

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSAT PROGRAMI

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Dilara AYL A

HAZİRAN-2011

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ*SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSAT PROGRAMI

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Dilara AYL A

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yakup KÜÇÜKKALE

HAZİRAN-2011

TRABZON

ONAY

Dilara AYLAR tarafından hazırlanan Türkiye’de Organik Tarım adlı bu çalışma 29/06/2011 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği /oy çokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından İktisat Anabilim dalında **yüksek lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Yakup KÜÇÜKKALE (Başkan-Danışman)

Prof. Dr. Metin BERBER

Prof. Dr. Rahmi YAMAK

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylımın.//

Doç. Dr. Yusuf ŞAHİN

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Dilara AYL
Haziran, 2011

ÖNSÖZ

Günümüzde insan sağlığı ve çevreye olan duyarlılık öncelikle gelişmiş ülkelerde fark edilmeye başlanmış ve artan bir hızla gelişme kaydetmiştir. Bu gelişme, tarım sektöründe bilinen ve bir klasik haline gelmiş olan konvansiyonel tarım metodunun yerine giderek yaygınlaşan organik tarım metodunu ortaya çıkarmıştır. Söz konusu alternatif üretim sistemine ilişkin olarak dünyada gerek tüketim gerekse üretim noktasında konuya karşı ilgi giderek artmakta ve organik tarım sektörü parlak ve sağlıklı bir gelecek vaat eden bir pazar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada organik tarımın dünyadaki yeri ve Türkiye’de organik tarımın potansiyeli ile ilgili bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.

Sayın danışmanım ve değerli büyüğüm Prof. Dr. Yakup KÜÇÜKKALE’ye tezim boyunca bana yol gösterdiği, yardım ve desteğini esirgemediği için teşekkür ederim.

Sevgili hocam Yrd. Doç. Dr. Saadettin GÜLTEKİN’e tezimi hazırladığım süre boyunca benden desteğini bir an olsun esirgemediği ve özellikle konuya olan ilgimi görüp beni desteklediği için teşekkür ederim.

Çalışma konusu olarak organik tarım konusunu seçmemde bana cesaret veren ve bir organik ürün üreticisi olarak Samsun ilinde yaptığı birçok çalışma ile bu alanın öncülerinden olan rahmetli babam Salim AYLA’ya ve yine Türkiye’de organik tarımın öncülerinden rahmetli Victor ANANİAS’a hayatları boyunca her an ve her konuda yanımda oldukları ve hiçbir zaman benden desteklerini ve sevgilerini esirgemedikleri için sonsuz teşekkürü borç bilirim.

Haziran, 2011

Dilara AYLA

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET	VIII
ABSTRACT	IX
TABLolar LİSTESİ	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
GRAFİKLER LİSTESİ	XII
KISALTMALAR LİSTESİ	XIII
GİRİŞ.....	1-3

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ORGANİK TARIM SİSTEMİ	4-14
1.1. Organik Tarımın Tanımı	5
1.2. Neden Organik Tarım	7
1.3. Organik Tarımın Amacı.....	9
1.4. Organik Tarım İlkeleri	9
1.5. Organik Tarım Avantajları	11
1.6. Organik Tarım Dezavantajları	11
1.7. Organik Tarım Üretiminde Temel Problemler	12
1.8. Tüketiciler Açısından Organik Tarım Ürünlerine Yönelim Nedenleri.....	12
1.9. Doğal Kaynakların ve İnsan Sağlığının Korunması	14

İKİNCİ BÖLÜM

2. ORGANİK TARIMIN TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ	15-31
2.1. Avrupa Birliği'nde Organik Tarımın Gelişimi	18

2.2. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi.....	25
2.3. Organik Tarıma Verilen Destekler	29
2.4. Organik Tarım Sistemindeki Uluslar Arası Kuruluşlar	29
2.4.1. Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM).....	29
2.4.2. Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örgütü (FAO).....	30
2.4.3. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC).....	30
2.4.4. Organik Ticaret Birliği (OTA)	31

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE ORGANİK TARIMSAL ÜRÜNLERİN ÜRETİMİ	32-59
3.1. Organik tarım ürününün özellikleri	32
3.1.1. Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu	33
3.1.2. Organik Tarım Ürünlerinin İşlenmesi ve Ambalajlanması	35
3.1.3. Organik Tarım Ürünlerinin Etiketlenmesi ve depolanması	35
3.2. Dünya’da Organik Tarımsal Üretim	37
3.3. Avrupa Birliği Ve Organik Tarım Uygulamaları	39
3.4. Türkiye Ve Organik Tarım Uygulamaları	40
3.5. Dünya’da Ve Türkiye’de Organik Tarım Ticareti	47
3.6. Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) ve Organik Ürünler	57

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE’DE ORGANİK ÜRÜN PAZARI VE GELİŞTİRME İMKÂN LARI	60-76
4.1. Türkiye’de Organik Ürün Talebi.	60
4.2. Organik Tarımsal Ürünlere Yönelik Tüketici Reaksiyonları	61
4.3. Türkiye’de Organik Ürün Yatırımına Bakış	62
4.4. Görünmeyen İhracat	63
4.5. Organik Ürün Pazarlama Durumu	66
4.6. Türkiye’de Organik Ürün İç Pazar Potansiyeli	73

SONUÇ VE ÖNERİLER	77
YARARLANILAN KAYNAKLAR	81
ÖZGEÇMİŞ	86

ÖZET

Dünya genelinde yaşanan hızlı nüfus artışı, gıda gereksiniminin artması sonucunu doğurmuş ve üreticileri kısa sürede daha fazla çıktı sağlamak amacıyla yoğun kimyasal girdi kullanımına yöneltmiştir. Ancak bu girdilerin ekolojik sistemde yol açtığı aşınmaların hissedilmeye başlanması ve insan ve hayvan sağlığı üzerinde yarattığı ciddi hastalıkların yaygınlaşması özellikle Avrupa ülkelerinin dikkatini çekmiştir. Yaşanan bu gelişmeler ekolojik dengeyi bozmadan üretimi sağlayacak sistemlerin geliştirilmesini gerekli kılmış ve geliştirilen sistemler arasında 'Organik Tarım Sistemi'ni ön plana çıkarmıştır.

Organik tarım, sadece miktar değil kalite artışını hedefleyen ve bunu tarım ilaçları, hormonlar ve mineral gübrelerin kullanımını yasaklaması yanında, organik ve yeşil gübreleme, toprağın muhafazası, bitkinin direncini artırma gibi yollarla gerçekleştirmeyi amaçlayan alternatif bir üretim şeklidir.

Ülkemiz sahip olduğu potansiyelin çok gerisinde kalarak bünyesinde barındırdığı ekolojik tarım üstünlüğünü henüz ortaya koyamamıştır. Bu gerçekler ışığında uygulanacak tarım politikalarının, bölgesel ihtiyaçlara cevap verme derecesinin yüksek olması gerekmektedir. Bu süreçte, kırsal kalkınmanın hedeflenen düzeyde gerçekleştirilmesi için üretici ve tüketicilerin organik tarım bilincinin yükseltilmesi son derece önemlidir.

Bu konuda ilerlemek için yoğun bir çaba gösterme gerekliliği ortadadır. Yine de Türkiye, toprakları ve iklimi ile bir tarım ülkesi olduğu için organik tarımsal üretimden büyük pay alabilir konumdadır.

Bu çalışmanın amacı dünyada organik tarımın yeri ve Türkiye'nin organik tarım potansiyelini ve geleceğini incelemektir.

Anahtar kelimeler: Organik tarım, Kırsal kalkınma

ABSTRACT

Rapid population growth leads to an increase in the need of nourishment. Hence, the producers tend to use more chemical inputs in order to get more and faster outputs. However, it is realized the bad results of these inputs on the ecological system and also it has caused to serious illnesses on people and animals. These negative factors are realized by the European countries. Then, they make it essential to produce new systems which are not harmful to the ecological balance. Moreover, among the developed systems “Organic Agriculture System” comes into prominence.

Organic agriculture not only aims to increase the quantity but it also aims to increase the quality. Moreover, it forbids the use of pesticides, hormones and fertilizers. And also, it encourages the use of organic and green manures. Also it aims to increase the plants strength and soil conservation.

Unfortunately, our country has gotten far behind in its potential and has not proved its own ecological agriculture superiority yet. In the light of these facts, the agricultural policies that are to be followed should have a high degree to respond the regional needs. In this period, in order to meet the targets of the rural development, it is essential to increase the organic agricultural awareness of the producer and the consumer.

The need to work hard to advance this issue is clear. Nevertheless, Turkey land and climate is an agricultural country with a large share of organic agricultural production to take position.

This study aims to examine position in the world of organic agriculture and the potential and the future of organic agriculture in Turkey.

Keywords: Organic Agriculture, Rural Development

TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Bazı Organik Ve Geleneksel Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları	4
2	Bazı AB Ülkelerinde Ürün Ve Ürün Grupları İtibariyle Organik Üretimin Toplam Üretim Payı	22
3	Genel Organik Tarımsal Üretim Verileri (Geçiş Süreci Dahil)	24
4	Bölgelere Ait Üretici Alanı Oranları (%- 2008 Yılı Verileri).....	25
5	Türkiye'nin Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi	42
6	Türkiye'de Bölgelere Göre Organik Tarım Ve Organik Tarım Geçiş Süreci	44
7	Global Düzeyde Organik Ürünlerin Ürün Gruplarına Göre Payları	46
8	Bazı Ülkelerin Organik Üretim Göstergeleri	49
9	Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Organik Ürün İhracatı	53
10	2008 Yılı Organik Ürün İthalatı.....	54
11	Türkiye'de Ticarete Konu Olan Hayvansal Organik Ürün Üretim Değerleri (Ton)	55
12	Türkiye'de Üretimi Gerçekleştirilen Bazı Organik Tarım Ürünlerine Genel Bakış	56
13	Türkiye'de Organik Tarımsal Ürünler Üretimi (Miktar: Ton)	64
14	Bazı Ülkelerde Organik Gıda Ve İçeceklerin Pazarlama Kanalları (%).....	68
15	Tüketicinin Taze Meyve-Sebze Satın Alım Nedeni	70

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Şekil Nr.</u>	<u>Şekil Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Organik Ürün Logo Örnekleri	35

GRAFİKLER LİSTESİ

<u>Grafik Nr.</u>	<u>Grafiğin Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	1985–2005 Döneminde Avrupa Birliği’nde Organik Tarım	18
2	Organik Üretime Ayrılan Sahalara Göre Kıtaların Payları(2009)	20
3	Organik Tarım Arazilerinin Büyüklüğü (2009)	21
4	Dünyada Organik Tarımda Önde Gelen 10 Ülke Ve Üretim Payları	23
5	Yıllar İtibariyle Dünyada Organik Tarım Arazilerinin Gelişimi	36
6	Tarım Arazilerinde Organik Tarımsal Arazi Payının En Yüksek Olduğu Ülkeler	38
7	Tarımsal Dış Ticaret	41
8	Organik Tarımsal İhracat 1998-2009	41
9	Türkiye’de Üretilen Organik Ürün Çeşidi (1996-2008)	45
10	Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretici Sayısı	50
11	Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretim Miktarı	51
12	Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretim Alanı	51
13	GDO Ekim Alanları	57

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
EFTA	: Avrupa Serbest Ticaret Birliği (The European Free Trade Association)
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu
FAO	: Gıda ve Tarım Örgütü (Food and Agriculture Organization)
FIBL	: Organik Tarım Araştırma Enstitüsü (Research Institute of Organic Agriculture)
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
IFOAM	: Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (The International Federation of Organic Agriculture Movements)
ISO	: Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu (The International Organization for Standardization)
KDV	: Katma Değer Vergisi
OTA	: Organik Ticaret Birliği (The Organic Trade Association)
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
SOEL	: Ekoloji ve Tarım Vakfı (The Foundation Ecology & Agriculture)
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (The United Nations Conference on Trade and Development)
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü (The World Health Organization)
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü (The World Trade Organization)
TL	: Türk Lirası
\$: Amerikan Doları

GİRİŞ

Tüm dünya ülkelerinde yaşanan hızlı nüfus artışı, gıda gereksiniminin artması sonucunu doğurmuş ve kâr maksimizasyonunu hedefleyen tarım ürünü üreticilerini kısa sürede daha fazla çıktı sağlamak amacıyla yoğun kimyasal girdi kullanımına yöneltmiştir. Ancak üretimi ve kârı arttıran kimyasal girdilerin ekolojik sistemde yol açtığı aşınmaların hissedilmeye başlanması, konvansiyonel tarımın insan ve hayvan sağlığı üzerinde yarattığı ciddi hastalıkların yaygınlaşması özellikle Avrupa ülkelerinde çevreye duyarlı üreticilerin dikkatini çekmiştir. Yaşanan bu gelişmeler ekolojik dengeyi bozmadan, çevreyi kirletmeden üretimi mümkün kılacak alternatif sistemlerin geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Geliştirilen sistemler arasında en parlak geleceği vadeden sistemin 'ORGANİK TARIM SİSTEMİ' olduğu gerçeğinin fark edilmesi tarımın yeniden yapılandırılması sürecinde önemli bir mihenk taşının keşfedilmesini sağlamıştır.

Ekolojik Tarım, hatalı uygulamalar sonucunda kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içermekte olup esas olarak sentetik kimyasal tarım ilaçları, hormonlar ve mineral gübrelerin kullanımını yasaklaması yanında, organik ve yeşil gübreleme, toprağın muhafazası, bitkinin direncini artırma, doğal düşmanlardan faydalanmayı tavsiye eden, bütün bu olanakların kapalı bir sistemde oluşturulmasını öneren, üretimde sadece miktar artışının değil aynı zamanda ürün kalitesinin de yükselmesini amaçlayan alternatif bir üretim şeklidir.

Gelişmiş ülkelerde organik tarıma geçiş, sağlıklı yaşam bilincinin artması sonucu büyük bir ivme kazanmış ve organik ürün talebi tabandan başlayan bir gelişme göstermiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bu süreç, dışarıdan gelen yoğun taleple organik ürün arzının kademeli olarak artışı şeklinde yaşanmıştır. Ülkeler arasında organik tarım ürünleri ticaretinin geliştirilebilmesi, ihracatçı ülkelerin bölgesel ve uluslararası standartlar ile birlikte ithalatçı ülkenin ilgili yasal düzenlemelerine uyum sağlamasına bağlıdır. Organik ürün talebinde yaşanan bu artış, yerel kaynak kullanımında produktivitenin

sağlanması ve kırsal kesimde üretimde maksimum verim sağlayacak tarım politikalarını gerekli kılmıştır.

Tüm dünya ülkelerinde giderek artış gösteren organik gıda pazarında, ülkemiz sahip olduğu potansiyelin çok gerisinde kalarak bünyesinde barındırdığı ekolojik tarım üstünlüğünü henüz ortaya koyamamıştır. Dolayısıyla tarımın yeniden yapılandırılması sürecinde yerel potansiyelimizin değerlendirilmesi, doğal ve kültürel varlıklarımızın korunması amacıyla kırsal kalkınmaya önem verme gereğimiz aşikârdır. Bu gerçekler ışığında uygulanacak tarım politikalarının, bölgesel ihtiyaçlara cevap verme derecesinin yüksek olması gerekmektedir. Bu süreçte, kırsal kalkınmanın hedeflenen düzeyde gerçekleştirilmesi için üretici ve tüketicilerin organik tarım bilincinin yükseltilmesi son derece önemlidir.

Türkiye'nin de tüm dünyada hızla ivme kazanan bu pazardan pay alabilmek için ivedilikle çaba göstermesi gerekmektedir. Söz konusu çalışmaların dış pazarın yanı sıra iç pazarı da kapsamı gerekmektedir organik tarım ürünlerinde üretim artışının sağlanması amacıyla etkin ticaret politikaları ile bütünsel bir yapı oluşturulması önem arz etmektedir.

Bu çerçevede tezin amacı, organik tarım sisteminin nitelikleri ve organik tarım ürünleri ticaretini tarihsel gelişim içinde ele alarak Türkiye'deki mevcut durumu ve organik tarımsal üretim potansiyelini ortaya koymak üzere incelemektir.

Birinci bölümde, organik tarım sisteminin tanımı, amacı, ilke ve kapsamı ele alınarak sahip olduğu avantaj ve dezavantajlarla sistem hakkında genel bir çerçeve ortaya konulmuştur.

İkinci bölümde, organik tarım sisteminin ortaya çıkışı ve tarihçesi incelenerek sistemin uluslararası platformda sahip olduğu destekleyici ve düzenleyici kurumlar üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölümde ise organik tarım sisteminin dünya'daki görünümü ortaya konularak sistemin işlerlik ve sürdürülebilirlik bakımından sahip olduğu konum ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Son olarak, dördüncü bölümde Türkiye'nin organik ürün pazarının hali hazır yapısı ve karşı karşıya olduğu pazar engelleri açıklanarak, söz konusu pazarın geliştirilebilmesi amacıyla uygulanabilecek alternatif çözüm önerileri ile bir yol haritası çizilmeye çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ORGANİK TARIM SİSTEMİ

Sanayi devriminden sonra yaşanan teknolojik gelişmeler ve hızlı nüfus artışı, tarımsal üretimi arttırma gerekliliğini ortaya çıkarınca yoğun kimyasal madde kullanımı yaygınlaşmıştır. Ancak kontrolsüz ve yüksek dozda gerçekleştirilen uygulamalar doğada ve dolayısıyla insan sağlığı üzerinde onarılması güç yaralar bırakmıştır. Yaşanan bu süreçte birim alandan maksimum çıktı sağlanırken ürün kalitesi, tarım sistemlerinin devamlılığı, ekolojik denge ve beraberinde yaşanacak olan bir çok sorun göz ardı edilmiştir (Özaslan, 2006).

Artan nüfusun gıda gereksinimini karşılamak için başvurulan ve “Yeşil Devrim” olarak adlandırılan konvansiyonel tarım, göz ardı ettiği sorunların yanı sıra tarımsal üretimi arttırmış olsa da dünyadaki açlık sorununa bir çözüm getirememiştir. Uygulanan yoğun kimyasal tarım sistemlerinin yarattığı tahribat geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinde daha net bir şekilde gözlemlenmeye başlanmıştır. Çevre kirliliği, salgın hastalıklar ve toprağın yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalması, tarımda sürdürülebilirliği ve kaybolan ekolojik dengenin yeniden sağlanabilmesi amacıyla alternatif tarımsal üretim sistemleri arayışını başlatmıştır (Turhan, 2005).

Alternatif tarım sistemi arayışları, çevre dostu ve doğaya duyarlı bir üretimi benimseyen organik tarım uygulamalarına doğru bir yönelim doğurmuştur. Organik tarım sisteminin vaadettiği geleceğin bir çıkış yolu olduğu fark edilince tüm dünya ülkelerinde söz konusu tarım sistemine ilişkin ortak bir bilinç oluşturma çabaları başlamıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda organik ürün talebi artmış ve özellikle gelişmekte olan ülkeler için yeni pazar olanakları ortaya çıkmıştır. Ancak söz konusu ürünlerin üretim maliyetlerinin fazla olması ve üretim sürecinin uzun sürmesi dolayısı ile konvansiyonel tarım ürünlerinden daha pahalı fiyatlarla satılması organik ürün ticaretinin yaygınlaşmasındaki en önemli engel haline gelmiştir.

Tablo 1: Bazı Organik ve Geleneksel Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları

Ürün Çeşidi	Organik Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları	Geleneksel Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları	Fiyat Farkı
Fındık kg	44,00	22,00	22,00
Bakla 500 gr	5,15	2,10	3,05
Bulgur kg	8,00	2,75	5,25
Kuru kayısı 250 gr	6,00	2,00	4,00
Mercimek kg	12,00	5,00	7,00
Kuru incir 250 gr	6,10	3,00	2,90
Nohut kg	8,40	4,00	4,40
Kuru üzüm 200 gr	4,00	1,50	2,50
Kuru fasulye 500 gr	5,30	3,90	1,40
Pirinç 500 gr	6,00	3,00	3,00
Zeytinyağı 500 gr	37,00	14,90	22,1
Bal 400 gr	55,00	20,00	35,00
Ceviz kg	90,00	40,00	50,00

Kaynak: www.binbirorganik.com ve www.kangurum.com

Tablo 1’de de görüldüğü gibi geleneksel ve organik ürünler arasında %100’leri aşan bir fiyat farkı söz konusudur. Bu fark her ne kadar maliyet unsurlarından kaynaklansa da organik ürün talebinin gelişmesindeki en önemli engellerdendir.

1.1. Organik Tarımın Tanımı

Doğa dostu olma özelliği herkes tarafından kabul edilen organik tarım, temelde ekolojik denge ve ekonomik olarak kendi kendine yeterliliği bir araya getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır.

Bu yaklaşım ekolojik dengenin kurulduğu, toprak produktivitesinin sürdürülebildiği, hastalık ve buna sebep olabilecek zararlıların denetim altına alınarak canlı devamlılığının sağlandığı, optimum kaynak kullanımı ve verimliliği öngören bir tarımsal üretim sistemini ifade etmektedir (Ak, 2004).

T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nın tanımına göre "Ekolojik tarım, üretimde kimyasal girdi kullanılmadan üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimidir." (www.tarım.gov.tr).

ABD Tarım Dairesi Ulusal Organik Standartlar Kurulu ise organik tarımı "Biyolojik çeşitliliği, biyolojik döngüleri ve toprağın biyolojik aktivitesini destekleyen ve güçlendiren ekolojik bir yönetim sistemi" şeklinde tanımlar (www.tarım.gov.tr).

WHO/FOA Gıda Kodeksi Ekolojik Gıda Anahtarı'na göre de "Ekolojik tarım, ekosistemin sağlığı ile birlikte biyolojik dönemleri ve toprağın biyolojik faaliyetlerini teşvik eden ve geliştiren bir üretim yönetim sistemidir." (www.tarım.gov.tr).

Yapılan tanımlardan yola çıkarak ekolojik tarım, çevreye yansıtacak zararın olabildiğince azaltıldığı yöntemlerin kullanılması ile gerçekleştirilen, üretim tüketim zincirinin her aşamasında yetkili kuruluşların denetimine tabi tutulan tarımsal yönetim sistemi olarak tanımlanabilir.

Ekolojik tarımsal üretim sisteminin hedeflenen sonuçlara ulaşabilmesi için yönetim ve planlama aşamalarında uyulması gereken bazı ilkeler vardır;

- Tarımsal üretimin çevreye yansıtacağı kirliliğin minimum düzeye indirilmesi
- Tarımsal üretim kaynaklarının ve gıda ürünlerinin insan sağlığına zararlı mikroplardan korunması
- Tarımsal üretim yapılan alanlarda doğal hayat ve canlı çeşitliliğinin korunması
- Ekolojik üretim yapan çiftliklerde çalışma ortamının güvenliğinin ve çalışanların ücret tatmininin sağlanması
- Ekolojik ürün çeşitliliğinin sağlanması yoluyla tam bir ekolojik ürün zincirinin oluşturulması
- Ekolojik tarım ve sanayi entegrasyonunun sağlanarak ekolojik üretimin sürdürülebilirliğinin sağlanması
- Geri dönüşümlü materyaller kullanılarak su ve toprağın muhafaza edilmesi
- Sınırlı suyun tasarruflu kullanılması ile yenilenebilir doğal kaynakların aşındırılmaması (Aksoy, 1999).

1.2. Neden Organik Tarım

Birim alandan maksimum çıktı sağlayan konvansiyonel tarım sistemi sayesinde üretim artışı sağlansa da sistemin yol açtığı çevre kirliliği, insan yaşamı için ciddi tehditlerle karşı karşıya kalınmıştır. Açlık sorununa çözüm ararken başvurulmuş bu yol, ekolojik dengenin bozulması pahasına devam ettirilirken dünya nüfusunun yaklaşık 1/3'ünün hâla açlık sorunu ile karşı karşıya olması daha fazla zaman kaybetmeden köklü bir sistem değişikliğine duyulan gerekliliği ortaya çıkarmıştır. Yaşanan farkındalık tüm dünya ülkelerinin dikkatini organik tarım sistemine doğru yönlendirmiştir (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi [İGEME], 2008).

Konvansiyonel tarımda uygulanan monokültür üretim metodu ile aynı toprağa sürekli aynı ürünün ekilmesi toprağın sömürülmesine ve zamanla bir atık haline gelmesine neden olurken organik tarımda uygulanan münavebe yani ekim nöbeti metodu toprak sağlığını muhafaza etmenin yanı sıra verimliliğini de arttırmaktadır.

Türkiye'deki tarım arazilerinin parça parça küçük arazilerden oluşması, arazi sahiplerinin sermaye yetersizliği ve örgütlenmede yaşanan zorluklar organik tarımın uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Söz konusu zorlukların birtakım devlet destekleri ile aşıldığı arazilerde ise düşük maliyetle kaliteli ürün üretimi sağlandığı gözlemlenmiştir. Kimyasal madde kullanımının sadece organik tarım uygulama esaslarına göre izin verilen ölçüde olması da çalışanlar üzerinde oluşabilecek sağlık sorunlarını en aza indirmektedir. Bunların yanı sıra konvansiyonel tarım sistemlerinde kullanılan kimyasalların maliyetleri yükselttiği göz ardı edilemeyecek bir durumdur. Bu maliyetler, doğayla uyumlu yöntemlerin kullanıldığı organik tarımsal üretimde daha düşüktür (www.orguder.org.tr/tarim.html).

Organik tarım uygulamaları konvansiyonel tarım uygulamalarının aksine yaban hayatı ve biyoçeşitliliği koruma ilkesini benimsemiştir. Bu yaklaşımdan yola çıkarak su ve enerji tüketiminde tasarrufa gidilerek üretim kaynaklarının verimli kullanımı sağlanmaktadır. Organik üretim sürecinin her aşamada kontrolü yapıldığı için organik tarım uygulama esaslarının dışına çıkılarak üretim yapılması engellenmektedir. Bu esaslar çerçevesinde ürünlerin ışınlanmasına müsaade edilmemekte ve genetiği değiştirilmiş

organizmalarla (GDO) üretilmiş olan girdi materyalleri kullanılmamaktadır. Böylece ürünlerin doğal yapılarında bir bozulmaya yol açmadan kaliteli ve sağlıklı ürünler üretilmektedir. Organik tarım sistemi sağlıklı bir nesil vaat etmekle kalmayıp köyden kente göçü en aza indirmekle kendi kendine yeterli bir kırsal kesim yaratmayı hedeflemektedir (www.orguder.org.tr/tarim.html). Bu süreçte, kırsal kalkınmanın hedeflenen düzeyde gerçekleştirilmesi için üretici ve tüketicilerin organik tarım bilincinin yükseltilmesi son derece önemlidir. Söz konusu bilincin arttırılmasında yaratıcı pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra öngörülen bir diğer yöntem ise TATUTA adı verilen tarım turizmi projesidir.

TATUTA (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi Ve Gönüllü Bilgi Ve Tecrübe Takası) projesi, ülkemizde geçimlerini tarımla sağlayan ailelere finansal destek, gönüllü emek ve bilgi desteği sağlayarak organik tarımın geliştirilmesine yöneliktir. 2003 yılında başlatılan proje ile ekolojik çiftliklerin deneyimli kişilerle bir araya getirilmesi yoluyla bilgi ve tecrübe alışverişi sağlanmaktadır. Bu proje sayesinde organik tarım bilincinin yaygınlaşması kırsal kalkınmanın hedeflenen noktaya ulaştırılmasını sağlayacaktır.

Kısaca özetlenirse;

- Kimyasal girdi kullanımının ekolojik dengeye yönelik olumsuz etkilerini ortadan kaldırarak mevcut ve gelecek nesiller için sağlıklı bir dünya yaratma hedefi
- Kullanılan doğa dostu girdilerle toprağın yapısını bozmadan kaliteli ve sağlıklı ürün elde etme imkânı
- Doğal yapısı bozulmayan toprağın erozyon riskinin az olması
- Yaşam kaynağı olan suyun kirlenmemesi ve kalitesinin korunması
- Üretimde gerekli olacak enerji temininin doğa ile uyumlu yenilenebilir kaynaklarla temin edilmesi sayesinde enerji tasarrufu sağlanması
- Kimyasallardan uzak bir çalışma ortamı sayesinde güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı imkânı tanınması
- Kırsal kesimde istihdam olanaklarını arttırarak gelir artışı yaratması
- Kendi kendine yeterli bir kırsal kesim yaratarak köyden kente göçü azaltması

- Ekonomiye marjinal gelir getirmesi ve ekonomiyi geliştirmesi ‘neden organik tarım?’ sorusunun cevapları olarak sıralanabilir (www.orguder.org.tr/tarim.html).

1.3. Organik Tarımın Amacı

Organik tarımsal üretim sürecinde hedeflenen en temel nokta doğanın korunması ve ekolojik dengeye zarar vermeden üretim yapmaktır. Organik tarımsal üretimin başlıca amaçları şunlardır:

- Tarımsal üretim faaliyetlerinin yol açtığı kirliliği en aza indirmek
- Ekolojik dengeyi bozmayacak şekilde doğa dostu üretimi gerçekleştirmek
- Doğadaki canlıların sağlığını tehlikeye düşürecek uygulamalardan kaçınmak
- Toprağın doğal yapısını muhafaza ederek toprağın yok olmasını engellemek
- Doğada var olan biyoçeşitliliği korumak ve devamlılığını sağlamak
- Bozulmuş olan ekolojik dengeyi yeniden kurmak ve kurulan dengeyi bozmayacak şekilde doğa dostu üretimi gerçekleştirmek
- Hayvansal üretim ve bitkisel üretimin birbiriyle etkileşimli bir şekilde yapılmasını sağlamak
- Organik ürün üreten işletmelerde kendi kendine yeterliliği sağlamak ve çalışanlar için sağlıklı bir çalışma ortamı yaratmak
- Tarımın ekonomik, sosyal ve çevresel boyutunu bir arada düşünerek hedeflenen amaçlara reel anlamda ulaşabilecek politikalar üretmek (Sayın, 2002).

1.4. Organik Tarımın İlkeleri

Organik tarım sisteminin üç temel ilkesi;

- Doğa dostu üretim
- Kapalı üretim sistemi
- Ekim nöbeti (münavebe) uygulamalarından oluşur (www.izmir-tarim.gov.tr).

Organik tarımsal üretim sisteminde hayvansal ve bitkisel ürünler için farklı standartlar kabul edilmiş ise de IFOAM (Uluslar Arası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu) organik tarım için bazı ortak ilkeler belirlemiştir. Bunlar;

- Organik tarım ile uğraşan işletmelerde kendi kendine yeterliliği sağlamak için insan-toprak-hayvan-bitki döngüsünün uyumlu hammaddelerle yapılması ve girdilerin olabildiğince yakın bir çevreden temin edilmesi
- Toprak verimliliğinin düşük olduğu zamanlarda yapılacak olan toprak iyileştirme çalışmalarında organik gübreleme ve münavebe uygulamaları ile toprağın doğal yapısını bozmayacak yöntemlerin tercih edilmesi
- Organik ürün üretiminde produktivite artışı için yapılacak uygulamalarda ürün kalitesi önceliğinden vazgeçilmemesi
- Organik tarımsal ürün üretimi için gerekli olan enerji ihtiyacının güneş ve rüzgar enerjisi gibi doğal yöntemler kullanılarak giderilmesi
- Bitkisel üretimde karşılaşılabilecek hastalık ve zararlılarla mücadelede çok yıllık bitkiler için bitki altına ve/veya aralarına ekim yapılması, münavebe uygulamalarında kullanılacak olan karışımda baklagil miktarının yüksek tutulması, uygun ekim zamanı ve aralıkların ayarlanması gibi çalışmalarla bitki direncinin artırılması (http://ciftci.ksu.edu.tr/dokumanlar/organik_tarim.html).

Bu ilkelerden farklı olarak;

Sağlık ilkesi: Organik tarımın toprak-bitki-hayvan-insan birliğinin sağlığını bozmaması ve geliştirmesini ifade eder.

Ekoloji ilkesi: Organik tarımın ekolojik denge ile uyumlu materyallerle çalışmasını ve ekolojik denge devamlılığını aksatmamasını ifade eder

Hakkaniyet ilkesi: Organik tarım uygulama sürecinde sosyal sorumluluğun gözü ardı edilmemesi ve hakkaniyet içeren ilişkilerin gözetilerek sürekliliğinin sağlanması

Özen gösterme ilkesi: Organik tarımsal üretim yapılırken sadece içinde bulunulan zamanda ortaya çıkabilecek tehlikeler için önlem almakla kalmayıp gelecekte oluşabilecek zararları da göz önünde bulundurmaya ifade eder.

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

1.5. Organik Tarımın Avantajları

- Konvansiyonel tarımda kullanılan kimyasal gübre gibi fiyatları günden güne artan girdilerin izin verilen ölçüde kullanılması nedeniyle girdi maliyetlerini düşürmesi
- Uygulanan sözleşmeli üretim sistemi ile üretilen ürünlerin tamamına alım garantisi verilmesi
- Ekolojik ürün ihracat fiyatlarının yurtiçi piyasa fiyatlarından yaklaşık %10-20 oranında yüksek olması
- Gelişmekte olan ülkelerin sahip olduğu arazilerin çoğunun organik tarıma uygun olması dolayısıyla organik tarıma geçişin kolay olması
- Yeni istihdam alanları yaratarak işsizlik sorununun çözümünde önemli katkılar sağlaması (www.izmir-tarim.gov.tr).

1.6. Organik Tarımın Dezavantajları

Yıllar itibariyle ülkemizde tarımsal ürünlerin arz miktarında yaşanan dalgalanmalar dikkat çekmektedir. Artan ve gençleşen nüfus, tüketim miktarı ve talep edilen ürünlerin çeşitliliğindeki artış, komşu ülkelerin çoğunun tarımsal ürün talep etmesi gibi sebeplerden dolayı tarımsal ürün arz miktarının önemi artmaktadır. Bu sebepten dolayıdır ki tarımsal ürün veriminde bir azalmaya neden olabileceği için organik tarımın kısa vadede gelişmesi zor görünmektedir. Sistemin karşı karşıya olduğu diğer dezavantajlar şunlardır;

- Üretilen organik ürünlerin yurtiçi piyasada pazarlanmasında tüketicilerdeki organik tarım bilincinin yaygınlaşmaması dolayısıyla ile güçlüklerle karşılaşılması.

- Tanıtım ve ortak bilinç oluşturma noktasında gerek gönüllü gerekse uzman elemanların olmaması
- Çok ve küçük parçalı tarım arazilerinin çokluğu dolayısıyla yakın arazilerde yapılan konvansiyonel tarım uygulamalarının yol açtığı zararların organik tarım yapılabilecek yerleri olumsuz etkilemesi (www.izmir-tarim.gov.tr).

1.7. Organik Tarım Üretiminde Temel Problemler

- Organik tarımsal üretimde kullanılacak olan girdilerin kıt olması nedeniyle fiyatlarının pahalı olması
- Organik tarım ilaç sektörünün altyapı eksiklikleri
- Organik ürün tüketim bilincinin oluşturulmaması nedeniyle organik ürün iç pazar talebinin az olması
- İç pazar talebinin yetersiz olması nedeniyle ihracat yapamayan üreticilerin zor durumda kalması ve ürünlerini konvansiyonel ürünlerle aynı fiyatlardan satmak zorunda kalmaları
- Organik üretimin yaklaşık %95'inin ihracata yönelik olması dolayısıyla yurt içinde sağlıklı ürün kullanımının yaygınlaştırılmaması
- Üretici bilinçlendirme çalışmalarının ve bu konuda yetiştirilmiş teknik elemanların yetersizliği.
- Sertifikasyon firmalarının merkezlerinin çoğunun İzmir'de bulunması sebebiyle denetim hizmetlerinin Anadolu'da yüksek maliyetli bir yapı içermesi
- Organik üretim bilincinin oluşturulamaması nedeniyle zaman zaman yüksek kâr amacıyla ilaç kullanımında istismarların yaşanması (İstanbul Ticaret Odası [İTO],2008).

1.8. Tüketiciler Açısından Organik Tarım Ürünlerine Yönelim Nedenleri

Yaşanan kronik ve salgın hastalıklar gıda güvenliğinin ivedilikle dikkate alınması gerekliliğini ortaya çıkarınca tüketim eğilimlerinde ciddi değişiklikler oluşmuştur. Tüketiciler artık daha kaliteli ve sağlıklı ürünler tüketmeyi istemekle kalmayıp yaşadıkları çevreyi de aşındırmadan üretilebilecek ürünleri talep etmeye başlamıştır. Geç kalınmış olsa da insan sağlığına verilmeye başlanan önem konvansiyonel tarım uygulamalarının insan

vücudunda yol açtığı hastalıkların daha fazla görmezden gelinemeyeceği gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Ancak uygulamada hâla bir çok üretici ürün niteliğine değil niceliğine önem verdiği için bir çok bölgede kimyasal girdi kullanımına devam edilmektedir (Gök, 2008).

Çevreye ve insan sağlığına duyarlı kesimlerin çabaları ile bir ürünün maksimum vitamin içermesi için bu tür ilaç ve kimyasal gübrelere uzak durulması gerekliliği çeşitli çalışmalarla anlatılmaya çalışılmaktadır. Bu konudaki ortak bilincin oluşturulması her ne kadar zor gözükse de çalışmaların başarıya ulaştığı bölgelerde kimyasal girdi kullanımını azaltılarak organik tarım uygulamaları tercih edilmeye başlanmıştır (Kırmacı, 2003).

Tüketicilerin organik ürünlere yönelim sebepleri genel olarak;

- Organik tarımsal üretim metotlarının toprağın doğal yapısını bozmaması
- Toprak kayıplarını en aza indirgeyerek erozyonu önlemesi
- Hayat kaynağı olan suyun kirletilmeden üretim yapılması
- Biyoçeşitliliği koruması ve geliştirmesi
- Kimyasal içermeyen ürün yaratmak için genetiği değiştirilmiş organizmaları (GDO) bulandırmayan tohumların kullanılması
- Sözleşmeli üretim sistemi ile üretim sonrasında ürün alım garantisinin verilmesi
- Sertifikasyon uygulamaları ile güvenilir gıda garantisinin sağlanması
- Kimyasal ilaç kullanımının ortadan kaldırılması nedeniyle bu ilaçları uygulayan kişilerin karşı karşıya olduğu ölümcül hastalık riskini en aza indirgemesi
- Bitkisel ve hayvansal üretimde kullanılan pestisit ve antibiyotiklerden kaynaklanan sağlık sorunlarını ortadan kaldırması
- Kapalı sistem üretim metodu sayesinde dışarıya bağımlılığı en aza indirgemesi
- Organik tarımsal üretimin yapıldığı çiftliklerde eko-turizm uygulamaları sayesinde doğa ile baş başa kalma imkânının sağlanması olarak sıralanabilir (Atlı, 2005).

1.9. Doğal Kaynakların ve İnsan Sağlığının Korunması

Gelişen toplumlarda artan çevre bilinci konvansiyonel tarım uygulamalarının yol açtığı zararların engellenmesi ve insan sağlığının daha ciddiye alınması gerekliliğinin farkındalığına yol açmıştır.

Organik tarımsal üretim teknikleri sayesinde toprak kaybının en aza indirilmesi yolu ile erozyon tehlikesinin önüne geçilmektedir. Ayrıca organik ürün tüketimi ile insan sağlığının korunması sağlanabilmektedir (Gök, 2008).

İKİNCİ BÖLÜM

2. ORGANİK TARIMIN TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ

Amerikalı bilim adamı F.H.King'in kaleme aldığı ve 1911 yılından yayınlanan "40.yüzyılın çiftçileri" adlı kitabı yayınlandığı günden bu güne kadar organik tarımla ilgili çok sayıda çalışma için temel teşkil etmiştir. Üreticiden tüketiciye kadar bütün basamaklarda kalkınmanın artmasını hedef alan organik tarım yönteminin zaman içerisinde kat ettiği yol analiz edildiğinde, 19. yüzyılın başlangıcında Avrupa temelli öncülerin bir kısmının üretimi, yani toprak verimliliğini artırma arayışlarına değişik yaklaşımlar göstererek organik üretim metodunun temelini attıkları görülmektedir. Bu sebeple organik üretim metodunun tarihine ilişkin veriler 100 yıl öncesine dek uzanmaktadır (Aksoy, 2001).

İngiltere de 19. yüzyılın başlarında organik tarım görüşünün oluşturulmasıyla bu konudaki çalışmalar başlamış Albert Howard'ın "Tarımsal Vasiyetnamesi"nin 1940 yılında yayınlanması ile süreç devam etmiştir. İngiltere dışındaki Avrupa ülkelerinde ise ekstansif tarıma alternatif amacıyla yapılan araştırmalarda özellikle Dr. Rudolf Steiner'in çalışmaları dikkat çekmiştir. Önemli bir diğer arayış ise 1930'lu yıllarda İsviçre'de yapılmıştır. Dünya savaşları süresince gündemde olan organik tarım özellikle 19. yüzyılın ortasından sonra makineleşme, gübreler ve kimyasal ilaçların kullanımı ile gölgelenmiş sağlanan desteklemeler ve ekonomik kolaylıklar savaş sürecinin sonunda insanlığın ana hedefinin ucuz gıda üretebilmek şeklinde değişmesiyle birlikte organik tarım metodu önemini yitirmiştir. Avrupa birliğinin temelini oluşturan Avrupa Topluluğu'nun oluşması ve benimsediği tarımsal destekleme politikaları ile 1970'de kimyasal içerikli gübrelerin ve pestisitlerin keşfi de bu gelişmelere katkı sağlamıştır (Aksoy, 1999).

Zamanla sanayideki ve teknolojiye paralel olarak tarımdaki değişim de hız kazanmıştır. 1960 ve 70'li yıllarda dünya genelinde yaşanan hızlı nüfus artışı ile "Yeşil

Devrim'' adı verilen tarım uygulamaları başlamıştır. Bu süreçte temel olarak topraktan maksimum verim elde edilmesi hedeflenmiş bu üretimi sağlamak için kullanılması öngörülen mineral özellikli gübreler ve tarım ilaçlarının kullanımı artmıştır. Ancak zamanla öncelikle gelişmiş ülkelerden başlayarak söz konusu katkıların neden olduğu olumsuz etkiler gözlemlenmeye başlanmıştır; bunun sonucunda 20. yüzyılın başında konvansiyonel tarımla üretim metoduna alternatif üretim metodları arayışları ortaya çıkmıştır (Eşiyok ve diğerleri, 2003).

Yoğun kimyasal girdi içeren üretim metodunun dünya genelindeki açlık sorununa herhangi bir çözüm getiremeyişinin yanı sıra insan sağlığını ve doğal dengeyi bozduğunun farkına varılmasıyla bu konuda araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu araştırmaların sonucu olarak 1979'dan itibaren öncelikle ABD'den başlayarak pestisitlerin kullanımı dünya genelinde yasaklanmıştır. Bu yasaklama sürecinde özellikle sağlık konusunda hassasiyeti yüksek olan sivil toplum kuruluşları ve bilim çevreleri ön planda yer almış sonrasında tüketicilerin talepleri doğrultusunda organik tarım metodu yeniden gündeme gelmiştir. Talebin yükselişi ile paralel olarak organik üretim metodu aile üretimi boyutundan ticari üretime doğru süratli bir geçiş gerçekleştirmiştir (Eşiyok ve diğerleri, 2003).

Ekstansif tarımın yaygınlaşmasını sağlayan ve mümkün olan en yüksek toprak verimliliğini adeta tek hedef olarak önemseyen düşünce yapısının sonucunda bu üretim şeklinde geniş yer verilen kimyasalların kullanımı zaman içerisinde olumsuz sonuçlara yol açmıştır. İnsanlar kimyasalların olumsuz etkilerini kendi bünyelerinde ve çevrelerindeki doğada bariz olarak gözlemlemeye başlamış bunun sonucunda her ülkenin kendi sistemi içerisinde organik tarım çalışmaları oluşmaya başlamıştır. Söz konusu çalışmaların öncülüğünü ise artan çevresel sorunlara duyarlılığı en yüksek olan ve üretimde kullanılan girdileri sorgulayan bazı Avrupalı üreticiler gerçekleştirmiştir. Organik tarım metodu ile üretilmeye başlanan ürünler öncelikle söz konusu üreticilerin kolay ulaşabileceği, üretimi gerçekleştiren çiftliklere yakın pazarlarda insanlara sunulmaya başlanmış daha sonra ise özellikle talebin etkisi ile birlikte küresel bir boyut kazanmıştır. Bu küresel talep ve ticari faaliyet sonucu organik üretim metodu 1980'den sonra dünya genelinde günden güne artan bir talep görmüştür. Avrupa ülkelerinde organik tarıma geçiş süreci incelendiğinde; bu sürecin üretimi gerçekleştiren yani sürecin zemininde yer alan üreticilerin insan sağlığına

verdikleri önem neticesinde gerçekleştiği görülmektedir. Söz konusu değişimin üreticilerden başlamasıyla birlikte üretim metodunun değiştirilmesi sürecinde üreticilere üretim yapılan alan göz önüne alınarak yapılan desteklemelerin sonucu üretim metodu değişiminin süratle gerçekleştirilmesi de sağlanmıştır. İlk dönemlerde ulaşımı kolay yakın tüketicilere sunulan ürünler zaman içerisinde ticari hacmin büyümesiyle beraber her yere sunulabilir bir boyuta ulaşmış, bunun sonucunda üretim ticari bir yapı kazanmıştır (www.menementopraksu.gov.tr).

Yeni bir üretim metodu olarak organik üretim metodunu destekleyen kişiler öncelikle Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk olarak yerel organizasyonlar şeklinde oluşumlar oluşturmuş, daha sonra bu yerel yapı genel olarak ülkesel çatıya sahip yapılara dönüşmüştür. Bu örgütlenme modeli 1970'lere kadar sürmüş sonrasında 1972 yılında global bir yapı olarak Uluslararası Organik Tarım Faaliyetleri Federasyonu (International Federation of Organic Agricultural Movements – IFOAM) kurulmuştur (Aksoy, 2001: 3).

Organik üretimi tüm dünya çapında planlamak, düzenlemek ve geliştirmek amacıyla kurulan IFOAM teşkilatı sayesinde organik üretim tekniğindeki bütün değişimler ve gelişimler üyelere aktarılabilen ve üyeler tarafından takip edilebilmektedir. Merkezi Almanya'da olan bu teşkilat 50'den fazla ülkede 300'den fazla organizasyonu bünyesinde toplamıştır (Türköz, 2002: 17).

Avrupa Birliği'ne dahil olan ülkelerde 1990'lı yıllardan başlayarak organik tarımın gelişmesi açısından çevreye uyumlu üretim metotlarının desteklenmesi ve tarımın ekstansifleşmesinin sağlanması izlenecek politika olarak benimsenmiştir. Bu kapsamda EC 2092/91 sayılı yönetmelik, üretim metodu olarak organik üretimin tanımını yapmakta ve üretimde kullanımına izin verilen maddeleri belirtmektedir. Aynı kapsamda tarımsal üretimin ayrılmaz parçası olan hayvansal üretime ilişkin AB'nin kendi iç yönetmeliği ve FAO/WHO'nun ortaklaşa hazırladığı "Kodeks Alimentarius" 1999 yılında yayımlanmıştır. 2001 yılında gelindiğinde gündemde bulunan haberlerin ve ülkeleri meşgul eden sağlık sorunlarının da etkisiyle özellikle deli dana hastalığı, dioksin ve genetiği değiştirilmiş tohum kullanımı riskinden çekinen Avrupalı tüketicilerin organik şekilde üretilmiş ürün talepleri hızla artmıştır. Bu bağlamda halkın talepleri de göz önünde

bulundurularak günümüzde AB ülkelerinin yönetimleri pazar payı açısından %20-40'lık hedefleri ve bu hedefleri sağlayabilmeye yönelik politikaları gündeme getirmektedir. Organik üretim konusundaki her gelişmeyi dikkatle takip eden ABD ve Japonya ise Avrupa Birliği ülkelerinin hemen ardından organik tarımsal ürün talebinin hızla arttığı pazarlar olarak ön plana çıkmaktadır (Aksoy, 2001: 3).

OECD Çevre Bakanları, "OECD 21. Yüzyıl'ın ilk 10 Yılında Çevresel Strateji" adı altında toplanıp açıklanan kararlarında sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi amacıyla tarımsal yapının içerisinde organik tarıma özellikle yer vermiş, bu bağlamda çevresel duyarlılığın artırılması ve organik üretim metodunun geliştirilebilmesi için hükümetlerince gereken tedbirlerin alınmasına karar vermiştir. Bu bağlamda Danimarka'da ilk "Avrupa Tarım Aksiyon Planı" oluşturulmuştur (Babaoğlu, 2006).

2.1. Avrupa Birliği'nde Organik Tarımın Gelişimi

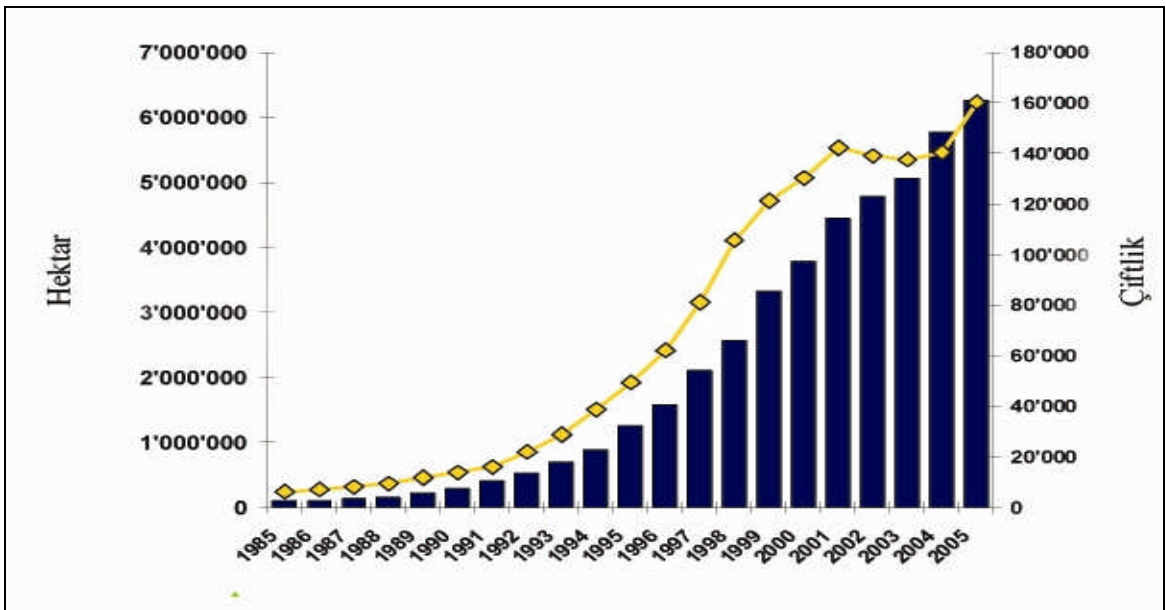
Toplumların sağlık endişeleriyle birlikte 1990 'lardan itibaren organik tarım sektörü Avrupa Birliği içerisinde hızla büyümeye başlamıştır. Bu büyüme özellikle 2001'den sonra birlik içerisinde alınan bir takım kararlarla ivme kazanmıştır. Dünya genelinde dikkat çekip ülkemizde de gündeme gelen deli dana hastalığının ardından toplumların sağlık endişelerini gidermeye yönelik çareler arayan 14 ülkenin tarım bakanı Danimarka'da toplanmış, organik çiftçiliğin geliştirilmesi amacıyla 'Avrupa Aksiyon Planı'nı oluşturmuşlardır. Planda belirlenen hedeflerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla özellikle organik tarıma ve organik ürünlere sağlanan destekler arttırılmıştır (Güzel, 2002: 9).

Tüketicilerin sağlık endişeleri ile önem kazanan organik üretim metodunun düzenlenmesi ve desteklenmesi kapsamında alınan kararlar ve teşvikler sayesinde 1991 ile kıyaslandığında Avrupa Birliği'nde organik tarım yapılan arazilerin miktarı 10 kat artmıştır. Bu süratli büyümeyle, 2005 yılı itibariyle Avrupa kıtasında organik üretim yapılan arazilerin toplam büyüklüğü 6,9 milyon hektarı bulmuştur. Ticari olarak değerlendirildiğinde ise söz konusu üretimin toplam boyutu 25 üyeli AB çerçevesinde 6,3 milyar Euro'dur. 2005 yılı, 2004 yılı ile karşılaştırıldığında, Avrupa genelinde %8'lik, AB genelinde ise %8,5'lik bir büyüme gerçekleşmiştir. Söz konusu rakamlar büyüklük olarak değerlendirildiğinde Avrupa'da 510 bin hektar, AB'de ise 490 bin hektar arazi, organik

hale gelmiştir. Söz konusu büyümenin önemli bir miktarı 2004 yılında birliğe katılan ülkeler sayesinde gerçekleşmiş olmakla beraber aynı dönemde içerisinde birliğe zaten dâhil bulunan İspanya ve İtalya’da da büyümeler yaşanmıştır. Örneğin; bu dönemde İtalya’da 100 bin hektar alanda organik tarıma geçilmiştir (Aksoy ve Altındışli, 1999). Üreticilerin üretim yöntemlerini değiştirmelerinde talep, teşvikler ve ticari potansiyeldeki büyük artış etkili olmuştur.

Üretim metodunun değiştirilmesinde Avrupa ülkeleri incelendiğinde sürecin insan sağlığına olumsuz yönde etki eden girdilerin yol açtığı negatif yansımaların tabanı etkileyerek kaynaktan ortaya çıkan bir istekle gerçekleştiği görülmektedir. Yani üretimi gerçekleştiren üreticiler direkt olarak kendilerinin sağlık endişeleri ile üretimlerini önce çeşitlendirerek sonrasında ise genişleterek organik tarıma geçmişlerdir. Buna karşın Kuzey Amerika ve Japonya’da üretim tekniğindeki değişim süreci tüketicilerin dolaysız talebi sonucunda, ticari amaç güderek yani talebi karşılayan arzı sunabilme güdüsüyle gerçekleşmiştir. Elbette üreticilerin kendi istekleriyle üretim metodunu değiştirmesi şeklinde gerçekleştiği için ve alan başına sağlanan teşvikler sayesinde organik üretime geçiş, Avrupa Birliği ülkelerinde daha hızlı gerçekleşmektedir (Aksoy ve Altındışli, 1999).

Grafik 1: 1985–2005 Döneminde Avrupa Birliği’nde Organik Tarım



Kaynak: BioFach Congress Report, 2007

Grafik 1’de yer alan 2007 Biofach Kongre Raporu’na göre; 1985’ten 2005 yılına kadar çiftlik sayılarında ve organik üretim yapılan arazilerde göz ardı edilemeyecek kadar ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Bu artışa paralel olarak organik ürün ticaretinin maddi getirisinde de hızla artış yaşanmaktadır.

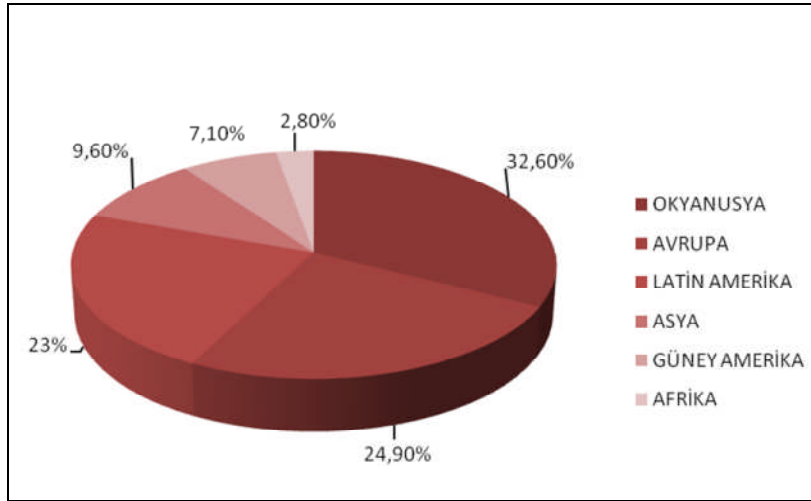
Avrupa Birliği’nde 1980’li yıllarda başlayan organik tarım, 1985’lerde 6 bin 300 adet organik çiftlik ile faaliyet gösterirken 1990’lı yıllarda hızla artış gösteren bir ivme kazanmıştır. 1993 yılından 1998 yılına kadar yaklaşık %25 oranında bir büyüme yakalayarak 1998’de organik üretim yapan çiftlik sayısı 100 bin adete ulaşmıştır. Organik tarım arazileri 1985’te 100 bin hektar iken 2002 yılına gelindiğinde 4 milyon 400 bin hektara ulaşarak Avrupa Birliği’nin sahip olduğu toplam tarım arazilerinin %3,3’üne ulaşmıştır (www.bahce.biz).

Avrupa birliğindeki organik tarımsal üretim ve ticaretine yönelik politikalar genel olarak ifade edilirse;

- Birlik içerisinde her ülkenin organik tarımın yönlendirilmesi amacıyla kendi ulusal düzenlemeleri olmakla beraber birlik çerçevesinde genel bir organik tarım politikası yoktur. Ancak Ortak Tarım Politikası, kırsal kalkınma politikaları ve çevre politikaları ile dolaylı olarak çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Ayrıca her ülke için genel olarak yapılan düzenlemelerle organik tarım yönlendirilmeye çalışılmaktadır.
- Çok sayıda ülkenin bir araya gelmesi ile oluşturulmuş bir yapıya sahip olmasından ötürü her konuda ülkeler arası eşitliği sağlama amacıyla yönetmelikler çerçevesinde bir yapıya sahip olan AB’de organik faaliyetler de yönetmelikle düzenlenmiştir. Organik üretim standartlarının oluşturulması ve sertifikasyon uygulamaları EC-Reg.2092/91 nolu yönetmelik çerçevesinde yapılmaktadır.
- Gıda üretiminin diğer türlerinde de olduğu gibi organik üretimde de yönetmeliğe uygunluk aranmaktadır. Söz konusu standartlar yalnız üye ülkeler kapsamında aranmayıp birlik üyesi olmayan ülkeler açısından da aranmakta, gerekli denklige sahip olmayan ürünlere dolaşım izni verilmemektedir.

- Birlik üyesi olmayan ülkelerden yapılacak ürün ithalatında söz konusu yönetmeliğin 11. maddesindeki özel şartlar aranmaktadır. Ülkemiz de yüksek ihracat potansiyeline sahip olması dolayısıyla Avrupa Birliği'ne ihracat yapabilmeye uygun şartları kendi iç pazarında kurmaya çalışmaktadır.
- Birlik organik tarımın gelişimi açısından işlenmiş ürüne önem vermekte, bu kapsamda tüm birlik çerçevesinde organik ürünlerin pazarlanmasına ağırlık verilmektedir. Çünkü pazarlanması kolay olan ürünlerin üreticiler tarafından üretimde tercih edileceği kaçınılmaz bir gerçektir. Ayrıca üreticilerin organik ürünü tercih etmesi amacıyla sübvansiyonlar da etkin şekilde kullanılmaktadır.
- Sübvansiyon uygulamalarında birim alan veya hayvan başına verilen desteklerin yanı sıra bölge niteliği, ürün yelpazesi ve işlenmekte olan arazi büyüklüğüne göre belirlenen teşvikler de yer almaktadır.
- Yapılan teşviklerden yararlanabilmede çoğunlukla sertifika şartı aranmakta ancak zaman zaman ihtiyaca göre sertifikası olmayan ürünler için de destek sağlanmaktadır (www.cengizsayin.com).

Grafik 2: Organik Üretime Ayrılan Sahalara Göre Kıtaların Payları(2009)

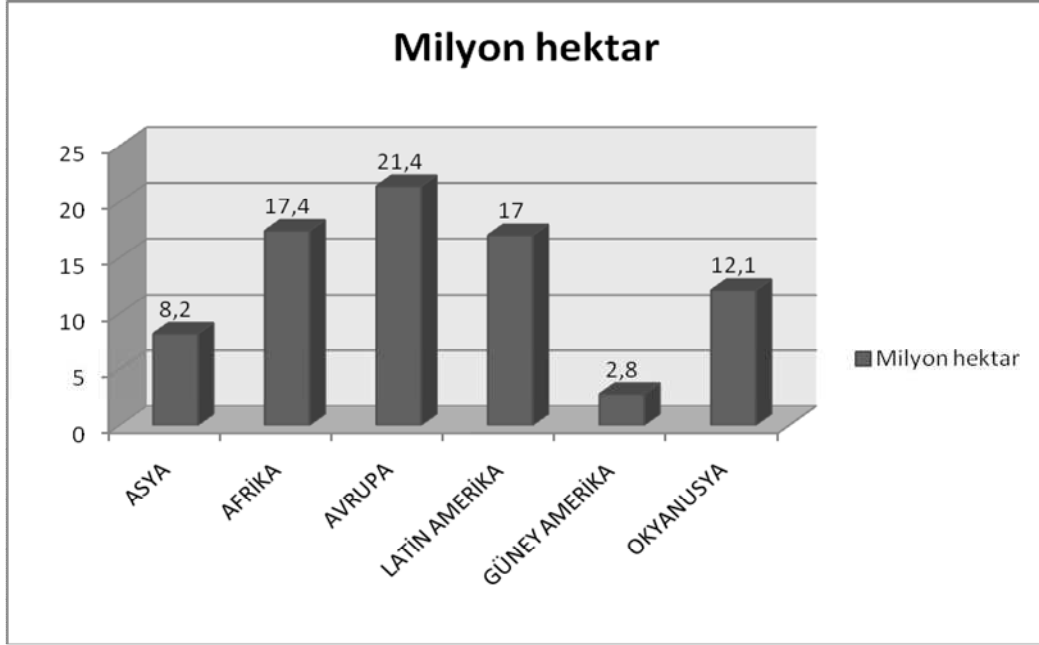


Kaynak: FİBL&SOEL survey 2011, www.fibl.org

Organik tarımsal üretimin hızlı gelişimi sayesinde günümüzde 160'tan fazla ülkede yaygınlaşan bir üretim metodu olarak benimsenmesi sağlanmıştır. Kıtalara göre dağılıma bakıldığında en büyük payın Okyanusya ülkelerine ait olduğu gözlemlenmektedir. Yine

Grafik 2’de yer alan verilere göre organik üretimin yaklaşık %90’nının gelişmekte olan ülkelerde gerçekleştiğini söylemek mümkündür (<http://www.tgdf.org.tr>).

Grafik 3: Organik Tarım Arazilerinin Büyüklüğü (2009)



Kaynak: <http://www.organic-world.net/statistics-data-sources.html>

Grafik 2’de yer alan verilere paralel olarak Grafik 3’te yer alan dünyadaki toplam 37,2 milyon hektar organik tarım alanının 12 milyon hektar kısmının Avustralya’da yer alması yeni gelişen; ancak ciddi bir ticari potansiyel vadeden organik tarım üretiminde Avustralya’nın sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüğü net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Bazı AB Ülkelerinde Ürün Ve Ürün Grupları İtibariyle Organik Üretimin Toplam Üretimdeki Payı

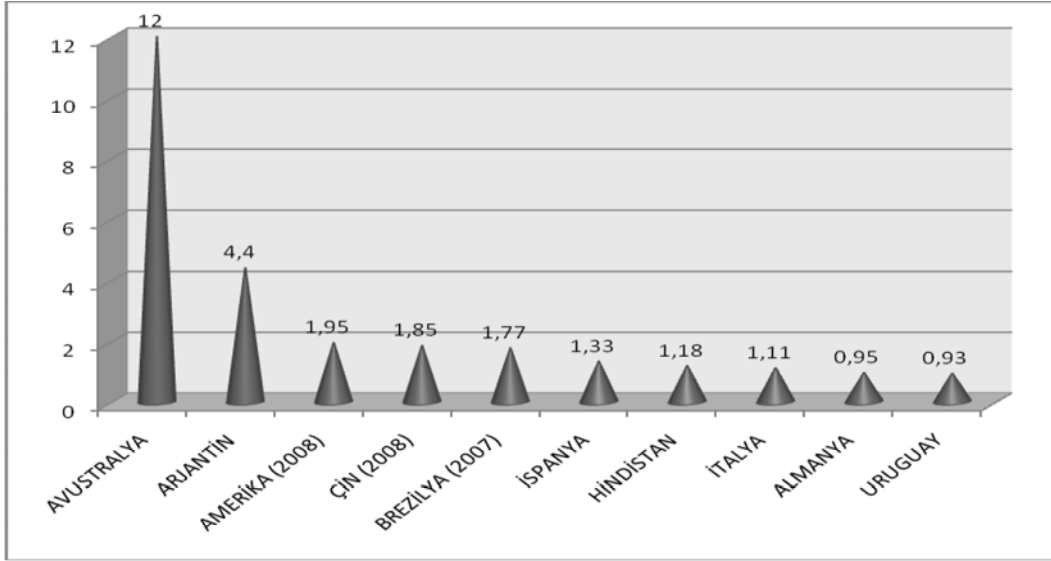
Ülkeler		Toplam Üretimde Organik Üretimin % Payı
Danimarka	Sebzeler	16,0
İsveç		6,5
Hollanda		2,2
İngiltere		1,9
AB		1,8
Ülkeler		Meyveler
Finlandiya	8,3	
İtalya	5,1	
Danimarka	3,5	
İsveç	2,1	
AB	1,0	
Ülkeler	Tahıllar	
Finlandiya		3,5
Portekiz		2,9
İsveç		2,4
Avusturya		2,0
AB		0,8
Ülkeler	Süt	
Avusturya		14,1
Danimarka		9,4
İsveç		3,0
Almanya		1,3
AB		1,5
Ülkeler	Sığır eti	
Avusturya		4,5
Almanya		2,9
Danimarka		2,9
İsveç		2,0
AB		0,9
Ülkeler	Koyun-keçi eti	
Avusturya		18,3
Finlandiya		12,8
Danimarka		12,5
Lüksemburg		6,3
AB		0,8*

Kaynak: OMIaRD (volume-1). Proje Raporundan derlenmiştir.

* Yunanistan, İtalya, Portekiz hariç

Tablo 2’de bazı ürün ve ürün grupları itibariyle AB ülkelerinde organik üretimin toplam üretimdeki yüzde payına bakıldığında ise Danimarka’da organik sebze üretiminde, Avusturya’nın ise süt, keçi ve koyun eti gibi organik hayvansal üretimde sahip olduğu üstünlük açıkça görülmektedir.

Grafik 4: Dünyada Organik Tarımda Önde Gelen 10 Ülke Ve Üretim Payları



Kaynak: FİBL&SOEL survey 2011, www.fibl.org

Grafik 4’te yer alan veriler incelendiğinde; sırasıyla Avustralya 12 milyon hektarlık, Arjantin 4,4 milyon hektarlık, İtalya 1,1 milyon hektarlık ve ABD 1,95 milyon hektarlık bir alanda organik tarım yaparken Türkiye’nin organik tarımda önde gelen 10 ülkeden biri olamaması ne kadar sınırlı bir üretim gerçekleştirdiğini net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Hızlı bir gelişim süreci arz ediyor olsa da Avrupa Birliği ülkelerinin organik tarımsal üretimdeki konumuna bakılacak olursa; Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İsviçre ithalatçı konumda iken ülkelerin çoğunda yer alan organik ürünlerin bir bölümünün dış kaynaklı olduğu bilinmektedir. Dış alıma konu olan ürünler ise sebze, tahıl, meyve, süt ve süt ürünleri, yağlı tohumlar, yumurta ve şaraptır (Atlı, 2005).

2.2. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi

Ülkemizde organik tarım dünya genelindeki ortaya çıkış ve gelişme sürecinden farklı bir yolla ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Sağlık endişeleri ile dünya genelinde yeni bir tarımsal üretim metodu olarak ortaya çıkan organik tarım metodu, dünya genelinde talebin artışıyla beraber söz konusu talebi karşılama amacıyla yeni ve hazır üretim bölgelerine yönelmiştir. Bu talebin sonucu olarak da organik tarım ülkemizde yabancı kaynaklı alıcıların hazır üretimini yapan sözleşmeli üreticilerin ortaya çıkışı ile tarımsal üretim yöntemleri içerisinde yerini almaya başlamıştır. Söz konusu yurtdışı talebi temsil eden ithalatçı işletmeler, süreci bir adım daha ileri taşımış ve üretimi daha etkin bir şekilde sağlayıp kontrol edebilmek amacıyla ülkemiz içerisinde irtibat büroları şeklinde örgütlenerek kendi organik tarımsal üretim ağlarını oluşturmuşlardır. Bu üretim metodunun getirisinden etkilenen yerli firmalar yani ihracatçılar, yurtdışı kaynaklı yapının yerini almak amacıyla organik pazara yönelmişler ve yurt dışı firmaların yerini almaya başlamışlardır. Söz konusu dış talep dolayısıyla ülkemizde organik üretim, öncelikle iç pazar değil dış pazara yönelik şekilde ortaya çıkmıştır. Ürün çeşitliliği öncelikle kuru üzüm ve kuru incir ağırlıklı olarak başlamış, sonraları ürün sayısı 200 farklı türe kadar çıkmıştır. Söz konusu sayının artmasında elbette öncelikle ham ürün olarak üretimi gerçekleştirilen organik ürünlerin zamanla katma değer yaratma önceliğiyle işlenmiş ürünler şeklinde üretilmesi etkili olmuştur (www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834).

Tablo 3: Genel Organik Tarımsal Üretim Verileri (Geçiş Süreci Dahil)

Yıllar	Ürün Sayısı	Çiftçi Sayısı	Yetiştiricilik Yapılan Alan(ha)	Doğal Toplama Alan(ha)	Toplam Üretim Alan(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

Kaynak: www.tarim.gov.tr

Tablo 3’te yer alan veriler incelenirse; ortalama işletme başına düşen üretim alanının 16,6 hektardan 11 hektara azaldığı görülmektedir. Bölgelere ayrı ayrı bakıldığında ise en yüksek payın %29 ile Ege Bölgesi’ne ait olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Bölgelere Ait Üretici Alanı Oranları (%- 2008)

BÖLGELER	2008
Marmara	% 3
Akdeniz	% 18
Ege	% 29
İç Anadolu	% 3
Doğu Anadolu	% 18
Karadeniz	% 9
Güneydoğu Anadolu	% 20

Kaynak: www.tarim.gov.tr

Ülkemizde yurtdışı talebe bağlı olarak sözleşmeli üreticilik sistemi ile uygulanmaya başlanan organik üretim metodu talep yaratma amacıyla gerçekleştirilen çalışmalarla desteklenmiştir. Ağırlıklı olarak kuru üzüm ve kuru incir ürünlerinin üretimiyle başlayan organik üretim günümüzde öyle bir boyuta ulaşmıştır ki organik ürün yelpazesi sektörel olarak ayrılabilir kadar geniş bir yapı kazanmıştır. Ülkemizde üretim şartlarının uygunluğu dolayısıyla ilk yıllarda sekiz ürün ile başlayan organik ürün yelpazesi günümüzde 200 çeşidi aşmış 11.000 üretici tarafından 140.000 hektar alanda gerçekleştirilen bir boyut kazanmıştır (Subaşı, 2008). Tablo 4’te yer alan veriler incelendiğinde ise Ege Bölgesi’nin organik üretimde sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüğün ülke ekonomisi için göz ardı edilemeyecek bir katma değer oluşturduğu net bir şekilde görülmektedir.

Elde edilen organik ürünlerin tamamı üretim olarak elde edilmemekte bir bölümü doğadan hazır olarak elde edilmektedir. Hayvansal üretim ise yine dış pazarın etkisiyle öncelikli olarak bal üretimi şeklinde ortaya çıkmış, daha sonra büyük ve küçükbaş üreticiliği ve bunlara bağlı olarak süt ve et üretimi paralel olarak gelişmeye başlamıştır (http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834).

Ülkemizde yabancı talep sonucu gündeme gelen organik üretimin daha sağlıklı, istikrarlı ve kontrollü olarak gelişiminin sağlanması amacıyla ‘‘Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği (ETO)’’ kurulmuştur. Ülkemizde organik üretim ile ilgili sürece dahil olan bütün unsurları kapsayan ETO bu yapısal durumuna karşın tamamen gönüllü bir kuruluş ve oluşumdur. Organik bitkisel üretim yıldan yıla gelişme göstermekle beraber bu üretim tekniğinin genel tarımsal üretim içerisindeki yüzdesel payı da çok yavaş olsa da artmaktadır (www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/016uygunaksoy.pdf).

Dış pazar odaklı olarak başlayan organik tarımsal üretim 2000’li yıllardan itibaren yerel talebin oluşmasıyla beraber iç pazara yönelik olarak da gündeme gelmiştir. Bu amaçla yerel talebi arttırmaya yönelik girişimlerde bulunulmuş aynı zamanda söz konusu ürünlerin tüketicilere sunulabilmesi için özellikle süper market merkezli girişimler yapılmıştır. Ancak söz konusu girişimler özellikle organik ürünlerin fiyatlarının konvansiyonel tarım ürünlerine oranla yüksek olması sebebiyle başarıya ulaşamamıştır. Ancak iç talebin karşılanabilmesi amacıyla sonrasında büyük kent merkezlerinde ve yabancı nüfusun yüksek olduğu bazı bölgelerde yalnızca organik ürünlerin pazarlamasını ve satışını yapan mağazalar kurulmuştur (Aksoy, 2001).

Ülkemizde üretilen organik ürünlerin günümüzde yaklaşık %90’lık kısmı yurtdışına ihraç edilmektedir. Söz konusu ihraç ürünleri üretiminin sunulduğu pazarların ürün standartlarına uygun şekilde gerçekleştirilmesi özel önem taşımaktadır. Organik ürünlerin en temel özelliklerinden olan standardizasyona uygun ve sertifikalandırılmış ürünlerin üretilmesi için ihracatın yapıldığı ülkelerin ürünlerde aradıkları kriterlerin bilinmesi gerekmektedir. Üretimin bu şartlara uygun olarak gerçekleştirilmemesi durumunda ürünlerin ihracatında ve dolaşımında sorunlar yaşanacağı açıktır (Avcı, 2007).

Ülkemizde organik tarımsal üretimin temel yapısı incelendiğinde;

- 1980’lerden sonra ivme kazanan bir yapı gözlemlenmektedir.
- Üretim metotlarının yönlendirilip yönetilebilmesi için istatistiksel alt yapı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

- Özellikle ihracatta ağırlıklı paya sahip olan AB ülkelerine satımın daha rahat yapılabilmesi idari ve kurumsal düzenleme çalışmaları devam etmektedir. Bu kapsamda 8 adet kontrol ve sertifikasyon şirketi kurulmuştur.
- Hukuki düzenleme çerçevesinde kabul edilen 1994 tarihli Yönetmelik AB'nin üretimde temel aldığı 2092/21 nolu Konsey Yönetmeliği'ne uygun olarak düzenlenmiş olup AB'nin organik dış ürün dış alım listesine girilmeye çalışılmaktadır.
- Üretimin büyük bölümü bitkisel üretime yönelik olup hayvansal üretim yetersizdir.
- Yurtdışı kaynaklı hazır alıcılar için sözleşmeli yetiştiricilik yaygındır.
- Elde edilen ürünlerin önemli bölümü dış pazarlara sunulmaktadır.
- Mevcut konvansiyonel tarım üretiminde ilaç ve gübre kullanımı gelişmiş ülkelere oranla daha az olup üretim metodunun organik üretim metoduna dönüştürülmesi daha kolay gerçekleştirilebilmektedir.
- Organik üretim sürecinde yaşanan örgütlenme yetersizliği, küçük ve parçalı arazi yapısı, entansif tarım arazilerine yakınlık, bilinçlendirme çalışmalarının yetersizliği ve bunlara bağlı olarak verimde arzu edilen düzeye gelinememesi konuları öncelikli olarak dikkate alınması gereken sorunlar olarak tespit edilmiştir.
- Üretimin ve sertifikasyon firma merkezlerinin yoğunlaştığı bölge İzmir ili dolaylarındadır. Ve üretimde en fazla payı (%60'tan fazla) kuru ve kabuklu meyveler almaktadır.
- Yerli tüketicilerin genelinde gelir ve fiyat duyarlılıklarının yüksek olması nedeniyle sektörde gelişim özellikli pazarların oluşturulması şeklinde gerçekleşmektedir. İç pazarda organik ürünlerin genel gıda pazarı içerisindeki payı son derece küçüktür.
- Söz konusu üretimin temel ve hazır pazarı AB, Kuzey Amerika ve Japonya olup 2000 yılı verilerine göre ülkemiz toplam 12,9 bin ton civarında ve 22 milyon \$ değerinde dış satım gerçekleştirmiştir. Dış satımda üretimin başlatıldığı tarihten bu yana kuru üzüm ve kuru incir ağırlıklı paya sahip olup ürün çeşitliliğinin ve işlenmiş ürün miktarının arttırılmasına çalışılmaktadır (www.arastirma-yalova.gov.tr).

2.3. Organik Tarıma Verilen Destekler

Düzenli ve sürekli bir gelişmeye sahip organik tarım sektörünün gerek tüketicilerin talepleri gerekse talebi karşılama güdüsüyle üreticilerin göstereceği yeterli ilgi ile gelişme göstereceği açıktır. Bu amaçla çıkartılan 2092/91 no'lu AB direktifi doğrultusunda genel çerçeve düzenlemesi yapılmış ve organik tarımın tanımı genişletilmiştir. Söz konu yönetmelik sayesinde gerek organik üretimin gerekse diğer çevreye duyarlı üretim metotlarının teşvik edilmesi amaçlanmıştır (Gök, 2008).

2092/91 no'lu AB direktifi doğrultusunda alınan kararlar ışığında kurulan çiftçiler için aracı kuruluşlar, organik tarım üreticileri için dernekler ve tüketici birlikleri kurulmuş ve böylece organik tarımsal üretimin desteklenmesi amacıyla yerel ve ulusal planlar oluşturulmuştur. Söz konusu planlar dâhilinde tarımsal kredi indirimleri, doğrudan gelir desteği ve “Çevre Amaçlı Tarımsal Arazilerin Korunması Programı” (ÇATAK) gibi uygulamalarla çeşitli destekler sağlanmaktadır (Gök, 2008).

2.4. Organik Tarım Sistemindeki Uluslar Arası Kuruluşlar

2.4.1. Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM)

Global olarak tüm dünya genelinde organik tarım faaliyetlerinin planlanması ve düzenlenmesi için kurulmuş olan IFOAM günümüzde 108 ülkeden 700 civarında kuruluşun üyesi olduğu bir yapıdır (IFOAM,2007). Temel amacı organik üretimin her açıdan gelişmesini sağlamak olan örgüt tüm ülkesel ve yerel yapıları bünyesinde barındıran bir üst şemsiye niteliğinde olup geliştirdiği politikaları üyeleri vasıtasıyla uygulamaya koymaktadır. Bu sebeple örgüt, yalnızca planlama yapan bir örgüt niteliğinde olmayıp direkt üretimi etkileyen bir yapıya sahip olmayı başarmaktadır. Aynı zamanda çok geniş bir üye yelpazesine sahip olması dolayısıyla üyeleri arasında gerek teknolojik yeniliklerin aktarımı gerek bilgi ve istatistik paylaşımı gerekse de üretimin daha geniş çapta ve ölçekte planlanabilmesini sağlamaktadır. Bünyesinde üreticiler, tüccarlar ve eğitim – araştırma kurumlarını barındırması dolayısıyla da organik üretimi her kesim açısından ve aynı zamanda bütünsel olarak inceleyip değişimleri buna uygun şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bu kapsamda organik üretimin hiç durmadan kendi kendini

yenilemesini sağlayan, aynı zamanda organik ¼retim ile işkin kuralları aynı ¼erevde yazılı hale getiren ilk kuruluş da yine IFOAM'dır (Eşiyok ve diğerleri, 2003).

2.4.2. Birleşmiş Milletler Gıda-Tarım Örg¼tü (FAO)

Birleşmiş Milletler nezdinde gıda ve tarımsal ¼retim in y¼nlendirilmesinden sorumlu olan FAO, bu kapsamda organik tarımın ve işleyişinin BM'nin genel menfaatlerine uygun şekilde y¼nlendirilebilmesinin sağlanabilmesi amacıyla organik ¼retim metodu ile ilgilenmektedir. D¼nya genelinde stratejik, politik ve yapısal istikrarı hedefleyen BM'nin insanlığın en temel ihtiyaçı olan gıda konusunda yeni bir yol olarak g¼r¼len ve g¼nden g¼ne gelişen organik tarımı takip etmesi ve y¼nlendirmeye ¼alıřması son derece doğal bir sonu¼tur. Bu kapsamda örg¼t, ¼zellikle gıda kalitesi ve g¼venliđine ¼ncelik vermekte bu sayede uluslararası ticareti ve genel insan sağlığını korumaktadır. Bu bağlamda, insan sağlığını ve gıda g¼venliđini korumayı amaçlayan organik tarım politikaları aynı amacı benimseyen FAO'nun hedefleri ile paralellik taşımakta ve benzeşmektedir (Kurtar ve Ayan, 2003).

2.4.3. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), gelişmekte olan ¼lkelerde organik gıda pazarının gelişmesi için pazar araştırması ve kalkınma projesi uygulamalarının yapılabilmesini amaçlayan bir kuruluştur. İhracat performansının geliştirilmesi temeline odaklanan proje ile ilk olarak "Ekolojik Gıda ve İçecekler D¼nya Arzı ve Başlıca Avrupa Pazarları" konulu bir pazar araştırması yapılmış ve kitap olarak basılmıştır. Yapılan araştırmanın temel amacı ise pazar ihtiyaçlarının, piyasa potansiyelinin, mevcut arz fırsatları ve kısıtlarının ortaya konulması; b¼ylece ¼reticileri teşvik ederek ihracatı geliştirici faaliyetleri genişletmek ve ithalatçılara yeni tedarik noktaları bulmada yardımcı olmaktır. Proje ikinci olarak, gelişmekte olan ¼lkelerde ihracat seminerleri d¼zenleyerek piyasa araştırmasının sonuçlarını gerekli kesimlere iletmif ve gelişmekte olan ¼lkelerin cari ve potansiyel ihracat fırsatlarına dikkat ¼ekmiřtir (ağdaş, 2003).

2.4.4. Organik Ticaret Birliği (OTA)

OTA, Kuzey Amerikalı organik endüstri profesyonellerini bir araya getiren ticari bir dernektir. 1985 yılında kurulmuştur. Derneği oluşturan üyeler, üreticisinden, dağıtımcısına kadar organik tarımın her basamağında yer alan kişiler ve firmalardan oluşmuştur. Üyeleri genelde Kanada, Kuzey Amerika ve Meksika ülkelerindedir (www.organic-bio.com.tr).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMSAL ÜRÜNLERİN ÜRETİMİ

3.1. Organik Tarım Ürününün Özellikleri

Son zamanlarda yaşanan üretim fazlalığı ve artarak zarar gören doğal kaynakların harabiyeti sonucu birçok üründe üretim fazlalığı oluşması ürünlerin değerinden daha az fiyatlara satılmasına neden olmaktadır. Doğal kaynaklara verilen hasarlar tüm tarım sektöründe giderek artmaktadır. Organik tarım ürünleri yetiştirmek doğal kaynakların verimli kullanımı ve korunması için çok etkili bir araç olarak görülmekte ve tüm dünyada hızla önemini artırmaktadır (Gök, 2008).

Organik ürünlerin raflara gelene kadar süren yolculuğunun hiçbir basamağında katkı maddesi ve kimyasal kullanılmamaktadır. Ve tüm aşamalar bağımsız olan kontrol firmaları tarafından denetlenip onaylanmaktadır. İnsanoğlunun birçok hastalıkla savaştığı 21.yüzyılda katkı maddesi ve kimyasal olmayan her ürün tüketiciler için bu ürünleri daha cazip hale getirmektedir. Bu şekilde piyasaya sürülen tüm ürünlere "Organik Ürün" adı verilmektedir (Elmaz ve diğerleri, 2004).

Piyasada organik ürün adı altında birçok mamul satışa sunulmaktadır. Fakat her ürün üretiminde katkı maddesi olmaması ile organik ürün adını almamaktadır. Rafa gelene kadar bu ürünlerin işleme ve paketleme süreçlerinde de kimyasal kullanılmaması gerekmektedir. Bu süreçler, bağımsız kontrol firmaları tarafından denetlenip onaylanmaktadır. Belirli aralıklarla firmalar denetlenmekte, bu aşamalarda da hem üretici hem de işleyen ve paketleyen kişilerin standartlara uygun davranıp davranmadığı kontrol edilmektedir. Bu şartlara uygun mamullere, standart olan organik ürün amblemleri basılmaktadır. Üretim, işleme ve paketleme süreçleri uygun gerçekleştirilen ürünler gerçek organik ürün olarak piyasaya sürülmektedir. Sektör genişledikçe organik ürün adı altında

birçok ürün piyasaya sürülmüştür. Bu tarz yalan satışları engellemek amacıyla da tüketicilerin amblemli ürünleri tercih etmesi gerekmektedir (www.tbmm.gov.tr).

3.1.1. Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu

Doğal kaynakların korunmasını sağlayan bir üretim şekli olan organik üretimde ürünler, üretime yeterli kapalı bir alana sahip olması ve tüm üretim sürecinin kontrol edilmesi gerekli olduğundan sertifikasyon sistemi ile yetiştirilmektedir. Çiftçiler tarafından ilk önce hiçbir ürününde kimyasal madde ve katkı maddesi kullanmayacağına dair taahhüt verilir, ardından belirttiği şartlara uygun üretim yapan firmalara Tarım ve Köylüleri Bakanlığı tarafından denetleme ve kontrol yetkisi verilen bağımsız firmalar tarafından ürünün kontrollü yetiştirildiğine dair ‘‘Organik Ürün Sertifikası’’ verilir. Sertifikayı veren firmalar, sertifikaları Organik Tarım Kanunu ve Yönetmeliği çerçevesinde belirlenen esaslara göre düzenlerler. Organik ürün sertifikası ürünün toprak analizi, yetiştirilmesi, işlenmesi, paketlenmesi, depolanması gibi tüm basamaklarını kapsayan sürecin gerekli şartlara uygun olduğunu gösterir (İTO, 2006).

Sertifika sisteminin bağımsız firmalar tarafından yapılması ve ambalajlarına logolarının basılması ürünün gerçekten organik olduğunu ispatlayarak sektörden pay almak isteyen kötü niyetli kişiler için engelleyici bir durum oluşturmaktadır (İGEME, 2008).

Organik tarımın sertifikasyon ve kontrol mekanizması içerisinde Tarım ve Köylüleri Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş 9 adet firma bulunmaktadır. Firma kökleri İsviçre, Fransa, Almanya, Hollanda ve İtalya gibi ülkelere dayanmaktadır. Yetkilendirilen kuruluşlar IMO, ECO-CERT, ETKO, SKAL, INAC, CERES, BCS, BIOAGRICOOP ve EKOTAR’dır. Bu kuruluşlar ürünün sentetik ve kimyasal ilaç, hormon ve katkı maddesi kullanılmadan genetik müdahale olmaksızın temiz çevrelerde üretilip dağıtıldığının kontrolü dışında, üretim yapılan arazilerde üretici firmaya haber vermeden 3-4 kere toprak örnekleri alıp ve analiz sonuçlarını ürün üzerindeki etiketlere yazmakla sorumludurlar. Bu firmaların hepsi Tarım ve Köylüleri Bakanlığı adına işlem yaparlar. Ve söz konusu firmalar verilen her sertifika ve yapılan her kontrol ve analiz sonuçları için bakanlığa bilgi vermek durumundadırlar. Ve bakanlık tarafından da denetlenirler. Bu 9 firma içinde sadece EKOTAR bir Türk firmasıdır (Kirazlar, 2001: 1).

Kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarının kuruluş tarihinden 2 yıl içerisinde Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu (ISO) tarafından 1996 yılında hazırlanan Guide 65'e göre yetkinlik kazanması gerekmektedir. Guide 65 sertifikasyon sisteminin genel kriterlerini belirlemiştir (Gök, 2008). Bu kriterler;

- Kontrol ve sertifikasyon uygulamaları ticari olarak bağımsız olduğunu gösteren belgelere sahip olan ve danışmanlık hizmeti vermeyen objektif kurum ve kişiler tarafından gerçekleştirilmelidir.
- Yetkili kılınan kişi ve kurumlar sertifikasyon işlemleri için gerekli olan kalite sistemine ve işlemleri yürütebilmek için mali yeterliliğe sahip olmalıdır.
- Sertifikasyon uygulama sürecinin tüm aşamalarında verilen kararlardan sorumluluk yetki sahibi kuruma ait olmalıdır.
- Sertifikasyon işlemlerini gerçekleştirecek olan yetkililer konuyla ilgili gerekli tüm eğitimi almış, teknik bilgi ve pratik deneyim sahibi olmalıdırlar.
- Herhangi bir firmanın organik üretim için sertifikasyon kararını veren kişi ile kontrol işlemlerini yapan kişiler aynı kişiler olmamalıdır (www.eto.org.tr).

Sertifikasyon koşulları diğer ülkelerle karşılaştırıldığında şartlarda çok belirgin farklar bulunmamaktadır. Sertifika yönetimi hükümleri yurtdışında da aynıdır. Aşağıda Türkiye ve Avrupa Birliği'nin organik tarım ürünlerine verilen standartlarının genel hükümleri verilmiştir. Türkiye'de ek olarak yalnızca su ürünlerine de organik ürün sertifika hükümlerinde yer verilmiştir.

Türkiye: 10.06.2005 tarihli ve 25841 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanmış "Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik" uyarınca, işlenmemiş zirai ürünler veya doğal alanlardan toplanan bitkisel ürünler, kültür mantarı, beslenen hayvanlar (tavşan, deve kuşu hariç), su ürünleri, arıcılık ürünleri, şarap hariç gıda amaçlı işlenen bitkisel ürünler, hayvan yemi.

Avrupa Birliği: 2092/91 Sayılı "Organik Tarım Mevzuatı" uyarınca, işlenmemiş zirai ürünler veya doğal alanlardan toplanan bitkisel ürünler, kültür mantarı, beslenen hayvanlar (balık, tavşan, deve kuşu hariç), arıcılık ürünleri, şarap hariç gıda amaçlı işlenen bitkisel ürünler, hayvan yemi (Gök, 2008).

3.1.2. Organik Tarım Ürünlerinin İşlenmesi ve Ambalajlanması

Organik ürün yönetmeliğine uygun olarak ürünler işlenmelidir. Organik ürün konvansiyonel ürünle aynı anda aynı yerde işlenemez; ancak kullanılan bina ve ekipmanlar dezenfekte edildikten sonra organik üretimde kullanılabilir. Organik ürünün işlenmesi sırasında sentetik ve kimyasal madde de kullanılamaz. Aynı şekilde ışınlama yöntemi ve genetik değişiklik işlemi de yapılamaz. Organik ürünler işlenirken ürünün organik niteliğini koruyacak tüm hijyenik tedbirler alınmalıdır. Ve ürünler iyonizasyona tabi tutulamaz (www.zmo.org.tr).

İşlenen ürünler piyasaya sürülmeden önce ambalajlama işleminden geçmelidirler. Ambalajlama, ürünlerin fire oranlarını düşürmekle kalmayıp tüketiciye daha temiz ulaştırılmasında da büyük rol oynamaktadır. Organik yöntemlerle üretilen ürünler ambalajlanırken organik ürün niteliğinin bozulmaması gerekmektedir. Bu sebeple ambalajların da özel üretilmiş olup organik ürüne uygun malzemeden yapılmış olması gerekmektedir (Gök, 2008).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ambalajı; işlenmiş ve işlenmemiş ürünlerin nihai tüketiciye kadar ürünü dış etkilerden koruyan, sağlık kurallarına uygun, üzerinde tüm özellikleri yazılı, istiflenebilen standart ölçülerdeki dış örtü ve kap olarak anlatmaktadır (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı).

Organik ürünlerde plastik koruyucu ya da metal kaplar ile ambalajlama yapılmaz. Tüketiciye ulaşana kadar ürünün kalite ve niteliğinin bozulmaması için özellikle organik ürünlerde ambalaj sistemi çok önemlidir (<http://eab.ege.edu.tr>).

3.1.3. Organik Tarım Ürünlerinin Etiketlenmesi ve Depolanması

Organik ürün etiketlerinde tüketicinin istediği tüm bilgiler bulunmalıdır. Açıkça organik ürün olduğu belirtilmelidir. Ürünün hasat yılı ve organik ürün logosu bulunmalıdır. Kontrol ve sertifika kuruluşunun adı, logosu ve sertifika numarası olmalıdır. Ürünün üretildiği parsel no ve ürün içeriği liste halinde yer almalıdır. Organik ürünün üretim yeri, üretim ve son kullanma tarihi belirtilmelidir.

Tüketicilerin güvenle ürünü almaları için organik ürünler ambalajlarında logo örnekleri kullanılmak zorundadır. Bu logoları taşımayan ürünler iç ve dış pazara sunulamaz. Logolu etiketleri bakanlık basar. Bazı organik ürün logo örnekleri aşağıda Şekil 1’de verilmiştir.

Şekil 1: Organik Ürün Logo Örnekleri



Logoların kullanılabilmesi için önce yetkili kontrol ve sertifika kuruluşlarına başvuruda bulunulması gerekmektedir. Kuruluşlar da yetkileri kapsamında gerekli incelemelerini yapar ve son onay için sertifika komiteye iletilir. Bakanlık adına komite uygun gördüğü takdirde sertifikaya yasal onay verir (Gök, 2008).

Ürünün özelliğine ve boyutlarına göre farklı logolar kullanılır. Çapları belirli ölçüler aralığındadır. Logoların çapı, 20mm’den küçük, 40mm’den büyük olamaz. Verilen renkler ve tonlar dışında renk ve ton kullanılamaz. Logolarda kullanılacak renkler; yeşil, mavi, siyah ve beyazdır (Gök, 2008).

Organik ürünler depolanırken alanın geniş olmasına dikkat edilmelidir. Ayrıca başka maddelerle karışmasını önleyecek şekilde istiflenmeli ve korunmalıdır. Organik niteliklerin korunması için sıcaklık değerleri de hassasiyetle kontrol edilmelidir (İTO, 2006).

Organik ürünler konvansiyonel ürünlerden ayrı depolanmalıdır. Ayrı depolanması mümkün olmayan durumlarda organik ürünlerin karışmasını önlemek için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu tedbirler sertifika ve kontrol kuruluşları tarafından kontrol edilecektir. Depolama sırasında hiçbir aşamada sentetik madde ve kimyasal ilaç kullanılmamalıdır (İTO, 2006).

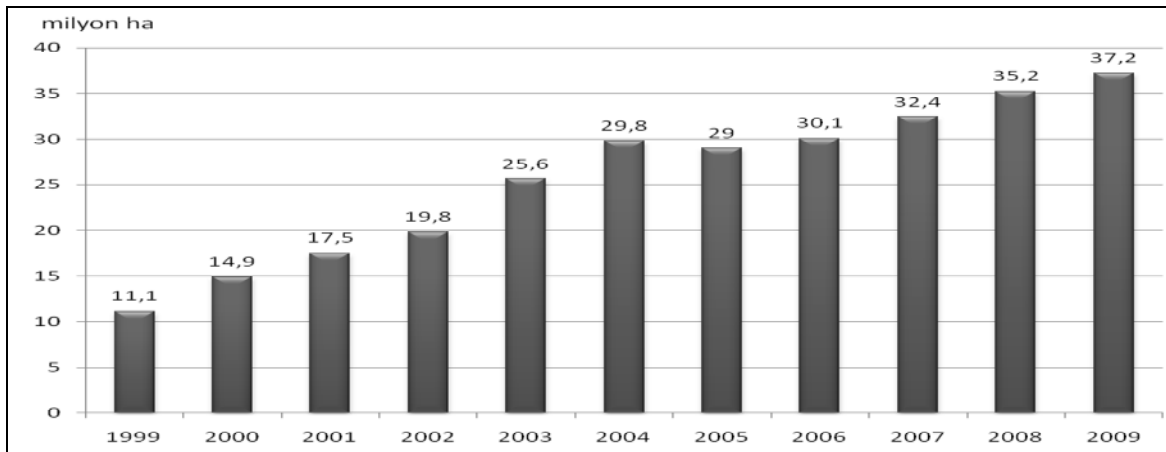
Depo alanlarındaki özellikler yani kapasite, depo yaşı, havalandırma özelliklerinin bulunduğu belgeler yıllık çizelgeler halinde hazırlanır. Bu çizelgeler kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarına onaylatılır. Kayıtların bir nüshası yetkili kuruluş tarafından, diğer nüshasına müteşebbis tarafından saklanır (Resmi gazete tarihi: 10/06/2005 sayısı: 25841). Diğer tüm aşamalarda olduğu gibi depolama aşaması da kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarının denetimi altında işlemektedir (www.tarim.gov.tr).

3.2. Dünya’da Organik Tarımsal Üretim

Artan teknolojik imkânlar dolayısıyla gelişen mevcut bilgi ve adaptasyon sayesinde organik tarım çok hızlı tanınmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Tüm dünyada artan dalga ile yaygınlaşan organik tarımda ilk üretilen ürünlerden bazıları şöyledir: Çay (Hindistan), süt ve süt ürünleri (Danimarka), et ve et ürünleri (Arjantin), muz (Afrika), hurma ve zeytinyağı (Tunus), kurutulmuş ve sert kabuklu meyveler (Türkiye) (www.egelihracatcilar.com).

Tüm Dünya’da organik tarım giderek yaygınlaşmaktadır. Genellikle gelişmiş ülkelerde organik tarım yapılmaktadır. Toplam organik tarım alanı, tüm dünyada 37,2 milyon hektar civarındadır. En önemli payı ise (% 32,6) sulama olanaklarının rahatlığı sayesinde Okyanusya ülkeleri almaktadır. Bu sırayı %24,9’luk bir oranla AB ülkeleri takip etmektedir (FİBL&SOEL survey 2011, www.fibl.org).

Grafik 5: Yıllar İtibariyle Dünyada Organik Tarım Arazilerinin Gelişimi



Kaynak: www.tarim.gov.tr

Grafik 5'te yer alan veriler itibariyle dünyada organik tarım arazilerinin gelişimine bakılacak olursa; 1999 yılında 11,1 milyon hektar olan organik üretimin yaklaşık % 24'lük bir artış gösterdiği görülmektedir.

Dünya'da organik tarımsal üretim çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerce yapılmakta ve dış satıma sunulmaktadır. Gelişmiş ülkeler ise genelde alıcı durumundadır. Ve iç pazarlarının taleplerini karşılama amacındadır. Türkiye'nin şu anda rakipleri gelişmekte olan ülkeler olup hedef pazarı gelişmiş ülkelerdir. Organik pazar bakımından en önemli pazarlardan birisi Avustralya'dır. Bunun sebebi de halkın yeşil olan her şeyin daha temiz olduğuna inanmalarındır. Ve ülkede üretimi teşvik edici fonlar ve önlemler alınmaktadır. Avrupa'da ise Danimarka, İngiltere ve İsviçre önemli organik pazarlara sahip ülkelerdir (Sayın, 2001: 18).

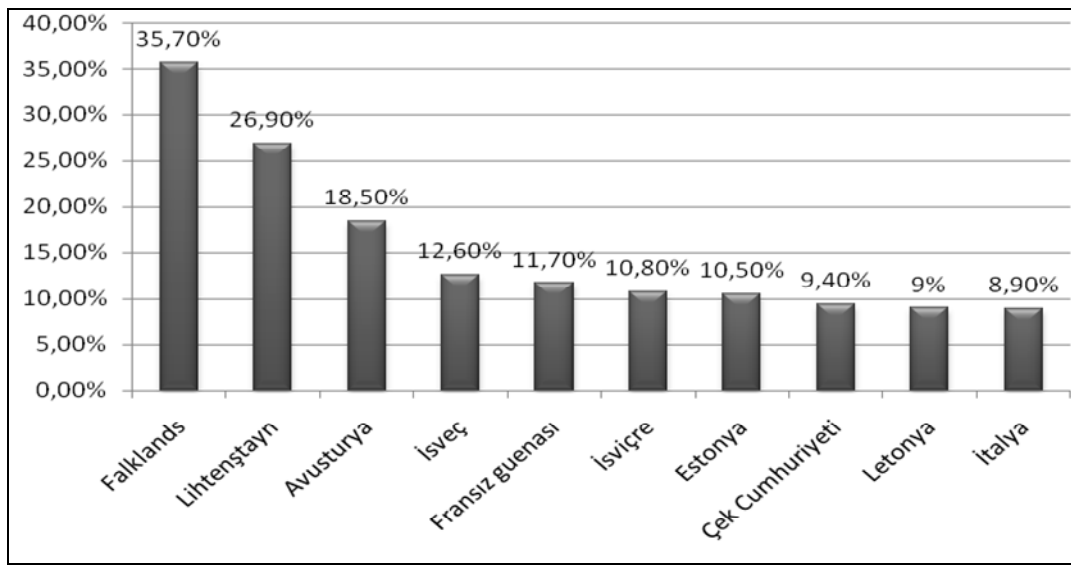
Organik üretim miktarının artmasında en önemli etkenlerden birisi de organik üretim alanlarının artmasıdır. Bu etkinin sonuçları daha çok AB ülkelerinde görülmektedir (www.bahce.biz).

Elbette bu sektörün finansal boyutu da sektör büyüdükçe büyümektedir. Organik gıdaların satış fiyatları normal ürünlere göre daha yüksek olduğundan kazanç boyutu da önemsenecek düzeye ulaşmıştır. Dünya'da organik pazarın 100 milyar dolar olması hedeflenmektedir. İç pazarlarda bu ürünlerin çoğu süpermarketler tarafından satılmaktadır. Ve tüketici bilgisizliği nedeniyle talep yeterli değildir. Fakat tüketici bilinçlendikçe bu ürünlere yönelim artacaktır. Şu anda en fazla pazar payına Avrupa sahiptir (30 milyar dolar). Türkiye şu anda pazarın yalnızca 37 milyon dolarlık kısmında yer almaktadır (www.ziraatciyiz.biz).

Sertifikalı ve kontrollü organik üretim yapılan 24,1 hektarlık bir arazi mevcuttur. Bu arazi toplamının 10 milyonu Avustralya'ya ait olduğu istatistiklerle belirtilmiştir. Bu sırayı Arjantin ve İtalya izlemektedir. Fakat verilen bu rakamlar içerisinde organik hayvan yetiştiriciliği için ayrılan mera alanları da dâhildir. Yani rakamlar net olarak üretim yapılan alanı içermez (Aksoy, 1999).

Gelişmekte olan ülkeler ürünlerini dış satımda kullanıp daha fazla ihracatla gelir elde etmeyi düşünürken gelişmiş ülkeler üretilen organik ürünleri iç pazarında kullanmayı tercih etmektedirler. Bu sebeple gelişmiş ülkeler alıcı, gelişmekte olan ülkeler ise satıcı durumdadır. Gelişmekte olan ülkelerin hedef pazarı gelişmiş ülkelerdir. Gelişmiş ülkelerin ise rakip pazarı mevcuttur (İGEME, 2008).

Grafik 6: Tarım Arazilerinde Organik Tarımsal Arazi Payının En Yüksek Olduğu Ülkeler



Kaynak: FİBL&SOEL survey 2011, www.fibl.org

Grafik 6'da görüldüğü gibi organik üretim yapılan arazilerin toplam tarım arazilerine oranlanması durumunda ilk sırayı Falkland alırken bu sırayı Lihtenştayn, Avusturya, İsveç, Fransız Guenası, İsviçre, Estonya, Çek Cumhuriyeti, Letonya ve İtalya izlemiştir. Bu ülkelerin tümü AB ülkesidir.

3.3. Avrupa Birliği Ve Organik Tarım Uygulamaları

AB'de organik tarım yapılan tarım arazisi hızla artış göstererek 5,5 milyon hektara kadar ulaşmıştır. Organik tarım işletme sayıları ise 143.000 civarındadır. AB, Avustralya ve Latin Amerika'dan sonra en çok organik tarım yapılan bölge olmuştur. Ve rakamları giderek artmaktadır. Ortalama işletmeleri 28,5 hektardır. Türkiye hâla bu ortalamalara çok

uzak olup ortalaması yaklaşık 3,6 hektardır. Yani AB ülkeleri ortalaması bizden 8 kat daha büyüktür (www.cengizsayin.com).

AB üye ülkeler arasında Avusturya, Almanya, Danimarka, Finlandiya, İsveç ve İtalya'da organik üretim miktarı ve bu üretime ayrılan alan paylarının yüksek olduğu görülmüştür. Avusturya, neredeyse toplam işletmelerin ¾'ünde organik üretim yapılmakta olup toplam tarım alanının %8,43'ünde organik üretim yapılmasıyla bu başlıkta en üst sırayı almıştır (www.cengizsayin.com).

Organik tarım alanı sıralamasında Avusturya'yı İsveç ve İtalya izlemiştir. Fakat toplam AB organik tarım alanı ve işletmesine bakıldığında birinci sırayı İtalya'nın aldığı görülmektedir. Organik pazarda sadece bitkisel üretimle sınırlı kalınmayıp hayvansal üretim ve su ürünleri de organik üretim kapsamında değerlendirilmektedir (www.belgeler.com).

AB organik üretimi hızlandırmak için konuyla ilgili birçok çalışma yapmıştır. Hedefleri 2030 yılında tüm tarım arazilerinin %30'unda organik tarım yapılmasını sağlamaktır. Bu sebeple de öncelikle tüketiciyi bilinçlendirme çalışmalarına ağırlık vermiştir. Arzu edilen hedefe ulaşılması için ulusal destek politikalarına odaklanarak yoğun Ar-Ge çalışmaları yapılmıştır. Üreticiye sağlanan mali destekler artırılarak çiftçisine yılda 3,7 milyar Avro destek ödemesi yapmıştır. AB'ye yeni katılan ülkelerde de organik tarımla ilgili çalışmalar aynı duyarlılıkta son hızla devam etmekte olup bu bölgelerde de çiftçilere yönelik destekleme programları için çalışmalar yapılmaktadır (İGEME, 2008).

3.4. Türkiye ve Organik Tarım Uygulamaları

Türkiye'de organik üretim sözleşmeli üretim sistemi ile başlamıştır. Ürünlere talep arttıkça sistem daha da gelişmiş, bağımsız projelerle desteklenmiş ve talep artırma çalışmaları ile sürekliliği sağlamaya odaklanılmıştır (www.edirnetarim.gov.tr).

Türkiye gelişmekte olan ülkelerin yaptığı gibi organik ürünlerinin neredeyse hepsini ihraç etmektedir. Gelişmiş ülkeler ise ürünlerini iç pazarda kullanmaktadırlar.

Gelişmiş ülkelerin talepleri, ihraç edilecek ürünlerin cinslerini belirlemektedir (www.bahce.biz).

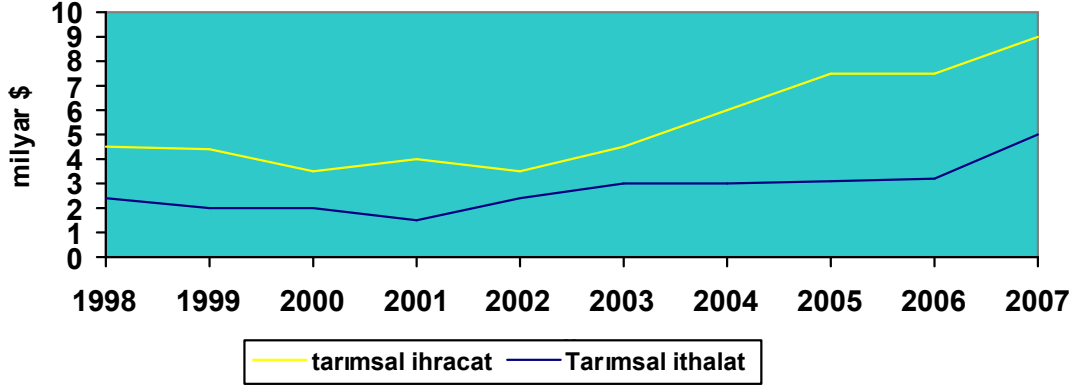
Ülkemizde organik üretimi yapılan ürünlerin yarısından fazlasını kuru ve kurutulmuş meyveler oluşturmaktadır. Hemen arkasından tarla bitkileri, yaş meyve, sebze ve tıbbi ve baharatlı bitkiler gelmektedir (www.bahce.biz).

Ülkemizde toplam tarım arazilerinin içinde organik tarım yapılan arazi oranı çok düşüktür. Dünya’da bu oran giderek artmakta olup organik üretim yapan çiftçiler birçok açıdan desteklenmektedir. Talep tüm dünya’da artmaya başladığından Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin satış pazarları da genişlemeye başlamıştır. Bu talepler arttıkça iç pazarda da ürünlerin değerlendirilebilme olasılığı artmıştır (Gök, 2008).

Yaygınlaşan hastalıklar ve kimyasal katkı maddelerinin yarattığı zararlar hakkında tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesi sonucunda son zamanlarda özellikle bebek mamaları, çikolata, et ve et ürünlerinde organik ürünler çok önem kazanmıştır. Elbette yaş sebze-meyve sektörü de hâla çok önemli paya sahiptir. Ülkemizin yaş sebze ve meyve üretim sektörü bakımından potansiyeli çok yüksektir. Fakat bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için gelişmiş ülkelerin izlediği politikaların takip edilmesi, üreticiye yönelik teşvik ve bilinçlendirme çalışmaları gibi projelerde daha titiz ve aktif çalışılması gerekmektedir. AB ülkelerinin sektördeki hızlı gelişimi incelenip Türkiye’de de organik tarımla ilgili bir yol haritası çizilebilir (Gündüz ve Koç, 2005).

Üretim sırasında alt yapısı belirtilen düzenlemeler şeklinde yapılmayan ülkeler AB ülkelerine organik ürün ihraç edememektedir. Sektörün gerektirdiği standardizasyon sonucu ihraç ürünleri çok dikkatle incelenip gerekli onaylarının olup olmadığı kontrol edilmektedir. Tüm gerekli esaslar Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı’nca organik tarım yasası içerisinde belirlenmiş ve uygulamaya konulmuştur. Özel üretim ve denetim gerektiren organik ürün pazarı kapsamındaki ürünler Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı’nca yetkilendirilmiş belirli firmalar tarafından yapılmaktadır. Türkiye’de 17 firma mevcuttur. Ve yalnızca bir tanesi Türk firmasıdır (www.bahce.biz/organik/organik_ticareti.htm).

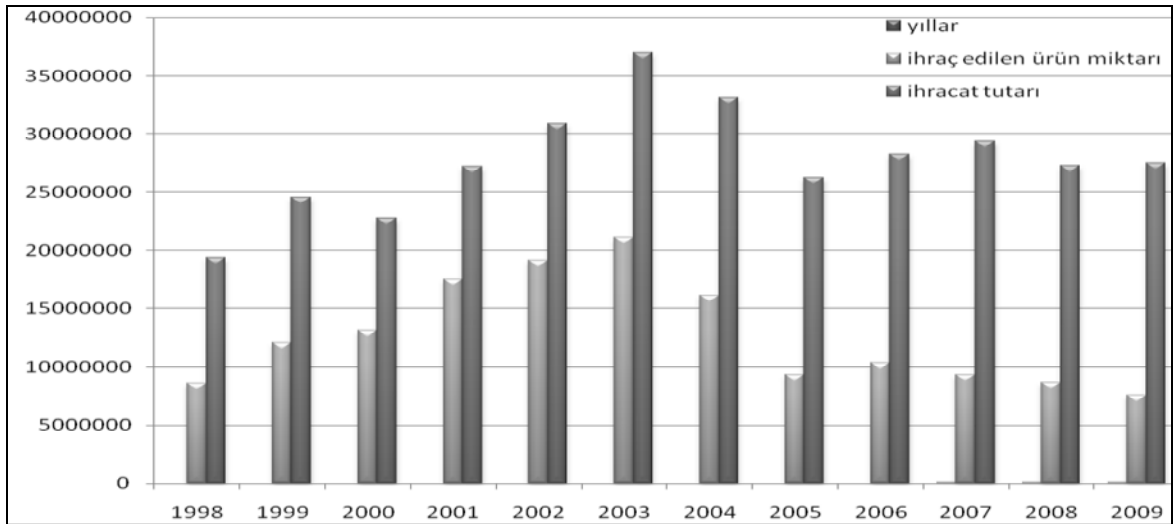
Grafik 7: Tarımsal Dış Ticaret



Kaynak : www.tuik.gov.tr

Grafik 7’de görüldüğü gibi Türkiye’de tarımsal ithalat ve ihracat 1998 yılında 2,4 milyar \$ ve 4,5 milyar \$ iken 2007 yılı sonunda ihracat 9 milyar \$, ithalat 4 milyar \$ değerine ulaşmıştır. Söz konusu veriler ışığında, organik ürün ithalat ve ihracat potansiyelinde yaşanan bu artışın söz konusu pazarın tüm dünya’da giderek rağbet gören bir sektör olduğunu ve aynı ivme ile devam ederse giderek büyüyeceğinin sinyallerini verdiğini söylemek mümkündür.

Grafik 8: Organik Tarımsal İhracat 1998-2009



Kaynak: www.tarım.gov.tr

Grafik 8’de de görüldüğü gibi 1998 yılından 2009 yılına kadar sektör çok belirgin büyümelerle devam etmiş; ancak 2003 yılında yakalanan yükseliş devam eden yıllarda sürdürülememiştir.

Tablo 5: Türkiye’nin Organik Tarım Ürünleri İhracat Hacmi

YIL	MİKTAR(KG)	TUTAR(\$)
1998	8.616.687	19.370.599
1999	12.049.949	24.563.892
2000	13.128.934	22.756.297
2001	17.556.280	27.242.407
2002	19.182.859	30.877.140
2003	21.083.351	36.932.995
2004	16.093.189	33.076.319
2005	9.319.328	26.230.259
2006	10.374.493	28.236.617
2007	9.346.677	29.359.321
2008	8.628.790	27.260.473
2009	7.565.604	27.504.928

Kaynak: www.egebirlik.org.tr

Tablo 5 verilerine bakılacak olursa; Türkiye’de 2002 yılında yaklaşık 31 milyon \$ olan organik tarım ürünleri ihracat rakamları, 2009 yılı itibariyle 27.504.928 olup ortalama 30 milyon \$ olan değer biraz altında gerçekleşmiştir. 2003 yılı verilerine bakıldığında 6 milyon \$ (ortalama %20) artış göstererek yaklaşık 37 milyon \$ seviyesine ulaşan organik ürün ihracat hacmi 2004 yılından itibaren düşme eğilimine girmiştir. Yine 2003 yılında organik tarım ürünlerinin ihracatının %80’lik bir oran ile AB’ye yapılması söz konusu iken 2004 yılında bu değerler ciddi bir azalma eğilimine girmiştir. Çünkü AB, organik tarımdaki ilerlemesi sayesinde iç pazar taleplerini karşılamayı başarmıştır. 2004 yılından bugüne kadar toplam ihracat hacmindeki azalma bu sebebe bağlanmaktadır (Gök, 2008).

Organik ürünlerin birçoğu yurtdışına ihraç edilmektedir. Ürünlerin işleme, paketlenme ve depolanma sırasında dayanıklılığını arttırdıkça pazarlama olanakları daha rahat hale gelmiştir. Daha önce hammadde şeklinde gönderilen ürünler teknolojik desteklerle ve organik ürün pazarının daha fazla talep gören bir pazar hale gelmesinden

sonra daha çok işlenerek ihraç edilmeye başlanmıştır. Ürünlerin taze, konserve, kurutulmuş formda ya da dondurulmuş şekilde sunulması ile ürünlerin organik özelliğine zarar vermeden ihraç yapılmaktadır (Gök, 2008).

Tablo 6: Türkiye’de Bölgelere Göre Organik Tarım ve Organik Tarım Geçiş Süreci

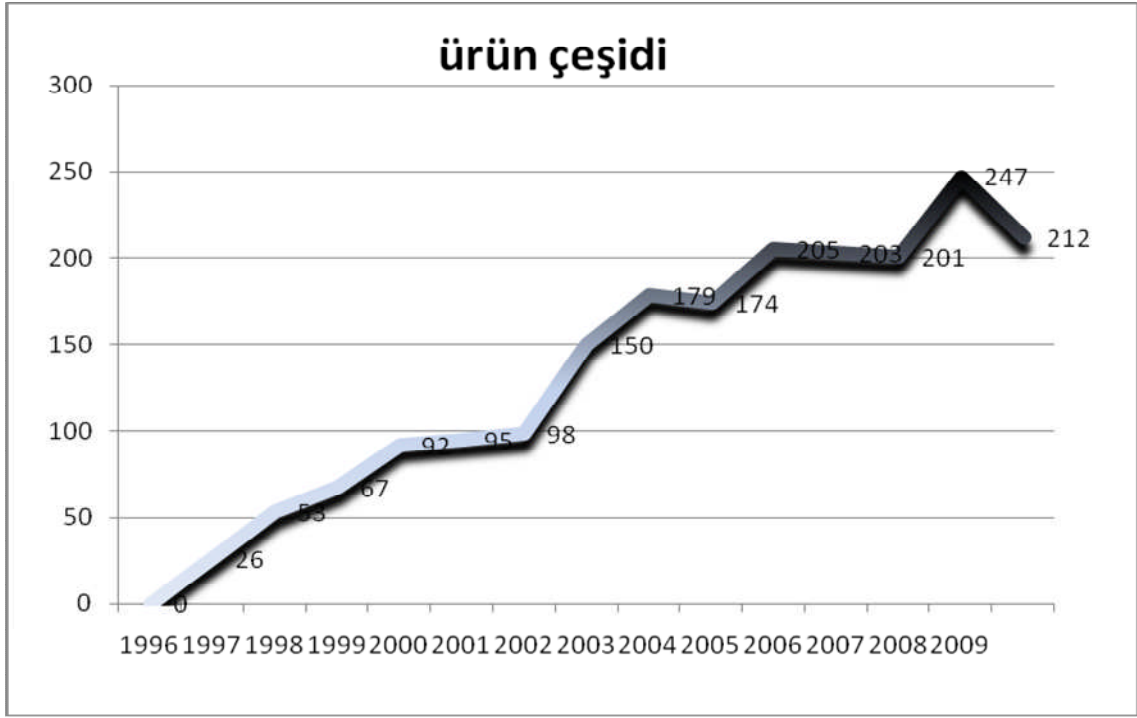
İBBS ¹	Organik Tarım Geçiş Süreci									Organik Tarım								
	Çiftçi Sayısı			Ekilen Alan(Ha)			Üretim(Ton)			Çiftçi Sayısı			Ekilen Alan(Ha)			Üretim(Ton)		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Türkiye	4975	5603	5723	28738	30659	38923	132856	148573	136925	9427	8654	10553	175076	162131	135359	289083	309521	432403
Batı Marmara	65	127	147	543	865	885	2841	2517	2945	374	351	329	1995	2158	1950	9285	5673	7130
Ege	1709	1791	1489	6273	7284	16589	41653	47560	43290	3359	3500	4119	59546	76084	47572	77990	88066	105061
Doğu Marmara	193	256	365	568	631	521	1682	3458	3078	368	529	515	6345	1408	1457	12911	7930	12480
Batı Anadolu	248	602	565	1408	1892	1537	3937	7730	9685	797	833	956	2504	1813	3171	9364	14536	37395
Akdeniz	421	925	775	1614	2586	3112	21772	17060	25409	461	391	622	61806	30937	20230	29698	29976	27972
Orta Anadolu	47	147	118	484	1163	1694	6191	5750	12476	74	89	101	271	603	619	9944	9431	16115
Batı Karadeniz	527	709	937	251	494	1114	6191	5312	9512	2576	1118	1490	5992	6389	10223	35462	11348	61953
Doğu Karadeniz	159	184	216	365	555	695	3455	3333	3576	412	386	703	2602	2395	4352	7448	7211	20531
Kuzeydoğu Anadolu	1386	402	708	13492	5527	8817	36848	31315	15047	740	1138	1212	8751	15371	14339	3999	22979	42691
Ortadoğu Anadolu	188	282	264	2318	2273	2685	6231	6799	5142	190	220	326	6142	3183	9367	16743	11241	15132
Güneydoğu Anadolu	31	176	137	1351	7368	1272	2045	17666	6760	60	96	178	18980	21773	22055	75240	101085	85784

(1) İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablo 6’da görüldüğü gibi 2007 yılı itibariye en fazla üretimin Ege Bölgesi’nde yapıldığı, keza ekili alanın da en fazla bu bölgede olduğu görülmektedir. Ayrıca yıllar itibariyle de tüm bölgelerdeki oranlarda artış olduğu da dikkat çekmektedir.

Grafik 9: Türkiye’de Üretilen Organik Ürün Çeşidi (1996-2008)



Kaynak: www.tarim.gov.tr

Grafik 9’da belirtildiği gibi Türkiye 1996’da organik sektörüne başladığında 26 çeşit ürün ile üretim yaparken 2008 yılında bu rakamı 247’ye kadar çıkarmıştır. Ürün çeşitliliğindeki artış Türkiye’de sektörün giderek talep gördüğünün ve büyüdüğünün açık bir göstergesidir.

Tablo 7: Global Düzeyde Organik Ürünlerin Ürün Gruplarına Göre Pazar Payları (2005)

Ürün kategorisi	%
Meyve ve sebze	39.60
Ekmek ve tahıl	16.40
İçecek	13.30
Süt	12.40
Et-Balık-Tavuk	2.60
Diğer	15.70
Toplam	100

Kaynak: Marangoz, 2008

Günümüzde en fazla pazar talebi olanlar meyve ve sebze ürünleridir. Tablo 7’de yer alan veriler incelendiğinde de meyve ve sebzelerin toplam pazarın neredeyse yarısına sahip oldukları gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Meyve ve sebze pazar payında sırasıyla ekmek ve tahıl grubu, içecekler, süt ve et türleri takip etmektedir. Doğal yaşama dönüş kapsamında tüketiciler her şeyin doğalını kullanma amacıyla ekmeklerini daha organik; içeceklerini de katkısız tercih etmeye başladıkları için organik gıda pazarında bu gıda türlerinin ön plana çıkması oldukça doğaldır (İTO, 2006).

Pazar payının %15,70 gibi bir oranına da gıda dışı ürünler sahiptir. Organik ürün sektörünün daha geniş kitlelere ulaşmasında bu pazar payı çok önemlidir. Tüm ürünlerin katkısız ve sağlıklı olması amacıyla tüketiciler gıda dışı ürünlere de oldukça rağbet göstermişlerdir (Marangoz, 2008).

3.5. Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarım Ticareti

Tüm dünya’da hızla artan organik tarımda genellikle ilk üretilen ürünler ülkelerin geleneksel ürünleridir. Gelişen teknoloji ve iletişim imkânları organik tarımın daha fazla üretici ve tüketici kitlesi tarafından tanınmasını ve yaygınlaştırılmasını sağlamıştır. 2000 yılı itibarıyla, organik gıda satışları Amerika’da 8 milyar \$, Japonya’da 2,5 milyar \$,

Kanada'da 825 milyon \$ ve Avustralya'da 150 milyon \$ gibi önemli rakamlara ulaşmıştır (www.ziraatciyiz.biz). Dünya'da en fazla pazar payı günümüzde Batı Avrupa ülkelerine aittir. Perakende organik satışları 9,6 milyar \$ dır.

Organik ürünler tüm dünya'da giderek artan bir pazar payı oluşturmuştur. Gelişmekte olan ülkeler organik ürünlerini genellikle ihraç etmektedirler. Gelişmiş ülkeler ise üretimlerini iç pazarda değerlendirirler ve gelişmekte olan ülkelerin ürünlerini alıcı konumdadırlar. Pek çok ülke organik üretim için çalışmalarını geliştirmekte ve pazardan daha çok pay alabilmek için talep arttırmaya çalışmaktadır. AB ve ABD, üreticilerini teşvik etmekte ve tüketicileri organik ürünler hakkında bilinçlendirmek için çaba sarf etmektedir. Bunun yanında güvenli kullanım sağlayabilmek için sertifikalı üretim yapılmakta ve tüm dünyada kontrol mekanizması ile üretimler gerçekleştirilmektedir. Üretimlerin tümü ulusal standartlar ile kontrol edilmektedir (Kırmacı, 2003).

Organik tarım, Avrupa'da 1910 yıllarından beri uygulanmaktadır. Daha önce kontrollü üretilmeyen organik ürünler talep yoğunlaştıkça kontrollü üretilmeye başlanmıştır. Tüketici bilinci artışına bağlı organik ürün kullanım ve talebinin de giderek arttığı görülmektedir. 2007 yılında yapılan araştırmaya (SOEL-FiBL Survey 2007) göre; dünya çapında yaklaşık 31 milyon hektar alanda 600.000'den fazla çiftlik tarafından organik tarım faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Bu da araştırma kapsamında yer alan ülkelerin tarımsal alanların %0,7'sine denk gelmektedir. En büyük tarım arazisine 5,8 hektar ile Okyanusya sahiptir. Bu sırayı Avrupa, Latin Amerika, Asya ve Kuzey Amerika takip etmektedir. 2004 yılından beri organik tarımın en fazla artış gösterdiği kıtalar Kuzey Amerika ve Avrupa'dır. İşletme sayısı açısından ise Meksika, İtalya, Uganda ve Sri Lanka ön sıralarda yer almaktadır (Gök, 2008).

Dünyanın en geniş sertifikalı alanı 994.000 hektar ile Avustralya'dadır. Tüm dünyada 130 ülke organik üretim yapmakta ve 30 milyon hektarda organik üretim arazisi bulunmaktadır. Ancak bu sayının içerisine organik hayvansal üretimin yapıldığı mera ve otlak alanlar da dahil olduğu için bu sayının sadece %50'sinde net olarak ekim yapılmaktadır. Ülkemizde 103 bin hektar alanda organik üretim yapılmaktadır. Türkiye, organik tarım için, geniş ürün yelpazesi, zengin bio-çeşitliliği, yaygın tarım geleneği ve

subtropikal iklim kuşaağı ile ideal bir ülke olmasına rağmen dünyadaki organik ürün alanlarının yalnızca %0,2'sine sahiptir (Aytogu, 2006).

Tüm dünyada kullanılan kimyasallar ve katkı maddelerinin doğurduğu sonuçlar gün geçtikçe daha da aşıkr hale gelmektedir. Bu durum da tüketicilerin daha doğal ürünlere yönelmelerine sebep olmaktadır. Sağlıklarına zarar gelmesindense şu anda piyasaya göre %10-30 daha pahalı satış fiyatı olan organik ürünlere yönelmeyi tercih etmeye başlamışlardır. Fiyat farklılığı, sağlık söz konusu olduğunda tüketicisi için sorun teşkil etmemektedir. Türkiye'de de birçok mağaza, süpermarket organik ürün satmakta hatta sadece organik ürünlerin satıldığı satış noktaları da birçok ilde bulunmaktadır. Türkiye'de organik ürün pazarı yüksek potansiyeli olan bir pazar durumundadır (İTO, 2006).

Türkiye'de yaklaşık 20 ülkeye organik ürün ihraç edilmektedir ve bu ülkelerin çoğunluğu AB lkesidir. İhracatın büyük bir bölümü Almanya'ya yapılmaktadır. nemli paya sahip olan diğer lkeler; Hollanda, İsviçre, İngiltere, Fransa ve Danimarka'dır. Türkiye'nin ihracatında ABD de önemli paya sahiptir. İ pazarlarını geliştiren ve organik tarımda ilerleme kaydeden ülkelerin başında ise ABD, Kanada ve Japonya gelmektedir (İGEME, 2008).

Tablo 8: Bazı Ülkelerin Organik Üretim Göstergeleri

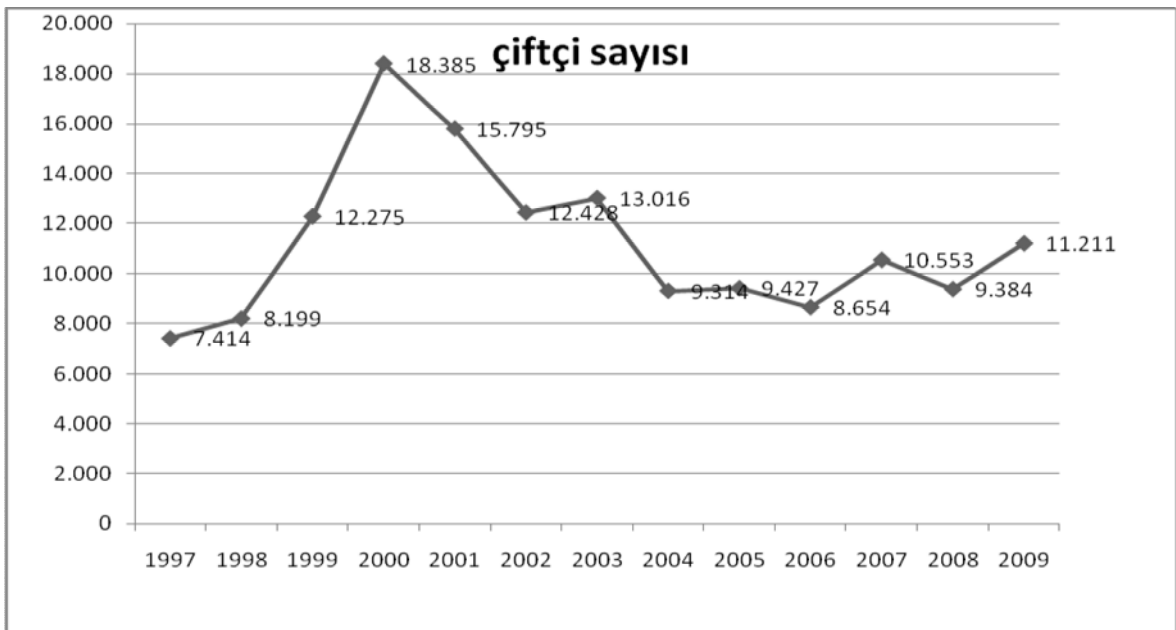
Ülkeler	Organik Tarım İşletme Sayısı		Organik Tarım Ekim Alanı		Toplam Tarım Alanları İçindeki Payı %	
	2004	2007	2004	2007	2004	2007
ABD	6.949	8.445	950.000	1.620.351	0,23	0,50
Meksika	53.577	83.174	215.843	307.692	0,20	2,9
Kanada	3.51	3.618	478.700	578.874	1,30	0,90
Arjantin	1.779	1.736	2.960,000	3.099,427	1,70	2,40
Brezilya	19.003	15.000	841.769	842.000	0,24	0,30
Avustralya	1.380	1.8690	10.000,00	11.800,00	2,20	2,70
Avusturya	18.576	20.310	297.000	360.972	11,60	14,2
Danimarka	3.711	2.892	178.360	145.636	6,65	5,6
Finlandiya	5.071	4.269	156.692	147.587	7,00	6,5
Fransa	11.177	11.402	5.090,00	560.838	1,70	2,0
Almanya	15.628	17.020	696.978	807,406	4,10	4,7
Yunanistan	6.047	14.614	28.944	288.255	0.86	3,1
İtalya	49.489	44.733	1.168.212	1.067.102	8,00	8,4
Lüksemburg	48	72	2.004	3.243	2,00	2,5
Hollanda	1.560	1.377	42.610	48.765	2,19	2,5
Norveç	2.303	2,4%	32.546	43.033	3,13	4,10
İspanya	17.751	15.693	665.055	807.569	2,28	3,20
İsveç	3.530	2.951	187.000	200.000	6,09	6,30
İsviçre	6.466	6.420	107.000	117.117	10,00	10,09
Türkiye	18.385	14.401	57.001	93.133	0,14	0,20
İngiltere	4.057	4.285	724.523	619.852	4,22	3,90
Uganda	33.900	40.000	122.000	182.000	1,39	1,50
Tanzanya	26.986	34.791	55.867	38.875	0,14	0,10
Peru	23.057	33.474	130.246	84.782	0,42	0,40

Kaynak: www.fao.org

Tablo 8’de 2004 ve 2007 yılları arasındaki büyük fark göze çarpmaktadır. Tüm ülkelerde yaklaşık %50 oranındaki artış geçen yıllar boyunca organik tarıma verilen önemi açıkça göstermektedir. İşletme sayısında Meksika, organik tarım ekili alanında Avustralya, toplam tarım alanları içindeki % payında ise en büyük pay sahibinin İsviçre olduğu görülmektedir.

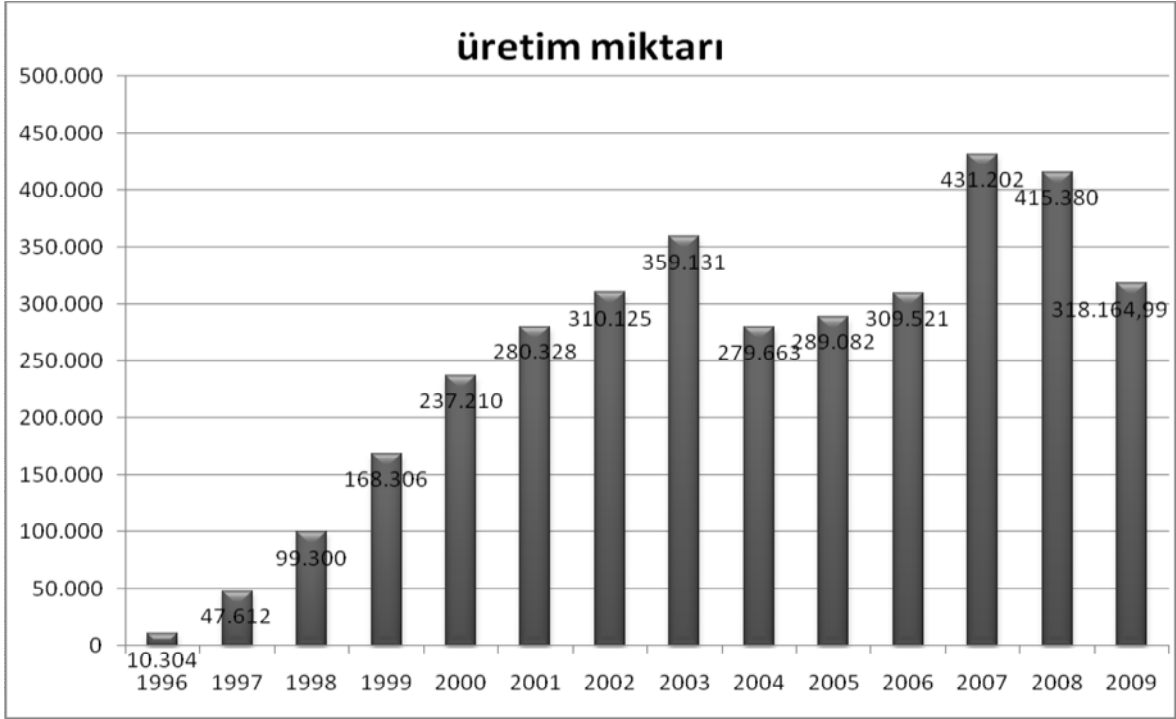
Genelde organik üretim yapan ülkelerde geleneksel ürünler ihracatta önemli değere sahiptirler. Ülkemizde ise geleneksel ürün ihracat hacmi giderek artmıştır. 1998 yılında 18 milyon \$ olan ihracat hacmi 2002 yılında 28 milyon \$ olmuştur. Fakat dünya geneline bakıldığında rakamın yine de yetersiz olduğu görülmektedir. Yeni Zelanda'da bile yıllık organik ürün ihracatı 60 milyon \$ dır. Ülkemiz imkânlarına göre organik ürün pazarında çok daha üst sıralarda olması gereken bir ülke konumundayken hâla sektörde oldukça yavaş bir ilerleme kaydettiğimizi söylemek mümkündür (www.bahce.biz).

Grafik 10: Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretici Sayısı



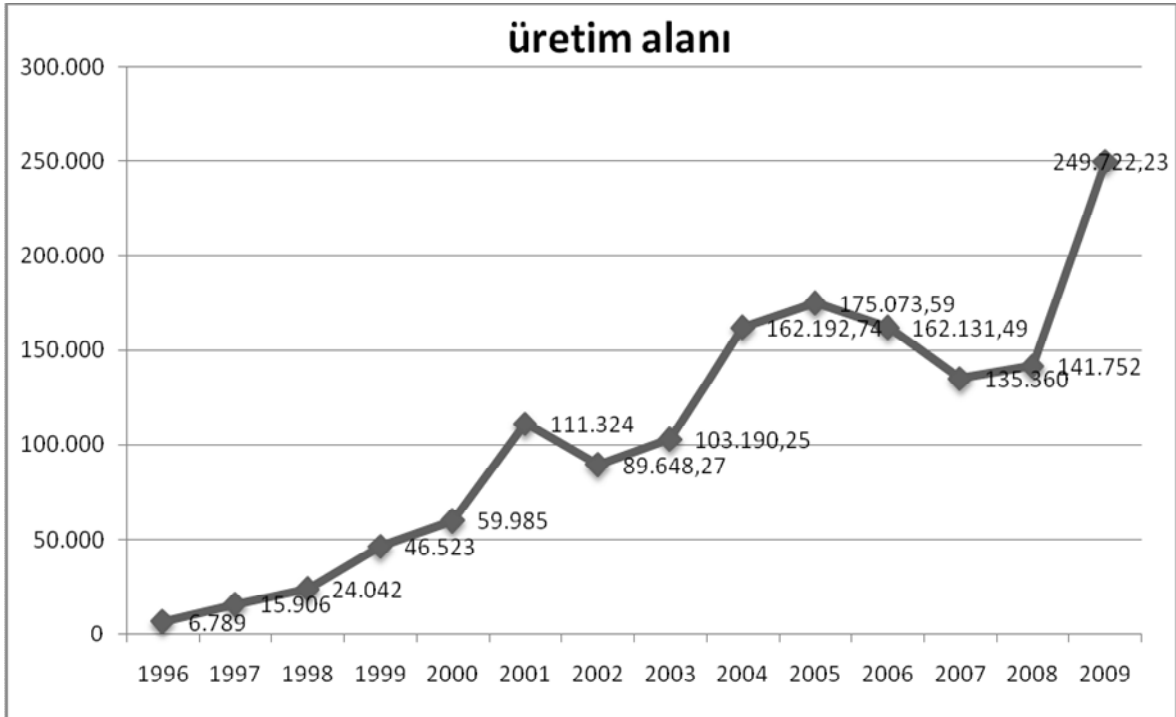
Kaynak: www.tarim.gov.tr

Grafik 11: Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretim Miktarı



Kaynak: www.tarım.gov.tr

Grafik 12: Yıllar İtibariyle Organik Ürün Üretim Alanı



Kaynak: www.tarım.gov.tr

Türkiye'deki organik tarım faaliyetlerine baktığımızda; 1997 yılında 7.414 olan organik ürün üretici sayısının 2009 yılında 11.211'e (Grafik 10), buna paralel olarak 1996 yılında 10.304 ton olan organik ürün üretim miktarının 318.164 tona (Grafik 11); bununla beraber üretim alanı ise 1996 yılında 6.789 hektar iken 249.722 hektar rakamlarına (Grafik 12) kadar yükseldiği gözlemlenmiştir.

Ülkemizde 67 ilde organik tarımsal üretim gerçekleştirilmektedir. Fakat hâla yeterli işletme genişliklerine ulaşamamıştır. AB'de ortalama organik işletme genişliği 28,35 hektar olup Türkiye'de 3,6 hektardır. Yani AB'de bu değer yaklaşık 8 kat daha büyüktür. AB ülkelerinin çoğunda işletme alanlarının yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin; Avusturya, Almanya, Danimarka, Finlandiya, İsveç ve İtalya gibi (Aytoğu, 2006).

Ülkemizdeki organik ürünler arzu edilen düzeyde olmasa da birçok çeşit altında üretilmektedir. Ürün skalası, yaş meyve ve sebze dışında kuru meyve, sebze, tarla bitkileri, tıbbi bitkiler ve hayvansal ürünlerden oluşmakla birlikte, ürün toplamının büyük kısmı kuru ve kurutulmuş ürünlerden oluşmakta, bunun dışında tıbbi ve aromatik bitkiler ile tarla bitkileri de üretim skalasında yer almaktadır (http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834).

Tablo 9: Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Organik Ürün İhracatı (M: Miktar: Ton, D: Değer: 1000\$)

Ürünler	2004-M	2004-D	2005-M	2005-D	2006-M	2006-D	2007-M	2007-D
Dondurulmuş Meyve	630	1382	1130	1164	2592	4497	2354	5056
Fındık	847	5114	827	8324	772	4119	608	4542
Kuru Kayısı	1646	5381	1045	3275	903	2368	1169	3897
Kuru Üzüm	3316	5258	1978	3152	1247	2226	1375	2618
Kuru İncir	1843	4396	1420	3665	6361	890	1077	5413
Çam Fıstığı	34	665	57	1214	32	786	59	1942
Nohut	871	673	497	453	724	718	864	935
Dondurulmuş Sebzeler	489	415	299	282	579	484	58	60
Anason,Rezene Ve Kişniş Tohumları	321	773	71	163	155	425	38	136
Elma Suyu	1406	1513	*	*	170	236	44	94
Antep Fıstığı	25	198	28	262	20	202	30	189
Pamuk	1573	2824	389	697	85	138	*	*
Domates Salçası	39	56	37	40	13	87	77	119
Kurutulmuş Elma	74	211	27	51	35	69	20	60
Bal	32	96	20	45	22	47	*	*
Zeytinyağı	61	360	56	278	4	40	14	102
Mercimek	1508	1366	580	564	7	9	639	567
Konserve Kiraz	27	53	37	44	4	9	*	*
Kuru Erik	38	75	11	37	*	*	0,5	4
TOPLAM(Diğerleri Dahil)	16093	33076	9319	26230	10374	28225	9347	29359

Kaynak: www.egebirlık.org.tr

Tablo 9'da yer alan organik ürün ihracat verileri incelenecek olursa; sırasıyla AB ülkelerinin özellikle de Almanya, İngiltere, İsviçre, Avusturya, Hollanda, Fransa ve Danimarka organik tarım ürün ihracatımızda önemli yere sahip ülkelerdir. ABD, Kanada, Avustralya ve Japonya da potansiyel pazarı oluşturan diğer ülkelerdir (www.bahce.biz).

Türkiye'de organik ürünlerin iç pazar gelişimini etkileyen faktörlerin başında ihracatta yaşanan sorunlar ve rakip ülkelerin aldığı bazı önlemlerle avantajlı hale gelmesi sıralanabilir. Elbette ki talep yoğunluğu da önemli bir engel oluşturmaktadır. Söz konusu

engellerin aşularak iç pazarın hareketlenebilmesi için tüketicilere yönelik organik ürünlerle ilgili bilinçlendirme çalışmalarının yapılması şarttır. Tanıtım olmadan tüketimde kitle artışı sağlamak daha da zor olacaktır. Ülkemizde de organik ürün talep eden tüketici kitlesini arttırmak iç pazar hareketliliğinde önemli rol oynayacaktır (www.ziraatciyiz.biz).

Tablo 10: 2008 Yılı Organik Ürün İthalatı

Ürün adı	Miktarı(kg)	Statüsü(o/g)	Ürün kökeni(B/H/K)	İthal edilen ülke
Ayçiçeği	4258310,0	Organik	B	Rusya
Ayçiçeği yağı	14088,8	Organik	B	Almanya
Bebek maması	33487,2	Organik	K	İspanya
Buğday	16174488,0	Organik	B	Kazakistan
Ceviz içi	45280,0	Organik	B	Kırgızistan
Çavdar	4374251,0	Organik	B	Rusya
Fasulye(kuru)	23000,0	Organik	B	Kırgızistan
Fasulye(kuru)	517500,0	Organik	B	Etyopya
Bitki çayı (muhtelif)	293,6	Organik	B	ABD
Pamuk(balya)	92449,0	Organik	B	Kırgızistan
Susam	508860,0	Organik	B	Etiyopya
Yulaf	6505771,0	Organik	B	Rusya
Buğday çimi tozu	156,3	Organik	B	Avustralya
Hurma	1500	Organik	B	Suudi Arabistan
Buğday	35150	Organik	B	Suriye
Buğday kırığı	111750	Organik	B	Suriye
Bulgur	18167	Organik	B	Suriye
Mercimek	9540	Organik	B	Suriye
Mercimek unu	47650	Organik	B	Suriye
Mısır	371415	Organik	B	Rusya
Müsli-crunch	11641,5	Organik	B	İsviçre
Müsli-original	8505	Organik	B	İsviçre
Nohut	49812	Organik	B	Suriye
Portakal&mürver çiçeği Marmelatı	856,8	Organik	B	İsveç
Çilek reçeli	3062,4	Organik	B	İsveç
Peynir (rokfor)	693	Organik	B	İsveç
Kurabiye (zencefilli)	1984,5	Organik	B	İsveç

Kaynak: www.tarım.gov.tr.

Tablo 10'daki ithalat verilerine baktığımızda ise en fazla Rusya ve Suriye'den organik ürün ithal ettiğimizi görmekteyiz. İthal ürünlerin başında buğday ve ayçiçeği gelmektedir. Türkiye, bu iki ürün açısından çok zengin bir ülke olmasına rağmen yetiştirme yöntemi ithal ürünlere göre daha sağlıksız olduğundan ithalat miktarları oldukça yüksek orandadır.

Organik ürün ithalatında sorun yaşayan tek ülke Türkiye değildir. AB ülkeleri de aynı sorunla karşı karşıyadır. AB tarım ürünlerinin ithalatını engellemek amacıyla birçok önlem almış fakat bu konuda çok başarılı olamamıştır. Genel olarak, Türkiye'de bu sektörde çalışan firmaların genel düşüncesi de ürünlerin hammadde yerine işlenmiş olarak ihraç edilmesinin döviz girdilerini arttıracığı şeklindedir. Ayrıca organik ürünlerin katma değer sağlamada da artışa etkili olduğu belirtilmektedir (Kaya, 2003).

Tablo 11: Türkiye'de Ticarete Konu Olan Hayvansal Organik Ürün Üretim Değerleri (Ton)

Ürünler(ton)	2003	2004	2005	2006
İnek sütü	48	138	13	29
Dana eti	8	100	0	0
Koyun eti	4	300	0	10
Keçi eti	0	50	0	0
Arı kovanı(adet)	12653	27839	573	637
Yumurta(adet)	34500	92500	270000	241940

Kaynak: İTO yayınları, 2006

Ülkemizde ticarete konu olan organik hayvansal ürünlere bakıldığında (Tablo 11); inek sütü, dana, koyun, keçi eti, bal ve yumurtanın önemli bir ticaret gücüne sahip olduğu görülmektedir. Ancak 2004 yılından bu yana yumurta dışında diğer organik hayvansal üretim değerlerinde yaşanan önemli azalmayı da gözden kaçırmamak gerekir (Kaya, 2003).

Tablo 12: Türkiye’de Üretimi Gerçekleştirilen Bazı Organik Tarım Ürünlerine Genel Bakış

BİTKİSEL ÜRÜNLER	
Sert Kabuklu Meyveler	Fındık, Ceviz, Antep fıstığı, Badem, Yerfıstığı, Kestane
Kuru Meyveler	Üzüm, Kayısı, Dilimlenmiş Kayısı, Zerdali, Erik, İncir, (tüm ve dilimlenmiş), Elma, Kiraz, Vişne, Armut, Çilek
Kurutulmuş Sebzeler	Domates, Mantar
Yaş Meyve Ve Sebze	Elma, İncir, Çilek, Erik, Armut, Vişne, Kiraz, Trabzon hurması, Üzümsü meyveler (berry’ler), Karpuz, Limon, Portakal, Greyfurt, Mandalin, Şeftali, Üzüm, Domates, Biber, Salatalık, Ispanak, Pırasa, Karnabahar, Patlıcan, Maydonoz, Havuç, Patates, Kuru soğan, Sarımsak, Kereviz, Bal kabağı, Bezelye
Bakliyat	Mercimek, Nohut, Kuru fasulye
Baharat Ve Tıbbi Bitkiler	Defne yaprağı, Kekik, Kimyon, Ada çayı, Biberiye, Ihlamur, Rezene, Nane, Isırgan otu,
Sanayi Bitkileri	Pamuk, Haşhaş tohumu, Anason, Şeker pancarı,
Yağlı Tohumlar	Ayçekirdeği, Susam
Hububat	Buğday, Pirinç, Mısır, Yulaf, Arpa
Diğerleri	Kapari, Çam fıstığı, Zeytin, Kuşburnu, Toz biber, Fındık unu

Kaynak: İTO yayınları, 2006

Tablo 12’de yer alan Türkiye’de üretimi gerçekleştirilen bazı organik tarım ürünlerine ait verilere bakıldığında; bitkisel organik ürün üretim çeşitliliği ve niteliği net bir şekilde görülmektedir. Ancak, tüketici talepleri doğrultusunda işlenmiş organik ürün sayısı hızla artmakta ve bu rakamın 140-145 ürün kalemi civarında olduğu tahmin edilmektedir (www.bahce.biz).

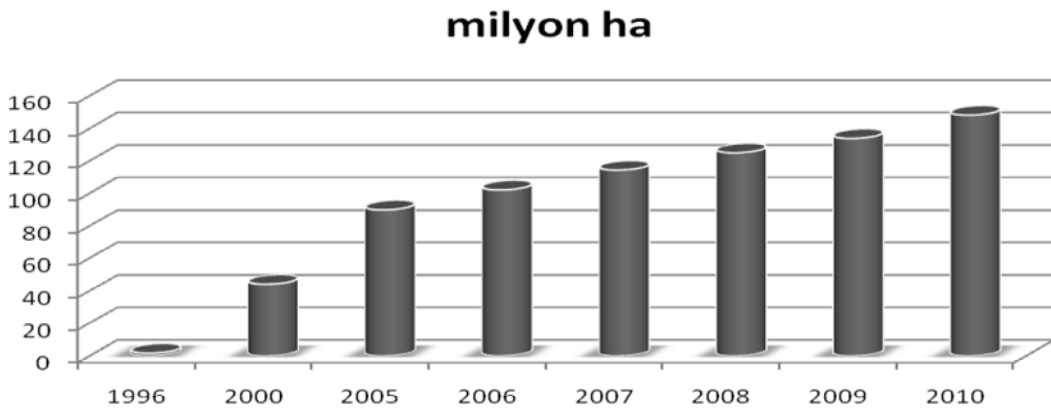
3.6. Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) ve Organik Ürünler

Belçika’da yaşanan dioksin skandalı sonrasında tüketicilerin organik ürünlere verdikleri önemde ciddi artışlar gözlenmiştir. Son yıllarda da genetiği ile oynanmış gıdaların giderek artan bir şekilde piyasaya sürülmesi güvenilir gıda konusunda tedirginliklerin yaşanmasına neden olmuş, bu da tüketicilerin organik ürünlere yönelimine etki etmiştir. Organik üretimin temelinde genetik modifikasyona tümüyle karşı çıkılması yatmaktadır. Gıdaların bu derece bir yoğunlukta dejenere olması sonucunda gıda güvenliğine ait sorgular artmıştır. Günümüzde satışı gerçekleşen ürünler içerisinde

hangisinde GDO olup olmadığı bilinmemektedir. Birçok firma ürünü, ‘‘GDO YOKTUR’’ amblemi taşısa da bunu kanıtlayan herhangi bir veri de yoktur. Ekim alanlarındaki GDO’lu ürünler organik ürünlere de etki etmektedir. ABD 'de GDO’lu unsurlar içermeyen 20 ürün üzerinde yapılan bir araştırmada, 11 üründe GDO maddelerinin izi bulunmuş ve bazılarındaki bunun önemli oranlarda olduğu ortaya konulmuştur. GDO’lu ürünlere yönelik belirgin bir tedbir bulunmaması nedeniyle insan sağlığını tehdit eden genetik modifikasyona karşı alınacak önlemlerin yeterliliği tüketici tarafından olasılık dâhilinde görülmemektedir. Zararın boyutları tahmin edilememekle birlikte bu ürünler hâlen piyasada diğer ürünlerle birlikte farkı belirtilmeden satılmaktadır. Var olan durum göz önüne alındığında, yaşanan gıda güvenlik sorgusu dolayısıyla tüketicilerin organik ürün kullanımına yönelmekte olması pek de şaşılacak bir durum değildir (Gök, 2008).

Günlük kullanımda vazgeçemeyeceğimiz birçok gıda da genetiği değiştirilmiş ekinlerden yapılmaktadır. Bu sebeple GDO’lu ürünlerden uzak kalma olanağımızda giderek azalmaktadır. Etiyle beslendiğimiz hayvanlara yem olarak verilen soya ve mısırın da genetik yapıları değiştirilmekte ve genleri değiştirilen bitkilerin sağlığımıza zararları olup olmadığı ve uzun vadeli etkileri, çevreye ne derece zarar verebilecekleri henüz kesin olarak bilinmemektedir. GDO’lu ürünlerin etkilerinin uzun süre içerisinde kalıtsal sorunlara yol açacağı şimdiden kesinleşen bir bilgidir. Fakat bu sorunların ne şekilde çıkacağı sorusuna yanıt şimdilik verilememektedir (Gök, 2008).

Grafik 13: GDO Ekim Alanları



Kaynak: İSAAA 2010 RAPORU

Grafik 13'te yer alan GDO (Genetik olarak değiştirilmiş organizmalar) ekim alanı hacminin 1996'dan 2008'e kadar ne kadar ciddi bir artış gösterdiği aşıkârdır. 2010 yılında da 2009 verilerine göre % 10'luk bir artış yaşanarak GDO ekim alanı hacmi 148 milyon hektara kadar ulaşmıştır. Bu artışın beraberinde getirdiği risklere ve potansiyel zararlara bakılacak olursa; bu ürünlerde uzun süreli güvenli testlerin bulunmayışı, çevresel, tarımsal ve sağlık gibi alanlarda neden olabileceği yan etkilerin öldürücü nitelik taşıyabilmesi, söz konusu ürünlerin bazı dini inanışlara ters düşmesi, gıdaların taşıması gereken doğal besin değerlerini azaltması ve alerjik maddeler içermesi bunlardan sadece birkaç tanesini oluşturmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE ORGANİK ÜRÜN PAZARI VE GELİŞTİRME İMKÂN LARI

4.1. Türkiye'de Organik Ürün Talebi

Yanlış uygulamalar sonucu bozulan doğal yaşam dengesinin üretimde yer alan tüm faktörleri etkilemesinden dolayı tüketicilerin çevreye ve insan sağlığına daha duyarlı hale gelmesi birçok gelişmiş ülkede 'Organik ürün' adı verilen katkısız ve kimyasal kullanılmadan üretilen ürünlere karşı ilgi ve talebi arttırmıştır (Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü [T.E.A.E] yayınları, 2002).

Ülkemizde ihraç edilen organik ürünlerin, gelişmiş ülkelerden gelen talebi karşılamak amacıyla gündeme geldiği herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Bu çerçevede dış talep temelli organik üretimin artırılması yönünde yoğun çalışmalar yapılmakla birlikte Tarım Bakanlığı, iç pazar talebi ile ilgili de üreticinin haksız rekabetten korunması için organik ürün ve pazarlama yönetmeliğini 2001 yılında hazırlamış ve işleme koymuştur. Bu anlamda yapılan destek ve yasal düzenlemeler, üreticiler için koruyucu bir önlem olmanın yanı sıra organik üretimin teşviki için de ciddi bir önem arz etmektedir (İGEME, 2005).

Tüketicinin geleneksel alışkanlıklarından ayrılıp organik ürüne geçebilmesi için organik üretim ile sağlayacağı kazancın konvansiyonel üretimle sağladığı kazanca denk ya da daha fazla olması gereklidir. Yani üretici organik üretime geçtiğinde katlanacağı fırsat maliyeti sıfır ya da azalan oranlı olmalıdır. Bu sonuca ulaşmanın iki yolu vardır; bunlardan birincisi, organik ürün üretiminden sağlanan verimin konvansiyonel üründen sağlanan verime eşit olmasıdır. Verimin eşit olması durumunda konvansiyonel ve organik ürün fiyatları aynı olabilecektir. Bununla birlikte organik üretime geçildiğinde, birim üretim

maliyeti azaltılabiliyorsa üretici organik ürününü konvansiyonel daha düşük bir fiyattan satarak azalan fırsat maliyetine erişebilecektir. İkinci yol ise, organik üretime geçildiğinde verim azalıyorsa (Aynı zamanda, birim üretim maliyeti de azalıyor olabilir), üretici fırsat maliyetine eşit kazancı ancak organik ürünü konvansiyonel üründen daha yüksek bir fiyatla satarak sağlayabilir. Burada dikkati çeken nokta kazancın ötesinde sağlık açısından organik ürünlerin güvenilir olduğudur. Tüketiciler organik ürünleri gönül rahatlığı ile alabilmelidir (T.E.A.E.yayımları, 2002).

Organik ürün tüketimi araştırmaları sonucunda iki önemli sonuca ulaşılmıştır. Birincisi, organik ürüne olan potansiyel talebi belirlemek; ikincisi ise tüketicilerin organik ürünle ilgili tüketim eğilimleri hakkında bilgi sahibi olmaktır. Çünkü talep kanunu gereğince ürünün fiyatı arttığında talep edilen miktar düşer. Bunu engellemenin yolu arz-talep dengesini arzu edilen düzeyde kurabilmektir (T.E.A.E.yayımları, 2002).

Bu açıdan değerlendirildiğinde yapılması gereken ya talebi arttırmak ya da arzı kıstmaktır. Amaç, organik ürün arzını kıstmak olmadığından talebi arttırmaya yönelik politikalar izlenmelidir. Talebi belirleyen faktörler ele alınırsa; tüketicinin geliri, rakip ve ikame malların fiyatı, nüfus ve yapısı organik ürün üreticisinin etkileyebileceği faktörler değilken tüketicilere ait zevk ve tercihlerin üretici firma tarafından değiştirilebilmesi talep artışına neden olabilecektir. Organik ürün üreticisi olan bir firma, doğru pazarlama teknikleri ve reklam ile ürününe yönelik talebi etkileyebilecektir.

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

4.2. Organik Tarımsal Ürünlere Yönelik Tüketici Reaksiyonları

Günümüzde son yıllarda organik tarım alanı ve üretiminde yaklaşık 5 katlık bir artış gözlenmiştir. Ancak dünya genelinde organik üretim alanı ve işletme sayısı dışındaki diğer

gerekli verilere ulaşılması noktasında bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Pazar talepleri veya ürün arzlarını belirlerken istatistiksel veri azlığı sebebiyle sağlıklı hedefler şu an için belirlenememektedir (www.bahce.biz).

Organik tarımsal üretim, genelde tüketici isteklerini karşılamakta zorluk çekilen bir pazar yapısına sahiptir. Hava şartları, uzun süren üretim dönemi ve fiyata ilişkin belirsizlikler pazarın tüketici taleplerine cevap vermesini geciktirmektedir. Bu sebeple, tüketim eğilimleri doğru olarak tespit edilse bile tüketiciden beklenen reaksiyona ulaşılması oldukça gecikmektedir. Organik tarım yapan üreticilerin oluşan talepleri karşılamada katlandıkları zaman maliyetine, üretim sırasında hiçbir kimyasal ve katkı maddesi kullanılmaması gerekliliği de eklenince işlerinin ne kadar zor olduğu net bir şekilde anlaşılmaktadır (Kaya, 2003).

4.3. Türkiye’de Organik Ürün Yatırımına Bakış

Organik tarım sektörünün Türkiye tarihi yakın bir zaman önce başlamıştır. Yaklaşık 11-12 yıl önce Avrupa’da yoğunlaşan talep, başlangıçta radikal ve ütöpik olarak algılanan organik tarım sektörüne olan ilginin artmasına yol açmıştır. İlk üreticilerin küçük firmalardan oluşmasına rağmen zamanla artan talep ilk aşamada üretim miktarlarının ardından üretici sayısının da artmasına yol açmıştır. Yaşanan hızlı gelişmeler, organik tarımı kendi pazarını yaratan bir sektör haline getirmiştir.

Daha önce ne tüketicinin ne de yatırımcının ilgisini çekmeyen organik tarım günümüzde her alanda dillerden düşmeyen iki kelime haline gelmiştir. Öyle ki artık birçok büyük firma organik ürünleri raflarına dizmiş bulunmaktadır. Migros ve Carrefour organik ürüne yoğun destek veren başlıca süpermarketler zincirlerinden sadece iki tanesidir. Bu marketlerde organik ürünlerin onlarca çeşidini bulmak mümkün hale gelmiştir. Örneğin; Migros’ta 2005 yılı ile 2006 yılı organik ürün satış raporlarına bakıldığında satılan organik yumurta ve yoğurta 3 kat, peynirde 5 kat, meyve ve sebzelerde ise %25’lik bir artış olduğu tespit edilmiştir (İTO, 2006). Ve bu pazar ekonomik kriz ve üretimin önündeki bazı engeller olmasa görülebilir bir gelecek için her sene ikiye katlanarak büyüyecek durumdadır.

Potansiyeli yüksek olan bu pazarın yurt içi satış kanalları incelendiğinde; hâlen ülkemizde yaygın olmayan bir üretim anlayışı olduğu görülecektir. Tarım Bakanlığı konuyla ilgili geliştirme çalışmalarını süratle devam ettirmekte olup Ekolojik Tarım Organizasyonu gibi kuruluşlardan da destek almaktadır. Bütün bu desteklemeler temelde iki sebebe dayanmaktadır; birincisi ekolojik tarımın genel faydası; ikincisi ise kârlı bir pazar olmasıdır (İGEME, 2005).

Örneğin; 2005 yılı verilerine göre Almanya’da organik ürün pazar payı %5 civarındadır. Almanya, 1995’lerde pazar payı yüzde elliye bile bulmayan organik ürün pazarını bu rakamlara getirebilmiştir (İTO, 2006).

Yurtiçi pazarın oluşması ise, üretimdeki artış ve ihracattaki büyümeden kaynaklanmaktadır. Türkiye’nin 1997 yılındaki ekolojik ürün üretimi 50 bin tondan oluşmakta ve bunun yaklaşık 19 bin tonu ihraç edilmekteydi. Yaşanan gelişmelerle 2000 yılı sonu itibariyle 237 bin tona ulaşan üretimin 18 bin ton civarı ihraç edilmekteydi. Buna göre yapılan ihracatın değeri 27 milyon dolar olmuştur. 1998 ihracatının 18 milyon dolar olduğu düşünüldüğünde, 2 yıllık artışın 9 milyon dolara ulaştığı ortaya çıkmaktadır (İTO, 2006).

4.4. Görünmeyen İhracat

Organik üretimin tamamının ihraç edilmediğini düşünürsek, geriye kalan ürünlerin tamamının tüketildiğini de söylemek mümkün değildir. İç pazar potansiyelimizin de yetersiz olduğu ele alındığında tüketilmeyen bu ürünlere ne olduğu sorusu gündeme gelmektedir. Sektörün uzmanlarına göre, geriye kalan üretimin büyük çoğunluğu yurtdışına konvansiyonel ürün olarak ihraç edilmekte; ancak söz konusu ülkeye ulaştığında sertifikalandırılmaktadır. Yurt içi firmalar, ellerinde mal kalmaması için bu duruma katlanmak zorunda kalırken yaratılan katma değer ise yurtdışı firmalarına kalmaktadır. Konunun uzmanlarına göre, "görünmeyen" ya da “zımnî” olarak yapılan bu ihracat da dikkate alındığında, toplam ekolojik ürün dış satımının, açıklanan resmi verilerden çok daha fazla olduğu söylenmektedir (İGEME, 2005).

Türkiye, gerek iklim koşulları gerek toprak yapısı gerekse su kaynakları açısından organik tarım için çok uygun bir ülkedir. Bu anlamda değerlendirildiğinde; ülkemizin bir çok bölgesinde ekolojik üretim yapmak mümkündür. Ancak, ihracat aşamasında yaşanacak sorunlar nedeniyle üretimin kontrollü bir şekilde yapılması gerekmektedir.

Tarım Bakanlığı, 1994 yılında bitki ve hayvan ürünlerinin organik olarak üretilmesiyle ilgili bir yönetmelik çıkartarak üretim sürecinin kontrollü ve belirli sistemler içerisinde yapılması yönünde önemli bir adım atmıştır. Kontrol yetkileri, bağımsız firmalara devredilerek sertifikaların da bu firmalar tarafından verilmesi sağlanmıştır. Söz konusu firmaların ana amacı, üretimin her aşamasında denetim ve kontrol mekanizmasının işlerliğini sağlayarak tüketicinin ürünü güvenle almasını temin etmektir (www.tarimsurasi.tarim.gov.tr).

Yapılan düzenlemelerle 1997 yılında 7 bin 400 çiftçi tarafından 16 bin hektar alandan alınan organik ürün 50 bin ton iken 2000 yılında Türkiye’de 18 bin 235 çiftçi tarafından 50 bin hektar alandan alınan ürün 237 bin ton olmuştur (www.tarim.gov.tr). Ürün bazında yıllar itibariyle gerçekleştirilen organik tarımsal üretim miktarları aşağıda verilmiştir:

Tablo 13: Türkiye’de Organik Tarımsal Ürünler Üretimi (Miktar: Ton)

Ürünler	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pamuk	19 511	21 793	34 877	30 268	10 032	63 960	55 534
Elma	45 040	69 187	71 928	52 670	49 915	28 393	50 810
Buğday	31 139	19 752	21 379	31 194	13 756	26 515	43 915
Domates	90 472	82 809	26 493	22 897	25 125	15 512	21 437
Üzüm	12 894	10 469	9 505	13 988	14 485	16 687	15 510
Zeytin	7 343	10 744	6 456	10 997	10 531	13 109	12 096
Mercimek	5 862	17 012	11 781	9 135	6 093	19 050	10 071
Fındık	6 965	7 667	5 994	4 821	3 670	6 402	8 355
Kayısı	13 634	5 940	13 278	9 019	9 628	6 491	7 767
Çilek	3 353	3 293	3 497	4 098	4 604	4 571	7 234
İncir	8 293	9 473	8 112	15 793	6 821	7 563	5 938
Vişne	3 769	6 580	5 994	4 020	1 874	2 939	5 733
Biber	3 202	3 355	3 309	2 643	2 565	4 399	4 629
Nohut	3 691	7 667	5 662	4 085	4 660	4 867	2 901
Kiraz	1 375	1 335	1 830	1 348	1 088	1 632	2 239
Soğan	2 680	388	1 020	1 412	430	1 320	996
Antepfıstığı	N/A	2 005	4 789	6 827	460	1 135	616
Bal	557	923	1 100	937	572	524	497
Zeytinyağı	1 602	413	68	3		530	
Toplam (Diğerleri Dahil)	280 328	310 124	291 876	218 388	289 082	309 522	431 203

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

Organik ürün pazarının kârlı oluşu dolayısıyla ülkemizde de diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi iç pazara yönelim çok gecikmemiştir. Kimyasal ürün ve katkı maddesi kullanılmadığı için girdi maliyetlerinin daha az olması, bu yönelimin ana sebeplerindendir. Ancak, verimin az olması ve üretim sürecinin uzunluğu zaman maliyeti yaratmaktadır. Bu sektörün esas kârı, yurtdışına yapılan ihracatla elde edilmektedir. İhracat yapıldığında, ürünler daha yüksek fiyatlardan satılma imkânı bulduğundan kâr yükselmektedir (İGEME, 2005).

Yüksek kâr vadeden bu pazarın gelişmesi için öncelikli olarak yapılması gereken karşı karşıya olunan pazarlama engellerinin aşılmasıdır. Bu anlamda Türkiye’de yaşanan pazarlama kısıtlamalarını ele alırsak; organik tarımı düzenleyen yönetmeliklerin birçok

açından yetersiz olması, organik tarım ortak bilincinin henüz tam olarak oluşturulamamış olması, ürün verimliliğindeki yetersizlik dolayısıyla arzın yetersiz kalması, mamûl mal için gerekli olan hammaddelerin yetersiz olması ve hâli hazırda henüz gerekli olgunluğa erişememiş pazar yapısı gibi birçok neden söz konusu pazarın gelişmesini büyük ölçüde engellemektedir.

4.5. Organik Ürün Pazarlama Durumu

Organik ürün pazarı, yeni gelişmekte olan bir piyasadır. Ürün ve bu ürün hakkında oluşturulacak bilinç, şu anda bu pazar için dikkat edilmesi gereken ana noktalar. Organik ürün ortak bilincinin oluşturulması ile talep yaratılmaya çalışılmalı ve eş zamanlı olarak dağıtım kanallarının artırılması için gerekli altyapı oluşturulmalıdır. Organik ürün talebinin yetersizliği noktasında yüksek fiyat yapısı pazarlamayı sınırlayan en önemli faktör gibi algılansa da temel neden dağıtım kanallarının yetersiz oluşudur. Ayrıca organik ürün üretiminde yaşanan verim sıkıntısı da üretim miktarının sınırlı olmasına neden olduğu için talep ve arz yalnızca belirli yerlerde karşılaşabilmektedir. Bu durum da konvansiyonel ürünlerin pazar hâkimiyetinin aşlamaması sonucunu doğurmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki bu sorun yalnızca gelişmekte olan ülkelerin pazarlarında değil aynı zamanda gelişmiş ülke pazarlarında da yaşanmaktadır (İTO, 2008).

Önceleri hammadde ağırlıklı olarak ihraç edilen organik ürünler, zamanla mamûl mal ağırlıklı ihraç edilmeye başlanmıştır. Bunun sebebi de genelde talep kaynaklıdır. İşlenmiş ve hammadde birbirinden ayrı değerlendirilmesi gereken ürün skalalarıdır. Örneğin domates, hasat edildiğinde bir hammadde; ancak yaratılan şekil faydası ile domates suyu veya salçası gibi ürünler haline getirilerek ayrı birer ürün haline gelir. Hammadde ne kadar çok işlemden geçirilirse ürün maliyeti, dolayısıyla fiyatı da değişecektir. Bu şekilde oluşturulan ürün yelpazesi ile farklı birçok tüketicinin taleplerine cevap bulunması üretici sayısında da artışa neden olacaktır (www.arastirma-yalova.gov.tr).

Organik ürünlerinin başlıca özellikleri; toprak, su ve hava kaynaklarını kirletmemesi, insan sağlığına duyarlı olması, fiyatlarının geleneksel ürünlere göre daha yüksek olması ve arz miktarının sınırlı olmasıdır. Organik ürünlerin sahip olduğu pazar potansiyeline ulaşılması için reklamlar ve satış promosyonları, bilgilendirme ve sponsorluk

işlemleri ile bir bütün oluşturulması arzu edilen pazarlamanın, dolayısıyla satışın yaygınlaşmasını sağlayacaktır (www.arastirma-yalova.gov.tr). Bu süreçte pazarlamanın gereği gibi yapılabilmesi açısından ürün tanıtımının gerçekçi olması, talebin doğru tespit edilmesi ve piyasada bulunan ikame ürünlerin takip edilmesi odaklanılması gereken temel noktalar. Ayrıca unutmamak gerekir ki ekolojik ürün pazarlamalarında doğrudan tüketiciye ulaşma şansı mevcuttur. Bu nedenle, nihâî tüketiciye hammadde yerine yarı mamûl ürün satışı da yapılabilir. Bu doğrultuda sermayesi yeterli olan üreticiler direk olarak kendi tüketicilerine ulaşabilirken yeterli sermayeye sahip olmayanlar ise birçok birlik ve kooperatiften yararlanabilirler. Ülkemizdeki iç pazar olanakları, dış pazar olanaklarına göre daha fazla olmasına karşın iç pazar üreticisi sayısı sınırlıdır ve iç pazarda yer almak risklidir. Çünkü piyasa yeni oluşmakta ve gerekli olan pazar analizi tam olarak yapılamamıştır (İTO, 2006).

Pazar analizi için “pazar” ve “pazarlama” araştırmasının yapılması gerekmektedir. Pazar araştırmasında satışın hâlihazırda nerede yapıldığı, talep ve talebi belirleyen etmenler, tüketicinin ürünü aldığı yerler tespit edilmeli ve buna bağlı olarak ürünün nerede, ne zaman satılacağına ilişkin veriler toplanırken pazarlama araştırmalarında dağıtım kanalları ve etkinlikleri geliştirilmeli ve izlenecek yol haritasına ilişkin veriler toplanarak strateji geliştirme konusunda daha sağlıklı karar verilmesini sağlanmalıdır. Örneğin; organik çilek üretiminde bulunan bir çiftçi, çileği taze olarak bir toptancı ya da işleyici firmaya satabilir. Bu durumda, pazarlama kanalında “üretici” konumundadır. Mahalli pazarda tüketiciye taze organik çilek satması durumunda ise “üretici-perakendeci” konumunda olur (www.arastirma-yalova.gov.tr). Hangi seçeneğin daha rasyonel olduğunun tespiti; ancak gerçeğe dayanan verilerle hazırlanmış bir pazar analizine bağlıdır.

İç pazar potansiyeli hazır olmasına rağmen pazarda bulunan pazarlama firması sayısının oldukça sınırlı olması pazar analizinin kalitesini düşürmektedir. Diğer taraftan ise Türk tüketiciler de henüz organik ürünler için yüksek farklar ödemeye hazır değildirler (İTO, 2006). Bütün bu nedenlerden dolayı organik ürünlerin pazarlaması hâlen istenilen düzeyde gerçekleştirilememektedir.

Tüm dünya’da organik ürün pazarlamasında süper ve hiper marketler önemli rol oynamaktadır. Daha çok perakende zinciri şeklinde olan pazarlama kanalları, yalnızca

doğal ürün satan dükkânların oluşması ve doğrudan üreticiden tüketiciye yapılan satış işlemlerinin artması pazarlama kanallarının şeklini değiştirmektedir. Genelde büyük marketlerden satış yapılmasının sebebi ise yoğunlukla tüketicinin o firmaya duyduğu güvenden kaynaklanmaktadır. Organik ürün satışının, ABD ve diğer yurt dışı ülkelerde de ufak satış noktalarına oranla büyük market zincirleri aracılığı ile yapıldığı gözlemlenmektedir (Gök, 2008).

ABD, 9,3 Milyar \$ gibi bir büyüklük ile 2001 yılı itibariyle organik ürün satışlarında dünyanın en büyük pazarı konumunda olup 2001-2004 yılları arasında organik gıda pazarında %24'lük bir genişleme yaşanmıştır. Söz konusu veriler, toplam gıda satışları içerisinde değerlendiğinde ise organik gıda satışları toplam satışların %2'si düzeyindedir. Bu büyümeye paralel olarak organik gıda satışı yapan dükkânlar da tıpkı konvansiyonel market zincirleri gibi birleşmiş olup iki büyük zincir bu yapının temelinde yer almaktadır. Söz konusu mağazalarda satılan ürünlerin kâr payı ise %11 ile %167 arasında değişmektedir ki bu durum organik ürünlerin en önemli dezavantajı olan fiyat yüksekliği ile tutarlı bir yapı arz etmektedir. Tercih edilebilirliği dolayısıyla süpermarket zincirleri pazarlamanın önemli bir noktası olmakla beraber söz konusu marketlerin sektörde o kadar büyük bir pay ve önemi vardır ki en büyük market zincirinin kendi organik markası dahi bulunmaktadır. Tablo 14'te yer alan verilere bakıldığında, ABD'den sonra 9 milyar \$ gibi bir pazar büyüklüğü ile 15 ülkeli AB'nin en büyük 2. organik ürün pazarı konumunda olduğu net bir şekilde görülmektedir. AB içerisinde ise söz konusu pazar genel olarak geleneksel süpermarketlerden oluşmakta iken İtalya'da yalnızca organik süpermarketlerden oluşan bir yapının varlığı da söz konusudur (Ege İhracatçıları Birliği, 2008).

Tablo 14: Bazı Ülkelerde Organik Gıda ve İçeceklerin Pazarlama Kanalları (%)

	Geleneksel S.market	Özelleşmiş Dükkanlar	Doğrudan Satış	Fırınlr, Kasaplar	Diğer
ABD	43	50	-	-	7
Kanada	49	48	-	-	3
Avusturya	75	10	10	-	10
Fransa	47	43	10	-	-
Almanya	33	38	17	7	5
İtalya	50	40	-	-	10
İsviçre	69	19	7	-	5
Hollanda	45	42	-	-	13
İngiltere	80	11	9	-	-

Kaynak: UNCTAD, 2003

Organik üretimde dikey entegrasyon önemli bir yere sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerdeki organik üretim daha çok ihracata yönelik yapıldığından, ithalatçı firmaların talepleri doğrultusunda belirlenen projelerle planlanarak üretim sonunda alım garantisi öngören sözleşmeli üretim metodu ile gerçekleştirilmektedir. Sözleşmeli üretim, kooperatif ve şirket gibi uygulamalar birer dikey entegrasyon türüdür (İTO, 2006).

Sözleşmeli üretim sistemi incelenecek olursa;

- Sistemin olumlu özellikleri:

- Belirlenen ilkelere uygun olarak üretilen ürünlere satış garantisi verilmesi
- Üretimde karşı karşıya kalınacak verimlilik azalışı durumlarında gerekli kolaylıkların sağlanması
- Şartları oluştuğunda aynî ve gerekirse nakit yardımının sağlanması
- Üretim sürecinde gerekli ve temel ilkelere uygun yeni teknolojilerin temin edilmesi
- Üretim sürecinde atılacak her adımın planlanması dolayısıyla belirsizliğin en aza indirilmesi olarak sıralanabilir (www.orguder.org.tr).

- Sözleşmeli üretimin olumsuz özellikleri ise;
 - Üretim yapılmadan ürün fiyatının bilinmemesi
 - Yeterli sermayeye sahip olmayan üreticilerin sözleşme yapılan alıcı firmaya bağımlı olması
 - Üretim sonucunda sözleşmede prim ödeneceği kararlaştırılmasına rağmen prim miktarının yalnızca alıcı firma tarafından belirlenmesi
 - Her ne kadar alım garantisi veren bir sistem olsa da zaman zaman ürün alımlarında sorunlar çıkması ve karşılaşılan problemlerin çözümlenememesi olarak sıralanabilir (www.orguder.org.tr).
- Gelişmekte olan ülkelerde sözleşmeli üretim sistemi ile başlayan organik tarım sisteminin karşı karşıya olduğu diğer problemler ise;
 - Üretim sürecine ilişkin teknik bilginin tam olarak bilinmemesi
 - Pazar analizinin gereği gibi yapılamaması nedeniyle talep niteliklerinin tam olarak tespit edilmemiş olması
 - Sertifikasyon sürecinde yaşanan zorluklar ve zaman maliyeti
 - Bilgi eksikliği nedeniyle küçük üreticilerin üretim sürecine yönelik ümitsizliğe kapılmaları
 - Üretime verilmesi öngörülen desteklerin yetersiz kalması...vb şekilde sıralanabilecektir.

Organik ürün pazarlama firmalarının davranışları incelendiğinde dış piyasaya yönelik satımlarda gönderim yaparken ürün talebini belirli bir zaman öncesinden aldıktan sonra çalışmalarını ithalatçı firma talepleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri gözlemlenmektedir. İç piyasaya yönelik satımlarda ise marketlere, özel organik ürün satan dükkânlara ya da doğrudan tüketiciye satış tekniğinin tercih edildiği görülmektedir (İTO, 2006).

Türkiye’de organik ürün için henüz yeterli bir piyasa oluşmamıştır. Arzu edilen pazarın elde edilmesi için tüketici davranışlarının incelenmesi şarttır. Tablo 15’te bu konuda yapılan bir araştırmaya yer verilmiştir.

Tablo 15: Tüketicinin Taze Meyve-Sebze Satın Alım Nedeni

Tüketicinin taze meyve-sebze satın alım nedeni	%
Besin Değeri	40,9
Katkı-Kalıntı Bulunmaması	34,3
Lezzet	12,5
Fiyat	11,6

Kaynak: İTO yayınları, 2006

Yukarıda da görüldüğü gibi tüketicinin meyve ve sebzenin tazesini almak istemesinin nedeni besin değeri olarak görülmektedir. İkinci sırada yer alan katkı ve kalıntı bulunmaması da son zamanlarda yapılan üretimlerde besin değerinden çok zararlı kimyasal değerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Zararlı etkilerden korunmak isteyen tüketiciler artık kalıntı ve katkı maddesi içeren ürünlerden uzak durmak istemektedirler. Fakat organik ürünleri nasıl ve nereden temin edebilecekleri konusunda hâla yeterli bilgiye sahip değildirler. Bu problemin ortadan kaldırılabilmesi için tüketicilere yönelik bilinçlendirme projelerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Aynı çalışmaya göre organik ürün kavramından daha önceden haberdar olanlar %8,7 oranında iken bu kişilerin de %67'sinin kavramı doğru bildikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin bilgi kaynakları olarak da TV ve radyo ilk sıralarda yer almaktadır (EUROBAROMETER 62,ulusal rapor).

Organik ürün satışları yerel pazarlarda konvansiyonel ürün fiyatlarıyla yapılmakla birlikte organizasyon firmasına veya ihracatçı/işleyici firmaya satılarak gerçekleştirilmektedir.

Organik ürün pazarının da her pazarda olduğu gibi avantaj ve dezavantajları vardır. Ama doğal kaynakların korunmasına ve insan sağlığına verdiği önem ve ürün çeşitliliği ile tarım sektörüne yaptığı ve yapacağı katkılar göz önüne alınırsa önem verilmesi gereken bir pazar olduğunu söylemek zor değildir (Türkiye 3.tarım sempozyumu).

Gelişmekte olan ülkelerin dış pazara gönderdikleri ürünlerin aynı zamanlarda pazarlara ulaşması rekabeti arttırmaktadır. Gelişmiş ülkeler ürünlerini kendi iç pazarlarında değerlendirdikleri için bu rekabet piyasasına girmemektedirler. Pazarda ürünün rağbet görmesini sağlamak için farklılaştırılmış mal olgusunu oluşturmak gerekmektedir. İhracat sırasında en önem verilen bir diğer konu ise gıda güvenliği ve ürünlerin kalitelerinin bozulmadan pazarlara sunulmasıdır (İTO, 2006).

Ülkemiz açısından değerlendirildiğinde ise üreticilerin ürünlerini “organik” veya “ekolojik” olarak nitelikli bir şekilde pazara sunabilmesindeki en önemli engel söz konusu pazara ulaşımı sağlayan pazarlama firmalarının ülkemizde sözleşmeli şekilde yer almayı tercih etmiş olmalarıdır. Yani pazarlama firmaları, sınırlı sayıda üreticinin ürünü ile ilgilenmektedir. İç piyasa henüz tam olarak olgunlaşmadığı için üreticiler pazarlama firmalarına sunamadıkları ürünleri iç piyasada değerlendirme fırsatı bulamamaktadırlar. Organik üretimin vazgeçilmezi ve temeli olan sertifikasyon işlemlerini yüksek maliyeti dolayısıyla gerekli işlemleri kendi başına yerine getirip üretilen ürünü direkt yurt içine ve yurt dışına sunamayan üretici, ancak üretici topluluğu veya birlik şeklinde örgütlenmesi durumunda bu sorunu aşabilmektedir. Bunların yanı sıra yurt dışı siparişini sözleşmeli sisteme göre çalıştığı üreticiye ürettirmiş olan ihracatçının fazla ürün arzını almak istemesi veya yerli piyasanın kendi yapısal problemleri gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu yapısal sorunların aşılması için ise özel satış yeri, özelleşmiş kalabalık nüfusa hitap eden satış dükkânları ve doğrudan pazarlama tekniklerinin gündeme getirilmesi gerekmektedir (İTO, 2006).

Organik ürün üreticileri birkaç ufak uygulama ile arzu ettikleri pazar olanaklarına kavuşabileceklerdir. Bunlar;

- Sermayesi yetersiz olan küçük üreticiler tarafından sözleşmeli üretim sisteminin benimsenmesi
- Üretici birliklerinin oluşturulmasında bölge veya ürün türü temelli bir yapının kurulması
- Üreticiden tüketiciye doğrudan satış işleminin gerçekleştirilebilmesi için köy birliklerinin oluşturulması

- Perakende zincirleri ile anlaşarak marka hakkı iddia etmeden onların markaları adı altında satış yapmalarına müsaade edilmesi
- Arz edilecek ürünlerin ilkelere uygun şekilde işlenmesi için gerekli şartların oluşturulması
- Stok alanların üretim metodu ile ters düşmeyecek şekilde yapılandırılması yolu ile zaman faydası elde edilmesi
- Sadece perakende zincirlerine odaklanılmaması ve özerk organik ürün dükkân sayısının artırılması
- Organik ürün tüketim bilincinin yaygınlaştırılması amacıyla büyük şehirlerdeki restoranlarda organik menülerin sunulabilmesi için bu mekânlara ürün tedariki konusunda garanti verilmesi...vb uygulamalar bunlardan sadece birkaç tanesidir.

4.6. Türkiye’de Organik Ürün İç Pazar Potansiyeli

Ülkemizde dış talep doğrultusunda sözleşmeli üretim metodu ile başlayan organik üretimin zaman içerisinde büyük bir gelişim göstermekle beraber günümüzde hâla dış pazara bağımlı olduğu ortadadır. Bunun en büyük sebebi ise gelir düzeyindeki düşüklük, yüksek ürün fiyatları, pazarlama uygulamalarının eksikliği ve tüketici bilinçsizliği gibi nedenler ile iç piyasanın bir türlü gelişmemiş olmasıdır. Bu durum ise organik ürünlerin geniş halk kitlelerine ulaşmasını engellemekte ve organik üretimin gelişim hızını düşürmektedir. Oysaki organik ürün ihracatımızda rakibimiz olarak niteleyebileceğimiz Arjantin’de üretimin yaklaşık %15’i, İtalya’da ise %57’si iç piyasa tarafından tüketilmektedir. Bu sebeple üretici daha rahat davranabilmekte üretimin organik üretime kaydırılması ise daha kolay ve hızlı olmaktadır (www.projepazarlari.ege.edu.tr).

İç pazarın mevcut durumuna karşın yapılan araştırmalar göstermektedir ki ülkemiz organik ürünlerin tüketimi açısından büyük bir gelişme potansiyeline sahiptir. Yurtdışına yapılan ürün satışında karşılaşılan problemler ve ihracatta rakibimiz olan ülkelerin sahip olduğu avantajlar gibi faktörler de iç piyasanın büyüme potansiyelini desteklemektedir. Bununla beraber günümüze kadar söz konusu pazarın oluşturulamamasında iç pazar talebinin eksikliği önemli bir yer tutmaktadır. Genel olarak ülkemizin gerçekleştirdiği

organik üretimin arttırılabilmesi ve gelişebilmesi için iç piyasanın gelişmesinin sağlanmasının zorunlu olduğu açıktır.

Bunun başarılabilmesi için ise bilinçlendirme ve tanıtım çalışmalarının gerçekleştirilmesi zorunludur. Pazar analizine yönelik yapılan araştırmalar orta yaş grubu ve gelir düzeyi yüksek tüketicilerin talebin oluşmasında ciddi bir ağırlığa sahip olduğunu ve büyük bir potansiyel sunduğunu ortaya koymaktadır (www.ziraatciyiz.biz).

Üretilen organik ürünlerin iç piyasaya sunulmasında en etkin rolü süper/hiper marketlerin üstleneceği değerlendirilmekle beraber organik ürünlerin satışa sunulabilmesi için söz konusu marketler içerisinde ayrı bir bölüm tahsis edilmesinin maddi olarak problemler ortaya çıkardığı bilinmektedir (www.bahce.biz).

Ülkemizde tarım ürünlerinin halka arzı ve satımında en yüksek paya sahip sebze meyve pazarlarının organik ürünler açısından da önemli bir satış noktası olacağı değerlendirilmektedir. Zira yapılan araştırmalar da tüketicilerin yaklaşık %55'inin organik ürünlere yönelik satın alma noktası konusunda tercihlerini sebze-meyve pazarları yönünde kullandıklarını göstermektedir (www.zmo.org.tr).

Elde edilen organik üretimin iç pazara sunulabileceği bir diğer alternatif ise organik satış dükkânlarıdır. Günümüzde az sayıda olmakla beraber büyük şehirlerimizde tüketicilerin organik ürün ihtiyaçlarını temin edebilecekleri bu tarz satış yerleri mevcuttur. Oysa organik ürünler açısından en büyük pazarlardan birine sahip olan ve ihracatımızda en büyük paya sahip AB'de tüketicilerin önemli bir kısmı bu tür dükkânları tercih etmektedirler. Bununla beraber bu tür dükkânlarla yapılan görüşmelerde en göze çarpan sorunların yüksek kira, ürün yelpazesinin yetersizliği, ürünlerin sahip olduğu kısa raf ömrü ve tanıtım kampanyalarının eksikliği gibi sorunlar olduğu göze çarpmaktadır (www.bahce.biz).

Organik tarımsal üretimin karşı karşıya olduğu temel sorunlar ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerilerine değinilecek olursa;

- Dünya'da ve ülkemizde konvansiyonel ürün ticaretinin izlenmesinde kullanılan armonize sınıflandırma sisteminin organik tarım için kullanılmaması tüm

dünyada organik tarımla ilgili verilerin doğru şekilde değerlendirilmesini engellemektedir. Sağlıklı veri alınamayınca da sağlıklı bir pazarlama politikası ve yol haritası çizilememektedir. Bu nedenle konvansiyonel üretim sisteminde benimsenmiş olan sistemlerin organik tarım sistemine tam olarak uyarlanarak entegre edilmesi gerekmektedir.

- Ülkemizde yurtiçi ve yurtdışı piyasaya ilişkin verilere ulaşılmasında da güçlükler yaşanmaktadır. İhracat yapan birçok firma kayıt sistemine başvurusunu yapmak zorunda olmasına rağmen hâlen enformel bir sektörün olduğu bilinmemektedir. Bunun yanında kayıt yaptıranların bile verileri sağlıklı takip edilememektedir. Dolayısıyla söz konusu alt yapı eksikleri gerekli politikaların oluşturulmasını engellemektedir. Gerekli takibin yapılabilmesi için bu konuda detaylı bir çalışma yapılması gerekmektedir.
- Organik üretimle ilgili ortak bir bilincin oluşturulamadığı çok net olan diğer bir sorundur. Bu sorunun aşılması için eş zamanlı olarak üretici ve tüketici bilinçlendirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Çalışmaların etkinliği ürün ve pazar bilgilerini kapsayan eğitimleri içermesine bağlıdır.
- Organik tarım üretim teknikleri ile ilgili bilimsel araştırmaların azlığı dikkati çeken bir diğer noktadır. Söz konusu araştırmaların gerçekleştirilmesi için akademisyenlerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Ayrıca tüketici talepleri, üretici sorunları gibi konularda da yapılan çalışmalar da desteklenmelidir. Öyle ki sahip olunan potansiyeli net bir şekilde ortaya koymak ancak bu yolla mümkün olabilecektir.
- Organik tarım tüketim bilincinin oluşturulması için yapılan çalışmalara medya tarafından verilen desteğin yetersiz olması da bir diğer sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuyla ilgili yazılı ve görsel basın organlarının duyarlılık derecelerinin artırılması da tüketici bilinçlendirme çalışmalarına önemli bir katkı sağlayacaktır.
- Organik tarım kültürünün oluşumunda ekolojik pazar, eko-turizm gibi uygulamaların etkisi çok büyüktür. Bu nedenle söz konusu uygulamalar için gerekli altyapının oluşturulmasında ilgili kurum ve kuruluşların koordinasyonlu çalışmasının yanı sıra devlet desteği şarttır.
- Gelişmiş ülkelerde oluşturulmuş olan perakende satış birimleri daha çok süper ve hipermarketlerden oluşmaktadır. Bizim gibi gelişmekte olan ülkeler için

hedeflenen durum mevcut marketlerin bünyelerinde sağlanacak özel reyonlar aracılığıyla satış imkânının yaratılmasıdır ki bu imkân ülkemizde birçok markette sağlanmıştır. Ancak söz konusu marketlerde organik ürün fiyatlarının yüksek tutulması talebi olumsuz etkilemektedir. Bu sebeple talebin hareketlendirilmesi açısından ürün stant fiyatlarının daha düşük tutulmasını sağlamak için gerekli girişimlerin yapılması gerekmektedir.

- Ülkemizde İstanbul, İzmir ve Samsun illerinde hâlihazırda faaliyet gösteren organik ürün semt pazarlarında belediyelerin işbirliği ile ciddi bir ilerleme kaydedilmiştir. Ancak bu ilerlemenin sadece üç ilde arzu edilen şekilde yapılması ülkemiz için çok büyük bir eksikliklerdir. Gerek Anadolu gerekse batı yakasında yer alan belediyelerin de bu konuda duyarlı hale gelmesi ve gerekli altyapının oluşturulmasında yardımlarını esirgememeleri gerekmektedir.
- İç pazarın bir türlü olgunlaşmamış yapısı, organik tarım yapan üreticileri ümitsizliğe sürükleyerek bu işi bırakmalarına sebep olmuştur. Organik tarım için devlet tarafından talebe bağlı mekanizmalar geliştirilmesi durumunda iç pazara hareketlilik getirilebileceği açıktır. Hatta, etkin olarak işleyen bir mekanizmaya sahip olunması dış pazar fırsatlarının da değerlendirilebilmesine imkân tanıyabilecektir.
- Organik tarımdaki gelişme bütüncül bir yaklaşımla ele alınmalı konuyla ilgili tüm çalışmalar bu bütün içinde değerlendirilmelidir (www.ziraatciyiz.biz).

Sonuç olarak; iç piyasada istikrarlı, yaygın ve işlevsel bir pazar mekanizmasının geliştirilebilmesi için ülke genelinde organik üretim ile ilgili kurum ve kuruluşların bir araya gelerek yukarıda bahsedilen sorunların çözümü yönünde çalışmalar yapma gerekliliği çok aşikârdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Organik tarım sistemi, konvansiyonel tarım uygulamalarının yarattığı zararlar sonucunda oluşan bir tepkinin yayılması ile ortaya çıkmıştır. Katkı maddesi ve kimyasal kullanılmadan yapılan bu üretim metodu gerek doğal kaynakları koruması gerekse insan sağlığına zarar vermemesi gibi sebeplerle tüm dünyada talebi hızla artan bir üretim şekli haline gelmiştir.

Zira yapılan tüm anketler, tüketicilerin organik gıda tüketimine her geçen gün daha sıcak baktığını ortaya koymaktadır. Uzun yıllar sahip olduğu yüksek fiyat dolayısıyla daha çok üst ve orta üst gelir grubunun tercih ettiği organik ürünlerin, organik tarımsal üretime sağlanan destekler sonucu fiyatların gerilemesiyle birlikte günümüzde orta gelir grubu tarafından da tüketilmeye başlandığı gözlemlenmektedir. Rasyonel ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi sağlanırsa gelecekte arzın artması ve dolayısıyla fiyatların düşmesiyle bu trendin daha da yaygınlaşması ütopyik bir olgu olmaktan uzaklaşacaktır.

Organik ürün üretiminde gelişmekte olan ülkelerin durumu değerlendirilecek olursa; gittikçe yaygınlaşan bu trendin sadece yurtiçi üretimin geliştirilmesini sağlayan organik tarımsal politikalar ile değil ek olarak gelir yaratımı sağlayacak politikaların desteği ile yakalanabileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Söz konusu politikalar ile yerel kaynak kullanımının maksimizasyonu sağlanarak zayıf bölgelerin üretim verimliliği artırılabilir. Böylece çiftçilerin kaynak bakımından dışarıya bağımlılığı ortadan kaldırılarak yerel gıda ihtiyaçları temin edilecektir.

Türkiye’de organik üretime yönelik destekleme politikalarının istenilen sonuçları vermediği gözlemlenmiş olup uygulanan doğrudan gelir desteğinin daha açık bir politika ile uygulanma gerekliliği ortadadır. Hâlihazırdaki politikaların yalnızca üretime yönelik bir içerik taşıması dolayısıyla iç ve dış pazarlama olanaklarını tam anlamıyla kapsamıyor olması karşılaşılan önemli problemlerden birini teşkil etmektedir. Kurumsal pazarlama

yapılanmasının üretici örgütlenmesini yeterince teşvik etmemesi nedeniyle yeterli bir kayıt sisteminin geliştirilememiş ve uygulamada AB'deki yönetmelik değişiklikleri için gerekli uyum sağlanamamıştır. Bu açıdan kamunun, yönlendirici ve aktif bir görev üstlenme gerekliliği açıktır. Bu yolla Türkiye'nin sahip olduğu Avrupa pazarlarına yakınlık avantajı rasyonel politikalar ile de desteklenerek geliştirilmelidir. Söz konusu yöntemlere ek olarak gerek yasal gerekse kurumsal düzenlemelerde, nitelikli üretici-dış ticaretçi kurum ve kuruluşlarla deneyim paylaşımı yoluna gidilerek bunların tecrübelerinden yararlanılmalıdır.

Ülkemiz açısından organik tarım sisteminin gelişmesi ve organik ürün tüketiminin yaygınlaşması amacıyla eğitim ve tanıtım faaliyetleri ile organik ürünlerin önemi anlatılarak organik tarım ortak bilincinin oluşturulmasına katkı sağlanması ve ilgili kurum ve kuruluşlar arasında etkin bir koordinasyon sisteminin oluşturulması gerekmektedir. Bunlara ek olarak, bu konuda uzmanlaşmış ülkelerin uygulamaları paralelinde ülkemizde de organik ürün pazarlamasında süper ve hiper marketlerden daha fazla yararlanılması gerekmektedir. Zira söz konusu gelişmiş ülkelerin organik pazar satışlarının büyük bir kısmı bu marketlerin içinde kurulmuş olan organik stantlar aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Benzer bir pazarlama sisteminin tam anlamıyla kurulması iç pazarın arzu edilen canlılığa ulaşmasına yardımcı olacaktır. Ancak bu sistemin ülkemizde tam olarak yaygınlaşmasının önündeki yüksek fiyat ve dolayısıyla yüksek stant ücreti probleminin aşılması için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Ayrıca belediye semt pazarlarında satılması arzu edilen organik ürün miktarlarına ulaşılabilmesi için gerekli altyapı oluşturulmalı, belediyeler ile kurulabilecek işbirliği imkânları araştırılmalıdır.

Organik tarım sektörünün gelişebilmesi için devlet tarafından talep bazlı teşvik edici politikaların geliştirilmesi, gerek iç gerekse dış piyasadaki pazar fırsatlarının değerlendirilmesi bakımından önemli rol oynayabilecektir. Gerek iç gerekse dış pazarda söz sahibi konuma gelebilmek için organik tarım sisteminin geliştirilmesi amacıyla uygulanacak politikaların bir bütün olarak ele alınıp akılcı örgütlenmelerle birlikte tanıtım ve araştırma faaliyetlerine de ayrıca önem verilmesi gerekmektedir.

Organik üretim aşamalarında sorun yaratan bir diğer unsur da zararlılardır. Zararlılarla mücadelede uygulanan metotlar ilk bakışta teorik açıdan entegre mücadelede

uygulanan metotlarla örtüşür gibi görünse de organik üretimin hiçbir aşamasında kimyasal ve sentetik pestisit kullanımı yapılamayacağı için üreticilerin zararlılarla mücadelesinin neredeyse tamamını kültürel, biyolojik ve mekanik mücadele oluşturmaktadır ki bu durum ülkemizde sürdürülebilir tarım sistemine reel anlamda önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak bu noktada arzu edilen başarıya ulaşılabilmesi için kamunun faydalı böceklerin ülkemizde üretimine ve biyolojik mücadeleye yönelik gerekli çalışmaları başlatarak organik ürün üreticisine destek olması gerekmektedir.

Dünya ülkelerine bakıldığında Türkiye gerek iklimi gerek su kaynakları gerek toprak verimliliği ve çeşitliliği ile organik tarım oldukça müsait ve potansiyelinin çok yüksek olabileceği bir ülkedir. Ancak Türkiye’de toplam tarım alanının çok az bir kısmı organik üretim için kullanılmaktadır. Ülkemizde organik tarımın gelişmiş ülkelerdeki gibi yaygınlaştırılabilmesi için öncelikle konunun öneminin ülke gerçekleri de göz önüne bulundurularak hem bilimsel hem de pratik anlamda kavranması, sonuçların üretici ve tüketicilere aktarılacak ortak bir bilinç oluşturulması sağlanarak talep yaratılması gereklidir. Talep yaratma çabalarının yanı sıra üretim aşamasında ve üretim sonrasında da üreticilerin teknik ve ekonomik anlamda desteklenmesi öngörülen politikaların temelini oluşturmalıdır. Söz konusu desteğin etkili sonuç verebilmesi için de organik tarımın ana unsurları olan yetiştiricilik, bitki besleme, bitki koruma, yasal düzenlemeler, sertifikasyon ve pazarlama gibi konularda disiplinler arası çalışmalarla özendirilmesi son derece önem taşımaktadır. Bu sebeple organik tarım için yönetim tarafından gerekli düzenlemeler yapılarak uluslararası yönetmeliklere uygun çalışmalar yapıldığında dış pazarda büyük bir pay sahibi olunacaktır.

Sonuç olarak, organik tarım uygulamaları için öngörülen tüm çözümlerin daha çok yerel koşullara bağlı olması konu ile ilgili olarak gerçekleştirilecek araştırmaların kapsam ve hedeflerinin daha özenli bir şekilde netleştirilmesini gerekli kılmaktadır. Söz konusu çalışmalarda temel amaç, akademik tatmin yerine üreticiye doğrudan destek sağlayacak çalışmalar olmalıdır. Bu anlamda dolaysız olarak organik üretime yönelik olan araştırmaların desteklenmesi ve bu alanda genç bilim adamlarının yetişmesine fırsat verilmesi son derece önemlidir. Söz konusu çalışmaların teşvik edilmesi ve desteklenmesi ile özel sektörün bu alana ilgi duymasını sağlanabilecek; böylece üretici için de verim artırıcı çalışmalar gerçekleştirilebilecektir. Ve nihayet üretici ve tüketiciye yönelik olarak

hazırlanacak olan eğitim programları ile söz konusu alternatif tarım sisteminin ülkemizde de hızla gelişmesine katkıda bulunulabilecektir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Ak, İbrahim (2004), ‘‘Ekolojik Tarım ve Hayvancılık’’, **4. Ulusal Zooteknik Bilim Kongresi Sözlü Bildiriler**, Isparta.

Aksoy, Uygun ve Altındisli, Ahmet (1999), **Dünya’da ve Türkiye’de Ekolojik Tarım Ürünleri Üretimi, İhracatı Ve Geliştirme Olanakları**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1999-70.

————— (1999) **Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarım Ürünleri Üretimi, İhracatı ve Geliştirme Olanakları**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Yayın No. 1999-70.

Aksoy, Uygun (1999), **Ekolojik Tarımda Gelişmeler**, Ekolojik Tarım, İzmir: 30-35 (Kasım).

————— (2001), ‘‘Ekolojik tarım: Genel Bir Bakış’’, Antalya: **Türkiye 2. Organik Tarım Sempozyumu**.

Altındişli, Ahmet (2007), **Organik Tarımın Tarihi ve Gelişimi**, http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834 (22.10.2009).

Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü(2006), **Organik Tarım Konusunda Çalışmalarımız**, http://arastirma-yalova.gov.tr/ORGANIK_TARIM.htm (15.11.2008).

Atlı, Seyfettin (2005) ,’’Orgüder ve Dünyada, AB Ülkelerinde Organik Ürün Pazarları ve İhracatındaki Gelişmeler’’, **Gap IV. Tarım Kongresi**, Şanlıurfa: 21-23 (Eylül).

Avcı, Mustafa (2007), **Organik Tarımda Sertifikasyon Sistemi Ve Belli Başlı Sertifikasyon Standartlarının Karşılaştırılması**, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir: 94 s.

Aytoğu, Rasim Kaan (2006), **Organik Tarım Analizi ve AB Pazarı Fırsatı**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2006-12.

- Babaoğlu, Mehmet (2006), **Dünya’da Organik Tarım Uygulamaları; Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar**, İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Demeği (URAK) Yayınları, 681-701.
- Bahçe (2006), **Organik Tarım nedir**, <http://www.bahce.biz/organik.htm> (12.08.2009).
- Çağdaş, E. (2003), **Türkiye’de Ekolojik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması ve Rapunzel LTD ST’de Yapılan Uygulama**, Eskişehir: Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, 128 s.
- Edirne Valiliği (2010), **Organik Tarım nedir**, <http://www.edirnetarim.gov.tr> (09.09.2010).
- Ege İhracatçıları Birliği (2008), **Organik Ürün Sektörü Arama Konferansı Sonuç Raporu**, İzmir: 3-4 Mayıs 2008.
- Elmaz, Özkan ve Demir, H. Avanus (2004), **Dünyada Organik Tarım Alanları, Temel İlkeleri Ve Pazar Durumu**, Ankara: Dünya Gıda Dergisi.
- Eşiyok, Dursun ve diğerleri (2003), “Ekolojik Tarım ve Sebze Yetiştiriciliği”, **Dünya Yayımcılık-Gıda Dergisi**, 71-74.
- ETO (2010), Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği, **Türkiye’de Ekolojik Tarım**, <http://www.eto.org.tr/turkiye.html> (09.09.2010).
- Eurobarometer 62 (2004), **Ulusal Rapor**, Kıbrıs (Kuzey Kesimi).
- FAO (2007), **Bazı Ülkelerin Organik Üretimi Göstergeleri**, <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx> (25.09.2009).
- FİBL&SOEL Survey 2011, **Organic Agriculture Worldwide Key results from the global survey on organic agriculture 2011**, (www.fibl.org), Switzerland: FiBL.
- FİBL & SOEL survey 2011, www.fibl.org (09.02.2011).
- Gök, Seçil Adalet (2008), **AB Uzmanlık Ödevi**, Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı.
- Gündüz, Meral ve Koç, Dilek (2005), **Türkiye’de Organik Tarım Ürünlerinin Bugünü Yarını Geleceği**, Ankara: İGEME Yayınları.

- Gündüz, Meral ve Koç, Dilek (2006), İstanbul Ticaret Odası **Organik Tarım Analizi ve AB Pazarlama Fırsatı**, İstanbul: Yayın No: 2006/12.
- IFOAM (2009), **Organik Politikası Bilgi ve Kaynaklar**, http://www.ifoam.org/growing_organic/2_policy/policy_main_page.html (15.04.2011).
- İSAA 2010 Raporu (2010), <http://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/42/highlights/pdf/Brief%2042%20-%20Highlights%20-%20Turkish.pdf> (22.05.2011).
- İstanbul Ticaret Odası Yayınları(2008), <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0019845.pdf> (09.12.2009).
- İzmir Tarım Müdürlüğü (2010), **Organik Tarımın İlkeleri**, www.izmir-tarim.gov.tr (20.04.2011).
- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi(2010), **Çiftçi Köşesi-Organik Tarım** http://ciftci.ksu.edu.tr/dokumanlar/organik_tarim.html (25.03.2011).
- Karacan, Ali Rıza, http://eab.ege.edu.tr/pdf/2_1/C2-S1-M1.pdf, İşletmelerde Çevre Koruma Bilinci ve Yükümlülükleri, Türkiye ve Avrupa Birliğinde İşletmeler Yönünden Çevre Koruma Politikaları.
- Kaya, Hüseyin (2003), **Dünya 'da ve Türkiye'de Organik Tarımsal Ürün Ticareti Ve Tüketici Reaksiyonları**, Ankara: http://www.bahce.biz/organik/organik_ticareti.htm (11.04.2011).
- Kaya, Hüseyin (2003), **Organik Ürünlerin Pazarlanması**, Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.
- Kırmacı, M. V. (2003), **Dış Ticarete Organik Tarımın Stratejik Yerinin İncelenmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul: 126 s.
- Kirazlar, Namık (2001), Ekolojik (Organik) Tarım Mevzuatı, **Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu**, Antalya: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarım 2000 Vakfı Yayınları.
- Kurt, Zeliha (2006), **Organik Tarım Ürünleri Pazarlaması ve Uygulamaları**, İzmir: <http://www.belgeler.com/blg/s4d/organik-tarim-urunleri-pazarlamasi-ve-uygulamalar-marketing-of-the-organic-agriculture-products-and-applications> (17.12.2010).

- Kurtar, Ertan Sait ve Ayan, Ali Kemal (2003), ‘‘Organik Tarım ve Türkiye’de ki Durumu’’, Samsun: 19 Mayıs Üniversitesi, **OMÜ Zir. Fak. Dergisi**, 2004,19(1):-56-64
- Marangoz, Mehmet (2008), **Organik Ürünlerin Pazarlanması**, Bursa: Ekin Yayınevi, 193 s.
- Organik Tarım Mevzuatı** (2011) http://www.tarim.gov.tr/uretim/Organik_Tarim,Organik_Tarim.html (20.05.2011).
- Orguder (2004), **Organik Tarım**, <http://www.orguder.org.tr/organiktarim.php> (17.07.2009).
- Özaslan, Mehmet (2006), **Organik Tarımın Sosyal Hayata ve Biyolojik Çeşitliliğe Katkısı, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar**, İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.
- Pezikoglu, Filiz ve Yavuz, Orhan (2006), ‘‘Organik Tarımın Sürdürülebilir Tarım Kavramı İçindeki Yeri Ve Küreselleşme Boyutu’’, **Türkiye III. Organik Tarım Sempozyumu**, Yalova: 1-3 (Kasım).
- Resmi gazete tarihi: 10.06.2005 sayısı 25841.
- Sayın, Cengiz (2001), **AB de Organik Tarım Uygulamaları, İzlenen Politikalar ve AB ‘de Organik Ürün Dış Satım Olanakları**, NARSER, ETO, Antalya: Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu 14-16 (Kasım).
- _____ (2002), **Dünya, AB ve Türkiye’de Organik Tarıma Yönelik Gelişmeler Ve İzlenen Politikalar**, İzmir: İzmir Ticaret Odası Yayınları, Yayın no: 76, 136 s.
- Subaşı, Dilek Koç (2008), **Organik Tarım Ürünleri**, Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, 7 s.
- Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2004), **II.Tarım Şuası Çalışma Belgeleri**, Ankara: www.tarimsurasi.tarim.gov.tr (27.08.2010).
- T.C.Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Ege İhracatçı Birlikleri (2011), **Organik Tarım**, <http://www.egelihracatcilar.com/Asp/Content.Asp?MS=1&Content=1&MN01=19&MN02=0&MN03=0&MN04=0&MN05=0&ID=213> (17.05.2011).

TÜİK, Ankara: Tarım İstatistikleri Özeti, 1988–2007.

TÜİK: **Tarım İstatistikleri Raporu**, Ankara: Tarımsal Yapı – Üretim, Fiyat, Değer 2005-2006-2007.

Türköz, Tuğba USKUÇ (2002), **Ekolojik (Organik) Tarım Ürünleri Pazarlaması**, Manisa: Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 17.

_____ (2002) **Organik Tarım**, Ankara: T.E.A.E.(Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü) Yayınları, 2002, Sayı 5.

United Nations Conference on Trade and Development (2003),

URL (2006), **Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği**, www.igeme.org.tr/ig/section-ig-ndx.cfm (09.04.2011).

URL (2008), **Dünya’da 2008 yılı organik Tarım Verileri**, www.organic-world.net/statistics-data-sources.html (09.10.2009).

URL (2009), **Bazı Organik ve Geleneksel Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları**, www.binbirorganik.com (23.12.2009).

URL (2009), **Bazı Organik ve Geleneksel Ürünlerin Perakende Satış Fiyatları**, www.kangurum.com (23.12.2009).

URL (2011), **Dünya’da ve Türkiye’de Organik Tarımın Önemi**, <http://www.ziraatciyiz.biz/dunya-ve-turkiyede-organik-tarim-t4791.html> (10.05.2011).

URL (2011), **Uluslararası organik üretim veri tabanı**, www.organic-bio.com.tr/tr/ (13.05.2011).

URL (2011), **Organik Tarım Kanunu**, www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5262.html (24.06.2011)

URL (2011), www.menementopraksu.gov.tr (10.05.2011).

URL (2011), www.zmo.org.tr/etkinlikler/6tk05/016uygunaksoy.pdf (11.05.2011).

ÖZGEÇMİŞ

Dilara AYL A, 03-01-1983 tarihinde Samsun'da dünyaya geldi. 1988-1993 tarihleri arasında Samsun 30 Ağustos İlkokulu'nu, 1993-1996 tarihleri arasında Samsun Atatürk Ortaokulu'nu ve 1996-2000 tarihleri arasında Samsun Atatürk Anadolu Lisesi'ni bitiren Dilara AYL A, yüksek öğrenimini 2000-2004 tarihleri arasında Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nde tamamladıktan sonra 2007 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde İktisat Anabilim dalında yüksek lisans yapmaya başlamıştır. Ardından 2009 yılında hâlen öğretim görevlisi olarak çalıştığı Rize Üniversitesi Fındıklı Meslek Yüksek Okulu'nda muhasebe ve finans programına kabul edilmiş olup hâlen yüksek lisans öğrenimine devam etmekte ve iyi derecede İngilizce bilmektedir.