artırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca bakanlık belli kuruluşlara yetki vermeyi hedeflemektedir. Böylece denetimler daha sağlıklı ve kontrollü bir şekilde gerçekleştirilmiş olacaktır.

Kanunun yararlı yönlerinden birisi de tüketicinin organik ürünler konusunda bilinçlendirilmesi için basın organlarının devreye sokulmasıdır. Çünkü gerek tüketicinin gerekse üreticinin organik tarım ürünleri ve faaliyetleri konusunda bilinçlendirilmesi organik tarımın geleceği açısından oldukça önemlidir. Aksi takdirde organik tarım faaliyetlerinin yanlış yönlendirilmesi ile ülke bundan zarar görecektir.

Kanunla organik ürün ve girdilerin ithalat ve ihracatı da kontrol altına alınacaktır. İhraç edilen organik ürünler dış pazarlarda kabul edilmediği takdirde ülkemizde de organik ürün pazarlarında satılmayacaktı. Ancak organik ürün olmayan pazarlarda satışa sunulmasına izin verilecektir.

#### **4.3.4. Organik Tarım Ürünlerinin İşlenmesi ve Ambalajlanması**

Organik ürünlerin işlenmesi, ürünün niteliğine zarar vermeyecek şekilde bir dizi işleme tabi tutulmasıyla gerçekleştirilir. Organik olmayan ürünlerle karışma ya da herhangi bir kimyasalın bulaşmasını önleyecek ve ürünün niteliğini koruyacak önlemler alınır. İşleme aşamasında sadece yönetmelikte belirtilen gıda bileşenleri kullanılabilir. İyonik radyasyon ışınlama yöntemi kullanılamaz. Organik ürünler GDO ya da bunlardan üretilen girdiler kullanılmadan üretilmiş olmalıdır.

Hasadı yapılmış ürünler işlendikten sonra, tüketiciye ulaştırılmadan önce mutlaka ambalajlama işleminden geçmek zorundadır. Çünkü gıda ürünlerinin üreticiden nihai tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen sürede ve ürünün depolarda bekletildiği zamanlarda ürünün kalitesini korumak ambalaj ile mümkündür.

---

<sup>19</sup> Ruhsar Yanmaz, Organik Tarım Yasası ve Getirdikleri, [www.agri.ankara.edu/bahçe/1097\\_1183724193](http://www.agri.ankara.edu/bahçe/1097_1183724193), (Erişim tarihi: 14.08.2010)



Ambalaj, işlenmiş ya da işlenmemiş ürünleri nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar muhafaza eden, sağlık kurallarına uygun, üzerinde içindeki ürünün tüm özellikleri yazılı, istiflenebilen, ürünün yapısına uyumlu ve özelliklerine uygun maddelerle hazırlanmış standartları olan dış örtü ya da kılıf olarak nitelendirilmektedir.

Organik tarım ürünleri ambalajlanırken, organik ürünün niteliğinin bozulmamasına ve ambalajın ürünle yapısal sorununun bulunmamasına dikkat edilmelidir. Ayrıca ürünü dış etkilere karşı koruyan, şekil ve ürünün özelliklerinin korunmasını sağlayan malzemelerden yapılmalıdır.

#### **4.3.5. Organik Tarım Ürünlerinin Etiketlenmesi**

Organik ürünlerin ve geçiş süreci ürünlerinin etiketleme kuralları yönetmelik madde 24’de düzenlenmiştir. Buna göre:<sup>20</sup>

Organik nihai ürün etiketi üzerinde, ürünün adı ve sertifika statüsüyle; hasat yılı, üretim tarihi, kime ait olduğu ve yönetmeliğe uygun olarak üretilmiş olduğu belirtilmeli; yurt içinde pazarlanacaksa organik ürünler için belirlenen organik ürün logosu kullanılmalı; yetkili kuruluşun adı, kod numarası, sertifika numarası ve logosu bulunmalı; ürün içindeki maddeler ağırlıklarının azalış düzenine göre liste halinde sıralanmalı; ürünün menşeiyle; üretim yeri, üretim ve son kullanma tarihi belirtilmeli; ithal ürünlerde türkçe etiket bilgileri yer almalıdır. Etiketle organik kelimesinin kullanımı ekolojik ve biyolojik kelimelerinin kullanımıyla eşdeğerdir.

Yönetmelik hükümleri uygulanmadan üretilen ürün etiketlerinde yönetmeliğe uygun üretildiği, hazırlandığı, işlendiği, ambalajlandığı, depolandığı ima ve beyan edilemez. Organik olmayan ürünler etiket ve ambalaj dizaynıyla, organik ürün etiket ve ambalaj dizaynını çağrıştıracak nitelik ve benzerlikte olmaz. Böyle ürünler için organik tarımsal ürün olarak marka, patent ve tescil alınamaz. Organik olmayan ürünler için tüketicide organik ürün izlenimi oluşturacak, haksız rekabete neden olacak biyo, bio, eco, eko, org ön ekleri kullanılamaz.

---

<sup>20</sup> RG, 10 Haziran 2005, 25841, ‘Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik’ m:24

#### **4.3.6. Organik Tarım Ürünlerinin Depolanması**

Organik ürün depolama alanları, ürünlerin tanınmasına imkan verecek, yönetmelikle uygun bulunmayan başka ürünlerle maddelerle karışma ya da bulaşmaya meydan vermeyecek biçimde düzenlenmelidir. Depo alanlarındaki yalıtım malzemeleri ve soğutma ekipmanları bu amaç gözetilerek seçilmelidir. Eğer ayrı olarak depolama mümkün değilse, konvansiyonel ve organik ürünlerin karışmasını engelleyecek tedbirler alınır ve yetkilendirilmiş kuruluş tarafından yeterliliği kontrol edilir.<sup>21</sup> Depolama uygulamaları yetkili kuruluşların uygun gördüğü yerlerde ve koşullarda yapılabilir. Depolama sırasında ürünün organik özelliğini kaybetmemesi çok önemlidir. Bu yüzden özelliklerini kaybettirecek ilaç ve ilaçlama yöntemi kullanılamaz. Sentetik kimyasallar ilaçlar ve doğal olmayan yöntemler yapılamaz, tüm işlemler yetkilendirilmiş kuruluşça kontrol edilir.

Depolama süresince, yetkililer tarafından organik ürünlerin giriş, çıkış miktarları ve tarihine ilişkin kayıtlar düzenli olarak tutulmalıdır, bu kayıtlar yetkilenmiş kuruluş tarafından onaylanır.

#### **4.3.7. Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması**

Türkiye organik tarım ürünleri üretiminde, toprak yapısı ve iklim koşulları sebebiyle çok çeşitli avantajlara sahiptir. Ancak bu avantajlara rağmen dünya organik tarım pazarından kendi potansiyeli kadar pay alamamaktadır. Bunun sebebi çoğunlukla organik tarım ürünlerinin pazarlanmasındaki hatalı stratejilerden kaynaklanmaktadır. Pazarlama konusu en az organik ürünlerin üretilmesi kadar önemlidir. Çünkü üretilen ürünlerin iç ve dış piyasalarda talep bulması üreticiyi güçlendirerek devlet desteğinin de katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Organik ürünlerin dış piyasaya sunulmasında çeşitli firma ve kuruluşlar rol oynamaktadır.<sup>22</sup>

Türkiye'nin organik tarım ürünlerini pazarlamasında karşılaştığı bazı temel sorunlar ve bunlara yönelik çözüm önerileri aşağıdaki gibi özetlenebilir:

---

<sup>21</sup> RG, 10 Haziran 2005, 25841, 'Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik' m:25

<sup>22</sup> Hasan Vural (1990), Başlıca Tarım Ürünleri Maliyetleri, Toprak Mahsulleri Ofisi Yayını, Ankara, s. 19

1. Üretimin önemli bir bölümü belli başlı ürünlerden oluşmaktadır. Ürün çeşitliliği fazla değildir. Ürün çeşitliliğini arttırmak için dış pazar araştırmaları yapılmalı ve tüketici istekleri tespit edilmelidir.
2. İhracatta işletmelerin rekabet gücünü arttırmak için bilgilendirmeler ve danışmanlık hizmetleri sağlanmalıdır.
3. Potansiyel üreticilerle nihai pazarların buluşturulması sağlanmalı ve ürünlerin tanıtımına yardımcı olacak hizmetler sağlanmalıdır.
4. Dış ticaret verilerinde organik tarımın ayrı bir kalem olarak görülmesini sağlayacak bir programın kurulması gerekmektedir.
5. Ülkemizde de tüketim azdır. Bu yüzden tüketici ihtiyaçlarını da araştırarak okullar, hastaneler ve resmi kurumlarda organik tüketimin teşvik edilmesi sağlanmalıdır.
6. Küreselleşme yoluna gidilerek marka yaratma sürecine girilmelidir.
7. Yapılan ihracatlar genelde dış pazardan gelen isteklere göre gerçekleştirilmekte olup, belirli bir pazar bölümü ya da bölümleri önceden hedef olarak seçilmemektedir. Bu yüzden hedef pazar belirlenmelidir.
8. Kaliteli ve katma değeri yüksek ürünlerin oluşturduğu pazar bölümleri hedef seçilmelidir.
9. Yurtdışında daha etkin rol alınabilmesi için iç piyasadaki aynı amaca hizmet eden kuruluşların güç birliği kurmaları gerekmektedir.

#### **4.3.7.1. Ürün Stratejisi**

Yapılan pazar araştırmalarında da açıkça kendini gösterdiği gibi pazarda var olan kuru bakliyat, zeytinyağı, kuru incir, kuru kayısı, kuru elma, bal ve birkaç çeşit reçelden oluşan ürün çeşitliliği, bir ailenin ortalama mutfak ihtiyacını karşılamaya yetmemektedir. Tüketilen organik ürünler içinde kuru bakliyatlar toplam ürünlerin hemen hemen yarısına yakınına oluşturulmaktadır. Hedef pazar olarak seçilen tüketici gruplarının bu tür gıdaları tüketme oranı, normal bir aileye göre daha düşük düzeydedir.

Tüm bunlar göz önünde tutulduğunda pazara; hedef kitlenin daha sıklıkla tükettiği süt ve süt ürünleri, yaş meyve ve sebze, et ve unlu mamuller gibi organik ürünler sunulmalıdır. Böylelikle ürün çeşitliliği çoğaltılıp; bir ailenin mutfak

ihtiyaçlarının belli bir bölümüne hitap edecek seviyeye getirilmesi öncelikli hedef olmalıdır.

Bu yolla organik tarımsal ürünlerin, hedef kitlenin toplam gıda harcamaları içindeki payı arttırılmalıdır. Bu amaçla, pazarın yeni ürünlere olan tepkileri yakından takip edilmeli ve ürünler bu bilgiler çerçevesinde geliştirilmelidir. Gerekli görüldüğü takdirde bu aşamada ürünlerin paket boyutlarında, ambalaj şekil ve renklerinde ve / veya ürünlerin içeriklerinde (kekikli domates salçası, ballı fındık v.b.) değişiklikler yapılarak tüketicinin ürünleri benimsemesi sağlanmalıdır. Doğru ürün içeriğini yakalamak için başlangıçta fazla miktarda üretilecek ürün çeşidinin tüketicinin aklını karıştırılabileceği ve bu nedenle normal tarımsal ürünleri tercih edebilecekleri de göz önünde tutulmalıdır. Böyle bir durumun ortaya çıkamaması için ürünlerin olabildiğince hızlı bir süreç içerisinde son hallerinin belirlenmesi gerekmektedir. Ürüne son hali verildikten sonra daha önceden denenmiş olan, ürün ve paket boyutları pazardan çekilmelidir. Böylelikle pazara yeni sunulmuş olan ürün pazarda güçlü bir yer edinecektir.<sup>23</sup>

Bu amaçla, tüketicilerin yeni ürünlere olan tepkileri yakından takip edilmeli ve ürünler bu bilgiler çerçevesinde geliştirilmelidir. Gerekli görüldüğü takdirde ürünlerin ambalajlarında, paket boyutlarında, renklerinde ve ürünlerin içeriklerinde değişiklikler yapılarak tüketicinin ürünleri benimsemesi sağlanmalıdır. Doğru ürün içeriğini belirledikten sonra tüketicilerin yeni ile eski ürünleri bir arada görmesinin akıllarını karıştırabileceği unutulmamalıdır. Bu yüzden yeni ürünler piyasaya çıktıktan sonra eski ürünler hızlı bir süreç içerisinde toplatılmalıdır.

#### **4.3.7.2. Fiyat Stratejisi**

Organik tarımsal ürünler, normal tarımsal ürünlerden birçok yönden farklılık göstermektedir. Bu noktadan hareketle ürün fiyatları belirlenirken 1. kalite gıda ürünlerine göre ortalama olarak % 30 oranında bir ekstra fiyat uygulaması uygulanmaktadır. Avrupa'da da fiyatların genelde normal ürünlere göre %30 -%35 daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Ürünleri üretenlere organik tarımsal üretim yaptıkları için sertifika maliyetleri dışında normal ürüne göre ekstra olarak %10 ile % 25 civarında fazla ödeme yapıldığı düşünüldüğünde, fiyatların normal seviyelere

---

<sup>23</sup> Pazarlama Stratejileri, <http://www.orguder.org.tr/organiktarimpazarlama.html>, (Erişim tarihi:12.05.2011)

indirilmesi, bu alandaki başarıyı arttıracaktır. Birçok çiftçi organik üretimi gelirini arttırmaktan ziyade ürününü satmayı garanti altına alabilmek için tercih etmektedir. Fiyatlandırma pazarlamayı yapan için bir sonuç değil tam aksine bir başlangıç noktası olmalıdır. Tüm organizasyon bu temel üzerine kurularak maliyetler maksimum düzeyde kontrol altında tutulmalı ve olabildiğince ekonomik olmayan davranışlardan kaçınılmalıdır. Bütün bunlara karşın bugün piyasada satılmakta olan organik gıda ürünleri genelde birinci kalite normal ürünlere göre %40-%70 arası daha yüksek fiyatlardan tüketicilere ulaşmaktadır. Hedef pazar olarak belirlenen sosyo-ekonomik grupların gıda fiyatlarına göstermiş oldukları duyarlılık oranları son derece düşüktür. Ancak bu hedef kitlenin tamamıyla gıda fiyatlarına duyarsız olduğu anlamına gelmemektedir.<sup>24</sup>

Organik ürünler pazarındaki fiyat probleminin en büyük nedeni olarak üretici ile nihai ulaştırıcının ciro farkı gösterilebilir. Türkiye’de organik ürünlerden elde edilen cironun % 65’i marketlerde, % 35’e yakın kısmı ise sadece organik ürünler satan özel mağazalarda gerçekleştirilmektedir. Böyle bir dağıtım organik ürün pazarı için iyi gibi görülebilir. Ancak her iki dağıtım kanalı içinde devlet tarafından uygulanmakta olan politikalardan kaynaklanan ve düzeltilmesi gereken problemler vardır. Ayrıca belli ülkelerde devlet düzenlemeleri dolayısıyla organik tarımsal ürünlerin market içerisinde aldığı reyon payları sınırlı kalmaktadır. Bu uygulamanın ortaya çıkardığı bir başka sorun ise normal ürün alan bir tüketicinin organik ürünü aynı rafta göremediği için organik ürün ile normal ürün arasında bir kıyaslama yapamaması ve çoğu zaman aldığı ürünün organik bir çeşidinin var olduğundan bile haberi olmadan alışverişini bitirmesidir.

Organik ürünlerin tüketici kitlesinin belirlenmeden dağıtılması, ürünlerin tekrar iadelerine ve müşteri memnuniyetsizliğine sebep olmaktadır. Çok noktada müşteriye ulaşılması, ürünleri tanıtmak için yapılması gereken tanıtım faaliyetlerinin maliyetlerini de arttırmaktadır. Bu uygulamanın bir başka sonucu ise, pazarlamacı firma ürünlerinin reyon düzenlerini devamlı olarak kontrol altında tutamaması ve müşteriye ürünlerin cezbedici şekilde sunulmaması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Tüm bu uygulamalar maliyetleri arttırmakta ve ürün fiyatlarını gereksiz olarak artışına yol açmaktadır.

Organik tarım ürünleri dünyada olduğu gibi Türkiye’de de özel satış mağazaları aracılığı ile yaygınlaşmaya başlamıştır. Tamamına yakını İstanbul’da bulunan bu özel

---

<sup>24</sup>Pazarlama Stratejileri, <http://www.orguder.org.tr/organiktarimpazarlama.html>, (Erişim tarihi: 12.05.2011)

satış mağazaları genelde A ve B sınıfı tüketici gruplarının yoğun olarak bulunduğu semtlerde faaliyet göstermektedirler. Yer seçiminin genel olarak doğru belirlenmesi gibi çalıştırılan personeline tam bilgi sahibi olması büyük önem arz etmektedir. Çünkü yeterli bilgi sahibi olmayan müşteriler fazla fiyat ödeyecekleri ürünler hakkında bilgi sahibi olmak istemektedirler. Bu da ürünlerin pazarlanması ve nihai tüketicilerin bilinçlenmesini sağlayacaktır.

Ülkemizde pazarlarda karşılaşılan diğer bir sorun, tüketicinin organik ürünü henüz yeterince tanımıyor olmasıdır. Tüketicinin organik ürünü ne derecede tanıdığını yapılan pazar araştırmaları açıkça göstermektedir. Tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin devlet tarafından yapılmasının dışında sivil toplum kuruluşları ve ilgili kuruluşlar tarafından da yerine getirilmelidir. Devlet ayrıca ulusal radyo ve televizyon kanallarına ayda en az 30 dakikalık organik ürünler ile ilgili toplumu bilgilendirici ve eğitici yönde program yapma zorunluluğu getirmiştir. Ancak bu programların yapılmasını ulusal televizyon ve radyo kanallarına bırakmıştır. Üretici örgütleri tarafından böyle bir olanak kullanılmalı ve toplumu yeterli düzeyde bilgilendirici programların yapılması sağlanmalıdır.

Diğer yandan tutundurma faaliyetleri ve faaliyet gösteren yeni firmaların piyasaya girmesi maliyetleri arttırmaktadır. Buna karşın organik ürüne fazla para ödediğini düşünen tüketici ise ürünleri diğer ürünlerden farkını bilmek ister. Organik ürün ile mağazada satılan diğer ürünler arasındaki farkı anlayamayan tüketici fiyat ve ambalaj bilgilerinden dolayı diğer ürünlere kayabilmektedir. Bu da organik ürünlerin satılmamasına ve fiyatlarının da gereksiz bir şekilde artmasına neden olmaktadır.

#### **4.3.7.2.1. Organik Tarım Ürünlerinde Talebin Fiyat Esnekliği**

Organik ürün fiyatları geleneksel ürün fiyatlarına göre yüksek olsa bile, kültür düzeyi yüksek, bilinçli ve gelişmiş toplumlarda yüksek oranda talep görmektedir. Özellikle Avrupa'da çeşitli hayvansal kökenli hastalıkların ortaya çıkmasıyla daha fazla bilinçlenilmiş, insana ve hayvan sağlığına zarar vermeyen, ekolojii kirletmeyen ürünlere talep artışı göstermiştir.

Tarımsal ürünlerin talep elastikiyeti, temel ihtiyaç olmaları nedeniyle düşüktür. Bu yüzden fiyat değişimleri, talep miktarını çok fazla etkilememektedir. Ancak, geleneksel tarım ürünlerine göre oldukça yüksek fiyatlarla pazara arz edilen organik

tarım ürünleri için durum biraz daha farklı olmaktadır. Organik tarım ürününün fiyatındaki çok ufak bir değişim dahi, talebini önemli ölçüde etkilemektedir. Talep esnekliğini etkileyen diğer bir etken de o ürünün ikame olanağının bulunmasıdır. Örneğın, organik elma ile geleneksel yöntemle yetiştirilmiş elma, tüketici tarafından ikame ürünler olarak görölmektedir. Bu durumda da yüksek fiyata sahip organik elmanın talebi düşük olmaktadır.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Filiz Pezikoęlu; "Organik (Ekolojik, Biyolojik) Tarımda Arz, Talep ve Pazarlama", **Atatürk Bahçe Kùltürleri Merkez Araştırma Enstitüsü**, Yalova, 2004,s.2.

## 5.ORGANİK TARIMIN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Türkiye’de 1984-85’li yıllarda sınırlı sayıda organik tarım ürünü ile başlanılan üretim bugün 200’ün üzerinde ürünün üretilmesiyle devam etmektedir. Ülkemizde sözleşmeli yetiştiricilik sistemi ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabalarının yoğunluk kazanması sonucu çeşitli şekillerde desteklenmeye başlanmıştır.

Türkiye'deki organik tarım hareketini daha sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmek amacıyla 1992 yılında İzmir'de Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO) kurulmuştur. Derneğin üyeleri arasında üretici, ihracatçı, tüketici, araştırmacı gibi bu alanında yakından ilgilenenler yer almaktadır. Dernek, 1992'den organik tarım alanında birçok toplantı, eğitim ve yayım faaliyetleri yapmaktadır.

Türkiye'de organik tarım konusundaki ilk yasal düzenleme, 24 Haziran 1991 yılında AB'de çıkarılan 2092/91 sayılı Yönetmeliğin Türkiye'deki uyarlaması olan 24 Aralık 1994 tarih ve 22145 sayılı "Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik" ile olmuş ve yetkiler Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'na verilmiştir. Daha sonra bu Yönetmeliğin bazı maddelerinde değişiklik yapan ek yönetmelik 29 Haziran 1995 tarih ve 22328 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Eski yönetmelik, 11.07.2002 tarih ve 24812 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren "Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik" adı altında revize edilmiştir. Yeni Yönetmelik ile organik ürünlerin üretilmesi, işlenmesi, ambalajlanması, etiketlenmesi, depolanması, pazarlanması kontrol ve sertifikasyonu, çalışma organları ve danışmanlık hizmetleri ile cezai ve hukuki konularında düzenleyici hükümler genişletilmiştir. Bu yönetmeliğin bazı maddeleri 2004 yılında yapılan düzenleme ile değiştirilmiştir.<sup>26</sup>

Günümüzde organik tarımsal ürünlerin pazarlanması konusunda yaşanan önemli bir gelişme de Türkiye’de ilk defa % 100 organik halk pazarının İstanbul’da ve Antalya’da açılmış olmasıdır. Bu pazarların genişlettiği organik ürün üretim hacmi sayesinde süpermarketlerden doğal ürün dükkanlarına kadar birçok satış noktasında daha bol ve çeşitli organik ürün yer alınabilecektir.

---

<sup>26</sup> Yener Atasever, Erdoğan Güneş, (2008), Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi Cilt 22, Sayı 2, s. 25-33



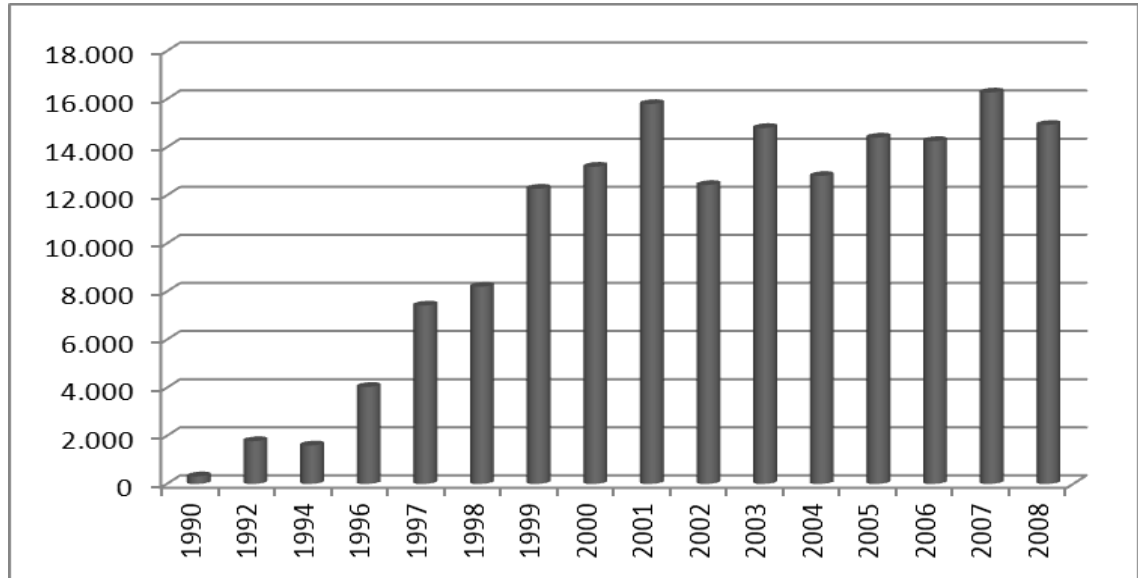
## 5.1. Türkiye’de Organik Tarımın Özellikleri

Türkiye’de sözleşmeli üreticilik sistemi ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabalarının yoğunluk kazanması sonucu bağımsız projelerle gerçekleştirilen üretim şekliyle de desteklenmeye başlanmıştır. Türkiye’de ihraç edilen organik ürünler ilk yıllarda tamamen hammadde halinde iken günümüzde işlenerek ihraç edilen ürünlerin miktarı giderek artmaktadır.

### 5.1.1. Üretici Sayıları

Organik üretici sayılarının yıllara bağlı olarak değişimleri Şekil 5-1’de görülmektedir. Grafikte 2002 yılına kadar üretici sayılarında bir artış varken 2002 yılında önceki yıla nazaran belirgin bir düşüş görülmektedir. Bu düşüş üreticilerin organik tarımdan vazgeçmeleri nedeni ile değil Tarım ve Köy İşleri Bakanlığının kullandığı veri toplama yönteminin değişmesiyle ilgilidir.

1990 yılında 313 olan üretici sayısı 2001 yılına kadar düzenli bir artış göstermiştir. 2001 yılından sonra üretici sayılarında iniş ve çıkışlar izlenmekle birlikte genel olarak artış yönünde bir eğilim vardır. 2008 yılı verilerine göre geçiş süreci ürünleri de dahil edildiğinde organik üretim yapan üretici sayısı 14.926’ya yükselmiştir.



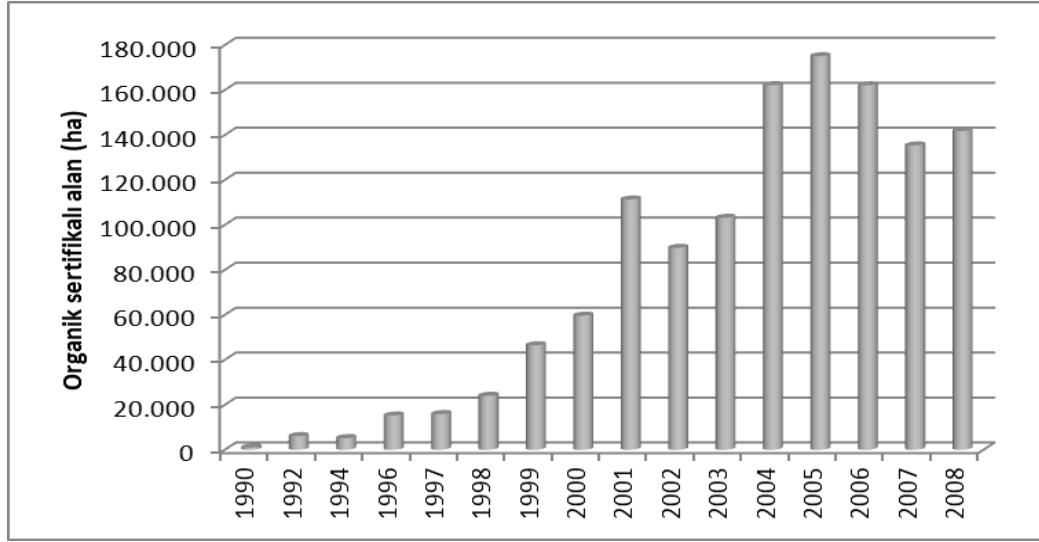
Şekil 5-1. Türkiye’de yıllara bağlı üretici sayıları (2002 yılından sonraki verilerde geçiş ürünleri de dâhil edilmiştir)

Kaynak: T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.

### 5.1.2. Üretim Alanları

Üretici sayılarında olduğu gibi organik sertifikalı üretim alanlarında 2002 yılında önceki yıla nazaran gerçekleşen belirgin düşüş, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın veri toplamada kullandığı istatistik yöntemini değiştirmesiyle alakalıdır (Şekil 5-2).

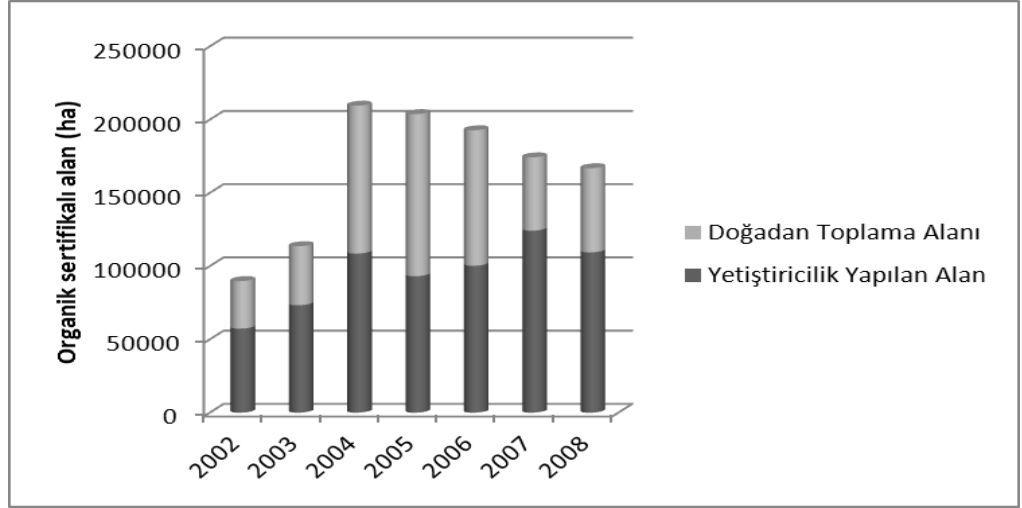
Şekil 5-2'de görüldüğü üzere; 1990 yılında 1.037 hektar olan üretim alanları 2008 yılına gelindiğinde yaklaşık 140 kat artmış ve 141.752 hektara ulaşmıştır. Üretici sayılarında olduğu gibi üretim alanları da bazı yıllar dalgalanmalar gösterse de genel olarak artış eğilimindedir. Ortalama işletme büyüklüğü de yıllara bağlı olarak artış göstererek 2008 yılı verilerine göre 9,5 hektar olmuştur.



Şekil 5-2. Türkiye'de yıllara bağlı üretim alanlarının değişimleri

Kaynak: T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.

Şekil 5-3'te görüldüğü gibi, organik yetiştiricilik yapılan üretim alanlarında her ne kadar inişli çıkışlı bir tablo olsa da genel itibarı ile üretim alanlarında bir artış bulunmaktadır. 2004 yılındaki doğal toplama alanlarında görülen aşırı artış nedeniyle sonraki yıllarda toplam (doğal toplama ve üretim birlikte) alanda bir azalma eğilimi görülmektedir ancak bu üreticilerin organik tarımdan uzaklaşmalarından ziyade toplama alanlarının doğal yaşam üzerinde oluşturduğu baskı nedeniyle sertifikasyon kuruluşlarının bazı toplama alanlarının sertifikalarını devam ettirmemesinden kaynaklanmaktadır.



Şekil 5-3. Türkiye'deki yıllara bağlı doğal toplama alanları ve yetiştiricilik yapılan alanlar(Geçiş ürünleri dahil)  
Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı.

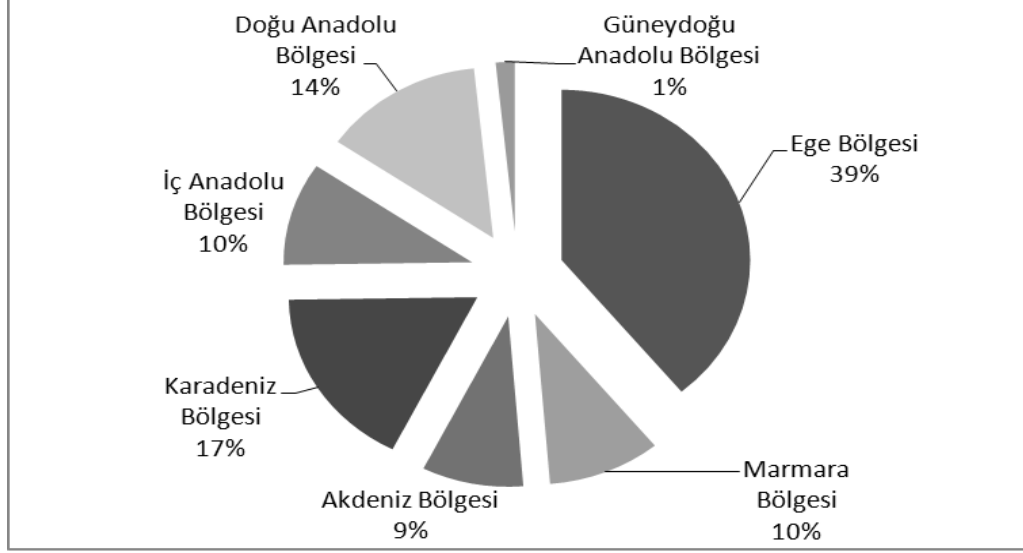
### 5.1.3. Bitkisel Üretim

Bitkisel üretim, Bölgelere göre değerlendirildiğinde, coğrafi bölgeler ile il sınırları her zaman uyum sağlamadığı dikkate alınmalıdır. Bu bölümde istatistiki verilerin il bazında toplanmasından ötürü bazı illerin belirli kısmı coğrafi olarak başka bir bölgenin içinde yer alsa da, veriler ilin büyük bölümünün dahil olduğu bölge içinde yer almaktadır.

| Bölgeler                  | Üretici alanı | Üretim alanı (ha) |
|---------------------------|---------------|-------------------|
| Ege Bölgesi               | 3.663         | 41.212            |
| Marmara Bölgesi           | 909           | 4.190             |
| Akdeniz Bölgesi           | 817           | 26.278            |
| Karadeniz Bölgesi         | 1.627         | 13.469            |
| İç Anadolu Bölgesi        | 918           | 3.758             |
| Doğu Anadolu Bölgesi      | 1.297         | 25.070            |
| Güneydoğu Anadolu Bölgesi | 153           | 27.774            |
| Toplam                    | 9.384         | 141.752           |

Tablo 5-1. Bölgelere ait bitkisel üretim verileri (2008 yılı verileri)  
Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı.

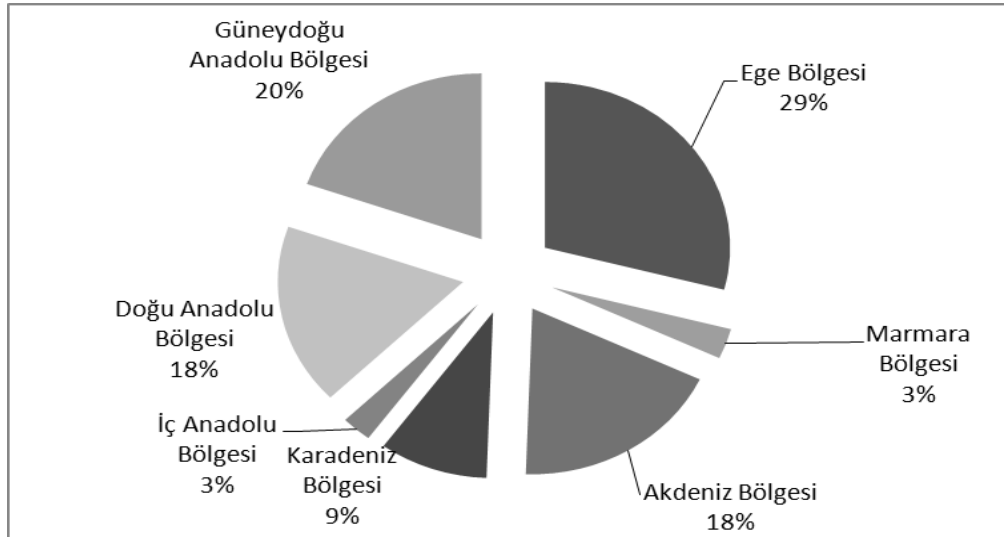
Ege bölgesi organik tarımın ülkemizde ilk olarak başladığı yöre olarak halen organik üretim ve ihracatta önemli kalemlerin başında gelen kuru üzüm ve kuru incirin üretim merkezi olması nedenleriyle organik tarımda en önemli bölge konumundadır. Organik üreticilerinin % 39'u, organik üretim alanlarının % 29'u Ege bölgesinde yer almaktadır (Tablo 5- 1, Şekil 5-4, Şekil 5-5).



Şekil 5-4. Bölgelere ait üretici sayısı oranları (%) (2008 yılı verileri)

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

Şekil 5-4 ve Şekil 5-5'te görüldüğü üzere; Güneydoğu Anadolu Bölgesi organik üretim alanlarının % 20'sine sahip olmasına rağmen organik işletmelerin sadece %1'i bu bölgededir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan organik üretici başına düşen işletmelerin büyük olması böyle bir sonuç doğurmaktadır.

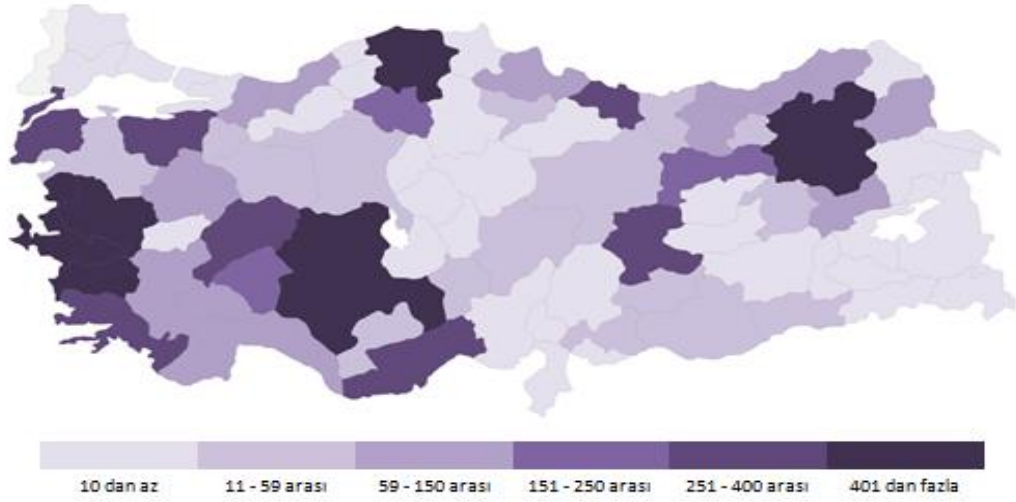


Şekil 5-5. Bölgelere ait üretici alanı oranları (%) (2008 yılı verileri)

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı.

#### 5.1.4. İllerdeki Toplam Organik İşletme Sayıları

Şekil 5-6'daki illerdeki organik işletme sayılarına bakıldığında 1.156 üreticiyle İzmir ilk sırada yer almaktadır. Sonrasında ise 897 üreticiyle Aydın ve 869 üreticiyle Manisa gelmektedir.

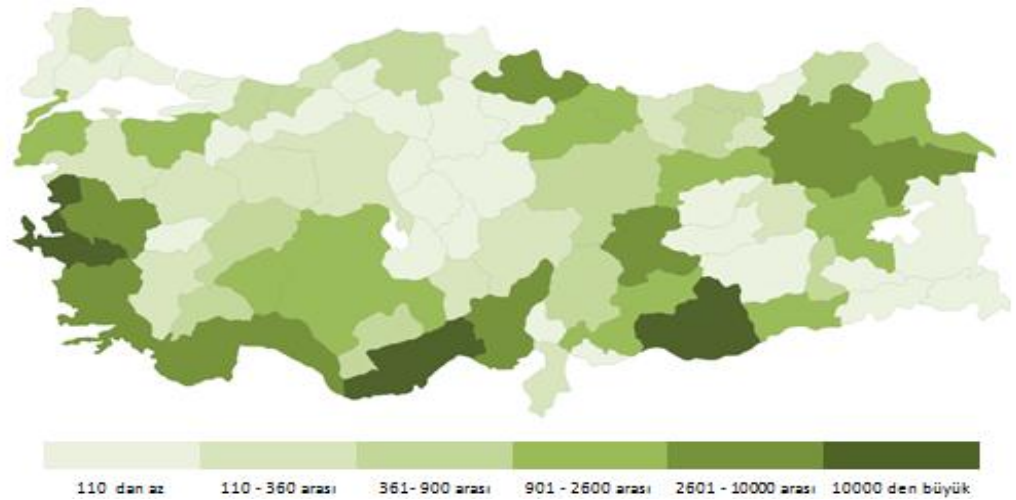


Şekil 5-6. İllerdeki organik işletme sayıları (2008 yılı verileri)

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

#### 5.1.5. İllerdeki Toplam Organik Üretim Alanı

Üretim alanı olarak ele alındığında 23.597 hektar alanla en büyük organik üretim alanı Şanlıurfa'da bulunmaktadır. İzmir 23.356 hektar, Mersin 14.519 hektar organik üretim alanıyla Şanlıurfa'dan sonra en büyük alana sahip iki şehrimizdir (Şekil 5-7).



Şekil 5-7. İllerdeki toplam organik üretim alanları (hektar) (2008 yılı verileri)

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

Genel olarak baktığımızda İç Anadolu ve Marmara Bölgesi üretimin en az yapıldığı bölgelerimizdir.<sup>27</sup>

## 5.2. Türkiye’de Organik Tarım Ürünlerinin Ticareti

Türkiye’de Avrupa’daki gelişmelerden farklı olarak, ithalatçı firmaların talepleri doğrultusunda başlayan organik tarım faaliyetlerimize baktığımızda, tablo 5-2’de görüldüğü üzere; 2002 yılında 12.428 olan organik ürün üretici sayısının 2009 yılında 35.565’e, buna paralel olarak 310.125 ton olan organik ürün üretim miktarının 983.715 tona yükseldiği görülmektedir. Bununla beraber Türkiye’de 2002 yılında üretilen organik ürün çeşit sayısının 150’den, 2009 yılında 212’ye yükselmiş bulunmaktadır.

| <i>Genel Organik Tarımsal Üretim Verileri (Geçiş süreci dahil)</i> |             |               |                                 |                         |                         |                     |
|--|-------------|---------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|
| Yıllar   | Ürün Sayısı | Çiftçi Sayısı | Yetiştiricilik Yapılan Alan(ha) | Doğal Toplama Alanı(ha) | Toplam Üretim Alanı(ha) | Üretim Miktarı(ton) |
| 2002   | 150         | 12.428        | 57.365                          | 32.462                  | 89.827                  | 310.125             |
| 2003   | 179         | 14.798        | 73.368                          | 40.253                  | 113.621                 | 323.981             |
| 2004   | 174         | 12.806        | 108.598                         | 100.975                 | 209.573                 | 378.803             |
| 2005   | 205         | 14.401        | 93.134                          | 110.677                 | 203.811                 | 421.934             |
| 2006   | 203         | 14.256        | 100.275                         | 92.514                  | 192.789                 | 458.095             |
| 2007   | 201         | 16.276        | 124.263                         | 50.020                  | 174.283                 | 568.128             |
| 2008   | 247         | 14.926        | 109.387                         | 57.496                  | 166.883                 | 530.225             |
| 2009   | 212         | 35.565        | 325.831                         | 175.810                 | 501.641                 | 983.715             |

Tablo 5-2 Genel Organik Tarımsal Üretim Verileri

Kaynak: T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı

<sup>27</sup> Türkiye’de Organik Tarım, <http://www.eto.tr/turkiye.html>, (Erişim tarihi: 02.04.2011)

Korelasyon Analizi;

|                                       |   | Üretim<br>Yapılan<br>Ürün<br>Çeşidi | Çiftçi<br>sayısı     | Yetiştiricilik<br>yapılan<br>alan(ha) | Doğal<br>toplama<br>alanı(ha) | Toplam<br>üretim<br>alanı(ha) | Üretim<br>miktarı<br>(Ton) |
|---------------------------------------|---|-------------------------------------|----------------------|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Üretim<br>Yapılan<br>Ürün<br>Çeşidi   | Pearson<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed) | 1                                   | 0,313<br><br>0,450   | 0,368<br><br>0,369                    | 0,309<br><br>0,457            | 0,361<br><br>0,379            | 0,523<br><br>0,184         |
| Çiftçi<br>Sayısı                      | Person<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed)  | 0,313<br><br>0,450                  | 1                    | 0,979**<br><br>0,000                  | 0,767*<br><br>0,026           | 0,940*<br><br>0,001           | 0,946**<br><br>0,000       |
| Yetiştiricilik<br>Yapılan<br>Alan(ha) | Person<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed)  | 0,368<br><br>0,369                  | 0,979**<br><br>0,000 | 1                                     | 0,827*<br><br>0,011           | 0,977**<br><br>0,000          | 0,970**<br><br>0,000       |
| Doğal<br>Toplama<br>Alanı(ha)         | Person<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed)  | 0,309<br><br>0,457                  | 0,767*<br><br>0,026  | 0,827*<br><br>0,011                   | 1                             | 0,928**<br><br>0,001          | 0,750*<br><br>0,032        |
| Toplam<br>Üretim<br>Alanı(ha)         | Person<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed)  | 0,361<br><br>0,379                  | 0,940**<br><br>0,001 | 0,977**<br><br>0,000                  | 0,928**<br><br>0,001          | 1                             | 0,928**<br><br>0,001       |
| Üretim<br>Miktarı<br>(Ton)            | Person<br>Korelasyon<br>Sig.<br>(2-Tailed)  | 0,523<br><br>0,184                  | 0,946**<br><br>0,000 | 0,970**<br><br>0,000                  | 0,750*<br><br>0,032           | 0,928**<br><br>0,001          | 1                          |

\*\* . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.(2-tailed).

\* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.(2-tailed).

Bu korelasyon matrisi hipotezlerde kurularak genişçe yorumlanabilir. Şöyleki;

Hipotezler:

1.  $H_0$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile çiftçi sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.  
 $H_A$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile çiftçi sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.  
Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,450>0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani üretim yapılan ürün çeşidi ile çiftçi sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur denir.
2.  $H_0$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile yetiştiricilik yapılan alan arasında anlamlı bir ilişki yoktur.  
 $H_A$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile yetiştiricilik yapılan alan arasında anlamlı bir ilişki vardır.  
Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,369>0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani üretim yapılan ürün çeşidi ile yetiştiricilik yapılan alan arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur denir.
3.  $H_0$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.  
 $H_A$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.  
Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,457>0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani üretim yapılan ürün çeşidi ile doğal toplama alanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur denir.
4.  $H_0$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile toplam üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.  
 $H_A$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile toplam üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.  
Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,379>0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani üretim yapılan ürün çeşidi ile toplam üretim alanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur denir.
5.  $H_0$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.



$H_A$ : Üretim yapılan ürün çeşidi ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,184>0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani üretim yapılan ürün çeşidi ile üretim miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur denir.

6.  $H_0$ : Çiftçi sayısı ile yetiştiricilik yapılan alan arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Çiftçi sayısı ile yetiştiricilik yapılan alan arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,000<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani çiftçi sayısı ile yetiştiricilik yapılan alan arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır denir.

7.  $H_0$ : Çiftçi sayısı ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Çiftçi sayısı ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,026<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani çiftçi sayısı ile doğal toplama alanı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

8.  $H_0$ : Çiftçi sayısı ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Çiftçi sayısı ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,001<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilemez. Yani çiftçi sayısı ile toplam üretim alanı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

9.  $H_0$ : Çiftçi sayısı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Çiftçi sayısı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,000<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani çiftçi sayısı ile üretim miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır denir.

10.  $H_0$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile doğal toplama alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,011<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani yetiştiricilik yapılan alan ile doğal toplama alanı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

11.  $H_0$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,000<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani yetiştiricilik yapılan alan ile toplam üretim alanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır denir.

12.  $H_0$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Yetiştiricilik yapılan alan ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,000<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani yetiştiricilik yapılan alan ile üretim miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır denir.

13.  $H_0$ : Doğal toplama alanı ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Doğal toplama alanı ile toplam üretim alanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,001<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani doğal toplama alanı ile toplam üretim alanı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

14.  $H_0$ : Doğal toplama alanı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Doğal toplama alanı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,032<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani doğal toplama alanı ile üretim miktarı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

15.  $H_0$ : Toplam üretim alanı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_A$ : Toplam üretim alanı ile üretim miktarı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu hipotez için hesaplanmış  $p=0,001<0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilebilir. Yani toplam üretim alanı ile üretim miktarı arasında istatistiksel olarak doğru yönlü anlamlı bir ilişki vardır denir.

Regresyon Analizi;

### Model Özeti

| R     | R Kare | Düzeltilmiş R Kare | Tahminin standart Hatası |
|-------|--------|--------------------|--------------------------|
| 0,970 | 0,941  | 0,931              | 56993,87                 |

Model özeti tablosunda R kare değeri uyumun iyiliğini gösterip bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenin yüzde kaçını açıkladığını gösteren değerdir. Bağımlı değişkendeki değişimin %94,1'si bağımsız değişkenler tarafından açıklanabilmektedir. Yani üretim miktarında meydana gelen değişimin %94,1'si ürün sayısı, çiftçi sayısı ve yetiştiricilik yapılan alan ile açıklanabilmektedir.

### ANOVA

| Model      | Kareler Toplamı  | sd | Ortalama Kare    | F     | Anlamlılık |
|------------|------------------|----|------------------|-------|------------|
| Regresyon  | 309541527553,121 | 1  | 309541527553,121 | 95,29 | 0,000      |
| Kalıntılar | 19489807352,379  | 6  | 3248301225,396   |       |            |
| Toplam     | 329031334905,500 | 7  |                  |       |            |

ANOVA tablosu modelin parametrelerinin topluca anlamlılık testi olup anlamlılık sütunundaki değer  $p=0,000<0,05$  olduğundan istatistiksel olarak anlamlı olduğunu %95 güvenlilikle göstermektedir. Yani en az bir bağımsız değişken bağımlı değişkeni açıklamaktadır.

### Katsayılar

| Model                           | Standartlaştırılmamış Katsayılar |               | Standartlaştırılmış Katsayılar | t     | Anlamlılık    |
|---------------------------------|----------------------------------|---------------|--------------------------------|-------|---------------|
|                                 | B                                | Standart Hata | Beta                           | B     | Standart Hata |
| 1 (Sabit)                       | 187366,563                       | 37567,429     |                                | 4,987 | 0,002         |
| Yetiştiricilik yapılan alan(ha) | 2,495                            | 0,256         | 0,970                          | 9,762 | 0,000         |

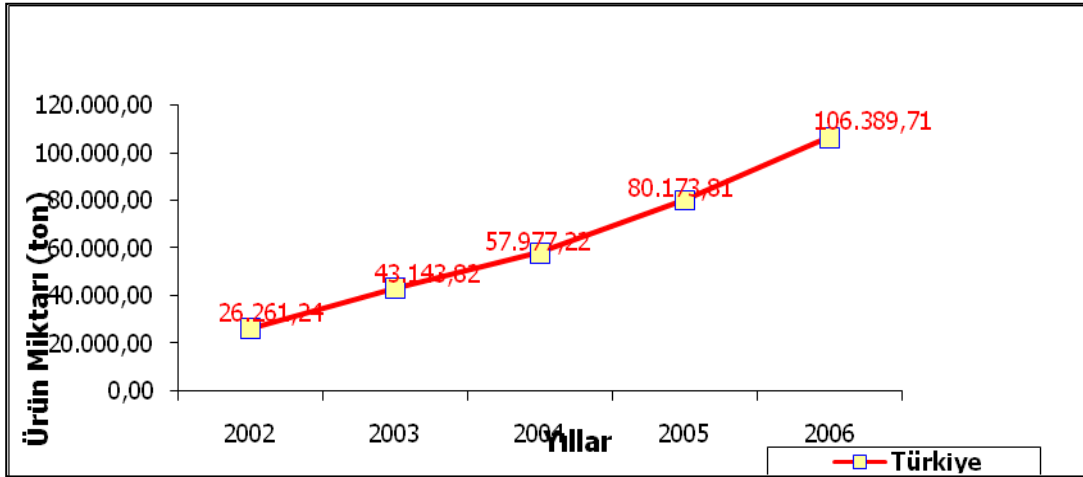
a) Bağımlı Değişken: Üretim miktarı(Ton)

### Dahil edilmeyen Değişkenler(b)

| Model                      | Beta ln  | t     | Anlamlılık | Kısmi Korelasyonlar | Eşdoğrusallık İstatistikleri |
|----------------------------|----------|-------|------------|---------------------|------------------------------|
|                            |          |       |            |                     | Tolerans                     |
| Üretim Yapılan Ürün Çeşidi | ,191(a)  | 2,398 | ,062       | ,731                | ,864                         |
| Çiftçi sayısı              | -,082(a) | -,155 | ,883       | -,069               | ,042                         |

Katsayı tablosu ise regresyon denklemi için kullanılan regresyon katsayılarını ve bunların anlamlılık düzeylerini vermektedir. B sütunu bağımsız değişkenlerimize ait olan katsayılarıdır. Model, üretim miktarı= 187366,563+ 2,495 yetiştiricilik yapılan alan şeklinde ifade edilebilir. Sabit üretimimiz var iken yetiştiricilik yapılan alandaki bir birim değişim toplam üretimde 2,495 birimlik bir artış sağlayacaktır.

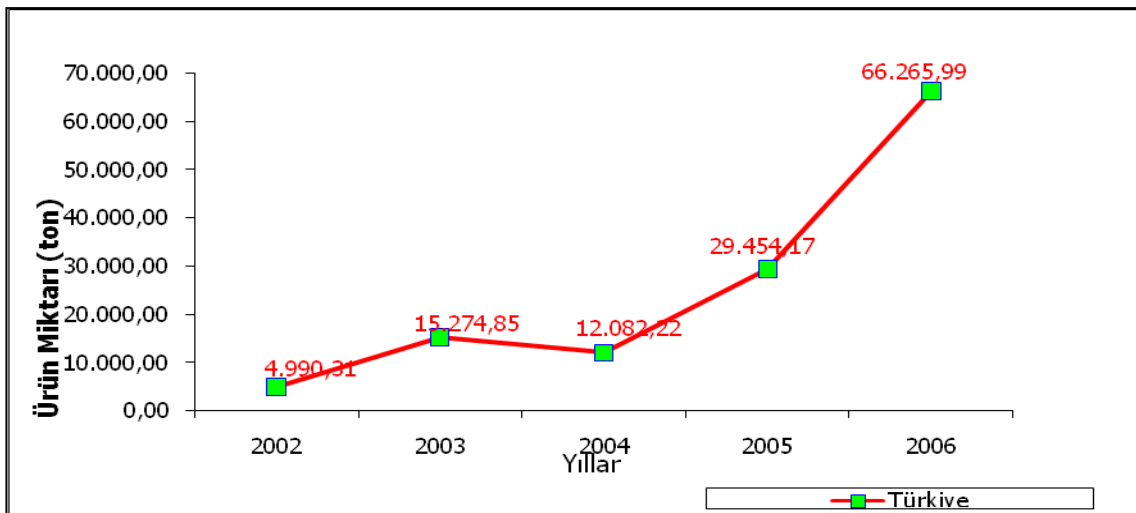
Türkiye’de organik üretimdeki işlenmiş ürün miktarındaki değişim Tablo 5-3’teki gibidir.



Tablo 5-3 Organik Üretimdeki İşlenmiş Ürün Miktarındaki Değişim

Kaynak: www.izmirtarim.gov.tr

Türkiye’de işlenmiş organik ürünlerin üretiminin ürün gruplarına göre dağılımı Tablo 5-3’te yer almaktadır. Buradan işlenmiş organik ürünlerin üretiminde bir artış olduğu görülebilir. Ürün grupları içinde ise en fazla üretim, kuru ürünlerdedir. 2005 yılı verilerine göre toplam 80.173 ton üretim gerçekleşmiş, bu üretimin yaklaşık % 33’ü kuru ürünler, % 30’u yaş (taze) ürünler, % 10’u konsantre ürünler, % 4’ü donmuş ürünler, % 0.3’ü konserve ürünler ve geri kalanı da diğer ürünlerden oluşmuştur. 2006 yılı işlenmiş organik ürün üretimine bakıldığında 106.4 bin ton üretim olmuştur.



Tablo 5-4 Türkiye’de Organik Ürünlerde İç Pazardaki Tüketimindeki Değişim

Kaynak: www.izmirtarim.gov.tr

Organik tarımsal ürünlerin 2002-2006 yılları arasındaki dönemde iç piyasadaki tüketim miktarlarına bakıldığında, 2002’de 4.990 ton olan iç tüketimin 2006 yılında 66.265 tona yükseldiği görülmektedir. Bu dönemde iç piyasada meydana gelen artışın temel nedenleri aşağıdadır:

- İç piyasadaki tüketicilerin sağlıklı, besleyici ve lezzetli gıda tüketme isteğinin artması,
- Tüketicilerin bu ürünlere olan ilgilerinin artması,
- Gelişen teknoloji ve iletişim imkanları organik ürünlerin daha fazla tüketici kitlesi tarafından tanınması ve dolayısıyla yaygınlaşması.

### **5.2.1. Organik Tarım Ürünleri İhracatı**

Türkiye’nin organik tarım ürünleri üretimi ve ihracatı sert kabuklu meyveler, dondurulmuş meyve ve sebzeler, yaş meyveler ve sebzeler, meyve suyu ve konsantreleri sektörlerinde yoğunlaşmış olup, baharat, sanayi bitkileri, zeytinyağı ve pamuk üretimi ihracatı gerçekleştirilen diğer tarım ürünleridir. Organik tarım ürünlerinin ihraç edildiği ülkelere göre dağılımı Tablo 5-5’teki gibidir.

| <b>İhraç Edilen Organik Tarım Ürünleri</b> | <b>Ülkeler</b>   |
|--|--|
| Fındık                                     | Almanya, Fransa, İngiltere, Danimarka, İsviçre, Kanada, Avustralya ve Japonya  |
| Kuru İncir                                 | Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, Danimarka, Norveç, İsviçre, Kanada, Japonya, İtalya, ABD, Avusturya, Belçika, İsveç        |
| Kuru Şeftali ve Kayısı                     | Almanya, Fransa, İngiltere, ABD, Avusturya, Avustralya, Danimarka, Japonya, İsviçre, Hollanda                                    |
| Kuru Üzüm                                  | İsviçre, İngiltere, Almanya, Hollanda, Belçika, Fransa, Danimarka, Norveç, Kanada, Japonya, Avustralya,                          |
| Bakliyat                                   | Almanya, İngiltere   |
| Baharat ve Tıbbi Bitkiler                  | İngiltere, Fransa, Almanya, İsviçre, Hollanda, İspanya   |
| Dondurulmuş Meyve ve Sebze                 | Almanya, Hollanda, İsviçre, Fransa, Belçika, İngiltere, İsrail, İtalya, Japonya, Danimarka, Brezilya, İspanya, İsveç, Macaristan |
| Meyve Konsantresi ve Suyu                  | Almanya, İsrail, ABD, Yunanistan   |
| Zeytinyağı                                 | ABD  |
| Diğer tarımsal organik ürünler             | Almanya, İspanya, Fransa, İsviçre  |

*Tablo 5-5 İhracatı Gerçekleştirilen Organik Tarım Ürünlerinin Ülkelere Göre Dağılımı*

*Kaynak: www.igeme.org.tr/*

Tablodan da anlaşıldığı üzere AB ülkeleri, organik tarım ürünleri için en önemli ve en büyük ihrac pazarımızı oluşturmaktadır. Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatını ve toplam ihracat hacmi içerisinde Avrupa Birliği ülkelerinin payını değerlendirebilmek amacıyla, 2002 yılından bu yana Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkelerine yaptığı organik tarım ürünleri ihracat tutarları ve oranları ülkeler bazında

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nın organik tarım istatistikleri arasından derlenerek tablolaştırılmıştır.

| <b>Yıllar</b> | <b>AB (\$)</b> | <b>Toplam(\$)</b> | <b>%</b> |
|---------------|----------------|-------------------|----------|
| 2002          | 23,916,801.6   | 30,877,140.1      | 0.77     |
| 2003          | 29,428,336.3   | 36,932,994.9      | 0.80     |
| 2004          | 24,838,814.4   | 33,076,319.6      | 0.75     |
| 2005          | 18,609,415.5   | 26,230,259.2      | 0.71     |
| 2006          | 21,034,093.8   | 28,236,617.4      | 0.74     |
| 2007          | 22,106,246.6   | 29,359,321.5      | 0.75     |
| 2008          | 18,995,931.7   | 27.260.481        | 0.69     |
| 2009          | 19,515,843.0   | 27.504.939        | 0.70     |

*Tablo 5-6 Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi*

Türkiye'nin 1998-2009 yılları arası organik tarım ürünleri ihracat hacmi ortalama 29 milyon dolar seviyesindedir. 2009 yılı itibariyle organik tarım ürünleri ihracat hacmi 27.504.928 dolar olup, ortalama değerinin biraz altında bulunmaktadır. 2000 yılından 2004'e kadar düzenli bir şekilde ihracat hacmi artma eğilimi gösterirken, 2004 yılından itibaren organik tarım ürünleri toplam ihracat hacmi dalgalanmalar göstermiştir.

Aşağıda yer alan tablolarda 2002 yılından bu yana AB ülkelerine yapmış olduğumuz organik tarım ürünleri ihracat değerleri ile bunların organik tarım ürünleri açısından AB'ye yapmış olduğumuz toplam ihracat içindeki payları yer almaktadır.



| Ülke        | Tutar(\$)     | %           |
|-------------|---------------|-------------|
| Almanya     | 13,282,965.26 | 0.555382173 |
| Avusturya   | 317,544.98    | 0.013277067 |
| Belçika     | 696,289.53    | 0.029112987 |
| Danimarka   | 567,426.11    | 0.023725    |
| Finlandiya  | 10,818.62     | 0.000452344 |
| Fransa      | 2,104,619.64  | 0.087997537 |
| Hollanda    | 2,116,290.1   | 0.088485498 |
| İngiltere   | 2,812,775.14  | 0.117606659 |
| İspanya     | 465,426.03    | 0.019460212 |
| İsveç       | 204,641.50    | 0.008556391 |
| İtalya      | 1,251,173.93  | 0.052313597 |
| Portekiz    | 32,049.77     | 0.001340053 |
| Yunanistan  | 54,781.00     | 0.002290482 |
| Toplam (AB) | 23,916,801.61 | 1           |

Tablo 5-7 2002 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke        | Tutar(\$)     | %           |
|-------------|---------------|-------------|
| Almanya     | 14,259,670.82 | 0.484555792 |
| Avusturya   | 443,750.01    | 0.015079004 |
| Belçika     | 1,013,751.62  | 0.034448146 |
| Danimarka   | 775,702.73    | 0.026359041 |
| Finlandiya  | 2,673.87      | 0.00009086  |
| Fransa      | 2,095,400.87  | 0.071203511 |
| Hollanda    | 45,38,611.09  | 0.154225881 |
| İngiltere   | 3,121,595.19  | 0.10607447  |
| İspanya     | 284,080.76    | 0.009653307 |
| İsveç       | 234,120.61    | 0.007955618 |
| İtalya      | 2,613,553.85  | 0.088810792 |
| Yunanistan  | 45,424.92     | 0.001543578 |
| Toplam (AB) | 29,428,336.34 | 1           |

Tablo 5-8 2003 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke        | Tutar(\$)     | %           |
|-------------|---------------|-------------|
| Almanya     | 12,348,225.84 | 0.497134267 |
| Avusturya   | 619,135.97    | 0.024926148 |
| Belçika     | 756,138.58    | 0.030441814 |
| Danimarka   | 603,355.54    | 0.024290835 |
| Fransa      | 2,257,458.29  | 0.090884301 |
| Hollanda    | 2,555,793.91  | 0.102895165 |
| İngiltere   | 3,123,606.68  | 0.125755063 |
| İspanya     | 100,075.00    | 0.004028977 |
| İsveç       | 506,856.20    | 0.020405813 |
| İtalya      | 1,798,779.58  | 0.072418093 |
| Macaristan  | 54,050.39     | 0.002176045 |
| Polonya     | 72,358.50     | 0.002913122 |
| Slovenya    | 42,980.01     | 0.001730357 |
| Toplam (AB) | 24,838,814.49 | 1           |

Tablo 5-9 2004 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke        | Tutar(\$)    | %        |
|-------------|--------------|----------|
| Almanya     | 8,682,701.95 | 0.466576 |
| Avusturya   | 351,663.92   | 0.018897 |
| Belçika     | 458,515.46   | 0.024639 |
| Danimarka   | 331,713      | 0.017825 |
| Fransa      | 2,289,286.17 | 0.123018 |
| Hollanda    | 1,994,431.87 | 0.107173 |
| İngiltere   | 2,703,484.18 | 0.145275 |
| İspanya     | 564,552.02   | 0.030337 |
| İsveç       | 166,804      | 0.008963 |
| İtalya      | 1,028,014    | 0.055242 |
| Macaristan  | 19,767       | 0.001062 |
| Polonya     | 18,482       | 0.000993 |
| Toplam (AB) | 18,609,416   | 1        |

Tablo 5-10 2005 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke            | Tutar(\$)     | %        |
|-----------------|---------------|----------|
| Almanya         | 11,631,102.1  | 0.552964 |
| Avusturya       | 457,017.41    | 0.021727 |
| Belçika         | 451,755.92    | 0.021477 |
| Çek Cumhuriyeti | 7,876.52      | 0.000374 |
| Danimarka       | 483,308.01    | 0.022977 |
| Fransa          | 1,632,039.44  | 0.07759  |
| Hollanda        | 2,008,736.54  | 0.095499 |
| İngiltere       | 2,785,565.27  | 0.132431 |
| İspanya         | 283,387.64    | 0.013473 |
| İsveç           | 246,908.6     | 0.011738 |
| İtalya          | 991,608.91    | 0.047143 |
| Macaristan      | 13,745.48     | 0.000653 |
| Portekiz        | 40,903        | 0.001945 |
| Yunanistan      | 139           | 0.000009 |
| Toplam (AB)     | 21,034,093.84 | 1        |

Tablo 5-11 2006 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke            | Tutar(\$)     | %        |
|-----------------|---------------|----------|
| Almanya         | 10,758,280.27 | 0.486662 |
| Avusturya       | 300,808.12    | 0.013607 |
| Belçika         | 510,134.94    | 0.023077 |
| Çek Cumhuriyeti | 63,100.27     | 0.002854 |
| Danimarka       | 516,375.29    | 0.023359 |
| Fransa          | 2,526,211.56  | 0.114276 |
| Hollanda        | 2,130,494.01  | 0.096375 |
| İngiltere       | 3,241,610.10  | 0.146638 |
| İsveç           | 444,803.89    | 0.020121 |
| İtalya          | 1,551,090.49  | 0.070165 |
| Litvanya        | 1,096.97      | 0.00005  |
| Romanya         | 26,236.85     | 0.001187 |
| Yunanistan      | 36,003.90     | 0.001629 |
| Toplam (AB)     | 22,106,246.66 | 1        |

Tablo 5-12 2007 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke            | Tutar(\$)     | %        |
|-----------------|---------------|----------|
| Almanya         | 11,857,288.00 | 0.601835 |
| Avusturya       | 370,241.00    | 0.018792 |
| Danimarka       | 676,262.00    | 0.034325 |
| Çek Cumhuriyeti | 32,927.00     | 0.001671 |
| Fransa          | 2,372,428.00  | 0.120416 |
| Portekiz        | 294,031.00    | 0.014924 |
| Hollanda        | 1,986,657.00  | 0.100836 |
| İsveç           | 411,499.00    | 0.020886 |
| İtalya          | 1,583,918.00  | 0.080394 |
| Romanya         | 43,467.00     | 0.002206 |
| Yunanistan      | 71,477.00     | 0.003628 |
| Slovenya        | 1,689.00      | 0,000087 |
| Toplam (AB)     | 19,701,884,00 | 1        |

Tablo 5-13 2008 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

| Ülke            | Tutar(\$)     | %        |
|-----------------|---------------|----------|
| Almanya         | 10,474,568.00 | 0.536721 |
| Avusturya       | 122,400.00    | 0.006271 |
| Belçika         | 391,435.00    | 0.020057 |
| Danimarka       | 973,941.00    | 0.049905 |
| Fransa          | 4,351,462.00  | 0.222970 |
| Hollanda        | 1,540,577.00  | 0.078939 |
| İsveç           | 907,249.00    | 0.046487 |
| İtalya          | 659,625.00    | 0.033799 |
| Romanya         | 4,164.00      | 0.000219 |
| Yunanistan      | 31,780.00     | 0.001628 |
| Çek Cumhuriyeti | 58,642.00     | 0.003004 |
| Toplam (AB)     | 19,515,843.0  | 1        |

Tablo 5-14 2009 Yılında AB'ne Yapılan Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

2002-2009 yılları arasında AB ülkeleri içerisinde toplam ihracatımızda Almanya ve Avusturya lider konumundadır. Ülkemiz 2004 yılına kadar AB ülkelerinden Almanya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Fransa, Finlandiya, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsveç, İtalya, Portekiz ve Yunanistan'a organik tarım ürünleri ihraç etmiştir. Bunların arasında Finlandiya, İspanya, İsveç, Portekiz ve Yunanistan'a yapılan ihracatımızın AB pazarı içindeki payı % 1 seviyesinde bile bulunmamaktadır. 2004 yılından itibaren Avrupa Birliği'ne yeni üye olan ülkelere Çek Cumhuriyeti, Litvanya, Macaristan, Polonya, Slovenya ve Romanya da organik tarım ürünleri ihracatı gerçekleştirdiğimiz ülkeler arasına katılmıştır.<sup>28</sup>

Avrupa Birliği'ne yeni katılan ülkelere olan ihracatımızın AB pazarı içindeki payı, yine %1 seviyesinin oldukça altında yer almaktadır. Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatını AB'nin genişlemesi açısından değerlendirdiğimizde yeni üye ülkelere olan ihracatımızın ihmal edilebilir bir seviyede olduğu görülmektedir. Bu durumu, ihracatımız açısından bir kayıp olarak görmek doğru olmamakla birlikte, AB üyesi ülkelerin ticarete öncelikli olarak birlik üyesi ülkeleri tercih etmesinin Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatına etkisi olacağı muhtemeldir.

Türkiye'nin 2009 yılı organik tarım ürünleri ihracat verileri değerlendirildiğinde; ihracatımızın %75'ini Avrupa Birliği ülkelerine yaptığımız görülmektedir. 2008 yılı ihracat verilerimize baktığımızda yine ilk sırayı Almanya almaktadır. Sonrasında sırası ile Fransa ve Hollanda yer almaktadır. 2009 yılında da ihracat yaptığımız ülke sıralaması değişmemektedir. Almanya AB ülkeleri arasında 2002-2009 döneminde ortalama 11.5 milyon dolarla, organik tarım ürünleri ihracatımız açısından en büyük pazar olarak yer almaktadır. 2002-2009 döneminde AB organik tarım pazarında Almanya'ya olan ihracatımızın payı ortalama %50 civarındadır.

### **5.2.2. Organik Ürünlerin İthalatı**

Türkiye'nin organik tarım ürünleri ithalatı miktar olarak çok az olmakla birlikte; ağırlıklı olarak işlenmiş tarım ürünlerinden oluşmaktadır. İthalatı gerçekleştirilen

---

<sup>28</sup> Seçil Adalet Gök (2008), **Genişleyen AB Pazarında Türkiye'nin Organik Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi**, AB Uzmanlık Tezi, Ankara, s. 86-87

organik ürünler arasında bisküvi, çikolata, puding, bebek maması, birtakım meyve konserveleri, kuru ananas içecekler, sirke, çorba kremaları, bulyonlar, müsli ve tahıl barı gibi işlenmiş ürünler; fasulye, nohut, maydanoz, fesleğen-kekik, kuşburnu gibi bitkisel ürünler yer almaktadır. Söz konusu organik tarım ürünlerinin neredeyse tamamı AB ülkelerinden ithal edilmektedir. AB ülkeleri arasında organik ürün ithalatı ağırlıklı olarak Belçika ve İsveç'ten gerçekleştirilmektedir. Ülkemizin 2009 yılı ithalat verilerine göre ithal ettiği belli başlı 15 ürün aşağıdaki gibidir.

| Ürün Adı                           | Miktarı (Kg) | Statusü(O/G) | Ürün Kökeni (B/H/K) | İthal Edilen Ülke    |
|------------------------------------|--------------|--------------|---------------------|----------------------|
| Ahududu Reçeli                     | 104,3        | Organik      | B                   | Belçika              |
| Ahududu ve yaban mersini reçeli    | 549483       | Organik      | B                   | İsveç                |
| Ayçiçeği Çekirdeği (iç)            | 375          | Organik      | B                   | Hollanda             |
| Ayçiçek Yağı                       | 900          | Organik      | B                   | Hollanda             |
| Ayçiçek Yağı                       | 7672,8       | Organik      | B                   | Almanya              |
| Balmumu                            | 1000         | Organik      | H                   | Hindistan            |
| Bergamot Aromalı Çay               | 16,5         | Organik      | B                   | Belçika              |
| Brüksel Kahvaltı Çayı              | 51           | Organik      | B                   | Belçika              |
| Buğday çimi (toz)                  | 156,25       | Organik      | B                   | Avustralya           |
| Çikolata                           | 4235,9       | Organik      | K                   | Almanya-<br>Hollanda |
| Çilek Reçeli                       | 71           | Organik      | B                   | Belçika              |
| ÇİLEK REÇELİ                       | 1944         | Organik      | B                   | İsveç                |
| Dilimli hıyar turşusu              | 1012,5       | Organik      | B                   | İsveç                |
| Dört Kırmızı Meyve Reçeli          | 66,6         | Organik      | B                   | Belçika              |
| Filtercoffeemediumroastorgan<br>ic | 210          | Organik      | B                   | İsveç                |

Tablo 5-15 2009 Yılı Organik Ürün İthalatı (Ürün Kökeni: B;Bitkisel, H;Hayvansal, K;Karışık)

### 5.3. Organik Tarımda Pazarlama

"Ekolojik ürünlerin çok büyük kısmı dış pazara sunulmakta ve bu ürünlerin bir kısmı doğrudan tüketilmekte, bir kısmı ise normal mamul ürünlerin karışımlarında yer almaktadır. Ekolojik üretim projeleri ve pazarlaması farklı yöntemlerle gerçekleşir:

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 kurulur, elde edilen ürünler anlaşmalı yerel firma tarafından fason olarak işlenir ve ürünler proje sahibi firmaya ya işleyici kuruluş ya da ihracat firması tarafından ihraç edilir.
3. Üretim projesi yurt dışından yabancı bir kuruluş tarafından kurulur, elde edilen ürünler yabancı firmanın Türkiye'de tek başına veya ortak olarak kurduğu tesislerde işlenir; işleyici kuruluş ya da ihracatçı firma tarafından proje sahibi firmaya ihraç edilir.<sup>29</sup>

Daha az uygulamayla da üreticiler kontrol ve sertifikasyon firması ile doğrudan temas ederek ürünlerini sertifikalandırır ve serbest pazarda satışa sunar.

Kontrol ve sertifikasyon ücretlerinin küçük çiftçilere göre fazla maliyetli olması, teknik bilgi eksikliği ve danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği üreticilerin doğrudan sisteme ürün sağlamalarını kısıtlamaktadır.

### 5.4. Organik Tarım Ürünlerinin İç Pazardaki Durumu

Ülkemizdeki organik üretim faaliyetleri dış pazara yönelik olarak başladığı için, üretimin % 80-90'ı yurt dışına satılarak değerlendirilmektedir. İç pazarda değerlendirilen ürün miktarı % 5-10 arasında değişmektedir. Ülkemizde üretilen ürünün ne kadarının gerçekten yurt içinde değerlendirildiğine ilişkin sağlıklı veriler bulunmamaktadır. Toplam üretimden yurt dışına gönderilen miktar çıkarılarak ulaştığımız değerlere göre tahminler yapılabilmektedir.

Tarımda üretimin sadece yurt dışı hedeflenerek planlanması, o üretim dalının geleceği açısından sakınca yaratmaktadır. Nitekim dünyadaki gelişmeler izlendiğinde, gelişmiş ülkelerin hem üretici hem de ithalatçı, hem de ihracatçı ülke konumunda olduğu, buna karşılık gelişmekte olan ülkelerin ise ihracatçı konumunda oldukları

<sup>29</sup> Bahattin Çetin (2008), Tarımsal Finansman, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara, s. 34

dikkat çekmektedir. Özellikle organik üretimde hedeflerin en önemlisi, halka çevreyle dost ve güvenli bir yaşam sunma olmalıdır. Dolayısıyla organik tarım dışa satım yoluyla ülkemizde söz konusu olmuşsa da bizim halkımızın da sağlıklı gıda tüketme ve sağlıklı bir çevrede yaşamaya gereksinmesi vardır. Nitekim organik ürün üreticisi ülkelerden Arjantin’de organik ürünlerin % 15’i, İtalya’da ise % 5,7’si iç pazarda tüketilmektedir. ABD’de ise halkın organik ürün üretme oranının % 15’e ulaştığı ve giderek artış gösterdiği, organik ürün üretimi yönünden iyi konumda olan ABD’nin halkın gereksinmesini karşılamak amacıyla ihracatını da sürdüreceği kaydedilmektedir.

Ülkemizde de diğer ülkelerde olduğu gibi organik ürünler halk tarafından zor benimsenmektedir. Bunun nedenlerini şöyle sıralayabiliriz:

1. Fiyat yüksekliği: Avrupa ülkeleri, ABD ve Kanada’da yapılan pazar araştırmaları ürün fiyatları arasında, ürün türüne ve ülkeye göre farklılıklar olsa da organik ürünlerin klasik tarımla üretilen ürünlere göre % 24-65 arasında daha pahalı olduğunu, bazı ürünlerde bu rakamın % 100’lere ulaştığını göstermektedir. Ülkemizde de yapılan araştırmalarda fiyatların % 400’e kadar arttığı görülmüştür. Bunun nedenleri arasında iç piyasadaki miktarın düşüklüğü, üretim giderleri, sertifikasyon kuruluşuna ödenen para, organik üretime başlayan üreticilerin bazı ürünlerde karşılaştığı verim düşüklüğü sorunu, ürün çeşitliliğinin sınırlı olması da rol oynamaktadır. Organik tarımın giderek yaygın bir üretim şekli haline gelmesi ülkemizde organik ürünlere olan talebi artıracaktır.

2. Bilgi eksikliği: Organik ürün tüketimini artırabilmek ve beklenen faydaya ulaşmak için, halkın organik ürünlerin yararı, nasıl üretildikleri, diğer gıdalardan farklılıkları, nasıl tanınacakları, nereden temin edileceği konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Yeterli bilgi sahibi olunmadan organik ürünlerden beklenen faydaya ulaşamayacağı bilinmektedir. Bu sebeple önce üreticilerin sonra da tüketicilerin bilinçlendirilmesi büyük önem arz etmektedir.

3. Çeşit sayısının azlığı ve ürünün sürekliliği: Organik ürünleri tüketerek hastalıklara karşı direnç sağlanabilir. Ancak şu anki koşullarda organik ürün çeşitlerinin sınırlı olduğu, istenilen zamanda ve miktarda bulunamadığı görülmektedir. Bununla birlikte bugün 100’ün üzerinde organik ürünü ülkemiz pazarında bulmak mümkün olabilmektedir. İç pazarda organik ürün miktarının artışı ve ürünlere olan talebin artması ile iç pazarda da fiyatların düşeceği tahmin edilmektedir.



Ürün çeşitliliğinin azlığı ve üretim alanlarının sınırlı olmasının yanında ürünün miktarının ve adedinin yıl içinde değişim göstermesi de hem tüketici hem de pazarlayıcı tarafından önemli bir sorundur.

4. Satış kanalları: Organik ürünler, organik olmayan diğer ürünlerle bir arada satılamazlar. Organik ürün etiketi taşıyan ürünlerin satışının ya ayrı sadece organik ürün satan dükkanlarda ya da bir dükkanda ayrı bir bölümde satılması veya doğrudan üretim yapılan alandan temin edilmesi gerekir. Ülkemizde özellikle büyük şehirlerde bu tarz satış yerleri gittikçe artmaktadır.

İstanbul, Antalya ve Ankara'da bulunan satış yerlerinde yaptığımız araştırmalara göre sadece organik ürün satmanın ürün çeşitliliği ve sürekliliği açısından problem yarattığı görülerek organik ürünlerle doğal ürünlerin bir arada pazarlandığı görülmektedir. Bu koşullarda bile organik ürünlerin bir dükkanda bulunma oranı % 25-50 arasında değişmektedir. Bununla birlikte yıllar içinde bilinçlenmenin artmasıyla organik ürün pazarlayan satış yerlerinin artacağı tahmin edilmektedir.

Ülkemizde organik ürünler doğrudan yerinde satış, özel satış yerlerinde, büyük satış merkezlerinde ayrı bölümlerde, internet kanalı, eve teslim şeklinde pazarlanmaktadır. Ancak altyapının yetersiz nedeniyle istenilen fayda mümkün olmamaktadır. Ülkemizde tüketicilerle yapılan görüşmelerde tüketimin gelir düzeyi yüksek gruplarda yoğunlaştığı bölgelerde organik ürünlere özel satış yerleri tercih edilirken, tüketicilerin çoğunun ayrı satış yerlerine gitmek yerine, büyük satış yerlerinde ayrı bölmelerden alışveriş yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir.

5. Halkın gelir ve kültür düzeyi: Organik ürünlere olan talep, daha çok bu ürünlerin sağlık açısından güvenli olmalarından kaynaklanmaktadır. Özellikle ülkemizde son yıllarda GDO'lu gıdaların artması ve çeşitli hastalıklara yol açması insanları organik gıdalara yöneltmiştir. Bu aşamada özellikle kimyasal kullanımının daha yaygın olduğu sebze ve meyveler ile et ve süt ürünlerine olan talep artmaktadır. Ancak bunları da daha bilinçli, organik gıda ile organik olmayan gıdalar arasındaki farkı bilen, gelir düzeyi yüksek kesim tercih etmektedir. Yapılan anket çalışmaları yurt dışında olduğu gibi ülkemizde de özellikle yaşı 35'i üzerinde olan üniversite mezunlarının organik ürünleri talep ettiklerini göstermektedir.

6. Alternatif ürün varlığı: Organik ürünler sağlık açısından yararlıdır. Ancak bulunamadığı durumlarda kontrollü ilaç ve gübre kullanılmış ürünlerle, temiz koşullarda yetiştirilmiş ürünleri temin etmek mümkün olabilmektedir. Bu da organik

ürünlerin sürekli temin edilemediği durumlarda halkı diğer ürünlere yönlendirebilmektedir.

Organik ürünlerin halk tarafından benimsenmesinin zorluğu yanında bu ürünleri pazarlama işine girecek girişimciler için de riskler bulunmaktadır. Bu sorunları da aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.<sup>30</sup>

- Organik ürün pazarlaması konusundaki bilgi eksikliği: Ankara ve İstanbul'da faaliyet gösteren marketlerde yürüttüğümüz bir anket çalışmasında market sahiplerine bu işe neden başladıkları sorulduğunda, % 46'sı sağlıklı ürünler olduğu için, % 31'i kişisel ilgisi, % 15'i de bu ürünlere talep olduğu için başladıkları cevapları alınmıştır. Yine bu işe başlayan kişilere konuda eğitilmiş olup olmadıkları sorulduğunda bulunmadığı öğrenilmiştir. Bu nedenle de başlangıçta açılan dükkanların kısa sürede kapandığı saptanmıştır. Bu kapanışta ülkemizde 2000'li yıllarda başlayan ekonomik sıkıntıların da rolü olmuştur. Yukarıdaki anket sonuçları, organik ürün pazarlayacak kişilerin organik ürünlerle ilgili eğitimden geçirilmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Her ne kadar ülkemizde bu tip eğitim verecek bir organizasyon bulunmasa da bu konuda da ilgili kuruluşların harekete geçmesi gerekmektedir.

- Ürün çeşitliliği ve sürekliliği: Organik ürün pazarlayacak kişi veya kuruluşların satış yerlerinde her mevsim yeterli miktarda ve aynı kalitede ürün bulundurmaları gerekmektedir. Aynı şekilde yurt dışı pazarların korunmasında da bu durum dikkate alınmalıdır. Bu durumda üretici-toptancı-perakendeci arasında iyi bir pazarlama ağının kurulması şarttır. Çünkü ürün temininin sertifikasyon kuruluşunun denetiminden geçmiş yerlerden yapılması gerekir. Bu sıkıntılar nedeniyle, ülkemizde ürün satıcıları organik ürünleri doğal ürünlerle birlikte pazarlama yoluna gitmektedirler. Ancak ürünlere olan talebin artışıyla pazarlama ağının gelişmesi söz konusu olacaktır. Yaptığımız saptamalara göre, ülkemizde ürünler % 46 oranında üreticiden, % 31 oranında hem üretici hem toptancıdan, % 15 oranında da toptancıdan temin edilmektedir.

- Ürünlerin raf ömrünün kısa olması: Organik ürünlerin gerek üretimi ve gerekse hasat sonrasında koruyucu yapay kimyasal maddeler kullanılmadığı için raf ömürleri de klasik yöntemlerle üretilmiş ürünlere göre daha kısadır ve ürünün hızlı tüketimini gerektirmektedir. Bu durum da pazarlamacı açısından sakınca

---

<sup>30</sup>Ruhsar Yanmaz, Organik Ürünlerin Pazarlanması ve Ticareti, www.agri.ankara.edu.tr/bahçe/1907\_1183723867.doc, (Erişim tarihi: 14.08.2010)

oluşturmaktadır. Örneğin taze meyve ve sebzeler, süt, et gibi en fazla talep gören ürünler raf ömürleri kısa olduğu için pazarlamacılar tarafından talep görmemektedir.

- Tüketici tercihleri: Sebze ve meyveler organik ürünler içinde en fazla talebin olduğu türlerdir. 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. Ülkemizde ise 2 büyük ildeki 13 markette yatığımız anketlerde, taleplerin markette yoğun satılan ürünlere göre değişim gösterdiği görülmüş, kesin bir sonuç alınamamıştır. Şüphesiz tüketici tercihlerinde fiyat, ürünün albenisi, tadı da etkili olmaktadır.

- Fiyat oluşumu: Daha önce de belirtildiği gibi organik ürünlerin satış fiyatının yüksek olması bu ürünleri cazip kılsa da, satışta problem oluşturmaktadır. Bu nedenle ülkemizdeki satış yerlerinin daha çok gelir düzeyi yüksek kişilerin oturduğu semtlerde yoğunlaştığı, bunların bile talep görmediği için kısa sürede kapandığı görülmektedir.

## **5.5. Organik Pazarın Desteklenmesi**

Türkiye’de organik tarıma son yıllara kadar ciddi oranlarda destek verilmemiştir. Ancak son yıllarda, doğrudan gelir desteği kapsamında destekler sağlanmaktadır. Organik pazarın desteklenmesini 3 başlık altında toplayabiliriz.

### **5.5.1. Kooperatifler**

Kooperatifler, değişik alanlarda faaliyet göstermektedir. Organik ürün sektöründe faaliyetler gösteren kooperatiflerimiz, üyelerine birçok fayda sağlamaktadır.

Kooperatiflerde bu tarz organik üretimin desteklenmesi uygulamaları ile hem üyelerin yaşam standartları yükselmekte hem de organik sektöre katkıda bulunmaktadır.

S.S. Ulupınar Çevre Koruma, Geliştirme ve İşletme Kooperatifi, 2000 yılının Kasım ayında kurulmuştur. Kooperatif; ortakların, ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerini, kalkınmalarını sağlamak, ekolojik üretimde bulunmalarını teşvik etmek ve desteklemek, ürettikleri ürünleri pazarlamak, yeni iş alanları açarak ortaklara kazanç imkanı yaratmak ve sağlıklı bir çevrede yaşamalarını sağlamayı amaçlamaktadır. yılında Ulupınar Kooperatifi Antalya’nın Kemer ilçesine bağlı “Çıralı Ulupınar”da

Katılımcı Eko-Tarım Ve Eko-Turizm Gelişim Planının Uygulanması” adlı proje, UNDP-GEF/SGP(Birleşmiş Milletler Kalkınma programı Küresel Çevre Fonu Küçük Destek Programı) tarafından desteklenmektedir.<sup>31</sup>

S.S. Kibele Ekolojik Yaşam, Çevre, Kültür ve Üretim Kooperatifi; ortaklarının temiz, dengeli ve sağlıklı bir ekolojik çevrede yaşamaları, çalışmalarını ve üretmeleri için her türlü sosyal, kültürel, bilimsel, teknolojik ve lojistik desteği sağlamayı amaç edinmiştir. Doğal ekolojik dengelerin bozulmaması, biyolojik zenginliklerimizin korunması için önemler almaktadır. Türkiye’nin Ekolojik tarım standardını oluşturmak ve geliştirmek için çalışmaktadır. Doğa dostu üretim girdileri temin etmekte ve ekolojik ürünlerin üretilmesi, işlenmesi ve pazarlanmasında adil ticaret ilkelerine uygun davranılmasını hedeflemektedir. Ortaklarının ürünlerini değerlendirmek için depolama, paketlenme ve işleme tesisleri kurup pazarlama yapmakta, dağıtım sistemleri ve satış üniteleri oluşturmaktadır. Ekolojik yapısı bozulmamış bölgelerde temiz yöntemlerle üretim yapan çiftçilerin ürünlerini değerlendirmekte, bilinçli ekolojik tarıma kazandırmak için eğitim çalışmaları yapmaktadır. Yerli çeşitlerin korunması için tohum bankası oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bitki ve hayvan çeşitliliğimizin geliştirilmesi için ıslah çalışmaları yapmaktadır.<sup>32</sup>

Turistlere çiftçi ailenin bahçesinde yetiştirdiği taze meyve ve sebze, yumurta ve süt ürünleri sunulmaktadır. Antalya’nın Kemer ilçesindeki Ulupınar Köyü Çıralı Kooperatifi de agro(eko)turizme örnek bir kooperatiftir.

Görüldüğü gibi; kooperatifler, önemli birçok görevi üstlenerek standartlara uygun üretim yaparak ortaklarına ve sektöre direkt olarak destek sağlamaktadırlar.

### **5.5.2. Yasal Düzenlemeler ve Devlet Teşvikleri**

Çevre Amaçlı Tarım Arazilerini Koruma Programı çerçevesinde; organik tarım için kullanmalarını teşvik amacıyla belirli bir süreyi kapsayacak şekilde, çevre amaçlı tarım arazilerini koruma programı destekleri sağlanmaktadır. Ödemeler, Bakanlık ile

---

<sup>31</sup> S.S. Ulupınar Çevre Koruma, Geliştirme ve İşletme Kooperatifi, <http://www.ulupinarkoop.org/> (9 Mayıs 2008)

<sup>32</sup> Zehra Ömerler “Karaburun Kadınları agro-turizme davet diyor”, <http://www.turob.com/NewsDetail.aspx?newsId=2231> (23 Mayıs 2008), s.1.

üreticiler arasında imzalanacak sözleşmelere dayalı olarak ve birim arazi üzerinden yapılmaktadır.<sup>33</sup>

Organik tarımsal ürünleri ve girdileri üreticilerine, tarımsal kredilere uygulanan cari faiz oranından %60 indirimli olarak yatırım kredilerinde azami 3 yıl vadeli ve işletme kredisi 1 yıl vadeli kredi kullanma imkanı sağlanmıştır. Bir yıl süre ile çıkarılmış olan bu karar 2005 yılında yatırım kredilerinde vade 5 yıla, işletme kredilerinde 1,5 yıla çıkartılmıştır.<sup>34</sup>

Kredi kullanımı ile ilgili olarak; 2004 yılında, 1 yıl süre ile sınırlandırılarak yürürlüğe giren karar 2005, 2006 ve 2007 yıllarında genişletilerek ve iyileştirilerek uygulanmaya devam etmiştir. Bu kredileri kullandırılmasında T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Tarım Kredi Kooperatifleri yetkilidir.

Yetkilendirilmiş kuruluşlarla sözleşme yaparak "Geçiş Süreci"ne alınan gerçek ve tüzel kişilere de yatırım ve işletme kredisi kullandırılmaya başlanmıştır. Daha sonra 2007 yılında yürürlüğe giren tebliğ ile organik tarım üretiminde bulunan üreticilerin Organik Tarım Bilgi Sisteminde kayıtlı olan tarım arazileri için ilave doğrudan gelir desteği verilmeye başlanmıştır.<sup>35</sup>

Organik Tarım yürütme ve izleme organları; Organik Tarım Komitesi ve Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesidir. Her iki komite de çeşitli bakanlık, müsteşarlık, bilimsel kuruluş ve sivil toplum örgütleri tarafından oluşturulmaktadır. Heriki komite, birbiriyle organize çalışmaktadır. Organik Tarım Komitesi (OTK); Bakanlık, Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü, Strateji Geliştirme Başkanlığı ile Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Başkanlığı tarafından görevlendirilecek temsilcilerinden, Bakan veya yetkilendireceği müsteşar veya müsteşar yardımcısının onayı ile kurulmaktadır.<sup>36</sup>

<sup>33</sup> Neslihan Yalçomkaya, M. Hakan Yalçınkaya ve Coşkun Çılbant, (2006), "Avrupa Birliği'ne Yönelik Düzenlemeler Çerçevesinde Türk Tarım Politikaları ve Sektörün Geleceği Üzerine Etkisi", Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Cilt:13, Sayı:2, s.115.

<sup>34</sup> Tarımsal Üretim Geliştirilmesi, Verimliliğin, Kalitenin Artırılması Amacıyla, T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Tarım Kredi Kooperatiflerince Tarımsal Üretime Yönelik Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasına Dair Karar, 18.01.2005 tarihli 25704.Resmi Gazete'de yayınlanmıştır.

<sup>35</sup> Doğrudan Gelir Desteği Ödemesi Yapılmasına Dair Tebliğ, 16.02.2007 tarih 26436 sayılı, Resmi Gazete'de yayınlanmıştır.

<sup>36</sup> T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, "Organik tarım nedir?"

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?fl=uretim/organiktarim/organik\\_tarim.htm#YÜRÜTME%20VE%20İZLEME%20ORGANLARI](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?fl=uretim/organiktarim/organik_tarim.htm#YÜRÜTME%20VE%20İZLEME%20ORGANLARI) (24 Mayıs 2008)

Ülkemizde organik tarımı yürütme ve izleme organı olan Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi; Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdür'ün başkanlığında TÜGEM temsilcileri, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Gümrük Müsteşarlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Çevre ve Orman Bakanlığı, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü temsilcileri, TÜBİTAK, meslek kuruluşları, sivil toplum örgütleri, yetkilendirilmiş kuruluşların temsilcisi, üniversiteler ve özel sektör temsilcileri ile Komitenin toplantı gündemiyle ilgili görüşlerinin alınmasında yarar gördüğü kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşmaktadır. Komite, organik tarımın geliştirilmesi ve uygulanması ile ilgili stratejileri belirlemek üzere yılda en az bir kez toplanarak alınan kararları tavsiye niteliğinde olmak üzere Organik Tarım Komitesine iletmekle görevlidir.

Mevzuatta yer alan “Televizyon kanallarının haftada yarım saat organik tarım konulu eğitim yayını” mükellefiyetinin TV kanallarınca yerine getirilmediği ve bu durumun RTÜK tarafından denetlenmediği gözlemlenmektedir. Bu konu üzerinde durulmalı ayrıca gelişmiş ülkelerdeki “Farm TV”nin benzeri olarak televizyon kanalları kurulmalıdır.

### **5.5.3. Yerel Yönetimlerin Destekleri**

Gökçeada kaymakamlığı, gerek tarımsal alanların kontrolünün kolay olması gerekse uzun yıllardır kimyasal ilaç ve gübrenin kullanılmamış olması nedeniyle Gökçeada'yı organik tarım adası yapmaya karar vermiştir. Bu düşünceyle yola çıkan Kaymakamlığın hedefi Gökçeada'yı “Eko Turizm” ile adayı turizm cenneti haline getirmektir. Gökçeada organik tarım projesi; Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nın “Gökçeada Kırsal Kalkınma ve İskan Projesi” kapsamında ayrılan ödenekler ve Çanakkale Valiliği'nin Tarım İl Müdürlüğü'nün destekleri ile gerçekleştirmektedir.

Samsun'da Canikom Organik ve Doğal ürünler mağazası ile Canik Belediyesi, organik sektöre büyük katkıda bulunmaktadır.<sup>37</sup>

Bursa'da Nilüfer Belediyesi'nin katkılarıyla Nilüfer Organik Ürün Pazarı faaliyete geçmiştir.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin İstanbul Halk Ekmek bünyesinde organik unlu mamuller üretmektedir.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> Canik Belediyesi, “Canik Belediyesi Organik ve Doğal Ürünler Mağazası”, (2008), [Broşür] , s.1-4.

Şişli Belediyesi'nin desteklemeleriyle açılan %100 Ekolojik Pazar'ın ardından Antalya Büyükşehir Belediyesinin sponsorluğunda ikinci %100 Ekolojik Pazar'ı Mart2008'de faaliyete geçmiştir.

#### **5.5.4. Dernek ve Vakıfların Destekleri**

Bursa'da açılan Nilüfer Organik Halk Pazarı, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ve ZMO'nun destekleri ve Ekolojik Yaşam Derneği ve Doğayı ve Çevreyi Koruma Derneği'nin sponsorluğunda faaliyet göstermektedir.

ETO Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği, Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, Organik Tarım Derneği, Ekolojik Yaşam Derneği, Sürdürülebilir Tarım Çiftçi Yardımlaşma Derneği, Organik Ürün Üreticileri ve Sanayicileri Derneği gibi birçok dernek gerçekleştirdikleri etkinliklerle organik ürünlerin hem üreticiye tanıtılmasında görev üstlenerek halkı bilinçlendirmekte, hem de üreticinin teşvik edilmesine katkıda bulunmaktadır.

Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği'nin başlattığı Ta-Tu-Ta (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi ve Tecrübe Takası) projesi, organik sektöre toptan destek niteliğindedir. Organik ürünlerin ülkemizdeki pazar potansiyelinin önemli bir bölümünü oluşturan büyük şehirlerde yaşayan insanların, proje kapsamında ekolojik çiftliklerdeki yaşamı öğrenerek, ekolojik yöntemler hakkında bilgi paylaşımını artırma amacını güderek ekolojik çiftliklere ziyaretler organize etmektedir.

#### **5.5.5. Özel Sektör ve Diğer Destekler**

Türkiye'nin İlk Ekolojik Halk Pazarı, Haziran 2006 döneminde Şişli'de açılmıştır. “%100 Ekolojik Pazar” ismini kullanan pazar, “Milupa Organik” ile “Pınar Organik Süt” firmalarının sponsorluğunda açılmıştır. Çeşitli medya kuruluşları, yazılı basın ve internet siteleri de projenin sponsorlar arasındadır.

Tarım konusunda akademisyenler ve tarım danışmanları, farklı bölgelerde eğitimler vermektedir. Yalova'da hem konvansiyonel hem de organik üretim ile ilgili

---

<sup>38</sup> İstanbul Büyükşehir Belediyesi, “Sağlıklı Ekmek”, 2008, [Broşür], s.4.

olarak eğitimler vermektedir. Bunun gibi çalışmalar organik üretimde üreticinin karşılaşılabileceği olumsuz sonuçları azaltacak başarıyı arttıracaktır.<sup>39</sup>

Yazılı ve görsel basın ile organize bir şekilde organik ürün tüketimine yönelik kampanyalar yapılmalıdır. Bu kampanyalarda; olağan şekliyle, organik tarım ve kooperatifçilik bağdaştırılarak tanıtımlarda bir taş da iki kuş vurulmuş olunacaktır.

### **5.5.6. Avrupa Birliği'nde Organik Üretime Verilen Destekler**

Organik üretim ile ilgili kurallar 1992 yılında belirlenmiştir. Bu tarihten itibaren çiftlikler gerekli koşulları karşılayarak üretime geçmişler ve talebi karşılamaya çalışmışlardır. Ortak Tarım Politikası(OTP)'nın birincil amacı; gelecekte organik üretime ve tüketime olan ilginin artırılmasıdır. Avrupa Birliği(AB) ülkeleri, yerel ve bölgesel planlamalar yapmaya başlamışlardır. Belçika'da 1994 yılından bu yana organik ürün üreticilerine doğrudan destek verilmektedir. Organik sebze üretiminde; sübvansiyonlarında, 3 katı aşan oranlarda artış yapılmıştır. Ayrıca, 2 adet Organik Üretim Araştırma Merkezi kurulmuş ve devlet tarafından desteklenmektedir.<sup>40</sup>

Bunların yanı sıra; Danimarka, organik üretimi arttırmak amacıyla yarısı Avrupa Topluluğu tarafından finanse edilen devlet desteklerini uygulamakta, Almanya Avrupa Topluluğu programı kapsamında 1998 yılından bu yana destek almakta, İtalya hükümeti yeni vergi uygulamalarıyla sektöre kaynak yaratmakta ve Hollanda ise organik ürünlerde düşük vergi uygulaması yapmaktadır.

### **5.6. Organik Ürünlerin Maliyet Unsurları**

Organik Tarımsal Üretim, konvansiyonel üretime göre daha az girdi kullanılan bir üretim şekli olduğu halde, çeşitli kültürel işlemlerin insan emeğine ihtiyaç göstermesi nedeniyle işçilik maliyetleri daha yüksektir.

Konvansiyonel üretimde kullanılan ticari gübrelerin yerine hayvansal ve yeşil gübreler veya organik maddelerin kullanımı, sentetik kimyasallar yerine organik preparatlar veya biyolojik mücadele elemanlarının kullanılması, her iki tarım şeklinin

---

<sup>39</sup> Ali Ünüvar, -Tarım Danışmanı- "Organik Tarımın Durumu ve Geleceği" konulu görüşme, İstanbul: 20 Ocak 2008.

<sup>40</sup> Yasin Kaan Ayoğu, Organik Tarım Analizi ve AB Pazar Fırsatı, (2006), İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, s.35-45



birbirine göre maliyet unsurunu bazı üretimlerde arttırmakta bazı ürünlerde ise azaltmaktadır.

Organik tarıma ilk başlayan üretici ya da firmaların, organik tarım kurallarına göre beklmeleri gereken “geçiş döneminde” de belirli bir kayıpları vardır. Bunun nedeni, organik kurallara göre üretilmiş olsa bile, ürünlerin ilk 3 yıl organik olarak değerlendirilmeyişidir. Dolayısıyla ilk 3 yıl karşılaşılabilecek ürün azlığı önemli bir gelir kaybına yol açabilir. Fakat bazı araştırmalarımızdaki gözlemlerimiz, ilk defa tarımsal üretim yapılan arazilerde herhangi bir ürün kaybının olmadığı şeklindedir. Ürün kaybına, genelde yoğun tarım yapılmış arazilerde organik tarım kurallarına göre üretim yapmaya başlandığında rastlanmaktadır.

Zira topraklar yoğun tarım nedeniyle yorulmuş, fiziksel ve kimyasal yapısı bozulmuştur.

Toprağın ihtiyacı olan besin maddelerinin aksatılmadan organik maddelerle verildiği, mikro ya da makro biyolojik unsurların korunup çoğaltıldığı yani Ekolojik dengenin sağlandığı bir tarımsal üretimde, verim kaybının olmayacağı bir gerçektir.

Üreticiye ürettiği organik ürünler için konvansiyonel ürünlerden daha fazla para verilmesinin nedeni, hem yukarıda bahsedilen olumsuz koşullar nedeniyle daha az ürün elde etmesi, hem de bu işe devam etmesi için bir çiftçiye motivasyon unsuru yaratmaktır.

Üretim sırasında çiftçiye nakdi ve aynı yardımlarda bulunulması şart olmamakla birlikte, özellikle organik tarım girdilerinin bir kısmını teminde karşılaşacağı zorluklar dikkate alınırsa çiftçiye yardımda bulunmak gerekmektedir. Bu da gıda üretim ve ihracat firmasının üretim maliyetine etki eden başka bir faktördür.

Kontrol ve sertifika firmasına her üretim alanı ve her bir ürün için, gerek üretim esnasında gerekse ihracat sırasında bir bedel ödenmektedir. Çiftçilerin bireysel olarak kontrol ve ürünlerini sertifikalandırmaları kendileri için yüksek bedelli bir maliyettir. Bu nedenle önerilen sistem, çiftçilerin bağımsız projeler yerine, birlik ya da kooperatif oluşturarak arazilerini toptan olarak kontrol ve ürünlerini toptan olarak sertifikalandırılması şeklindedir.

Organik gıda işini yapan büyük firmalar, üretim miktarlarına göre sertifikasyon firmalarına yılda 5.000-20.000 Euro arasında bir bedel ödemektedirler. Organik tarımın desteklenmesi için Tarım Bakanlığında “destek” (teşvik) talebinde bulunan üretici ve firmalar, kontrol ve sertifikasyon şirketlerine ödenen bu meblağın hepsi ya da bir

kısının devlet tarafından karşılanmasını istemektedirler. Zira Avrupa'da birçok devlet, organik tarımın desteklenmesi ve vatandaşlarının sağlıklı gıdalar yiyebilmesini sağlamak üzere çeşitli sübvansiyonlar uygulamaktadır. Bu tür sübvansiyonlar, ihracat şirketlerinin daha fazla ürün ihraç etmesine imkan vereceği gibi organik ürünlerin iç piyasaya arzı konusunda da tetikleyici bir faktör olabilir.

## 6. SONUÇ

Son yıllarda tarımda kullanılan yanlış teknikler ve uygulamalar, önce gıda ihtiyacını karşılamaya çalışan insanlığın, çeşitli sağlık problemleri ile karşılaşmasına neden olurken, diğer taraftan da doğal kaynakların ve ekolojik dengenin bundan zarar görmesine neden olmaktadır. Bu durum çevredeki bitki ve hayvanlarla birlikte insan hayatını da tehdit etmektedir. Bu kapsamda özellikle Birleşmiş Milletler çatısı altında başlayan çözüm aramaları ve politika üretme faaliyetleri çeşitli ulusal ve uluslar arası aktivitelerle desteklenmektedir ve bu destek arttırılmalıdır.

Dünya genelinde, özellikle gelişmiş toplumlarda her geçen gün daha fazla kabul gören organik tarım ürünleri, hayatımızın her alanında yerini almaya başlamıştır. Önümüzdeki dönemlerde tüketici bilincinin artışına paralel olarak organik tarım ürünlerinin kullanımı, dolayısıyla üretimi ve ticaretinin daha da artacağı düşünülmektedir. Ancak organik tarım geçen dönem içerisinde oldukça pahalı ve karmaşık bir üretim süreci olarak görüldüğünden gereken ilgiyi görememiş ve üretilen organik ürünler de genellikle ihraç amaçlı olarak üretilmişlerdir.

Türkiye organik gıda dış satımını büyük çoğunlukla AB'ne üye ülkelere yapmakta ve pazar payını arttırabilmek için AB'ne koşulsuz organik ürün ihraç edebilen ülkeler listesine girmek durumundadır. Türkiye'deki organik tarımsal potansiyeli AB'nin dış alım taleplerini karşılayabilecek durumda olup özellikle kuru meyve ihracatında diğer dünya ülkelerine ve AB üyesi ülkelere oranla karşılaştırmalı üstünlüklere sahiptir.

Türkiye'de AB'ye uyum çerçevesinde üretim ve pazarlamaya yönelik ulusal destek programı oluşturulmalı, üretici örgütlenmesinin teşvik edilmesi, organik üretimle ilgili sağlıklı bir kayıt sistemi oluşturulmalıdır. Ayrıca ürün çeşitliliğinin fazla olması ve AB pazarlarına yakın olma avantajını da kullanmalıdır. Kontrol ve sertifikasyon olanakları genişletilmelidir. Yasal ve kurumsal düzenlemede özel sektör, üretici örgütleri ve kamu kesimi işbirliği sağlanmalı ve tüketici bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Ülkemiz organik tarım ürünlerin AB ülkeleri başta olmak üzere, ABD, İsviçre, Kanada, Japonya ve Avustralya'ya ihraç etmektedir. AB ülkeleri arasında da Almanya, Avusturya ve Belçika organik pazarları en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz pazarlar olarak yer almaktadır.

Çalışma içerisinde de vurgulandığı gibi gerek dünyada ve gerekse Türkiye’de organik tarım uygulamaları olması gereken yerde değildir. Türkiye sahip olduğu yerel ırk zenginliğine rağmen, 2007 yılında 40 milyar doları aşmış dünya organik tarım pazarının 30 milyon dolarla, %1’den bile küçük bir oranına hitap etmektedir. 2007 yılında yapılan araştırmaya göre, Avrupa Birliği’nde 6.3 milyon hektar organik tarıma ayrılmış alan toplam tarımsal arazinin %3.9’u iken, ülkemiz ise 93.133 ha ile organik tarım yapılan alanların yalnızca %0.2’sine sahiptir. Bu veriler ışığında Türkiye’nin organik tarım ürünleri ticaretinde, sahip olduğu potansiyelin oldukça gerisinde kaldığı söylenebilir. Yapılan korelasyon analizi sonucu da Türkiye’nin organik tarım pazarından hak ettiği payı alabilmesi için üretim alanını ve müteşebbis sayısını artırması gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır. Ayrıca analize göre yetiştiricilik yapılan alandaki bir birim değişim toplam üretimi 2,495 birim artırmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde organik tarım sektörü, tüketicilerden gelen talepler ve sivil toplum kuruluşlarının baskılarıyla gelişmiştir. Bu ülkelerde organik tarım ürünlerinin yanında organik tarım ürünleri pazarları oluşturulmuş ve pazarlama stratejileri geliştirilmiştir. Ülkemizde ise dışarıdan gelen talepler doğrultusunda organik üretime geçilmesi nedeniyle, organik ürünlerin pazarlama stratejileri üretime paralel olarak ele alınmamıştır.

Ülkemizin organik tarım ürünleri sektörünü geliştirmek ve AB organik pazarı olmak üzere, dünya pazarlarında sahip olduğumuz potansiyele yakışır bir ticaret hacmi elde etmek üzere yapılması gerekenler;

- Geleneksel tarımda olduğu gibi organik tarımda da mevcut olan küçük ve parçalı yapıdaki arazilerin birleştirilmesi,
- Organik tarım için elverişli olan bölgelerin tespit edilmesi ve üreticilerin konvansiyonel tarımdan organik üretime geçişinin sağlanması,
- Organik üretimin mevsim koşullarına göre değişiklik göstermesi nedeniyle, bölgelerimizin coğrafi yapısına uygun ürün desenin geliştirilmesi,
- Yalnızca yurtdışı pazarlarına değil ülke içi pazarlara da yönelik tutundurma faaliyetlerinin artırılması,
- Organik ürünler hakkında önce kurum ve kuruluşların sonra sivil toplum kuruluşlarının ve insanların bilinçlendirilmesinin sağlanması,

- Organik tarım ürünlerinin tekstil, kozmetik ve endüstriyel sanayiye aktarımının sağlanması ve katma değeri yüksek işlenmiş organik ürünlerinin sayısının artırılması,
- Küçük çiftçiler başta olmak üzere finansal desteklerinin ve danışmanlık hizmetlerinin karşılanması,
- Yurtdışı pazarlarında organik tarım ürünlerinde marka imajının oluşturulması,
- Organik tarım ile ilgili sağlıklı bir veri ağının oluşturulması ve bilgi bankasında bu verilerin hazır bulundurulması,
- Organik tarımla ilgili çok amaçlı ve bütünleyici örgütlenme anlayışı benimsenmeli, bu örgütlerde teknik personel istihdamı sağlanmalı,
- Kontrol ve sertifikasyon maliyetlerinin azaltılması için üreticilerin bir araya gelerek büyük ölçekli projelere yönelmelerinin teşvik edilmesidir.

## KAYNAKÇA

Atasever, Yener; Erdoğan Güneş, (2008), Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi Cilt 22, Sayı 2.

Aytoğlu, Rasim Kaan, (2006), Organik Tarım Analizi ve AB Pazar Fırsatı, İstanbul Ticaret Odası Yayın no: 2006-12, İstanbul.

Canik Belediyesi, (2008), “Canik Belediyesi Organik ve Doğal Ürünler Mağazası”, [Broşür].

Çetin, Bahattin, (2008), Tarımsal Finansman, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara s.34.

DEMİR, Alkan; Umut Gül, (2004), Organik Tarım, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Dergisi Sayı 5, Nüsha 3, Nisan 2004.

Gök, Seçil Adalet, (2008), Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi (AB Uzmanlık Tezi), Ankara, s. 16.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, “Sağlıklı Ekmek”, 2008, [Broşür].

Kayalar, Aykut Deniz, (2004), Dünyada ve Türkiye’de Organik Tarım Üretim ve İhracatı Üzerine Bir Çalışma, T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı, İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Mart, s. 8.

Koç, Dilek Subaşı, (2008), Organik Tarım Ürünleri, Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi Ankara.

Köse, Bülent; Ferhat Odabaşı, (2005), "Bağcılıkta Organik Tarım", Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Sayı: 20 (3), Samsun.

Organik Tarım Strateji Belgesi' Taslak Metni 20/06/2006

Özbağ, Başak Canan, (2010), Türkiye’de Organik Tarımın Ekonomik Analizi (Doktora Tezi), Bursa, s. 20.

Pezikođlu, Filiz, “Organik (Ekolojik, Biyolojik) Tarımda Arz, Talep ve Pazarlama”, Atatürk Bahçe Kùltürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova, 2004,s.2.

RG, 10 Haziran 2005, 25841, ‘Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik’ m:24

RG, 10 Haziran 2005, 25841, ‘Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik’ m:25

RG, 16.02.2007, 26436, ‘Doğrudan Gelir Desteği Ödemesi Yapılmasına Dair Tebliğ’

RG, 18.01.2005, 25704, ‘Tarımsal Üretim Geliştirilmesi, Verimliliğin, Kalitenin Artırılması Amacıyla, T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Tarım Kredi Kooperatiflerince Tarımsal Üretim Yönelik Yatırım ve İşletme Kredisi Kullanılmasına Dair Karar’

Tozan, Mehmet; Ahmet Altındişli, (2001), Gıda Dışı Organik Ürünler Ve Ticareti, Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu, Antalya.

Ünüvar, Ali, -Tarım Danışmanı- “Organik Tarımın Durumu ve Geleceği” konulu görüşme, İstanbul: 20 Ocak 2008.

Vural, Hasan, (1990), Başlıca Tarım Ürünleri Maliyetleri, Toprak Mahsulleri Ofisi Yayını, Ankara.

Yalçınkaya, Neslihan; M. Hakan Yalçınkaya ve Coşkun Çılbant, (2006), ”Avrupa Birliği’ne Yönelik Düzenlemeler Çerçevesinde Türk Tarım Politikaları ve Sektörün Geleceği Üzerine Etkisi”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Cilt:13, Sayı:2.

### **Elektronik Kaynaklar**

About IFOAM, [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org), (Erişim tarihi: 01.05.2011)

About ITC, [www.intracen.org](http://www.intracen.org), (Erişim tarihi: 11.12.2010)

About FAO, [www.fao.org](http://www.fao.org), (Erişim tarihi: 5.01.2011)

About OTA, [www.ota.com](http://www.ota.com), (Erişim tarihi: 09.12.2010)

Dünya’da Organik Tarım, <http://www.eto.tr/dunya.html>, (Erişim tarihi: 02.04.2011)

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/9/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organiktarim.htm&curzir=\uretim\organiktarim&fl=organik tarım taslak strateji.htm](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/9/icerik.asp?efl=uretim/organiktarim/organiktarim.htm&curzir=\uretim\organiktarim&fl=organik%20tarim%20taslak%20strateji.htm) 20/06/2006

[http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?fl=uretim/organiktarim/organik\\_tarim.htm#YÜRÜTME%20VE%20İZLEME%20ORGANLARI](http://www.tarim.gov.tr/arayuz/10/icerik.asp?fl=uretim/organiktarim/organik_tarim.htm#YÜRÜTME%20VE%20İZLEME%20ORGANLARI) (24 Mayıs 2008)

<http://www.turob.com/NewsDetail.aspx?newsId=2231> (23 Mayıs 2008).

<http://www.orguder.org.tr/tarim.html>, Son Erişim Tarihi: 29.08.2009

<http://www.orguder.org.tr/tarim.html>, Son Erişim Tarihi: 29.08.2009

<http://www.ulupinarkoop.org/> (9 Mayıs 2008)

Pazarlama Stratejileri, <http://www.orguder.org.tr/organiktarimpazarlama.html>, (Erişim tarihi:12.05.2011)

Ruhsar Yanmaz, Organik Ürünlerin Pazarlanması ve Ticareti, [www.agri.ankara.edu.tr/bahçe/1907\\_1183723867.doc](http://www.agri.ankara.edu.tr/bahçe/1907_1183723867.doc), (Erişim tarihi: 14.08.2010)

Ruhsar Yanmaz, Organik Tarım Yasası ve Getirdikleri, [www.agri.ankara.edu.tr/bahçe/1097\\_1183724193](http://www.agri.ankara.edu.tr/bahçe/1097_1183724193), (Erişim tarihi: 14.08.2010)

Türkiye’de Organik Tarım, <http://www.eto.tr/turkiye.html>, (Erişim tarihi: 02.04.2011)

[www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/016uyguna\\_ksoy.pdf](http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/016uyguna_ksoy.pdf), (Erişim tarihi: 05.10.2010)



## ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Erhan Nuh ÖZTÜRK

Doğum Yeri : Hatay

Doğum Tarihi : 19.06.1986

Medeni Durumu : Evli

### **Eğitim Durumu**

Mezun Olduğu Lise : Dörtyol Lisesi

Ön Lisans Diploması : Anadolu Üniversitesi AÖF (Dış Ticaret)

Lisans Diploması : İnönü Üniversitesi İİBF ( İktisat)

Yüksek Lisans Diploması : Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İktisat Anabilim Dalı (Tez Aşaması)

Yabancı Dili : İngilizce

Çalıştığı Kurum : T.C. Posta ve Telgraf Teşkilatı

