HR. Ü.Z.F.Dergisi, 2004, 8 (3/4):63-71 J.Agric Fac. HR. U. 2004, 8 (3/4):63-71

DÜNYA ve TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

Kürşat DEMİRYÜREK*

Geliş Tarihi: 20/ 04/ 2004

ÖZET

Son yıllarda organik tarım sadece gelişmiş ülkelerde değil, gelişmekte olan ülkelerde de hızla yayılmaktadır. Bu durum büyük ölçüde, tüketiciler arasında sağlıklı gıda tüketimi ve çevreyi korumaya yönelik verilen önemin giderek artmasının bir sonucudur. Bu gelişmelere bağlı olarak, organik tarım ve gıda ürünlerinin ticaret hacmi de özellikle Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Okyanusya'da hızla büyümektedir. Organik üretim açısından çok elverişli ekolojik şartlara ve büyük bir üretim potansiyeline sahip olan ülkemizin, dünya organik ürün ve gıda pazarındaki payı maalesef çok düşüktür. Bu çalışmanın başlıca amaçları dünya ve Türkiye'deki organik tarım ve gıda ürünleri ticaretinin mevcut durumu ve geleceğini ortaya koymak; Türkiye'de organik tarıma ilişkin başlıca sorunları belirtmek; organik tarımın yaygınlaştırılabilmesi ve organik ürünlerin ihracatının artırılabilmesi için önerilerde bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler: organik tarım, benimseme, pazar, dünya ve Türkiye

ORGANIC AGRICULTURE IN THE WORLD AND TURKEY

ABSTRACT

Organic agriculture has rapidly grown not only in developed countries, but also in many developing countries. This is mainly the result of increasing consumer awareness about healty food and environmental interests in recent years. Parallel to this development, the market for organic products is growing especially in Europe, North America and Oceania. Although, Turkey has suitable ecologic conditions and export potencial for organic production, the share of Turkish organic products in the world market is significantly low. The main objectives of the study are to analyse the state of organic agriculture in the world and Turkey, and to describe major issues in Turkish organic agriculture and to present various suggestions on diffusing organic agriculture among producers and increasing organic product export.

Keywords: organic agriculture, adoption, market, world and Turkey.

GİRİŞ

Günümüzde Avrupa Birliği (AB) ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Japonya gibi gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, dünyadaki birçok ülkede çevre korumaya yönelik duyarlılık ve sağlıklı gıda tüketmeye yönelik tercihler giderek artmaktadır. Bu talepleri karşılamaya yönelik organik tarım, neredeyse dünyadaki tüm ülkelerde uygulanmakta; üretim alanı ve üretici sayısı giderek artmaktadır. Buna paralel olarak, dünya organik ürün pazarı da giderek büyümektedir. Bu pazarın neredeyse tamamını da ABD ve AB ülkeleri oluşturmaktadır. Ancak bu ülkelerde yetişmeyen veya yeteri kadar temin edilemeyen organik ürünler; çoğu gelişmekte olan ülkelerden ithal edilmektedir. Bu yüzden gelişmekte olan bu ülkeler, hızla gelişen dünya organik ürün ve gıda pazarından pay alabilmek için çeşitli çalışmalar yapmaktadır.

Bu çalışmada dünya ve ülkemizde organik tarımın mevcut durumu ve geleceği ortaya konulacaktır. Bu yüzden öncelikle, birçok yanlış anlaşılma ve tartışmaya yol açan organik tarım kavramı üzerinde durulacak ve organik tarımın anlamı, genel amaçları ve ilkeleri açıklanacaktır. Daha sonra üreticilerin organik tarımı benimsemelerinde etkili olan faktörler ortaya konulacaktır. Böylece, ülkemizde organik tarımın yaygınlaştırılabilmesi için gerekli stratejiler geliştirilecektir. Bu araştırmanın diğer bir amacı ise; henüz gelişme döneminde olmasına rağmen büyük bir potansiyele sahip ülkemizin organik tarım konusundaki mevcut sorunlarını belirlemek ve bunların çözülerek, ihracatımızın artırılması

* Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 55139, Samsun (kursatd@omu.edu.tr)

için alınması gerekli önlemleri ortaya koymaktır.

ORGANİK TARIMIN TANIMI, GENEL AMAÇ ve İLKELERİ

Organik tarım kavramı hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Ancak herkes tarafından kabul edilmiş, ortak bir tanım bulunmadığı için bu tanımlar bazı tartışmaları ve görüş ayrılıklarını da ortaya koymaktadır.

Organik tarım, dil farklılıkları nedeniyle farklı ülkelerde farklı isimlerle anılmaktadır. Örneğin, İngiltere'de organik (*organic*), Almanya'da ekolojik (*ökologish)* ve Fransa'da biyolojik (*bioloque*) kelimeleri kullanılmaktadır. Ancak bunlar genel olarak birbirleriyle eşanlamlı olarak kullanılmaktadır.

Organik tarım tanımlamalarının bazılarında sürdürülebilirlik kavramı ön plana çıkmaktadır. Örneğin, Lampkin (1990) organik tarımı: "bütüncül, uygar, çevresel ve ekonomik olarak sürdürülebilir sistemler oluşturmayı amaçlayan bir tarım yaklaşımı" olarak tanımlamaktadır. "Sürdürülebilir tarım" kavramının genel olarak anlamı ise yalnızca doğal kaynakların uzun vadede korunması ve verimliliklerinin garanti altına alınması ile kalmamakta; ekonomik, sosyal ve ekolojik açıdan dengeli tarım sistemini ifade etmektedir (Francis ve Youngberg, 1990).

Diğer taraftan, organik tarımda çiftlik tüm unsurlarıyla (çiftçi, toprak, organik materyaller, iklim, bitkiler, hayvanlar vd.) birlikte, bir bütünü oluşturmak için etkileşim halinde olan ve yaşayan bir organizma olarak görülmektedir (Lampkin, 1990). Bu yüzden organik tarım kullanılan girdi tipi (yasaklanan veya izin verilen) yerine, üretime "bütünsel" *(holistic)* bir yaklaşımdır. Ancak, uygulamada organik tarımı diğer sürdürülebilir tarım sistemlerinden (alternatif, biyo-dinamik, yeniden üretken vd.) ayırmada, organik olmayan (inorganik) gübreler ve sentetik tarım ilaçlarının kullanımından kaçınma unsuru kullanılmaktadır. Özellikle pazarlama sistemi açısından, organik tarımı diğer sistemlerden ayırt eden en önemli faktörler arasında yasal standartlar, kontrol ve sertifikasyon işlemleri sayılabilir (Tate, 1994; Lampkin, 1996).

Sonuç olarak, organik tarım ne "gübresiz ve ilaçsız tarım" ne de "doğal tarım" değildir. Organik tarım çiftliğin yönetiminden, ürünlerinin pazarlanmasına kadar kendi özel prensip ve uygulamaları olan, sürdürülebilir tarım sistemlerine bir yaklaşım olarak görülebilir (Demiryürek, 2000).

DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIMIN YAYILMASI

Dünyada Organik Tarımın Benimsenmesinde Etkili Olan Unsurlar

Neden çiftçilerin organik tarımı benimsedikleri birçok araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Ancak belirlenen motivasyon kaynakları çalışmadan çalışmaya değişmektedir. Genel olarak konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçişte etkili unsurlar beş kategoride sınıflandırılabilir. Birincisi, toprak erozyonu ve hayvanların sağlığının kötüye gitmesi gibi konvansiyonel tarımla ilgili geçmiş problemlere çare bulmaktır. İkincisi, mali nedenler, mevcut ekonomik problemlerin çözülmesi ve çiftliğin uzun dönemde varlığını sürdürebilmesidir. Üçüncüsü, bazı kimyasal maddelerin uygulanması sonucu oluşabilecek sağlık problemlerinden kaçınma gibi kişisel nedenler olabilmektedir. Dördüncüsü, felsefi, politik, dini veya çevrecilik gibi genel etmenlerdir. Son olarak, organik girdi satıcıları, aile üyeleri, arkadaşların teşvikleri ve organik tarım tanıtım toplantılarına katılım gibi sosyal çevreden gelen teşvikler de yapılan araştırma sonuçlarına göre önemli etkenler arasındadır (Padel, 1994; Padel ve Lampkin, 1994; Demiryürek, 2000).

Türkiye'de Organik Tarımın Benimsenmesinde Etkili Olan Unsurlar

Çoğu Avrupa ülkesi ve ABD'de organik tarımın gelişimine çiftçiler öncülük etmesine karşın, Türkiye'de organik tarım Avrupalı özel organik tarım şirketlerinin elemanlarınca çiftçilere tanıtılmış ve benimsetilmiştir (Aksoy ve Altındişli, 1999). Başka bir anlatımla, Avrupa ve ABD'de organik tarımın yapılanması üreticiden başlayarak (arz kaynaklı) aşağıdan yukarıya doğru iken; Türkiye'de organik tarımla ilgilenen şirketlerden üreticiye doğru (talep kaynaklı) yukarıdan aşağıya bir yapılanma söz konusudur (Demiryürek, 2000). Bu durumda, Türkiye'de çiftçilerin organik tarımı benimsemelerinde etkili olan faktörler ve bunların öncelik sırasının, dünyadaki motivasyon unsurlarından farklı olması beklenebilir.

Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmalar (Olhan, 1997; Demiryürek, 2001; Kenanoğlu ve Miran, 2002) incelendiğinde, yetiştiricilerin organik üretime geçmelerinde ekonomik faktörlerin (özellikle prim fiyat ve pazar garantisi) en etkili motivasyon unsuru olduğu belirlenmiştir.

DÜNYA ve TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM ve TİCARETİNİN GELİŞİMİ

Dünyada Organik Tarımın Gelişimi

Organik tarım, dünyada yaklaşık 130 ülkede yapılmakta ve organik üretim alanları giderek artmaktadır. SOEL (Stiftung Oekologie & Landbau-Foundation Ecology & Agriculture)'in 2003 yılı Şubat ayındaki anket sonuçlarına göre (Yussefi, 2003), dünya çapında yaklaşık 23 milyon hektar alanda organik ürün yetiştirilmektedir. Bu alanın büyük bölümüne Avustralya, Arjantin ve İtalya sahiptir. En fazla organik ürün yetiştiren alana sahip Avustralya ve Arjantin'deki alanların büyük bölümü ise yem bitkileri ile kaplıdır. Kıtalara göre dağılım incelenirse; dünyada organik ürün yetiştirilen alanının neredeyse yarısını (%46.3) Okyanusya kıtası kaplamaktadır; bunu %22.6 ile yaklaşık 5 milyon hektar organik üretim alanına sahip Avrupa kıtası, üçüncü sırada ise %21 ile Latin Amerika kıtası (4.7 milyon hektar) izlemektedir.

Dünyadaki toplam organik üretim yapılan çiftlik sayısının 400.000'e yaklaştığı bildirilmektedir. Bunların büyük çoğunluğu (%44'ü) Avrupa kıtasındadır. AB'de gerek organik ürün yetiştirilen alanda gerekse organik üretim yapılan çiftliklerin sayısında yıllara göre düzenli bir artış trendi olduğu belirtilmektedir (Çizelge 1). Son üyelerin katılımıyla 25 ülkeden oluşan AB'de yaklaşık 5.5 milyon ha alanda organik tarım yapılmakta, bu toplam tarımsal alanın %2.26'sını oluşturmaktadır. Son üye ülkelerin katılımından önce toplam üretim alanının yaklaşık %7'sinde organik ürün yetiştirilmekteydi. Birliğe üye ülkelerde hükümetler organik üretim yapılan alanı artırmak için mali destek vermekte ve üye ülkeler kendilerine hedefler koymaktadır. Örneğin Alman Tarım Bakanlığı 2010 yılında toplam tarım alanlarının %20' sinde organik ürün yetiştirmeyi hedeflemektedir. Bu hedefe İsveç 2005 yılında ulaşmaya çalışmaktadır (Yussefi, 2003).

Dünya organik tarım ve gıda ürünleri ticareti incelendiğinde ise; bu pazarının özellikle Batı Avrupa, Kuzey Amerika, Japonya ve Avustralya'da hızla geliştiği görülmektedir. Toplam gıda satışlarının %1-4'ü organik ürünlerden sağlanmaktadır (Güzel, 2001). Çizelge 2'den görüldüğü gibi dünya genelinde organik ürünlerin perakende ticareti 1996-2000 yıları arasında %131 artarak 21.5 milyar $'a ulaşmıştır.

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)' nin tahminine göre, dünyada organik ürünlerin perakende satışlarının 2003 yılında 23-25 milyar $ olduğu ve bunun 2005 yılında ise 29-31 milyar $'a ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu, belirtilen yıllar arasında dünya organik ürün pazarının yaklaşık %26 gibi büyük bir oranda büyüyeceği anlamına gelmektedir.

2003 yılında dünyadaki toplam perakende organik gıda ürünleri satışlarının yarıdan biraz fazlası (%52.17) K.Amerika'da; neredeyse diğer yarısı (%45.65) ise Avrupa'da yapılmaktadır (ITC, 2002 Aralık ayı tahmini: http://www. intracen.org). Dünya organik gıda ürünleri iç pazarında en büyük ülke 11-13 milyar $ ile ABD'dir (Çizelge 3). Bu ülkede toplam gıda satışlarının %2'den fazlasını organik ürünler oluşturmaktadır ve bu sektörün 2003-2005 yılları arasındaki dönemde, yıllık %15-20 gibi büyük bir oranda büyüyeceği tahmin edilmektedir. 2003 yılında Avrupa'nın organik gıdadaki iç pazar büyüklüğü ise 10-11 milyar $ arasında değişmektedir. Avrupa'da organik ürün iç pazarları büyüklüğü açısından

Çizelge 1. AB'ye üye 25 ülkede organik tarımın gelişimi

Yıllar	Organik üretim yapılan alan (ha)	Organik üretim yapılan işletme
1995	1 464 899	60 578
1996	1 824 271	75 422
1997	2 382 109	95 223
1998	2 986 005	116 040
1999	3 705 873	136 292
2000	4 259 449	147 508
2001	5 090 627	162 020
2002	5 549 873	160 458

Kaynak: www.organic.aber.ac.uk/

Çizelge 2. Dünyada organik ürün satışlarındaki büyüme (1996-2000).

Ülkeler	1996 (milyon ABD $)	2000 (milyon ABD $)	Büyüme (%)
B.Avrupa	4 330	9 550	121
ABD	3 500	8 000	128
Japonya	1 000	2 500	150
Kanada	350	825	136
Avustralya	50	150	200
Dünya	9 330	21 550	131

Kaynak: Taşbaşlı ve Zeytin (2003)

Çizelge 3. Dünyadaki organik gıda ürünleri pazarının durumu

Pazarlar	Perakende Satışlar 2003 milyon $/€	Toplam gıda satışlarına % oranı (tahmin)	2003-2005 arası yıllık büyüme yüzdesi
ABD	11 000-13 000	2.0-2.5	15-20
Almanya	2 800-3 100	1.7-2.2	5-10
Britanya	1 550-1 750	1.5-2.0	10-15
İtalya	1 250-1 400	1.0-1.5	5-15
Fransa	1 200-1 400	1.0-1.5	5-10
Kanada	850-1 000	1.5-2.0	10-20
İsviçre	725-775	3.2-3.7	5-15
Hollanda	425-475	1.0-1.5	5-10
Japonya	350-450	<0.5	-
İsveç	350-400	1.5-2.0	10-15
Danimarka	325-375	2.2-2.7	0-5
Avusturya	325-375	2.0-2.5	5-10
Belçika	200-250	1.0-1,5	5-10
Okyanusya	75-100	<0.5	-

Kaynak: ITC, 2002, Aralık ayı tahmini: http://www.intracen.org

başlıca ülkeler Almanya, Britanya, İtalya ve Fransa'dır. 2003 yılında bu ülkelerin toplam gıda satışlarının %1-2'sini organik ürünler oluşmaktadır ve 2005 yılına kadar her yıl bu pazar yaklaşık %5-15 arası büyüyecektir. Amerika ve Avrupa ülkeleri dışında, dünya organik gıda ürünleri pazarında önemli ülkeler arasında Japonya gelmektedir. 2000 yılına kadar Japonya'da "yeşil ürün" olarak adlandırılan ve sertifikalı organik gıda ürünlerini de kapsayan iç pazarın büyüklüğü 2-2.5 milyar $ arasındaydı. Ancak, Japon Tarım Bakanlığı'nın yeni organik standartlarına göre bu ürünlerin hepsi organik olarak kabul edilmemektedir. Bu yüzden 2003 yılı sertifikalı organik gıda satışlarının 350-450 milyon $'a ulaşacağı ve uzun dönemde Japon iç pazarının potansiyelinin daha da büyük olacağı tahmin edilmektedir. Avustralya dünyada en fazla organik üretim yapılan arazi (çoğunluğu yem bitkileri ile kaplı) büyüklüğüne sahip ülke olmasına rağmen; organik gıda ürünleri için çok küçük bir pazar hacmine sahiptir. Ancak Yeni Zelanda ile birlikte Avustralya'nın organik gıda pazarının büyüklüğünün tahmin edilenden (75-100 milyon $) daha fazla olduğu ve bunun hızla büyüyeceği bazı pazar analistlerince belirtilmektedir (Yussefi, 2003).

Dünyadaki toplam organik gıda ürünleri satışlarının halen çok büyük bir bölümünü meyve ve sebze ürünleri oluşturmakla birlikte, son yıllarda süt ve et ürünleri de özellikle Batı Avrupa pazarlarında önem kazanmaya başlamıştır (Euromonitor Market Prospects: Güzel, 2001).

Türkiye'de Organik Tarımın Gelişimi

Organik gıda ürünlerinin dünya ticaretinde öneminin artmasına bağlı olarak, Avrupalı firmalar ülkemizden organik tarım ve gıda ürünleri talebinde bulunmaktadır. 1980'lerin ortalarından itibaren bu yabancı firmaların temsilcileri sözleşmeli üretim modeline dayalı olarak, çiftçilerimize organik üretimi tanıtmış ve benimsetmişlerdir. Öncelikle geleneksel ihraç ürünlerimizden olan çekirdeksiz kuru üzüm ve kuru incir organik olarak Ege bölgesinde üretilmeye başlanmıştır.

Daha sonra bu ürünlere fındık ve kayısı eklenmiştir (Aksoy ve Altındişli, 1999).

Çizelge 4'ten görüldüğü gibi, 1990-2003 yılları arasında organik tarım ve gıda ürünlerinin çeşidi 8'den 176'ya (% 2 100; 22 kat) çıkmıştır. Üretici sayısı 313'den 13 044'e (%4 067; 42 kat) yükselmiş ve üretim alanı (ha) 1 037'den 103 190'a (%9 850; 99 kat) artmıştır. Buna göre son yıllarda ülkemizde organik tarımın çok hızla geliştiği söylenebilir.

SOEL'in 2003 anketine göre (Yussefi, 2003), Türkiye'deki toplam tarım alanlarının ancak %0.14'ünde organik tarım yapılmaktadır. Öte yandan, dünyada en fazla organik üretim alanına sahip ülkeler açısından Türkiye 30. sırada; en fazla üretici sayısına sahip ülkeler arasında ise 6. sıradadır. Buna göre, ülkemizin organik tarım alanında büyük bir potansiyele sahip olduğu; ancak ihracat bölümünde açıklanacağı gibi bunu yeterince değerlendirilemediği söylenebilir.

Türkiye'de üretilen organik ürün grupları dikkate alındığında, büyük bölümünün (%66) meyvelerden oluştuğu görülmektedir. Daha detaylı olarak meyveler incelenirse, ülkemizde organik olarak kuru ve kurutulmuş meyvelerin (özellikle üzüm, incir, kayısı ve fındık) üretiminin önemli yeri olduğu görülmektedir. Diğer önemli ürünler ise sırasıyla tarla bitkileri (%16) ve sebzelerdir (%9) (Taşbaşlı ve Zeytin, 2003).

Organik ve konvansiyonel üretim sistemlerinin ekonomik yönünü karşılaştırmak amacıyla Çizelge 5'te belli başlı ürünlere yönelik verim, maliyet, satış fiyatı ve karlılık verileri sunulmuştur. Buna göre, organik fındık yetiştiriciliği hariç ele alınan ürünlerde verim, konvansiyonel yetiştiriciliğe oranla %5-20 arasında daha düşüktür. Organik çekirdeksiz kuru üzüm ve zeytin yetiştiriciliğinde birim maliyet konvansiyonel yetiştiriciliğe göre yaklaşık %30 daha yüksek iken; organik fındık, pamuk ve buğday yetiştiriciliğinde birim maliyet, konvansiyonel sisteme göre %4.6-8.7 arasında daha düşüktür. Organik ürünlerin çiftçi eline geçen satış fiyatı (aynı zamanda şirketlerin üreticilere verdiği prim fiyatı) %1-15 arasında konvansiyonel ürünlere göre daha yüksektir. Net kar açısında en karlı organik ürün fındıktır (%122 daha fazla). Verim düşüklüğü, birim maliyet yüksekliği ve satış fiyatlarının düşüklüğüne bağlı olarak, organik çekirdeksiz kuru üzüm, zeytin ve arpanın net karlılığı konvansiyonel yetiştiriciliğe oranla %25-60 arası daha düşüktür (Demirci ve ark. 2002).

Türkiye'de organik ürünlerin iç pazarındaki durumu ortaya koymaya yönelik çok az araştırma bulunmak-tadır. Ülkemizde organik tarım ve gıda ürünlerine iç pazardaki talebi geliştirmeye yönelik 1990'ların sonlarından itibaren büyük süpermarketlerde tanıtım girişimleri olmuştur.

Çizelge 4. Türkiye'de organik tarımın gelişimi

Yıllar	Ürün sayısı	Üretici sayısı	Üretim alanı (ha)
1990*	8	313	1 037
1992*	23	1 780	6 077
1994*	20	1 690	5 196
1996*	37	4 039	16 000
1998*	65	8 302	25 303
2000**	95	18 385	59 985
2001**	98	15 795	111 324
2002**	147	12 428	89 826
2003**	176	13 044	103 190

Kaynak: * ETO Derneği Kayıtları (Güzel, 2001)
**TKB, APK Dairesi (www.tarim.gov.tr)

Çizelge 5. Organik tarımın konvansiyonel tarıma göre ürün verimi, maliyet, satış fiyatı ve kartlılık durumunun karşılaştırılması

Ürünler	Verim (% fark)	Birim maliyet (% fark)	Satış fiyatı (% fark)	Net kar (% fark)
Fındık	22.0	-4.6	15.0	121.6
Ç.K. Üzüm	-8.2	29.2	6.7	-25.8
Pamuk	-6.6	-8.7	10.5	47.3
Zeytin	-16.1	27.6	6.2	-27.2
Buğday	-5.2	-7.3	1.1	14.3
Arpa	-19.5	3.3	3.1	-59.1

Kaynak: Demirci *ve ark.* (2002)

Ancak organik ürünler konusunda tüketici bilincinin yetersiz olması, ürün sayısının sınırlı ve fiyatlarının da yüksek olması gibi başlıca sebeplerle, bu girişimler pek başarılı olamamıştır. Daha sonra büyük süpermarketler yanında büyük şehirlerde özel olarak doğal ve organik ürünlerin satışına yönelik dükkanların açılmasıyla birlikte iç pazarda organik ürünlere olan tüketici talebinde bir artış gözlenmiştir (Aksoy, 2001; Kayahan, 2001). Organik ürünleri satın alan tüketiciler ise genelde gelir düzeyi yüksek, orta yaşın üzerinde, eğitimli ve sağlık riskleri konusunda duyarlı kişilerden oluşmaktadır. Ancak yine de bu gelişmelere karşın, halen organik ürünlerin iç pazarı çok küçüktür (Akgüngör *ve ark*., 1999).

Türkiye organik tarım ürünleri ihracatının yıllar itibariyle gelişimi incelendiğinde, genelde değer olarak büyük bir artış söz konusudur (Çizelge 6). 1998-2003 yılları arasında organik ürün ihracatımız yaklaşık 19.4 milyon $'dan 37 milyon $'a ulaşarak; bu dönemde %91 artmıştır.

1990 yılına kadar, klasik tarımsal ihraç ürünlerimiz organik olarak yetiştirilmiş ve dış pazara sunulmuştur. Daha sonra organik olarak ihraç edilen ürün sayımız, işlenmiş ürünlerin de katılımıyla artmıştır. Çizelge 7'de son yıllarda organik ürün ihracatımızda önemli ürünlere ait veriler sunulmuştur. Buna göre, günümüzde organik ürün ihracatımızda başlıca önemli ürünler arasında çekirdeksiz kuru üzüm, kuru incir, kuru kayısı ve fındık gibi klasik ürünler sayılabilir. Daha önce belirtildiği gibi, ülkemizdeki organik üretim dış ülkelerden gelen taleplere göre şekillendirilmektedir. Bu durumda dış pazardaki dalgalanmalardan üreticilerimiz olumsuz etkilenmektedir. Son yıllarda, klasik ihraç ürünlerimiz yanında bakliyat, işlenmiş meyve ve bazı endüstri bitkilerinin ihracatında artışlar görülmektedir (Çizelge 7).

Son verilere göre, organik ürün ihracatı yaptığımız ülke sayısı 20 civarında olup; bunların çoğunu AB'ne üye ülkeler oluşturmaktadır. 2000 yılında miktar olarak, toplam organik ürün ihracatımızın %36'sı Almanya'ya, %18'i Hollanda'ya, %13'ü İsviçre'ye ve %10'u İngiltere'ye yapılmıştır. Diğer önemli ülkeler arasında sırasıyla Fransa, ABD, Danimarka, İtalya, Avusturya ve Kanada bulunmaktadır (Ege İhracatçılar Birliği kayıtları: Güzel, 2001).

Sonuç olarak; ülkemizin organik ürün ihracatındaki gelişmelere rağmen, dünya ticaretindeki payının çok düşük olduğu (37 milyon $ / 24 milyar $ x 100 = %0.15) görülmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, birçok Avrupa ülkesi ve K.Amerika'da organik tarım ürünlerine olan talep, bu ülkelerin toplam arzından daha hızlı artmaktadır. Bu durum, ülkemiz gibi organik tarımsal üretim potansiyeli yüksek olan ülkelerin gerekli yapısal düzenlemelerini tamamlamaları kaydıyla, bu pazarlara giriş ve mevcut ihracatlarını artırmaları için kaçırılmaz fırsatlar bulunduğunu göstermektedir.

Çizelge 6. Türkiye'nin organik ürün dış satımının gelişimi

Yıllar	Değer (FOB, $)
1998	19 370 599
1999	24 563 892
2000	22 756 297
2001	27 242 407
2002	30 877 140
2003	36 982 995

Kaynak: www.tarim.gov.tr

Çizelge 7. Türkiye'nin son yıllardaki önemli organik ihraç ürünleri

Yıllar	1998		1999		2000	
Ürünler	Miktar (ton)	Değer (1 000 $)	Miktar (ton)	Değer (1 000 $)	Miktar (ton)	Değer (1 000 $)
Kuru Üzüm	2 839	3 855	3 289	4 150	4 028	4 610
Kuru Kayısı	953	2 724	1 045	3 033	1 050	2 344
Kuru İncir	1 469	3 580	1 580	3 556	1 733	3 308
Fındık	7 42	3 948	879	4 036	1 039	4 009
Mercimek	335	359	616	575	897	788
Nohut	590	535	934	818	679	598
Çamfıstığı	19	401	36	696	52	787
Elma Suyu	-	-	555	761	290	388
Pamuk	75	161	169	356	175	299
Zeytinyağı	21	50	381	872	15	48

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği Kayıtları (:Gündüz ve Koç, 2001).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bölümde, daha önce ele alınan ülkemizdeki organik tarımın durumu-na ilişkin genel sonuçlar ortaya konacaktır. Türkiye'nin organik tarım konusundaki mevcut sorunları belirtilecek ve bunların çözümü konusunda önerilerde bulunulacaktır.

Genel Sonuç ve Sorunlar

- Ülkemizde organik üretim 1980'lerin ortalarından itibaren, Avrupalı organik tarım ile ilgilenen firmalarının öncülüğünde başlamıştır. Günümüzde yerli firmalar da organik tarım sektöründe büyük ölçüde yer almaktadır.
- Ülkemiz organik üretim açısından çok elverişli şartlara ve büyük bir potansiyele sahiptir. Biyolojik çeşitlilik, hastalıklara dayanıklı türler, birçok alanda bozulmamış ekolojik denge, uygun ekolojik ortam, sentetik girdi kullanımının düşüklüğü vb. nedenler bunlar arasındadır.
- Ülkemizde organik tarım hızla gelişmektedir. Ancak üretimin çok büyük bir bölümü bitkisel ürünlerden (özellikle kuru ve sert kabuklu meyve ve tarla bitkileri) oluşmaktadır. Bal dışında organik hayvansal ürünlerin üretimine son yıllarda başlanmıştır.
- Genel olarak dünya organik tarım ürünleri pazarındaki payımız çok düşüktür. Yurtiçi üretimimiz, dış pazar talebine göre şekillenmektedir. Organik ihraç ürünlerimizin çok az bir bölümü işlenmiş, tarım ve gıda mamulüdür. Dış ülkelerin taleplerindeki yıllara göre dalgalanmalardan, yerli üreticilerimiz büyük ölçüde olumsuz etkilenmektedir.
- İç pazar talep yetersizliği, tüketici bilinçsizliği, tanıtım eksikliği, ürünlerin pahalılığı, pazarlama problemleri gibi nedenlerle sınırlıdır. Diğer taraftan, iç pazarın geliştirilmesine yönelik altyapı çalışmaları, tüketici bilinçlendirme faaliyetleri vd. destek hizmetleri sınırlıdır.
- Diğer taraftan, iç pazarda tüketicimize doğal, tabi, köy ürünü gibi farklı isimlerle anılan ürünler, organik ürün gibi sunulmaya çalışılmakta, bu ise tüketicinin organik ürünlere olan güvenini sarsmaktadır.
- Organik üretimin geliştirilmesine yönelik çiftçilere yeterli mali destek yapılmamaktadır.
- Organik tarıma ilişkin çeşitli yasal düzenlemeler bulunmasına karşılık, henüz tüm düzenlemeleri kapsayacak ve AB normlarına uyumlu organik tarım kanunu çıkarılamamıştır.
- Organik üretimle ilgili çeşitli kişi ve kuruluşlar arasında etkili bir işbirliği ve enformasyon ağı bulunmamaktadır. Organik tarım konusunda üretim ve ihracata yönelik sağlıklı istatistiki verilere ulaşılamamaktadır.
- Organik ürünlere yönelik bazı güven eksikliği bulunmaktadır. Bazı münferit olaylar sonucu, organik ürünlerimizin dış ülkelerden geri dönmesi, bu sektöre büyük darbe vurmaktadır.
- Organik tarım konusunda gerek kamu gerekse özel sektörce yürütülen AR-GE çalışmaları çok yetersizdir. Son yıllarda Üniversitelerin öncülüğünde bazı araştırma çalışmaları yapılmaya başlanmıştır.
- Organik tarıma yönelik gerek TKB gerekse özel şirketlerce yürütülen çiftçi eğitim ve yayım hizmetleri çok sınırlıdır.
- Organik üreticilerin kendi kurdukları üretici örgütleri neredeyse yok gibidir.

Öneriler

- Devlet organik üretimin geliştirilmesi için teşvik edici tarım politikası önlemleri almalıdır. Bunlar arasında ucuz girdi desteği, prim fiyat uygulaması, gelir desteği, kredi kolaylıkları vb. mali destekler sayılabilir.
- Ülkemizde üreticiler arasında organik tarımın yaygınlaştırılması için diğer destekler yanında, mali teşviklere (prim fiyat uygulaması, pazar garantisi, destekleme alımı, girdi sübvansiyonu, gelir desteği, kredi kolaylıkları vb.) öncelik verilmelidir.
- Uygun ekolojik bölgelerde organik tarımın benimsenmesi ve yaygınlaştırılması için pilot projeler uygulanmalıdır. Devlet üreticilerin örgütlenmesini teşvik etmeli ve organik üretim mevcut kooperatifler aracılığıyla desteklemelidir.
- Bunların yanında devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarınca organik tarımla ilgili araştırma, çiftçi eğitim ve yayım çalışmaları desteklenmeli ve yaygınlaştırmalıdır.
- Büyük rekabetin yaşandığı dış pazara daha kaliteli ve daha ucuz organik ürün sunulmalıdır. Dışsatım gelirlerini artırmak için katma değeri yüksek, işlenmiş tarım ve gıda maddeleri bu pazara sunulmalıdır.
- Klasik ihraç ürünleri yanında, hedef pazarlara yönelik öncelikli ürünlerin belirlenmesi, üretim planlaması, üretici teşvik

çalışmaları, pazarlama gibi çok yönlü konuları kapsayan destekleme çalışmaları yapılmalıdır.

- Çok sınırlı üretim miktarı olan organik hayvansal ürünlerin üretimi teşvik edilmelidir.
- Büyük bir potansiyele sahip olduğumuz doğada yetişen ürünler (özellikle tıbbi ve aromatik bitkiler) kültüre alınmalı ve organik olarak sertifikalandırılmalıdır.
- İç pazarın geliştirilmesine yönelik yerli pazarlama firmaları desteklenmeli ve tüketici eğitimi ve bilinçlendirme çalışmalarına önem verilmelidir. İç pazarda organik ürünlerin maliyetlerinin düşürülmesine yönelik doğrudan üretici pazarları kurulması, ambalaj ve sertifikasyon masraflarını azaltmaya yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.
- Organik tarımla ilgili resmi, özel ve sivil toplum kuruluşları arasında etkin işbirliği ortamının sağlanması için daha işlevsel bir üst koordinasyon kurulu oluşturulmalıdır. Aynı zamanda organik tarım konusunda sağlıklı bir veri tabanı oluşturulmalıdır.
- Organik ürünlere olan güvenin sağlanması için kontrol, sertifikasyon ve uluslar arası akreditasyona yönelik yasal düzenlemeler ve uygulamalar, dış ülkelerdeki (özellikle AB'deki) gelişmelere paralel olarak güncellenmelidir.
- Organik tarım ile ekolojik turizm uygulamaları birbirine entegre edilmelidir. Bunun yanında çevreyi kirletmeden üretilen gıda dışı organik ürünlerin (kozmetik, tekstil, ahşap, kağıt, boya, yöresel sanat ürünleri gibi) üretimi ve ticareti teşvik edilmelidir.

KAYNAKLAR

Akgüngör S., Miran B., Akbay C., Olhan E. ve Nergis N.K. 1999. İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde tüketicilerin çevre dostu tarım ürünlerine yönelik potansiyel talebinin tahminlenmesi, *Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü, Proje Raporu*: *1999-3,* **Yayın No:15**, Ankara.

Aksoy, U. 2001. Ekolojik Tarım: Genel Bir Bakış. *Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu*. 14-16 Kasım, Antalya, NAR-SER ve ETO. Ankara: TKB Tarım 2000 Vakfı Yayınları, s.3-10.

Aksoy, U. ve Altındişli, A. 1999. Dünya'da ve Türkiye'de ekolojik tarım ürünleri üretimi, ihracatı ve geliştirme olanakları. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, **Yayın No: 1999-70**. İstanbul, 125 s.

Demirci, R., Erkuş, A., Tanrıvermiş, H., Gündoğmuş, E., Parıltı, N. ve Özüdoğru, H. 2002. Türkiye'de ekolojik tarım ürünleri üretiminin ekonomik yönü ve geleceği: Ön araştırma sonuçlarının tartışılması. *Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi.* 18-20 Eylül, Erzurum, s.197-210.

Demiryürek, K. 2000. The analysis of information systems for organic and conventional hazelnut producers in three villages of the Black Sea Region, Turkey. Doktora tezi (basılmıştır), The University of Reading, Reading, UK. 301 s.

Demiryürek, K. 2001. Conversion to organic hazelnut production in the Black Sea Region of Turkey. *Proceedings of the Fifth International Congress on Hazelnu*t, 27-31 August, Corvallis, Oregon, USA. ACTA Horticulturae **Number 556,** s.453-460.

Francis, C.A. ve Youngberg, G. 199O. Sustainable agriculture: An overview. "Alınmıştır: C.A. Francis, C.B. Flora ve L.D. King (eds). Sustainable Agriculture in Temperate Zones. New York: John Wiley and Sons", s.1-23.

Güzel, H.T. 2001. Dünyada ve Türkiye'de ekolojik tarım ürünleri üretimi, ihracatı ve geliştirme olanakları. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, **Yayın No: 2001-14**. İstanbul. 134 s.

Kayahan, H.S. 2001. Ekolojik tarımda iç pazarın gelişimi. *Türkiye 2. Ekolojik Tarım Sempozyumu*. 14-16 Kasım, Antalya, NAR-SER ve ETO. Ankara: TKB Tarım 2000 Vakfı Yayınları, s.24-29.

Kenanoğlu, Z. ve Miran, B. 2002. Ege Bölgesi'nde organik tarım tercihini belirleyen çiftçi özellikleri: kuru incir ve çekirdeksiz kuru üzüm örneği. *Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi*. 18-20 Eylül, Erzurum, s. 188-196.

Lampkin, N. 1990. Organic Farming. Ipswich: Farming Press, 701 s.

Lampkin, N. 1996. Impact of EC regulation 2078/92 on the development of organic farming in the European Union. *Working Paper No.7*. Aberystwyth: Welsh Institute of Rural Studies, s.2-3.

Olhan, E. 1997. Türkiye'de bitkisel üretimde girdi kullanımının yarattığı çevre sorunları ve organik tarım: Manisa

Örneği, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi (Basılmamış), Ankara, 190 s.

Padel, S. 1994. Adoption of organic farming as an example of the diffusion of innovation: A literature review on the conversion to organic farming. *Discussion Paper Series 94/1*. Aberystwyth: Centre for Organic Husbandry and Agroecology, 15 s.

Padel, S. ve Lampkin, N.H. 1994. Conversion to organic farming: An overview. "Alınmıştır: Lampkin, N.H. ve Padel, S. (eds). The Economics of Organic Farming: An International Perspective. Wallingford: CAB International.", s. 295-310.

Taşbaşlı, H. ve Zeytin, B. 2003. Organik tarımın ilkeleri. Ankara: TKB Yayınları, 118 s.

Tate, W. B. 1994. The development of the organic industry and market: An International Perspective. "Alınmıştır: Lampkin N.H. ve S. Padel (eds).The Economics of Organic Farming: An International Perspective.Wallingford: CAB International.", s. 11-24.

Yussefi, M. 2003. Development and state of organic agriculture world-wide. "Alınmıştır: Yussefi, M. ve Willer, H. (eds.). The World of Organic Agriculture: Statistics and Future Prospects 2003 (5th revised edition). Tholey-Theley: IFOAM", s.7-25.