

Türkiye’de Organik Çay Üretimi ve Pazarlaması

Songül YILDIZ^{1*}, Ahmet MİDİLLİ¹

¹Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Pazar Meslek Yüksekokulu, Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü, Rize, Türkiye

*Sorumlu Yazar/Corresponding Author
E-mail: songul.yildiz@erdogan.edu.tr

Derleme Makalesi/Review Article
Geliş Tarihi/Received: 13.09.2022
Kabul Tarihi/Accepted: 12.12.2022

ÖZ

Organik çay tarımı tüm üretim sezonu boyunca kimyasal ilaç ve gübre kullanılmayan, işleme sürecinde ise çayın organik yapısında bozulmaya sebebiyet verecek işlemlere tabi tutulmayan ve hiçbir surette sentetik katkı maddesi içermeyen organik tarım mevzuatına uygun üretilen ve işlenen çay olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de çay tarımında organik tarım faaliyetleri ÇAYKUR tarafından 2003 yılında başlanmıştır. Bu tarihte Rize ili Çamlıhemşin ve Hemşin, Artvin ili Borçka ilçelerinde organik çay havzası seçilen alanda 135 üretici ile organik çay tarımı sözleşmeleri imzalanarak 378 dekarlık çaylıkta organik çay projesi başlatılmıştır. 2009 yılında Rize ili Hemşin ilçesinde ilk organik çay fabrikası kurulmuş organik tarım sözleşmesine uygun olarak üretilen çaylar işleme alınmıştır. Türkiye, dünyada en fazla çay tüketen ülkeler sıralamasında açık ara farkla birinci sırayı almaktadır. Ekosistemde meydana gelen kirlenmeler ve bilinçsiz sentetik gübreleme ve ilaçlama yapılan konvansiyonel tarım alanlarında yetişen ürün içeriklerinde meydana gelen kalıntı miktarındaki artış sebebiyle organik ürünlere talep artmıştır. Bu artışa ve bilinçlenmeye binaen birçok organik üründe olduğu gibi çayda da organik ürüne eğilim artmaya başlamıştır. Bu çalışma, ülkemizde çayın organik olarak yetiştiriciliğinin başlamasından günümüze kadar olan süreçte üretim, işleme ve pazarlama durumu hakkında bilgi vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Organik tarım, Çay, Üretim, Pazarlama

Organic Tea Production and Marketing in Türkiye

ABSTRACT

Organic tea agriculture is defined as the tea produced and processed in accordance with the organic agriculture legislation, which does not use chemical pesticides and fertilizers during the entire processing season, is not subjected to processes that will cause deterioration in the organic structure of the tea during the production process, and does not contain any synthetic additives in any way. Organic farming activities in tea farming in Turkey were started by ÇAYKUR in 2003. On this date, organic tea farming contracts were signed with 135 producers in the selected area of organic tea basin in Çamlıhemşin and Hemşin districts of Rize province, and Borçka districts of Artvin province, and an organic tea project on a 378-decare teahouse was initiated. In 2009, the first organic tea factory was established in Hemşin district of Rize province, and the teas produced in accordance with the contract were processed. Turkey ranks first by far in the ranking of the countries that consume the most tea in the world. The high amount of residues in the products grown in the areas where unconscious fertilization and spraying is applied has increased the demand for organic products. Due to this increase and awareness, the tendency towards organic products has started to increase in tea as in many organic products. This study gives information about the production, processing and marketing situation in the process from the beginning of the organic cultivation of tea in our country to the present day.

Keywords: Organic agriculture, Tea, Production, Marketing

Cite as;

Yıldız, S., Midilli, A. (2022). Türkiye’de Organik Çay Üretimi ve Pazarlaması, *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 3(2), 136-145. Doi: 10.53501/rteufemud.1174700
Orcid ID: S.Yıldız, 0000-0003-4748-6661; A.Midilli, 0000-0002-4053-3034

1. Giriş

Çalışmada her geçen gün önemi artan organik tarımın ülkemizde çay hasadı içerisinde üretim ve pazarlama konusunda mevcut durumu ve bu durumun farklı açılardan analizi amaçlanmaktadır.

Organik tarım faaliyetleri insana, hayvana, toprağa, suya ve havaya kısacası ekosistemde bulunan canlı ve cansız tüm varlıklara dost bir üretim sürecini kapsamı açısından tercih edilen bir tarımsal üretim sürecidir. Bu tarımsal üretim süreci aynı zamanda maddi getirisi ile yaşamın daha sağlıklı ve huzurlu olmasını sağlayan bir organik yaşam sektörüdür. Günümüzde birçok tarım sektöründe organik üretim yapılmakta bu üretim ile farklı tarım ürünlerinin ortaya çıkması, yeni iş alanları ve iş imkânlarını doğurmuştur. Bu sebeple organik üretim ekonomiye son derece etkili katkı sağlamaktadır. Tüketici açısından organik tarım logosuna sahip, dokusu, tadı, tıbbi açıdan faydaları birçok araştırma ile ortaya konan organik ürünlerin tüketimi bir yandan fiziksel yarar sağlarken diğer yandan kullanımının güvenli oluşu ile ruhsal olarak yarar sağlamaktadır.

Tarım sektörleri içerisinde organik biçimde üretilen ürünlerin ham olarak değerlendirilmesi veya farklı işlem basamaklarından geçirilerek ortaya çıkartılan ürüne organik gıda denilmektedir. Uluslararası Organik Tarım Federasyonu (IFOAM) sentetik girdilerin ve tarım ürününde (bitki veya hayvan) doğal yapıya aykırı gelişim sağlayacak hormonların üretim süreci dışında bırakıldığı, tarım ürününde oluşabilecek hastalık ve zararlılara karşı organik tarım ilaçlarının uygulanmasının tercih edildiği; sadece insanın değil, toprağın ve ekosistemin içerisinde yer alan tüm varlıkların olumsuz etkilenmesinden kaçınan tarım sistemini organik tarım olarak adlandırmaktadır. Başka bir tanımlamaya göre organik gıda, tarım ilaç kalıntıları ve kimyasal gübre benzeri yapay (sentetik) zirai girdilerin bulunmadığı, genetiği değiştirilmiş organizma, ışınlama, kimyasal çözücüler ve gıda katkı maddelerinin ürünün işleme aşamasında dahil

edilmediği, ekosistemde bulunan tüm varlıklara dost olan ürünlerdir (Toklu ve Ustaahmetoğlu, 2016). Bu özel tarım alanı içerisinde bulunan tüm bileşenlerin temel amacı; yaşam kalitesini artırmasının yanında hayat performansını yükseltmek, insan ve çevreye yararı hedeflemek, gelenek, yenilik ve bilimden temel almaktır. Organik tarım sektöründe müstahsil bahçe tesisinden başlayarak ürünü alıcıya sunduğu son aşama olan paketleme sürecine kadar bütün işlem basamaklarında bildirilen kuralları uygulamak zorundadır.

Organik tarım yönetmeliğine bağlı olarak üretilen organik ürünlerin, konvansiyonel ürünlere oranla yüksek besleyici değerler içerdiği (Young vd., 2005) ve birçok yönüyle vücuda yararı sayesinde konvansiyonel ürünlerle karşılaştırmada üstünlük sağladığı ortaya konulmaktadır (Bourn ve Prescott, 2002).

Konvansiyonel tarımda hem üreticinin ana maliyetinin düşüşünü sağlayan ve hem de oluşan ürünün toplam veriminde de artış sağlayan ana unsurlar; hayvansal üretimde büyümeyi düzenleyici hormonların ve antibiyotiklerin bulunduğu yemlerin tercih edilmesi, bitkisel üretimde ise sentetik gübre ve ilaç kullanımındır. Çiftçi açısından çeşitli yararlarına karşın üretilen konvansiyonel ürünlerde bulunan farklı kimyasal kalıntılar tüketici sağlığını ciddi şekilde tehdit etmiş, bu açıdan kötü yönlü sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Konvansiyonel ürünleri tüketen insanlarda ilk sırada kanser olmak üzere birçok sağlık sorununda artış olduğu saptanmıştır (Ak, 2004).

Organik çay üretim süreçleri ilk olarak tüketici talepleri doğrultusunda; Hindistan, Sri Lanka ve Çin'deki çay bahçelerinin 1980'lerde organik süreçlere dönüşmesiyle başlamıştır. Bu dönüşüm girişimlerinin sonucunda ilk üretim 1983 yılında Sri Lanka'da, ikinci olarak 1986 yılında Hindistan'da gerçekleşmiştir (URL-1). IFOAM tarafından organik çay tarımının geliştirilmesi amacıyla ve Çin ve Hindistan'da Organik Çayın Geliştirilmesi, Üretimi ve Ticareti projesi gerçekleştirilmektedir (URL-2).

Dünyanın farklı kıtalarında yer alan Tanzanya, Japonya, Çin ve Kenya ülkeleri de aynı dönemde organik çay tarımına adım atmıştır. 1989 yılının bitimine doğru organik olarak üretilen ilk çaylar İngiltere’de piyasaya sunulmuştur. (ÇAYKUR Bülteni, 2019).

2000’li yıllarda organik çay üretimi toplam kuru çay üretiminin %0,2 payına sahipken 2010’lu yıllarda bu pay 5 kat artarak toplam kuru çay üretiminin %1’ine ulaşmıştır. Ancak bu önemli artışa rağmen organik çay sektörünün, çay endüstrisi içerisindeki payı halen çok küçük olarak ifade edilebilir. 2015 yılında 74.814 hektar alanda 75.040 ton organik çay üretilmiş iken en büyük organik çay üretim alanı 40.000 hektar ile Çin ve 14.000 hektar ile Hindistan’da yer almaktadır. Çin ve Hindistan’ın sahip oldukları bu üretim alanları, toplam organik çay üretim alanlarının yaklaşık $\frac{3}{4}$ ’ünü oluşturmaktadır. Günümüzde, dünyanın en büyük organik yeşil çay üreticisi olan Çin’in yerel organik çayının hem iç pazarda hem de dış pazarda gördüğü talep hızla artmaktadır. Çin’in organik çayları Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Almanya, Fransa, İngiltere başta olmak üzere diğer Avrupa ülkelerine ihraç edilmektedir. Günümüzde organik siyah çay üretiminde ise Hindistan dünyada öncü durumdadır. Hindistan’da üretilen organik “Darjeeling” çayı birçok pazarda talep görmektedir (URL-1). Konvansiyonel çay üretiminde artan girdi maliyetlerini önlemek için, uluslararası STK’ların yardım ettiği organik hareketin etkisiyle, Sri Lanka çay bahçelerinin tarlalarının bir kısmı 1990’ların başında organik olarak yetiştirilen çaya dönüştürüldü. (Blackman ve Rivera, 2011) Günümüzde dünyada organik çay üretiminde öncü üretici ülkeler Çin, Hindistan ve Sri Lanka’dır (DOKAP, 2018). Çin ve Sri Lanka ülkelerinde organik çay tarımının çay üreticilerine ekonomik anlamda bölgede tarımı yapılan kahve ve muza kıyasla daha yüksek faydalar sağladığı tespit edilmiştir (Qiao vd., 2015).

Ülkemizde, 18 Aralık 1994 tarihli 22145 sayılı “Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Ekolojik Metotlarla Üretimi” isimli yönetmelik resmi

gazetede yayınlanmıştır. Sonrasında yönetmeliğe gerekli ilaveler ve değişiklikler yapılarak organik tarımın daha iyi metotlarla uygulanması için adımlar ileriye doğru hızlandırılmıştır. Günümüzde halen 03 Aralık 2004 tarihli resmi gazetede yayımlanan 5262 sayılı “Organik Tarım Kanunu” ve 18.08.2010 tarih ve 27676 sayılı Resmi gazetede yayınlanan “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” kapsamında faaliyetler yürütülmektedir (URL-3) (URL-4).

Bu çalışmada; ülkemizde kısıtlı bir alanda gerçekleştirilen organik çay tarımına ait üretici sayısı, organik çay tarımı yapılan alan, organik çay üretim miktarları ve organik çay maliyetleri incelenerek üretim ve pazarlamanın artırılmasına yönelik öneriler sunulmuştur.

2. Türkiye’de Organik Çay Üretimi

Türkiye’de çay tarımı yapılan alanlarda üretilen çayın 692.755.729 kg’ı özel sektöre ait fabrikalar, 752.424.762 kg’ı ise ÇAYKUR’a ait fabrikalar tarafından olmak üzere toplamda 1.445.180.491 kg yaş çay alımı gerçekleştirilmekte ve bu miktar işlenerek 280.000 ton kuru çay elde edilmektedir (Rize Ticaret Borsası, 2021). 2020 yılı verilerine göre ÇAYKUR’a kayıtlı 200.845 yaş çay üreticisi bulunurken bu üreticilere ait kayıtlı toplam çaylık alanı ise 786.813 dekadır (ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020).

Çay, Türkiye’de Gürcistan sınır bölgesinden, Ordu ili Fatsa ilçesine kadar uzanan alanda yetiştirilmektedir. Çay üretimi sırasıyla Rize, Ordu, Giresun, Trabzon ve Artvin illerinde gerçekleşmektedir. Çay bu illerde yaşayan çiftçi kesimin birincil geçim kaynağıdır (Seyis vd., 2018).

Hayatın her alanında hızla artış gösteren organik ürünlerin ve daha özelden organik çayın yeni bir ürün kategorisi olması, henüz tüketicilerde yeterli farkındalığın oluşmaması gibi etmenler organik çayın bir yaşam tarzına dönüşmemesinin önemli nedenleri olabilir. Tüm bunlara ek olarak organik çay fiyatının konvansiyonel çaya oranla çok yüksek olması da bu durumun bir başka önemli

nedeni olarak sayılabilir (Toklu ve Ustaahmetoğlu, 2016; Kılıç vd., 2014). ÇAYKUR organik çay üretimi bakımından 2015 yılından itibaren artışla lider konumdadır (Mehdi, 2018).

Ülkemiz Rize ili Hemşin ilçesinde bulunan ÇAYKUR’a ait organik çay fabrikasında günlük 150 ton işleme kapasitesiyle organik çay üretimi yapılmaktadır (ÇAYKUR Bülteni, 2019). Bunun yanında ÇAYKUR bünyesinde Ambarlık, Ardeşen, Arhavi, Cumhuriyet, Fındıklı, Kalecik, Muratlı, Sabuncular, Ulucami fabrikalarında da organik çay işlenmektedir (ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020). Ayrıca birçok özel firma tarafından da organik çay üretimi devam etmekte olup organik çayın sürekli artan değeri nedeniyle organik çay üreten özel işletme sayıları da her geçen gün artmaktadır. Bu artışa rağmen güncel olarak ifade edilebilecek organik çay üretim verileri özel işletmeler tarafından henüz açıklanmamıştır. Bu sayının artışı ile organik çay üreten işletmeler arasında rekabet ve tüketiciye yönelik oluşturulacak stratejiler de artacaktır.

Bunlara bağlı olarak tüketici memnuniyeti oluşurken toplumsal açıdan da pek çok olumlu gelişme yaşanacaktır (Aksulu, 1999). Bilinçli tüketiciler; yenilikleri özümsemekte zorluk yaşamayan, geleceğe ait fikirleri ve tespitleri olan, ilgi alanları ve merakını tatmin etmeye ve anlamaya ihtiyaç duyan, satın alımda belli kurallara sahip olan dikkatli kişilerdir (Baydaş vd., 2000). Günümüzde tüketiciler organik ürünlerin tercihinde ekosistem ve insan sağlığı açısından daha bilinçli davranmaktadır (Önce ve Marangoz, 2002). Bilinçli tüketici kavramıyla birlikte çaylık alanlarda organik tarıma geçiş yapan müstahsillerin bilinçli üretici de oldukları görülmektedir.

Dünyada çay tüketiminde birinci sırada olan ülkemizin 2003 yılında ÇAYKUR tarafından başlayan organik çay tarımına yönelik adımlarını 2007 yılında üretici kayıtlarının başlaması takip etmiştir. Türkiye’de ÇAYKUR’un yanısıra özel sektör bazında Özçay, Karali Çay organik çay üretimi yapmaktadır. Özel sektörde ilk organik çayı Özçay Kooperatifi ve Karali Çay 2002 yılında üretmiştir (URL-1).

Yıllara bağlı olarak organik çay tarımı yapan üretici sayısı 11.827 değerine ulaşarak ilk yıla oranla %8.660,74 oranında artmış ve yine çaylık alanı da 33.062 dekar ulaşarak %8.646,56 oranında artış göstermiştir (Tablo 1). ÇAYKUR’un organik tarım stratejileri, halkın organik çaya bakış açısında yaşanan pozitif gelişmeler ve organik yaş çay alım ücretlerinin yüksek olması gibi faktörler organik çay üretimi yapan üretici sayısının, üretim yapılan alanın ve üretilen çay miktarının yüksek oranlarda olmasını sağlamıştır.

Tablo 1. Yıllar itibarı ile organik çay tarımı (ÇAYKUR Bülteni, 2019)

Table 1. Organic tea farming by years (ÇAYKUR Bulletin, 2019)

Yıllar	Üretici sayısı	Çaylık alanı (dekar)
2007	135	378
2008	400	1.080
2009	1.434	3.558
2010	1.438	3.555
2011	1.448	3.557
2012	3.843	11.298
2013	9.758	28.768
2014	10.689	31.806
2015	11.224	34.665
2016	11.798	38.552
2017	11.943	38.808
2018	11.810	38.448
2019	11827	33.062

Çiftçilerin ortak bir üretim prosesine sahip olmaması ülkemizde organik tarımın ilerlemesini engelleyen başlıca sorunlardan biridir (Bayram vd., 2007). ÇAYKUR’un yönetim politikası sayesinde organik çay havzalarında sadece organik tarım yapılıyor olması organik çay tarımı yapan üreticilerin örgütlenme sorununu ortadan kaldırmıştır.

Organik ürün pazarı ülkemizin dünya organik pazarları içerisinde ihracatta avantaj sağlayabileceği alanlardan biri olmasına rağmen organik tarım ürünlerinin ihracatında pazarlama stratejilerinin yetersizliği, ambalajlama, tanıtım gibi pazarlamanın temel araçlarının kullanımında uluslararası standartların yakalanamaması gibi nedenlerle ülkemiz, dünya organik ürün pazarında ihracat değeri çok düşük olarak ifade edilebilecek

%0,014'lük bir paya sahiptir (Bayram vd., 2007). ÇAYKUR'un organik çay üretiminin daha da geniş alanlara yayılma politikasını kısıtlayan en önemli engel organik gübre kullanım ve çeşitliliği hakkında eksikliklerin var olmasıdır (Seyis vd., 2018). Çay alanı yönünden ülkemizde ilk sırada bulunan Rize ilinde ve diğer çay tarımı yapılan illerde organik gübre fiyatlarının yüksek olmasının neden olduğu olumsuzlukların ortadan kalkması için organik gübre tesislerinin oluşturulması ve toprak analiz laboratuvarlarından da müstahsillerin yararlanması sağlanmalıdır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).

Doğu Karadeniz Bölgesi tarım alanlarında sentetik ilaç kullanım miktarının çok az olması, konvansiyonel tarım metotlarıyla üretilen çay bitkisinde kimyasal ilaç kullanılmadan üretimi sağlamış olup bu durum da insan, toprak ve su yönünden organik tarıma geçişi kolaylaştırmış ve olumlu yönde etkilemiştir (Karadeniz vd., 2015).

Organik çay tarımında geçiş süreci 2007 yılında başlayıp 2009 yılında nihayetlenmiştir. Bu sürecin tamamlanmasıyla birlikte çay üreticilerinden alınan organik çaylar 2009 yılında işlenmeye başlanmıştır. ÇAYKUR tarafından alınan organik yaş çaylar siyah ve yeşil çay olarak üretilmektedir. Artan organik üretici sayısı ve çaylık alanına bağlı olarak satın alınan organik yaş çay miktarı yıllara bağlı olarak artış göstermektedir. Bu durum işlenen siyah ve yeşil çay üretiminin de yıllara bağlı olarak artış göstermesini sağlamaktadır.

2007 yılında kurulan veya organik olarak kayıt altına alınan organik çaylıklardan ÇAYKUR tarafından ilk yaş çay alımı 2009 yılında 361 ton olarak gerçekleşmiş, işlenen yaş çay 58 ton siyah çay ve 3 ton yeşil çay olmak üzere toplam 61 ton olarak piyasaya sürülmüştür. 2020 yılı verilerine bakıldığında yaş çay alımı 34.580,046 ton, 6.669,515 ton organik siyah çay, 36,3 ton organik yeşil çay olmak üzere toplamda 6.705,8 ton organik çay üretimi gerçekleşmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Organik yaş çay yaprağı üretimi ve üretilen kuru çay miktarları (Ton) (ÇAYKUR Bülteni, 2019; ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Table 2. Organic fresh tea leaf production and the amount of dry tea produced (Ton) (ÇAYKUR Bulletin, 2019; ÇAYKUR Activity Report, 2020)

Yıllar	Satın alınan yaş çay miktarı (ton)	Siyah çay üretimi miktarı (ton)	Yeşil çay üretimi miktarı (ton)	Toplam (ton)
2009	361	58	3	61
2010	384	152	5	157
2011	1.743	313	13	326
2012	1.724	339	10	349
2013	1.732	353	9	362
2014	1.927	341	26	367
2015	7.381	1.328	21	1.349
2016	22.330	4.449	39	4.488
2017	25.509	4.995	9	5.004
2018	30.000	5.777	2	5.779
2019	31.005	6.057	1,5	6.058,5
2020	34.580,1	6.669,5	36,3	6.705,8

Organik yaş çay üretimine paralel olarak, tasnifli siyah organik çay maliyeti ile paketli organik çay maliyeti de yıllara bağlı olarak değişim göstermektedir. 2009 yılında üretilen tasnifli çay fiyatı 11,45 TL/kg olarak belirlenmiş iken 2020 yılı fiyatı ise 41.90 TL/kg olacak şekilde uygulanmıştır (Şekil 1).

Paketli siyah organik çay satışına 2010 yılında başlanmış olup ve aynı yıl içerisinde belirlenen satış değeri 17,76 TL/kg iken, ÇAYKUR'un 2020 yılı son faaliyet raporunda paketli siyah organik çay fiyatlandırmasında 36,04 TL/kg olarak uygulanmıştır (Şekil 2).

Hindistan’da üretilen ilk organik çaya da ismini veren Darjeeling Bölgesinde üretilen organik çayın büyük bölümünün ihraç edildiği Avrupa pazarı perakende mağazalarında fiyatı kilogramda 25-30 €, Amerika Birleşik Devletleri’nde ise kilogramda 25-30 \$’dan alıcı bulmaktadır. Ülkemizde ve yurtdışında görülen fiyatsal farklılıkların temel sebebi organik çayın kalitesi olmaktadır (Sharma ve Kumudini, 2018).

Sağlık konusunda bilinçlenme, organik ürünlerin yüksek besin değerine sahip olması, ürünlerin konvansiyonel olarak üretilenlere oranla daha lezzetli olması, çevresel kaygılar, organik gıdaların güvenilirliği, geçmiş tatlara özlem ve merak duyguları gibi durumlar organik ürünleri satın alma durumlarını etkilemektedir. Bu olumlu noktalarla birlikte organik ürünlerin tercih edilmesini ve alınmasını engelleyen nedenler ise, fiyatların konvansiyonele oranla yüksek bulunması, ürünlerin pazarlama ve dağıtım kanallarının yetersizliği, organik ürünlerin etiketlerinde bulunan bilgilerin güvensiz olarak algılanmasıdır (Hughner vd., 2007; Sarıkaya, 2007).

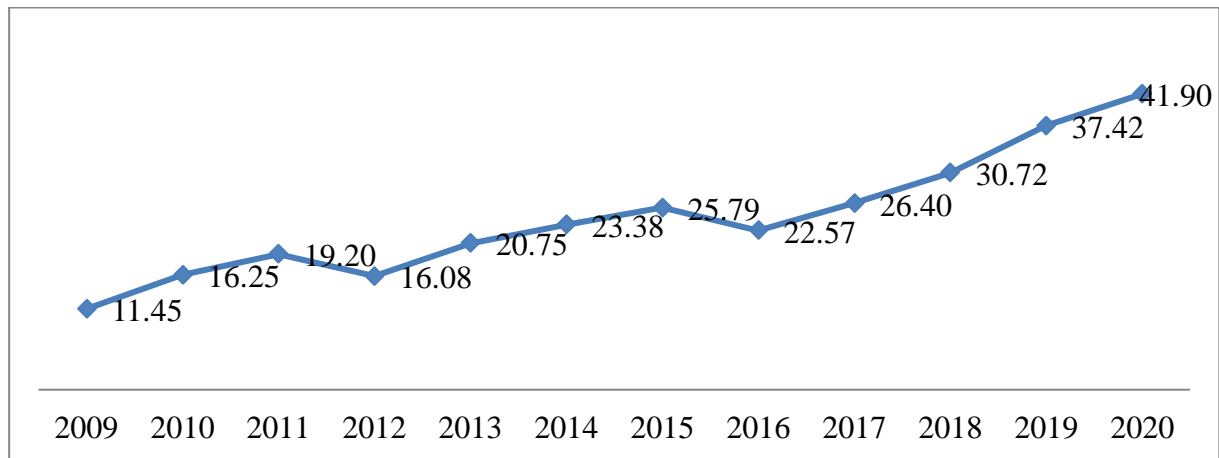
İnsanların bir konuda sahip oldukları bakış açıları o konudaki eylemlerini etkileyen önemli faktörlerden biridir. Buna bağlı olarak da gıda alanında çalışma yapan araştırmacılar özellikle tüketici olarak insanların bakış açıları ile eylemlerini incelemektedir (Krystallis vd., 2009;

De Barcellos vd., 2011). Aynı zamanda bakış açıları ile eylemler arasındaki ilişki hem sosyal hem de davranış bilimlerinde uzun yıllardır tartışılmaktadır (Busch, 1998). Reklam ve tanıtımlar tüketici davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerdir. Bu faktörlerin etkisi altında gerçekleşen organik ürün tüketim davranışı gelir ve harcamalardan bağımsızdır (Karabaş ve Gürler, 2012).

Tüketicilerin organik çayı tercih etmelerinde maliyet unsurunun etkisini inceleyen araştırmalarda ülkemizde ÇAYKUR 2020 yılı çay maliyeti ortalama 24,30 TL/kg olarak hesaplanmıştır (ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020). Bu değere göre organik çay ile paketli siyah çay karşılaştırıldığında aradaki üretim maliyetleri farkının organik ürün pazarında kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülebilir.

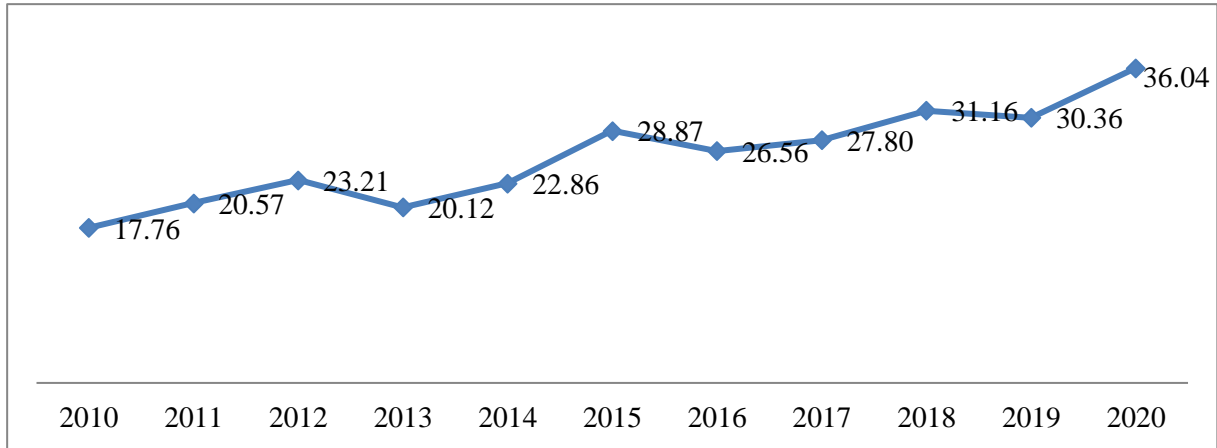
2009 yılı itibariyle 15,10 TL/kg tasnifli yeşil çay maliyeti belirlenmiştir. Paketli organik yeşil çay maliyeti aynı yıl 18,60 TL/kg olarak işleme geçmiştir (Şekil 3, 4). Genel olarak yıllara göre fiyat değişimlerine bakıldığında paketli organik yeşil çayın tasnifli organik yeşil çaya göre daha yüksek fiyatlarda olmasının temel sebebi paket maliyetinin toplam maliyete yansıtılmasıdır.

2020 yılında ise 44,75 TL/kg tasnifli yeşil çay, 56,81 TL/kg paketli organik yeşil çay maliyeti uygulanmıştır (Şekil 3, 4).



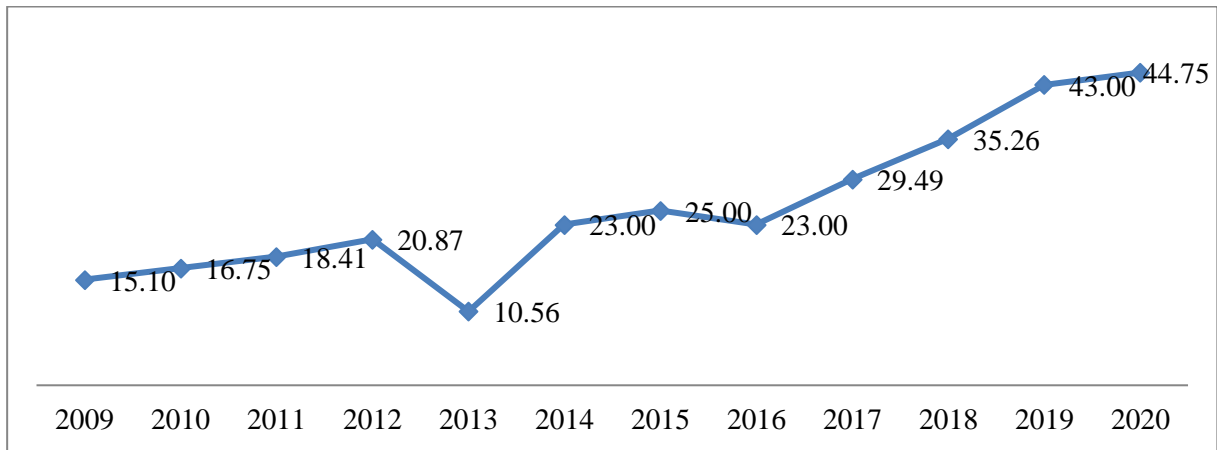
Şekil 1. Tasnifli siyah organik çay maliyetinin yıllara göre değişimi (ÇAYKUR Bülteni, 2019; ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Figure 1. Variation of the cost of classified black organic tea by years (ÇAYKUR Bulletin, 2019; ÇAYKUR Activity Report, 2020)



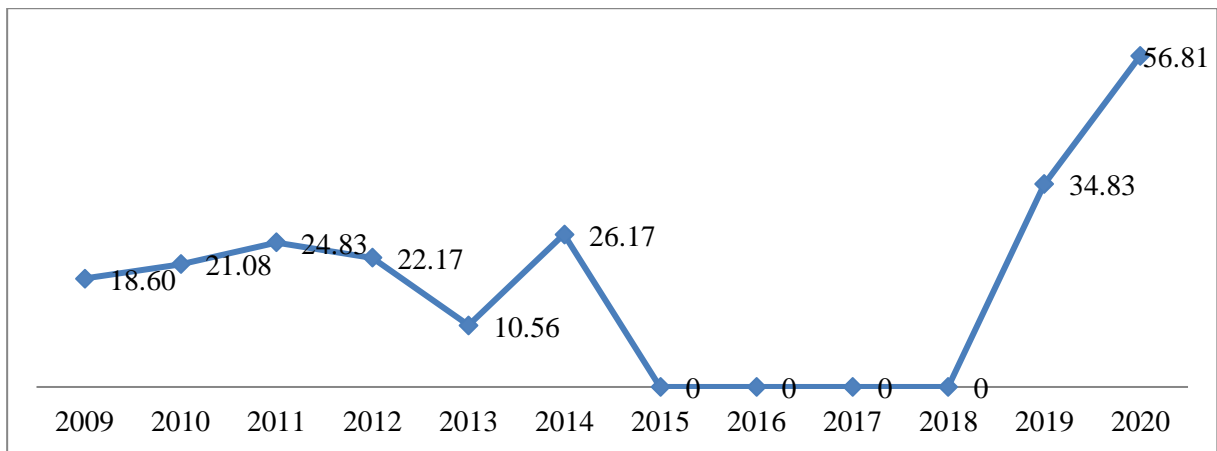
Şekil 2. Paketli siyah organik çay maliyetinin yıllara göre değişimi (ÇAYKUR Bülteni, 2019; ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Figure 2. Variation of packaged black organic tea cost over the years (ÇAYKUR Bulletin, 2019; ÇAYKUR Activity Report, 2020)



Şekil 3. Tasnifli yeşil organik çay maliyetinin yıllara göre değişimi (ÇAYKUR Bülteni, 2019; ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Figure 3. Variation of the cost of classified green organic tea by years (ÇAYKUR Bulletin, 2019; ÇAYKUR Activity Report, 2020)



Şekil 4. Paketli yeşil organik çay maliyetinin yıllara göre değişimi (ÇAYKUR Bülteni, 2019; ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Figure 4. Variation of packaged green organic tea cost over the years (ÇAYKUR Bulletin, 2019; ÇAYKUR Activity Report, 2020)

Organik tarım işletmelerinin tüketicinin isteklerine odaklanan yenilikler oluşturması, tüketicinin isteklerinin karşılanması açısından istenilen seviyeye ulaşmayı sağlayacak ayrıca organik ürün pazarı içerisinde önemli faydaları beraberinde getirecektir (Aksulu, 1999). Organik Türk çayının tanıtımının yapılması için dünyada çay tanıtım ofisleri kurulmalıdır (Rize Ticaret Borsası, 2021). ÇAYKUR bu bağlamda gerek iç pazara ve gerek dış pazara arz ettiği farklı organik ürünlerle farklı tüketicilerin damak zevkini hedef alarak farklı ürünlerini üretmekte ve satışa sunmaktadır. Organik ürünlerinde nevilere farklı oranlarda harmanlanması ile Organik Rize Çayı, Organik Hemşin Çayı üretilmekte, kullanım şekli açısından Organik Süzen Poşet Çay ile Organik Demlik Poşet Çay ve ayrıca siyah çay dışında

Organik Zümrüt Yeşil Çay da tüketiciye arz edilmektedir (Tablo 3).

Organik ürünlerin tercih edilmemesinde ilk sırada yatan sebep, tüketici kesimin piyasaya oranla fiyatları çok yüksek bulmasıdır. Tüketicilerin bazı kesimi ise, marketler aracılığıyla organik ürünleri temin edemediğini, mevcut organik ürünlerde ürün kalitesi yönünden fark düşünmedikleri ve yeterli bilgi sağlayamadıklarından ötürü şüphe duymaktadırlar (Commission Staff Working Document, 2004). Tablo 4 incelendiğinde ÇAYKUR tarafından üretilen çeşitli tür ve ambalajdaki organik çayların değişken fiyatlara sahip olması alım gücü birbirinden farklı seviyelerde olan tüm tüketicilere hitap edebildiğini göstermektedir.

Tablo 3. Yurtiçi ve Yurtdışı pazarlara satışı gerçekleştirilen organik çay çeşitleri ve miktarları ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Table 3. Organic tea varieties and quantities sold to domestic and international markets (ÇAYKUR Activity Report, 2020)

Pazar	Ürün	Satış Miktarı
Yurt içi	Organik Rize Çayı	322.306,49
Yurt içi	Organik Hemşin Çayı	244.269,20
Yurt içi	Organik Süzen Poşet Çay	5.673,05
Yurt içi	Organik Demlik Poşet Çay	1,04
Yurt içi	Organik Zümrüt Yeşil Çay	22.341,28
Yurt içi	Tasnifli Organik Siyah Çay	216,00
Yurt içi	Tasnifli Organik Zümrüt Yeşil	1.880,32
Yurt dışı	Organik Rize Çayı	4.380,00
Yurt dışı	Organik Hemşin Çayı	7.560,00
Yurt dışı	Organik Süzen Poşet Çay	264,00
Yurt dışı	Organik Zümrüt Yeşil Çay	528,00

Tablo 4. 2020 Yılında bayilere peşin fiyatı ile yapılan çay satış hareket tablosu ile 2019 yılına göre fiyat artış yüzdesi (ÇAYKUR Faaliyet Raporu, 2020)

Table 4. Tea sales movement table made to dealers with cash price in 2020, and the percentage of price series according to 2019 (ÇAYKUR Activity Report, 2020)

Çayın Cinsi	Kg/TL	Fiyat Artış (%)
Organik Hemşin Çayı	43,46	1,25
Organik Hemşin Hediyelik (Teneke Kutu)	74,53	17,51
Organik Hemşin Çayı (Teneke Kutu)	63,89	5,67
Organik Hemşin Çayı (Karton Kutu)	44,41	-1,26
Organik Rize Çayı	31,38	-1,25
Organik Rize Çayı	44,70	-1,25
Organik Rize Çayı	31,38	-1,25
Organik Zümrüt Yeşil Çay	52,30	-1,27
Organik Hemşin Siyah Süzen Poşet Çayı	92,72	-1,26
Organik Hemşin Demlik Poşet Çayı	54,43	-1,27

3. Sonuç ve Öneriler

Dünyada organik çay tüketimi ve talebe bağlı olarak da üretim miktarı her geçen gün artmaktadır. Ancak Organik çay ülkemizde gerek iç pazarda gerekse dış pazarda beklenen değeri bulamamaktadır. Türkiye’de çay üretimi yapılan Karadeniz Bölgesinde çay hastalık ve zararlılarının yoğun olarak görülmemesi, üretimde sentetik girdi kullanımını azaltmakta buna bağlı olarak da organik çay üretimi yapılacak alanların doğal bir şekilde artmasına olanak verebileceği düşünülmektedir.

Başta keyif verici özelliği ile Türklerin damak zevkine yerleşmiş olan ve günün farklı zaman dilimlerinde tüketilebilen bir ürün olarak çay, ülkemiz kişi başı tüketim miktarıyla dünya ortalamasında da zirvede yer alır. Bu denli tercih edilen bir üründen aynı zamanda tıbbi açıdan da daha fazla faydalanabilmek için tüketici yöneliminin organik çay yönünde değişmesi gerekmektedir. Bu değişim ayrıca içerisinde bulunulan Covid-19 salgını sürecinde insanların doğal yaşam ve sağlıklı beslenme amacıyla organik ürünlere olan taleplerini de çay açısından karşılayacaktır.

Organik çay üretiminde temel sorun olarak kabul edilebilecek bilinçsiz üretici varlığı ve yetişmiş eleman eksikliği günümüzdeki önemli sorunlardan biridir.

Ülkemizdeki organik çayın üretim ve pazarlamasının dünya organik çay standartlarına ulaşabilmesi için mevcut sorunların çözüme kavuşturulması ve bazı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

1-Hem üretim hem de fiyat açısından çeşitlilik gösteren organik çay ürünleri günümüz koşullarında pazarlama ve reklam amaçlı yoğun kullanıma sahip sosyal medya mecralarında da tanıtılmalı ve bu mecralardan aktif olarak yararlanılmalıdır.

2- Türkiye’de çay üretim alanı ve üretilen kuru çay miktarı bakımından ilk sırada yer alan Rize ilindeki Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi başta olmak üzere, mezun organik tarım teknikerlerine

organik çay tarımı konusunda sorumluluk verilerek ÇAYKUR bünyesinde organik çay fabrikalarında işe alınmaları sağlanmalı ve yetişmiş bu elemanlardan yararlanılmalıdır. Bu durum hem istihdam sağlaması hem de üretimde kalifiye elemanların kullanılmasıyla birlikte üreticinin bilinçlendirilmesi gibi konularında önemli faydalar sağlayacaktır.

3- Organik tarım eğitimi almış çalışanlar organik yaş çay üretim süreçlerinin doğru ve sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesinde danışmanlık hizmeti verebileceklerdir. Bu hizmet kapsamında farklı organik gübre denemelerin sahaya aktarılması amacıyla gerekli yayım faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.

4- Üreticilerin çayın kimyasal ve biyokimyasal yapısı bakımından bileşiklerin en yüksek değerde bulunduğu dönem olan doğru zamanına riayet etmesi teşvik edilmelidir.

5- Organik yaş çay alımına ait mevzuatta yer alan kota ve kontenjan gibi çayın hasat öncesi ve sonrası bekleme süresini arttırarak kalitesini düşüren ve üreticiyi olumsuz etkileyen uygulamaların yeniden düzenlenmesi gerekir.

Kaynaklar

- Ak, İ. (2004). Apolyont doğal tarım ve hayvancılık projesi, *1. Uluslararası organik hayvansal üretim ve gıda güvenliği kongresi*, 28 Nisan–1 Mayıs, Aydın, Türkiye.
- Aksulu, İ. (1999). Tüketicide sağlığını koruma bilinci ve satın alma noktasında tüketici tutumları. *4. Ulusal Pazarlama Kongresi*, 18-20 Kasım, Hatay, Türkiye.
- Baydaş, A., Tan, A., Bedestenci, H.Ç. (2000). Tüketiciler ve çevre bilinci. *5. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, ISBN: 975-7666-58-0, Antalya, Türkiye.
- Bayram, B., Yolcu H., Aksakal V. (2007). Türkiye’de organik tarım ve sorunları. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 38(2), 203-206.
- Blackman, A., Rivera, J. (2011). Producer-level benefits of sustainability certification. *Conservation Biology*, 25(6), 1176–1185. <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.2011.01774.x>
- Bourn, D., Prescott, J. (2002). A comparison of the nutritional value, sensory qualities and food safety of organically and conventionally produced foods.

- Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 42(1), 1-34.
- Busch, T. (1998). Attitudes towards management by objectives: An empirical investigation of self-efficacy and goal commitment. *Scandinavian Journal of Management*, 14(83), 289-299.
- Commission Staff Working Document. (2004). *European Action Plan for Organic Food and Farming*. Brussels.
- ÇAYKUR, (2019). İstatistik bülteni. Rize, Türkiye, (46s).
- ÇAYKUR, (2020). Faaliyet raporu. Rize, Türkiye, (91s).
- De Barcellos, M.D., Krystallis, A., Melo Saab, M.S., Kugler, J.O., Grunert, K.G. (2011). Investigating the gap between citizens’ sustainability attitudes and food purchasing behaviour: Empirical evidence from Brazilian pork consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 35(4), 391-402. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.0978.x>
- DOKAP, (2018). DOKAP bölgesi organik tarım havzalarının belirlenmesi araştırma projesi. Giresun, Türkiye, (9s).
- Hughner, R.S., McDonagh, P., Prothero, A., Schultz II, C.J., Stanton, J. (2007). Who are organic food consumer? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 94-110. <https://doi.org/10.1002/cb.210>
- Karabaş, S., Gürler, A.Z. (2012). Organik ürün tercihinde tüketici davranışları üzerine etkili faktörlerin logit regresyon analizi ile tahminlenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 129-156. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.272>
- Karadeniz T., Pertek M., Albayrak S., Sandıkçı S. (2015). Çayda niçin organik tarım?. *Doğu Karadeniz II. Organik Tarım Kongresi*, 6-9 Ekim, Rize, Türkiye.
- Kılıç, S., Duman, O., Bektaş, E. (2014). Organik ürünlerin pazarlama stratejileri ve üreticiler üzerinde bir alan araştırması. *Business and Economics Research Journal*, 5(1), 39-65.
- Krystallis, A., de Barcellos, M.D., Kugler, J.O., Verbeke, W., Grunert, K.G. (2009). Attitudes of European citizens towards pig production systems. *Livestock Science*, 126, 46-56. <https://doi.org/10.1016/j.livsci.2009.05.016>
- Mehdi, A.F. (2018). Türkiye çay endüstrisi: Sektörel ve ampirik bir çalışma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(2), 252-274. <https://doi.org/10.24289/ijsser.413420>
- Önce, G., Marangoz, M. (2002). Ekolojik (Organik) Ürünlere Karşı Tüketici Davranışlarının İncelenmesi. 7. Ulusal Pazarlama Kongresi, 31 Mayıs-2 Haziran, Afyon, Türkiye.
- Qiao, Y., Halberg, N., Vaheesan, S., Scott, S. (2015). Assessing the social and economic benefits of organic and fair trade tea production for small-scale farmers in Asia: a comparative case study of China and Sri Lanka. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 31(3), 246-257. <https://doi.org/10.1017/S1742170515000162>
- Rize Ticaret Borsası, (2021). Türk çay sektörü güncel durum raporu (10s).
- Sarıkaya, N. (2007). Organik ürün tüketimini etkileyen faktörler ve tutumlar üzerine bir saha çalışması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 110-125.
- Seyis F., Yurteri E., Özcan A., Savsatlı, Y. (2018). Organic tea production and tea breeding in Turkey: Challenges and possibilities. *Ekin Journal of Crop Breeding and Genetics*, 4(1), 60-69.
- Sharma, V.S., Kumudini Gunasekare, M.T. (2018). Global tea science: Current status and future needs. *Burleigh Dodds Science Publishing*, ISBN: 9781786761606, United Kingdom.
- Tarım ve Orman Bakanlığı, (2021). T.C. Tarım ve orman bakanlığı strateji geliştirme başkanlığı tarımsal yatırımcı danışma ofisi Rize tarımsal yatırım rehberi. Rize, Türkiye, (54s).
- Toklu, İ.T., Ustaahmetoğlu, E. (2016). Tüketicilerin organik çaya yönelik tutumlarını ve satın alma niyetlerini etkileyen faktörler: bir alan araştırması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 41-61. <https://doi.org/10.17130/ijmeh.20162922022>
- URL-1, (2022). <http://biriz.biz/cay/orgtea.htm>. 7 Aralık 2022.
- URL-2, (2022). <https://orgprints.org/id/eprint/23998/1/index.html>. 9 Aralık 2022.
- URL-3, (2022). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5262-20100311.pdf>. 6 Aralık 2022.
- URL-4, (2022). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=14217&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>. 6 Aralık 2022.
- Young, J.E., Zhao, X., Carey, E.E., Welti, R., Yang, S.S., Wang, W. (2005). Phytochemical phenolics in organically grown vegetables. *Molecular Nutrition and Food Research*, 49(12), 1136-1142. <https://doi.org/10.1002/mnfr.200500080>