

## **TÜRKİYE’NİN ORGANİK FINDIK ÜRETİMİ VE İHRACATINDAKİ GELİŞMELER**

**Gamze AYDIN ERYILMAZ<sup>1</sup>**  
**Osman KILIÇ<sup>2</sup>**

Geliş Tarihi: 26 Nisan 2019  
Kabul Tarihi: 31 Mayıs 2019

### **ÖZET**

Dünyada toplumsal bilinçlenmenin sonucu olarak doğal kaynakları ve çevreyi koruyan, aynı zamanda insan sağlığını gözeten tarımsal uygulamalar son yıllarda daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Tarımsal sürdürülebilirliğin sağlanmasında alternatif yöntemlerden biri olan organik tarım, ilk defa Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri’nde uygulanmış, daha sonra diğer ülkelere yayılmıştır. Türkiye’de ise organik tarım, 1980’li yılların ortalarında Avrupalı ithalatçıların talepleriyle başlamıştır. Türkiye’de organik tarım alanı yıllar içinde artış göstermesine rağmen, toplam tarım alanı içindeki payı henüz çok düşük düzeydedir. Son yıllarda ihracata dayalı birçok organik üründe olduğu gibi, organik fındık üretiminde de belli bir gelişme söz konusudur. Dünya fındık üretim ve ihracatının önemli bir kısmını karşılayan Türkiye, bu açıdan fındık piyasasında daima önemli bir avantaja sahiptir. Ancak diğer ülkelerin fındık üretimlerini artırmaları, Türkiye’nin sahip olduğu bu avantajlı konumunu giderek zayıflatmaktadır. Bu bakımdan Türkiye, fındık üretim maliyetini düşürmek ve kaliteyi artırmak, aynı zamanda organik fındık üretimiyle ürün yelpazesini genişleterek ihracatını artırmak zorundadır. Bunun için, organik fındık üreticilerine ve organik ürünleri işleyen işletmelere teknik ve ekonomik desteğin verilmesi büyük önem taşımaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Fındık, organik tarım, Türkiye

---

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, Park ve Bahçe Bitkileri Bölümü, gamzeaydin@omu.edu.tr

<sup>2</sup> Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, okilic@omu.edu.tr

## **Developments in Organic Hazelnut Production and Export of Turkey**

### **ABSTRACT**

As a result of social awareness in the world, the agricultural practices, not only preserve the environment and natural resources, but also take human health into consideration, have been preferred more in recent years. Organic agriculture, one of the alternative methods in providing agricultural maintainability, was first implemented in Europe and the United States of America, and then have become common in the other countries. The demands of European importers in 1980s have caused the organic agriculture to start in Turkey. There has been an increase in the organic agriculture area over the years, but its rate within the total agriculture area is still very low. As in the most exporting organic products, there has been a certain development in the organic hazelnut production. Being the largest hazelnut producer and exporter in the World, Turkey has always utilized advantages of this market. However, the fact that the other countries have increased their hazelnut production has been gradually weakening this advantage of Turkey. Therefore, Turkey has to increase its hazelnut export by reducing production cost, increasing quality and also enlarging product range with organic hazelnut growth. For this reason, it is considerably important to provide technical and economical support to the organic hazelnut producers and the firms processing organic products.

**Keywords:** Hazelnut, organic farming, Turkey

## **GİRİŞ**

Türkiye, sahip olduğu toprak ve iklim koşulları bakımından dünyada tarımsal potansiyeli en yüksek ülkeler arasında yer almaktadır. Dünya fındık üretimi ve ihracatında ilk sırada yer alan Türkiye, fındık piyasasında söz sahibi ülke konumundadır. Türkiye, 2013-2016 dönemine ait yıllık ortalama 533 bin ton olan dünya fındık üretiminin %63,4'ünü karşılamaktadır. Aynı döneme ait yıllık ortalama 222,1 bin ton dünya fındık ihracatının ise %60,2'i Türkiye tarafından yapılmaktadır (<http://www.fao.org>). Türkiye, fındığın en önemli yabancı türlerinin ve kültür çeşitlerinin anavatanı olması nedeniyle, çok zengin bir çeşitliliğe sahiptir (Demir, 1997). Başlangıçta sadece Doğu Karadeniz Bölgesi'nde üretilen fındık, zamanla Batı Karadeniz Bölgesi'ne doğru yayılmıştır. Fındık alanlarının genişlemesinde, devletin fındığa alım garantisi vermesi ve bazı yıllar uygulanan yüksek destekleme fiyatlarındaki etkinin büyük olduğu söylenebilir (Alkan ve Kılıç, 2007). Türkiye'de fındık, yetiştirildiği bölgelerdeki tarım işletmeleri için önemli ve hatta birçok tarım işletmesi için tek geçim kaynağı olmasının yanı sıra, işleme ve pazarlama aşamalarında büyük bir nüfus kitlesi için de istihdam imkânı sağlamaktadır.

Dünyada yeni fındık üreticisi ülkelerin ortaya çıkması ve mevcut üreticilerin üretimlerini artırmaları, Türkiye'nin dünya fındık ihracatındaki payının zamanla düşmesine yol açmıştır. Türkiye uzun yıllar üretimde tekel sayılabilecek üstün konumundan dolayı, nispeten rekabetsiz bir ortamda daha kolay fındık ihraç ederken, yapısal tedbirler alınmadığında gelecek yıllarda kalite ve özellikle de fiyat yönünden diğer ülkelerle ciddi rekabet etmek zorunda kalacaktır. Bu bakımdan Türkiye, kısa zamanda fındık üretim maliyetini düşürmek, kaliteyi istenilen seviyeye çıkarmak ve ürün çeşitliliğini artırmak zorundadır. Fındıkta üretim maliyetini düşürmek için verimin artırılmasıyla birlikte, girdilerin etkin kullanımının da sağlanması gerekmektedir. Ayrıca, işleme sanayisine uygun ve yeterli hammadde sağlamak amacıyla, kaliteli fındık çeşidinin seçimi ve üretimde bakım şartlarının iyileştirilmesi konuları büyük önem taşımaktadır.

Dünya nüfusunun hızlı artışından dolayı, birim alandan daha fazla verim elde etme çabaları ve buna yönelik tarımsal uygulamalar uzun yıllar önceliğini korumuştur. Tarımda yanlış zamanda ve aşırı miktarda kullanılan kimyasal gübre ve tarım ilaçları, insan sağlığına yönelik tehditlerin ve çevre kirliliğinin önemli sebepleri haline gelmiştir. Tarımsal kirlenmenin olumsuz

etkileri konusundaki toplumsal bilinçlenme, sürdürülebilir tarımsal uygulamalardan biri olan organik tarımı giderek ön plana çıkarmıştır. Dünyayı, ekolojik dengeyi bozan kimyasallardan korumak ve insanların sağlıklı ürünler tüketmesini sağlamak için, alternatif bir üretim şekli olan organik tarım faaliyeti ilk olarak Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde uygulamaya konulmuştur. Türkiye'de ise, organik tarım faaliyetine ilk olarak 1980'li yılların ortalarında Avrupalı ithalatçıların talepleri doğrultusunda başlanmıştır. Organik tarım, insan ve çevre odaklı bir üretim sistemi olmasının yanı sıra tüm dünyada önemli bir ekonomik faaliyet haline dönüşmüştür. Türkiye'de de organik tarım son yıllarda yükselen bir gelişim seyrine sahiptir. Türkiye'de organik tarımın, toplam tarım alanı içindeki payı her geçen gün artmaktadır. Türkiye'de organik tarımın, toplam tarım alanı içindeki payı 2002 yılında %0,22 iken, bu oran 2017'de %1,43'e çıkmıştır (<http://www.tuik.gov.tr>). Kendine özgü prensiplerle başlayan organik tarımın zamanla önemli bir sektör haline gelmesi, bu konuda yapılan çalışmaların önemini artırmıştır. Çalışmalarda; dünyada ve Türkiye'de organik tarımın mevcut durumu, mevzuattaki gelişmeler, organik tarıma karşı çiftçi tutumları ve tüketici davranışları gibi konulara yer verilmiştir.

Fındık tarımında verim artışını sağlamak amacıyla, hastalık ve zararlılarla mücadele etmeye yönelik yoğun kimyasal uygulamalar yapılmaktadır. Ancak Türkiye'nin dünya fındık ihracatında üstün konumunu devam ettirmesi, dış piyasaların tercih ettiği çeşitlere ve kaliteye öncelik vermesine, ayrıca fındığın üretim ve işlenmesinden başlamak üzere nihai tüketiciye ulaşana kadar her aşamada gıda güvenliğinin sağlanmasına bağlıdır. Türkiye'nin fındık ihracatının önemli bir bölümü Avrupa Birliği (AB) ülkelerine yapıldığı ve organik ürünlerin bu ülkelerde önemli pazar potansiyeli oluşturduğu dikkate alındığında, organik fındık tarımının giderek daha fazla önem kazanacağını tahmin etmek mümkündür. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin organik fındık üretimi ve ihracatındaki gelişmeyi ortaya koymaktır. Organik fındık tarımının teknik ve ekonomik yönleriyle ilgili yapılacak her türlü çalışma, sektörün gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda organik fındık üreticisi ve işleme sanayinin beklentileri ile iç ve dış pazara yönelik tüketici tutum ve davranışlarının analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır.

## **1. TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM**

Organik tarım, kimyasal ilaç ve gübreler yerine organik ve yeşil gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, bitkinin direncini arttırma, parazit ve predatörlerden yararlanmayı tavsiye eden ve üretimde miktar artışını değil, ürünün kalitesinin yükseltilmesini ilke edinen bir üretim şekli olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, ekolojik sistemde yanlış uygulamalar sonucu kaybolan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik insana ve çevreye dost üretim sistemlerini içermektedir (Rehber ve Turhan, 2001). Alternatif tarım sistemi arayışları, ekolojik dengeye duyarlı bir üretimi benimseyen organik tarım uygulamalarına doğru yönelimi hızlandırmıştır. Organik tarım sisteminin gelecek vadeden bir çıkış yolu olduğu fark edilince, tüm ülkelerde bu sisteme ilişkin ortak bir bilinç oluşturma çabası başlamıştır (Ayla ve Altıntaş, 2017). Bunun sonucu olarak organik tarım, tüm dünyada pazar hacmi gittikçe büyüyen ve tüketim talebi sürekli artan önemli bir sektör haline gelmiştir.

Gelişmiş ülkeler, organik pazarı hızlı büyüme gösteren güzel örneklerdir. Büyük perakendecilere sahip olan Avusturya, Danimarka, İsveç, İsviçre ve Birleşik Krallık, organik pazarda istikrarlı bir büyüme kaydetmişlerdir. Birleşik Krallık'ta 2008-2012 döneminde yaşanan ekonomik durgunluk, organik ürünlerin satışında süpermarketlere bağımlılık tehlikesini ortaya çıkarmıştır. Almanya'da ise organik ürünlerde uzmanlaşmış pazarlama kanalları gelişirken, süpermarketlerdeki organik ürün satışları özellikle 2014 yılından sonra artış göstermiştir (IFOAM, 2016). İç pazara yönelik üretim yapan gelişmiş ülkelerin aksine Türkiye'de, dış pazar talebini karşılamak için yapılan organik üretim faaliyetleri ağırlığını korumaktadır. Türkiye'de iç pazarda organik ürünlerle ilgili en yaygın pazarlama kanalı %60 ile perakende satış yerleridir. Ayrıca yerel organik pazarlar (%25), organik yem satışları (%6), özel mağazalar (%5), internet satışları (%2) ve doğrudan satışlar (%2) aracılığıyla da organik ürünler pazarlanmaktadır (<https://www.ifoam.bio/en/turkey>). Gelişmiş ülkeler organik ürünlerin daha çok tüketicisi iken, gelişmekte olan ülkelerin dış pazara odaklı organik üretim yaptıkları dikkat çekmektedir. Türkiye'de de ihracata yönelik talepler doğrultusunda başlayan organik tarım, ürün çeşitliliği bakımından son yıllarda büyük gelişme göstermiştir. Ürün çeşitliliği taze meyve ve sebzeden tarla bitkilerine, tıbbi ve aromatik bitkilerden kurutulmuş meyvelere kadar

uzanmaktadır. Türkiye’de uzun yıllar organik hayvansal ürün olarak sadece bal üretilmesine rağmen, son yıllarda organik süt, et ve yumurta üretimi de yapılmaktadır.

Türkiye’de 1990 yılına kadar organik tarımı yapılan ürün sayısı 8 iken, 2017’de bu sayı 214’e çıkmıştır. Türkiye, üretim alanı ve işletme sayısı bakımından son yıllarda organik tarımı gelişme trendine giren ülkelerden biridir. Türkiye, 2017 yılı itibariyle dünyada en fazla organik tarım alanına sahip ülkeler arasında yedinci sıradadır. Aynı yıl dünyada organik tarım yapan 2,9 milyonun üzerindeki işletme içinde, Türkiye en fazla işletmeye sahip sekizinci ülke konumundadır (<https://www.ifoam.bio/en/turkey>). Türkiye’de 2002 yılı itibariyle 12,4 bin işletme tarafından 89,8 bin hektar alanda organik tarım yapılırken, 2017’de işletme sayısı 75,07 bin, üretim alanı ise 543 bin hektar olmuştur. Türkiye’de organik tarım yapan işletme sayısı ve üretim alanının, 2002’den sonraki 15 yılda yaklaşık 6 kat arttığı görülmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Türkiye’de organik tarımdaki gelişmeler (geçiş süreci dâhil)

Yıllar	Ürün sayısı		İşletme sayısı		Üretim alanı	
	(adet)	(%) (2002=100)	(adet)	(%) (2002=100)	(ha)	(%) (2002=100)
2002	150	100,00	12.428	100,00	89.827	100,00
2003	179	19,33	14.798	19,07	113.621	26,49
2004	174	16,00	12.751	2,60	209.573	133,31
2005	205	36,67	14.401	15,88	203.811	126,89
2006	203	35,33	14.256	14,71	192.789	114,62
2007	201	34,00	16.276	30,96	174.283	94,02
2008	247	64,67	14.926	20,10	166.883	85,78
2009	212	41,33	35.565	186,17	501.641	458,45
2010	216	44,00	42.097	238,73	510.033	467,79
2011	225	50,00	42.460	241,65	614.618	584,22
2012	204	36,00	54.635	339,61	702.909	682,51
2013	213	42,00	60.797	389,19	769.014	756,11
2014	208	38,67	71.472	475,09	842.216	837,60
2015	197	31,33	69.967	462,98	515.268	473,62
2016	238	58,67	67.878	446,17	523.778	483,10
2017	214	42,67	75.067	504,02	543.033	504,53
2002-2004	167,67	-	13.325,67	-	137.673,67	-
2002-2017	216,33	-	70.970,67	-	527.359,67	-

**Kaynak:** <https://www.tarimorman.gov.tr>

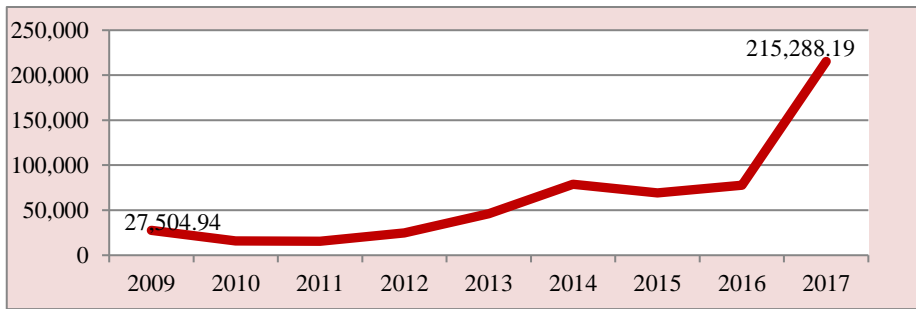
Organik tarımın başladığı yıllarda Avrupa kökenli bazı firmalar, kendi ihtiyaçları olan ürünleri Türkiye’deki anlaşmalı işletmelerde üretmek ve elde edilen ürünleri ithal edebilmek için Türkiye’de organik üretim projeleri

gerçekleştirmişlerdir. İlk yıllarda organik üretim faaliyetlerine ait danışmanlık, teftiş ve sertifikasyon gibi işlemler tamamıyla yabancı kuruluşlarca yerine getirilmiştir. Bu konularda 1990'lı yılların başında az sayıda da olsa Türk uzmanlar, yabancı firmaların Türkiye'deki temsilciliklerini yapmaya başlamışlardır (Öztürk ve İslam, 2014).

Türkiye'de ilk yıllarda ihraç edilen organik ürünlerin büyük bölümü kuru üzüm, fındık ve pamuk gibi ürünlerden oluşmaktaydı. Günümüzde ise organik ürün ihracatı; mısır, fındık, incir, fıstık ve baharatlar ile taze ve işlenmiş diğer sebze ve meyveler başta olmak üzere geniş bir yelpazede yapılmaktadır. Türkiye'de üretilen organik ürünlerin %75'inden fazlası ihraç edilmekte, hatta bazı ürünler için bu oran %100'e çıkmaktadır (<https://www.ifoam.bio/en/turkey>). Nitekim üretim alanı ve işletme sayısı bakımından, organik tarım konusunda dünyadaki önemli ülkelerden biri olan Türkiye'nin iç tüketimi oldukça düşüktür. Kişi başına organik ürün tüketiminin 2017 yılı itibarıyla en fazla olduğu ülkeler; İsviçre (288 Euro), Danimarka (278 Euro) ve İsveç (237 Euro)'dir (<https://www.ifoam.bio/en/turkey>). Türkiye'de 2009 yılında kişi başına 0,1 Euro (IFOAM, 2016) olan organik ürün tüketimi, 2014 yılına gelindiğinde 1 Euro (<https://www.ifoam.bio/en/turkey>)'ya çıksa da, Türkiye iç tüketimde hâlen gelişmiş ülkelerin çok gerisinde yer almaktadır.

Türkiye'nin 2009 yılına ait organik ürün ihracatı 27,5 milyon dolardır. İhracat miktarı 2010-2012 yıllarında gerilese de, 2013'den itibaren yeniden yükselme eğilimine girmiştir (Şekil 1). Türkiye'nin 2017 yılı itibarıyla toplam organik ürün ihracatı 215,3 milyon dolar olup, en fazla ihracat yapılan ülke %29,22 ile İngiltere'dir. Türkiye'nin organik ürün ihracatı yaptığı diğer önemli ülkeler; ABD (%14,57), Almanya (%13,13) ve Hollanda (%11,65)'dir (<https://www.tarimorman.gov.tr>).

**Şekil 1.** Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatı (bin \$)



**Kaynak:** <https://www.tarimorman.gov.tr>

Türkiye’de organik tarım çalışmaları başlangıçta sözleşmeli yetiştiricilik şeklinde başlamıştır. İlk yıllarda ithalatçı ülkelerin ilgili mevzuatına uygun yapılan üretim ve ihracata, AB’nin organik tarım faaliyetlerini düzenleyen yönetmelik doğrultusunda devam edilmiştir. Türkiye’de organik tarımla ilgili 1993’e kadar yasal bir düzenleme yapılmamıştır. Avrupa Birliği, birliğe üye ülkelere organik ürün ihracatı yapacak ülkeler için, kendi organik ürün mevzuatlarını çıkarmaları zorunluluğu getirmiştir. Türkiye’de organik tarımla ilgili olarak ilk defa 1994’de “*Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metodlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik*” yayınlanmıştır (Resmi Gazete, 1994). Daha sonra AB mevzuatındaki değişikliklere uyum sağlamak amacıyla, 2002’de “*Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik*” çıkarılmıştır (Resmi Gazete 2002). Organik Tarım Kanunu 2004’de (Resmi Gazete, 2004), kanuna ait yönetmelik (Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik) ise 2005’de yayınlanmıştır (Resmi Gazete, 2005). Türkiye’de organik ürünlerin belgelendirilmesi, 2010’da yayınlanan “*Organik Tarımın Esasları ve Uygulamasına İlişkin Yönetmelik*” çerçevesinde yürütülmektedir. Yönetmeliğin amacı; ekolojik dengenin korunması, organik tarımsal faaliyetlerin yürütülmesi, organik üretimin ve pazarlamanın düzenlenmesi, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına ilişkin usul ve esasları belirlemektir (Resmi Gazete, 2010). Türkiye’de uygulanan organik tarım standartları, uluslararası standartlara uyumlu hale getirilmiştir. Organik tarımın benimsenmesinde ve üreticilerin organik tarıma yönlendirilmesinde, üreticilere sağlanan destekler büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de organik



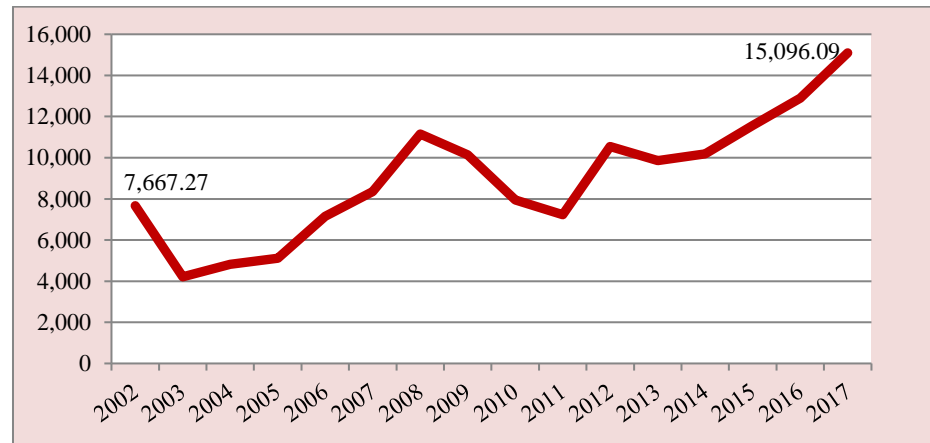
tarım kapsamında meyve ve sebze, tıbbi ve ıtri bitkiler, ekonomik değeri olan ve olmayan tarla bitkileri ile orman emsali ürünlerin olduğu alanlara destek ödemesi yapılmaktadır (<https://www.tarimorman.gov.tr>).

## 2. TÜRKİYE’NİN ORGANİK FINDIK ÜRETİMİ VE İHRACATI

Türkiye’deki organik tarım ürünlerinin büyük kısmı ihraç edildiği için, organik tarımın yurt dışından gelen talepler doğrultusunda şekillendiği söylenebilir. Bu bakımdan Türkiye’de organik tarımın, ithalatçı ülkelerin ilgili standartlarına göre yapılması ve sertifikalandırılmış olması gerekmektedir. Dolayısıyla organik tarımda kontrol ve izleme süreci ile sertifikalandırmada standardizasyonun sağlanması, dış ticarete ülkeler arasındaki farklılıklarından kaynaklanan sorunların çözümü açısından oldukça önemlidir.

Türkiye, son yıllarda ihracata dayalı birçok organik üründe olduğu gibi fındık üretiminde de önemli gelişme göstermiştir. Türkiye’de 1989–1990 üretim döneminde başlayan organik fındık üretimi, 2002’den 2017’ye gelindiğinde %96,89 artarak 15,09 bin tona ulaşmıştır (Şekil 2).

**Şekil 2.** Türkiye’nin organik fındık üretimi (ton)



**Kaynak:** <https://www.tarimorman.gov.tr>

Türkiye’de organik fındık, organik ürünlere yönelik giderek artan talep nedeniyle önemli bir pazar potansiyeline sahiptir. Tüm organik ürünlerde olduğu gibi fındıkta da yerel organik halk pazarları, özel organik ürün mağazaları, süpermarketlerin organik ürün reyonları ve internet satışları

gibi pek çok pazarlama kanallarıyla yurt içi talep artırılmaya çalışılmaktadır. Ancak Türkiye'de organik ürünler konusunda tüketici bilincinin henüz yeterli düzeyde olmaması ve fiyat yüksekliği gibi nedenlerden dolayı, organik ürün talebi yavaş ilerlemektedir (Dağıstan ve ark., 2010; Aydın, 2011). Diğer taraftan organik fındığın daha maliyetli olması, uzun üretim süreci ve fiyat oluşumundaki belirsizlikler, organik fındık dikim alanlarının artmasına engel teşkil etmektedir.

Türkiye'de organik fındık üretiminin yapıldığı il sayısı 2002-2017 yılları arasında 8'den 19'a yükselmiştir. Türkiye'de 2002 yılı itibariyle organik fındık üretiminin en fazla olduğu il Düzce (%31,27) iken, 2017'de ilk sırada Samsun (%29,43) yer almaktadır. Samsun'u Zonguldak (%17,97), Ordu (%17,29) ve Artvin (%11,99) takip etmektedir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Türkiye'de illere göre organik fındık üretimi

İller	2002		2017	
	(ton)	(%)	(ton)	(%)
Artvin	699,14	9,12	1.810,27	11,99
Aydın	-	-	0,01	0,00
Bilecik	-	-	0,20	0,00
Bolu	406,50	5,30	2,64	0,02
Çanakkale	-	-	0,01	0,00
Düzce	2.397,60	31,27	1.143,88	7,58
Eskişehir	-	-	0,15	0,00
Giresun	-	-	164,35	1,09
İstanbul	-	-	0,09	0,00
Kırşehir	-	-	0,02	0,00
Kocaeli	290,00	3,78	1,95	0,01
Ordu	1.990,40	25,96	2.610,06	17,29
Rize	-	-	909,01	6,02
Sakarya	-	-	355,90	2,36
Samsun	67,00	0,87	4.443,07	29,43
Sinop	43,90	0,57	-	-
Tokat	-	-	0,76	0,01
Trabzon	1.772,73	23,12	939,48	6,22
Yalova	-	-	0,80	0,01
Zonguldak	-	-	2.713,44	17,97
<b>Toplam</b>	<b>7.667,27</b>	<b>100,00</b>	<b>15.096,09</b>	<b>100,00</b>

Kaynak: <https://www.tarimorman.gov.tr>

Türkiye'nin organik ürün ihracatı incelendiğinde, yıllar itibariyle büyük değişikliklerin olmadığı görülmektedir. Türkiye'de 2017 yılı itibariyle dolar cinsinden ihraç edilen organik tarım ürünleri arasında %26,06 ile mısırın payı en fazladır. Daha sonra incir ve incir ürünleri (%20,24), meyve ve meyve ürünleri (%15,02) ile fındık ve mamülleri (%14,84) gelmektedir (Tablo 3). Dünya fındık ihracatında önemli paya sahip Türkiye, fındık pazarının hakimi

durumundadır. Türkiye, organik fındığın büyük kısmını diğer organik ürünlerde olduğu gibi Avrupa ülkelerine ihraç etmektedir.

**Tablo 3.** Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatı (2017)

Ürün adı	(bin \$)	(%)
Mısır	56.108,02	26,06
İncir ve incir ürünleri	43.581,06	20,24
Meyve ve meyve ürünleri	32.340,15	15,02
Fındık ve fındık ürünleri	31.941,92	14,84
Üzüm ve üzüm ürünleri	22.965,37	10,67
Kayısı ve kayısı ürünleri	14.571,02	6,77
Sebze ve sebze ürünleri	4.953,97	2,30
Baharatlar	4.769,18	2,22
Mercimek ve mercimek ürünleri	1.208,58	0,56
Ormanevli ürünler	857,71	0,40
Antep fıstığı	829,80	0,39
Buğday ve buğday ürünleri	438,09	0,20
Süt ve süt ürünleri	124,41	0,06
<b>Toplam</b>	<b>214.689,28</b>	<b>99,72</b>
<b>Genel toplam (Diğer ürünler dâhil)</b>	<b>215.288,19</b>	<b>100,00</b>

Kaynak: <https://www.tarimorman.gov.tr>

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye; uygun iklim koşulları, verimli toprak yapısı, yeterli su kaynakları ve ürün çeşitliliğinin fazla olması bakımından organik tarım için elverişli bir yapıya sahiptir. Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını amaçlayan organik tarımda, ülkedeki tüm paydaşların katılımıyla üretimin her aşamasında gelişmenin kalıcı olması hedeflenmektedir. Organik tarım yapan işletmelerde, yabancı ot kontrolü ve benzer işler büyük ölçüde elle yapıldığı için işgücü kullanımı artacak, bu sayede atıl işgücü oranı da azalmış olacaktır. Ayrıca organik tarımın yaygınlaşmasıyla, ürünlerde kalıntı bırakabilen kimyasal girdi kullanılmayacağı için, tarımsal üretimin insan sağlığını ve çevreyi olumsuz etkilemesi önlenmiş olacaktır.

Türkiye'de son yıllarda organik tarım ürünlerinde arz ve talebin artması, güvenli gıda ürünlerine karşı üretici ve tüketicilerin artan ilgisinin bir göstergesidir. Yine de dünyada organik tarım alanı ve işletme sayısı bakımından ilk sıralarda yer alan Türkiye, iç tüketim açısından gelişmiş ülkelerin oldukça gerisindedir. Organik ürünlerin ihracat yoluyla ülke ekonomisine önemli katkı sağladığı açıktır. Ancak, yurt içinde organik ürünlere karşı talebin artırılmasında gerekli yapısal tedbirlerin alınması, sağlıklı gıdaların tüketilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Tüketicilerin organik ürünlere karşı yeterince bilinçli olmaması ve organik ürün fiyatlarının konvansiyonel ürünlere göre daha yüksek olması, organik ürünlerin yurt içi tüketiminin artmasına engel teşkil eden temel faktörlerdir. Bu amaçla, öncelikle organik ürünlerin tüketiminin artırılması için tüketicilerin bilinçlendirilmesine ihtiyaç vardır. Organik ürünlerde üretim ve pazarlama yapısının güçlenmesi, büyük ölçüde tüketicilerin davranışlarıyla şekillenecektir. Organik ürünlerin tüketicilere doğru şekilde tanıtılmasındaki esas sorumluluk ise, organik ürünlerin üretimini ve pazarlamasını yapan kişi ve kuruluşlara düşmektedir. Bu bağlamda sadece bazı illerde ve sınırlı sayıda olan organik pazarların, her hafta düzenli olarak ve sabit yerlerde kurulması konusunda ilgili belediyelere büyük görev düşmektedir. Yurt içinde organik ürün talebinin artırılmasında, aracı sayısının azaltılarak üretici ile tüketicilerin bulunduğu yerel organik pazarlar önemlidir. Bu pazarlar sayesinde organik ürünlerde tüketim artacağı gibi, üreticiler ile tüketiciler arasındaki kültürel etkileşim sağlanacağı için, organik ürünlerin daha geniş çevreler tarafından tanınması sağlanmış olacaktır. Ayrıca üretim teknolojisindeki iyileştirmelerle girdi kullanımı daha etkin hale geleceği için, organik ürünlerde üretim maliyeti de düşecektir.

Türkiye'nin dünya fındık üretiminde en büyük üretici ülke olması nedeniyle sahip olduğu avantaj, diğer ülkelerin fındık üretimlerini artırmalarıyla giderek azalmaktadır. Türkiye, konvansiyonel fındıkta olduğu gibi organik fındık pazarında da etkili olabilecek bir potansiyele sahiptir. Bu amaçla Türkiye, organik fındık üretimini artırmak ve organik fındık mamüllerinde ürün yelpazesini genişletmek zorundadır. Bunun için, organik fındık üretimi yapan işletmeler ile organik fındık mamülleri işleyen firmalara belli bir süre teknik ve ekonomik desteğin verilmesi kaçınılmazdır. Fındık üreticilerinde organik tarım bilincinin geliştirilmesi gerekli olmakla birlikte, üreticiler için yeni olan bu üretim şeklinin teşvik edilmesinde parasal destekler önemlidir. Bugün için organik ve konvansiyonel fındık üretimi arasında kârlılık yönünden büyük farklılık yoktur. Bu durum, organik fındık üretiminin henüz çok yeni ve başlangıç aşamasında olmasından kaynaklanmaktadır. Organik fındık üretimi yapan işletmelerde gelirin artırılması, bu üretim şeklinin gelecekte daha geniş alanlara yayılması ve sözleşmeli üretimle pazarlama sorununun aşılması suretiyle sağlanabilecektir.

Fındık tarımının yoğun olarak yapıldığı Karadeniz Bölgesi'nin yüksek kesiminde fındık üretim maliyeti, verimin düşük ve girdi maliyetinin fazla olmasından dolayı ova kesimine göre daha yüksektir. Bu bakımdan yüksek kesimdeki fındık işletmelerinin, ova kesimdeki işletmelerle rekabet şansı zayıftır. Diğer taraftan yüksek kesimde, fındığa alternatif olabilecek ürün sayısı ova kesimine göre sınırlıdır. Fındık yetiştiriciliğinin yüksek kesimde yapılması, tarım alanlarının erozyona karşı korunması açısından da önemli bir gerekliliktir. Ayrıca yüksek kesimdeki tarım alanlarının, daha az kimyasal girdi kullanımı nedeniyle organik tarıma daha uygun olduğu söylenebilir. Dolayısıyla yüksek kesimdeki fındık bahçelerinin korunması ve devamlılığının sağlanması için, bu alanlar organik fındık yetiştiriciliğine ayrılabilir. Ancak bugün için bu girişimin, kooperatifler aracılığıyla ve devletin yapacağı parasal ve teknik desteklerle mümkün olabileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir.

#### **KAYNAKÇA**

ALKAN, I. ve KILIÇ, O. (2007). Samsun İli Terme İlçesinin Ova ve Yüksek Kesimindeki Fındık İşletmelerinin Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi. OMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), s: 171-178.

AYDIN, G. (2011). Tüketicilerin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin Analizi: Samsun İli Kentsel Alan Örneği. Yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

AYLA, D. ve ALTINTAŞ, D. (2017). Organik üretim ve pazarlama sorunları üzerine bir değerlendirme. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19 (4), s: 7-17.

DAĞISTAN, E., DEMİRTAŞ, B., YILMAZ, Y. ve TAPKI, N. (2010) Organik Ürün Tüketim Eğilimi. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi Kitabı, s: 312- 319, 22-24 Eylül 2010, Şanlıurfa.

DEMİR, T. (1997). Samsun İlinde Yetiştirilen Fındıkların Seleksiyonu Üzerine Bir Ön Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

IFOAM, 2016. International Federation of Organic Agriculture Movements, [https://www.ifoameu.org/sites/default/files/ifoameu\\_organic\\_in\\_europe\\_2016.pdf](https://www.ifoameu.org/sites/default/files/ifoameu_organic_in_europe_2016.pdf).

ÖZTÜRK, D. ve İSLAM, A. (2014). Türkiye’de Organik Ürünlerin Pazarlanması. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 1, s: 75-94.

REHBER, E. ve TURHAN, Ş. (2001). Prospects and Challenges for Developing Countries in Trade and Production of Organic Food and Fibers: The Case of Turkey. 72nd EAAE Seminar Organic Food and Marketing Trends, Chania, 7-10 June 2001, Greece.

Resmi Gazete (1994). Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metodlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik. Sayı: 22145, 18.12.1994.

Resmi Gazete (2002). Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik. Sayı: 24812, 11.07.2002.

Resmi Gazete (2004). Organik Tarım Kanunu. Sayı: 25659, 03.12.2004.

Resmi Gazete (2005). Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik. Sayı: 25841, 10.06.2005.

Resmi Gazete (2010). Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik. Sayı: 27676, 18.08.2010.

<http://www.fao.org> Son Erişim Tarihi: 26.04.2019

<https://www.ifoam.bio/en/turkey> Son Erişim Tarihi: 24.04.2019

<https://www.tarimorman.gov.tr> Son Erişim Tarihi: 01.04.2019

<http://www.tuik.gov.tr> Son Erişim Tarihi: 26.04.2019