



T.C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN
EKONOMİK ANALİZİ

Başak CANAN ÖZBAĞ

DOKTORA TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

BURSA-2010



T.C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN
EKONOMİK ANALİZİ

Başak CANAN ÖZBAĞ

Yrd. Doç. Dr. Tolga TİPİ
(Danışman)

DOKTORA TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

BURSA-2010

T.C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN
EKONOMİK ANALİZİ

Başak CANAN ÖZBAĞ

DOKTORA TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Bu Tez 13/05/2010 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Tolga TİPİ
Danışman

Prof.Dr. Bahattin ÇETİN

Prof.Dr. İ. Hakkı İNAN

Prof.Dr. İlhan TURGUT

Doç.Dr. Ahmet KUBAŞ

ÖZET

Çalışmada organik tarımın tanımı, tarihsel gelişimi, dünyada ve Türkiye’de organik tarım, organik tarıma ilişkin yasal düzenlemeler ve karşılaştırmalı olarak farklı ülkelerdeki yasal mevzuatın incelenmesi, organik tarım ürünlerinin fiyatlandırılması ve sertifikasyonu konuları detaylı olarak araştırılmış ve incelenmiştir. Organik ve konvansiyonel domates yetiştiriciliğinde brüt kar analizi Çanakkale ilinde 63 organik ve 86 konvansiyonel domates yetiştiricisi ile yapılan anketlerden elde edilen verilerden faydalanılarak yapılmıştır. Organik ve konvansiyonel fındık brüt kar analizi için ise Düzce ilinde 23 organik fındık ve 32 konvansiyonel fındık yetiştiricisi ile yapılan anketlerden elde edilen veriler kullanılmıştır.

Organik tarım sektörü giderek büyümekte olan bir sektör olmasına rağmen hala dünya gıda pazarının sadece %2’sini oluşturan ve az sayıda tüketicinin ilgisini çeken bir niş pazardır. Türkiye’de ise organik ürünlerin pazar payı sadece %1’dir. Türkiye’de tüketicilerin büyük kısmı organik ürünler konusunda bilgi ve bilince sahip olmayıp, organik ürün tüketimi çok düşük düzeyde ve hatta çoğu zaman sıfırdır. Bu çalışmada Türkiye’de organik ürün tüketimi ile ilgili bilgi edinebilmek ve tüketici eğilimlerini ortaya koyabilmek amacıyla tüketicilerle yüzyüze yapılan anketlerden elde edilen verilerden yola çıkarak tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri özetlenmiş ve daha sonra bu sosyo-demografik özelliklerin organik ürün tüketimi üzerinde etkisinin incelenmesi amacıyla lojistik regresyon yapılmış ve elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Organik tarım, domates, fındık, brüt kar, tüketici, lojistik regresyon

ABSTRACT

In this study, the definition of organic agriculture, the development of organic agriculture throughout history, organic agriculture in the world and in Turkey, regulations regarding organic agriculture and the comparative investigation of the legal framework in different countries, the pricing and certification of organic products has been investigated and given in detail. The gross margin analysis of organic and conventional tomato production has been completed by using the data obtained from the surveys conducted with the 63 organic and 86 conventional tomato producers in Çanakkale. The data obtained from 23 organic and 32 conventional hazelnut producers in Düzce Province are used for the gross margin analysis of hazelnut.

Even though the organic products sector is growing rapidly, it is still a niche market that only has a 2% market share in the world food market and can only attract the attention of a small number of consumers. In Turkey the market share of organic products is only 1%. The consumers in Turkey mostly are not aware of the organic products and do not have enough information, and thus the consumption of organic products is very low and most of the time it is zero. In this study; in order to be able to gather information about the level of consumption and to determine the general tendency of the customers, the socio-demographic characteristics of the consumers are summarized and then in order to determine the effect of the socio-demographic characteristics on the consumption of organic products, a logistic regression analysis has been completed by using the data obtained from the surveys conducted with the consumers.

Keywords: Organic agriculture, tomato, hazelnut, gross margin, consumer, logistic regression

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER DİZİNİ	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ	viii
1. GİRİŞ	1
2. KAYNAK ARAŞTIRMASI	4
3. MATERYAL VE METOT	12
3.1. Materyal	12
3.2. Metot	14
4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM	17
4.1. Organik Tarımın Tanımı	17
4.1.1. Organik tarım sisteminin amaçları	19
4.1.2. Organik tarım sisteminin genel kuralları	20
4.1.3. Organik tarımın ilkeleri	22
4.2. Organik Tarımın Mevcut Durumu	25
4.2.1. Dünyada organik tarım	25
4.2.2. Türkiye'de organik tarım	29
4.3. Organik Tarıma İlişkin Yasal Düzenlemeler	32
4.3.1. Avrupa Birliği'nde organik tarım mevzuatı	35
4.3.2. Amerika Birleşik Devletleri'nde organik tarım mevzuatı	38
4.3.3. Türkiye'de organik tarım mevzuatı	45
4.4. Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu	50
4.4.1. Avrupa Birliği'nde organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu	60
4.4.2. A.B.D.'de organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu	67
4.4.3. Kanada'da organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu	68
4.4.4. Japonya'da organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu	70
4.4.5. Türkiye'de organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu	71
4.5. Organik Tarım Ürünlerinin Fiyatlandırılması	73
4.6. Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması	79
4.6.1. Türkiye'de Organik Tarım Ürünlerinin İhracat ve İthalatı	83
4.6.2. Organik Tarım Ürünlerinde Pazarlama Kanalları	88
5. TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN EKONOMİK ANALİZİ	94
5.1. Organik ve Konvansiyonel Domateste Brüt Kar Analizi: Çanakkale Örneği	94
5.2. Organik ve Konvansiyonel Fındıkta Brüt Kar Analizi: Düzce Örneği	97
5.3. Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler	100
5.3.1. Tüketicilere ilişkin sosyo-demografik özellikler	100
5.3.2. Organik Ürünler için Ödeme Arzusu	105
5.3.3. Lojistik Regresyon Analizi	106
6. SONUÇ	109
KAYNAKLAR	113
EK 1	120
EK 2	123
ÖZGEÇMİŞ	129
TEŞEKKÜR	130

SİMGELER DİZİNİ

Kısaltmalar

AB	: Avrupa Birliği
AOS	: American Organic Standards – Amerikan Organik Standartları
CFIA	: Canadian Food Inspection Agency – Kanada Gıda Denetleme Birimi
FADN	: Farm Accountancy Data Network – Tarım İşletmeleri Muhasebe Veri Ağı
FAO	: Food and Agriculture Organization – Gıda ve Tarım Organizasyonu
GMP	: Good Manufacturing Practices - İyi Üretim Uygulamaları
IAF	: International Accreditation Forum – Uluslararası Akreditasyon Forumu
ICEA	: Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale
IFOAM	: International Federation of Organic Agriculture Movement – Uluslararası Organik Tarım Hareketi Federasyonu
IMAC	: Istituto Mediterraneo Di Certificazione
IOAS	: International Organic Accreditation Service – Uluslararası Organik Sertifikasyon Servisi
ISO	: Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu
ITF	: The International Task Force on Harmonisation and Equivalency in Organic Agriculture – Organik Tarımda Uyum ve Denklik için Uluslar arası Görev Gücü
JAS	: Japan Agricultural Standards – Japon Tarım Standartları
LEI	: Hollanda Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü
MAFF	: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan – Japon Tarım, Orman ve Su Ürünleri Bakanlığı
NOP	: National Organic Program - Ulusal Organik Programı
OCC	: Organic Certifiers Council - Organik Sertifikasyon Kuruluşları Konseyi
OFPA	: Organic Foods Production Action - Organik Gıda Üretim Hareketi
OMIaRD	: Organic Marketing Initiatives and Rural Development - Organik Pazarlama Girişimleri ve Kırsal Kalkınma
OMRI	: Organic Materials Review Institute – Organik Materyal İncelem Enstitüsü
OTA	: Organic Trade Association – Organik Ticaret Birliği
OTP	: Ortak Tarım Politikası
PDO	: Protected Designation of Origin
QAC	: Quebec Akreditasyon Kurulu
rBST	: Recombinant bovine somatotropin
SOEL	: Stiftung Oekologie und Landbau
TSG	: Traditional Specialties Guaranteed
TÜGEM	: T.C.Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü
UNCTAD	: United Nations Conference on Trade and Development – Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
USDA	: United States Department of Agriculture – Birleşmiş Devletler Tarım Bakanlığı
WHO	: World Health Organisation – Dünya Sağlık Örgütü

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1. Dünyadaki Toplam Organik Tarım Alanlarının Kıtalara Göre Dağılımı.....	25
Şekil 4.2. Organik Tarım İşletmelerinin Kıtalara Göre Dağılımı, 2006.	25
Şekil 4.3. Dünyada Organik Tarım Üretiminde İlk On Ülke, 2006.	27
Şekil 4.4. Kıtalara Göre Organik Tarım Alanları, 2005-2006.....	27
Şekil 4.5. Doğal Organik Alanların Kıtalara Göre Dağılımı, 2006.	28
Şekil 4.6. Sertifikalı Organik Tarım Alanları, 2002-2006.	28
Şekil 4.7. Avrupa Birliği Organik Tarım Logosu.....	36
Şekil 4.8. Türkiye’de Organik Tarım Logoları	47
Şekil 4.9. Organik Tarımın Türkiye’de Yasal ve Kurumsal Gelişimi	49
Şekil 4.10. Bir sertifikasyon sisteminin temel yapısı.....	59
Şekil 4.11. Danimarka organik logosu.....	66
Şekil 4.12. Organik tarım ürünleri pazarlama kanalları.....	92
Şekil 4.13. Organik Tarımın Faydası nedir? (N=89)	101
Şekil 4.14. Organik ürün tüketiyor musunuz? (N=90)	102
Şekil 4.15. Satın aldığınız ürünlerde organik olduğunu belirten bir sertifika/logo/etiket olup olmadığını kontrol eder misiniz? (N=55).....	102
Şekil 4.16. Organik ürün tüketme sıklığınız nedir? (N=55).....	103
Şekil 4.17. Satın aldığımız organik ürünler için marka tercihiniz var mı? (N=56)	103
Şekil 4.18. Ürün gruplarına göre tüketim yüzdeleri	104
Şekil 4.19. Organik ürünleri nereden satın alıyorsunuz?	104
Şekil 4.20. Organik ve konvansiyonel ürünler arasında fiyat farkı olduğunu düşünüyor musunuz? (N=85)	105
Şekil 4.21. Organik ve konvansiyonel ürünler arasında fiyat farkı olması sizce normal mi? (N=88)	105
Şekil 4.22. Organik ürünler için konvansiyonel ürünlere göre ne kadar daha fazla fiyat ödemeye hazırsınız? (N=90)	106

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 4.1. Ülkeler İtibariyle Organik Tarım Alanları ve İşletme Sayıları (2006).....	26
Çizelge 4.2. Türkiye Organik Üretim Verileri (2002-2008)	30
Çizelge 4.3. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi.....	31
Çizelge 4.4. Türkiye Organik Tarımsal Ürünler ve Üretimi (Miktar: ton).....	31
Çizelge 4.5 Farklı zaman dilimlerinde geçerli olan organik tarım standartlarının içeriği ve fonksiyonları	33
Çizelge 4.6. ABD yeni ve eski mevzuat arasındaki temel farklılıklar.....	42
Çizelge 4.7. AB’de Organik Sertifikasyon.....	63
Çizelge 4.8. Ülkelere göre organik ve konvansiyonel ürün fiyatları arasındaki fark	76
Çizelge 4.9. Türkiye’de organik ve konvansiyonel ürünler arasındaki fiyat farkı.....	78
Çizelge 4.10. Kıtalar ve ülkelerin dünya organik ürün ticaretindeki payları, 2005.....	79
Çizelge 4.11. Avrupa ülkelerinde organik tarım ürünleri satışı ve kişi başına düşen harcama miktarı	80
Çizelge 4.12. Yıllar itibariyle Türkiye’nin organik ürün ihracatı.....	84
Çizelge 4.13. Yıllar itibariyle Türkiye’nin organik ürün ihracatı	85
Çizelge 4.14. 2008 yılı organik ürün ihracatı yaptığımız ülkeler	86
Çizelge 4.15. 2005-2008 yılları Türkiye organik ürün ithalat miktarı (Ton).....	87
Çizelge 4.16. Bazı ülkelerde organik ürünlerin satıldığı pazarlama kanalları (%).....	88
Çizelge 4.17. 2002-2008 Türkiye konvansiyonel ve organik domates üretimi (ton)	95
Çizelge 4.18. Organik ve konvansiyonel domates brüt kar analizi	96
Çizelge 4.19. 2005-2008 yılları Türkiye konvansiyonel fındık üretim miktarı (ton).....	97
Çizelge 4.20. 2005-2008 yılları Türkiye organik fındık üretim miktarı (ton).....	98
Çizelge 4.21. Fındık üreticisi ülkelerin 1994-2007 yılları arasında iç fındık ihracatı miktarları	98
Çizelge 4.22. Organik ve konvansiyonel fındık brüt kar analizi	99
Çizelge 4.23. Ankete katılan tüketicilere ait demografik özellikler	101
Çizelge 4.24. Lojistik model sonuçları	107

1. GİRİŞ

Organik tarım sürdürülebilir tarım sisteminin bir parçası ve geleneksel tarım yöntemlerine uygulanabilir bir alternatif olarak algılanmalıdır. Artan tüketici bilinci ve organik ürün talebinin sonucu olarak 1992 yılında Avrupa Birliği organik tarım yasaları yürürlüğe girdikten sonra onbinlerce üretici organik tarım sistemine geçiş yapmışlardır. Tarımın ve çevrenin sürdürülebilirliği Ortak Tarım Politikası (OTP)'nin önemli amacıdır:

“Sürdürülebilir kalkınma gıda üretimi ile birlikte sınırlı kaynakların ve doğal çevrenin korunmasını da kapsamalıdır ki bugün yaşayan nüfusun ihtiyaçları gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama haklarından yoksun kalmalarına sebep olmadan karşılanabilsin”.

Bu amaç doğrultusunda üreticilerin faaliyetlerinin tarımın geleceği üzerine etkilerini ve uyguladıkları sistemlerin çevreyi nasıl şekillendireceğini dikkate almaları gerekmektedir.

Organik tarım diğer tarım sistemlerinden bir çok yönde farklılık göstermektedir. Yenilenebilir kaynakları, geri dönüşümü ve atıklardaki besin maddelerinin toprağa dönüşümünü destekler. Hayvancılık söz konusu ise üretim hayvan refahı ve doğal yemlerin kullanımı ilkelerine göre düzenlenir. Organik tarım zararlılarla ve hastalıklarla mücadelede çevrenin kendi doğal sistemlerine saygılıdır ve sentetik pestisit, herbisit, kimyasal gübre, büyüme hormonları, antibiyotik veya gen değiştirme uygulamalarının kullanımına karşı çıkar. Tüm bunlar yerine organik üreticiler ekosistemin korunmasına ve kirliliğin azaltılmasına yardımcı olan teknikleri kullanırlar.

Avrupa Birliği 2000 yılı reform paketi üye devletlerin tüm tarımsal üretim şekillerine ilişkin olarak gerekli çevresel koruma önlemlerini almalarını talep etmektedir. Üreticilerin maddi bedel/tazminat almaksızın temel çevresel standartlara uymaları gerekmektedir ve “kirleten öder” prensibi uygulanmaktadır. Buna rağmen, kırsal kalkınma programları bünyesindeki tarımsal ve çevresel ölçütler üreticilere çevresel taahhüt ve sorumluluklarını yerine getirmeleri karşılığında iyi tarım uygulamalarından da fazla ödemeler sunmaktadır.

Organik tarım sisteminin çevre dostu olduğu kabul edildiğinden, organik üreticiler tarımsal ve çevresel prim talep edebilmektedirler. Ek olarak organik tarım; üretim, işleme ve pazarlama aşamalarında yatırım destekleri ile özendirilebilir. Tüm bunlar ışığında, kırsal kalkınma politikasının ana çerçevesi organik tarımın yaygınlaştırılmasını destekler niteliktedir. Organik tarımın Avrupa Birliği politikasındaki rol ve işlevini anlayabilmek için farklı kavramlar dikkate alınmalıdır:

- Tüketici endişeleri
- Kalite güvence ve düzenlemeleri
- Avrupa Birliği’nde organik tarımın bugünkü durumu
- Entegre tarımın rolü
- Organik tarım ve kırsal kalkınma

Organik tarım ve entegre tarım sürdürülebilir kalkınma yolu ile kırsal ekonomilere farklı seviyelerde olanaklar sunmaktadır. Hatta organik tarım sektörünün büyümesi ile üretim, işleme ve diğer aşamalarda yeni istihdam olanakları ortaya çıkmıştır. Çevresel faydanın yanında, organik tarım ekonomiye ve kırsal alanların sosyal olarak desteklenmesine önemli faydalar sağlamaktadır. Üreticilere organik tarıma geçiş için sağlanan mali desteklerin amacı sektörün büyümesine ve gıda zinciri içinde yer alan ilgili iş kollarına destek amacı taşımaktadır.

Genetik modifikasyon, gıda ışınlama gibi teknolojik gelişmeler ve gıda kıtlığı nedeniyle artan tüketici endişeleri gıda güvenliği, kalite güvence ve üretim teknikleri ile ilgili bilgi talebi olarak ortaya çıkmıştır. Ek olarak, su ve toprak kirliliğine yol açan uygulamalar ile çevreye verilen geri dönüşü olmayan zarar konusunda kamu bilinci dünya mirasına daha fazla özen gösterilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Niş piyasa

(niche market) olarak düşünölen organik tarım güvenli gıda üreten ve aynı zamanda da çevre dostu olan bir tarımsal yaklaşım olarak kabul görmektedir.

Organik tarım ürünlerinin geleneksel tarım ürünlerinden daha yüksek fiyatla satılmaları organik tarımın yaygınlaşmasında bir engel olarak görölmüşür. Buna rağmen günümüzde bir çok tüketici gıda güvenliği ve kalitesi teminatı karşılığı olarak yüksek fiyat ödemeye razıdır. Önceleri sadece özel mağazalardan ve yerel pazarlardan temin edilebilen organik ürünleri günümüzde zincir market raflarında bile bulmak mümkündür. Birkaç yıl önce sebze, meyve, kırmızı ve beyaz et, süt ürünleri ile sınırlı olan organik ürün yelpazesi günümüzde bir tüketicinin temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek ve alışveriş sepetinin büyük bir kısmını doldurabilecek zengin çeşitliliğe ulaşmıştır. Artan organik ürün talebi üreticilerin organik tarıma geçişine etki eden temel faktörlerden birisidir.

Organik tarımda son yıllarda dünyada önemli gelişmeler olmuştur ve organik tarıma verilen önem giderek artmaktadır. Avrupa ölkelerine göre daha düşük düzeyde girdi (ilaç, gübre) kullanımı, ücretsiz aile işgücü, değişik ürünler yetiştirmek için doğal koşulların ve tarım alanlarının uygun olması gibi avantajlara sahip olan Türkiye’de Avrupa Birliği’ne giriş sürecindeki yakın ilişkiler, yeni pazarlara girme olanağı, iç pazar talebindeki gelişmeler, çiftçi örgütlerinin organize olmaya başlaması gibi fırsatları değerlendirerek organik tarım önem kazanmaktadır. AB, ABD ve Japonya bir yandan organik üretimde bulunurken diğere yandan da organik ürün dış alımı ile hedef pazarlar olmuşlardır. Türkiye’nin gelişen ihraç pazarlarından payını alabilmesi için organik tarımın geliştirilmesi ve gelişen pazar yapısını yakından incelemesi gerekmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada Türkiye’de organik tarımın mevcut yapısı, üretim, tüketim, dış ticaret, pazar yapısı, pazarlama olanakları, fiyatlandırma, sertifikasyon konuları ele alınarak organik tarım ekonomik yönden analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı; dünya ve AB ölkelerinde organik tarım uygulamalarını ekonomik açıdan inceleyerek; üretimin iç talebi karşılamak amacıyla değil ihracat amacıyla yapıyor olması ile farklılık gösteren Türkiye organik tarımının mevcut durumunun, sorunlarının, Avrupa Birliği ve ABD’de yaşanan potansiyel gelişmelerin Türkiye organik tarımına etkilerinin analiz edilmesi ve tartışılmasıdır.

2. KAYNAK ARAŞTIRMASI

Rehber (1991) “Alternatif Tarım Üzerine bir Tartışma” isimli çalışmasında günümüz tarımı ve yarattığı sorunları tartışmış, alternatif tarım konusunda bilgi vermiştir. Geleneksel ve alternatif tarım tartışmasında konunun gıda üretimi, ekonomik kazanç, karlılık, çevre etkileri gibi kriterler açısından ele alınarak dengeli bir orta yolun bulunması gerektiğini belirtmiştir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde organik tarıma geçişte farklılıklar olduğunu, ülkemizde tarım politikalarının oluşturulmasında çevre politikaları yanında biyolojik denge ve insan sağlığını dikkate alan girdi ve üretim politikalarının izlenmesi gerektiğini ve alternatif tarım uygulamalarının geliştirilmesi için araştırma ve uygulamaların özendirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Lohr (1998) piyasa ile organik standartlar ve sertifikasyon arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çoğunlukla devlet kuruluşu olan akreditasyon kuruluşlarının piyasa verimliliğini ve güvenilirliği arttırmak için standartları nasıl oluşturduklarını ve sertifika veren kuruluşların üretici ve tüketicilere nasıl teminat sağladıklarını ele almıştır. Tek bir standart bilgi edinme maliyetini düşürebilir, tüketicileri asılsız iddia ve etiketlere karşı koruyabilir. Fakat uluslar arası tek bir standart oluşturmak veya standartlarda denkliği sağlamanın farklı üreticilerin sahip oldukları farklı özellikler nedeni ile zor olduğunu belirtilmiştir.

Thompson ve Kidwell (1998) tüketicilerin organik ve konvensiyonel ürün arasındaki seçimlerini iki denklemlilikli probit model ile tahmin etmişlerdir. Kullanılan veriler Arizona, Tucson'daki iki adet zincir markette 340 adet tüketici ile yapılan görüşme kusurları, ürün fiyatları ve tüketici demografik ve ekonomik özellikleri ile ilgili soruları kapsayan anketler aracılığı ile toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, tüketiciler organik ve konvensiyonel ürünler arasındaki fiyat farkına karşı hassastırlar,

on sekiz yaş altı çocuğa sahip ailelerin organik ürün tüketimi daha yüksektir ve yüksek öğrenim görmüş kişilerin organik ürün tüketme oranı daha düşüktür. Görünüş kusurlarındaki farklılıkların organik ürün satın alma davranışı üzerine etkisi istatistiksel olarak önemli fakat düşük bulunmuştur.

Rehber ve Çetin (1999) “Avrupa Birliği ve Türkiye’de Organik Tarım” isimli çalışmalarında organik tarım, üretici ve işgücü verimliliği konularında bilgi vererek Avrupa Birliği ve Türkiye’de organik tarım uygulamalarını karşılaştırmışlardır. Organik tarımda işgücü kullanımının daha yüksek ve verimliliğin daha düşük olması nedeniyle organik tarımın konvensiyonel tarıma göre daha yüksek maliyete sahip olduğunu, fakat gelişmekte olan ülkelerde bunun bir avantaj olduğunu çünkü organik tarımın dahili işgücü kullanım etkinliğini arttırabileceğini belirtmişlerdir. Aşamalı olarak çiftlik girdilerinin kullanımının arttırılması gerektiğini ve diğer yandan katı bir sertifikasyon sürecinin uygulanması gerektiğini önermişlerdir.

Scialabba (2000) gelişmekte olan ülkelerde organik tarım politikalarını etkileyen faktörleri incelediği çalışmasında, gelişmekte olan ülkelerde uygulanan organik tarım politikalarının temel amacının sertifikalı organik ürünlerin teşvik edilmesi ile gelir oluşturulması olduğunu belirtmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde organik tarım politikalarının geliştirilmesi için gıda güvenliği amaçlarını kapsayan piyasaya yönelik hedeflerin genişletilmesi gerektiğini belirtmiştir. Çalışmada organik tarıma başlangıç noktaları, ülke politika ve uygulanan destek örnekleri ile birlikte sunulmuştur.

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

Gitli ve Arce (2001) Orta Amerika’da uluslar arası organik tarım pazarını ve Orta Amerika üreticilerinin karşı karşıya oldukları engelleri ele aldıkları çalışmalarında, organik tarımın Orta Amerika’nın fazla tarımsal ilaç kullanımı, sağlık sorunları,

şehirlere göç, tarımsal kesimde gelir düşüklüğü gibi tarım sorunlarına uygun bir çözüm olacağını belirtmişlerdir. Bir çok üreticinin ideolojik nedenlerle organik tarım yaptığını fakat ekonomik faktörlerin de önemli olduğunu çünkü sürdürülebilirliğin pozitif geliri de beraberinde getirdiğini belirtmişlerdir. İhracat organik tarımın başarısı için çok önemlidir. Çalışmada ihracat stratejisi geliştirebilmek için organik tarımın kuvvetli ve zayıf yanları incelenmiştir.

Dimitri ve Grene (2002) Amerika organik gıda pazarındaki büyüme eğilimlerini kategorilere ayırarak incelemişlerdir ve ABD Tarım Bakanlığı'nda (USDA) organik tarım ile ilgili olarak yürütülen araştırma ve diğer çalışmalar hakkında bilgi vermişlerdir. Amerika organik ürün sektörünü pazaryeri özellikleri, ürün özellikleri ve tüketici özellikleri açısından inceleyerek organik taze meyve-sebze, tahıl, yağlı tohum, baklagil, işlenmiş organik ürün, süt ürünleri, kırmızı ve beyaz et, yumurta, tekstil, ot ve çiçek sektörleri hakkında bilgi vermişlerdir. En çok satılan organik ürün kategorisi taze meyve sebzelerdir, bunu ekmek, tahıl, paketlenmiş ürünler (dondurulmuş ve kurutulmuş ürünler, bebek mamaları, çorbalar ve tatlılar) ve süt ürünleri takip etmektedir. USDA bünyesinde bulunan dokuz adet birim organik tarım ile ilgili olarak araştırma, yasal düzenlemeler ve diğer konularda programlar yürütmektedir. USDA aynı zamanda uluslar arası organik ürün pazarının geliştirilmesi ve doğal kaynakların korunması amacıyla proje destekleri de sunmaktadır. Yapılan araştırmalar toprak yönetimi, biyolojik kontrol, hasat sonrası işlemler konularını kapsamaktadır. Ekonomik araştırma konuları ise organik sektördeki büyümenin izlenmesi, organik ürün talebindeki artış ve üreticilerin risk yönetim stratejileridir.

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

Rehber ve Turhan (2002) gelişmekte olan ülkelerde organik gıda ve lif üretim ve ticaretini inceledikleri çalışmalarında, organik tarımın sürdürülebilir tarım kapsamında

bazı avantajlara sahip olduğunu belirtmişlerdir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için organik tarımın hem ihracat olanaklarını arttırdığını hem de bu yolla endüstrileşmeleri için gerekli olan sürdürülebilir tarım ve kalkınma yolunu açtığını ifade etmişlerdir. Organik tarımın geliştirilebilmesi için üreticilerin sertifikasyon, ihracat veya ithalat kurumlarına ve resmi kurumlara bağımlı olmaksızın örgütlenmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.

Ara (2003) organik pirincin çok sayıdaki özelliğine ait tüketici tercihlerini belirlemek için Filipinler Manila ve Naga şehirlerinde yaptıkları 200 ve 348 adet ankete dayanan tercih esasına dayalı bir ortak (conjoint) analiz yöntemini kullanmışlardır. Ele alınan özellikler fiyat, sağlık risk düzeyi, çevresel kalite, yeme kalitesi, organik ürün sertifikası çeşidi ve adil ticaret faktörü olmak üzere altı faktördür. Lancaster özellik talep modeli ve Tesadüfi Fayda Teorisini uygulamışlardır. Manila ve Naga şehrinde yaşayan tesadüfi olarak seçilmiş 548 hane halkı ile yapılan görüşme verilerinin kullanıldığı çalışma sonuçlarına göre, üretim alanından uzakta yaşayan tüketicilerin (Manila şehrinde yaşayanlar) sertifikasyon taleplerinin daha yüksek olduğu fakat üreticilere yakın yaşayan tüketicilerin (Naga şehrinde yaşayanlar) çevre konusuna daha çok önem verdiklerini ve sertifikasyon taleplerinin daha az olduğunu tespit etmiştir. Daha yüksek gelire sahip tüketicilerin orta gelir grubuna göre daha yüksek bir ödeme arzusuna sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Batte ve ark. (2004) tüketicilerin çoklu içerikli işlenmiş organik ürünlere ait ödeme arzusunu inceledikleri çalışmalarında yedi adet Ohio marketinde tüketicilerle yaptıkları 102 adet tesadüfi anketin sonuçlarını tesadüfi fayda teorisi ve hibrid multinominal logit model ile analiz etmişlerdir. Anketler geleneksel marketlerde ve özel ürün mağazalarından (gıda/sağlık/beslenme) alışveriş yapan tüketicilerle yapılmıştır. Organik ürün talebini inceleyen pek çok çalışma olmasına rağmen, işlenmiş organik ürün talebini inceleyen araştırma sayısı yetersizdir. Bu tür ürünler 100% organik olmayabilir. Çalışmada, %70, %95 ve %100 oranında organik kahvaltılık gevrek için tüketici ödeme arzuları hesaplanmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, tüketiciler organik içerikli işlenmiş ürünler için daha yüksek bir fiyat ödeme arzusuna sahiptirler. Ödeme arzusu gelir ve demografik özelliklere bağlı olarak değişmekle birlikte, özel ürün

mağazalarından alışveriş yapan tüketicilerin organik ürün satın alma eğilimleri ve bu ürünler için ödeme arzuları geleneksel marketlerden alışveriş yapan tüketicilere göre daha yüksek bulunmuştur.

Lohr ve Park (2004) organik üretimin verimliliğini inceledikleri çalışmalarında, üreticiye ait spesifik özelliklerin verimliliğe etkisini değerlendirmek için stokastik uzaklık fonksiyonu yaklaşımını kullanmışlardır. Üreticilere ait özel ve bölgesel değişkenler ile organik tarım deneyimi, toprak kullanımını geliştiren girdi kullanımı ve üreticilerin araştırmalara katılımı gibi verimliliği arttıran değişkenler fonksiyona dahil edilmiştir. Araştırma projelerine katılımın verimliliği %25 oranında arttırdığı belirlenmiştir. Sonuçlara göre organik tarım üreticileri arasındaki verimlilik farkları girdi kullanımı ve gözlenebilir yönetim kararları ile sıkı ilişki içerisindedir.

Streff ve Dobbs (2004) çalışmalarında 1995 ile 2005 yılları arasındaki organik ve konvensiyonel tahıl fiyatlarını karşılaştırarak fiyat serilerinin değerlendirmesini yapmışlardır. Karşılaştırma üreticiler ve oluşturulacak politikalar için yönetim ve yatırım konularında yardımcı olacak bir araçtır. İncelenen dönem fiyatları değerlendirildiğinde, fiyatların artış ve düşüş gösterdiği, bu artış ve düşüşlerin organik tarım yapılan arazi miktarına ve tüketici talebine göre devam edeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Tanrıvermiş ve ark. (2004) “Türkiye’de Başlıca Geleneksel ve Organik Bitkisel Üretim Faaliyetlerinin Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi ve Organik Tarımın Geliştirilmesine Yönelik Yaklaşımlar” isimli araştırmalarında Türkiye’de 2002-2003 yılları arasında 20 farklı bitkisel üründe organik ve geleneksel yetiştiriciliğin karşılaştırmalı ekonomik analizini yapmışlardır. Araştırmanın sonuçlarında, genel olarak organik tarımda geleneksel üretime oranla %9.5 oranında daha fazla işgücü, %8.8 daha fazla çeki gücü ve %6.3 daha az yakıt tüketimi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca organik ürün maliyetinin ortalama %4.9 daha yüksek, verimin %7.1 daha düşük, brüt karın %10.5 ve net karın %32.1 daha fazla olduğunu saptamışlardır ve incelenen organik ürünlerin çiftçi eline geçen satış fiyatlarının geleneksel ürünlerden %11.3 oranında daha yüksek olduğunu bulmuşlardır.

ACNielsen (2005) tarafından internet üzerinden Avrupa, Asya, Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Güney Afrika'da toplam 38 ülkeden 21 000 kişiye online olarak uygulanan anketlerde tüketicilere organik meyve-sebze, beyaz ve kırmızı et, süt ürünleri, gazlı içecekler, çay, yumurta, meyve suları ve paketlenmiş gıda tüketimleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Anket sonuçlarına göre anketi cevaplayanların büyük çoğunluğu organik ürünleri sağlık nedeniyle tüketmektedirler. Avrupalı tüketiciler organik ürünlerin çevrenin korunması gibi faydaları hakkında daha bilinçli olup, yaklaşık %20'si organik ürünlerin çevrenin korunmasına katkı sağladığını ve %12'si hayvan refahını koruyabilmek amacıyla organik ürün tükettiklerini belirtmişlerdir. Yüksek fiyat, bulunabilirlik ve güvenilirlik organik ürün tüketiminde karşılaşılan engeller olarak ortaya çıkmaktadır. Organik ürün tüketmeyen tüketiciler ise yüksek fiyat nedeni ile organik ürün tüketmediklerini belirtmişlerdir.

Bernard ve Mathios (2005) çalışmalarında rBST (recombinant bovine somatotropin) içermeyen ve organik ürünlere ait tüketici tercihlerini ve niş piyasasına etkilerini belirlemek üzere haftalık olarak tarayıcı cihazlar ile otomatik olarak verilerin kaydedildiği bir sistem ile elde edilen verileri ve tüketici üye kart verilerini kullanmışlardır. İlk olarak süt talebini etkileyen faktörleri belirlemişler daha sonra tüketicilerin bu faktörler için ödeme arzularını tespit etmişlerdir. Süt talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde multinominal logit modeli, ödeme arzusunun hesaplanmasında ise hedonik fiyat modeli kullanmışlardır. Sonuçlara göre, rBST içermeyen ürünler için en önemli faktör fiyat iken, organik ürünler için fiyatın etkisi en düşük orana sahiptir. Tüketiciler hem rBST içermeyen hem de organik ürünler için konvansiyonel ürünlerden daha yüksek bir fiyat ödeme arzusundadırlar.

Bont ve ark. (2005) tarafından Eurostat'ın organik ürün fiyatları, organik ürün yetiştiren üretici gelirleri ve konvansiyonel tarım ile organik tarımın karşılaştırılabilmesi için Hollanda Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü (LEI)'nden talep etmesi üzerine yaptıkları projede mevcut durum analiz edilmiştir. Avrupa Birliği tarafından desteklenen bu proje, organik ve konvansiyonel ürün fiyatları arasındaki ilişki, organik üretimin ekonomik sonuçlarının konvansiyonel tarım ile karşılaştırılması konularında bilgi vermektedir. Proje EU-15 ülkelerinden elde edilen bilgileri içermektedir. Projenin

sonunda sunulan rapor mevcut ve arzu edilen durumun ne olduğunu sunmaktadır. Rapor tarım muhasebe veri ağı sistemi (FADN-Farm Accountancy Data Network) ile fiyatlar, standart brüt kar gibi mikro ve makro ekonomik göstergeleri incelemektedir.

Gökçe ve Bektaş (2006) “Ege Bölgesi Organik Tarım Çalışmaları: Uygulama Örnekleri, Uygun Havzalar ve Bölgeler, Potansiyel Sahalar” isimli çalışmalarında Ege Bölgesi’nde organik tarım konusunda bir durum saptaması ve değerlendirmesi yapmışlardır. Veriler yazılı kaynaklar ve kurumsal anketlerden elde edilmiştir. Bölgenin organik tarımda sürdürülebilir bir rekabet gücüne sahip olduğu anlaşılmış ve fakat bu konuda giderilmesi gereken bazı eksikliklerin ve sorunların bulunduğu da saptanmıştır. Bunların başında araştırmaya dayalı bilgi boşlukları, kayıtsal yetersizlikler, üretici ve tüketicilerdeki bilgi eksiklikleri ve karar bulanıklıkları, organik hayvancılıktaki göreceli gerilik vb. gelmektedir. Bu eksikliklerin giderilmesi ve bölgede organik tarımın geliştirilmesi için, seçilecek hedef alanlar ve hedef üreticiler konusu da dahil olmak üzere çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Koç ve Babadoğan (2006) tarafından hazırlanan “Organik tarım ürünleri” sektör raporunda verilen bilgilere göre, ülkemizde 1985 yılında başlayan organik tarım ürünleri üretimi, ilk yıllarda sadece 8 ürün iken, ürün çeşidi günümüzde 200’ü aşmıştır. 2004 yılı toplam organik bitkisel ürün üretimi 218 388 tondur. Ülkemizde organik ürünler dış ticaretine ait istatistiksel alt yapı henüz oluşturulamamıştır, bu nedenle ihracat değerleri Ege İhracatçı Birlikleri verilerinden izlenebilmektedir. Dünyada ve ülkemizde konvansiyonel ürünler ticaretinin izlenmesine imkan sağlayan Armonize sınıflandırma sisteminin organik tarım ürünleri için oluşturulmamış olması tüm dünyada organik ürün ticaretini güçleştiren bir faktördür. İhracatımızın yöneldiği ülke sayısı 37 olup AB ülkeleri en önemli ihraç pazarımızdır. Kuzey Avrupa ülkeleri, Kanada, ABD ve Japonya dikkat çeken potansiyel pazarlardır. Türkiye’nin 2004 yılı organik ürün ihracatı 16 093 ton ve 33 076 bin dolardır.

Rodriguez ve ark. (2006) çalışmalarında tüketicilerin gıda tüketiminde risk ve kaliteye ilişkin özellikleri algılayışlarını ve bu faktörlerin organik ürün satın almadaki etkilerini analiz etmişlerdir. Ürün özelliklerinin tüketici tercihleri üzerindeki etkisinin

analizinde Lancaster modelini kullanmışlardır. Analiz için kullanılan veriler Arjantin, Buenos Aires şehrinde 2005 Nisan ayında şehrin en büyük zincir marketinde ve organik ürün mağazasında organik ve organik olmayan gıda tüketen tüketicilerle yapılan 261 adet anketten elde edilmiştir. Organik gıda tüketimini hangi faktörlerin etkilediğini tespit etmek amacıyla logit binomial regresyon modeli kullanılmıştır. Sonuçlara göre, daha yüksek eğitim düzeyine sahip, sağlıklı gıda tüketen tüketicilerin organik ürün tüketme eğilimi daha yüksektir. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu ürünler üzerindeki etiketleri okumakta ve sunulan bilgilere güven duymaktadır. Bu sonuç farklılaştırılmış ve katma değere sahip ürünlerin teşviki ve bilgi asimetrisini azaltma konusunda uygulanan politikaların ele alınmasında değerlendirilebilir.

Willer ve Yussefi (2006) çalışmalarında dünyada organik tarımı incelemişlerdir. Günümüzde dünyada yaklaşık 120 ülkede organik tarım yapılmaktadır. Stiftung Oekologie und Landbau (SOEL) anket sonuçlarına göre, 2006 yılında dünyada 31 502 786 hektarlık alanda 623 174 çiftçi tarafından organik tarım yapılmıştır. 12.1 milyon hektar ile Avustralya ilk sırada, 3.5 milyon hektar ile Çin ikinci sırada ve 2.8 milyon hektar ile Arjantin üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye 108 597 hektarlık alan ile dünya sıralamasında 34.'dür.

Zhang ve ark. (2006) taze organik ürün tüketimini modelledikleri çalışmalarında 8 833 adet hane halkına ait verileri kullanarak tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin taze organik ürün pazarının gelişimine etkisini incelemişlerdir. Sonuçlara göre, daha yüksek gelir grubunu hedefleyen pazarlama stratejilerinin kullanılması hem yeni tüketiciler edinmede hem de mevcut tüketicilerin satın alma miktarını arttırmada etkili olabilir. Aile büyüklüğünün organik ürün tüketimini etkilemeyen bir faktör olduğu, yaşça büyük tüketicilerin organik ürün tüketme eğilimlerinin yüksek olduğu da araştırma bulguları arasında yer almaktadır.

3. MATERYAL VE METOT

3.1. Materyal

Çalışmada organik tarımsal üretimde bulunan üreticiler ve tüketicilerden anket yolu ile elde edilen birincil veriler ana materyal olarak kullanılmıştır. Organik tarımın tanımı, kapsamı ve organik tarım ile ilgili olarak çalışmada ele alınan diğer konularda kullanılmak üzere ise konu ile ilgili yapılmış yerli ve yabancı çalışmalar, makaleler, yayınlanmış diğer materyaller ve istatistiksel veriler ikincil veri olarak kullanılmıştır.

Bu çalışmada brüt kar analizi için iki farklı ürün seçilmiştir. Ülkemizde üretilen organik ürünler arasında ilk sıralarda yer alması, önemli bir gıda sanayi hammaddesi olması ve işlenmiş olarak ihracatta önemli bir paya sahip olması nedeniyle domates brüt kar analizi için seçilen ürünlerden bir tanesidir. Domates brüt kar analizi için inceleme alanı olarak Çanakkale ili seçilmiştir ve kullanılan veriler 2004-2005 üretim yılında Çanakkale ilinde organik ve konvansiyonel domates yetiştiriciliği yapan üreticiler ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Gerekli olan verilerin toplanması amacıyla 63 organik ve 86 konvansiyonel domates üreticisi ile görüşülmüştür. 2004-2005 üretim yılı için Çanakkale ilinde Tarım İl Müdürlüğü'ne kayıtlı olan 63 organik domates üreticisi mevcut olup, 3 adet üretici ise kaydını yaptırmamıştır. Organik domates yetiştiriciliği yapan üreticilerin seçilmesinde tam sayım yöntemi kullanılmıştır ve Tarım İl Müdürlüğü'ne kayıtlı olan 63 organik domates üreticisinin tamamı anket çalışmasına dahil edilmiştir. 86 konvansiyonel domates yetiştiricisi ise aşağıda verilen formül (Neter ve Wasserman, 1956) esas alınarak tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak saptanmıştır.

Brüt kar analizi için seçilen diğer ürün ise stratejik bir tarımsal ürün olarak ülke ekonomisine sağladığı katkı nedeniyle fındıktır. Fındık brüt kar analizi için inceleme

alanı olarak Düzce ili seçilmiştir ve kullanılan veriler 2008-2009 üretim yılında Düzce ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiriciliği yapan üreticiler ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Gerekli olan verilerin toplanması amacıyla 23 organik ve 32 konvansiyonel fındık üreticisi ile görüşülmüştür. 2008-2009 üretim yılında Düzce ilinde Tarım İl Müdürlüğü'ne kayıtlı 107 adet organik fındık yetiştiricisi bulunmaktadır. Anket yapılacak konvansiyonel ve organik fındık yetiştirici sayısı tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak saptanmıştır.

$$n = \frac{S^2}{\frac{w^2}{z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

n: Örnek hacmi

N: Hedef popülasyondaki üretici sayısı

S²: Varyans

W: %5 önem seviyesi için güven aralığı katsayısı

z: örnekleme hatası %10

Çalışmada Türkiye'de organik ürün tüketimi ile ilgili bilgi edinebilmek ve tüketici eğilimlerini ortaya koyabilmek amacıyla tüketicilerle yüzyüze yapılan anket sonuçları kullanılmıştır. 06-09 Nisan 2006 tarihleri süresince İstanbul'da gerçekleştirilen "5. Organik Ürünler ve Çevre Fuarı"na katılan 90 tüketici ile yüzyüze anket görüşmesi yapılmıştır. Organik ürünlerin Türkiye'de pazar payının %1 olması ve tüketiciler arasında organik ürün tüketenlerin tespitinin zorluğu nedeniyle organik ürün tüketen, tüketme eğilimi olan ve hali hazırda tüketmeyen fakat bu konuda bilgi edinmek isteyen tüketiciler ile anket yapabilmek amacıyla özellikle bahsi geçen fuarda anket çalışması yapılmıştır.

Tüketicilere yöneltilen anket üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda anketi cevaplayanların yaş, cinsiyet, eğitim vb. demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla sorulan sorular yer almaktadır. İkinci kısım ise anketi cevaplayanların organik ürünler ile ilgili bilgi düzeyini, organik ürün tüketip tüketmediğini, tüketiyorsa ne sıklıkta tükettiğini, tüketme sebebi ve hangi faktörlerin tüketimi arttırabileceğini saptamamıza

yardımcı olacak sorular yer almaktadır. Üçüncü kısımda ise hangi ürün gruplarının tercih edildiği, hangi pazarlama kanallarının kullanıldığı, organik ve konvansiyonel ürünler arasındaki fiyat farkı ve tüketicilerin organik ürünler için ödemeye hazır oldukları fiyat farkı ile ilgili sorular bulunmaktadır.

3.2. Metot

Tüketicilerle yapılan anketlerden elde edilen veriler ile; sosyo-demografik özelliklerin organik ürün tüketimine etkilerini saptayabilmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yer alacak değişkenlerin kategorik değişkenler olması nedeniyle lojistik model seçilmiştir. Lojistik model matematiksel kolaylığı ve gölge değişkenlerin modelde yer almasına izin vermesi nedeniyle birçok çalışmada tercih edilmiştir.

Günümüzde nitel değişkenlerden oluşan gölge (dummy) verileri analiz etmek için çeşitli teknikler kullanılmaktadır. Lojistik modeller, genelleştirilmiş doğrusal modelin belirli koşullar altında oluşturulmuş özel durumlarıdır. Değişkenlerin 0 ile 1 değerlerini alması koşulu mevcut ise lojistik modelin uygulanması önerilmektedir (Gujarati,1995). Lojistik model, bağımlı değişkenin tahmini değerlerini olasılık olarak hesaplayarak olasılık kurallarına uygun sınıflama yapma imkanı veren, tablolaştırılmış ya da ham veri setlerini analiz eden bir istatistiksel yöntemdir. Lojistik model, bağımsız değişken değeri sonsuza gittiği zaman, bağımlı değişkenin 1'e asimptot olduğu matematiksel bir fonksiyondur.

$$P_i = E(Y = 1 | X_i) = \alpha + \beta X_i$$

$$P_i = E(Y_i = 1 | X_i) = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta X_i)}} = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}}$$

Burada P_i , bağımsız değişken (X_i) hakkında bilgi verirken i . bireyin belirli bir tercihi yapma olasılığını ifade etmektedir. X hangi değerleri alırsa alsın fonksiyondaki üslü terim daima pozitif olacağı için P_i ' nin alt sınırı da 0 olur. Olasılık için gerekli olan $0 \leq P_i \leq 1$ koşulunu bu fonksiyon sağlamış olur. Lojistik dağılım fonksiyonu diye

adlandırılan Z_i değişkeni $-\infty$ ile $+\infty$ arasında değer aldıkça P_i de 0 ile 1 arasında değerler alacak ve P_i ile Z_i arasındaki ilişki doğrusal olmayacaktır. Böylece $0 \leq P_i \leq 1$, ve Z_i ile P_i arasındaki ilişkinin doğrusal olmama şartları yerine gelmiş olacaktır (Griffiths ve ark., 1993).

P_i : Organik rn tüketme olasılığı

$1-P_i$: Organik rn tüketmeme olasılığıdır.

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} \text{ eşitliğinin her iki yanını } (1 + e^{-Z_i}) \text{ ile çarpılarak } (1 + e^{-Z_i})P_i = 1$$

elde edilir. şimdi de P_i ile bölüp 1 çıkartılarak,

$$e^{-Z_i} = \frac{1}{P_i} - 1 = \frac{1 - P_i}{P_i}$$

elde edilir.

$$e^{-Z_i} = \frac{1}{e^{Z_i}} \text{ kullanılarak,}$$

$$e^{Z_i} = \frac{P_i}{1 - P_i} \text{ gösterilebilir. Bu eşitlik bize organik ürün tüketme olasılığının,}$$

organik ürün tüketmeme olasılığına olan oranını verir. Aynı zamanda bu oran bahis oranıdır (odds ratio). e tabanına göre doğal logaritması alınarak,

$$\ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \ln e^{Z_i} - Z_i = \alpha + \beta X_i$$

elde edilir. Yani, bahis oranının logaritması L_i , yalnız X' e göre değil, (katsayı tahmini bakımından) ana kütle katsayılarına göre de doğrusaldır. L_i 'ye logit denir. Bu,

parametrelerin tahmininde doğrusal bir ilişki işlemi görebilecek yarı logaritmik bir fonksiyondur.

Modeldeki parametreleri tahmin etmek için L_i fonksiyonu,

$$L_i = \ln\left(\frac{P(Y)}{1-P(Y)}\right) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p$$

şeklinde yazılır. α ve $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$ regresyon katsayılarıdır. $P_i=1$ ve $P_i=0$ değerleri logit L_i ' deki yerine koyulduğunda $\ln(1/0)$ ve $\ln(0/1)$ değerleri elde edilir ki bunlar anlamsızdır. En küçük kareler yöntemi ile L_i fonksiyonundaki parametrelerin tahmin değerleri bulunamaz, fakat bu parametreler maksimum olabilirlik modeli ile tahmin edilebilir.

4. DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

4.1. Organik Tarımın Tanımı

Organik üretim tarımda nispeten yeni bir üretim şeklidir. Organik üretim toplumsal gelişmeler ve tüketici talepleri ile yakından ilişkilidir. Organik üretim sürdürülebilir bir üretim sistemine olan ihtiyaca cevap verebilecek bir sistemdir.

Organik tarım, ortak sosyal sorumluluk (people, planet, profit – insan, gezegen, kâr-yani Triple P) çerçevesinin geliştirilmesinde önemli bir unsurdur. Ortak sorumluluk çerçevesini oluşturan üç bileşenden sonuncusu olan kâr; üreticiler, politikacılar ve diğer paydaşlardan oluşan organik tarım sektöründe emek, sermaye ve arazinin etkin kullanılması gerektiğini belirten bir bileşendir. Bu amaç ise ekonomik açıdan olduğu kadar sürdürülebilirlik açısından da önemlidir.

Tarım ve gıda sektöründe organik kelimesi tüm süreçleri yetkili kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından belgelenmiş, belirli standartlar doğrultusunda uygulanan tarımsal üretim ve ürün işleme sistemini ifade etmektedir. Organik ürünler ise tarımsal üretim, depolama, işleme, paketlenme ve taşıma aşamalarında hiçbir katkı maddesi ya da kimyasal girdi kullanılmayan ve tüm bu aşamalarda bağımsız kontrol firmaları tarafından denetlenerek sertifikalanmış gıda maddeleri olarak kabul edilmektedir.

Tüm dünyadaki organik tarım hareketlerini bir çatı altında toplamayı, hareketin gelişimini sağlıklı bir şekilde yönlendirmeyi, gerekli standart ve yönetmelikleri hazırlamayı, tüm gelişmeleri üyelerine ve çiftçilere aktarmayı amaçlayan ve en büyük sivil toplum kuruluşlarından birisi olan International Federation of Organic Agriculture

Movement (IFOAM - Uluslar arası Organik Tarım Hareketi Federasyonu) tarafından yapılan tanıma göre “Organik tarım; sürdürülebilir bir ekosistem, güvenli gıda, sağlıklı beslenme, sosyal adalet ve hayvanlar için daha iyi çevresel yaşam şartları ile sonuçlanan süreçler dizisine dayalı holistik bir sistem yaklaşımı”dır. Bu temel prensipler ışığında organik tarım, organik sistemde hatalı uygulamalar sonucunda kaybolan doğal dengeyi tekrar kurmaya yönelik, insan ve çevreye dost üretim sistemlerini içeren, sentetik kimyasal ilaçlar, büyüme düzenleyicileri ve gübrelerin kullanımının yasaklanmasının yanında organik ve yeşil gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, hastalık ve zararlılara karşı bitkinin direncini arttırma, parazit ve predatörlerden yararlanmayı tavsiye eden, bütün bu olanakların kapalı bir sistemde oluşturulmasını talep eden, hayvansal üretimde belirli yaşama alanı ve koşulların sağlanmasını, atıkların geri dönüşümünü, yenilenebilir enerji ve üretici refahı gibi konuların vurgulanmasını, üretimde miktar artışı yanında ürünün kalitesinin de yükselmesini amaçlayan, aynı zamanda uluslararası ekolojik üretim kurallarına ve prensiplerine uygun yapıp yapılmadığının kontrol edilerek sertifikalandırılmasını öngören sürdürülebilir tarımsal üretim şekli olarak ifade edilmektedir. Organik tarım diğer yandan bir üretim felsefesidir. Yani, geleneksel tarımsal üretimden profesyonel üretime geçişte de çok önemli bir yöntem olarak dikkati çekmektedir.

Food and Agriculture Organization (FAO) ve Avrupa Birliği (AB) tarafından geleneksel tarıma alternatif olarak da kabul edilen bu tarımsal üretim yöntemi, değişik isimlerle anılmaktadır. Almanca ve Kuzey Avrupa dillerinde ekolojik tarım, Fransızca, İspanyolca ve İtalyanca’da biyolojik tarım, İngilizce’de organik tarım ve Türkçe’de ise ekolojik veya organik tarım eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda bir çok ülkenin organik tarım terimini yasal sözcük olarak kullandığı görülmektedir (Crucefix, 1998). 2092/91 sayılı AB regülasyonu hazırlanırken Avrupa komisyonu “biyolojik, ekolojik, organik” terimlerinin üçünün de korunacağını, hatta AB resmi dillerinde Bio ve Eko kelimelerinin de kullanılabilceğini belirtmiştir. Bütün bu değişkenlere bağlı olarak organik tarım, biyolojik döngüler ve toprağın biyolojik etkinliği de dahil tüm ekosistemin sağlığını destekleyen ve arttıran holistik bir üretim yönetimi sistemi olarak değerlendirilmektedir.

Uluslararası Gıda Kodeksi (1999) tanımına göre organik tarım “topraktaki biyolojik faaliyeti, biyolojik dönüşümü ve biyolojik çeşitliliği de içeren tarımsal ekosistem sağlığını arttıran, zenginleştiren bir üretim ve işletim sistemidir. Ancak geçen zaman bu sistemin alternatif bir yöntem olmaktan çok bir yaşam felsefesi olduğunu ortaya koymuştur. Dünya nüfusunun artmasına bağlı olarak tüketim de artmaktadır. Bu nedenle talebi karşılamak için tarım alanları arttırıldıysa da hedef birim alandan daha fazla ürün almaya doğru yönelmiştir. Ancak tarım faaliyetlerinin insan ve hayvan sağlığını tehdit ettiği, yer altı su kaynaklarının tükenmesine ve kirlenmesine, doğal bitki ve toprak desenin ve yapısının bozulmasına ve biyolojik çeşitliliğin zarar görmesine yol açtığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır.

Son yıllarda gerek tarımsal ilaçların gerek gübrelerin bilinçsiz kullanımı bitkisel üretimde artışın yanında kalitesiz ve insan sağlığını tehdit eden ürünlerin üretilmesine neden olmuştur. Toprağın derinlerine sızan fosfor ve nitrat tatlı su kaynaklarını kirletmekte ve ciddi problemlere yol açmaktadır. Ayrıca kimyasal tarım ilaçları toprakta birikmekte bitki sağlığını olumsuz yönde etkileyerek ekolojik dengeyi bozmaktadır. Bu olumsuz koşullar karşısında yeni bir üretim sistemi olan organik tarım ortaya çıkmıştır.

Organik tarım tek başına gıda üretim kaynağı olmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir tarım ve kalkınma, eko-turizm, biyolojik çeşitliliğin korunması, erozyon, çölleşme ve iklim değişikliğine neden olan faktörlerin etkisinin giderilmesinin bir dayanağıdır.

4.1.1. Organik tarım sisteminin amaçları

- Toprağın doğal yaşam gücünün korunup sürdürülmesi için fiziksel, kimyasal ve biyolojik yapısını korumak, organik madde içeriğini zenginleştirmek, doğal kaynakları uygun kullanmak ve doğal yapı ile uyumlu sürdürülebilir üretim yapmak.
- Kirliliğe maruz kalmamış tabii kaynakları korumak, biyoçeşitliliği korumak ve arttırmak, toprak, insan, hayvan ve bitki sağlığı açısından sürdürülebilirliği sağlamak.

- Sentetik kimyasal tarımsal girdilerin insan, hayvan ve bitki sağlığı üzerinde yarattığı tehditleri ortadan kaldırmak.
- Yüksek kaliteli, sağlıklı ve risksiz ürünler üretmek.
- evre üzerinde olumsuz etkide bulunmayan tarımsal tekniklere yönelmek.
- Tarımsal retimde yerel girdi ve bölgesel kaynak kullanımını arttırmak.
- Kırsal kesimde istihdam olanakları yaratmak, organik tarımsal faaliyette bulunan müteşebbisin gelir seviyesini ve yaşam kalitesini yükseltmek.
- Bitkisel retimi mevcut ekolojik koşullara uygun ve hayvansal üretimle uyumlu biçimde planlamak ve yürütmek.
- Üretici örgütlenmesini güçlendirmek.

4.1.2. Organik tarım sisteminin genel kuralları

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

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

Diğer yandan ülkemizde organik tarımda aşağıda yer alan genel kuralların kullanıldığı dikkat çekmektedir (11.07.2002 tarih ve 24812 sayılı Resmi Gazete):

- Karayolları Genel Müdürlüğü ağındaki ana yollara 1 km mesafedeki tarım arazilerinde organik bitkisel üretim yapılamaz.
- Ağır sanayi tesisleri, reaktörler, hidrolik ve termik enerji santrallerine, maden işletmelerine, kentsel atıkların toplu olarak bırakıldıkları alanlara 3 km mesafedeki tarım arazilerinde organik tarım yapılamaz.
- Burada bahsedilen hususlar dışında çevre kirliliğinden şüphe duyulan alanlarda organik tarım yapıp yapılamayacağına konu uzmanının raporu istenerek kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu tarafından karar verilir.
- Organik tarım sözleşmeli tarım esasına dayanır.
- Organik tarım bir kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu denetiminde yapılır. Yine aşağıda belirtildiği gibi organik tarım belirlenmiş ilke ve kurallar dahilinde yapılmaktadır.
- Bitkisel üretim, bir kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu ile sözleşme yapılarak onun kontrol ve denetiminde yapılır.
- Organik bitkisel ürün yetiştiriciliği yapacak müteşebbis geçiş sürecine alınır. Kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu geçiş sürecini komitenin onayını alarak uzatabilir veya kısaltabilir.
- Hiç işlem görmemiş tarım topraklarında kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu onay verirse geçiş süreci uygulanmayabilir.
- Arazinin parselasyonuna gidiliyor ise, arazinin tamamı bu yönetmeliğin ilgili hükümlerine göre kontrol altına alınır. Ancak organik üretime geçilmeyen parsellerde organik üretime geçildiğinde, kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu onay verirse geçiş süreci uygulanmayabilir.
- Geçiş süreci tek yıllık bitkilerde 2 yıl, çok yıllık bitkilerde 3 yıldır. Tek yıllık kültürlerde ekim tarihi, çok yıllık kültürlerde hasat tarihi göz önüne alınır.
- Geçiş sürecindeki kısaltmanın süresi ve gerekçesi kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu tarafından aylık raporlarında, üretim yapılan ilin Proje ve İstatistik Şube Müdürlüğü'ne, dönem raporlarında komiteye bildirilir.
- Kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu, şüpheli durumlarda organik bitkisel üretim yapılacak toprağın, kullanılacak gübre ve ilacın, ekim ve dikimden önce

analizinin yaptırılmasını müteşebbisten ister. Analiz sonuçlarına göre aşağıdaki hususlar dikkate alınır:

- ❖ Tek yıllık bitkilerde çok yıllık rotasyon programı uygulanır ve rotasyonda baklagil veya baklagil yem bitkilerine, derin köklü bitkilere ve çapa bitkilerine yer verilir.
- ❖ Toprağın biyolojik yapısındaki mevcut organik madde korunmaya çalışılır.
- ❖ Toprağın biyolojik yapısı bozulmuşsa, yönetmelikte belirtilen gübre ve toprak iyileştiriciler saf veya karışım halinde verilir.

4.1.3. Organik tarımın ilkeleri

Organik tarımda bitkisel ve hayvansal ürünler için farklı üretim yöntemleri bulunmakla birlikte IFOAM' a göre ortak ilkeler şu şekilde sıralanabilir.

1. Tarımsal üretimde, üretim ile ilişkili tüm faktörler ve olaylar bir bütün halinde dikkate alınmalı ve organik üretim yapan işletmenin kendi kendine yeterliliği sağlanmalıdır. Bunun için toprak, bitki-hayvan ve insan arasındaki doğal döngünün yerel kaynaklardan ve doğal kökenli hammaddeler kullanılarak, mümkün olduğunca işletmenin kendi içinden veya yakın çevresinden sağlanmasına gayret edilmelidir.
2. Tarımsal üretimle beraber ortaya çıkan ve yakın çevreden temin edilen tüm hammaddelerin ve diğer işletme girdilerinin çevreyi tehdit edici etkileri ortadan kaldırılmalı veya bunlardan tamamen kaçınılmaya çalışılmalıdır.
3. Toprağın iyileştirilmesi, içindeki organizmaların korunması ve beslenmesi sağlanmalı, toprak sömürülmemeli, tersine verimliliği doğal yollarla arttırılmalıdır. Bunu sağlamak için münavebe ve organik gübreleme yapılmalı, ayrıca uygun toprak işleme yöntemleri kullanılmalıdır.

Örneğin çiftlik gübresi ve/veya organik atıklar kullanılarak aerobik ortamda hazırlanan kompost amaca uygun şekilde kullanılır. Bundan başka ham kayaçlar, alg ürünleri, diğer ilave maddeler kullanılabilir ve yeşil gübreleme yapılabilir.

Bu uygulamalarla toprağın biyolojik aktiviteleri teşvik edilerek bazı bitki besinleri dolaylı yoldan hareketli hale getirilmekte böylece bitkinin sağlıklı ve dengeli büyümesi için gereken ortam sağlanmaktadır.

4. Bitkilerin hastalık ve zararlılara karşı direnci bazı ek desteklerle arttırılmalıdır. Örneğin; çok yıllık bitkilerde bitki altına ve/veya sıra aralarına yapılacak ekimlerin mevcut ekolojik ortama uygun ve dengeli karışımlar halinde hazırlanıp uygulanması, yapılacak münavebelerde karışımda baklagil miktarının yüksek tutulması, bitkisel üretim ve hayvancılığın kombine edilerek yapılması, uygun ekim dikim zamanı veya aralık mesafelerinin ayarlanması gibi uygulamalarla bitkilerin direnci arttırılabilir.
5. Bitki tür ve çeşitleri ile hayvanların seçiminde üretim yapılacak yerin ekolojik koşulları ve bu koşullarda hastalıklara en az seviyede yakalanma olasılıkları dikkate alınmalıdır. Bu konuda üretim yapılması düşünülen ekolojiye uyum sağlamış yerel çeşitlerin kullanılması başarılı sonuçlar vermektedir. Böylece biyolojik çeşitliliğin korunmasına da katkı sağlanmaktadır. Bunun yanında, dayanıklı tohum, fidan ve hayvan kullanılmalıdır.
6. Organik tarımda bitki sağlığı için yukarıda adı geçen ve etkileri uzun sürede görülen önlemler yanında erken uyarı sistemlerinin ve faydalı canlıların kullanımı da bitki koruma kavramının önemli bir parçasıdır.

Bu konuda zararlılarla mücadelede biyoteknik yöntemler (örneğin feromon tuzaklarının kullanıldığı kitlesel tuzaklama ya da çiftleşmeyi engelleme teknikleri, kısır böcek salım tekniği vb.), biyolojik mücadele (örneğin *Bacillus thuringiensis* preparatları, faydalı akar veya böcek salımı vb.) ve kültürel önlemler (örneğin yabancı otların toprak işlemeyle veya yakılarak yok edilmesi, bitki içinde havalanmayı sağlayacak şekilde budama yapılması vb.) uygulanabilir. Eğer sorun ürünü tehdit edici boyutlara ulaşırsa, o zaman bitkisel veya mineral kökenli özel maddeler veya preparatlar kullanılabilir.

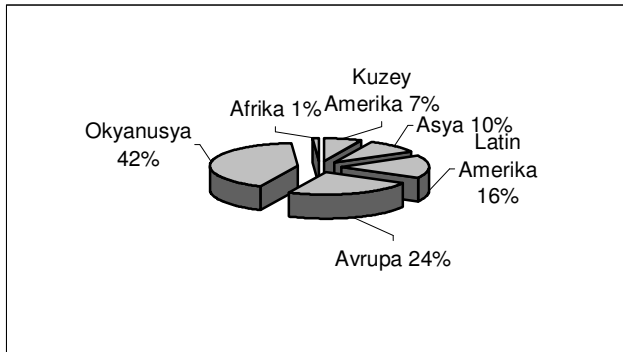
7. Yukarıda anlatılan toprak yapısını iyileştirici ve humus miktarını arttırıcı önlemlerle beraber toprağı koruyucu enerji tasarrufu sağlayan, çalışılan yerin koşullarına uygun toprak işleme yöntemleri uygulanmalıdır. Bunun için toprağın yapısı ve koşullarına dikkat edilmeli, çizici aletlerle çalışılmalı, pulluk gibi toprağı devirerek işleyen aletlere mümkün olduğunca az yer verilmeli ve temel kural olarak gereğinden fazla sayıda toprak işlemeden kaçınılmalıdır.
8. İşletmedeki hayvanların sağlığının iyi, verimlilik kapasitesinin yüksek ve uzun ömürlü olması teşvik edilmelidir. Bunu için, ağılların usulüne uygun olması, beslenmenin mümkün olduğunca işletmenin kendirnleri ve yem bitkileri ile yapılması, yemlere kimyasal maddeler (antibiyotik, kilo arttırıcı katkı maddeleri vb.) katılmaması, uygun ıslah çalışmaları ile istenen gelişmelerin temin edilmesine çalışılmalıdır.
9. Yetiştirilen hayvan miktarı kullanılan tarımsal araziye uygun olmalı ve bir hektar için bir büyük baş hayvan planlanmalıdır (Almanya'da bu oran 1 hektar için 1.1 büyük baş hayvandır).
10. Tarımsalretimde verim ve kalite arasında ters bir orantı vardır. İkiisi arasında denge kurulmalıdır. Ancak organik tarımda bu denge oluşturulurken kaliteninrn miktarına göre önceliğe sahip olduğu unutulmamalıdır.
11. Organikretim yapan tarım işletmesinde başta petrol olmakzere fosil yakıtlar ve diğer enerji kaynakları optimum verimi sağlayacak düzeyde azami tasarruf kuralına uyularak kullanılmalıdır. Enerji kullanımında güneş enerjisi ve rüzgar enerjisi gibi doğal enerji kaynakları olabildiğince tercih edilmelidir.
12. Tarım işletmesi çok yönlü ve çekici bir Şekilde düzenlenmelidir (peyzaj düzenlemeleri, meyve bahçeleri vb.). Bu amaçla dinlendirici etkiye sahip bir mekanın kurulması, bunun muhafazası ve sınırlı bir dönem yerine uzun süreli faydalıretim (sürdürülebilirlik) esas alınmalıdır.
13. Organik tarım işletmeleri gelişme olanakları bulunan,üreticiye ve çalışanlarına tatmin edici kazanç ve imkan sağlayabilen yeterlilikte ve ekonomik canlılıkta olmalıdır.

4.2. Organik Tarımın Mevcut Durumu

4.2.1. Dünyada organik tarım

Dünyada 30.4 milyon hektarlık alanda organik tarım yapılmaktadır. Bu alana kendiliğinden yetişen organik ürünlerin elde edildiği sertifikalandırılmış 33 milyon hektar doğal (yabani) alan da eklendiğinde toplam organik tarım alanı 60 milyon hektarı geçmektedir. Avustralya 12.3 milyon hektarlık organik üretimi ile lider ülke konumundadır. 2006 yılında organik tarımsal ürünlerden elde edilen gelir yaklaşık olarak 40 milyar \$'dır. 69 ülke organik tarımda yasal düzenlemeye sahipken 21 ülkede ise yasa tasarıları üzerinde çalışmalar devam etmektedir.

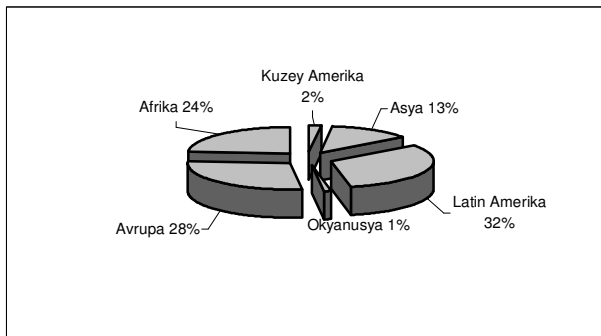
Şekil 4.1. Dünyadaki Toplam Organik Tarım Alanlarının Kıtalara Göre Dağılımı, 2006.



Kaynak: Willer ve Yussefi, 2008.

Dünyadaki toplam organik tarım alanlarının %42'si Okyanusya kıtasında, %24'ü Avrupa kıtasında, %16'sı Latin Amerika'da, %10'u Asya kıtasında, %7'si Kuzey Amerika kıtasında ve %1'i Afrika kıtasında yer almaktadır (Şekil 4.1).

Şekil 4.2. Organik Tarım İşletmelerinin Kıtalara Göre Dağılımı, 2006.



Kaynak: Willer ve Yussefi, 2008.

2006 yılı verilerine göre dünyada toplam organik tarım işletmesi sayısı 718 744'tür. Organik işletme sayısının en yüksek olduğu kıta Latin Amerika'dır (Şekil 4.2). Latin Amerika'yı sırasıyla Avrupa, Afrika, Asya, Kuzey Amerika ve Okyanusya izlemektedir. Geniş organik çayır mera alanlarının olması ve üretici sayısının düşük olması nedeniyle en düşük orana Okyanusya (%1) sahiptir. Latin Amerika'da ise işletmelerin küçük ölçekli olması, Latin Amerika'yı organik tarım işletme sayısı bakımından birinci sıraya yerleştirmiştir.

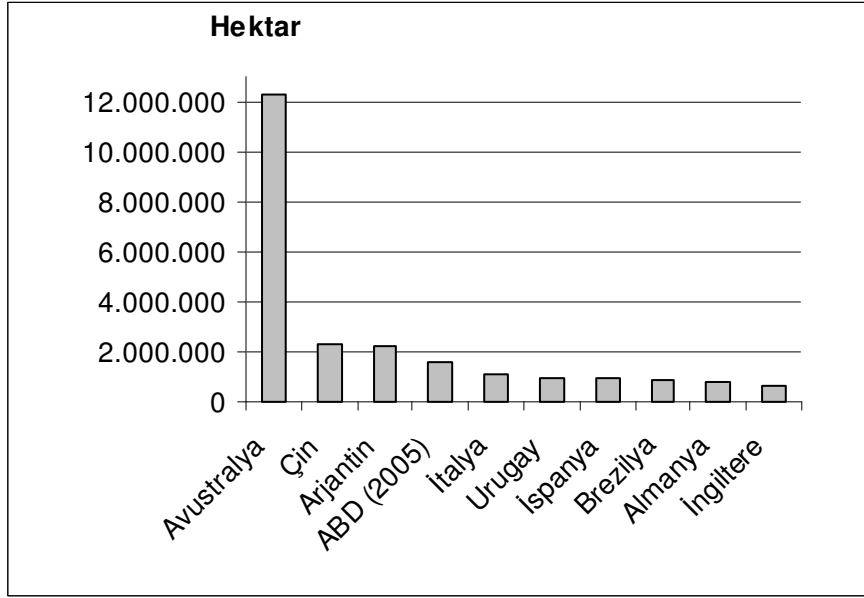
Çizelge 4.1. Ülkeler İtibariyle Organik Tarım Alanları ve İşletme Sayıları (2006).

Sıra No	Ülke	Organik Tarım Alanı (hektar)	Toplam Tarım Alanı İçerisindeki Payı (%)	Organik Tarım İşletmesi Sayısı
1	Avustralya	12 294 290	2.80	1 550
2	Çin	2 300 000	0.40	1 600
3	Arjantin	2 220 489	1.70	1 486
4	ABD (2005)	1 620 351	0.50	8 493
5	İtalya	1 148 162	9.00	45 115
6	Urugay	930 965	6.10	630
7	İspanya	926 390	3.70	17 214
8	Brezilya	880 000	0.30	15 000
9	Almanya	825 539	4.80	17 557
10	İngiltere	604 571	3.80	4 485
31	Türkiye	100 275	0.40	14 256
	Diğerleri	7 447 229	-	590 858
	Toplam	30.418.261	0.65	718 244

Kaynak: Willer ve Yussefi, 2008.

Dünyada toplam 132 ülkede organik tarım yapılmaktadır. Avustralya 12 294 290 hektarlık organik tarım alanı ile birinci sıradadır. Avustralya'nın ilk sırada olmasının nedeni ikliminin göreceli olarak daha kuru olması ve hayvancılık için kullanılan mera alanlarının da sertifikalandırılması mecburiyetidir. Avustralya organik tarım alanlarının toplam tarım alanları içerisindeki payı % 2.8'dir. Organik tarım alanlarının toplam tarım alanları içerisindeki payı en yüksek olan ülke % 29.10 ile Liechtenstein'dır. Dünya organik tarım alanlarının toplam tarım alanları içerisindeki payı ise % 0.65'tir.

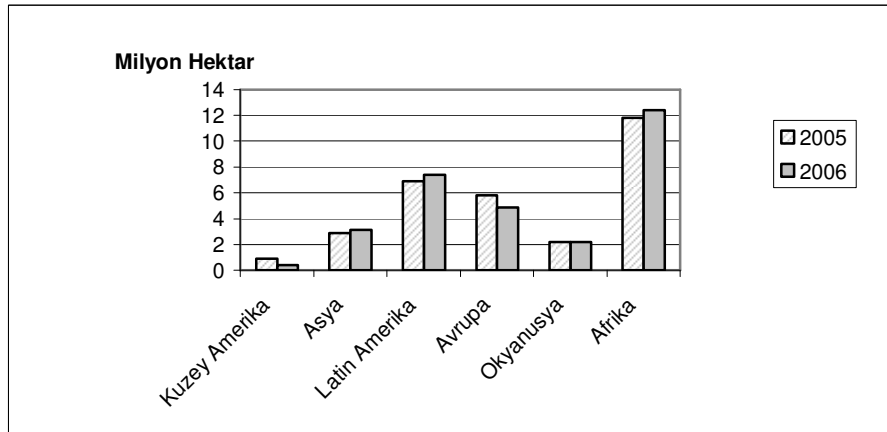
Şekil 4.3. Dünyada Organik Tarım Üretiminde İlk On Ülke, 2006.



Kaynak: Willer ve Yussefi, 2008.

Dünya organik tarım alanları içerisinde ilk on ülke sırasıyla Avustralya, Çin, Arjantin, ABD, İtalya, Uruguay, İspanya, Brezilya, Almanya ve İngiltere'dir (Şekil 4.3). Sıralamadaki ilk ülke olan Avustralya'nın toplam organik tarım alanı içerisindeki payı % 40 iken ilk 10 ülke dünya organik tarım alanlarının %78'ini oluşturmaktadır.

Şekil 4.4. Kıtalaraya Göre Organik Tarım Alanları, 2005-2006.

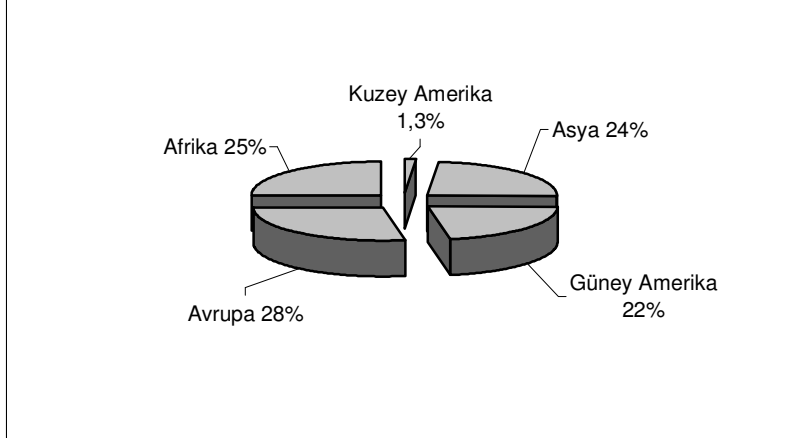


Kaynak: Willer ve Yussefi, 2006 ve Willer and Yussefi, 2008.

2005 ve 2006 yılı verileri karşılaştırmalı olarak incelendiğinde Asya, Latin Amerika ve Afrika'da organik tarımsal üretimde artış gözlenirken, Okyanusya'da herhangi bir artış veya azalma olmamış fakat Kuzey Amerika ve Avrupa'da azalma gerçekleşmiştir

(Şekil 4.4). 2005 yılı toplam organik tarımsal üretimi 30.5 milyon hektarlık bir alanda gerçekleştirilmiş iken 2006 yılı üretimi çok az bir düşüş ile 30.4 milyon hektarlık bir alanda gerçekleşmiştir.

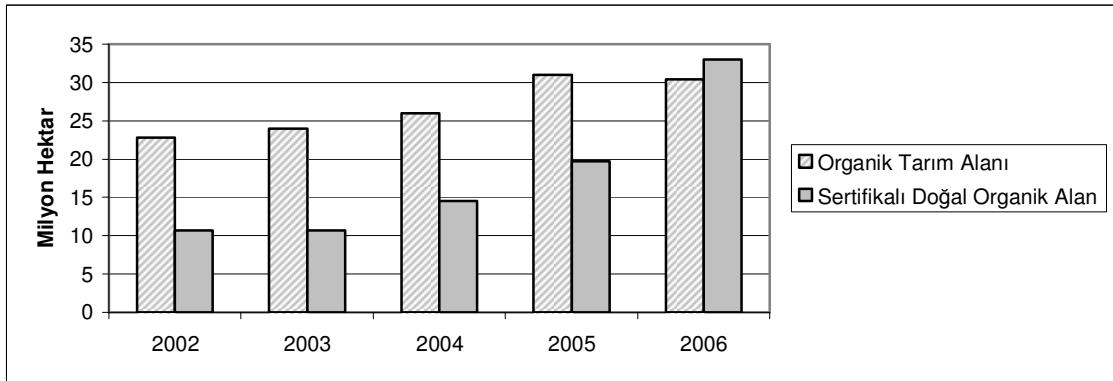
Şekil 4.5. Doğal Organik Alanların Kıtalaraya Göre Dağılımı, 2006.



Kaynak: Willer ve Yussefi, 2008.

2006 yılı verilerine göre organik tarım alanları içerisinde sertifikalı doğal organik alanların payı oldukça yüksektir. Dünyadaki toplam doğal organik alan 33 milyon hektardır. Doğal organik alanların kıtalara göre dağılımı Şekil 4.5'te verilmiştir. En yüksek paya Avrupa (%28) sahipken Avrupa'yı Afrika (%25), Asya (%24), Latin Amerika (%22) ve Kuzey Amerika (%1.3) izlemektedir.

Şekil 4.6. Sertifikalı Organik Tarım Alanları, 2002-2006.



Kaynak: Willer and Yussefi, 2003-2008.

2002-2006 yılı verileri incelendiğinde organik tarım alanlarının sürekli bir artış izlediği görülmektedir (Şekil 4.6). Fakat 2006 yılında 0.1 milyon hektarlık bir düşüş yaşanmıştır. Sertifikalı doğal alanlarda ise sürekli bir artış izlenmektedir ve en yüksek artış 2006 yılında 33 milyon hektara ulaşılması ile gerçekleşmiştir.

4.2.2. Türkiye’de organik tarım

Ülkemizde organik tarım ilk olarak 1984-85 yıllarında Ege Bölgesi’nde geleneksel ihraç ürünleri olan kuru incir ve kuru üzüm gibi ürünlerde sözleşmeli üretim sistemi ile başlamıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde yeni bir boyut kazanarak bitkisel ürünler, işlenmiş gıda ürünleri ile diğer gıda ve tarım ürünleri olarak sınıflandırabileceğimiz sektörel yelpazeye ulaşmıştır (Çizelge 4.2). İlk yıllarda sadece 8 ürün yetiştirilirken günümüzde 201 organik ürün yetiştirilmektedir. Ülkemizde üretilen organik ürünler büyük ölçüde yurt dışı pazarlara gönderildiğinden organik üretim miktar ve çeşitliliği yurt dışından gelen talepler doğrultusunda şekillenmektedir. 2008 yılı itibariyle Türkiye’de 9 384 çiftçi 141 752.30 hektarlık bir alanda organik tarımla uğraşmaktadır. 2008 yılı toplam organik üretim miktarı 415 380 tondur (Çizelge 4.3). Ülkemizde organik üretimin ürün grupları itibariyle dağılımı incelendiğinde; üretimin %61’ini kuru meyveler, %21’ini tarla bitkileri, %5’ini üzümü meyveler, %2’sini yaş meyveler ve %2’sini tıbbi ve aromatik bitkiler oluşturmaktadır. Türkiye’de organik üretim toplam tarımsal üretimin yaklaşık %1’ini ve organik tarım alanları toplam tarım alanlarının % 0.4’ünü oluşturmaktadır.

Çizelge 4.2. Türkiye Organik Üretim Verileri (2002-2008)

Yıl	Çiftçi Sayısı	Üretim Alanı (ha)	Üretim Miktarı (ton)	İşlenmiş Organik Ürünler						
				Taze (ton)	Kuru (ton)	Donmuş (ton)	Konserve	Konsantre	Diğer	Toplam Üretim
2002	12 428	89 826.69	310 124.58	978.67	12 556.80	775.36	371.54	4 762.74	5 813.27	26 261.24
2003	13 044	103 190.25	291 875.92	9 196.92	19 236.07	1 980.08	411.35	5 213.56	7 106.96	43 143.82
2004	9 134	162 192.74	279 663.16	19 712.31	23 804.57	2 127.47	162.33	3 655.92	8 514.62	57 977.02
2005	9 427	175 073.59	289 082.32	24 003.57	26 569.24	3 167.58	201.56	7 754.53	18 476.48	80 173.81
2006	8 654	162 131.49	309 521.59	35 736.00	38 676.27	5 419.01	173.46	3 835.67	22 549.25	106 389.71
2007	10 553	135 359.75	431 202.79	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2008	9 384	141 752.30	415 380.09	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyüleri Bakanlığı, Organik Tarım İstatistikleri

Çizelge 4.3. Türkiye’de Organik Tarımın Gelişimi

Yıllar	Üretici Sayısı	Ürün Çeşidi	Toplam Alan (hektar)
1990	313	8	1 037
1992	1 780	23	6 077
1994	1 600	20	5 196
1996	4 035	37	15 250
1997	7 417	53	15 906
1998	8 199	67	24 042
1999	12 275	92	46 523
2000	13 187	95	59 649
2001	15 795	124	111 324
2002	12 428	150	89 827
2003	13 044	179	103 190
2004	9 314	174	162 193
2005	9 427	205	175 073
2006	8 854	210	162 131
2007	10 553	201	135 360
2008	9 384	247	141 752.30

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı

2001 ile 2008 yılları verileri incelendiğinde en çok üretilen ilk dört ürünün genellikle pamuk, elma, buğday ve domates olduğu görülmektedir. 2007 yılında en çok üretilen ilk on ürün sırasıyla pamuk, elma, buğday, domates, üzüm, zeytin, mercimek, fındık, kayısı ve çilek olmuştur (Çizelge 4.4).

Çizelge 4.4. Türkiye Organik Tarımsal Ürünler ve 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
Antep fıstığı	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: İhracatı Geliştirme Merkezi, 2008.

4.3. Organik Tarıma İlişkin Yasal Düzenlemeler

Organik tarım sentetik ve kimyasal ilaçlar ile gübrelerin kullanımının yasak olduğu, toprağın hazırlanmasından tüketime kadar üretimi bir bütünlük içerisinde ele alan ve her aşaması kontrollü ve sertifikalı holistik bir üretim sistemidir. Organik tarım 1970'lerde başlamıştır. İlk temel standartlar 1980 yılında IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movement) tarafından yayınlanmıştır ve bu standartlar hem özel sektörde hem de kamuda yasal düzenlemelerin oluşturulmasında etkili olmuştur. 1991 yılında Avrupa Birliği tarafından Organik Tarım Yasası'nın çıkartılması birçok ülkede yasal mevzuatın oluşturulmasına yönelik çalışmaların başlatılmasında tetikleyici olmuştur. ABD'de OFPA (Organic Foods Production Action) organik etiketli ürünler için 1991 yılında ulusal standartları oluşturmuştur. Ülkemizde ilk olarak 24.12.1994 tarih ve 22145 sayılı Resmi Gazete'de "Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik" yayınlanmış ve daha sonra organik tarımda dünya standartlarını yakalamayı ve Avrupa Birliği'ne uyum sağlamayı hedefleyen Organik Tarım Kanunu 03.12.2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Günümüzde toplam 64 ülke organik tarım mevzuatına sahiptir. 48 ülkede yasaya uyulması zorunlu, 13 ülkede ise zorunlu değilken, Avustralya, Yeni Zelanda ve Hindistan'da sadece ihracat mevzuatı yürürlüktedir. Halen organik tarım mevzuatını oluşturmak için çalışmaların devam ettiği ülkeler Bosna-Hersek, Rusya, Ukrayna, Ermenistan, Azerbaycan, Gürcistan, Hong Kong, Endonezya, Lübnan, Suudi Arabistan, Vietnam, Küba, Nikaragua, St. Lucia, Kamerun, Mısır, Madagaskar ve Güney Afrika'dır.

Çizelge 4.5 Farklı zaman dilimlerinde geçerli olan organik tarım standartlarının içeriği ve fonksiyonları

Zaman Dilimi	Özel Sektör Standartlarının İçeriği	Kamu Regülasyonlarının İçeriği	Standart ve Regülasyonların Fonksiyonu	Ana Aktörler
1980'lerin başı	Genel prensipler, geçiş süreci kuralları, temel olarak bitkisel üretim kuralları, hayvan besleme, depolama ve ilk etiketleme kuralları	Genellikle bir şey yok	- Temelde genel prensipleri daha somut bir şekilde sokmak için oluşturulmuş standartlar - Aktörlere (hareketin içindeki veya dışındaki) kimlik kazandırmayı amaçlayan standartlar	Genelde üreticiler ve öncü bilim adamları, denetleme genelde üreticiler tarafından yapılıyor
1985-1990	- Canlı Hayvan yetiştiriciliği için kuralların detaylandırılması - Sertifikasyon birimlerinin değerlendirilmesine ilişkin ilk kriterler (IFOAM)	- İlk hükümet kuralları ve logosu (Fransa) - İlk geçiş süreci ödemeleri	- Standartların amaçları genişletildi ve organik tarımın holistik yapısı vurgulandı - Daha fazla denetim, sertifikasyon ve etiketleme kuralları ile tüketiciler için daha fazla garanti	Üreticiler, danışmanlar, üretici birlikleri
1991-1995	- Genetiği değiştirilmiş organizmalar ile ilgili ilk tartışmalar (ilk önce kullanımlarına izin verildi sonra yasaklandı) - Sertifikasyon kuruluşlarının akreditasyonuna ilişkin detaylı kriterlerin oluşturulması	-Yasal dil kullanılarak standartların yeniden yazılması - Denetleme için daha kesin yasal şartlar	Standartlar üçlü fonksiyona sahip oldu: - Üreticiler için rehberlik - Denetleme/sertifikasyon için yasal temel - Üreticilere yapılacak özel ödemeler için alt yapı Standartlar piyasa gelişimini tetikleyen etken olarak ele alınmaya başlandı	-Kamu yöneticileri, örneğin AB Komisyonu (2092/91), USDA - Codex Alimentarius'un rol almaya başlaması - IFOAM Akreditasyon programının başlangıcı
1996-2000	Su ürünleri, tekstil, lif üretimi ve bitki ıslahı gibi yeni alanların gelişimi	-Detaylı hayvan yetiştiricilik kurallarının oluşturulması (örneğin AB ve Codex Alimentarius) - Kritik alanlar için daha detaylı kurallar, örneğin bakır kullanımı	- Denetleme birimleri için standartların tekrar oluşturulması, böylece daha detaylı ve denetlenebilir hale getirilmesi - Yeni pazarların oluşumuna yardım edebilmek için yeni alanlara ilişkin standartlar	- Kuralların oluşturulmasında hükümetin daha yoğun katılımı (örneğin AB ve USDA) - Yeni alanlarda özel sektör
2001-2005	- Kozmetik gibi yeni alanlar - Temel prensipler hakkında tartışmaların başlangıcı - Adil ticaret ve diğer sürdürülebilirlik organizasyonları ile yeni ortaklıklar	Regülasyonları daha katı hale getirebilmek için uygulama yasalarının ele alınması (örneğin yem, tohum, işleme için)	- Standartların daha katı hale gelmesi (temel prensiplere daha fazla bağlı kalmaksızın) - Denetleme ve sertifikasyon kuralları maliyetli, bürokratik ve geçiş sürecinde önemli bir engel olarak kabul görmeye başlıyor	- Hükümet birimlerinin güçlü etkisi - IFOAM, FAO ve UNCTAD arasında yeni işbirliği oluşumları
2006-...	- İyi tarım uygulamaları gibi yeni araçların oluşumu - Alternatif sertifikasyon sistemlerinin oluşumu (örneğin riske dayalı sertifikasyon, grup sertifikasyonu)	Eyalet kurallarının revize edilmesi ve böylece daha çok temel prensiplere dayalı ve gelişmekte olan ülkelerin erişimine olanak sağlayan şekilde sokulması	Standartların organik tarımı engelleyici değil aksine teşvik edici fonksiyonunun geri kazandırılması ihtiyacı	Özel sektör ve kamu sektörü arasında yeni ortaklıklar

Kaynak: Schmid, O., 2007.

Ülkelerin sahip oldukları organik standartlar ve yasal mevzuatta büyük oranda paralellik olmasına rağmen, halen dünyada organik tarım mevzuatında uyumsuzluklar mevcuttur ve bu uyumsuzluklar organik tarım ticaretinde engeller oluşturmaktadır. Organik tarım ticaretinin düzenlenmesinde ulusal ve bölgesel mevzuatlar yanında IFOAM tarafından oluşturulmuş olan temel kriterler de esas alınmaktadır. Fakat IFOAM kriterlerinin bağlayıcı olmaması nedeniyle farklı ülke mevzuatlarının uyumu, denkliği etkin bir şekilde sağlanamamıştır. Günümüzde organik tarım yapan işletmeler ürünlerini ihraç edebilmek için farklı mevzuatlara uymak zorunda kalmaktadırlar (Çizelge 4.5).

Ulusal mevzuatlar ve standartlar o ülkenin ulusal tarımsal üretim öncelikleri ve tüketici alışkanlıkları esas alınarak oluşturulmaktadır. Sonuç olarak etiketleme prosedüründe ve sertifikalandırma sürecinde sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan üreticilerin küresel olarak uyum sağlamaları hem teknik hem de mali açıdan zor olmaktadır.

Çeşitli ülkelerin sahip oldukları organik tarım mevzuatındaki uyumsuzluk ve bunlardan kaynaklanan sorunları düzenlemek ve ortadan kaldırmak amacı ile “The International Task Force on Harmonisation and Equivalency in Organic Agriculture (Organik Tarımda Uyum ve Denklik için Uluslar arası Görev Gücü – ITF)” Şubat 2003’te Food and Agriculture Organisation (FAO), IFOAM ve United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) tarafından kurulmuştur.

FAO ve WHO gıda standartları kurulu Codex Alimentarius Komisyonu 2003 yılında “Organik Tarım Rehberi”ni yayınlamıştır ve bu rehber IFOAM mevzuatı ile beraber organik tarım için bir kılavuz niteliği taşımaktadır. Eğer uluslar arası geçerliliğe sahip bir organik tarım mevzuatı oluşturulmak isteniyorsa IFOAM kriterleri, Codex Alimentarius Organik Tarım Rehberi ve ITF konferansları temel olarak kullanılabilir (EK 1).

4.3.1. Avrupa Birliği'nde organik tarım mevzuatı

1960'lı yıllara kadar Avrupa Birliği'nde tarımın amacı acil gıda ihtiyacını karşılamak ve kendine yeterlilik düzeyini arttırmaktı. 1960'lı yıllarda çevre ve unsurları arasındaki doğal dengenin önemi ortaya çıkınca 1970'lerde organik tarım politika gündemlerinde yer almaya başlamıştır. 1980'lerde ise organik tarım Avrupa sınırlarını aştı ve yeni bir pazar oluştu. 1990'lı yıllara gelindiğinde Avrupa'da organik tarım nihai tüketicilere sağlıklı ve çevre dostu ürünler sunarak önemli bir pazar halini almıştır. Organik tarım ile ilgili yaşanan bu gelişmeler ülkesel, bölgesel ve küresel ölçekte yasal düzenlemelerin oluşturulmasını zorunlu kıldı ve bu zorunluluğa bağlı olarak Avrupa Birliği'nde organik tarımın gelişmesini sağlamak üzere yasal bir çatı ve politika araçları oluşturulmuştur. 1991 yılında 2092 sayılı yönetmelik Avrupa Birliği'nde organik tarım için güvenli bir yasal zemin oluşturmak için yürürlüğe konmuştur. Bu yasa sadece organik tarım yönteminin tanımlamakla kalmayıp aynı zamanda organik ürünlerin etiketlenmesi, işlenmesi, denetlenmesi ve pazarlanması ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler dışındaki ülkelere yapılacak organik ürün ihracatı konularını düzenlemektedir. İlk aşamada organik tarım kalite politikasının bir parçası olarak ele alınmıştır ve bu yüzden Avrupa Birliği tarım ürünleri kalite politikası kapsamında tutulmuştur. İşte bu nedenle organik tarım logosu "korunmuş menşe işareti" (PDO- protected designation of origin) ve "geleneksel özellikleri garanti edilen ürün" (TSG – traditional specialties guaranteed) logolarına benzemektedir. Ortak Tarım Politikası(OTP)'nda 1992, 1999 ve 2003 yıllarında yapılan reformlar OTP'nin "ikinci gücü" olan organik tarımın rolünü kuvvetlendirmiştir. Bu ikinci güç OTP kırsal kalkınma politikasıdır. 1992 yılından bu yana organik tarım üreticileri tarım-çevre ölçütleri kapsamında ödenek almaktadır. 2092/91 sayılı yönetmelik ilk yürürlüğe girdiği tarihten bu yana pek çok kez revize edilmiştir. Günümüze kadar pek çok değişlikle zenginleşen bu yönetmelik Avrupa Birliği'nin organik üretimi konusunda en yetkili hukuki araçtır. 28 Haziran 2007 tarihinde AB; EC 834/2007 numaralı yeni organik üretim ve etiketleme yasasını kabul etmiştir ve 1 Ocak 2009 tarihi itibarıyla 834/2007 nolu yasa yürürlüğe girerek 2092/91 nolu yasa geçersiz kılınmıştır. Gerek Avrupa Birliği ülkeleri içinde yapılan organik tarım ve hayvancılığın gerekse üçüncü ülkelere ithal edilecek organik ürünlerin tarifi bu yönetmelik tarafından yapılmaktadır. Tüketici sağlığı açısından çiftlikten sofraya

tüm işlemler kayıt altına alınmaktadır (Rehber ve Turhan, 2002). Tüm bu bilgiler “organik çiftlik bilgi sistemi (OFIS)” kapsamında saklanmaktadır.

Avrupa Birliği organik tarım mevzuatı uyulması gereken temel prensipleri belirlerken aynı zamanda üye ülkelere kendi ülke koşullarını gözeterek belirli bir esnekliği de tanımaktadır. Avrupa Birliği organik tarım mevzuatı Genel Hükümler, Organik Üretim Kuralları; Etiketleme, Denetim, Kuralların yaptırım gücü ve ölçütler, Üçüncü Ülkelerden İhracat, Avrupa Birliği Ülkelerinde Serbest Dolaşım, Ceza Hükümleri ve Uygulanması ve Ekler kısımlarından oluşmaktadır.

834/2007 sayılı Avrupa Birliği organik tarım mevzuatı organik tarım sürecinde üretim, işleme, etiketleme ve pazarlama aşamalarının hepsini kapsamaktadır. Yönetmelik kapsamında üçüncü ülkelerden ithalat da ele alınmaktadır. Organik tarım etiketi ürünün tümünün veya organik tarım mevzuatı tarafından kabul edilen katkı maddeleri bulunuyorsa en az %95’inin organik tarım kurallarına göre üretilmiş tarımsal ürünlerden oluşması halinde kullanılabilir. Sadece işlenmiş tarımsal ürünler ve çiftlik hayvanları ürünlerinde organik tarım etiketinin kullanılabilmesi için en az %70’inin organik tarım kurallarına göre üretilmiş tarımsal ürünlerden oluşması gerekmektedir. Organik ürün etiketine sahip bir ürün genetiği değiştirilmiş organizma veya ürünlerini içeremez.

Avrupa Birliği organik üretim için özel bir logo hazırlayarak organik tarım denetiminden geçen firmaların ürünlerinde organik ürün ibaresi ile birlikte bu logonun kullanılmasını öngörmektedir (Şekil 4.7). Söz konusu logo tüketicilere ürünleri tanımlarında yardımcı olmaktadır. Logonun kullanımı zorunlu olmamakla birlikte firmaların %95’i bu logoyu kullanmaktadır. Ayrıca logolu ürünlerin yönetmelikte yer alan denetleme ve incelemede başarılı bulunmuş olmaları gerekmektedir. 1 Temmuz 2010 itibarıyla logonun kullanımı zorunlu hale gelecektir.

Şekil 4.7. Avrupa Birliği Organik Tarım Logosu



2092/91 sayılı yönetmelik günümüze kadar 44 kez değişiklik geçirmiştir. 2001 yılında Avrupa Birliği Konseyi organik tarım sektörünün büyümesine ve ticari önem kazanmasına vurgu yaparak komisyonu “Avrupa Organik Gıda ve Çiftçilik Eylem Planı” hazırlamakla görevlendirmiştir. Komisyon 2004 yılında “Organik Gıda ve Tarıma ilişkin Komisyon bildirgesini” yayınlamıştır. Amaç mevzuat bazında elde edilen gelişimin sektöre aktarılması ve organik tarım sektörünün küresel rekabet gücünün artırılmasıdır. Organik Tarım Eylem Planı’nda öne çıkan konular şöyledir: (1) Tüketici farkındalığını artırma ve tüketicinin organik tarım ve mevzuat hakkında bilgilendirilmesi, (2) Tarım sektöründe organik tarıma geçişi destekleyecek arazi yönetimi, (3) Avrupa Birliği’nde %2 olan organik pazar payının artırılması ya da sürdürülmesinin temin edilmesi.

2092/91 sayılı yönetmeliğin harmonizasyonu ve özellikle genetiği değiştirilmiş organizmalar gibi konuları ele almak için Komisyon Aralık 2005’te yeni bir tasarı teklifi sunmuştur. 19 Aralık 2006’da Avrupa Birliği Başkanlar Konseyi yeni yasanın “genel yaklaşımı” üzerinde siyasi anlaşmaya varmışlardır. 28 Haziran 2007’de organik ürünlerin üretimi ve etiketlenmesine ilişkin EU 834/2007 sayılı konsey tüzüğüne uygulanması kabul edilmiştir ve 1 Ocak 2009 tarihinde 834/2007 no’lu yasa yürürlüğe sokulmuştur. Yeni yasa;

- Yerel şartları ve gelişmişlik seviyesini göz önünde bulundurarak organik üretimin amaç ve prensiplerini tanımlamaktadır.
- Organik gıdaların yanı sıra organik hayvan, su ürünleri, bitki ve yem üretiminin tüm aşamalarına amaç ve prensiplerin eşit bir şekilde uygulanmasını sağlayacaktır.
- Genetiği değiştirilmiş organizma kurallarını net bir şekilde ortaya koymaktadır ve genetiği değiştirilmiş organizmalar organik olarak etiketlenemez ve tohumlar için spesifik eşik değerleri mevcuttur.
- Avrupa Birliği logosunun kullanılması mecburidir ve organik üretimin “genel kapsamı”nı desteklemek amacıyla etiketleme ve reklama sınırlamalar getirmektedir. Avrupa Birliği logosu kişiye özel olamaz ve iki tip etiketlemeye izin verilmiştir: altın kategori (<%95 organik) ve içerikte organik ürünlerin varlığını belirten etiket.

- Riske dayalı yaklaşımı uygulamaya koymaktadır ve Avrupa Birliği resmi gıda ve yem kontrol sistemini düzenleyerek kontrolleri geliştirmektedir.
- Avrupa Birliği kurallarının en yüksek standart garantisi verdiğini, kontrol sisteminin tarafsızlığının sağlanması, standartların karşılıklı tanınması ve kontrol birimlerinin kuralları gevşetmesine izin verilmemesi konularında teminat verilerek organik gıdaların serbest dolaşımının artırılmasını amaçlamaktadır.

4.3.2. Amerika Birleşik Devletleri'nde organik tarım mevzuatı

1980'lerin sonuna kadar organik ürünlerin çoğu üretim noktasına yakın pazarlarda satılıyordu ve tüketici-üretici arasındaki kişisel güven organik kalitenin garantisi olarak işlevini yeterince yerine getiriyordu (Hall, 1997). Organik gıdalar üretim noktasından uzaklaştıkça tüketici, üretici ve diğer gruplar organik olarak etiketlenen gıdalarda sadece organik yöntem ve maddelerin kullanıldığını garantilemek için bağımsız bir üçüncü parti tarafından sertifikasyon sürecinin uygulanması gerektiğini öne sürdüler. 1998 yılında ABD'de 55 adet organik sertifikasyon kuruluşu faaliyette bulunmaktaydı. Bu sertifikasyon kuruluşları ürün bazında değil bölge bazında faaliyet göstermekteydi.

1990 yılından önce organik tarıma ilişkin herhangi bir eyalet mevzuatı yokken genel bir devlet mevzuatı vardı. Etiketlemede sahtekarlık oranı oldukça düşüktü, fakat standardizasyon eksikliğinin başka sonuçları vardı. Gıda işleyen firmalar farklı kuruluşlarca sertifikalandırılmış çeşitli hammaddelerden imalat yapmakta zorlanıyorlardı, çünkü firmanın çalıştığı sertifikasyon kuruluşu bazı durumlarda bir başka sertifikasyon kuruluşunun sertifikasını geçerli kabul etmiyordu. Bazı üreticiler daha gevşek üretim standartlarına göre üretim yapan üreticilerin de aynı fiyat primini kazanıyor olmasından rahatsız oluyordu. Bazı üreticiler ise gevşek standart veya düzenlemelerin tüketici talebini ve ihracat olanaklarını olumsuz etkileyeceğinden endişeleniyordu. Asgari üretim standartları ve işleme prosedürleri üzerinde anlaşmaya varma çabaları başarısız oldu ve 1980'lerin sonunda bazı üreticiler ve firmalar organik etiketi taşıyan tüm ürünlerin eyalet bazında uygulanan standartları sağlamaları için sertifikalandırılmasını gerektiren bir yasa çıkartılması için kulis çalışmalarına başladı.

Sonuç olarak Organic Foods Production Act (OFPA) 1990 yılında kuruldu. Ulusal tek bir standardın tüketicilerin endişelerini ortadan kaldırarak, tarıma dayalı sanayinin işleme maliyetlerini azaltarak refahı arttıracığı savunuluyordu. Aralık 2000’de yayınlanan National Organic Program (NOP) Nihai Yasası USDA (United States Department of Agriculture)’nın üreticiler, sertifikasyon kuruluşları, tüketiciler ve diğer paydaşlarla beraber yürüttüğü on yıllık yoğun çalışmanın sonucudur. İlk yasa tasarısı 1997 yılında yayımlandıktan sonra üç kez revize edilmiş ve 2000 yılında yasa yürürlüğe girmiştir.

1990’ların başında Organic Trade Association (OTA) çatısı altında Organic Certifiers Council (OCC) üreticiler ve sertifikasyon kuruluşları tarafından ortaklaşa olarak kurulmuştur. Bir diğer ortak kuruluş ise üretimde kullanılan girdilerin organik olarak kabul edilebilirliği üzerine araştırmalar yürüten Organic Materials Review Institute (OMRI)’dur. Bu ve benzeri kuruluşlar organik sertifikasyon kuruluşları arasındaki karşılıklı tanınmayı arttırmış ve farklı sertifikasyon kuruluşlarının standartlarını da birbirine yakınlaştırarak uyumlu hale getirmiştir. OTA tarafından yürütülerek tamamlanan American Organic Standards (AOS) bu çalışmaların ürünüdür.

1990’lar boyunca organik sertifikasyon ve etiketlemeye ilişkin yasal düzenlemeler büyük oranda eyalet yasalarının bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştu. OFPA organik üretim için bir takım ön şartları vurguladıysa da bu ön şartlar büyük oranda uygulanmıyordu. 1990’ların sonunda 17 eyalet organik olarak etiketlenmek için gıdaların sertifikasyonunu zorunlu kıldı. 13 eyalet sertifikasyon zorunluluğu getirmezken tek cümleden oldukça detaylı standartlara kadar değişen yelpazede yasal mevzuata sahipti. Bu 13 eyaletten ikisi eyalet tarım birimine kayıtlı olma ve belirli standartlara uyma zorunluluğu getirdi. 20 eyalet ise “organik” ile ilgili herhangi bir mevzuata sahip değildi.

Eyalet yasalarının toplama şeklindeki yapısından dolayı, üçüncü bir parti tarafından sertifikasyon piyasadaki organik üretimin en önemli garantisiydi. 17 eyalette “organik” etiket için sertifikasyon zorunluluğu olmasına rağmen, üreticiler diğer başka nedenlerden dolayı da sertifikalanabiliyordu. Örneğin; ulusal veya bölgesel pazarlarda

ürünü satan üreticiler bir eyalette sertifikalı diğer eyalette sertifikasız ürün satmaktansa en katı etiketleme mevzuatına sahip eyaletin yasalarını benimseyerek üretim yapıp sertifikalandırılmanın maliyet açısından daha etkin olduğunu düşünmekteydi.

California üreticileri ile yapılan bir çalışma (Tourte ve Klonsky, 1998) sertifikalandırılmış üreticiler hakkında bilgiler vermektedir. 1992-95 yılları arasında California eyaletinde kayıtlı üreticilerin yarısından azı sertifikaya sahipken ekili organik alanın %80'ine ve toplam satışın %90'ına sahiptiler. Bu rakamlar ABD ortalamasından yüksektir: tüm California organik üreticileri eyalet sistemine kayıt yaptırmak ve belirli belgeleri teslim etmek zorunda olduğundan, sertifikasyon masrafları (finansal, idari ve kayıt masrafları göz önüne alındığında) diğer eyaletlere göre daha düşüktür. Buna rağmen, ABD genelinde “organik” olarak satılan ürünlerin büyük çoğunluğu sertifikalıdır ve değeri %75-80'i bulmaktadır.

Organik sertifikasyonun önemli bir ayırt edici özelliği ürün yerine karmaşık üretim sürecini baz alıyor olmasıdır. Üretim süreçlerinin çeşitliliği ve bunun yanında organik üretimdeki detaylı ve karmaşık standartlar organik sertifikasyon kuruluşlarının kendi standartlarını istisnasız ve katı bir biçimde nadiren uyguladıklarının ipuçlarını vermektedir. 17 organik sertifikasyon kuruluşu ile yapılan anket sonuçlarına göre bir çok organik üretici “yetersizlikler mevcut, fakat her sene sertifikasyona hak kazanmaya devam ediyorlar” şeklinde tanımlanmıştır, bunun sebebi ise organik tarımın sürekli gelişen bir sistem ve standartlar şeklindeki yapısıdır. 1990'lı yıllarda, standartların uyumu arttırılmış ve daha katı hale getirilmiştir. Buna rağmen, bazı sertifikasyon kuruluşları bu katı standartları halen uygulamaktadır.

Sertifikasyon kuruluşlarının bir başka yaklaşımı da tüm organik sektörün ününün tüketicilerin grup olarak onların bütünlüğünü nasıl algıladıklarına bağlı olduğunu düşünüyor olmalarıdır. Örneğin; 1994-1997 yılları arasında yaşanan bir sahtekarlığın sadece sertifikasyon kuruluşlarına değil organik sektörünün tamamına zararı olmuştur. Sonuç olarak, sertifikasyon kuruluşu bir başka sertifikasyon kuruluşu tarafından yapılan bir sahtekarlığa karşı olabilir, çünkü bu sahtekarlığın organik sektörün tamamını

olumsuz olarak etkileyeceğini düşünür. Sertifikasyon kuruluşlarının standartları uyguladıklarından ve etkin bir program yürüttüklerinden emin olmak için varolan akreditasyon aynı zamanda sertifikasyon kuruluşları üzerinde ikinci bir kontrol gücüdür. 2000 yılında 7 adet Amerikan sertifikasyon kuruluşu bir veya iki akreditasyon kuruluşunca akredite olmuştur.

ABD’de uygulanmakta olan yeni ve eski mevzuatlardaki temel farklılıklar Çizelge 4.6’da sunulmuştur. Eski mevzuata göre farklı sertifikasyon kuruluşları farklı standartları baz alarak ve farklı idari esaslara göre faaliyet gösterebiliyordu. Sertifikasyon kuruluşlarının akredite olma zorunluluğu yoktu. Sertifikasyon kuruluşları sertifikasyon, diğer sertifikasyon kuruluşlarını tanıma ve standartların revize edilmesi konularında tam yetkiye sahiptir.

NOP kapsamındaki düzenlemeler eski sistemde olduğu gibi birçok farklı sertifikasyon kuruluşu tarafından yürütülmektedir. Buna rağmen, bir çok sertifikasyon kuruluşu iki istisna dışında organik üretim için ulusal standartları kullanmaktadır. Tarım birimi tarafından yürütülen sertifikasyon programlarının eyalet standartlarının üzerinde standartları uygulama yetkisi vardır. Aynı zamanda özel ve kamu kuruluşlarının da daha yüksek organik standartlar söz konusu ise (örneğin ihracat için) daha yüksek standart uygulama hakkı vardır. USDA veya yetkilendirdiği kurumlar tüm sertifikasyon kuruluşlarını akredite etmekle yükümlüdür. Eyalet standartlarını revize etme yetkisi USDA’nındır. Bireysel sertifikasyon kuruluşlarının sertifikasyon ve sertifikanın iptali yetkisi vardır, fakat bunun Tarım Bakanlığı’na (veya eyalet organik program yürütücüsüne) bildirilmesi gerekmektedir. Tüm sertifikasyon kuruluşlarının birbirlerinin sertifikalarını tanıma ve geçerli sayma zorunluluğu vardır.

Eski ve yeni mevzuat arasındaki en önemli fark birçok farklı standart uygulamasından tek bir standarda geçiş olmuştur. 1999 yılında çıkarılan Amerika Organik Standartları, NOP ve IFOAM standartları ile Amerika’da faaliyet gösteren farklı sertifikasyon kuruluşları tarafından uygulanan standartlar karşılaştırmalı olarak incelenirse aradaki temel farklılıklar ve ortaya konan yenilikler daha net bir biçimde karşılaştırılabilir (Fetter and Caswell, 2002).

Çizelge 4.6. ABD yeni ve eski mevzuat arasındaki temel farklılıklar

Özellik	Eski Mevzuat	Yeni Mevzuat (NOP)
Sertifikasyon Şartları	Eyaletlere göre farklı	“Organik” etiketini kullanan tüm üreticiler için sertifikasyon zorunludur (eğer üreticinin organik satış hacmi 5000\$’dan fazla ise)
Sertifikasyon kuruluşlarının sayısı	Pek çok	Pek çok
Üretim standartları	Sertifikasyon kuruluşuna göre farklı standart mevcut	Üretim sözleşmesi daha yüksek standartları gerektirmiyorsa tek bir standart geçerlidir; ABD Tarım Bakanlığı tarafından onaylanmışsa eyalet programları daha yüksek standart uygulayabilir
Sertifikasyon kuruluşlarının denetimi	Akreditasyon opsiyoneldir	Akreditasyon mecburidir
İşlemleri iptal etme yetkisi	Sertifikasyon kuruluşu	Sertifikasyon kuruluşu (ABD Tarım Bakanlığı insiyatif kullanabilir)
Sertifikasyon başvuruları hakkında karar alma yetkisi	Sertifikasyon kuruluşu	ABD Tarım Bakanlığı veya eyalet program yürütücüsü
Standartları revize etme yetkisi	Sertifikasyon kuruluşu	NOP kurul kararına göre ABD Tarım Bakanlığı
Diğer sertifikasyon kuruluşlarının tanınması	Sertifikasyon kuruluşu	Tüm Amerikan sertifikasyon kuruluşlarının birbirlerini tanımaları mecburidir

Kaynak: Fetter and Caswell, 2002.

Amerika Organik Tarım Standartları (AOS – American Organic Standards) OTA tarafından yayınlanmıştır ve standartlar daha çok endüstri açısından ele alınmıştır. Bu standartlara OTA üyelerinin uymaları zorunludur. IFOAM standartları organik üretimin amaçlarının tanımlanmasında daha geniş kitlelere ulaşmaktadır, fakat spesifik maddelere uyulması konusunda daha esnek iken idari prosedürlere uyulması konusunda daha katıdır. Örneğin; IFOAM organik ve konvansiyonel tarımı paralel olarak yürüten işletmelerin mutlaka tamamen organik tarıma geçiş yapmalarını, su kaynaklarının korunması ve işlenmiş gıdaların paketlenmesinin minimum seviyede tutulması gibi çevreci tedbirlerin alınmasını ve canlı hayvanların tarım işletmesinde üretilen yemler ile beslenmesini öngörürken diğer taraftan tarımsal ürünler için 12-18 aylık bir geçiş sürecini yeterli görüp ürünlerde yasaklanmış madde kalıntılarına ilişkin herhangi bir limit koymamıştır ve organik canlı hayvanlar için daha kısa bir geçiş süresi belirlemiştir. Çok katı olmayan bu şartlar ülkesel farklılıklar göz önünde tutularak ülkelerin kendilerine göre uyum sağlamalarına olanak sunması açısından bu şekilde oluşturulmuş “temel standartlar”dır. Birçok sertifikasyon kuruluşu organik tarımı sürekli gelişen bir sistem olarak kabul etmektedir, bu açıdan ele alındığında ve Amerika’da faaliyet gösteren sertifikasyon kuruluşlarının standartları ile karşılaştırıldığında IFOAM yaklaşımı aynı derecede geçerlidir.

AOS amaçlar açısından geniş kapsamlı ve spesifik şartlar açısından katı standartlardır. AOS karşılaştırmaya konu olan diğer standartlar kadar katı hükümler içermektedir; hatta bazı yönlerden diğer standartlardan da katıdır. Örneğin; AOS'a göre besi ve süt hayvanlarına günlük açık besi yaptırılması mecburi iken bu şart bazı eyalet standartlarında yer almamaktadır. AOS süt hayvanlarına antibiyotik verilmesi durumunda daha uzun bir bekleme süresi öngörmüştür ve 2003 yılından sonra antibiyotik verilen hayvan organik üretimden çıkartılmak zorundadır hükmü eklenmiştir. Bu ve benzeri AOS'un daha katı olduğu hükümler dışında AOS genel olarak daha fazla detaylı açıklama ve tanımlama içeriyor olması özelliği ile diğer standartlardan farklıdır.

NOP standartları da katıdır ve özellikle işlenmiş gıdalar için geçerli olan maddeler daha net ve daha detaylıdır. Etiketleme ile ilgili hükümler açısından karşılaştırıldığında diğer standartlar ile tutarlılık içerisindedir. NOP bazı durumlarda daha katı hükümler içermektedir, örneğin sertifikalandırma sürecinde karşılaşılan engeller ile ilgili olarak sertifikasyon kuruluşlarının tavsiyelerde bulunmasının yasaklanmış olması gibi. NOP'un daha esnek olduğu nokta ise organik üretim amaçlarının daha sınırlı bir şekilde tanımlanmış olmasıdır.

Eski ve yeni mevzuat arasında küçük farklılıklar vardır fakat canlı hayvan üretimi konusunda önemli farklılıklar mevcuttur. Bu farklılıklar üç ana kaynağa dayanmaktadır. Birincisi; özellikle küçük ölçekli sertifikasyon kuruluşları onaylı, hali hazırda mevzuatı varolan ve yasaklanmış uygulamalarla ilgili tam kapsamlı standart hazırlamaktan çekinmiş ve tam aksine durumlar çıktıkça onlarla baş etme ve çözüm bulma yolunu tercih etmişlerdir. Bir çok sertifikasyon kuruluşu, küçük veya büyük, standartların revize edilmesinde yavaş işleyen bir sürece sahiptir ve bunun nedenleri az sayıda çalışan, sınırlı kaynaklar, demokratik fakat yavaş revizyon süreci veya bilgi teknolojilerini etkin kullanmada başarısızlık olabilir. Örneğin; bir çok sertifikasyon kuruluşu üretici-işleyici sayıları ile ilgili sağlıklı bir veri tabanına sahip değildir. Farklılığın ikinci kaynağı; sertifikasyon kuruluşları sınırlı kaynaklar nedeni ile önceliklerini güncel politikalara göre standartların revize edilmesine ve güncellenmesine değil başka konulara vermektedir. Son kaynak ise; standartlardaki

farklılıklar aslında gerçekte uygulamada varolan farklılıkları yansıtmaktadır ve sertifikasyon kuruluşları organik tarımın tanımı, amaçları ve bu amaçların nasıl işlevsel hale getirileceği konusunda hem fikir değildir.

Eski ve yeni mevzuat arasındaki benzerlikler özellikle organik sertifikasyon yöntemleri ve standartları ile ilgilidir. Belli başlı benzerlikler; sertifikasyon kararlarının alınmasında organik planın önceliği, materyallerin organik olarak kabul edilebilirliğine ilişkin kriterler ve sistem, üretim standartları, organik hayvancılığın hayvan refahının maksimizasyonu ve besicilikte %100 organik yem kullanma zorunluluğu gibi bazı spesifik açılardan genel kapsamı, çok sayıda bileşene sahip gıda içeriklerinde izin verilen maddeler, organik işletmenin şartları, etiketlemeye ilişkin bazı hükümler, idari prosedürlere ilişkin çoğu hüküm. Önemli ölçüde farklılık olan maddeler; organik üretimin amaçları ve bu amaçların uygulamada nasıl yerine getirildiği, üretimde kullanılan bazı materyallere getirilen sınırlamalar, canlı hayvan barınakları, sağlık kontrolleri, yem ve geçiş süreleri, kalıntı testleri (birçok sertifikasyon kuruluşu pestisit veya diğer materyallerin kullanımına limit koymaktadır fakat pek azı periyodik kalıntı testi yapılmasını talep etmektedir), ürün etiketlerinde kullanılabilecek veya kullanımı yasak olan ifadeler, geçiş sürecinde organik tarıma ilişkin standartlar (“geçiş sürecinde sertifikalı organik ürün” etiketinin kullanımı da dahil), yazılı ve uygulamadaki standartlar arasındaki olası sapmalar. ABD organik tarım mevzuatının içeriği Tanımlar, Uygulanabilirlik, Organik Üretim ve İşleme Şartları, Etiketler, Etiketleme ve Piyasa Bilgileri, Sertifikasyon, Sertifikasyon Kuruluşlarının Akreditasyonu, İdari Hükümler ana kısımlarından oluşmaktadır.

AB 2092/91 sayılı organik tarım yasasına benzer şekilde USDA tarafında oluşturulmuş olan NOP’a göre organik etiketi taşıyan ürünlerin Ekim 2002’de yürürlüğe giren ABD standartlarına (<http://www.ams.usda.gov/nop>) uygun olmaları gerekmektedir. İthalat konusunda ABD mevzuatı AB mevzuatına göre daha spesifikdir ve ithal edilecek ürünlerin tamamen NOP standartlarına uygun olmasını talep etmektedir. Mevzuata göre Amerikan sistemi sertifikasyon kuruluşlarını sertifikasyon programını yürütecek birimler olarak akredite eder. Ocak 2006 tarihi itibarıyla toplam 93 sertifikasyon kuruluşu (53 ulusal ve 40 yabancı) USDA tarafından akredite olmuştur

ve sadece bu kuruluşlar tarafından sertifikalandırılmış ürünlerin Amerika'ya ihracatına izin verilmiştir (Kilcher et al., 2005).

4.3.3. Türkiye'de organik tarım mevzuatı

Türkiye'de organik tarım mevzuatı dünyadaki gelişmeleri takip eden bir gelişim süreci geçirmiştir. Önce yasal düzenleme olmaksızın organik tarım faaliyetleri yürütülmüş, daha sonra yasal mevzuat oluşturulmaya başlanmıştır. Türkiye'de organik tarım mevzuatının gelişimi üç ayrı dönemde incelenebilir (Engiz ve Karaaslan, 2007).

Birinci dönemde (1985-1993) herhangi bir yasal düzenleme mevcut değildir. Organik tarım Avrupalı ithalatçıların özellikle kuru incir ve kuru üzüm talepleri üzerine ihracata yönelik olarak Ege Bölgesi'nde başlamıştır. Bu dönem içerisinde organik tarım faaliyetleri IFOAM kurallarına ve ihracat yapılan ülke mevzuatına göre yürütülmüştür.

İkinci dönemde (1994-2002) yönetmelik düzeyinde yasal düzenlemeler oluşturulmuştur ve organik tarım faaliyetleri bir takım komiteler vasıtasıyla yürütülmüştür. Haziran 1991'de Avrupa Birliği tarafından organik tarım ile ilgili çok kapsamlı bir düzenleme olan 2092/91 sayılı Konsey tüzüğü yürürlüğe sokulmuştur. Bu tüzüğün 14 Ocak 1992'de yayınlanan 94/92 sayılı ekinde AB'ne organik ürün ihraç edecek ülkelerin uyması gereken hususlar ayrıntılı bir biçimde belirtilmiş ve ülkelerin kendi mevzuatlarını uygulamaya koymaları ve idari konuları da içeren bir dosya ile Avrupa Birliği'ne başvurmaları zorunluluğu getirilmiştir (Turhan, 2005). Türkiye'de bu gelişmelere uyum sağlamak ve Avrupa Birliği'ne ihracat yapabilmek için T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı kanalı ile çeşitli kurum ve kuruluşlarla işbirliği sonucunda "Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik" hazırlanarak 24 Aralık 1994 tarihinde 22145 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik Türkiye'de organik tarım ile ilgili olarak hazırlanmış ilk yasal mevzuattır. Halen dünyada organik tarım mevzuatına sahip olmayan veya mevzuat oluşturmak için çalışmalarına devam eden ülkeler olduğu göz önüne alınırsa mevzuat gelişimi açısından Türkiye'nin çok da geride olmadığı sonucuna varılabilir. 1994 tarihli yönetmelik alternatif bir üretim sistemi olarak organik tarımın

gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla hazırlanmış olup organik tarım yapan üreticilerin ürünlerinin organik olarak değerlendirilebilmesi için gereklidir. Yönetmelik Genel Hükümler, Ekolojik Üretim, Başvuru Şekli, Kontrol ve Sertifikasyon, Etiketleme, Geçici Ve Son Hükümler ile Ekler ana kısımlarından oluşmaktadır.

AB yönetmeliğinde sonradan yeni düzenlemeler olmuş ve Türkiye bunları yakından takip etmiştir. 1995 yılında organik tarımda olabilecek hatalara karşı yapılacak yaptırımlar da yönetmeliğe eklenmiş, kontrol ve sertifikasyon şirketlerinin işleyişi, çalışma esasları, organik tarımla ilgili kurulacak komiteler ve bu konularla ilgili hukuki sorunlar eklenmiştir. Düzeltme metni 29.06.1995 tarihli ve 22328 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelikte özellikle su ürünlerine yönelik düzenlemeler getirilmiş, organik tarım ulusal ticaret komitesi ve organik tarım projeler ve araştırmalar ulusal komitesi adında iki yeni ulusal komite oluşturulmuştur.

1995 yılından sonra AB yönetmeliğinde yapılan değişiklikler doğrultusunda mevcut yönetmeliğimiz yeni AB yönetmelikleri ışığında yeniden düzenlenmiştir. Bu yönetmelikte “ekolojik” terimi yerine uluslararası kurum ve kuruluşlarda yaygın olarak kullanılan “organik” teriminin kullanılmasına karar verilmiştir. “Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik” olarak 11.7.2002 tarihinde 24812 sayılı Resmi Gazete’de yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelikte “Organik Tarım Komitesi”, “Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi”, “Organik Tarım Ulusal Ticaret Komitesi” oluşturulması öngörülmüş, yapısal oluşumları ile görev yetki ve sorumlulukları belirtilmiş, ayrıca kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarıyla ilgili esaslar ve sertifikasyon esasları belirlenmiştir. Organik metotlarla üretilen bütün gıda maddelerinin mutlaka konu ile ilgili yasa ve yönetmeliklere uygunluğunun denetlenmesi, raporlanması ve sertifikalandırılması zorunluluğu bulunmaktadır. Bunun için de müteşebbisin T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş bir kontrol veya sertifikasyon kuruluşu ile sözleşme yapma mecburiyeti bulunmakta olup bu kuruluşların uygun görüşünü alan işletmelerin aynı Bakanlığın kaydına girmesi gerekmektedir.

Kontrol ve sertifikasyon kuruluşuyla sözleşme yapmamış ve kayıt altına girmemiş işletmelerin organik tarım yapma hakları bulunmamaktadır. Yönetmelikte yasaya aykırı davranacaklara uygulanacak cezalar da yer almaktadır. Yönetmeliğe göre organik ürün üreten veya pazara sunanlar ambalajlarında Bakanlıkça yönetmeliğe dahil edilmiş logo örneklerini koymak zorundadırlar (Şekil 4.8).



Şekil 4.8. Türkiye’de Organik Tarım Logoları

Logoları üzerinde bulundurmeyen ürünler organik olarak iç ve dış pazara sunulamaz, reklamları ve tanıtımları yapılamaz ve bu kelimeler veya kısaltmalarıyla patent için başvurulamaz.

2002 yılındaki yönetmelik 22.08.2003 tarih ve 25207 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan “Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkındaki Yönetmelik” ile güncellenmiştir. Bu değişiklik ile, organik tarımla ilgili T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı’na verilen görev ve yetkiler, “Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü”ne bağlı olarak 04.08.2003 tarihinde kurulan “Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri Daire Başkanlığı”na verilmiştir.

Üçüncü dönemde ise (2003), organik tarım sektöründeki faaliyetlerin tam bir yasal dayanağa kavuşturulması amacıyla 03 Aralık 2004 tarihinde Organik Tarım Kanunu yayımlanmış ve bunu takiben, 2092/91 sayılı Organik Tarım AB Konsey Tüzüğü ile büyük oranda uyumlu olan Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik 10 Haziran 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Ayrıca üçüncü dönemin başlangıcında, organik tarıma yönelik tüm faaliyetler, T.C.Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü (TÜGEM) bünyesinde kurulan teknik

bir daire başkanlığına devredilmiş ve halen “Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri Daire Başkanlığı” olarak isimlendirilen bu birim tarafından yürütülmektedir.

Şu an gelinen durum itibarıyla, ülkemizde organik tarım faaliyetleri 3 Aralık 2004 tarih ve 25659 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Organik Tarım Kanunu” ile bu kanun gereğince 10.06.2005 tarih ve 25841 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” hükümlerine göre yürütülmektedir. Bu Yönetmelik Genel Hükümler, Organik Tarımın Esasları, Kontrol ve/veya Sertifikasyon Sisteminin İşleyişi, Yetkilendirilmiş Kuruluşlar, Komiteler, Çeşitli ve Son Hükümler ile Ekler ana kısımlarından oluşmaktadır.

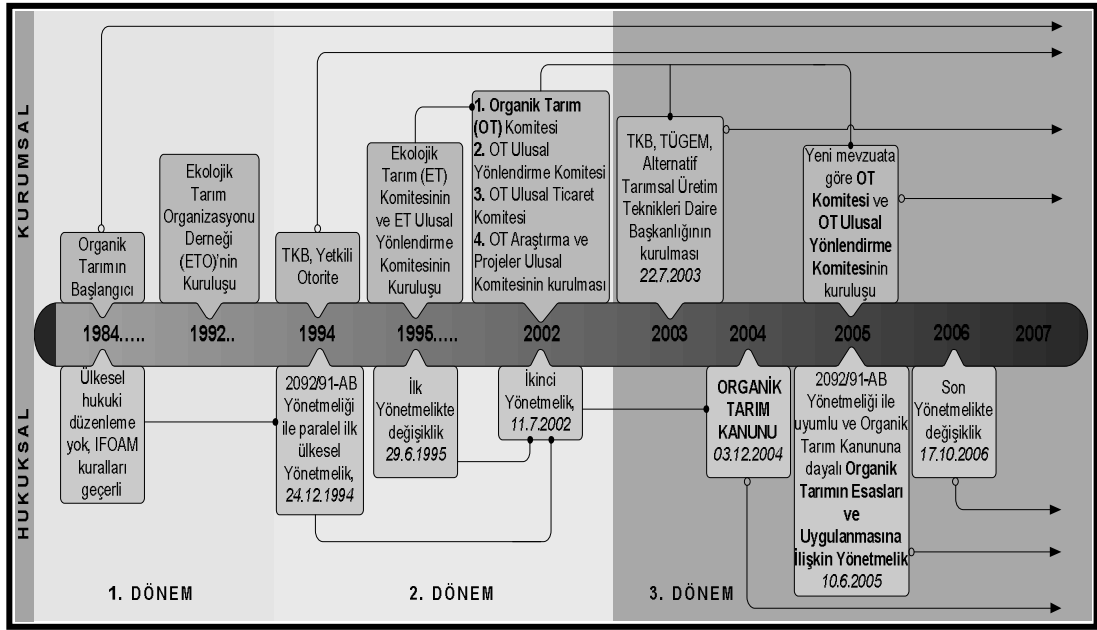
Organik Tarım Kanunu Amaç, Kapsam ve Tanımlar, Komiteler, Yetkilendirilmiş Kuruluşlar ve Müteşebbis, Uygulama Esasları, Ceza Hükümleri, Cezaların Tahsili ve İtiraz, Geçici ve Son Hükümler ana kısımlarından oluşmaktadır. Organik tarım kanunu ile sektörde meydana gelebilecek ihlallere karşı cezai yaptırımlar ile kontrol ve sertifikasyon hizmetleri yasal zemine oturtulmuştur. 10.06.2005 tarihinde yayımlanarak yürürlüğe giren “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” Avrupa Birliği komisyonunun sürekli güncellediği 2092/91 sayılı yönetmeliğin en son şekline göre güncellenmiş ve organik tarım faaliyetleri AB ile uyumlu bir şekle kavuşturulmuştur. Dış pazarlarda istenen çeşitlerin, talep edilen miktarlarda ihraç edilerek pazarlanması yayınlanan bu yönetmelikle mümkün olmuştur. Bunu takiben, AB ilgili mevzuatında gelişen ilave değişikliklerin içselleştirilmesini teminen 17 Ekim 2006 tarih ve 26322 sayılı Resmi Gazete’ de yayınlanan Organik Tarımın Esasları ve Uygulanması Yönetmeliğinin çeşitli maddelerinde değişiklik getiren “Yönetmelik Değişiklik Yönetmeliği” yürürlüğe geçirilmiştir.

İç mevzuatlarında dengi düzenlemeleri oluşturamayan ülkelerin, AB ülkelerine organik ürün ihraçlarının önü tıkanmaktadır. Bunun aşılmasına yönelik olarak, Avrupa Birliğinin “Topluluğa Organik Ürün İhraç eden 3. Ülkeler Listesine” dahil olmak için bir teknik dosya hazırlanarak Avrupa Birliği’ne sunulmuştur. AB mevzuatına göre güncellenmiş yönetmeliğin son halinin AB Komisyonuna gönderilerek AB’ye

uygunluğunun kabul edilmesi ile “Organik Ürün İhraç eden 3. Ülkeler Listesine” dahil olma girişimi tamamlanacaktır.

İl düzeyinde organik tarım hizmetlerinin çok daha etkin yürütülmesini temin için 2005/1 sayı ve 01.08.2005 tarihli “Organik Tarım Birimlerinin Görev ve Yetkileri” başlıklı Bakanlık Genelgesi ile taşrada organik tarımda münhasır bir teşkilatlanmayı getirecek olan üçüncü düzey mevzuat yayınlanarak yürürlüğe geçirilmiştir. Bunların ötesinde, Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın 6 Ocak 1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “İhracat Rejim Kararı” ve bağlı ihracat yönetmeliğinin “Kayda bağlı ihracat listesi” eki çerçevesinde organik ürünlerin ihracatı kayda bağlanmıştır. Dönemler itibariyle organik tarımın Türkiye’de yasal ve kurumsal gelişimi Şekil 4.9’da sunulmuştur (Engiz ve Karaaslan, 2007).

Şekil 4.9. Organik Tarımın Türkiye’de Yasal ve Kurumsal Gelişimi



Kaynak: Engiz ve Karaaslan, 2007.

4.4. Organik Tarım Ürünlerinin Sertifikasyonu

Günümüzde birçok tüketici sağlıklı yaşam ve çevre konusundaki endişelerinden dolayı organik ürünlere daha fazla ilgi göstermektedir. Bazı tüketiciler organik ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye de razıdır. Diğer taraftan pek çok üretici farklı nedenlerle organik tarıma geçiş yapmaktadır. Bir çoğu da daha yüksek fiyatla ürünlerini satmayı umut etmektedir, çünkü organik tarımda işgücü kullanımı yüksektir, verim düşüktür ve de ürünler daha güvenli ve lezzetlidir.

Ancak yüksek fiyattan ürününü satabilmek üretici ve tüketici arasında karşılıklı güven varsa mümkündür. Tüketici satın aldığı ürünün gerçekten organik olduğundan emin olmak ister. Üretici ise organik terimini haksız yere kullanarak sahtekarlık yaparak rekabet oluşturan bazı üreticilerden korunmak ister. Bir ürünün organik olduğunu belirtmek için genelde etiketler ve sertifikasyon işaretlerinden faydalanılır. Marka isimlerinde olduğu gibi bu etiketler kayıtlıdır ve korunmaktadır, ancak yetkilendirilmiş üretici tarafından kullanılabilir. Organik sertifikasyon bir ürünün organik standartlara göre üretildiğinin ispatıdır. Etiket ve sertifikasyon işaretleri tüketiciye doğru karar vermesinde yardımcı olur. Bu nedenle önemli bir pazarlama aracıdır ve konvansiyonel ürünlere göre daha yüksek fiyat elde edilmesi sağlar.

Bir ürünün organik olarak etiketlenmiş olması o ürünün belirli bir takım şartlara yani standartlara göre üretildiğini gösterir. Organik standartlar nihai üründe ölçümü yapılabilecek kalite derecesini tanımlamaz (yani ne miktarda pestisit kalıntısına izin verildiği gibi) fakat üretim yöntemini tanımlar (yani kimyasal pestisit kullanımının yasak olması gibi).Eğer bir üretici ürünlerini sertifikalandırmak istiyorsa her yıl en az bir kez denetim geçirir. Denetleyici kayıt ve üretim faaliyetlerini inceleyerek üretim performansını denetler. Denetleyici özellikle kayıtların doğru ve tutarlı olup olmadığını kontrol eder. Şüpheli durumda denetleyici örnek alıp laboratuvar testine götürür ve daha sonra habersiz denetlemeler yapar. Buna rağmen laboratuvar testleri sadece yasaklanmış maddelerle kontaminasyon şüphesinin olduğu durumlar için uygulanır. Kimyasal analizler sadece belirli bir anda herhangi bir bulaşmanın olup olmadığını tespit eder. Belirli bir süre geçtikten sonra kimyasal kontaminasyonun tespit edilmesi zordur ve

kimyasal analizler maliyetlidir. Bu nedenle laboratuvar testi üreticinin denetlenmesi için tek başına yeterli değildir.

Sertifikasyon kuruluşunun üreticiyi değerlendirdiği ve organik standartlara uygunluğunu belgelediği tanımlanmış bir prosedürdür. Denetleyici bulgularını yazılı olarak sertifikasyon kuruluşuna rapor eder. Sertifikasyon kuruluşu raporu standartlar doğrultusunda değerlendirir ve sonuçlara göre sertifikasyon komitesi kararını verir.

Sertifikasyon programının denetleme ve sertifikasyon konusunda yeterliliğinin garanti edilmesi için üçüncü parti tarafından kalite kontrole gerek vardır. Yetkili birimler periyodik olarak sertifikasyon programlarını değerlendirip belirli kriterlere göre yürütülüp yürütülmediklerini kontrol eder. Sertifikasyon kuruluşu kriterlere uygunsa sertifikasyon programı akredite olur.

İhracat amaçlı yapılan organik üretim, üretimin yapıldığı gelişmekte olan ülkedeki sertifikasyon kuruluşları tarafından denetlenip sertifikalandırılmaktadır. Bu tür uluslar arası sertifikasyon kuruluşları organik tarım ve sertifikasyon konusunda çok deneyimlidir. İhracatçılar genellikle tanındıkları ve tüm dünyada hizmet verdikleri için bu sertifikasyon kuruluşları ile çalışmayı tercih ederler. Sahip oldukları dezavantajlar bazen yerel şartları bilmemeleri ve seyahat maliyetlerinin uzak mesafe ücretlerinden dolayı yüksek olması sebebiyle sertifikasyon maliyetinin de yüksek olmasıdır.

Son birkaç yıldır Batılı sertifikasyon kuruluşları yerel ofisler açarak denetimlerini sürdürmeye ve ofisin bulunduğu ülke vatandaşı olan personel çalıştırmaya başlamışlardır. Fakat halen denetleme merkez ofis tarafından yürütülmektedir ve yapılması gereken seyahat sayısı azalmıştır. Yerel denetleyiciler ülkenin anadilini ve yerel şartlarını bildikleri için daha verimli sonuçlar alınmaktadır.

Günümüzde pek çok gelişmekte olan ülke kendi sertifikasyon programını oluşturmuştur. Ulusal sertifikasyon kuruluşları genellikle daha düşük ücretler talep ederler, çünkü seyahat maliyetleri düşüktür ve yerel ücretler bazında maaş ödemesi yapılmaktadır. Ulusal sertifikasyon organik ürünler için özellikle yerel pazarın

oluşumuna destek olur. Buna rağmen, ulusal sertifikasyon kuruluşlarının ihracat için uluslar arası tanınırlığa sahip olması gerekir ki bu da ihracat yapılacak ülkelerin şartlarına uyum sağlamak demektir. Bu nedenle kabul edilebilirlik için farklı başvurular ve bazen birden fazla akreditasyon gerekebilir.

Çok sayıda küçük üreticinin yabancı bir sertifikasyon kuruluşu tarafından sertifikalandırılacağı durumda maliyet yüksek olabilir. Benzer ürünlere sahip küçük üreticiler bir araya gelerek dahili kontrol sistemi aracılığıyla takip edilir. Dahili kontrol sistemi küçük bir dahili kontrol birimi olarak rol alır. Dahili kontrol sistemi; dahili standartlar, üretici katılım belgesi, yılda bir kez dahili denetleyiciler tarafından denetim ve sahtekarlık yapan üreticiler için dahili ceza sistemini kapsamaktadır. Dahili kontrol sisteminin işleyişi harici sertifikasyon kuruluşu tarafından denetlenir ve üreticilerin belirli bir kısmı da tesadüfi olarak denetlenir. Sözleşme yapılan taraf üretici grubudur ve bu grup sertifikalandırılır. Sözleşme üretici grubu ile harici sertifikasyon kuruluşu arasında yapılır.

Diğer taraftan, dahili kontrol sisteminin benimsenmesi harici denetleme ve sertifikasyon için tasarrufa gidilmesine yardımcı olur. Hatta, üreticilerin standartlarda talep edilen şartlara uygun olarak üretim yapmalarına ve kayıt tutmalarına destek verir. Fakat dahili kontrol sisteminin oluşturulması ve devamlılığı önemli ölçüde işgücü gerektirir ve maaşlar açısından ek maliyet getirir. Tekrar-denetlenme şartından dolayı bazı üreticiler iki kez denetlenir. Bir diğer problem de sertifikanın mülkiyeti ile ilgilidir: eğer grup bir bütün olarak sertifikalandırılmışsa, bireysel üreticiler (yani grubun dışında kalan üreticiler) sertifikadan faydalanamaz. Harici denetleme sırasında standartlara uymayan üreticiler tespit edilirse, tüm grup sertifika alamama riski ile karşı karşıya kalır.

Ulusal sertifikasyon hizmetlerinin mevcut olduğu durumlarda üretici grupları harici denetlemenin mi yoksa dahili kontrol sisteminin mi uygun ve ekonomik olduğunu değerlendirip karar vermelidir.

Standartların benimsenmesinin ardında iki ekonomik sebep vardır. Standartlar tüketicilere, araçlara ve üreticilere standart bir “organik ürün” tanımı sunarak işlem masraflarını azaltır ve bu sayede ulusal ve uluslar arası ticaretin gelişmesine imkan sağlar. Standartlar aynı zamanda ürünün “organik” olup olmadığını gözlemleyemeyen tüketicilerin yaşadığı güven problemine çözüm getirir. Üretici üretim yöntemi hakkında tam bilgiye sahip ise de bu bilgi gözlemlenemeyen bilgidir. Sertifikasyon, ürünün uygun olarak yetiştirildiğini ve işlendiğini ispatlarken standartlar ise yasal olarak organik sistemi tanımlar. Resmi bir sertifikasyon sistemi sadece sertifikasyon sürecini ve standartları tanımlayarak değil, aynı zamanda da spesifik bir mecburi uygulama sistemi oluşturarak fırsatçı yaklaşımların (organik olmayan bir ürünün organik olduğunun iddia edilmesi) ortaya çıkma olasılığını azaltır. ABD’de organik ürün etiketinin yanıltıcı şekilde kullanılması durumunda uygulanacak cezalar net bir şekilde belirtilmişken, AB yasal mevzuatı uygulama mekanizmasını belirtmemekte ve cezai hükümlerin uygulanmasını üye ülkelere bırakmaktadır. Bu nedenlerle, sertifikasyon ve standartlar bilgi aktarımını sağlayarak ve hükümetler tarafından belirlenen organik tanımına uyulmasını mecburi kılarak maliyetleri azaltır.

Organik tarımda iki önemli husus; organik olarak işlenen araziye ve toprak verimliliğine özen gösterilmesidir. Organik tarımda kullanılan teknikler bölgelere göre farklılık gösterdiğinden, ülkeler kendilerine özgü organik tanımını oluşturmuşlardır. IFOAM evrensel bir tanım oluşturmaya çalışmışsa da başarılı olamamıştır.

Organik ürün, sertifikasyon ve etiketleme tanımları genelde karıştırılmaktadır. Tanımlar ve tartışmalar dünya genelinde yapıldığında, konu daha da karmaşık bir hal almaktadır. Buna rağmen, tüketiciler eş anlamlı olarak kullanılan “ekolojik”, “yeşil” veya “organik” kelimelerinin anlamını bilmemektedir. Aynı karmaşa konvansiyonel tarım ürünleri için kullanılan kontrol edilmiş, entegre veya işlem görmemiş şeklindeki etiketler için de geçerlidir. Gerçek organik ürünler, organik yetiştirme yöntemlerini açık olarak tanımlayacak şekilde sertifika verilmiş ürünlerdir (Buley et al., 1997).

Örneğin Çin’de yeşil ürünler China Green Food Development Center tarafından sertifikalandırılmış, kontaminasyona maruz kalmamış, güvenli, yüksek kaliteli ve besleyici gıdalar olarak tanımlanmaktadır. Bu ürünler kesinlikle organik değildir.

Organik gıdalar için yeni Japan Agricultural Standards (JAS) ABD’ye göre daha az katıdır. Ürünler ABD’de olduğu gibi “organik/organik değil” ölçğine göre değerlendirilmemektedir, fakat uygulanan organik yöntemlere göre sınıflandırılmaktadır. Her ne kadar JAS sertifikasyonu düşük kimyasal kullanan tarımsal uygulama iddialarına resmi onay veriyor olsa da, mevcut Japon yasalarına göre JAS mührüne sahip olmayan üreticilerin de ürünlerini organik olarak etiketleyebileceklerini ithalatçıların göz önünde bulundurması gerekmektedir. Reklam yasalarına göre JAS gönüllü bir sistemdir. Buna rağmen, ürünlerin tüketicilere ve Japonya ticaretine daha cazip hale getirilmesinde Japonya hükümetinin resmi mührüne sahip olmanın getirdiği faydalar ortadadır.

Organik tarım organik tescil ve sertifikasyon şartları sonucu var olan sınırlılıklar nedeniyle geleneksel tarımdan daha özel üretim ve planlama ihtiyaçlarına sahiptir (Gaskell, 2000). Tüketici güveninin ve uluslar arası pazarlara girişin garanti edilebilmesi için organik ürün sertifikasyonunun güvenilir bir işlem olması gerekmektedir (Casson ve Gangadharan, 2000). Organik ürün pazarında uygun olmayan davranış problemi mevcuttur. Çünkü tüketicinin ürünün gerçekten organik olup olmadığını tespit etmesi zordur (Ward ve Hunnicutt, 2001). Standartların oluşturulması ve uygulanması, standartların üçüncü taraf tarafından denetlenmesi ve kayıt altında tutulması, tarafsız sertifikasyonun gerçekleştirilmesi organik sektörünün sürdürülebilir büyümesinin sağlanması için temel bileşenlerdir.

Sertifikasyon genelde uygulanabilir standartlara ürünlerin uyumunun belirlendiği ve onaylandığı bir sistemdir. Bu onaylama tüm taraflar tarafından yapılabilir; üretici (tedarikçi), tüketici veya bağımsız bir organ tarafından. Hem ürünler hem de hizmetler sertifikalandırılabilir. Son yıllarda sistemlerin ISO 9000 ve GMP(Good Manufacturing practices)’ye göre sertifikalandırılması yaygın olarak kullanılmaktadır (Rundgren, 1999b).

Organik üretim özel bir sertifikasyon sistemine sahiptir. Organik ürünlerin sertifikasyonu birincil olarak üretim sistemi ile ilgilidir. Hatta, sertifikasyon pazarlama aşamasını da kapsamaktadır. Diğer ürünlerde olduğu gibi ürünün “organik” kalitesi testler ile ispatlanamaz. Buna rağmen, test etme bir ürünün standartlara uygun olarak yetiştirildiğini tespit etmede kullanılabilir. Sertifikasyon ve standart oluşturan kuruluşlar için iki tane uluslar arası çatı mevcuttur: IFOAM temel standartları ve Codex Alimentarius standartları. IFOAM’ın görevlerinden birisi de kalite belgelerinin uluslar arası denkliğinin sağlanarak farklı ülkelerde verilmiş sertifikaların tüm dünyada kabul edilebilirliğini garanti etmektir. Uluslar arası denkliği sağlamak amacı ile IFOAM 1992 yılında Akreditasyon programını kurmuştur ve bu program IOAS tarafından yürütülmektedir. IFOAM temel standartları ulusal düzenlemelerin ulusal şartları göz önüne alabileceğini, fakat diğer yandan da IFOAM standartlarına uygun olması gerektiğini belirtmektedir. Buna rağmen, IFOAM bazı konularda diğer ulusal standartlara (ABD ve AB) göre daha katıdır. Hatta, IFOAM tarafından akredite edilmiş sertifikasyon kuruluşları AB yasalarından daha katı standartları uygulamaktadır ki bu da uluslar arası sertifikasyon endüstrisinde aşamalı bir yapılaşmaya yol açabilir.

Codex Alimentarius standartları uluslar arası ticarete uluslar arası düzeyde uzlaşmış bir yasal çatı teşkil etmektedir. Organik üründe denklik konusunda ülkeler arasında bir itilaf çıkması durumunda Codex referans olarak kullanılabilir. Birkaç yıllık bir süre için Codex hayvan yetiştiriciliğini kapsamamıştır, hayvancılık ile ilgili standartlar 2001 yılında onaylanmıştır.

Organik ürünlerin sertifikasyonu üç aşamada gerçekleştirilir.

- i. **Üretici:** Üretimi yapan ve üretimde kullanılan arazi ve işletmeler.
- ii. **Üretim Sistemi:** Üretim ve işleme yöntemleri.
- iii. **Ürünler:** Nihai ürünlerin etiketlenmesi.

Sertifikasyon programlarının etkin olarak yürütülmesi gerekmektedir. Etiketleme ve sertifikaların kullanımı ile ilgili olarak açık düzenlemeler mevcut olmalıdır. Sertifikasyon anlaşılması güç ve tüketiciye çok fazla bilgi sunmayan bir süreç

olduğundan, sertifikasyon kamuyu standartlar, denetim, sertifikasyon programı ile ilgili olarak bilgilendirmelidir.

Organik sertifikasyon sistemi aşağıda verilen dört unsura sahiptir:

- Standartlar: Belirgin olarak formüle edilmiş ve sertifikasyon sistemine dahil olan tüm taraflara bildirilmiş standartlar.
- Sözleşmeler ve Yasal Çatı: Sertifikasyon sisteminde tüm üreticiler yazılı bir sözleşme ile yükümlü kılınmalıdır. Tüm sistem kayıt ve sertifikasyon için yasal dayanağa sahip bir kurum tarafından yürütülmelidir.
- Denetim: Denetim üretim, işleme, depolama, etiketleme ve sertifikasyon olmak üzere tüm aşamaları kapsamalıdır.
- Sertifikasyon: Sertifikasyon kuruluşunun üreticiyi değerlendirdiği ve organik standartlara uygunluğunu belgelediği tanımlanmış bir prosedürdür.

1999 yılında Codex Alimentarius Komisyonu organik olarak üretilmiş gıdaların üretimi, işlenmesi, etiketlenmesi ve pazarlanması ile ilgili esasları belirlemiştir. Bunlara 2001 yılında hayvanlar, hayvansal ürünler ve arıcılık ve arıcılık ürünleri ile ilgili hükümler de eklenmiştir. Codex uluslar arası veya ulusal olarak geçerli bir yasal düzenleme değildir. Ulusal düzenlemelerin detayları için dünya çapında bir referans ve rehber niteliğindedir, uluslar arası uyuma katkıda bulunur. Codex sadece tüketicilerin korunmasını değil, aynı zamanda da uluslar arası ticareti de kolaylaştırma amacını taşımaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde organik tarım politikaları diğer ihtiyaçları karşılamak üzere ülkeye ihracat yoluyla döviz sokmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, yerel pazardaki tüketicileri korumaktan çok uluslar arası ticaret endişesi ile düzenlemeler daha da çok etkilenmiştir. Günümüzde toplam 64 ülke organik tarım mevzuatına sahiptir. 48 ülkede yasaya uyulması zorunlu, 13 ülkede ise zorunlu değilken, Avustralya, Yeni Zelanda ve Hindistan'da sadece ihracat mevzuatı yürürlüktedir. Halen organik tarım mevzuatını oluşturmak için çalışmaların devam ettiği ülkeler Bosna-Hersek, Rusya, Ukrayna, Ermenistan, Azerbaycan, Gürcistan, Hong Kong, Endonezya, Lübnan, Suudi Arabistan, Vietnam, Küba, Nikaragua, St. Lucia, Kamerun, Mısır, Madagaskar ve Güney Afrika'dır.

Tüm ülkelerde üretici özelliklerindeki farklılıklardan dolayı tek bir standart veya eşdeğer standartlar oluşturulması zor olmasına rağmen, dünya ticareti artmaya devam ettiğinden uluslararası organik prensipler ile uyum gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Krissoff, 1998).

Üreticiden ihracatçıya kadar tüm aşamalarda üretim zinciri spesifik prensiplere göre hareket eden bağımsız ve tarafsız bir organ (“sertifikasyon kuruluşları”) tarafından denetlenmelidir. Denetim süresince sadece ürünün kalitesi değil, aynı zamanda özellikle üretim sistemi de denetlenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde organik ürünlerin denetim ve sertifikasyonu Avrupa, ABD ve Japonya merkezli olan uluslar arası sertifikasyon kuruluşları tarafından yapılmaktadır ki bu da beraberinde küçük ölçekli üreticilere yüksek maliyet getirmektedir. Son yıllarda ulusal sertifikasyon kuruluşları da bu süreçte yer almaya başlamışlardır.

Sertifikasyon kuruluşlarının çalışmaları akreditasyon veya değerlendirmeler ile onaylanmış olsa bile, uluslararası denklik kalite yönetim standardı ISO-Guide 65 / EN 45011’e uyum ile sağlanmaktadır. ISO-Guide 65 herhangi bir sertifikasyon organizasyonu için gereken kriterleri içermektedir. ISO-Guide 65’e göre sertifikasyon organlarının dökümantasyon, kayıt tutma, uygulama ve değerlendirme süreçlerinden oluşan bir kalite yönetim sistemine dayanan saydam bir yönetime sahip olması gerekir.

Gelişmiş ülkelere ürünlerini satmak isteyen şirketler ve üreticiler çeşitli ticari ortaklar tarafından oluşturulmuş standartlara uyduklarını ispatlamak üzere yıllık denetim ve onay için bir sertifikasyon kuruluşu ile anlaşmak zorundadırlar. Özellikle gelişmekte olan ülkelere sadece bir kaçının kendilerine ait ulusal sertifikasyon kuruluşları olduğundan, bu hizmetin maliyeti çok yüksek olabilir. Kendi ulusal sertifikasyon organlarına sahip olsalar bile, farklı ülkelerdeki farklı yasal düzenlemeler nedeniyle ürünlerini pazarlayacakları ülkenin sertifikasyon kuruluşuna da başvurmaları gerekmektedir. Bu durum neredeyse birbirinin aynı olan sertifikaların (çoklu sertifikasyon) alınması ile ek bir maliyet getirmektedir. Bazı durumlarda, sertifikasyon kurumlarının taleplerindeki değişkenlik nedeniyle ek maliyetler daha da artabilmektedir (Gitli ve Arce, 2001). Sertifikasyon maliyetlerinin tümü fiyata yansıtılmalıdır.

A.B.D. ve Avrupa'daki uluslar arası sertifikasyon kuruluşları Latin Amerika, Asya ve Avrupa'da akreditasyon birimleri olarak görev yapmaktadırlar. Birkaç istisna dışında gelişmekte olan ülkelerde yerel sertifikasyon kuruluşları bulunmamaktadır. İhracat temel amaç olduğu sürece yerel sertifikasyon kuruluşlarının kurulması oldukça zor bir iştir. Hatta, FAO ve ITC gibi kar amacı olmayan uluslararası kuruluşlar gelişmekte olan ülkelerde organik tarımı desteklemek amacıyla kaynak aktarımında bulunmaktadırlar (Zygmunt, 2000). Örneğin Avrupa Birliği üyesi olmayan bir ülke üreticisi AB düzenlemelerine denk düzenlemelere sahip kendi ülkesinde kayıt olmalıdır. Üçüncü ülke ancak yasal düzenlemelerin iptal veya değiştirilmesi sonucunda diplomatik yollardan üçüncü ülke listesine başvurabilir. Üye olmayan ülke ihracatçısının organik ürünler ihracat izni için başvurması gerekmektedir (Neuendorf ve Koschella, 1999).

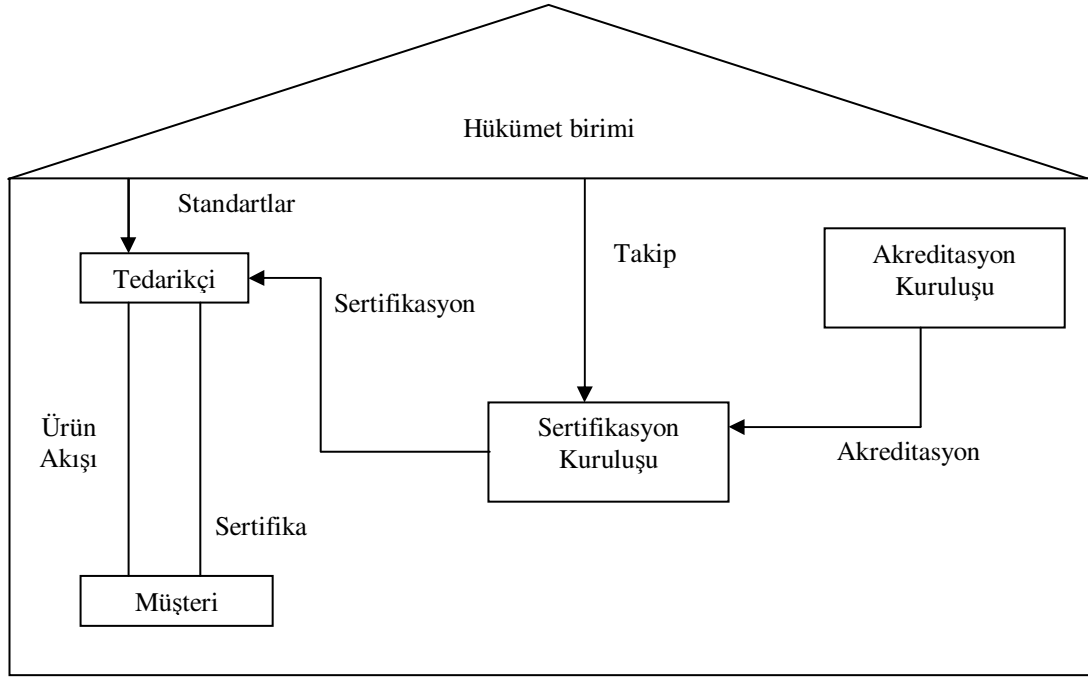
Üretim, işleme ve ihracat aşamalarının denetim ve sertifikasyonu eşdeğer üretim kuralları ve denetim ölçüleri esas alınarak bağımsız olarak uygulanır. AB'nde üçüncü ülkedeki yerli sertifikasyon kuruluşu ithalat talebi durumunda sorumlu kuruluş olarak kabul edilir. Başvuruyu değerlendirerek gereken ürün sertifikasyonu gerçekleştirilir.

Sertifikasyon, akredite olmuş bir kuruluş tarafından standartlar dikkate alınarak yapılan bir değerlendirme ve onaylama prosedürüdür (Meuwissen et al., 2003). Sertifikasyon sisteminin en önemli özelliği denetlemelerin bağımsız bir kuruluş (üçüncü parti) tarafından yapılmasıdır. Sertifikasyon sistemleri sektördeki maliyetleri arttırmakta, fakat ticaret yapanlar ve tüketiciler açısından kalite ile ilgili güvensizliği ve şüpheleri azaltmaktadır. Uygulamada çok çeşitli sertifikasyon sistemleri bulunmaktadır.

Temelde tüm sertifikasyon sistemleri Şekil 4.10.'da gösterilen benzer yapıya sahiptir. Ana nokta üretici ve tüketici arasındaki ürün akışıdır. Tedarikçi kaliteyi belirtici rol oynayan bir sertifika sahibidir ve bu sertifika sertifikasyon standartlarına uygun olarak bağımsız bir sertifikasyon kuruluşu tarafından verilmiştir. Sertifikasyon kuruluşu da yasal hükümlere uygun olarak sertifikasyon sürecini yürütmekle yükümlüdür. Sistemlerin çoğunda bu süreç bir akreditasyon birimi tarafından kontrol edilir. Akreditasyon resmi bir işlemdir ve sertifikasyon sürecindeki işlemler ile ilgili danışmanlık sağlama hizmetini kapsamaz. İşte bu nedenle bazı sertifikasyon sistemleri

kontrol kuruluşlarının kontrollerinin hükümet biriminin kendisi veya danışmanlar kurullar tarafından yapılmasını öngören takip fonksiyonunu kapsamaktadır. Bazı sistemlerde bu süreç tamamen hükümet birimleri tarafından da yapılabilmektedir (Şekil 4.10).

Şekil 4.10. Bir sertifikasyon sisteminin temel yapısı



Kaynak: Meuwissen et al., 2003.

Teorik ekonomik yaklaşımlara göre satıcı ve alıcı mal hakkında tam bilgiye sahiptir. Halbuki, piyasa faaliyetleri tüketicinin karşılığını ödemek zorunda kaldığı bilgidaki eksiklikler ve kalitedeki belirsizlikler üzerinden yürütülmektedir (Akerlof 1970; Spence 1976). Bunlar sadece piyasanın işleyişini bozmakla kalmaz, aynı zamanda gıda piyasasında gıda güvenliğini de engeller.

Arama, deneyim ve güven özelliklerine yeni bilgi ekonomisinin konusu olan bir kalite özelliği eklenmiştir: Potemkin özellikleri olarak adlandırılan özelliklere sahip mallara ait proses özellikleri (örneğin organik tarım, coğrafik orijin veya hayvan refahı) ne satıcı ne de harici kuruluşlar tarafından kontrol edilemez veya laboratuvar analizleri ile saptanamaz (Vetter and Karantininis, 2002). Güven özellikleri söz konusu ise tam tersine ürün kontaminasyonu harici tüketici koruma örgütleri, kamu yetkilileri veya

rakip firmalar tarafından yapılan denetlemelerle ortaya konabilir. Güven özellikleri açısından, satıcı reklama yüksek miktarda yatırım yaparak güvenilir bir kalite sinyali oluşturup bilgi asimetrisini azaltabilir. Tüketiciler ise bu durumda sinyale güvenmek zorundadır. Çünkü kalite açısından bir kusur ortaya çıkarsa satıcı ek bir maliyet riski ile karşı karşıya kalacaktır. Potemkin özellikleri ile ilgili olan bilgi asimetrisi buna rağmen önlenemez ve kalite ile ilgili demeçler minimum risk göz önüne alınarak yapılacağından hatalı seçim olasılığı söz konusudur. Tüm bu problemlerin çözümü için tüm tedarik zincirini kapsayan ve üretim süreci boyunca denetlemeler içeren bir denetleme planı oluşturulmalıdır.

Satıcı çevrenin korunması ve hayvan refahı gibi potemkin özellikleri için tek başına taahhütte bulunamaz. Gıda piyasasında sertifikasyon giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Çünkü tüm zincir sertifikasyon kapsamındadır ve denetleme yapılacağı garantisini verilmektedir (Auriol and Schilizzi, 2002). Kuruluşlar periyodik kontroller ve gerektiğinde ek örnekleme denetlemeleri aracılığı ile tüm tedarik zincirini takip eder. Firma sertifikayı aldıktan sonra tüketiciye güvenilir kalite sinyallerini vermek için kalite etiketini kullanmaya başlayabilir.

4.4.1. Avrupa Birliği'nde organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu

AB'nde organik ürünlerin etiketlenmesi 834/2007 nolu yasaya göre yapılmaktadır. AB'ne ihraç edilecek organik ürünler ancak bu yasada belirtilen şartlara uyuyorsa organik olarak etiketlenebilir. AB yasal mevzuatında tüm AB üyeleri için üretim, etiketleme ve pazarlamaya ilişkin asgari kurallar belirtilmiştir, fakat her ülke kuralların yorumlanmasından, uygulanmasından ve denetlemelerden bireysel olarak sorumludur (Kilcher et al., 2005).

Her üye ülkeden bir ulusal birim AB yasalarına uygun olarak organik ürün sertifikasyonunu gerçekleştirecek birim olarak AB tarafından tanınır. Bu birimler kendi ülkelerinde diğer sertifikasyon kuruluşlarının faaliyetlerini onaylamakla yetkilidir. Birçok ülkede hükümet tarafından onaylanmış sertifikasyon kuruluşları faaliyet göstermektedir (Çizelge 4.7). AB yasal mevzuatı üye ülkelerin sertifikasyon

kuruluşlarını onaylama ve yönlendirmede nasıl bir yol izleyecekleri konusunda hükümler içermez ki bu da üye ülkeler arasında farklılık ve çeşitliliğe yol açmaktadır. Bazı ülkeler ve bazı sertifikasyon kuruluşları, AB yasal mevzuatına ek olarak kamu veya özel standartlara sahiptir. Bazı ülkelerde ise AB yasal mevzuatının kapsamadığı ve girdi kullanımı ile ilgili su ürünleri ve gıda dışı tarımsal ürünler ile ilgili standartlar mevcuttur (Rundgren, 2002).

Yasal olarak eğer bir üretici AB onaylı sertifikasyon kuruluşu tarafından sertifikalandırılmışsa, sertifikasyon tüm AB üye ülkelerinde geçerlidir. Buna rağmen bazı sertifikasyon kuruluşları AB yasasından daha katı standartlar uygulamaktadır ki bunun sonucunda eğer daha katı olan sertifikasyon kuruluşu tarafından sertifikalandırılmış marka piyasada daha güçlü ise diğer üreticiler tüketicilerin daha katı sertifikasyon kuruluşunun sertifikasyonu talebinin baskısı ile karşı karşıya kalabilir. Bu nedenle, AB sertifikasyon kuruluşları aşamalı bir sertifikasyon yapısı oluşturmuşlardır ve bu yapıda AB sertifikalarının tamamı tüm sertifikasyon kuruluşları için geçerli değildir.

AB etiketleme prosedürü biraz daha karmaşıktır. 2000 yılında AB, AB yasal mevzuatlarına uyan organik ürünler için kullanılacak logoyu yayınlamıştır. Logoyu taşıyacak ürünün en az %95'inin AB orijinli olması gerekmektedir. Bazı üye ülkeler ortak bir logo kullanmakta ve bazı ülkelerde sertifikasyon kuruluşlarının kamu tarafından bilinirliği yüksek olan özel logoları bulunmaktadır (örneğin İsveç'te KRAV, Hollanda'da Skal, İngiltere'de Soil Association) (Rundgren, 2002). Birçok ülkede kendi standartları olan sertifikasyon kuruluşları yasal olarak üreticileri AB yasal mevzuatına göre sertifikalandırmak zorundadır (Rundgren, 2002). Farklı etiketlerin kullanılması tüketicilerin aklını karıştırabilir. Bazı ülkelerde sadece tek bir logo kullanılmakta iken diğer AB ülkelerinde farklı etiket ve logolar kullanılmaktadır (Dabbert et al., 2004).

Üçüncü Ülkelerde Sertifikasyon Kuruluşları

1998 yılında AB denetleme otoriteleri üçüncü ülkelerde faaliyet gösteren sertifikasyon kuruluşlarının denetlenmesi gerektiği kararını vermişlerdir. Bu denetim AB üyesi olmayan tüm ülkelerde faaliyet gösteren sertifikasyon kuruluşları için

geçerlidir. Bunlar AB ve A.B.D.'de yetkiye sahip sertifikasyon kuruluşları olup üçüncü ülkelerde de faaliyet göstermekte olan sertifikasyon kuruluşlarıdır.

Denetim sistemi genelde sertifikasyon kuruluşu esas alınarak yapılır. Denetim sisteminin organizasyonel uygulaması, varolan dokümantasyon, personel ve kayıtlar sertifikasyon kuruluşunda kontrol edilir (**office-audit**). Üretim, işlem ve ihracat ise yerinde kontroller ile denetçiler tarafından (**witness-audit**) denetlenerek değerlendirmeye eklenir. Denetim, AB-denetim otoritesi tarafından oluşturulmuş kontrol listesi esas alınarak gerçekleştirilir.

Bağımsız veya sertifikasyon kuruluşu adına çalışan uzmanların aşağıda verilen şartları yerine getirmesi gerekmektedir.

- EC Council düzenlemelerinin uygulanmasında pratik ve teorik tecrübe sahibi olmak
- AB veya IAF (International Accreditation Forum) üyesi olan bir akreditasyon kuruluşunca düzenlenen ISO Guide 65 / EN 45011 eğitim kursunu başarıyla tamamlamış olmak
- Değerlendirmeye alınacak sertifikasyon kuruluşu ve sertifikalandırılacak firmalar karşısında bağımsız hareket edebilmek.
- Rekabetin dışında yer almak; söz konusu ülkede veya bölgede tarım alanında sertifikasyon sürecinde rol almamak veya danışmanlık hizmeti vermemek.

Sadece gelişmekte olan 7 ülkede AB'ne ihracatta yetki verilmiş sertifikasyon kuruluşu bulunmaktadır; Brezilya, Mısır, Peru, Bolivya, Çin, Nikaragua ve Türkiye. Gelişmekte olan ülkelere AB'ne yapılan organik ürün ihracatının sadece çok küçük bir kısmı ulusal kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarınca sertifikalandırılmıştır. Yerli sertifikasyon kuruluşları tarafından sertifikalandırılmanın finansal yönden avantajı sertifikasyon maliyetlerinin daha düşük olmasıdır (Harris et al., 2001). Sertifikasyon sisteminde üretimden ihracata kadar tüm zincirin sertifikasyonunun ele alınması önemlidir. Bu durum uygun rapor ve sertifikalar ile ispatlanmalıdır. Sertifikasyon, üretim biriminin tanımlanarak sertifikasyon kuruluşuna sunulması ile başlar (arazi ve binalara ait planlar, arazi kullanımına ait geçmiş bilgiler, işlem ünitesi planları, ürün akış şemaları vb.).

Çizelge 4.7. AB’de Organik Sertifikasyon

Ülke	Üye ülke tarafından sertifikasyon veya hükümet tarafından onaylanmış özel kuruluş tarafından sertifikasyon	Sertifikasyon kuruluşu sayısı
Avusturya	Özel	8
Belçika	Özel	2
Danimarka	Kamu Bitki ve Gıda Birimi	N/A
Finlandiya	Kamu	15 kırsal birim (üretim için) ve il gıda kontrol birimi (işlenmiş gıdalar için)
Fransa	Özel	6
Almanya	Özel	22
Yunanistan	Özel	3
İrlanda	Özel	3
İtalya	Özel	13
Lüksemburg	Özel ve kamu	Kamu kuruluşu (bazı küçük işletmeleri denetlemektedir) ve 3 özel
Hollanda	Özel	1 (Skal özel bir sertifikasyon kuruluşu olmasına rağmen hükümet tarafında yasa ile tam yetkilendirilmiştir ve tekeldir)
Portekiz	Özel	2
İspanya	Özel ve Kamu	19 bölgesel “yarı kamu” ve 1 özel
İsveç	Özel	2
İngiltere	Kamu (sınırlı yetki) ve özel	10 özel

Kaynak: Rundgren, 2002.

Bu birim (yani çiftlik, küçük ölçekli üretici kooperatifi, işlem veya ihracat kuruluşları) teknik ve organizasyonel olarak konvansiyonel üretim birimlerinden ayrılmalıdır. Daha sonra, sertifikasyon kuruluşu tarafından görevlendirilen bir denetçi ilk denetimi gerçekleştirir. Bu denetim temel noktalar ve eksiklikler hakkında bilgi sağlamak üzere kullanılır. Denetçi ve üretici tarafından imzalanan denetçi raporu sertifikasyon kuruluşunun vereceği sertifikasyon kararı için temel oluşturur. Takip eden yıllarda, denetçi yıllık denetimlere devam eder ve rapor düzenler.

Tarımsal üretim söz konusu ise sertifikasyon kuruluşu tarafından geçiş döneminde olan çiftliklere veya hali hazırda organik üretim yapmakta olan çiftliklere sertifika verilir. İşlem veya ihracat söz konusu ise geçiş dönemi yoktur, fakat geçiş dönemi ürünlerinin işleme veya ihraç edilme olasılığı da mevcuttur. Üyeleri için kendi yasal düzenlemeleri olan ve yasal bir statüye sahip küçük ölçekli üretici kooperatifi üçüncü ülkelerde ticari bir birim olarak kabul edilebilir. Bu nedenle, kooperatifler üyeler tek tek denetlenmeksizin kooperatifin denetlenmesi ile sertifikalandırılır.

Çiftçilerin tedarik zincirinin kritik noktalarında sorumluluk almalarının sağlanması gerekir. Çiftçilerin kalite yönetimi, yayım hizmetleri, girdi üretimi ve en önemlisi sertifikasyonda sorumluluk almaları sağlanabilir. Sertifikasyon sürecinin çiftçiler tarafından gerçekleştirilmesi ve bu yetkiye sahip olmaları ürünlerini sadece sertifika sahibine satmak zorunda kalmamalarına, yani farklı pazarlama olanakları arasından seçim yapabilme imkanına sahip olarak pazarlık güçlerinin artmasına olanak sağlar.

Küçük ölçekli üreticilerin her birinin yılda en az bir kere dahili kontrolden geçmesi gerekmektedir. Dahili kontrolün kooperatif bünyesinde yapılması ön şarttır, fakat bu bir danışmanlık hizmeti olmamalıdır. Dahili kontrol sisteminin belgelenmesinin tipik şekli her bir çiftçi ve kooperatif arasında yapılan sözleşmelerin, tüm çiftliklerin dahili denetim raporlarının ve şartları tam olarak sağlamayan çiftliklere uygulanan kooperatif dahili yaptırımlarının belgelenmesidir. Harici denetim kuruluşu belgeleri ve sistemin etkinliğini kontrol eder ve yerinde denetim yapar. Denetlenmiş çiftlik kotası diğer nedenler yanında dahili kontrol sisteminin kalitesine de bağlıdır. Üretim kurallarına göre gerçekleştirilen dahili denetimlerin sonuçlarının dikkatli bir şekilde belgelenmesi gerekir.

Sertifikasyon çok külfetli olabilir. Bir çok batı ülkesinde harici sertifikasyon kuruluşunun tüm alanları denetlemesi gerektiği gibi bir kanı söz konusudur. Parçalı, çok sayıda dağılmış parsel olduğunu göz önünde bulundurursak, bu durumda tüm alanların denetimi ve sertifikasyonu maliyetleri arttıracaktır. Bu nedenle, sertifikasyonun ulusal bir kuruluş tarafından yapılması, dahili kontrol sistemlerinin kontrolünün ve tesadüfi denetlemelerin harici kuruluşlar tarafından yapılması tavsiye edilebilir (Rundgren, 1999a).

Organik tarıma ait standart ve sertifikasyon sistemleri gelişmekte olan ülkelerin yeterli katılımı olmaksızın oluşturulduğundan bu ülkelerdeki belirli ihtiyaçları veya şartları (gelenekler, kültürel yapı, mevcut alt yapı vb.) yansıtmamaktadır.

Gelişmekte olan ülkelere yabancı sertifikasyon kuruluşları yanında ulusal sertifikasyon kuruluşlarına da sahip olmaları tavsiye edilebilir. Bazı durumlarda,

varolan sertifikasyon programı esas alınarak sorumluluk ulusal kuruluşlara dereceli olarak verilebilir (Rundgren, 2000).

Danimarka, resmi organik tarım yasasına, ayrı bir organik logosuna sahip olması ve denetlemeleri kendi yürütmesi açısından istisnai bir ülkedir. Danimarka denetleme ve etiketleme konusunda diğer komşu ülkelere göre kendine daha fazla güvenen bir ülkedir (http://www.organic-europe.net/country_reports/denmark/default.asp).

Organik üretim yapan tüm üreticiler organik yönetim konusunda yetkilendirilmek zorundadır. Organik tarım danışmanı ile işbirliği yaparak her üretici organik tarıma geçiş süreci için bir plan hazırlamalıdır. Üretici denetlenip, geçiş planı Bitki Müdürlüğü tarafından onaylandıktan sonra üretici organik üretim yapma yetkisine sahip olur.

Bitki Müdürlüğü tarafından görevlendirilmiş bir denetleyici Danimarka'daki tüm organik tarım çiftliklerini en az yılda bir kez ziyaret eder. Kontrol amaçlı olan bu ziyaret genelde ürünlerin hala tarlada olduğu yaz döneminde gerçekleşir. Ek olarak üreticilerin %25'ine habersiz ziyaretler de yapılır.

Kontrol tarla, hayvan barınakları ve diğer binaların incelendiği fiziksel kontrolü ve belgelerin incelenmesini kapsar. İncelenen belgeler arasında yem ve gübre alım belgeleri, yem, ekim ve gübre uygulama planları bulunmaktadır.

Bir ürün "organik" olarak satışa sunulacaksa, uygulanan prosesin de (meyve suyu vb. işlenmiş ürünler için) organik yasasına uygunluğu kontrol edilir. Hatta ambalaj ve paketleme prosesi de organik olmayan ürünler ile kontaminasyonu önlemek amacıyla kontrol edilir. Organik ürün işleyen, paketleyen veya ithal eden firmalar devlet yetkililerine bu konuda bildirimde bulunmak zorundadır. Yetkililer firma ile beraber organik ürünlerin organik olmayan ürünlerden ayrı bir şekilde nasıl muhafaza edildiğini açıklayan ve alım-satımlara ait muhasebe kayıtlarını içeren bir rapor hazırlar.

Tüm bunlara ek olarak, organik üretim yılda bir kez kapsamlı bir şekilde denetlenir. Organik ürünlerin denetimini kuvvetlendirmek için Danimarka Gıda ve Veteriner

Dairesi aynı zamanda çapraz kontroller de yapar. Her yıl tesadüfi olarak bir grup firma seçilir ve bu firmaların kayıtları bu firmaların tedarikçilerinin ve müşterilerinin kayıtları ile karşılaştırılır. Bu proses sayesinde firmalar tarafından satın alınan ve satılan organik ürün miktarlarının tutup tutmadığı kontrol edilmiş olur. Bu sayede tüm süreç kayıt altında ve kontrollü sürdürülmüş olur.

Bir kontrol ziyaretinde üreticinin organik tarım yasalarını ihlal ettiği tespit edilirse, yetkililer devreye girer ve üretici uyarı alır. Daha ciddi durumlarda ceza uygulamaları mevcuttur ve durum polise intikal ettirilir. Yasaların ihlali durumunda 5 yıla kadar organik ürün pazarlama yasağı verilir.



Şekil 4.11. Danimarka organik logosu

Danimarka organik logosu (Ø) 1990 yılında yürürlüğe sokulmuştur (Şekil 4.11). Logo ile ilgili yasaların temelini AB yasaları oluşturmakta ise de, Danimarka yasaları halen bazı bölgelerde geçerlidir. Çünkü AB yasaları Danimarka organik tarım yasası kadar kapsamlı değildir. Danimarka organik logosunun AB organik logosundan daha kapsamlı uygulamalar içermesi nedeniyle AB organik logosu olan bir üretici Danimarka organik logosunu doğrudan alamamaktadır. Fakat pazarda AB ile mevzuat uyumu çerçevesinde AB organik mevzuatı geçerlidir.

Danimarka organik logosu temel olarak Danimarka hükümet yetkilileri tarafından üretici veya firmada kontrollerin gerçekleştirildiğini ve organik ürünün hükümet yetkilileri denetiminde bir Danimarka firması tarafından üretildiğini göstermektedir. Bu nedenle bu logo hem Danimarka'da üretilen hem de Danimarka'ya ithal edilip Danimarka'da işlenen veya paketlenen ve etiketlenen ürünlerin üzerinde yer almaktadır. Danimarkalı tüketicilerin yaklaşık olarak %94'ü bu logoyu tanımaktadır. Yapılan bir çalışmaya göre tüketicilerin %85'i Danimarka organik logosunu taşımayan yabancı organik ürünlere güvenmemektedir.

Organik tarıma ilişkin denetlemeleri sadece Danimarka Gıda ve Tarım Bakanlığı yetkilileri gerçekleştirebilir. Danimarka Bitki Müdürlüğü üretimi denetlerken, Veteriner ve Gıda Birimi prosesleri denetlemektedir. Danimarka’da denetlemeler çiftlikten tüketici masasına kadar olan tüm aşamaları kapsamaktadır. Aynı zamanda toptancılar veya perakende satış yapan firmalar da denetlenmektedir.

4.4.2. A.B.D.’de organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu

1990 yılında ABD’de ulusal standartların oluşturulması için çalışmalar USDA yürütücülüğünde OFPA tarafında başlatılmıştır. 1990 yılına kadar herhangi bir ulusal düzenleme oluşturulmadan önce farklı eyaletlerde farklı yasal mevzuat bulunmaktaydı ve 17 eyalette organik olarak etiketlenen ürünler için sertifikasyon şartı aranıyordu. 13 eyalette yasal mevzuat olmasına rağmen (ki bazılarında bu standartlar asgari düzeyde şartlar içermektedir) yasal mevzuatta üçüncü parti tarafından sertifikasyon veya denetlenme mecburiyeti bulunmamaktaydı. Tüm sertifikasyon kuruluşları kendi standartlarına sahip olmalarına rağmen, Fetter ve Caswell (2002)’in standartları analiz eden çalışmalarından elde ettikleri sonuçlara göre canlı hayvan yetiştiriciliği dışında sertifikasyon kuruluşları arasında önemli farklılık yoktur. Standartlar oluşturulmadan önce sektör ile ilgili en önemli endişe standartlar esas alınarak organik teriminin tam olarak ne anlama geldiği ile ilgili tüketicilerin yaşadığı karmaşaydı ve bu endişe ulusal standartların oluşturulmasında en önemli etken olmuştur.

Yasada da belirtildiği üzere OFPA’nın üç temel amacı organik olarak yetiştirilmiş ürünlerin pazarlanmasına ilişkin standartları oluşturmak, tüketicilere organik ürünlerin tutarlı standartlara uygun olarak üretildiğinin garantisini vermek ve eyaletler arası ticareti teşvik etmektir. Yasa organik üretim sırasında toprak verimliliğine dikkat edilmesi ve su kirliliğini önlemek için gübre uygulamasının düzenlenmesi yoluyla çevresel sorunlara da çözüm getirmeyi amaçlamakta ve organik tarımda kullanılan materyallerin değerlendirildiği kriterleri de içermektedir (Merrigan, 2003). Uygulamada resmi olarak yürürlüğe sokulan organik tarım yasası genetiği değiştirilmiş ürünler ve ışın uygulamasının önlenmesi ile ilgili tüketici taleplerini de dikkate almıştır (Merrigan, 2003).

OFPA'dan 10 yıl sonra USDA tarafından 21 Ekim 2002 tarihinde USDA National Organic Standards (NOS) yürürlüğe konmuştur. Eyalet sistemine göre halen çoklu sertifikasyon yani çok sayıda sertifikasyon kuruluşunun faaliyeti devam etmektedir. Bu sertifikasyon kuruluşları USDA tarafından akredite olmak zorundadır. Yeni organik yasanın sektör üzerindeki etkilerini değerlendirmek için henüz erken olsa da sertifikasyon kuruluşlarının sayısının arttığı sonucu ortadadır. USDA tarafından 2002 Nisan'da akredite olmuş kuruluşlara ait ilan edilen ilk listeye göre 38 ulusal ve 4 yabancı kuruluş bulunmaktadır (Haumann, 2004). 2005 Mart'ta yayınlanan listede bu rakamlar 56 ulusal ve 41 yabancı sertifikasyon kuruluşu ile halihazırda bekleyen 64 başvuru şeklindedir. Yabancı kuruluş sayısındaki artış özellikle dikkat çekicidir. Ayrıca Amerikalı tüketiciler raflardaki etiketli ürün sayısının artması ile birlikte organik ürünler konusunda daha bilinçli hale gelmişlerdir (Haumann, 2004).

4.4.3. Kanada'da organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu

Canada Organic Regime tarafından oluşturulan organik ürün yasası 14 Aralık 2008'de yürürlüğe girmiştir. Canadian Food Inspection Agency (CFIA) organik ürün yasanın uygulanmasından ve takibinden sorumlu birimdir. Sertifikasyon kuruluşları CFIA tarafından yetkilendirilmiş Akreditasyon kuruluşlarının önerileri doğrultusunda akredite edilmektedir.

Öte yandan Quebec ve British Columbia eyaletleri kendilerine ait sertifikasyon mevzuatına sahip olan iki eyalettir. Quebec eyaletinin ulusal gönüllü standartlara denk olan organik düzenlemeleri vardır ve sertifikanın Conseil D'accréditation du Québec tarafından akredite edilmiş sertifikasyon kuruluşları tarafından verilmesi zorunludur. Quebec ya da British Columbia'ya ithal edilen her organik ürün ya da işlenmiş ürün British Columbia ve Quebec'in bölgesel düzenlemeleri ile uyumlu olmalıdır.

Quebec eyaleti dışındaki eyaletlerde organik ürünlerin sertifikalandırılma işlemi gönüllü olarak yapılmaktadır. Quebec'te üretilen ya da Quebec'e ihraç edilecek ürünler Codex Alimentarius tarafından düzenlenen uluslararası standartlara uygun olarak hasat edilmek ve işlenmek sonra Quebec Akreditasyon Kurulu (Quebec Accreditation Council

/ QAC) tarafından denkliği tanınan kurumlarca sertifikalandırılmak zorundadır. Quebec eyaletine dışarıdan getirilerek pazarlanmak istenen ürünler için denetimin ana başlıkları CAQ tarafından Ekim 2001 tarihi itibariyle basılı olarak web sayfalarında yayınlanmıştır. (<http://www.caqbio.org>). Eyalet sınırları içinde satışa sunulacak organik ürünler için eyalet organik standartları, Tüketici Paketleme ve Etiketleme Yasası, Gıda ve İlaç Yasası geçerlidir.

Ürünler işlenmek istendiği zaman gerekli belgelerin üzerinde ya da perakende satışlarda ürünün nihai paketi üzerinde sertifikasyon damgası ya da sertifikasyon kuruluşunun adının bulunması zorunludur. Kanada'da çeşitli kuruluşlar organik tarımsal ürünler için üretim, işleme, taşıma ve satış ile ilgili sertifikasyon hizmeti sağlamakla birlikte Quebec eyaleti dışındaki eyaletlerde organik ürünlerin sertifikalandırılma işlemi gönüllü olarak yapılmaktadır. Söz konusu gönüllülüğe dayalı mevcut sistem halen tüketiciler arasında karışıklığa neden olmakta, bu konuda yapılan tüketici araştırmaları tüketicilerin ulusal bazda geçerliliği olan bir sistemi tercih edeceklerini göstermektedir. Öte yandan, yine doğal ürünler ile organik ürünler arasında tam bir ayırım yapılamamıştır. Bugün Kanada'da organik ürün pazarında yaklaşık 25 farklı organik logolu ürün bulunmakta olup bu durum da organik ürün konusunda oldukça kendini geliştirmiş olan tüketiciler tarafından farklı karşılanmamaktadır. Şu anda uygulanan sistem oldukça gevşek olup tüketici tam anlamıyla korunamamakta, organik ürün üreticisi istediği sertifikasyon kuruluşu ile çalışabilmekte ve isterse bu kuruluşu değiştirebilmektedir. Yine bu sertifikasyon kuruluşlarının uyguladıkları sertifikasyon ücretleri arasında oldukça büyük farklılıklar bulunmakta olup bu farklılıklar ürün fiyatlarına yansımaktadır.

Kanada'ya organik ürün ihraç etmek isteyen ülkeler Kanada organik tarım yasası hükümlerine uymak zorundadır. Kanada tarafından ithal edilen organik ürünler Kanada organik logosunu taşıyacaklarsa mutlaka logonun hemen yanında ürünün ithal edildiği ülke isminin bulunması zorunludur.

4.4.4. Japonya’da organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu

1 Nisan 2001’den itibaren yürürlüğe giren Japon Tarım Standardı (Japan Agricultural Standard/JAS) organik sertifikasyonu zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, 1980’lerin sonunda Japonya’ya ürünlerini satmak isteyen dış ticaret firmaları, yabancı belgelendirme kuruluşlarından almış oldukları belgelerin kabul edilmesi için çeşitli kuruluşlara başvuruda bulunmuşlardır. Organik belgelendirmeye yönelik işleyici firmalar ve dış ticaret firmaları tarafından talebin artması sonucu, bazı Japon belgelendirme kuruluşları IFOAM ve ABD standartlarını ölçüt olarak faaliyete başlamışlardır.

1988 yılında Japonya Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı JAS Çerçevesinde bir organik belgelendirme yasası ile ilgili çalışmalara başlamıştır. İlk olarak 1992 yılında organik tarımsal ürünlerin etiketlenmesi konusunda düzenleme getirilmiş fakat pazardaki karışıklığın devam etmesi ve düzenlemelerin zorunlu olmaması nedeniyle FAO/WHO Codex Alimentarius Komisyonu’nun çalışmalarına paralel olarak eski düzenlemenin yenilenmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Temmuz 1999’da çalışmaların tamamlanmasıyla kongreden geçen yasa ile organik standartlara uyulması zorunlu hale gelmiştir. Bu gelişmelere bağlı olarak, 1992’de Japonya Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı (MAFF) sürdürülebilir tarım için gönüllü üçüncü taraf belgelendirme standartları geliştirmiştir. Bu standartlar, belirli tanımlar çerçevesinde ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

- Organik: 3 yıldan daha fazla bir süre kimyasal madde kullanılmamıştır.
- Geçiş sürecinde organik: 6 ay - 3 yıllık süre zarfında kimyasal madde kullanılmamıştır.
- Pestisit içermeyen: pestisit kullanılmamıştır
- Azaltılmış pestisit kullanımı: konvansiyonel kullanımdan %50 oranında daha az pestisit kullanılmıştır
- Kimyasal gübresiz: kimyasal gübre kullanılmamıştır.
- Azaltılmış kimyasal gübre kullanımı: konvansiyonel ürünlerde kullanılan %50 oranında daha az kimyasal gübre kullanılmıştır.

Söz konusu tanımlar sadece gıda sanayinde değil, tüketicilerde de belirsizliğe yol açmış olup yarı-organik ürünlerin varlığı tüketiciler tarafından tepkiyle karşılanmış ve organik gıda pazarının gelişimine önemli bir engel olarak ortaya çıkmıştır. Japonya’da ilk organik ürün standartları Lotu, Miso ve Notta gibi Japonya’ya özgü yiyecekler için ithal edilen hammaddeler için kullanılmaya başlanmıştır. Ayrıca yine Japon çiftçiler tarafından harcadıkları emeğin ve zamanın karşılığı olarak söz konu standartlar kullanılmaya başlanmıştır.

MAFF (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan) organik standartların yerine getirilmesini denetleyen özel belgelendirme kuruluşlarının da ilgili Bakanlığa kayıt yaptırmalarını zorunlu hale getirmiştir. 2001 yılından itibaren 28 belgelendirme kuruluşu Bakanlığa kayıt yaptırmış olup bu kuruluşların tamamı Japon kuruluşudur. Fakat 2002 yılında ABD ile Japonya arasında imzalanan organik üretimde denklik anlaşması gereği MAFF, USDA tarafından onaylanan kuruluşlara da onay vermeyi kabul etmiştir. AB ile JAS standartlarının karşılıklı tanınması ise henüz müzakere aşamasındadır.

4.4.5. Türkiye’de organik tarım ürünlerinin sertifikasyonu

Organik tarım yönteminde kontrol ve sertifikasyon işlevi sistemin en önemli basamaklarından birisini oluşturmaktadır. Nitekim, iç ve/veya dış piyasalarda bir ürünün organik olarak satılabilmesi için organik ürün sertifikasına sahip olması gerekmektedir. Sertifika sistemi ürünlerin organik standartlara göre üretildiğinin, işlendiğinin, paketlenildiğinin garantisidir. Bu da tüketiciye güvence vermenin yanında üreticileri ve firmaları haksız rekabete karşı korumaktadır.

Sertifikasyon kuruluşları, zahmetli organik tarıma geçiş ve girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sürecinin en önemli unsurlarından birisidir. Ülkemizdeki sertifikasyon kuruluşları Tarım Bakanlığı’ndan aldıkları yetki ile organik tarım kanununun esaslarına göre faaliyet göstermektedirler. Bu kuruluşların çoğu yabancı ya da yabancı ortağı olan yerli yöneticiler tarafından genel olarak İzmir merkezli olarak yönetilmektedir. Bunun nedeni olarak, ülkemizdeki organik tarım

faaliyetlerinin yurtdışından gelen faaliyetler doğrultusunda şekillendirilen bir ihracat kolu olması ve Ege Bölgesi'nin üretim alanı ve çiftçi sayısı açısından öncü konumda olması ifade edilebilir. Yönetmelikte tanımı yapılan kontrol ve sertifikasyon kuruluşları bağımsız olmalı, üretim ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmamalı, ticaret yapmamalı ve danışmanlık hizmeti vermemelidir.

Organik tarıma geçiş kararından itibaren her aşama, bu kuruluşların denetiminde gerçekleşmektedir. Diğer bir ifade ile organik tarıma geçiş sürecinde bir sertifikasyon kuruluşuna başvurulması ve kurulan irtibatın çiftçi ile bu kuruluş tarafından sürdürülmesi koşulu ile çiftçilere organik tarım sertifikası verilmektedir.

Organik tarım belli tekniklerle donanmış bir üretim disiplindir. Organik üretimin özelliği her aşamasının kontrollü olması ve ürününü sertifikalandırılmasıdır. Bakanlık tarafından Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik hükümlerine göre yetkilendirilen kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu yönetmelik hükümlerine göre ürünün güvence altına alınmasındaki iki temel yöntem kontrol ve sertifikasyondur. Kontrol ve sertifikasyon işlemi aynı kuruluş tarafından yapılabileceği gibi ayrı kuruluşlar tarafından da yapılabilir. Kontrol, organik tarımın sözleşmeli tarım şeklinde yapılması itibarıyla üretimin başından sonuna kadar muntazam kayıtlar tutma , üretim sürecini gözlem altına alma, gözlem sonuçlarını rapor etme, ürünün organik niteliğini laboratuvar analizleri ile test etme ve denetlemedir. Sertifikasyon ise bütün kontrol yöntemlerini uygulayarak elde edilen organik ürünün geldiği aşamanın belgelenmesidir. Hammadde halindeki organik ürüne organik hammadde sertifikası, işlenmiş ürüne işlenmiş organik ürün sertifikası verilir. Organik hammadde sertifikası olmayan ürün organik olarak işlenemez.

Organik tarım sistemine dahil olmak isteyen üreticiler sertifikasyon ve kontrol kuruluşlarına başvurarak denetim talebinde bulunabilir. Gerekli işlemler tamamlandıktan sonra Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'ndan izin alındıktan sonra üretici sisteme dahil olabilmektedir. Firmalar genellikle sözleşmeli tarım şekline üreticilerden temin ettikleri ürünleri işleyerek yurtdışı veya yurtiçine pazarlamaktadırlar (Akaya ve ark., 2005).

Ülkemizdeki kontrol ve sertifikasyon süreci

Yönetmeliğe göre Türkiye’de kontrol ve sertifikasyon faaliyetinde bulunmak isteyen yerli ve/veya yabancı özel veya resmi kuruluşlar Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Organik Tarım Komitesi’ne başvurmak zorundadır. Yabancı kuruluşların ise daha önceden Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı’ndan çalışma izni almış olmaları gerekmektedir. Organik Tarım Komitesi tarafından incelenen ve uygun bulunan kuruluşlara belirli bir süre için organik tarım kontrol ve sertifikasyon izni verilir. Bu izni alan kontrol organları yönetmeliğin üçüncü kısmında yer alan teknik kontrol metotları çerçevesinde faaliyetlerini sürdürürler.

Kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarının merkezi daha çok Avrupa olmakla birlikte tüm dünya ülkelerinde irtibat büroları ile faaliyet göstermektedirler. Organik tarım üretimi yapılan ülkelerde faaliyet gösteren kontrol ve sertifikasyon kuruluşları genelde uygulamış oldukları kontrol ve sertifikasyon süreci tüm ülkelerde paralellik göstermektedir. Ancak, ülkenin kanun ve yönetmeliklerinden kaynaklanan farklılıklar süreci etkilemektedir. Bunlarda önemsenecek düzeyde değildir. Genel olarak ülkemizdeki kontrol ve sertifikasyon sürecinin nasıl gerçekleştiği EK 2’de sunulmuştur.

4.5. Organik Tarım Ürünlerinin Fiyatlandırılması

Tarım sektörünün kendine has özellikleri tarımsal ürün fiyatlarının oluşumunda büyük rol oynamaktadır. Öncelikle tarımsal üretim büyük oranda doğal koşulların etkisi altındadır ve organik tarımsal üretimde bu etki daha fazla olmaktadır. Bunun en önemli nedeni kimyasal ve sentetik girdi kullanımının yasak olması sonucu hastalık ve zararlılarla mücadelede çözüm bulmada yaşanan zorluklardır. Organik tarımsal üretimde birim alandan elde edilen verim konvansiyonel üretime göre düşüktür ve ancak organik üretime başladıktan birkaç üretim dönemi sonra verim artışı sağlanabilmektedir. Ek olarak organik tarımda üretim kalitesi yüksek standartlara uyum sağlamak zorundadır ve bu nedenle üretim sürekli ve sıkı denetim altında yürütülmektedir. Üretim sonrasında ürünlerin pazarlanabilmesi için kontrol ve sertifikasyon sürecinin de tamamlanması gerekmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı

organik ürünlerin üretim maliyetleri konvansiyonel ürünlere göre daha yüksektir ve aradaki fark fiyatlandırmaya yansıtılmaktadır.

Organik üretim kimyasal ve sentetik kullanılmadan gerçekleştirilmektedir ve ekstralar kullanılmadan yapılan üretimin daha az maliyetli olması gerektiği düşünülebilir. Fakat konvansiyonel ürünlerin ucuz olmasının başlıca sebebi onların bedelinin bir kısmının vergiler ile ödeniyor olmasıdır; agrokimyasal tarım hükümetler tarafından desteklenmekte ise de organik tarım için her zaman destek söz konusu değildir. Organik ürünlerin daha pahalı olmasının bir diğer sebebi de tarımda kullanılan kimyasalların üretimi ucuzlatmak için tasarlanmış olmasıdır. Kimyasallar tat, besin değeri veya ekoloji prensipleri ile değil, maliyet düşürme ve verim artırma prensipleri ile tasarlanmışlardır (<http://www.organicfoodee.com>). Aslında konvansiyonel tarım ürünü satın alan tüketici üç katı fiyat ödemektedir. İlk ödemeyi satın alma sırasında yapmaktadır. İkinci ödeme vergiler aracılığıyla yapılmaktadır. Çünkü modern tarım vergi sistemi ile desteklenmektedir. Üçüncü ödeme de tüketicinin ürününün yetiştirilmesi sırasında çevreye verdiği zararları ortadan kaldırmak için yaptığı ödemedir. Tarımsal desteklemelerin İngiliz vatandaşlarına yıllık maliyeti 3 milyar £'dır. Her yıl ekosistemi temizlemek için 2.3 milyar £ harcanmaktadır. Hükümet her sene toprak ve su kirliliği ile baş etmek için 120 milyon £ harcamaktadır. İşte tüm bunlar gizli maliyetlerdir. Mevcut entansif agrokimya endüstrisini suni olarak desteklemek için 5.3 milyar £ harcamak yerine daha az maliyetle modern bir alternatif tarımsal üretim sistemine geçiş yapılabilir. Yapılan hesaplamalara göre 5 yıl boyunca her sene 1.2 milyar £ harcanırsa İngiltere'deki tüm agrokimyasal tarım işletmeleri organik tarıma geçiş yapabilir ve bu da İngiliz vergi mükellefleri açısından 20 milyar £ gibi bir finansal tasarruf anlamına gelmektedir ki, bu aynı zamanda İngiltere'nin hem kendi ihtiyacını karşılar duruma gelmesi hem de ihracat yapma olanağı elde etmesi anlamına gelmektedir (<http://www.organicfoodee.com>).

Organik ürün fiyatlarının alt limitini arza bağlı üretim ve pazarlama maliyetleri oluşturmakta olup, üst limit ise tüketicinin ödemeye razı olduğu fiyat tarafından belirlenmektedir. Primler dağıtım kanalına, pazarlama maliyetlerine, alım gücüne ve ödenmeye razı olunan fiyata bağlı olarak değişmektedir (Koç ve Babadoğan, 2006).

Organik ürün piyasası tam bir rekabet piyasası olarak ele alınmamalıdır. Çünkü fiyat oluşumunun arz-talep tarafından belirlenme şansı yoktur. Fiyat oluşumunu etkileyecek sayıda alıcı ve satıcı vardır, yani fiyat oluşumuna etkileri olmayacak kadar çok sayıda alıcı ve satıcı yoktur. Ayrıca organik ürün piyasasında farklılaştırılmış ürün söz konusudur. Üretim maliyetleri piyasaya giriş engeli olarak rol oynamaktadır. Bu özellikleri dikkate alındığında organik ürün piyasası oligopol piyasa olarak kabul edilebilir.

Konvansiyonel ve organik ürünler arasındaki fiyat farkı çoğunlukla değişken kısım yani ürünün beraberinde sunulan hizmet ve ürün bilgisine dayanmaktadır. Bu tarz bir pazarlama stratejisi organik ürün pazarının “niş” pazar özellikleri taşıdığını göstermektedir. Niş pazarlar yüksek kâr, fakat düşük büyüme hızı ile karakterize edilmektedirler (Giovanni ve Nucifora, 2002).

Konvansiyonel üretime göre daha yüksek maliyete sahip olan organik ürün üreticileri söz konusu maliyetleri karşılamak amacıyla bir prim uygulamak durumundadırlar. Genellikle çiftçilere ödenen primler tüketiciler tarafından ödenen fiyatların küçük bir kısmını oluşturmaktadır. AB ülkelerinde üretici primleri %102-257 arasında değişmektedir, fakat üretici primlerinin bazı ürünler için sifıra yakın olduğu ülkeler de (İspanya, İrlanda, Portekiz gibi) vardır (Koç ve Babadoğan, 2006). Türkiye’de farklılıklar gözlenirse de organik ürün primleri konvansiyonel ürün fiyatının %5-25’i arasında değişmektedir. Örneğin 2000 yılında üreticinin eline geçen prim organik kuru üzüm için %10 ve organik kuru incir için %5-10 olmuştur. Üreticiler çok sayıdaki aracıyı ortadan kaldırarak fiyatı düşürmek için direkt satış yapmayı tercih etmektedirler (Weier ve Caverley, 2002).Lauvie ve Bellon (2008) tarafından organik ürün fiyatlarının oluşumunun ortaya konması amacıyla yürütülen çalışmada 20 adet üretici ile görüşülmüştür. Yapılan görüşme sonuçlarına göre 3 farklı eğilim olduğu gözlenmiştir. Birinci grupta, üreticiler lokal talep ile başa çıkabilmek için yenilikçi pazarlama kanallarını kullanmışlardır. Direkt satış ile özellikle taze, organik, yerli üretim talep eden spesifik tüketici isteklerine çok çeşitli ürün sunabilmektedirler. Direkt satış yapan üreticiler organik ve yerel üretimi kombine etmek için çeşitli stratejiler geliştirmiştir. İkinci grupta, organik üretici organizasyonlarının yer aldığı farklı

durumlar söz konusudur. İlk örnek yerli çeşit buğday üreten bir üreticidir. Bu üretici kendi bölgesindeki diğer üreticiler, un fabrikaları, fırınlar ve tüketiciler ile bağlantılar kurarak üretimini arttırmıştır. Üçüncü grupta ulusal piyasayı hedef alan üreticiler bulunmaktadır. Bu grup çok büyük miktarlarda üretim yapmaktadır fakat az sayıda üründe uzmanlaşmışlardır. Toptancılar ile olan yakın bağlantıları çok miktarda ürünü düşük fiyattan satmalarını sağlarken mallarını elden çıkarma garantisini de beraberinde getirmektedir. Tüm durumlarda fiyat oluşumu teknik ve ekonomik faktörlerin toplamının bir sonucudur. Hatta üreticilerin sahip olduğu değerlerin de fiyat üzerinde etkisi vardır. Genel olarak organik üreticiler sadece organik üretim ile ilgili meselelerle değil, aynı zamanda çevre sorunları, üreticilerin toplumdaki yeri, yüksek kaliteli gıda, adil ticaret ve kırsal kalkınma gibi konular ile de uğraşmaktadırlar. Bu verilen örnekler üzerinden gidilerek özellikle üreticilerin yeni organik üretim standartlarına uyumu konusunda yeni trendler üzerinde durulabilir.

Organik tarım ürünleri farklı pazarlarda farklı fiyat farkları ile satışa sunulmaktadırlar. Bazı ülkelerde konvansiyonel ve organik ürün fiyat farkı %200'lere yükselirken, bazı ülkelerde bu oran daha düşük ve hatta bazen sıfır olabilmektedir (Çizelge 4.8). Burada hem pazar yapısı hem de ülkede uygulanan tarım politikası etkili olmaktadır. Örneğin; Danimarka'da devlet, üreticiler ve perakendeciler sektörün gelişimi için işbirliği kararı almışlardır ve Danimarka organik tarım kooperatifi (Co-op Denmark, FDB) 1993 yılında organik ürün fiyatlarının düşürülmesi yönündeki fiyatlandırma politikasını uygulamaya koymuştur.

Çizelge 4.8. Ükelere göre organik ve konvansiyonel ürün fiyatları arasındaki fark (%)

Ülke	Ortalama Fiyat Farkı (%)
Avusturya	20-30
Arjantin	10-50
Belçika	30-50
Danimarka	≤20
Fransa	25-50
Almanya	10-50
İtalya	50-200
Japonya	20-30
Hollanda	0-200
İsveç	30-35
İsviçre	40-80
İngiltere	20-100

Kaynak: Yussefi and Willer, 2004.

Organik pazar paylarının yüksek olduğu Danimarka, Avusturya, İsveç gibi ülkelerde zincir marketlerin organik ürün pazarlamasını büyük ölçekli ve fonksiyonel olarak gerçekleştiriliyor olması organik ürün fiyatlarının daha düşük olması ile sonuçlanmaktadır.

AB üyesi ülkelerde organik ürün tüketici fiyatlarına ait düzenli bir kayıt bulunmamaktadır, bu sebeple yapılan çalışmalarda genellikle farklı bölgelerde farklı satış noktalarından fiyatlar alınıp ortalaması alınarak organik ürün fiyatları ile ilgili tespitler ortaya konmaktadır. Karşılaştırma yapılarak fikir edinilmesi amacıyla bazı örnekler sunulabilir. Organik meyve ve sebzeler Güney Avrupa ülkelerinde daha düşük fiyatla satılmaktadır. Özellikle Portekiz organik elman fiyatının en düşük olduğu Avrupa ülkesidir. Süt ve süt ürünleri Kuzey Avrupa ülkelerinde daha ucuz iken, nispeten daha düşük olan tüketim nedeniyle Güney Avrupa'da daha pahalıdır. Süt özellikle İngiltere ve İtalya'da daha yüksek fiyatla satılmaktadır (Hamm, Gronefeld and Halpin, 2002). Organik pazarın göreceli olarak daha az gelişmiş olduğu pazarlarda tüketici fiyat primleri yüksek pazarlama maliyetlerinden dolayı daha yüksektir. Almanya'da organik ürünler için özel bir dağıtım kanalı kullanıldığından pazarlama maliyetleri yüksektir, daha genel dağıtım kanallarının kullanıldığı Avusturya, Danimarka ve İsviçre'de primler daha düşük seviyelerdedir. Avusturya'da organik ürünler konvansiyonel ürünlere göre %20-30 daha pahalı olup, bu oran işlenmiş ürünler için %50'lere çıkmaktadır. Fransa'da primler dağıtım kanalına göre değişmekte olup özelleşmiş ürün mağazalarında %80'ler civarında iken zincir marketlerde %25-30'lara düşmektedir.

Genel olarak ele alındığında primler ürün grubuna göre de değişmektedir. İşlenmemiş tahıl ve ürünleri için en düşük olup taze ürünler ve işlenmiş ürünler bu grubu takip etmektedir. Uzun yıllardır pazarda olan ve marka olarak kaliteyi simgeleyen markalar, yeni ürün ve özel market markalı ürünlere göre daha yüksek prime sahiptir. Özelleşmiş ürün mağazalarında primler genellikle daha yüksektir, en düşük prime sahip ürünler genellikle üreticiden direkt tüketiciye satılan ve mevsimsel kısıtı bulunan yaş meyve ve sebzelerdir.

Geçtiğimiz 10 yılda ABD’de organik ürün satışları yıllık olarak %20 artmıştır. Organik gıda ve içecek satışları 1997 yılında 3.5 milyar \$ iken 2004 yılında 15 milyar \$’a yükselmiştir, 2006 yılında 16.7 milyar \$ olmuştur ve 2009 yılı sonunda en az iki katına çıkacağı tahmin edilmektedir (<http://www.consumerreports.org>). Bu verilere göre son 5 yıl içinde toplam %126’lık bir artış olmuştur ve organik ürün satışı ABD’deki toplam gıda satışının %2.8’ini oluşturmaktadır. ABD’de organik ürünler için ödenecek fiyat farkı %50 civarındadır, fakat bu fark et ve süt için %100’e ulaşabilmektedir. Amerikalı tüketicilerin yaklaşık 2/3’ü 2005 yılında organik gıda satın almışlardır.

Türkiye’de organik ürün fiyatları konvansiyonel ürün fiyatlarından ortalama %10-100 daha yüksektir (Özbilge, 2007). Hatta bazı ürünlerde primler %400’lere dahi çıkabilmektedir (Kenanoğlu ve Karahan, 2002). Son yıllarda zincir marketler de raflarında organik ürünlere yer vermeye başlamışlardır. 2000’li yılların başlangıcında Türkiye’de sadece 16 adet özel organik ürün mağazası bulunmakta ve bunlardan 9 tanesi İstanbul’da iken, günümüzde sayıları 250’yi bulan organik alışveriş adresleri İstanbul ve Ankara’da yoğunlaşmaktadır. Ülkemizde organik ürünlerin yerel pazarlarda satışı yaygın değildir, sadece İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Yalova ve Samsun’da organik pazar kurulmaktadır. Konvansiyonel ve organik ürünler arasındaki fiyat farkı Çizelge 4.9’da sunulmuştur.

Çizelge 4.9. Türkiye’de organik ve konvansiyonel ürünler arasındaki fiyat farkı (%)

Ürün	Ortalama fiyat farkı (%)
Fındık	152
Ceviz	86
Kuru kayısı	100
Kuru incir	198
Kuru üzüm	93
Karışık kuru meyve	468
Nohut	67
Kuru fasulye	55
Yeşil mercimek	97
Kırmızı mercimek	55
Pirinç	218
Makarna	159
Siyah zeytin	68
Yeşil zeytin	171
Zeytinyağı	76
Salça	264
Üzüm pekmezi	123
Dut pekmezi	287
Susam yağı	106
Salamura asma yaprağı	43

Kaynak: Kenanoğlu ve Karahan, 2002.

4.6. Organik Tarım Ürünlerinin Pazarlanması

1990'dan bu yana organik pazar her yıl %20'lik büyüme kaydetmiştir ve gelecekte de ülkeden ülkeye değişmekle birlikte büyüme oranlarının %10 ila 50 olacağı tahmin edilmektedir. Nisan 2008 itibariyle organik tarım ürünleri satış bedeli tüm dünya ticaretinin %1-2'sini oluşturmaktadır (<http://www.organicmonitor.com>). 2005 yılı verilerine göre toplam 24.9 milyar dolar büyüklüğündeki organik ürün pazarında tüketimin büyük kısmı Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Avrupa'da ise tüketimin en çok olduğu ülkeler İskandinav ve Batı Avrupa ülkeleridir. Çizelge 4. 10'de kıtalar ve ülkelerin organik ürün ticaretindeki payları verilmiştir.

Çizelge 4.10. Kıtalar ve ülkelerin dünya organik ürün ticaretindeki payları, 2005.

Kıtalar ve Ülkeler	Organik ürün pazarı (milyar \$)
Batı Avrupa	10.5
Almanya	3.1
İngiltere	1.5
İtalya	1.3
Fransa	1.3
İsveç	0.8
Kuzey Amerika	11.8
ABD	11.0
Kanada	0.8
Güney Amerika	0.1
Asya	2.5
Japonya	2.5
Toplam	24.9

Kaynak : <http://www.organicmonitor.com>

Son 10 yılda Amerika'da organik gıda satışları %20 artarak 2006 yılında 16.7 milyar dolara ve Avrupa'da %15 artarak 14.6 milyar dolara ulaşmıştır. 2006 yılı organik ürün pazarının büyüklüğü 32.8 milyar dolardır. Avrupa'da tüketimin en çok olduğu ülkeler İskandinav ve Alp ülkeleridir.

2002 ve 2005 yılları arasında küresel organik ürün satışı %43 oranında artmıştır. Organik tarım ürünleri talebi özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika'da yoğunlaşmaktadır; bu iki bölgede ürün arzı düşük olup talep diğer bölgelerden üretim yolu ile karşılanmaktadır. 2005 yılında en yüksek kişi başı organik gıda tüketimi İsviçre'de 108

Euro ile gerçekleşmiştir. Danimarka, İsveç ve Avusturya’da organik ürün harcamaları en yüksek iken, güney, doğu ve orta Avrupa’da organik ürün harcamaları en düşüktür.

The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging Trends 2008 isimli çalışmanın sonuçlarına göre organik ürünlere olan küresel talep her yıl 5 milyar dolarlık artan satış hacmi ile büyümeye devam etmektedir. 2006 yılı organik ürün satış bedeli 2000 yılı değerinin iki katına çıkarak 38.6 milyar dolara ulaşmıştır. Organik ürünler için en önemli ihrac pazarları Avrupa Birliği, ABD ve Japonya’dır (Yussefi ve Willer, 2008). British Columbia eyaleti nüfusu Kanada nüfusunun %13’ünü oluşturmasına rağmen toplam organik gıda tüketiminin %26’sını gerçekleştirmiştir. Polonyalı tüketicilerin %7’si organik ürün tüketmektedirler ve organik pazarın 2006 yılı değeri 50 milyon Euro’dur. Kanada’da toplam gıda satışının %0.9’unu oluşturan organik gıdaların satış değeri 2006 yılında toplam 1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (<http://www.sixtytwo.biz>).

Çizelge 4.11. Avrupa ülkelerinde organik tarım ürünleri satışı ve kişi başına düşen harcama miktarı

Ülke	Organik ürün satış değeri (€)	Kişi başına düşen organik ürün harcama miktarı (€)
Almanya	3.9 bin	47
İtalya	2.4 bin	42
İngiltere	2.33 bin	39
Fransa	2.2 bin	37
Danimarka	307 milyon	57
Avusturya	450 milyon	56
Hollanda	467 milyon	-
İspanya	300 milyon	7
İsviçre	763 milyon	103

Kaynak: Yussefi and Willer, 2007.

OMIARD tarafından 2004 yılında yapılan çalışma sonuçlarına göre Avrupa ülkeleri sahip oldukları organik tarım pazarının gelişmişlik düzeyine göre olgunlaşmış pazara sahip ülkeler, gelişmekte olan pazara sahip ülkeler ve gelecek vaat eden ülkeler olmak üzere üç gruba ayrılmışlardır. Birinci grupta Avusturya, Danimarka, Almanya, İsviçre ve İngiltere; ikinci grupta Finlandiya, İtalya, Hollanda, İsveç, Fransa, Belçika; üçüncü grupta ise Çek Cumhuriyeti, Yunanistan, İrlanda, Slovenya, İspanya, Norveç ve Portekiz yer almaktadır. Olgunlaşmış pazara sahip ülkelerde süpermarketler lider konumdadır ve çevre koruma ile hayvan refahı konuları öncelikli konular olarak ele alınmaktadır. Gelişmekte olan pazara sahip ülkelerde ise özel organik dükkanları ve

direkt satışlar ön planda iken hayvan refahı daha az önem taşıyan bir konudur. Gelecek vaat eden ülkelerde ise organik sektör halen bir niş pazardır ve hala organik üreticiler ve bu sektörde yer alan az sayıda aktör tarafından yürütülmektedir ve ciddi organizasyon sorunları mevcuttur.

Avrupa ülkelerinde kişi başına yıllık ortalama organik ürün harcama oranı 27 Euro'dur. Fakat bu oran Avrupa ülkeleri arasında çok farklılık göstermektedir; en düşük 7 Euro ile İspanya ve en yüksek 103 Euro ile İsviçre'dir (Çizelge 4.11). Danimarka ve İsveç gibi ülkeler 40 Euro'nun üzerinde harcama yapmaktadırlar (Yussefi ve Willer, 2007).

Genel olarak daha önce gelişmesini tamamlamış lider ülkeler geliştirmekte olan ülkelere daha yavaş bir hızla büyüme göstermektedirler. Perakende sektörü açısından bakıldığında organik pazarın daha da büyümesi beklenmektedir. Orta vadede piyasa uzmanları %5'lik bir büyüme tahmin etmektedirler.

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

Nitekim organik ürün üreticisi ülkelere Arjantin'de organik ürünlerin % 15'i, İtalya'da ise % 5.7'si iç pazarda tüketilmektedir. ABD'de ise halkın organik ürün üretme oranının % 15'e ulaştığı ve giderek artış gösterdiği, organik ürün üretimi yönünden iyi konumda olan ABD'nin halkın gereksinmesini karşılamak amacıyla ihracatını da sürdüreceği kaydedilmektedir.

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

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

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

3. **Ürünlerin raf ömrünün kısa olması:** Organik ürünlerin gerek üretimi ve gerekse hasat sonrasında koruyucu yapay kimyasal maddeler kullanılmadığı için raf ömürleri de klasik yöntemlerle üretilmiş ürünlere göre daha kısadır ve ürünün hızlı tüketimini gerektirmektedir. Bu durum da pazarlamacı açısından sakınca oluşturmaktadır. Örneğin taze meyve ve sebzeler, süt, et gibi en fazla talep gören ürünler raf ömürleri kısa olduğu için pazarlamacılar tarafından talep görmemektedir.

4. **Tüketici tercihleri:** Sebze ve meyveler organik ürünler içinde en fazla talebin olduğu türlerdir. Çünkü sebze ve meyvelerin üretiminde diğer ürünlere göre daha fazla yapay kimyasal kullanılmaktadır. Sebze ve meyveleri, un ve unlu mamuller, meyve suları, et ve süt ürünleri izlemektedir.

5. **Fiyat oluşumu:** Daha önce de belirtildiği gibi organik ürünlerin satış fiyatının yüksek olması bu ürünleri cazip kılsa da, satışta problem oluşturmaktadır. Bu

nedenle ülkemizdeki satış yerlerinin daha çok gelir düzeyi yüksek kişilerin oturduğu semtlerde yoğunlaştığı, bunların bile talep görmediği için kısa sürede kapandığı görülmektedir.

Türkiye’de organik tarım tüketicileri ile ilgili spesifik bilgiler mevcut olmamakla birlikte Türkiye organik tarım pazarının büyüklüğünün 5 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir. Perakende sektörü genel olarak perakende gıda sektörü müşterilerinin profilleri ile ilgili bilgilere sahiptirler. Türkiye’de nüfusun %15’inin organik tarım ürünlerini tükettiği tahmin edilmektedir, bu oran da 10 milyonluk bir nüfusa ve toplam gelirin %50’sine sahip bir nüfusa karşılık gelmektedir. Bu tüketicilerin özellikleri moda gelişmelere karşı hassas olmaları, sağlıkla ilgili konularla yakından ilgilenmeleri ve organik tarım ürünleri konusunda bilgili olmalarıdır. Türkiye’de organik ürün tüketicileri fiyat konusunda çok bilinçli olup %5-75 olan fiyat primlerini ödemeye razı değillerdir. Bir çok ürün konvansiyonel ürünlerden %30-40 daha yüksek fiyatlarla satılmaktayken bazı ürünler de aynı fiyatlarla pazarda yer almaktadır. Günümüzde birkaç zincir market raflarında organik ürünlere yer vermektedir. Ama Türk tüketicilerin organik gıda konusunda daha fazla eğitime ve bilinçlenmeye ihtiyaç duyduğu kanısı hakimdir.

4.6.1. Türkiye’de Organik Tarım Ürünlerinin İhracat ve İthalatı

Ülkemiz tarafından yaklaşık olarak 200’ün üzerinde organik tarım ürünü ihraç edilmektedir. 2004 yılına kadar artış gösteren fakat 2004 yılı itibariyle düşüşe ve dalgalı bir seyir izlemeye başlayan organik tarım ürünleri ihracatımız 2008 yılında 8 628 ton ve 27 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 4.5).

Ülkemiz organik tarım ihracatında en fazla yer alan ürünler; kuru üzüm, kuru kayısı, kuru incir, fındık, mercimek, nohut, pamuk elyafı, bal ve dondurulmuş meyvelerdir. Üretici konumundaki gelişmiş ülkelerin ihracat değerleri incelendiğinde, bu ülkelerin geliştirmekte olan ülkelere ham madde temin edip bunu işleyerek tekrar geliştirmekte olan ülkelere sattıkları da dikkati çekmektedir. Bu durumda gelecek açısından işlenmiş ürüne doğru yönelmenin daha faydalı olacağı görülmektedir.

1985-86 yıllarında kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı ihracatı yapılırken günümüzde sert kabuklu ve kuru meyveler, dondurulmuş meyve ve sebze, yaş meyve ve sebze, baharatlar ve bakliyat sektörlerinde yoğunlaşmış olup gülsuyu, gülyağı, zeytinyağı, pamuk ve tekstil ürünleri ihracatı da gerçekleştirilmektedir. Toplam 32 ülkeye organik ürün ihracatı yapılmakta olup en önemli alıcılarımız Avrupa Birliği ülkeleri iken Avrupa Birliği ülkeleri dışında Kuzey Avrupa ülkeleri, ABD, Kanada ve Japonya potansiyel pazarlardır. 2005-2006 yıllarında yaklaşık 30 milyar dolarlık bir pazara sahip olan organik tarım 2007 yılında 38 milyar dolarlık bir pazara sahiptir. Bu pazarda lider ülkeler 15 milyar dolar ile ABD ve 14 milyar dolar ile Avrupa Birliği'dir. 8 milyar dolar ise Kanada, Japonya ve Avustralya arasında paylaşılırken 1 milyar dolar da diğer ülkelerin sahip olduğu paydır. Türkiye'nin bu pazardaki payı ise % 0.1 civarındadır. Ülkemiz organik tarım açısından avantajlara sahip olmasına rağmen dünya pazarlarında düşük paya sahiptir. Son yıllarda iç pazarda organik ürün payında artış olmasına rağmen organik ürünlerin iç pazardaki payı ancak % 1-2 civarındadır.

Çizelge 4.12. Yıllar itibariyle Türkiye'nin organik ürün ihracatı

Yıllar	Miktar (kg)	Tutar (\$)
1998	8 616 686.74	19 370 598.69
1999	12 049 948.72	24 563 892.01
2000	13 128 933.90	22 756 297.13
2001	17 556 279.64	27 242 406.92
2002	19 182 858.62	30 877 140.08
2003	21 083 351.35	36 932 994.88
2004	16 093 189.05	33 076 319.57
2005	9 319 327.77	26 230 259.24
2006	10 374 493.90	28 236 617.42
2007	9 346 676.94	29 359 321.49
2008	8 628 797.85	27 260 481.53

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Organik Tarım İstatistikleri (1998-2008)

Henüz ülkemizde organik tarım ürünleri dış ticaretine yönelik istatistiksel altyapı oluşturulamamıştır ve bu nedenle ihracata ilişkin veriler ancak Ege İhracatçı Birlikleri kayıtlarından takip edilebilmektedir. Organik ürünlere ait istatistikler incelendiğinde üretim değerlerinin yüksek fakat ihracat değerlerinin düşük olması dikkat çekmektedir. Organik tarım ürünleri ihracatı kayda bağlı olmasına rağmen bazı firmalar ihracatçı birliklerine belgeleri teslim etmemektedirler. Ayrıca firmalar sözleşmeli üretim yaptırılmalarına rağmen ürünü almamakta ve ürünler sertifikalı olmalarına rağmen konvansiyonel ürün olarak iç pazarda satışa sunulmaktadır.

Çizelge 4.13. Yıllar itibariyle Türkiye'nin organik ürün ihracatı (M: Miktar (ton), D: Değer (1000 \$))

Ürün	2004		2005		2006		2007	
	M	D	M	D	M	D	M	D
Dondurulmuş meyve	930	1 382	1 130	1164	2 592	4 497	2 354	5 056
Fındık	847	5 114	827	8 324	772	4 119	608	4 542
Kuru kayısı	1 646	5 381	1 045	3275	903	2 368	1 169	3 897
Kuru üzüm	3 316	5 258	1 978	3 152	1 247	2 226	1 375	2 618
Kuru incir	1 843	4 396	1 420	3 665	636	1 890	1 077	5 413
Çam fıstığı	34	665	57	1214	32	786	59	1 942
Nohut	871	673	497	453	724	718	864	935
Dondurulmuş sebze	489	415	299	282	579	484	58	60
Anason, rezene ve kişniş tohumları	321	773	71	163	155	425	38	136
Elma suyu	1 406	1 513	-	-	170	236	44	94
Antep fıstığı	25	198	28	262	20	202	30	389
Pamuk	1 573	2 824	389	697	85	138	N/A	N/A
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	N/A	N/A
Zeytinyağı	91	360	56	278	4	40	14	102
Mercimek (yeşil+kırmızı)	1 508	1 366	580	564	7	9	639	567
Konserve Kiraz	27	53	37	44	4	9	N/A	N/A
Kuru erik	38	75	11	37	N/A	N/A	0.5	4
Toplam (Diğerleri dahil)	16 093	33 076	9 319	26 230	10 374	28 225	9 347	29 359

Kaynak: İhracatı Geliştirme Merkezi, 2008.

Türkiye'nin yıllara göre organik ürün ihracat değerlerine baktığımızda (Çizelge 4.12) 2003 yılına kadar sürekli bir artış yaşanmış ve en yüksek değere 2003 yılında ulaşılmıştır. Fakat 2003 yılından sonra ihracatımızda düşüş ve dalgalanma izlenmektedir. 2003 yılı organik ürün ihracat miktarı 21 083.351 ton ve ihracat tutarı yaklaşık 37 milyon dolar iken 2007 yılı değerleri 9 346.676 ton ve 29.3 milyon dolardır.

2004 yılında en çok ihraç edilen ilk üç ürün kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı iken 2005 yılından itibaren dondurulmuş meyveler de en çok ihraç edilen ürünler arasına girmiş ve hatta 2006 ve 2007 yıllarında ilk sırayı almıştır. Diğer önemli organik ihracat ürünleri fındık ve nohuttur. İhracatı dikkat çekecek şekilde azalan iki organik ürün ise pamuk ve mercimektir (Çizelge 4.13).

2007 yılında en yüksek ihracat değerine sahip ürünler sırasıyla kuru incir (%18.43), dondurulmuş meyve (%17.22), fındık (%15.47), kuru kayısı (%13.27), kuru üzüm

(%8.91) ve çam fıstığı (6.61) olup bu altı ürünün 2007 yılı toplam organik ürün ihracat değeri içerisindeki payı %79.91'dir.

Çizelge 4.14. 2008 yılı organik ürün ihracatı yaptığımız ülkeler

Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	1 795.00	15 627.00
Almanya	677 700.00	2 371 322.00
ABD	2 769 254.00	1 939 221.00
İngiltere	2 524 556.00	2 292 770.00
Hollanda	1 099 146.00	4 098 898.00
Çek Cumhuriyeti	18 000.00	32 927.00
İsviçre	213 005.00	1 190 101.00
İtalya	521 435.00	1 583 918.00
Yeni Zelanda	72 975.00	209 014.00
Yunanistan	20 000.00	25 603.00
Danimarka	109 000.00	269 274.00
Suudi Arabistan	18 500.00	37 530.00
Hong Kong	6 501.00	43 143.00
Avustralya	40 200.00	212 664.00
İsveç	75 358.00	411 499.00
Birleşik Arap Emirlikleri	10 980.00	10 869.00
Singapur	700.00	2 824.00
Avusturya	180 900.00	370 241.00
Japonya	22 172.00	49 213.00
Irak	7 200.00	18 000.00
Güney Kore Cumhuriyeti	164 147.00	945 733.00
Azerbeycan-Nahçıvan	34 367.00	40 429.00
Fas	12 665.00	26 057.00
Tayvan	151 837.00	300 529.00
El Salvador	232 280.00	357 711.00
İspanya	768.00	11 099.00
Portekiz	84 975.00	294 031.00
İsrail	43 359.00	118 110.00
Romanya	6 804.00	43 467.00
Slovenya	209.00	1 689.00
Kanada	54 093.00	188 428.00
Toplam	8 628 797.00	27 260 481.00

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı web sayfası.

Türkiye'nin organik ürünler ithalatı dalgalı ve düşük bir seyir izlemekte olmasına rağmen 2008 yılı itibarıyla bir artış göstermiştir (Çizelge 4.14). Daha önceki yıllarda ithalatı fazla yapılan ürünler ananas kompostosu, bebek maması, ayçiçeği yağı, müsli, bitkisel süt ve işlenmiş gıdalar olmasına rağmen, 2008 yılı verileri incelendiğinde buğday ve pamuk tüm ithalatın yaklaşık %85'ini oluşturmaktadır.

Çizelge 4.15. 2005-2008 yılları Türkiye organik ürün ithalat miktarı (Ton)

Ürün	2005	2006	2007	2008
Ananas Komposto	5 287.80	0.00	0.00	0.00
Ayçiçek Yağı	3 145.04	9.87	0.40	14.09
Kremalı Sebze Çorbası	442.37	0.00	0.00	0.00
Kuru Ananas	408.00	0.00	0.00	0.00
Kuşburnu	0.99	0.00	0.00	0.00
Müsli	13 045.50	1.70	0.00	20.15
Bitkisel Süt	8.32	1 864.00	0.00	0.00
Bebek Maması (Kavanoz)	382.01	181.31	563.93	33.49
Baharat/Ot Kübü	230.40	0.00	0.00	0.00
Sebze Bulyon	146.44	0.00	0.00	0.00
Bisküvi	0.00	5.15	0.00	0.00
Çikolata	0.00	1.34	1.65	0.00
Pudding	0.00	0.36	0.00	0.00
Kahve (Çekirdek)	0.00	16.89	2.05	0.00
Çay	0.00	0.31	0.09	0.29
Kayısı Konserve	0.00	0.25	0.26	0.00
Yaban Mersini Konervesi	0.00	0.25	0.26	0.00
Kırmızı Meyve Konervesi	0.00	0.25	0.26	0.00
Çilek Konervesi	0.00	0.25	0.26	0.00
Tatlı Portakal Konervesi	0.00	0.25	0.26	0.00
Fasulye	0.00	20.50	0.69	540.50
Nohut	0.00	325.00	0.00	49.81
Sirke	0.00	1.26	0.00	0.00
Ekmek	0.00	0.00	2.14	0.00
Fındık Ezmesi	0.00	0.00	1.61	0.00
Kakaolu İçecek	0.00	0.00	0.41	0.00
Makarna	0.00	0.00	14.20	0.00
Ahududu Konervesi	0.00	0.00	0.13	0.00
Reçel	0.00	0.00	3.86	3.92
Rokfor Peyniri	0.00	0.00	0.69	0.69
Ayçiçeği	0.00	0.00	0.69	4 258.31
Buğday	0.00	0.00	0.69	16 209.64
Ceviz	0.00	0.00	0.69	45.28
Çavdar	0.00	0.00	0.69	4 374.25
Pamuk	0.00	0.00	0.69	92 449.00
Susam	0.00	0.00	0.69	508.86
Yulaf	0.00	0.00	0.69	6 505.77
Buğday Çimi Tozu	0.00	0.00	0.69	0.16
Hurma	0.00	0.00	0.69	1.50
Mercimek	0.00	0.00	0.69	54.09
Mısır	0.00	0.00	0.69	371.42
Susam	0.00	0.00	0.69	0.00
Zencefilli Kurabiye	0.00	0.00	0.69	1.98
Bulgur	0.00	0.00	0.69	129.92
Toplam	23 096.87	2 428.94	602.85	125 573.12

Kaynak: T.C. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı web sayfası.

4.6.2. Organik Tarım Ürünlerinde Pazarlama Kanalları

Organik ürünlerin satışında çeşitli pazarlama kanalları kullanılmaktadır. Yerel pazarlarda üretici ağı aracılığı ile direkt satış yapılmaktadır. Zincir perakendeciler kanalıyla yapılan satışta hem üreticiler tarafından kurulmuş organik ürün kooperatifleri hem de zincir marketler yer almaktadır. Bir diğer pazarlama kanalı ise uzman mağazalardır. Ülkemizde de son yıllarda yaygınlaşan bir diğer kanal ise internet aracılığı ile eve teslim şeklinde olan satışlardır.

Organik ürünlerin pazarlama kanalları ülkelere göre farklılık göstermektedir. Almanya’da organik ürünlerin %41’i zincir perakendeciler ve %31’i organik ürünlerde uzman perakendeciler tarafından, İngiltere’de %76’sı zincir perakendeciler, %16’sı organik ürünlerde uzman perakendeciler ve %8’i üreticiler tarafından, İsviçre’de ise %75’i zincir perakendeciler ve %15’i organik ürünlerde uzman perakendeciler tarafından satışa sunulmaktadır (Yussefi ve Willer, 2007).

2003 yılında ABD’de 20 000 doğal gıda dükkanında ve konvansiyonel ürün satan marketlerin %73’ünde organik tarım ürünlerini satın almak mümkündür. Market zincirlerinde organik gıda satışları 2005 yılına göre 2006 yılında %28 artış göstermiştir. Avusturya’da perakende market zincirleri ve indirim mağazalarında 2006 yılında satılan tüm gıda ürünlerinin %4.9’u organiktir ve aynı yıl satışa sunulmuş olan organik ürün çeşidi 8 000 adettir. İtalya’da 2005 yılından bu yana tüm okullarda öğlen yemeklerinin organik olması yasal olarak zorunludur.

Çizelge 4.16. Bazı ülkelerde organik gıda ve içeceklerin satıldığı pazarlama kanalları (%)

	Geleneksel süper market	Özelleşmiş dükkanlar	Doğrudan satış	Fırınlara ve 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: Yussefi and Willer, 2007.

Organic Monitor (2002) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre İngiliz tüketiciler dünyada en fazla organik ürün çeşidine erişimi olan tüketicilerdir. Tesco organik gıda sektöründe liderdir ve organik ürün yelpazesinde 1 200'den fazla ürün bulunmaktadır. 2001 yılı organik ürün satış değeri 200 milyon £ olarak gerçekleşmiştir. Tesco'yu takip eden diğer iki lider süpermarket ise Sainsbury ve Waitrose'dur ve bu iki süpermarket de Tesco ürün yelpazesine yakın sayıda organik ürün sunmaktadır. Organik ürün satış miktarları Tesco'dan düşük olmasına rağmen, kendi bünyelerinde organik ürün payı konvansiyonel ürün payından yüksektir.

Avrupalı diğer perakendeciler İngiliz süpermarketleri ile aynı seviyede değildir. Sadece Danimarka perakende sektörünün lideri olan ve 800 üzerinde organik ürün sunan FDB ile İngilizlere yaklaşabilmektedir. Sektörün ikincisi Dansk Supermarked ise FDB'nin sunduğu organik ürün sayısının yarısı kadar ürüne raflarında yer vermektedir.

Hollanda ve Almanya'da ise organik ürünlerin satışını sağlıklı gıda mağazaları gerçekleştirmektedir ve halen bu mağazalar güçlerini korumaktadır, fakat son yıllarda organik ürünlerin süpermarket zincirlerindeki büyümesi karşısında sağlıklı gıda mağazalarının büyümesi durgunluk dönemine girmiştir. Bunun aksine, Danimarka, İsveç ve İngiltere'de süpermarket zincirleri organik üreticiler ile ortaklıklar kurmuş ve bu yolla organik üretimi desteklemektedirler.

Organik tarım sektörü olgunlaştıkça işlenmiş organik tarım ürünlerinin sektördeki payı da artmaktadır. Almanya'da organik bebek maması organik tarım sektörünün %60'ını oluşturmaktadır. Sektördeki diğer gelişmeler zincir marketlerin kendi özel markaları ile tüketiciye sundukları organik ürünlerdir. Heinz ve Nestle gibi büyük firmaların da organik pazara girmesiyle organik sektör dinamiklerinin arz tarafında da önemli değişiklikler yaşanmıştır. Tüm bu gelişmelerin sektörün büyümesi üzerindeki sınırlayıcı etkisi ancak organik ürünlerin doğru miktarda, zamanda, fiyatta, spesifikasyonda ve sertifikasyon ile temin edilebilirliğinin sağlanması ile ortadan kaldırılabilir.

Pazar büyüdükçe ve arz arttıkça, ölçek ekonomisinin gerçekleştirilmesi mümkün olacaktır. Bu üreticileri doğrudan etkilemeyebilir. Kısa ve orta vadede fiyatlarda düşme yaşanabilir, çünkü artan üretim varolan arz miktarını arttırmaktan çok ithal edilen miktarı telafi edecektir ve piyasa büyümeye devam edeceğinden işleme ve dağıtım sisteminde ölçek ekonomisi potansiyeli yüksek gözükmektedir.

Giderek büyüyen organik tarım pazarında üreticiler doğru ürünü ve doğru kaliteyi üretme konusunda dikkatli olmalıdırlar. Bazı üreticiler ürünlerini direkt pazarlama yolu ile tüketicilere ulaştırırlar; örneğin yerel pazarlarda veya restoranlara satış yaparak. Fakat çoğu üretici toptancılar vasıtasıyla ürünlerini pazarlarlar. Organik gıdalar genellikle küçük bir niş pazarda pay sahibi olan küçük ölçekli işletmeler tarafından üretilmektedir. Bu işletmeler bu pazara ilk girdiklerinde pazar oldukça küçük ve özel bir pazar iken şimdi ise organik tarım pazarı daha büyüktür ve büyük gıda sanayi işletmeleri de bu pazara girerek pazarda yerlerini almışlardır, bu durumda rekabet edebilmek için eski küçük işletmelerin büyümeleri veya birleşmeleri gerekmektedir. Bu küçük işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri kendilerine bir niş pay oluşturabilmelerine ve fiyat ve kalite rekabeti ile Pazar paylarını korumalarına bağlıdır.

Genellikle üreticiler, organik ürünleri işleyen firmalar ve perakendeciler arasında aracılar yer almaktadır. Aracılar ürünü pazarlama zincirinde yer alan bir aktörden diğerine iletirler. On yıl önce bu aracılar uzmanlaşmış, bölgesel olarak faaliyet gösteren ve ürünleri genellikle sağlıklı gıda satan dükkanlara ileten yapıda iken, günümüzde doğal gıda sanayinde yaşanan değişikliklere bağlı olarak bu aracılardan bir çoğu tanınmış kuruluşlara dönüşmüşlerdir.

Organik ürünlere olan tüketici talebi arttıkça, büyük zincir marketler de raflarında organik ürünlere yer vermeye başlamışlardır. Zincir marketler raflarında yer alacak organik ürünlerin tedarikçilerinin süreklilik arz etmesini, kesin olarak organik olmasını ve tüketici beklentilerini karşılayacak özellikleri taşımasını talep ederler. Sonuç olarak perakendeciler toptancılar ile uzun dönemli ve sağlam iş ilişkileri kurma taraftarıdırlar. Fakat aynı zamanda raflarında yer alacak ürünleri direkt olarak üreticiden temin eden perakende zincirler de mevcuttur. Süpermarketler aracılığı ile satış organik tarım gibi

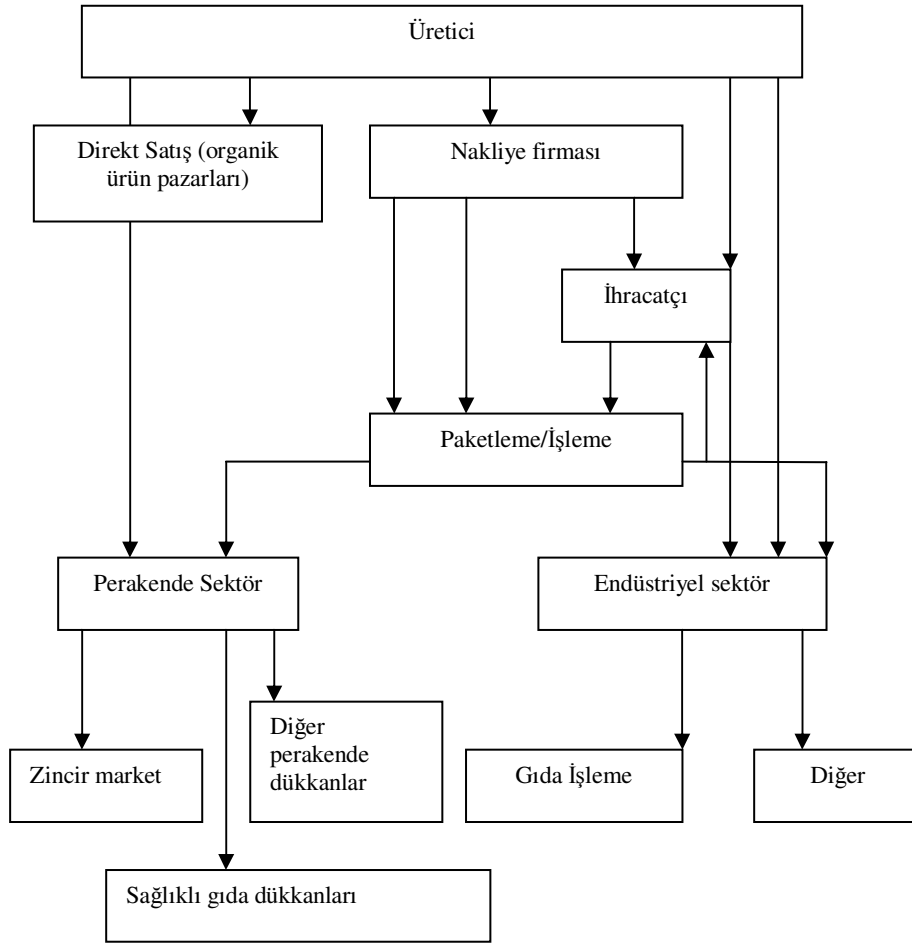
küçük bir sektöre önemli roller yüklemektedir. Süpermarketler büyük miktarda ve homojen ürünün zamanında teslimini talep etmektedirler ki bu şartlar organik tarım sektörü için ağırdır. Yüksek süpermarket satış hacmine sahip ülkelerin deneyimleri yeni büyük tüketici kesimlerinin oluşturulduğunu göstermektedir. Hatta, dağıtım kanallarında yaşanan problemleri aşmada süpermarket satışları en önemli kurtarıcı olarak gözükmektedir. Küçük ölçek problemi üretici-tüketici arasındaki tüm bağlantılar nedeniyle maliyetleri arttırdığından pazarın gelişimini aksatmaktadır.

Organik tarım sektöründe direkt pazarlama, perakende zincirleri veya özel uzmanlaşmış dükkanlar gibi farklı pazarlama kanalları ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaştırılmasında kullanılmaktadır (Şekil 4.12). Dolaylı pazarlama yoluyla ise üreticiler ve ihracatçılar ürünleri Avrupa Birliği ülkelerindeki ithalatçılara ulaştırmaktadırlar. İthal edilen ürünlerin uzman bir ithalatçı veya paketleme/işleme birimi tarafından tüketicilere ulaştırılması en çok kullanılan yollardan birisidir. Her pazarda her bir ürün grubu için birkaç uzman ithalatçı firma ihracatçılar karşısında baskın müşteri olma eğilimi göstermektedirler. Kendi hesaplarına ithalatı gerçekleştirirler ve daha sonra paketleme/işleme yapan firmalara satarlar.

Doğrudan pazarlamada ise, üreticiler geleneksel pazarlama kanalları yerine direkt olarak tüketicilere ürünlerini ulaştırarak daha fazla kontrol sahibi olurlar. Tüketilmeden önce herhangi bir işleme tabii tutulması gerekmeyen meyve, sebze gibi ürünler direkt pazarlama için ideal ürünlerdir. Direkt pazarlamaya örnek olarak üretici pazarları ve eve teslim siparişler verilebilir. İhracatçıların perakende zincirlere direkt satışı daha nadir görülen bir pazarlama şekli olmasına rağmen yaygınlaşmaya başlamıştır.

İhracatın yönlendiği ülkeler incelendiğinde (Çizelge 4.14), en fazla ihracatın AB ülkelerine yapıldığı, bu ülkeleri ABD, Avustralya, Kanada, Japonya, Tayvan, Suudi Arabistan, İsrail'in izlediği görülmektedir. Çizelgeye göre Türkiye 30'a yakın ülkeye ürün ihracı yapmaktadır. En fazla ihracat AB ülkelerinden Almanya'ya yapılmakta, bunu ABD izlemektedir.

Şekil 4.12. Organik tarım ürünleri pazarlama kanalları



Sağlıklı ürün dükkanlarında pazarlanan başlıca ürünler gıda takviyeleri ve doğal ilaç ürünleridir. Organik ürünlerin geleneksel ürünlerden daha sağlıklı olduğu iddiasının sonucu olarak organik ürünler de bu dükkanlarda satışa sunulmaktadır. Doğal gıda dükkanları ise ağırlıklı olarak organik tarım ürünlerinin satışa sunulduğu dükkanlardır. Bu dükkanların profili organik ürünler ile bilinmektedir ve genellikle taze ürünlere raflarında yer vermektedirler.

Pazarlama kanallarının önemi ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Almanya'da doğrudan pazarlama ve uzmanlaşmış gıda dükkanları vasıtasıyla satış önde giden pazarlama kanalları iken İsviçre, İskandinavya ve İngiltere'de organik pazarın daha ilk oluşmaya başladığı zamanlarda dahi zincir marketler pazarlama kanalı içindeki yerini almıştır.

Organik ürünlerin zincir marketler vasıtasıyla satıldığı ülkelerde organik ürünlerin pazar payı, satışın uzman ürün mağazaları ile yapıldığı ülke payından daha yüksektir. Perakende zincirlerin egemen olduğu ülkelerde tüketici primleri daha düşüktür, çünkü dağıtım ve pazarlama maliyetleri daha düşüktür, daha fazla miktarda ürünü nakletmek daha düşük maliyetlidir.

Direkt pazarlama kanalının bir takım avantajları mevcuttur. Direkt pazarlama ile tüketiciler istedikleri bilgiyi direkt olarak üreticiden temin edebilirler. Satış fiyatının tamamı üretici eline geçer. Aile işgücünün değerlendirilmesi imkanı doğar. Nakliye masraf ve zamanı en aza indirilebilir. Bu avantajların yanında bir takım dezavantajlar da mevcuttur. Kazanç pazardaki müşteri yoğunluğuna bağlı olarak değişkenlik gösterir. Tezgah kirası ek masraf olarak maliyetlere eklenir. Tüketicinin fiyatları karşılaştırma imkanına sahip olması rekabeti arttırıcı bir etken olarak üreticinin karşısına çıkar.

Distribütörler kanalı ile pazarlamada ise daha fazla miktarda satış yapma olanağı bir avantaj iken, toptan fiyatına ürünleri elden çıkarma zorunluluğu dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır.

5. TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN EKONOMİK ANALİZİ

5.1. Organik ve Konvansiyonel Domateste Brüt Kar Analizi: Çanakkale Örneği

Domates dünyada en çok üretilen ve tüketilen tarım ürünlerinin başında gelmesi, insan beslenmesinde önemli bir yere sahip olması ve konserve, salça, ketçap, dondurulmuş olmak üzere bir gıda sanayi hammaddesi olması nedeniyle önemli sebzeler arasında yer almaktadır. Ülkemizde üretilen domatesin %25'i sanayide işlenmektedir. Bu domatesler genellikle Balıkesir, Çanakkale, Turgutlu ve Tokat gibi işleme sanayinin bulunduğu yerlerde yetiştirilmektedir. Sanayide işlenen domatesin %85'i domates salçası, %10'u konserve ve %5'i ketçap, domates suyu, kuru domates yapımında kullanılmaktadır. 2005- 2006 sezonunda domates salçası üretimi 260.000 ton olarak saptanmıştır (<http://www.usda.org>). Fakat konserve domates üretimi artarak 35 000 ton olarak gerçekleşmiştir. Bunda ihracatın payı büyüktür.

Domates ülkemizde üretilen organik ürünler içerisinde yüksek bir paya sahiptir. Ülkemizde 1 milyon ha alan üzerinde yaklaşık 25.7 milyon ton kadar sebze üretilmektedir ve bunun 9.8 milyon tonunu domates oluşturmaktadır (<http://faostat.org>). Ülkemizdeki toplam domates üretiminin yarısına yakını sofralık domates, diğer yarısını da sanayi tipi domates oluşturmaktadır.

2001-2008 yılları organik tarıma ait veriler incelendiğinde organik domatesin ilk dört ürün sıralaması içinde yer aldığı görülmektedir (Çizelge 4.4). Konvansiyonel domates de benzer şekilde ülkemiz tarımsal ürünleri içinde ilk sıralarda yer almaktadır. Domates aynı zamanda işlenmiş olarak ihracatta önemli bir yere sahiptir. Çizelge

4.17’de 2002-2008 yıllarına ait konvansiyonel ve organik domates üretim miktarları görülmektedir.

Çizelge 4.17. 2002-2008 yılları Türkiye konvansiyonel ve organik domates üretimi (ton)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Konvansiyonel	9 450 000	9 280 000	9 440 000	10 050 000	9 854 877	9 945 043	10 985 355
Organik	82 809	26 493	22 897	25 125	15 512	21 437	19 757

Kaynak: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İstatistikleri ve FAO.

2007 yılı verileri incelendiğinde 133 259 909 ton olan toplam dünya domates üretiminde Türkiye 9 854 877 tonluk üretim ile dünya konvansiyonel domates üretiminde üçüncü sırada yer almaktadır (<http://faostat.fao.org>). Organik domates üretiminin Türkiye toplam organik ürün üretimindeki payı yıllar itibariyle %4 ile %32 arasında değişmektedir. 2004 yılı sebze ihracatının %25’ini 109 563 000 \$ ile domates oluşturmuştur. 2004 yılında İspanya en büyük domates ihracatçısı olurken onu sırasıyla Meksika, Hollanda, Suriye, Ürdün ve Türkiye izlemiştir. İthalatta ise Amerika Birleşik Devletleri ilk sıradadır. Diğer önemli ithalatçı ülkeler ise Almanya, Fransa, İngiltere’dir. Konserve domates ihracatında AB(25) liderliğini korumaktadır. ABD’nin konserve domates ihracatında ise 2001 yılından bu yana düzenli bir artış trendi gözlenmektedir. Türkiye’nin ihracatı 2002 yılında çarpıcı bir artış göstermiş ve 2005 yılında 76.928 ton konserve domates ihraç edilmiştir. Tüm bunlar dikkate alınarak, maliyet analizi için bu çalışmada domates seçilmiştir.

Organik ve konvansiyonel tarımda verim ülkeye, bölgeye, yöreye ve işletmelere göre değişiklik göstermektedir. Brumfield ve ark. (1992) tarafından A.B.D.’de yapılan çalışmada organik domates verimini 3 025 kg/da ve konvansiyonel domates verimini 5 486 kg/da olarak bulunmuştur. Ülkemizde ise yapılan çeşitli çalışmalarda organik domates verimi 3 000-6 500 kg/da arasında değişmektedir ve tarım istatistiklerine göre 2008-2009 konvansiyonel domates verimi ortalama 7 500 kg/da olarak bulunmuştur.

Bu çalışmada inceleme alanı olarak Çanakkale ili seçilmiştir. Çanakkale ili Türkiye domates yetiştiriciliğinde önemli bir yere sahiptir ve Çanakkale ilinde domates yetiştiriciliği toplam sebze üretiminin %58’ini oluşturmaktadır. 2005 yılı Türkiye toplam organik domates üretiminde Çanakkale’nin payı %2 iken, 2006 yılında bu değer

%4'e yükselmiştir. Kullanılan veriler 2004-2005 üretim yılında Çanakkale ilinde organik ve konvansiyonel domates yetiştiriciliği yapan üreticiler ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Brüt kar analizi için gerekli olan verilerin toplanması amacıyla materyal ve yöntemde de belirtildiği üzere 63 organik ve 86 konvansiyonel domates üreticisi ile görüşülmüştür. 2004-2005 üretim yılı için Çanakkale ilinde Tarım İl Müdürlüğü'ne kayıtlı olan 63 organik domates üreticisi mevcut olup, 3 adet üretici ise kaydını yaptırmamıştır. Yapılan anketlerden elde edilen verilere göre elde edilen konvansiyonel ve organik domates brüt kar analizi sonuçları Çizelge 4.18'de sunulmuştur.

Çizelge 4.18. Organik ve konvansiyonel domates brüt kar analizi

	Konvansiyonel Domates	Organik Domates
İşçilik (TL/da)	288.67	260.61
Gübre (TL/da)	26.90	0
İlaç (TL/da)	13.76	0.87
Akaryakıt (TL/da)	19.46	19.59
Tarla Sürüm (TL/da)	10.56	7.19
Tohum/Fide (TL/da)	82.33	55.03
Sulama (TL/da)	11.69	7.33
Diğer (TL/da)	19.27	19.41
DEĞİŞEN MASRAFLAR TOPLAMI (TL/da)	472.64	370.03
Verim (kg/da)	7 464.00	3 284.00
Birim Fiyat (TL/kg)	0.15	0.35
GSÜD (TL/da)	1 119.60	1 149.40
BRÜT KAR (TL/da)	646.96	779.37

Çizelge 4.18'den görüldüğü gibi organik domates verimi 3 284 kg/da ile 7 464 kg/da olan konvansiyonel domates veriminden daha düşüktür. Değişen masraf toplamı konvansiyonel domates için 472.64 TL/da iken organik domates için 370.03 TL/da'dır. Organik domates verimi konvansiyonel domates verimine göre % 57 düşük olmasına rağmen ve organik domates birim fiyatı konvansiyonel domates fiyatından %133 daha yüksek olduğu için; organik ve konvansiyonel domateste dekar başına gayri safi üretim değeri arasında sadece %2.66'lık bir fark mevcuttur. Organik domates yetiştiriciliğinde brüt kar 779.37 TL/da iken konvansiyonel domates yetiştiriciliğinde 646.96 TL/da'dır. Organik domates yetiştiriciliğinden elde edilen brüt kar konvansiyonel domates yetiştiriciliğinden elde edilen brüt kardan % 20.46 daha yüksektir.

5.2. Organik ve Konvansiyonel Fındıkta Brüt Kar Analizi: Düzce Örneği

Dünya'nın fındık üretimi için gerekli uygun hava koşullarına sahip bir kaç ülkesinden biri olan Türkiye'deki üretimi çok eskilere dayanan fındık, geleneksel ihracat ürünü olma niteliğini devam ettirmekte ve ülke ekonomisine oldukça önemli katkıda bulunmaktadır. Türkiye'de 550-600 bin hektar alan üzerinde üretimi yapılan fındık ile dolaylı ve dolaysız olarak 4 000 000 insan ilgilenebilmekte olup, bu durum fındığın sosyo-ekonomik önemini artırmaktadır.

Fındık çerezlik olarak tüketildiği gibi, pastacılık ve şekerlik sanayiinde geniş ölçüde kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye'de ve Dünyada çerez olarak da tüketilen fındığın % 90'a yakın kısmı kavrulmuş, beyazlatılmış, kıyılmış, dilimlenmiş, un ve püre halinde çikolata, bisküvi, şekerleme sanayiinde, tatlı, pasta ve dondurma yapımı ile yemek ve salatalarda yardımcı madde olarak kullanılmaktadır. Halen ülkemizde yıllık 1 800 000 ton iç kapasiteli 180 kırma fabrikası ile yıllık 350 000 ton iç kapasiteli 40 işleme tesisi bulunmaktadır.

2005-2008 yılları Türkiye konvansiyonel fındık üretim verileri incelendiğinde 2008 yılı üretimimizin 800 791 ton olduğu görülmektedir (Çizelge 4.19). Türkiye, toplam Dünya üretiminin % 75'ini, ihracatının ise % 70-75'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye dışında fındık üreten ülkeler olarak İtalya, İspanya, ABD, İran ve Çin Halk Cumhuriyeti ile çok az miktarda olmak üzere Fransa, Yunanistan ve Rusya Federasyonu sayılabilir. Ancak bugün için İtalya dışında diğer ülkeler dünya ihracatında ülkemiz için önemli bir rakip olarak görülmemektedir.

Çizelge 4.19. 2005-2008 yılları Türkiye konvansiyonel fındık üretim miktarı (ton)

	2005	2006	2007	2008
Türkiye	530 000	661 000	530 000	800 791

Kaynak: FAOstat verileri (2005-2008).

Organik fındık üretiminde lider il 2008 yılı itibariyle Ordu'dur (Çizelge 4.20). Türkiye'de toplam 15 ilimizde organik fındık üretimi yapılmaktadır. 2008 yılı toplam organik fındık üretimi 11 114.69 ton olup giderek artan miktarlarda üretilmeye başlanmıştır. Düzce ili 2008 yılı Türkiye toplam organik fındık üretiminin yaklaşık %15'ini gerçekleştirmiştir. Ordu ili ülkemizdeki en önemli fındık üretim bölgesini

oluşturmaktadır. Ordu bölgesi toplam kabuklu organik fındık üretimimizden yaklaşık % 38 oranında pay almaktadır. Bu bölgeyi sırasıyla Düzce, Giresun ve Trabzon bölgeleri izlemektedir.

Çizelge 4.20. 2005-2008 yılları Türkiye organik fındık üretim miktarı (ton)

İl	2005	2006	2007	2008
Artvin	248.90	223.20	199.68	379.85
Aydın	0	0	0,10	0,01
Bilecik	0.60	0	0	0,20
Çanakkale	0	0	0,70	0
Düzce	1 337.70	1 600.90	1 511.42	1 671.34
Giresun	0	265.50	407.00	413.00
İstanbul	99.00	0	0	0
Konya	0	0	0	0,14
Ordu	1 292.00	1 775.00	3 208.65	3 942.28
Rize	0	0.60	0.70	20.98
Sakarya	77.00	519.50	172.00	1 266.40
Samsun	864.20	1 050.10	1 125.00	1 281.14
Sinop	0	0	0	0,50
Trabzon	745.10	967.50	979.50	1 511.85
Zonguldak	446.50	747.75	749.45	656.80
TOPLAM	5 111.00	7 150.05	8 354.18	11 144.69

Kaynak: T.C: Tarım ve Köyşleri Bakanlığı Organik Tarım İstatistikleri.

Çizelge 4.21. Fındık üreticisi ülkelerin 1994-2007 yılları arasında iç fındık ihracatı miktarları

Yıl	Türkiye	İtalya	İspanya	A.B.D.	Diğerleri	Toplam
1994	186 157	17 397	2 708	8 179	9 000	223 441
1995	241 172	12 749	1 753	7 500	12 000	275 174
1996	198 083	21 468	3 344	4 500	9 000	236 395
1997	202 553	18 193	5 018	3 449	10 000	239 213
1998	201 801	16 014	3 268	2 695	10 000	233 778
1999	193 088	18 311	4 422	1 617	12 000	229 438
2000	177 307	14 687	5 472	2 500	9 500	209 466
2001	258 124	14 000	2 300	5 000	15 000	294 424
2002	252 779	22 925	3 531	5 000	12 000	296 235
2003	220 938	26 676	4 161	4 000	10 000	265 775
2004	217 651	20 300	5 000	4 500	10 000	257 451
2005	209 364	15 587	3 912	4 000	15 000	247 863
2006	247 186	8 300	2 870	4 000	20 000	282 356
2007	233 138	20 749	2 038	4 000	20 000	279 925

Kaynak: Fiskobirlik web sayfası, Erişim Tarihi: 23.02.2010.

Türkiye'nin Dünya'daki diğer fındık üreten ülkeler arasında, üstün kalitesi nedeniyle seçkin bir yeri olup, üretim ve ihracatta liderliğini sürdürmeye devam etmektedir. Fındık ihracatımızda Avrupa Birliği ülkeleri en önemli yeri tutmakta ve bu ülkelerin payı ihracatımızdaki artışa paralel olarak artış göstermektedir. AB ülkelerinin toplam ihracatımızdaki payı yıllar itibariyle değişmekle beraber %80-85'tir. Üretimin her aşamasındaki etkili ve özenli kalite kontrol sistemleri sayesinde alıcı firma isteklerinin tam anlamıyla yerine getirilmesine paralel olarak özellikle işlenmiş iç fındık ihracatı her yıl artış göstermektedir. 2007 yılında 279 925 ton olan toplam dünya iç fındık ihracatının %83'ünü 233 138 ton ile Türkiye gerçekleştirmiştir (Çizelge 4.21). 2007 yılında organik fındık ihracatı toplam organik tarımsal ürün ihracat miktarının %7.5'ini ve toplam ihracat değerinin ise %15'ini oluşturmuştur.

Bu çalışmada konvansiyonel ve organik tarımda brüt kar analizinde inceleme alanı olarak Düzce ili seçilmiştir. Kullanılan veriler 2008-2009 üretim yılında Düzce ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiriciliği yapan üreticiler ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Brüt kar analizi için gerekli olan verilerin toplanması amacıyla materyal ve yöntemde de belirtildiği üzere 23 organik ve 32 konvansiyonel fındık üreticisi ile görüşülmüştür.

Çizelge 4.22. Organik ve konvansiyonel fındık brüt kar analizi

	Konvansiyonel Fındık	Organik Fındık
İşçilik (TL/da)	121.38	160.63
Gübre (TL/da)	73.25	150.00
İlaç (TL/da)	52.45	37.50
Akaryakıt (TL/da)	12.40	8.25
Diğer (TL/da)	78.57	13.13
DEĞİŞEN MASRAFLAR TOPLAMI (TL/da)	338.05	369.51
Verim (kg/da)	220.00	230.50
Birim Fiyat (TL/kg)	4.20	4.50
GSÜD (TL/da)	924.00	1 037.25
BRÜT KAR (TL/da)	585.95	667.74

Çizelge 4.22'den görüldüğü gibi organik fındık verimi 230.5 kg/da ile 220 kg/da olan konvansiyonel fındık veriminden %4.77 daha yüksektir. Değişen masraf toplamı konvansiyonel fındık için 338.05 TL/da iken organik fındık için 369.51 TL/da'dır. Organik fındık gayri safi üretim değeri 1 037.25 TL/da iken konvansiyonel fındık için

bu değer % 11 daha dūřüktür ve 924 TL/da'dır. Organik ve konvansiyonel fındık için brüt kar sırasıyla 667.74 TL/da ve 585.95 TL/da olarak hesaplanmıştır ve organik fındık brüt karı konvansiyonel fındık brüt karından % 13.95 daha yüksektir.

5.3. Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler

5.3.1. Tüketicilere ilişkin sosyo-demografik özellikler

Ankete katılanların demografik özellikleri ile ilgili sonuçlar özet halinde Çizelge 4.23'te sunulmuştur. Anket sonuçlarına göre anketi cevaplayanların %52'si kadın ve %48'i erkektir. Anketi cevaplayanların %51'i 18-35 yaş grubuna, %40'ı 36-55 yaş grubuna ve %9'u 56 ve üzeri yaş grubuna girmektedir. Anketi cevaplayanların %32'si lisans, %31'i lise ve %13'ü lisansüstü eğitimi tamamlamıştır ve anketi cevaplayanların %10'u ise ilkokul veya ilkokul mezunudur. Anketi cevaplayanların sadece %6.7'si tek başına yaşarken, %50.5'i 2-3 kişilik aileye, %42'si 4-7 kişilik aileye ve sadece %1'i 8 ve üzeri sayıda bireyi olan aileye sahiptir. Ailelerin %37'sinin hiç çocuğu yoktur, ailelerin %24'ünün 1, %27'sinin 2 ve %9.5'inin 3 ve üzeri sayıda çocuğu bulunmaktadır. Anketi cevaplayanların %33'ü 12 000 TL altında, %52'si 12 000 ile 30 000 TL arası ve %15'i 30 000 TL üzerinde ortalama yıllık gelire sahiptir.

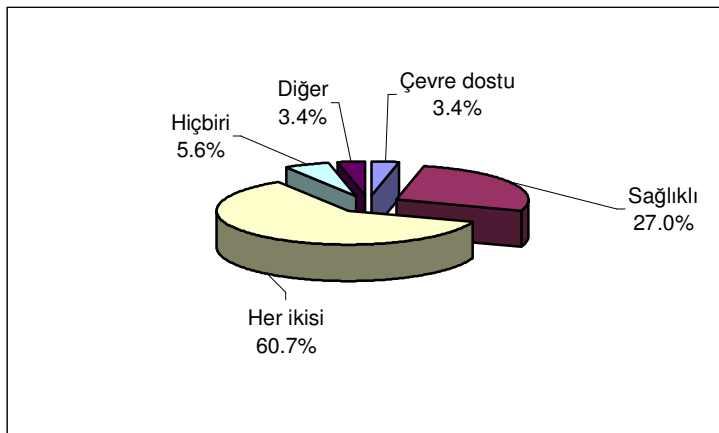
Organik tarımın ne anlama geldiği sorusu yöneltildiğinde 38 kişi (%42.2) organik tarım tanımına uygun yaklaşık bir tanım yapmıştır. Elli kişi (%55.5) organik tarımı "sağlıklı ve naturel" olarak tanımlamıştır ve 2 kişi (%2.2) ise "bilmiyorum" cevabını vermiştir. Görüldüğü üzere cevap verenlerin yarısından çoğu organik kelimesini yanlış tanımlamakta, ne olduğunu bilmemekte ve organik ürünler ile ilgili olarak yanlış kanıya sahiptirler. Organik tarımın faydasının ne olduğu sorulduğunda %27 sağlıklı olması, %3.4'ü çevre dostu olması ve %60'ı her ikisi cevabını vermiştir (Şekil 4.13).

Ankete katılanlardan 44 kişi alışveriş kararlarını kendisi vermektedir. Yirmiiki kişi ortak kararlara göre alışveriş yapmaktadır. Kalan 13 kişi için ise alışveriş kararları başkası tarafından verilmektedir. Alışveriş kararlarını kendisi veren 44 kişiden 29'u,

ortak karar veren 22 kişiden 11'i ve kararları başkalarının verdiği 13 kişiden 7'si organik ürün tüketmektedir.

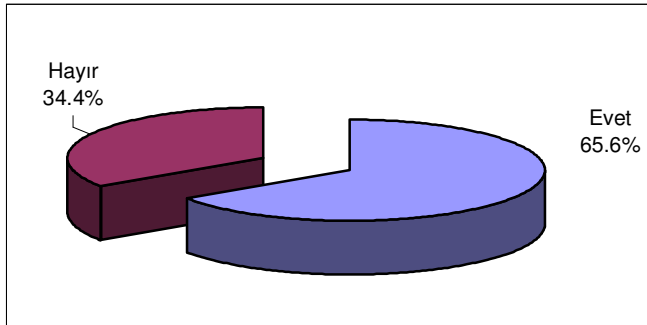
Çizelge 4.23. Ankete katılan tüketicilere ait demografik özellikler

	N	%
Yaş		
18-35	46	51.1
36-55	36	46.0
56 ve üzeri	8	8.9
TOPLAM	90	100.0
Cinsiyet		
Kadın	43	51.7
Erkek	46	48.3
TOPLAM	89	100.0
Eğitim Durumu		
İlkokul	4	4.7
Ortaokul	6	7.0
Lise	31	36.0
Lisans	32	37.2
Lisansüstü	13	15.1
TOPLAM	86	100.0
Ailedeki Kişi Sayısı		
1	6	6.7
2-3	45	50.5
4-7	37	41.7
8 ve üzeri	1	1.1
TOPLAM	89	100.0
Ailedeki Çocuk Sayısı		
0	32	37.2
1	21	24.4
2	24	27.9
3 ve üzeri	9	9.5
TOPLAM	86	100.0
Ortalama Yıllık Gelir		
0-12 000 TL	26	32.9
12 001-18 000 TL	16	20.3
18 001-24 000 TL	21	26.6
24 001-30 000 TL	4	5.1
30 001 ve üzeri	12	15.2
TOPLAM	79	100.0

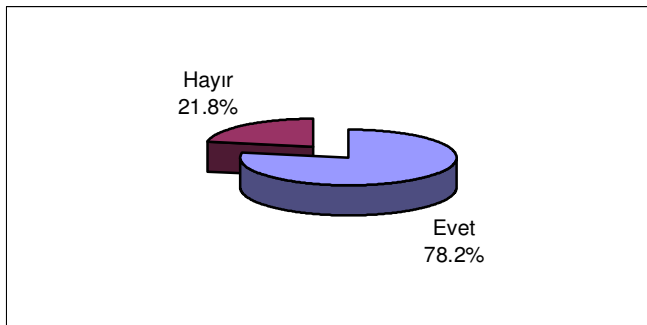


Şekil 4.13. Organik Tarımın Faydası nedir? (N=89)

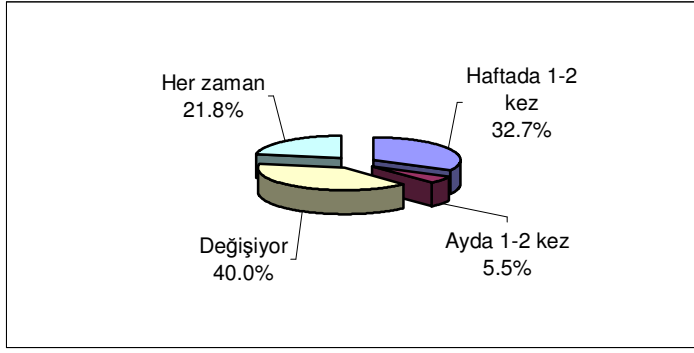
Ankete katılanların %65.6'sı organik ürün tüketmektedir (Şekil 4.14). Organik ürün tüketenlerin %45'i (27) kadın ve %55'i (32) erkektir. Organik ürün tüketenlerin %78'i organik ürün satın alırken ürünün organik olduğunu belirten bir sertifika/logo/etiket bulunup bulunmadığını kontrol etmektedir (Şekil 4.15). Organik ürün tüketen 59 kişinin yalnız %21.8'i her zaman organik ürün tüketirken %32.7'si haftada 1-2 kez, %5.5'i ayda 1-2 kez ve %40'ı değişen sıklıkta organik ürün tüketmektedir (Şekil 4.16). Organik ürün tüketenlerin %37.5'inin marka tercihi var olup, %62.5'inin marka tercihi bulunmamaktadır (Şekil 4.17). Organik ürün tüketenlere organik ürün tüketme sebepleri sorulduğunda çok farklı cevaplar alınmıştır. Fakat çoğunluk tarafından organik ürünlerin sağlıklı, kaliteli, lezzetli olması, çevre dostu olması ve küçük köylü tarımını desteklemesi, hayat felsefesi olması ve çocuklarının sağlıklı beslenmesini sağlamak gibi sebepler sıralanmıştır. Organik ürün tüketimlerinin ancak fiyatların düşmesi (%83) ve organik ürünlerin bulunabilirliğinin ve yaygınlığının artması (%25) ile artacağını belirtmişlerdir.



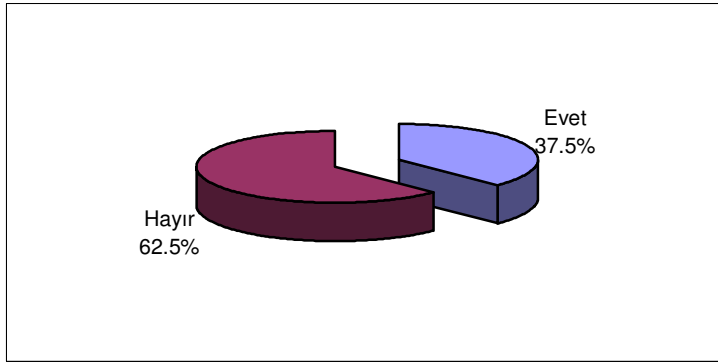
Şekil 4.14. Organik ürün tüketiyor musunuz? (N=90)



Şekil 4.15. Satın aldığınız ürünlerde organik olduğunu belirten bir sertifika/logo/etiket olup olmadığını kontrol eder misiniz? (N=55)

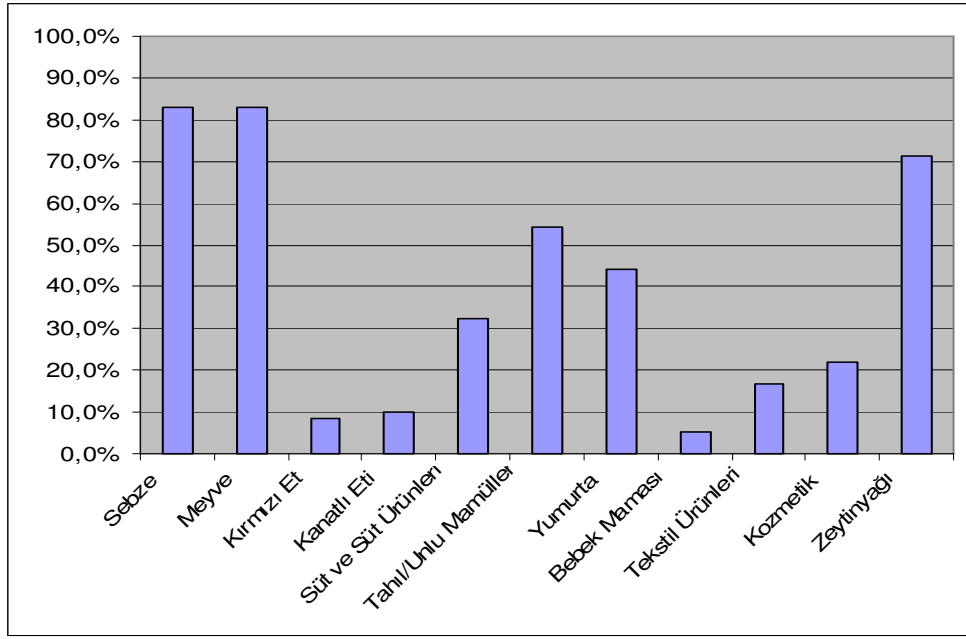


Şekil 4.16. Organik ürün tüketme sıklığınız nedir? (N=55)



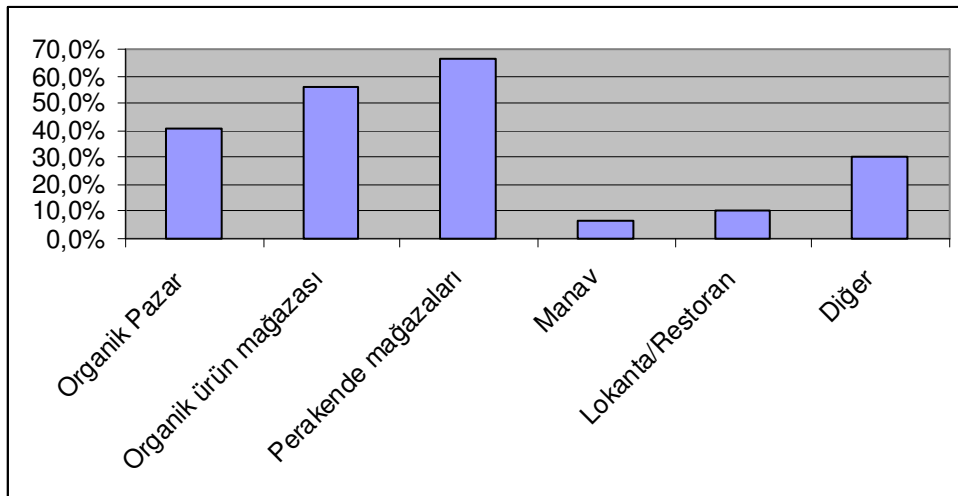
Şekil 4.17. Satın aldığımız organik ürünler için marka tercihiniz var mı? (N=56)

Tüketilen organik ürünlerin neler olduğunu tespit edilebilmesi amacıyla ankete katılanlara sebze, meyve, kırmızı et, kanatlı eti, süt ve süt ürünleri, tahıl/unlu mamüller, yumurta, bebek maması, tekstil ürünleri, kozmetik ürünleri ve zeytinyağı arasından hangisi/hangilerini tükettikleri sorulmuştur (Şekil 4.18). En çok tüketilen ürün grubu organik meyve (%83) ve sebzedir (%83). Zeytinyağı (%71.2) ikinci sırada yer almaktadır. Tahıl/unlu mamüller (%54.2), yumurta (%44.1) ve süt ve süt ürünleri (%32.2) bu sırayı takip etmektedir. En az tüketilen ürün grubu bebek maması (%5.1) ve kırmızı et (%8.5) ile kanatlı etidir (%10.2). Bu sıralama ürünlerin bulunabilirliği ile yakından ilgilidir. Ülkemizde organik et üretim ve satışı zaten çok sınırlıdır. En çok üretilen ve tüketicilerin her yerde bulabileceği ürün grubu ise meyve ve sebzedir.



Şekil 4.18. Ürün gruplarına göre tüketim yüzdeleri

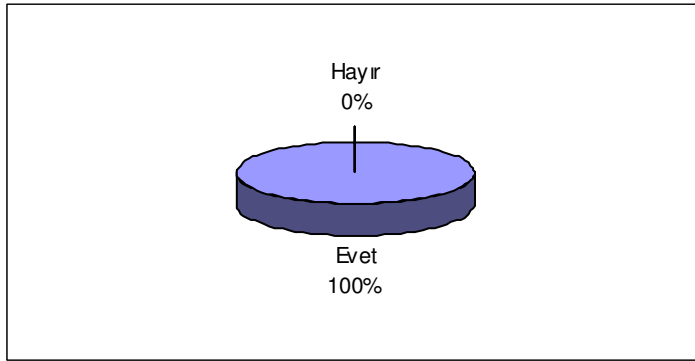
Ankete katılanlara organik ürünleri genellikle nereden satın aldıkları sorulduğunda alınan cevaplara göre elde edilen dağılım Şekil 4.19’da sunulmuştur. Cevaplayanların %66’sı perakende zincir marketlerden, %56’sı özel organik ürün mağazalarından, %40’ı organik pazarlardan, %30’u diğer şekillerde, %10’u lokanta/restoranlardan ve %6’sı manavdan organik ürün satın almaktadır. Diğer yollardan temin ettiğini belirtenlerin bir kısmı köyden direkt üreticiden satın almaktadır, bir kısmı da ailesinin veya kendisinin yetiştirdiği organik ürünleri tüketmektedir.



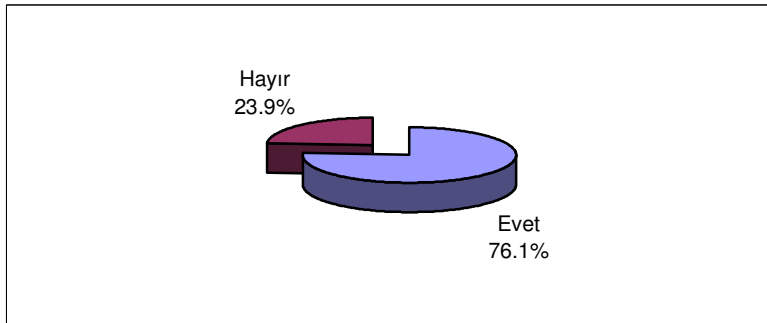
Şekil 4.19. Organik ürünleri nereden satın alıyorsunuz?

5.3.2. Organik Ürünler için Ödeme Arzusu

Tüketicilerin satın alma kararını etkileyen en önemli faktörlerden biri olan fiyat ile ilgili soruların cevapları incelendiğinde ankete katılanların tümü organik ve konvansiyonel ürünler arasında fiyat farkı olduğunu farkındadırlar (Şekil 4.20). Cevaplayanların %76'sı fiyat farkı olmasının normal olduğunu düşünmektedir (Şekil 4.21). Fiyat farkının sebebi olarak ise organik tarımsal üretimin daha az miktarda fakat daha yüksek maliyetle üretiliyor olduğunu belirtmişlerdir. Fiyat farkı olmaması gerektiğini belirten %24'lük kesim ise konvansiyonel ve organik üretim maliyetlerinin aynı olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.



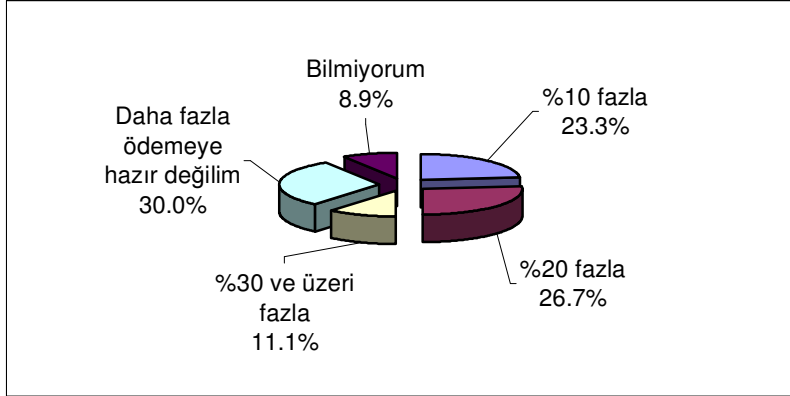
Şekil 4.20. Organik ve konvansiyonel ürünler arasında fiyat farkı olduğunu düşünüyor musunuz? (N=85)



Şekil 4.21. Organik ve konvansiyonel ürünler arasında fiyat farkı olması sizce normal mi? (N=88)

Ankete katılanlara organik ürünler için konvansiyonel ürünlere göre ne kadar fiyat farkı ödemeye razı oldukları sorusu yöneltildiğinde alınan cevaplar Şekil 4.22'de gösterilmiştir. Cevaplayanların %30'u daha yüksek fiyat ödemeye hazır olmadıklarını,

%23'ü %10 fazla, %26'sı %20 fazla, %11'i %30 fazla fiyat ödemeye hazır olduklarını belirtmişlerdir.



Şekil 4.22. Organik ürünler için konvansiyonel ürünlere göre ne kadar daha fazla fiyat ödemeye hazırsınız? (N=90)

5.3.3. Lojistik Regresyon Analizi

Sosyo-demografik özelliklerin organik ürün tüketimine etkilerini saptayabilmek amacıyla 90 tüketici ile yapılan anketlerden elde edilerek düzenlenen veriler kullanılarak regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yer alacak değişkenlerin kategorik değişkenler olması nedeniyle lojistik model seçilmiştir. Lojistik model matematiksel kolaylığı ve gölge değişkenlerin modelde yer almasına izin vermesi nedeniyle birçok çalışmada tercih edilmiştir. Regresyon denklemi ve denklemde yer alan değişkenlere ait açıklamalar aşağıda sunulmuştur:

$$\text{ORGANİK_TÜKETİM} = \beta_0 + \beta_1 \text{YAŞ} + \beta_2 \text{CİNSİYET} + \beta_3 \text{EĞİTİM} + \beta_4 \text{AİLE} + \beta_5 \text{ÇOCUK} + \beta_6 \text{GELİR}$$

ORGANİK_TÜKETİM = Organik ürün tüketiyor ise 1
Organik ürün tüketmiyor ise 0

YAŞ = Ankete katılan tüketicinin yaşı

CİNSİYET = Erkek ise 1
Kadın ise 0

EĞİTİM = Üniversite mezunu ise 1
Değil ise 0

AİLE = Tek başına yaşıyor ise 1
2 ve üstü sayıda aile bireyi var ise 0

ÇOCUK = Aile çocuk sahibi ise 1
Aile çocuk sahibi değil ise 0

GELİR = Ortalama yıllık geliri 12 000 TL'den az ise 1
Diğer ise 0

Bu çalışmada bağımlı değişken olarak organik ürün tüketme tercihi alınmıştır. Eğer kişi organik ürün tüketiyor ise bağımlı değişken 1 değerini, tüketmiyor ise 0 değerini almaktadır. Modele göre kişinin organik ürün tüketme tercihi etkileyen faktörler yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, ailedeki kişi sayısı, ailenin çocuk sahibi olup olmadığı, gelir seviyesi açıklayıcı değişkenler olarak dikkate alınmıştır. Regresyon analizi SHAZAM 8.0 ile yapılmıştır ve elde edilen sonuçlar Çizelge 4.24'te sunulmuştur. Logistik modelin doğru tahmin oranı Maddala, Cragg-Uhler ve Chow R² katsayıları ile ölçülmektedir.

Çizelge 4.24. Lojistik model sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-değeri	Marjinal Etki (%)
Yaş	0.01308	0.02141	0.6075	0.28
Cinsiyet	0.43915	0.50484	1.8204***	9.51
Eğitim	0.86146	0.48291	1.7839***	18.66
Aile	1.0277	1.17620	2.0487**	22.26
Çocuk	-0.48812	0.55090	1.9903**	-10.57
Gelir	-0.11477	0.53062	2.8345*	-24.86
Sabit	-0.08675	1.0030	0.0864	-
Maddala R ²	0.73689			
Cragg-Uhler R ²	0.20234			
Chow R ²	0.72978			

* %1 düzeyinde anlamlı, ** %5 düzeyinde anlamlı, *** %10 düzeyinde anlamlı

Lojistik modelde elde edilen katsayıların doğrudan yorumunu yapmak mümkün değildir. Sadece elde edilen katsayının işareti bağımsız değişkendeki bir birim değişimin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin yönünü bize bildirmektedir. Direkt katsayılar üzerinden yorum yapmak yerine marjinal etki üzerinde durulmaktadır.

Çizelge 4.24'te yer alan sonuçları inceleyecek olursak çocuk ve gelir değişkenleri hariç tüm değişkenlere ait katsayılar pozitif bulunmuştur. Cinsiyet, eğitim ve aile değişkenlerindeki 1 birim değişim organik ürün tüketme olasılığını pozitif yönde etkilerken, çocuk ve gelir değişkenlerindeki 1 birim artış organik ürün tüketme olasılığını negatif yönde etkileyecektir. Daha önce de açıklandığı gibi lojistik modelde tahmin edilen katsayıların sayısal büyüklüğü olasılıktaki sayısal artışı ifade etmemektedir, bunun yerine marjinal etkilerden yararlanılmaktadır. Yaş değişkeni istatistiksel olarak önemsiz olup, cinsiyet ve eğitim değişkenleri %10, aile ve çocuk değişkenleri %5, gelir değişkeni ise %1 düzeyinde önemli bulunmuştur.

Analiz sonuçlarına göre kişinin cinsiyetinin erkek olması ile organik ürün tüketme olasılığı arasında pozitif yönlü ve %10 düzeyinde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Kişinin cinsiyeti erkek ise organik ürün tüketme oranı cinsiyeti kadın olan bir tüketiciye göre %9.51 daha yüksek olacaktır. Bu beklenen bir sonuçtur, çünkü ankete katılanlar arasında organik ürün tüketen erkekler çoğunluktadır. Benzer şekilde kişinin üniversite mezunu olması organik ürün tüketme oranını %18.66 oranında arttırmaktadır. Kişi eğitim düzeyi arttıkça bilinç seviyesi ve bilgi düzeyi yükselmektedir. Organik ürün tüketme oranını en çok arttıran değişken aile değişkenidir yani eğer kişi tek başına yaşıyor ise organik ürün tüketme olasılığı %22.26 oranında artmaktadır. Çocuk sahibi olmak ise organik ürün tüketme olasılığını %10.57 azaltmaktadır. Ankete katılanlar arasında özellikle çocukları olduğu için organik ürün tüketmeyi tercih ettiklerini belirtenler bulunmasına rağmen, genellikle çocuk ile beraber artan masraflar nedeniyle ve organik ürün fiyatlarının da yüksek olması nedeniyle organik ürün tüketimini tercih edemediklerini belirten kişiler de olmuştur.

Gelir değişkeni incelendiğinde ise analiz sonuçlarına göre en yüksek orana bu değişkenin sahip olduğu görülmektedir. Kişinin yıllık ortalama geliri 12 000 TL'den az ise geliri 12 000 TL'den yüksek olan tüketicilere göre organik ürün tüketme oranı %24.86 oranında daha az olacaktır. Organik ürünlerin pazar payının çok düşük olduğu ve fiyatların yüksek olduğu ülkemizde bu sonuçlar gerçek durumu yansıtmaktadır; organik ürünler daha çok yüksek gelir grubunda yer alan, eğitim seviyesi yüksek ve tek başına yaşayan tüketiciler tarafında tercih edilmektedir. Eğer birey tek başına yaşamıyor, ailedeki kişi sayısı 1'den fazla ise ve de üstelik çocuk sahibi bir aile ise organik ürün tüketme oranı düşmektedir.

6. SONUÇ

Organik tarım ürünlerinin geleneksel tarım ürünlerinden daha yüksek fiyatla satılmaları organik tarımın yaygınlaşmasında bir engel olarak görülmüştür. Buna rağmen günümüzde bir çok tüketici gıda güvenliği ve kalitesi teminatı karşılığı olarak yüksek fiyat ödemeye razıdır. Önceleri sadece özel mağazalardan ve yerel pazarlardan temin edilebilen organik ürünleri günümüzde zincir market raflarında bile bulmak mümkündür. Birkaç yıl önce sebze, meyve, kırmızı ve beyaz et, süt ürünleri ile sınırlı olan organik ürün yelpazesi günümüzde bir tüketicinin temel ihtiyaçlarını karşılayabilecek ve alışveriş sepetinin büyük bir kısmını doldurabilecek zengin çeşitliliğe ulaşmıştır.

Artan organik ürün talebi üreticilerin organik tarıma geçişine etki eden temel faktörlerden birisidir. Organik tarım sektörü giderek büyümekte olan bir sektör olmasına rağmen hala dünya gıda pazarının sadece %2'sini oluşturan ve az sayıda tüketicinin ilgisini çeken bir niş pazardır. Türkiye'de ise organik ürünlerin pazar payı sadece %1'dir. Türkiye'de tüketicilerin büyük kısmı organik ürünler konusunda bilgi ve bilince sahip olmayıp, organik ürün tüketimi çok düşük düzeyde ve hatta çoğu zaman sıfırdır.

Bu çalışmada domateste brüt kar analizi için inceleme alanı olarak Çanakkale ili seçilmiştir. 63 organik ve 86 konvansiyonel domates üreticisi ile görüşülmüştür. organik domates verimi 3 284 kg/da ile 7 464 kg/da olan konvansiyonel domates veriminden daha düşüktür. Değişen masraf toplamı konvansiyonel domates için 472.64 TL/da iken organik domates için 370.04 TL/da'dır. Organik domates verimi konvansiyonel domates verimine göre % 57 düşük olmasına rağmen ve organik domates birim fiyatı konvansiyonel domates fiyatından %133 daha yüksek olduğu için; organik ve

konvansiyonel domateste dekar başına gayri safi üretim değeri arasında sadece %2.66'lık bir fark mevcuttur. Organik domates yetiştiriciliğinde brüt kar 779.36 TL/da iken konvansiyonel domates yetiştiriciliğinde 646.96 TL/da'dır. Organik domates yetiştiriciliğinden elde edilen brüt kar konvansiyonel domates yetiştiriciliğinden elde edilen brüt kardan % 20.46 daha yüksektir.

Fındıkta brüt kar analizinde inceleme alanı olarak Düzce ili seçilmiştir. Kullanılan veriler 2008-2009 üretim yılında Düzce ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiriciliği yapan üreticiler ile yapılan anketlerden elde edilmiştir. Brüt kar ve verim analizi için gerekli olan verilerin toplanması amacıyla materyal ve yöntemde de belirtildiği üzere 23 organik ve 32 konvansiyonel fındık üreticisi ile görüşülmüştür. Çizelge 4.22'den görüldüğü gibi organik fındık verimi 230.5 kg/da ile 220 kg/da olan konvansiyonel fındık veriminden %4.77 daha yüksektir. Değişen masraf toplamı konvansiyonel fındık için 338.05 TL/da iken organik fındık için 369.5 TL/da'dır. Organik fındık gayri safi üretim değeri 1 037.25 TL/da iken konvansiyonel fındık için bu değer % 11 daha düşüktür ve 924 TL/da'dır. Organik ve konvansiyonel fındık için brüt kar sırasıyla 667.75 TL/da ve 585.96 TL/da olarak hesaplanmıştır ve organik fındık brüt karı konvansiyonel fındık brüt karından % 13.95 daha yüksektir.

Bu çalışma kapsamında yapılan tüketici anketlerinden elde edilen sonuçları değerlendirdiğimizde ankete katılanların yarısından çoğunun organik tanımını yanlış tanımladıklarını, ne olduğunu bilmediklerini ve organik ürünler ile ilgili olarak yanlış kanıya sahip olduklarını görmekteyiz. Öncelikle tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve bilgilendirilmesi organik tarımın gelişimi açısından çok önemlidir. Organik tarımın gelişimi için ilk yapılması gereken sadece dış pazarda talep oluşturmak değil aynı zamanda iç pazarda da talep oluşturmaktır. Bu amaçla organik ürünler ve tüketicileri bir araya getirmek için ilk aşama yeni nesile organik ürünleri okul kantinleri ve okul yemek menüleri aracılığı ile tanıtmak olmalıdır. Tüm tüketicilere organik ürün tüketiminin sadece kendilerine değil aynı zamanda ülke ekonomisine ve ekolojik dengeye sağladığı katkılar konusunda da bilgi vermek gerekmektedir. Tüm bu çabalar ile sağlanacak olan organik ürün tüketimindeki artış yüksek olan fiyatların da düşmesi ile sonuçlanacaktır.

Organik ürün tüketme oranına etki eden sosyo-demografik faktörlerin etki oranları hakkında fikir edinebilmek amacıyla yapılan lojistik regresyon sonuçlarına göre çocuk ve gelir değişkenleri hariç tüm değişkenlere ait katsayılar pozitif bulunmuştur. Yani bu değişkenlerdeki değişim organik ürün tüketimi olasılığını pozitif yönde etkileyecektir. Cinsiyet, eğitim ve aile değişkenleri organik ürün tüketme olasılığını pozitif yönde etkilerken, çocuk ve gelir değişkenleri organik ürün tüketme olasılığını negatif yönde etkileyecektir.

Analiz sonuçlarına göre kişinin cinsiyeti erkek ise organik ürün tüketme oranı cinsiyeti kadın olan bir tüketiciye göre daha yüksek olacaktır ki bu beklenen bir sonuçtur, çünkü ankete katılanlar arasında organik ürün tüketen erkekler çoğunluktadır. Benzer şekilde kişinin üniversite mezunu olması organik ürün tüketme oranını arttırmaktadır. Kişi eğitim düzeyi arttıkça bilinç seviyesi ve bilgi düzeyi yükselmektedir. Organik ürün tüketme oranını en çok arttıran değişken aile değişkenidir yani eğer kişi tek başına yaşıyor ise organik ürün tüketme olasılığı artarken, çocuk sahibi olmak ise organik ürün tüketme olasılığını azaltmaktadır. Ankete katılanlar arasında özellikle çocukları olduğu için organik ürün tüketmeyi tercih ettiklerini belirtenler bulunmasına rağmen, genellikle çocuk ile beraber artan masraflar nedeniyle ve organik ürün fiyatlarının da yüksek olması nedeniyle organik ürün tüketimini tercih edemediklerini belirten kişiler de olmuştur.

Gelir değişkeni incelendiğinde ise analiz sonuçlarına göre en yüksek orana bu değişkenin sahip olduğu görülmektedir. Kişinin yıllık ortalama geliri 12 000 TL'den az ise geliri 12 000 TL'den yüksek olan tüketicilere göre organik ürün tüketme oranı daha az olacaktır. Organik ürünlerin pazar payının çok düşük olduğu ve fiyatların yüksek olduğu ülkemizde bu sonuçlar gerçek durumu yansıtmaktadır; organik ürünler daha çok yüksek gelir grubunda yer alan, eğitim seviyesi yüksek ve tek başına yaşayan tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Eğer birey tek başına yaşamıyor, ailedeki kişi sayısı 1'den fazla ise ve de üstelik çocuk sahibi bir aile ise organik ürün tüketme oranı düşmektedir.

Artan rekabet koşullarında hedef pazarı oluşturan ülkelerin sahip oldukları yasal mevzuata hali hazırda uyum göstermiş olan Türkiye sahip olduğu stratejik ürünler

üzerine eğilmelidir. Dünya organik pamuk üretiminde lider olan ülkemiz benzer şekilde fındık, zeytinyağı gibi ticari değeri yüksek olan ve ülkemiz açısından stratejik öneme sahip ürünler için planlı bir şekilde politikalar geliştirerek bu ürünlerin ülke ekonomisine sağlayacağı faydaları maksimize etme yollarını aramalıdır. Bu sayede stratejik ürünler aracılığı ile geliştirilen organik ürün sektörü daha sonra geniş bir ürün yelpazesini de kapsayacak şekilde gelişmeye devam edecektir. Organik tarım ürünlerinin pazarlanma stratejileri geliştirilmelidir. Bunun sağlanabilmesi ise ancak toplumu bilinçlendirilmesi, tarımsal ürünlerin doğrudan satışı yanında yarı mamül ve mamül organik ürünlerin üretiminin ve tüketiminin artırılması için çalışmalar yapılması ile sağlanabilecektir. Tüketicilerin bilinçlendirilmesinin yanında, tüketicilerin organik ürünlere olan güvenlerinin ve sertifikasyon bilincinin de artırılması, güvensizliği yaratan sebeplerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Tarım arazilerinin küçük, dağınık ve parçalı olduğu ülkemizde üreticilerin organik üretimde karşılaştıkları en büyük sorun sertifikasyon maliyetleridir. Üreticiler küçük ölçekli yaptıkları üretimin karşılığında ödemeleri gereken yüksek sertifikasyon masraflarını karşılayamamaktadırlar. Daha fazla üreticinin organik tarıma geçişinin yolunun açılabilmesi için ülkemiz şartlarına uygun bir sertifikasyon sistemi geliştirilmeli ve organik tarım sektöründe üreticilerin önünde en büyük engellerden biri olan sertifikasyon için Bakanlık, üniversiteler ve üreticiler arasında sağlanacak koordinasyon ile uygulanacak sistemin bir an önce yürürlüğe sokulması gerekmektedir.

İşlenmiş tarımsal ürünler ile dünya pazarına girmek Türkiye için rekabet avantajı sağlayacaktır. Coğrafi konumu, iklim özellikleri, ürün çeşitliliği, toprak kalitesi, tarımda çalışan işgücünün yüksek olması gibi avantajlara hali hazırda sahip olan ülkemiz sahip olduğu avantajları değerlendirerek dünya organik pazarında sahip olduğu payı artırma şansına sahiptir. Bu şansı yakalayabilmek için ise tüketicinin bilinçlendirilmesi ve organik ürün tüketiminin özendirilmesi yanında üreticilerin de bilgi kaynaklarına erişiminin sağlanması ve eğitilmesi gerekmektedir. Bu konuda Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'na önemli görevler düşmektedir. Avrupa ülkelerinde Bakanlıklar desteğiyle üreticilere sunulan bilgi kaynakları ve eğitim olanakları örnek alınarak ülkemizde de benzer uygulamalar başlatılmalıdır.

KAYNAKLAR

ACNIELSEN, 2005, Functional Food and Organics: A Global ACNielsen Online Survey on Consumer Behaviour and Attitudes, November.

AKERLOF, G. 1970. The Market for 'Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics* 84:488-500.

AKKAYA, F., YALÇIN, R., ÖZKAN, B. 2005. Good Agricultural Practices (GAP) and Its Implementation in Turkey. *International Symposium on Supply Chain Management*, July 19-23, Chiang Mai, Thailand, *Acta Horticulture* 699: 47-52.

ARA, S., 2003, Consumer willingness to pay for multiple attributes of organic rice: A case study in the Philippines. *25th International Conference of Agricultural Economists*, South Africa.

AURIOL, E., SCHILIZZI, S.G.M. 2002. Quality Signaling Through Certification: Theory and Application to Agricultural Seed Market. *IDEI Working Paper No: 165*, 33p.

BATTE, M.T., BEAVERSON, J., HOOKER, N.H., TAAB, T., 2004, Consumer Willingness to pay for multi-ingredient, processed organic food products. *American Agricultural Economics Association Annual Meeting*, Colorado, July1-4.

BERNARD, D. J., MATHIOS, A., 2005, Factors Affecting Consumer Choice and Willingness to pay for Milk Attributes, *American Agricultural Economics Association Annual Meeting*, Rhode Island, July 24-27.

BRUMFIELD, R.G., ADELAJA, F.E. and REINERS, S. 1992. Economic Analysis of Three Tomato Production Systems. XII. *International Symposium on Horticultural Economics*, Montpellier, France, 7-11 September, p.256-263.

BONT, C.J.A.M., BOLHUIS, J., BONE, J.A., EVERDINGEN, W.H., JAGER, J.H., OLTMER, K., 2005, Market signals for organic farming. Report for Eurostat, Project Number 30026.

BULEY, M., VAUPEL, S., and GROSCH, P. 1997. *Protrade Exporting Organic Products: Marketing Handbook*. 2nd Edition, Department Organic Products and Fine Foods, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), 132 p.

BÜLBÜL, M., YÜCEL, T. 2001. Türkiye’de Ekolojik Tarım Yapan Firmaların Analizi. Türkiye II. Ekolojik Tarım Sempozyumu, 14-16 Kasım, Antalya.

CASSON, T.N. and GANGADHARAN, L. 2000. Environmental Labeling and Incomplete Consumer Information in Laboratory Markets. *Journal of Environmental Economics and Management* 43: 113-134.

CRUCEFIX, D. 1998. Organic Agriculture and Sustainable Rural Livelihoods in Developing Countries. Soil Association, Bristol, UK, 61 p.

DABBERT, S., HARING, A.M., ZANOLI, R., 2004. Organic Farming: Policies and Prospects. Zed Books, London, 242 p.

DIMITRI, C., GRENE, C., 2002. Recent Growth Patterns in the U.S. Organic Foods Market, USDA, Economic Research Service, Market and Trade Economics Division and Resource Economics Division, Agriculture Information Bulletin No:777.

ENGİZ, M., KARAASLAN, V., 2007. Türkiye’de ve AB’de Organik Tarım Mevzuatının Son Durumu. Bahçeşehir Üniversitesi Organik Tarım Kongresi, 19-20 Ekim, İstanbul, 9 s.

FETTER, T.R., CASWELL, J.A. 2002. Variaton in Organic Standards Prior to the National Organic Program. *American Journal of Alternative Agriculture*, Vol:17, No: 2, p. 55-74.

GASKELL, M. 2000. Organic Certification, Farm Production Planning, and Marketing. Vegetable Research and Information Center, University of California, Publication #7247, 5 p.

GIOVANNI, L.V., NUCIFORA, A.M.D. 2002. The Determinants of Price Mark-up for Organic Fruit and Vegetable Products in the EU, *British Food Journal* 104, 3/4/5, p. 319-336.

GITLI, E., ARCE, R., 2001, Considerations on the International Marketing of Organic Product in Central Amerşca: Some Ideas on Costa Rica, CINPE (International Center on Economic policy for Sustainable Development in Costa Rica).

GÖKÇE, O., BEKTAŞ, K.Z., 2006, Ege Bölgesi Organik Tarım Çalışmaları: Uygulama Örnekleri, Uygun Havzalar Ve Bölgeler, Potansiyel Sahalar, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü:Sektörel Stratejiler Ve Uygulamalar, Uluslar arası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları, Yayın no: 2006/1.

GRIFFITHS, W.E., HILL, R.C., JUDGE, G.G, 1993. Learning and Practicing Econometrics, John Wşley and Sons Inc.866 p.

GUJARATI, D.N.,1995. Basic Econometrics, McGraw Hill College Publications, 555 p.

HALL, B., 1997. Marketing Organic Livestock Products, Appropriate Technology Transfer for Rural Areas (ATTRA) Business Management Guide, Fayetteville, Arkansas, 28 p.

HAMM, U., GRONEFELD, F., HALPIN D., 2002. Analysis of the European Market for Organic Food (Organic Marketing Initiatives and Rural Development: Volume one), University of Wales Aberystwyth, School of Management and Business, UK, 157 p., ISBN 0-9543270-0-4.

HARRIS, P.J.C., BROWNE, A.W., BARRETT, H.R., CADORET, K., 2001. Facilitating the Inclusion of the Resource Poor in Organic Production and Trade: Opportunities and Constraints Posed by Certification. Research Report For International Development, 42 p.

HAUMANN, B., 2004. The World Of Organic Agriculture 2004: Statistics and Emerging Trends, Eds. Willer H. and Yussefi M., IFOAM, Germany, 187 p.

<http://www.tarim.gov.tr> (T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı), Erişim Tarihi:04.05.2009 .

<http://www.caqbio.org> , Erişim Tarihi: 08.07.2009.

<http://www.igeme.org.tr> (T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi) , Erişim Tarihi: 07.08.2009

<http://www.fao.org> , Erişim Tarihi: 06.05.2009

<http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567>, Erişim Tarihi:04.12.2009

<http://www.ams.usda.gov/nop> , Erişim Tarihi:04.03.2008 .

<http://www.consumerreports.org> Erişim Tarihi: 12.01.2009.

<http://www.ifoam.org>, IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movement) Erişim Tarihi: 11.03.2006.

<http://www.organicfoodee.com> Erişim Tarihi: 20.02.2009.

<http://www.saveorganic.org>, Erişim Tarihi: 29.10.2005. Konu: Frequently Asked Questions about Organic.

http://www.organic-europe.net/country_reports/denmark/default.asp, Erişim Tarihi: 06.10.2008

<http://www.organicmonitor.com>, Erişim Tarihi: 26.11.2008.

<http://www.sixtytwo.biz>, Erişim Tarihi: 10.08.2009

<http://www.usda.org>, Erişim Tarihi: 01.08.2010.

KENANOĞLU, Z., KARAHAN, Ö. 2002. Policy Implementations for Organic Agriculture in Turkey. *British Food Journal*, Vol: 104, No: 3/4/5. s. 300-318.

KILCHER, L., HUBER, B., SCHMID, O. 2005. Standards and Regulations (in Editors: Willer H. And Youssefi M, *The World of Organic Agriculture*), FiBL, Frick, Switzerland. P. 74-83.

KOÇ, D., BABADOĞAN, D., 2006, *Organik Tarım Ürünleri Dış Pazar Araştırması*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Merkezi, 236 s.

KRISOFF, B., 1998. Emergence of US Organic Agriculture - Can we Compete? *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 80, Number 5, p. 1130-1133.

LAUVIE, P., BELON, S, 2008. Construction of Prices for Organic Products: Enhancing Farmers' Profiles Diversity in the South France, 16th IFOAM Organic World Congress, Modena, Italy, June 16-20, Archived at <http://orgprints.org/12593>.

LOHR, L., 1998, Implications of Organic Certification for Market Structure and Trade, *American Agricultural Economics Association Annual Meeting*, Utah, August 2-5.

LOHR, L., PARK, A. T., 2004, Assessing Organic Production Efficiency: A Stochastic Distance Function Approach, *Western Agricultural Economics Association Annual Meeting*, Hawaii, June 30-July 2.

MEUWISSEN, M.P.M., VELTHUIS, A.G.J., HOGVEEN, H., HUIRNE, R.B.M. 2003. Technical and Economic Considerations about Traceability and Certification in Livestock Production chains. In Velthuis, A.G.J., Unnevehr, L.J., Hogeveen, H. and Huirne, R.B.M. (Eds): *New Approaches to Food Safety Economics*, p. 41-54.

MERRIGAN, K., 2003. The Role of Government Standards and Market Facilitation. *Organic Agriculture: Sustainability, Markets and Policies*. CABI Publishing in conjunction with the OECD, 57 p.

NETER, J., WASSERMAN, W., 1956. *Fundamental Statistics for Business of production and cost of production. The net return of organic and Economics*. Allyn and Bacon Inc., Boston, p. 323.

NEUENDORF, J., KOSCHELLA, U.S., 1999. *Local Certification of Organic Foodstuffs in Developing Countries*, Eschborn: GTZ, Deutsche Gesellschaft für Zusammenarbeit (GTZ), Postfach 5180, 65726 Eschborn, Germany, 34 p.

ÖZBİLGE, Z. 2007. Analysis of Organic Agriculture in Turkey: The Current Situation and Basic Constraints. *Journal of Central European Agriculture*, Volume 8, No: ', p.213-222.

REHBER E., ve Ş. TURHAN, 2002, Prospects and Challenges for Developing Countries in Trade and Production of Organic Food and Fibers: The Case of Turkey, *British Food Journal*, Vol. 104, No: 3/4/5, p. 371-390.

REHBER, E., 1991, Alternatif Tarım Üzerine Bir Tartışma, U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 8, s.153-160, Bursa.

REHBER, E., 2002, Tackling the Market Obstacles for Organic Products, *Cahiers OPTIONS Mediterranean's*, Vol.1. 2003, p.97-119.

REHBER, E., ÇETİN, B., 1999, Organic Farming in the EU and Turkey, *Work Sciences in Sustainable Agriculture, Proceedings XXVIII CIOSTA-CIGR V Congress*, Denmark, June 14-17, s.347-353.

RODRIGUEZ, E., LUPIN, B., LACAZE, M.V., 2006, Consumers' perceptions about food quality attributes and their incidence in Argentinean organic choices, *International Association of Agricultural Economist Conference*, Australia, August 12-18.

RUNDGREN, G., 1999a. Future Perspectives of Organic Certification. 6th IFOAM Conference, Florence.

RUNDGREN, G., 1999b. The Challenge for Developing Countries to Establish an Organic Guarantee System. 6th IFOAM Conference, Florence.

RUNDGREN, G., 2000. Guaranteeing the Organic Quality, Standard, Inspection, Certification, Accreditation and Regulation. *Entering World Trade Congress*, Bangkok, 16 p.

RUNDGREN, G., 2002. Overview of the Implementation of the EU Organic Regulatory System. *The Organic Standard 9*, January, p. 3-9.

SCHMID, O. 2007. *Organic Farming: An International History*. Editor: William Lockeretz, CAB International. p. 159-160.

SCIALABBA, N., 2000, Factors Influencing Organic Agriculture policies with a Focus on Developing Countries, *IFOAM 2000 Scientific Conference*, Basel, Switzerland.

SPENCE; M. 1976. Informational Aspects of Market Structure: An Introduction. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol:90/4, p. 591-597.

STREFF, N., DOBBS, T. L., 2004, Organic and Conventional Grain and Soybean Prices in the Northern Great Plains and Upper Midwest: 1995 through 2003, *Econ Pamphlet 2004-1*.

TANRIVERMİŞ, H., R.DEMİRCİ, E. GÜNDOĞMUŞ E., ERKUŞ A., 2004, Türkiye'de Başlıca Geleneksel ve Organik Bitkisel Üretim Faaliyetlerinin Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi ve Organik Tarımın Geliştirilmesine Yönelik Yaklaşımlar, *Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi*, Tokat.

THOMPSON, G., KIDWELL, J., 1998, Explaining the Choice of Organic Produce: Cosmetic Defects, Prices and Consumer Preferences, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol: 80, Issue: 2.

TOURTE, L., KLONSKY, K., 1998, Organic Agriculture in California: A Statistical Review, University of California AIC Issues Brief No. 6, May 1998, 10 p.

TURHAN, Ş., 2005, Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, Cilt:11 Sayı:1 İzmir.

VETTER, H., KARANTININIS, K. 2002. Moral Hazard, Vertical Integration and Public Monitoring in Credence Goods. *European Review of Agricultural Economics*, Vol: 29/2, p. 271-279.

WARD, R. and HUNNICUTT, L. 2001. If You Can't Trust the Farmer, Who Can You Trust? The role of Certifying organizations in consumer willingness to pay for organic products. *International Agribusiness Management Association Symposium*, Sydney, Australia, June 24-28, 8 p.

WEIER, M., CAVERLEY, C. 2002. Market potential for Organic Foods in Europe. *British Food Journal*, Volume 104 No: 1, p.45-62.

WILLER H., YUSSEFI M., 2003, *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2003*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

WILLER H., YUSSEFI M., 2004 *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2004*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

WILLER H., YUSSEFI M., 2005, *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2005*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

WILLER H., YUSSEFI M., 2006, *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2006*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

WILLER H., YUSSEFI M., 2007, *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2007*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

WILLER H., YUSSEFI M., 2008, *The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2008*, International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) and Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) Publications, Germany.

ZHANG, F., HUANG, C.L., LIN, B.H., 2006, Modeling Fresh Organic Produce Consumption: A Generalized Double-Hurdle Model Approach, Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, Florida, February 5-8.

ZYGMONT, J., 2000. u.s. Organic Fruit: Export Opportunities and Competition in the International Market. Washington Horticultural Association 96th Annual Meeting and Trade Show, December 6, Yakima, Washington, 53 p.

International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM)

IFOAM 108 ülkede 750'den fazla üyeye sahip, kar amacı gütmeyen uluslar arası bir kuruluştur. Üyeleri kooperatifler, üreticiler, gıda ticareti yapan firmalar, bilimsel araştırma kurumları, danışmanlık firmaları, sertifika kuruluşları gibi farklı altyapılara sahiptir. IFOAM'ın üstlendiği misyon organik tarım hareketini yürütmek, yürütülmesinde birleştirici ve yardımcı rol üstlenmektir. Temel amacı ise organik tarım prensiplerine bağlı kalarak ekolojik, sosyal ve ekonomik açıdan kusursuz sistemlerin tüm dünyada benimsetilmesidir. IFOAM bu amaçları gerçekleştirilebilmesi amacıyla uluslar arası konferanslar, komite toplantıları, forumlar düzenlemektedir ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde organik tarımın benimsenmesi için özel projeler yürütmektedir. IFOAM çiftçi organizasyonlarında uluslararası sertifika kuruluşlarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan farklı altyapılara sahip geniş tabana yayılan üyelerinin taleplerini; organik tarımın güvenilirliği ve uzun ömürlü olması ilkesini de garanti altına alarak ekolojik, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği sağlama amacına hizmet etmeye yönlendirmektedir.

IFOAM organik tarımda standartlaşmayı sağlamak için IFOAM Normlarını oluşturmuştur. Bu normlar "Organik Üretim için Temel Standartlar" ve organik tarım sertifika kuruluşları için "Akreditasyon Kriterleri"nden oluşmaktadır. Normlar "Organik Garanti Sistemi"nin temelini oluşturmaktadır. Organik Garanti Sistemi organik tarımın ortak standartlar, verifikasyon ve piyasa kimliği çatısında birleştirilmesini hedeflemektedir. Organik Garanti Sistemi daha düzenli ve güvenilir ticaret imkanı sağlayarak ve aynı zamanda organik "markası" kapsamında tüketici güvenini sağlayarak IFOAM tarafından akredite olmuş sertifikasyon kuruluşları arasındaki eşitliği geliştirmekte ve teşvik etmektedir. IFOAM Temel Standartları organik tarımın temel prensiplerini ortaya koyarken, Akreditasyon Kriterleri IFOAM'ın bir alt kuruluşu olan International Organic Accreditation Service (IOAS) tarafından yürütülmekte ve organik tarım ticaretinin sürdürülebilirliği için ulusal sertifikalar arasındaki uyumu sağlayacak uluslar arası bir çerçeve yaratmayı hedeflemektedir. Günümüzde IOAS komitesi tarafından değerlendirilerek IFOAM akreditasyonuna sahip olan 36 sertifikasyon kuruluşu yaklaşık 150.000 kayıtlı üretici ile 70 ülkede hizmet vermektedir. Sertifikasyon kuruluşlarının %65'i birden fazla ülkede faaliyet göstermektedir.

Sertifikasyon kuruluşlarının ortalama olarak 14 tam zamanlı çalışanı (2 ile 75 arasında değişmektedir) mevcuttur. IFOAM tarafından akredite olmuş sertifikasyon kuruluşlarının çoğu kar amacı gütmeyen kurumlardır, 5 tanesi kar amaçlı kurulmuştur ve 2 tanesi de hükümet birimidir. Instituto Mediterraneo Di Certificazione (IMC) ve Instituto per la Certificazione Etica e Ambientale (ICEA) Türkiye’de faaliyet gösteren IFOAM tarafından akredite olmuş sertifikasyon kuruluşudur.

Codex Alimentarius Organik Tarım Rehberi

Codex Alimentarius Komisyonu, FAO ve WHO tarafından yürütülen ortak Gıda Standartları Programı kapsamında 1963 yılında kurulmuştur ve amacı gıda standartlarını, rehberlerini ve uygulama kodlarını geliştirmektir. Asıl görevi tüketici sağlığını korumak, gıda ticaretinde adil ticareti sağlamak ve tüm uluslar arası hükümet ve diğer kurumlar tarafından yürütülen gıda standartları çalışmalarının koordinasyonunu teşvik etmektir. Aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 173 üye ülkeden oluşan bir komisyondur. Komisyon tarafından hazırlanan standartlar öneri niteliği taşımaktadır ve bir bağlayıcılığı yoktur, bağlayıcılıktan ziyade üye ülkelerin kendi mevzuatlarını oluşturmalarında kılavuzluk etmek ana amaçtır.

Codex Alimentarius Komisyonu 1999 yılında “Organik Gıdaların Üretimi, İşlenmesi, Etiketlenmesi ve Pazarlanmasına İlişkin” yönetmeliği yayınlamıştır. 2001 yılında canlı hayvan ve hayvansal ürünler ile ilgili hükümler eklenmiştir. 2003, 2004, 2007 ve 2008’deki revizyonlarla son halini almıştır. Codex Organik Tarım Rehberi’ne göre organik tarım ekolojik kaynakların sürdürülebilirliğini arttırmaya yönelik, gübreleme, hastalık ve yabancı bitkilerle mücadele konularında tamamen ekolojik yöntemleri savunan bir tarım şeklidir. Codex Alimentarius Organik Tarım Rehberi Kapsam, Açıklama ve Tanımlar, Etiketleme ve Şartlar, Üretim ve Hazırlama Kuralları, Ek 2’de belirtilen madde kalıntılarına ilişkin şartlar ve ülkelere göre madde listelerinin oluşturulmasına ilişkin kriterler, Denetleme ve Sertifikasyon sistemleri, İthalat, Rehberle ilişkin eleştiriler ile Ekler ana kısımlarından oluşmaktadır.

The International Task Force on Harmonisation and Equivalency in Organic Agriculture (ITF)

Organik ürünler sektöründe pek çok sayıda birbirinden farklı, özel sektör veya hükümetler tarafından hazırlanmış mevzuat mevcuttur. İki adet uluslar arası organik tarım standardı (Codex Alimentarius Organik Tarım Rehberi ve IFOAM Standartları)

ve farklı akreditasyon ve sertifikasyon sistemleri bulunmaktadır. İşte sertifikasyon sürecindeki ve mevzuattaki bu farklılıklar organik tarım ticaretinin özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelişmesine engel oluşturmaktadır.

IFOAM, FAO ve UNCTAD uygulamada karşılaşılan sorun ve çelişkileri ortadan kaldırmak amacıyla 2003 yılında ITF'yi kurmuşlardır. ITF hükümet görevlileri, hükümetler arası birimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşmaktadır. ITF organik ürünler sektöründe ticari faaliyetler ve yasa oluşturma sürecinde rol alan özel sektör ve kamu kurumları arasındaki iletişimi sağlamak amacıyla kurulmuştur. Görevi uluslar arası organik ticareti geliştirmek ve özellikle de gelişmekte olan ülkelerin uluslar arası organik pazarlara girişini teşvik etmektir.

ITF'in görevleri detaylı olarak sıralanacak olursa;

1. Mevcut organik tarım standartlarını, mevzuatı gözden geçirmek ve bunların uluslar arası organik tarım ürünleri ticaretine etkilerini incelemek, denklik ve karşılıklı tanınma model ve mekanizmalarını incelemek ve uluslar arası uyumun ne derecede sağlandığını saptamak.
2. Standartların ve mevzuatın uyumu ile ilgili fırsatlar, standart ve mevzuata denkliğin sağlanması için gereken mekanizmalar, kamu ve özel sektör sistemleri arasında karşılıklı tanınmayı sağlamak için gerekli mekanizmalar, özellikle gelişmekte olan ülke üreticilerinin ve küçük üreticilerin organik ürün pazarlarına girişini destekleyecek ölçütler hakkında önerilerde bulunmak.
3. Yukarıda öngörülenler ışığında paydaşlara bilgi vermek ve tavsiyelerde bulunmaktır.

Türkiye’deki Kontrol ve Sertifikasyon Süreci

Türkiye’de bir kontrol ve sertifikasyon kuruluşunun faaliyet gösterebilmesi için Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından onaylanmış ve kontrol yetkisi verilmiş olması gerekir. Ülkemizde yasada belirtilen koşulları yerine getirerek yetki belgesi almış 13 adet kontrol ve sertifikasyon kuruluşu faaliyet göstermektedir. Bu kuruluşlardan 8 tanesi yabancı sertifikasyon kuruluşlarının Türkiye temsilcisi, 5 tanesi ise Türk kuruluşudur. Tüm kuruluşlarda Türk personel ve teknik elemanlar çalışmaktadır.

Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşlarının Özellikleri

Organik ürünlerin uluslararası ticarete önemi arttıkça değişik ulusal ve uluslararası yasal düzenlemeler yapılmış, Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşlarının çalışma şekilleri belirlenmiştir. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarının ISO Guide 65 (EN 45011)’e göre akkredite olması gerekmektedir. Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu (ISO) tarafından 1996 yılında hazırlanan bu standart, bir ürünün sertifikasyon sistemi ile ilgili olarak çalışmakta olan kuruluşların genel kriterlerini belirlemektedir. Buna göre;

- Kontrol ve sertifikasyonun **bağımsız ve tarafsız** kişi veya kuruluşlar tarafından yapılması temel ilkedir. Bu kişi veya kuruluşlar ticari olarak bağımsız olmalı ve danışmanlık hizmeti vermemelidirler. Yasal olarak bağımsız olduğunu gösteren belgelere sahip olmalıdır.
- Sertifikasyonun onaylanması, devam etmesi, uzatılması ve reddedilmesi ile ilgili tüm kararlardan sorumlu olmalıdır.
- Sertifikasyon ile ilgili işlemleri yürütebilecek mali yeterlilikte olmalıdır.
- Ürünlerin sertifikasyonuna ilişkin işlemleri gerçekleştirebileceğini gösteren kalite sistemine sahip olmalıdır.
- Yeterli sayıda, gerekli eğitimleri almış, teknik bilgi ve deneyime sahip personele sahip olmalıdır.
- Bir birimin kontrollerini yapan kişi ile sertifikasyon kararını belirleyen kişilerin farklı olmasını sağlamalıdır.

Kontrol ve sertifikasyon sürecinde başvuru işlemi

Organik tarım yapmak isteyen müteşebbis kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşuna bir dilekçeyle başvurmak zorundadır. Önce, ürünlerinin organik ürün olarak değerlendirilmesi için gerekli çalışmanın yapılmasını talep etmekte ve kontrol ve/veya

sertifikasyon kuruluşuna bazı(yönetmelikte belirtilen) bilgi ve belgeleri sunmak mecburiyetindedir.

- 1) İşletmenin adı, adresi, kapasite bilgileri, hukuki durumuna ait bilgi ve belgeler, sözleşme tarihi, imzalanan sözleşme metni, organik tarıma geçişin başladığı tarih, sözleşme tarihine kadar ki arazi geçmişine ait bilgiler,
- 2) Faaliyet alanı,
- 3) İşletmede daha önce uygulanan üretim metodu,
- 4) İşletmenin ve işletme binalarının planları,
- 5) Arazi parselleri veya alana dair tüm plan ve krokiler,
- 6) İşletmenin mevcut makine ve ekipman donanımı,
- 7) İşletmenin konumu, kullanılan depoların tanımı ve amaca uygunluğu,
- 8) Ürün münavebe planı,
- 9) Kullanılacak tüm girdilere ait kayıt defterleri,
- 10) İşletmenin malları, dışarıdan satın alınan malları içeren alım ve satım defterleri,
- 11) Ürün çıkış planı, ürünün niteliği, stok durumu, miktarı, ambalajlama şekli ve materyali,
- 12) Orman alanlarından ve doğadan ürün toplanması durumunda, alana ait bütün tanımlamalar, resmi izinler ile alana yapılan tüm teknik müdahaleler, afetler, karantina tedbirleri gibi bilgilerdir.

Sertifikasyon kuruluşu başvuruyu değerlendirir ve sertifikasyonu imkansız kılan aşağıdaki durumlarda başvuruyu geri çevirir;

- Tüketici sağlığı için riskli olan durumların söz konusu olması
- Teknik imkansızlıklar ve kontrolör için risk varlığı
- Müteşbbisin daha önce ihlal yapmış ve ceza almış olması
- Müteşbbisin finansal açıdan güvenilir olmaması

Sertifikasyon kuruluşunca başvurunun kabulü sertifikasyonu garanti etmez. Kontrol kuruluşu başvuruyu inceledikten sonra ortaya konan projenin kontrol ve sertifikasyonu için bir fiyat teklifini müteşbbise iletir. Fiyatlandırma kontrol ve sertifikasyon sürecinde harcanan zaman dikkate alınarak belirlenir.

Karar aşamasında kontrol ve sertifikasyon kuruluşu veya kontrol kuruluşu başvuruda bulunan müteşbbisin vermiş olduğu belgeleri değerlendirmekte, gerekli

incelemelerden sonra müteşebbisin organik tarım metoduyla üretime başlayıp başlayamayacağına karar vermektedir.

Kontrol ve sertifikasyon sürecinde sözleşme

Organik tarıma başlaması uygun bulunan müteşebbis başvurduğu kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu ile sözleşme yapar. Müteşebbis, organik tarım faaliyetini bireysel olarak yapabildiği gibi üretici grubu ile de yapabilir. Bu durumda, müteşebbis üretici grubu adına sözleşme yapar.

Yetkilendirilmiş kuruluş her bir üretim aşaması için ayrı ayrı sözleşme yapabileceği gibi her faaliyeti ayrı ayrı belirtmek kaydıyla tek bir sözleşme de yapabilir. Yetkilendirilmiş kuruluş müteşebbise ister bağımsız ister üretici grubu dahilinde olsun komite tarafından hazırlanacak ve yetkilendirilmiş kuruluşlara bildirilecek kodlama sistemine göre bir kod numarası verir.

Sözleşme

Müteşebbisin ilgili standartlar kapsamında organik üretim yapacağını taahhüt eden bir sözleşme karşılıklı olarak imzalanır. Sözleşme imzalanmasıyla müteşebbis genel olarak şunları kabul eder:

- Organik üretim standartlarına uymayı,
- Tüm organik ve eğer varsa konvansiyonel üretim birimlerinin haberli ve habersiz kontrol edilmesini,
- Kalıntı analizleri için gerektiğinde örnek alınması,
- Tüm üretim yerleri, muhasebe ve ilgili tüm kayıt ve dokümanlara kontrolörün erişmesini sağlamayı,
- Organik kurallara uygunsuzluk durumunda yaptırım uygulamasını ve ilave kontrollerin yürütülmesini.

Sözleşme aşamasında müteşebbis aşağıdaki bilgi ve belgeleri sertifikasyon kuruluşuna verir:

- Müteşebbisin adı, adresi, T.C. kimlik numarası ve vergi numarasını içeren kimlik bilgi ve belgeleri,
- İşletmenin yeri ve konumu,
- Kadastro çalışması tamamlanmış alanlarda tapu kaydı, tamamlanmamış alanlarda ise araziye ait kroki,

- Müracaat edilen arazinin veya arazinin kullanım hakkının kendine ait olduğuna dair bilgi ve belgeleri,
- Gıda işleyen işyeri ise "Çalışma İzni ve Gıda Sicili Belgesi", "Üretim İzin Belgesi".

Geçiş süreci

Kontrol ve/veya sertifikasyon kuruluşu kabul ettiği sözleşme yaptığı müteşebbisleri geçiş sürecine alır. Geçiş süreci, organik üretime başlanmasından organik ürünün belgelendirilmese kadar geçen dönem olarak kabul edilmektedir.

Yetkilendirilmiş kuruluş sözleşme yaptığı organik müteşebbisi geçiş sürecine alır. Bitkisel üretimde organik tarıma başlanmasından 12 ay sonra elde edilen ürünler geçiş süreci ürünü olarak değerlendirilir. Geçiş süreci ürünü, organik tarıma geçiş süreci ürünü etiketiyle pazarlanır. Tek yıllık bitkiler ile mera ve yem bitkilerinde iki yıl, çok yıllık bitkilerde üç yıldır. ekim tarihi, çok yıllık bitkilerde hasat tarihi göz önüne alınmaktadır. Öte yandan kontrol ve sertifikasyon kuruluşu arazinin önceki yıllarda kullanım durumu, yapılan uygulamalar, bölgedeki genel durum ve yetiştirilen ürünler, risk durumları, konu ile ilgili müteşebbis kayıtları ve raporlarının incelenmesi neticesinde geçiş sürecini uzatabilir ya da kısaltabilir.

Üretim ve kontrol

Müteşebbis, faaliyet alanı ile ilgili bilgileri kapsayan organik tarıma geçiş ve üretim planları hazırlar. Müteşebbis kontrollü olarak faaliyetlerine başlar. Kontrollerin yürütüldüğü aşamalar tarımsal üretim birimleri, hasat ve sonrası işlemler, depolama, taşıma, işleme ve paketleme satıştır. Kontrol işlemi, tazılı belgeleri planları, defterleri, raporları, kayıtları, arazi, işletme ve depo gibi kritik nokta kontrollerini ve gözlemleri içerir. Üretimdeki tüm aşamalara ve bu aşamalardaki risklere göre bir kontrol programı hazırlanır ve Bakanlık tarafından yetkilendirilmiş bir kontrolör tayin edilir. Kontrol ve sertifikasyon kuruluşu yılda en az bir defa haberli veya habersiz olarak işletmeyi yerinde kontrol eder. Haberli kontrollerde kontrolden en az 2 hafta önce işletme bilgilendirilir. Kontrol zamanının seçilmesinde üretim periyodu, hava koşulları vb. unsurlar dikkate alınır. Kontrol zamanı yıllar itibariyle değiştirilebilir. Verimli ve profesyonel bir kontrolün gerçekleştirilebilmesi için işletmenin bu ziyarete mümkün olan en iyi şekilde hazırlanması gerekmektedir. İşletmenin bu konuda görevlendirdiği kişi tüm dokümanları ile birlikte kontrolde hazır bulunmalıdır.

Kontrol yapılırken 1) konu ile ilgili yönetici ile görüşme 2) harita, plan, işletme formu, günlük, işletme defteri, reçeteler ve olası ilgili dokümanları kontrol etme 3) işletmenin gezilmesi ve işletme ile ilgilenenlerle görüşme 4) numune alımı 5) ürün akışını girişten çıkışa kadar kontrolü ve yıllık hesaplama yapma 6) işletme sahibinin de imzaladığı kontrol raporunu yazmak gibi faaliyetler gerçekleştirilir.

Sertifikalandırma süreci

Tüm kontrol yöntemlerinin uygulanması sonucu işletmenin, organik ürünün ve girdinin geldiği aşamanın belgelendirilmesi sertifikasyon ile sonlanır. Kontrol raporunu inceleyen sertifikasyon birimi rapordaki tespitler doğrultusunda bir sertifikasyon kararı alır. Bu kararda faaliyetin sertifikalanıp sertifikalandırılmayacağı, sertifikalandırılma söz konusu ise ilave koşulları ve sertifikalandırma statüsü belirtilir. Bu karar kontrol raporuyla birlikte müteşebbise onayı için iletilir. Müteşebbis gönderilen rapor ve kararda hem fikirse ilgili dokümanları onaylayarak sertifikasyon kuruluşuna iletir. İtirazları söz konusu olursa yazılı olarak bildirir.

Kontrol ve sertifikasyon kuruluşu tarafından organik tarım müteşebbis sertifikası ve ürün sertifikası verilir. Düzenlenen sertifikaların bir örneği komiteye gönderilir. Organik ürün etiketi üzerinde 1)ürünün adı ve sertifika statüsü ile 2) ürünün hasat yılı, üretim tarihi, sahibi ve yönetmeliğe uygun olarak üretilmiş olduğu belirtilmelidir.

Yurt içine sunulan organik ürünün üzerinde, organik ürün logolarından birisi kullanılmalıdır. Organik üretilen ürünlerde farklı logolar kullanılır. Organik tarımsal ürün veya organik tarımsal madde üreten ve satanlar ambalajlarında logo örneklerini kullanmak zorundadır. Bu logoları üzerinde bulundurmayan ürünler organik olarak iç pazara sunulamaz, reklam ve tanıtımı yapılamaz veya patent için başvuramazlar. Bu logo, üretimi yapılmış hammadde, yarı mamul veya mamul tarımsal organik üretim maddelerine yetkilendirilmiş kuruluşça kullanılır. Organik olmayan ürünler için tüketicide organik izlenimi oluşturacak, haksız rekabete neden olacak, bio, biyo, eco, eko, org ön ekleri kullanılamaz. Ancak 1) yetkilendirilmiş kuruluşun adı, kod numarası, sertifika numarası ve logosu bulunmalı 2) ürün içindeki maddeler, ağırlıklarının azalış düzenine göre liste halinde sıralanmalı, 3)ürünün menşei belirtilmeli, 4) ürünün üretim yeri, üretim ve son kullanma tarihi belirtilmeli, 5) ithal edilmiş ürünlerde Türkçe etiket bilgileri yer almalıdır.

Organik Ürünlerin Etiketlenmesi

Bir ürünün “**ORGANİK**” olarak etiketlenebilmesi için mutlaka sertifikalandırılmış olması gerekir. Organik ürün etiketinde;

- 1) Ürünün adı ve sertifika statüsü belirtilmelidir.
- 2) Ürünün hasat yılı, üretim tarihi, kime ait olduğu ve Yönetmeliğe uygun olarak üretilmiş olduğu belirtilmelidir.
- 3) Yurt içinde pazarlanan organik ürünlerin üzerinde, Yönetmeliğin Ek-3’ünde belirtilen şekilde organik ürün logosu kullanılmalıdır.
- 4) Yetkilendirilmiş kuruluşun adı, kod numarası, sertifika numarası ve logosu bulunmalıdır.
- 5) Ürün içindeki maddeler, ağırlıklarının azalış düzenine göre liste halinde sıralanmalıdır.
- 6) Ürünün menşei belirtilmelidir.
- 7) Ürünün üretim yeri, üretim ve son kullanma tarihi belirtilmelidir.
- 8) İthal edilmiş ürünlerde Türkçe etiket bilgileri yer almalıdır.

Henüz geçiş dönemini tamamlamamış ve geçiş dönemi başlangıcından 12 ay sonra hasat edilmiş ürünler “**organik tarım geçiş süreci ürünüdür**” şeklinde etiketlenebilir.

ÖZGEÇMİŞ

1976 yılında Bursa'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Bursa'da tamamladı. 1999 yılında Uludağ Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu. 2001 yılında University of Connecticut, Agricultural and Resource Economics Bölümü'nden M.Sc. derecesini aldıktan sonra 2003 yılında Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde doktora eğitimine başladı. 2001 ve 2002 yıllarında University of Connecticut'ta Research Assistant olarak görev almıştır. 1999-2010 yılları arasında Uludağ Üniversitesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak görev yapmıştır. 1 Ocak 2010 tarihinde T.C. Tarım Bakanlığı Kocaeli İl Tarım Müdürlüğü'nde Gıda Mühendisi olarak göreve başlamıştır.

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanması, yürütülmesi ve tamamlanması aşamalarında bana yardımcı olan, beni yönlendiren, katkı ve desteklerini eksik etmeyen tez danışmanım Yrd.Doç.Dr. Tolga TİPİ'ye; her konuda desteğini eksik etmeyen Yrd.Doç.Dr. Şule TURHAN'a; jüri üyelerim Prof. Dr. İ.Hakkı İNAN, Prof.Dr. Bahattin ÇETİN, Prof.Dr. İlhan TURGUT ve Doç.Dr. Ahmet KUBAŞ'a; Yrd.Doç.Dr. İ.Bülent GÜRBÜZ'e teşekkürü bir borç bilirim.

Aynı zamanda doktora süresince bana sonsuz manevi destek veren annem Hadiye CANAN'a, babam A.İrfan CANAN'a, kardeşim Başar CANAN'a ve manevi destek yanında teknik bilgisi ile de katkıda bulunan eşim Nusret ÖZBAĞ'a her an yanımda oldukları için çok teşekkür ederim.