

T.C.  
MERAM KAYMAKAMLIĞI  
Meram İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

# “ORGANİK TARIMDA MEVCUT DURUM ANALİZİ VE UYGUN STRATEJİLERİN MODELLENMESİ”



HAZİRAN 2013



## TAKDİM

Meram, zengin tarihi ve kültür dokusuyla sadece Konya'nın değil Anadolu'nun da önemli bir merkezidir. Meram, Konya'nın akciğeridir. Hava ayrı bir güzellikte, toprak ayrı bir özelliğe, meyve-sebze ayrı bir lezzettedir... Meram ilçemizde yapılacak çalışmalarla katma değeri yüksek olan organik tarımı da artırma imkanı vardır. Konya ilimizdeki imkanlarımızı daha çok üretmeye destek olacak yatırımlarla işleme, paketlenme, pazarlama ağı ile de güçlendirmeliyiz. Organik tarıma ilgi duyan işletme sayısını arttırabilirsek, organik üretimi de artırmış oluruz. Dolayısıyla bu sektörle ilgili çalışanların gelirleri de artacaktır. Organik tarımın gelişmesine paralel olarak, organik hayvancılık, organik arıcılık ve organik su ürünleri faaliyetlerini de destekleyebilmeliyiz. Bulduğunuz yörede hangi ürün yetişiyorsa orada o ürünü organik olarak da yetiştirebilmeliyiz.

Konya ili Meram ilçemizde özellikle dağ bölgeleri organik üretim için çok uygun arazi ve iklim şartlarına sahip yörelerdir. Bizler, Bölgede onlarca köyde uygulanan organik tarım faaliyetlerini yüzlerce köyde de uygulanır hale getirebilmek için, Konya tarımının yakaladığı bu enerjiyi desteklemeyi sürdüreceğiz. Raporun hazırlanmasında emeği geçen başta Meram ilçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürümüz ve Proje ekibi olmak üzere katkı sağlayan herkese teşekkür ediyorum.

**İrfan KENANOĞLU**  
**Meram Kaymakamı**



## ÖNSÖZ

Tarımsal üretim metotları içerisinde her geçen gün değerini artıran organik tarım ilçemizde üretim yapan üreticilerimize alternatif bir üretim modeliyle gelir artışı sağlamaktadır. Günümüzde insanların tükettikleri gıdaların güvenilirliğini sorgular hale gelmeleri organik tarımın önemini artırmıştır. Bundan dolayı ilçemizde bitkisel ve hayvansal ürün üreten üreticilerimizde ve tüketicilerimizde bu bilinç oluşmuştur. İlçemizde üretilen her türlü organik ürünün ciddi anlamda piyasada yer alması, ulusal ve hatta uluslararası markalaşması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda Konya Meram İlçesi'nde Organik tarımın uygulanması ve geliştirilmesi, desteklenmesi, teşvikler, tüketicinin bilinçlendirilmesi, organik ürünlerin yurt içi ve yurt dışında pazarlanması, uygulamalardaki aksaklıkların tespit edilmesi ve bu konudaki stratejilerin belirlenmesi ile organik tarım konusunda proje önerilerinin belirlenerek, araştırma önceliklerinin tespit edilmesine ilişkin çalışmalarda bulunmak amacıyla "Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi" projesi ortaya çıkmıştır. İlçemizin tarihinde marka olmuş "Meram Bağları'nın" organik tarım vesilesiyle tekrar adından söz ettiren bir meram ilçesinin hayali içindeyiz. Organik tarıma uygun alanların olması, tarım alanlarının ilçe merkezine yakın olması, baraj ve göletlerden sulama imkânlarının olması, marka değeri olan ürünlerin ortaya çıkmaya başlaması,(havuç, un sanayi) süt ve süt ürünlerinin üretiminde diğer bölgelere oranla önde olması, Yumurta tavukçuluğu yapan işletmeleri barındırması da Meram İlçesini ön plana çıkarmaktadır. Meram ilçemizin bitkisel üretim değerlerine baktığımızda 6.535 dekarında (1770 ton ile ilk sırada **elma** yer alır ve üzüm, erik, kiraz, çilek, vişne, ceviz, zerdali, ayva, dut gibi türler bulunur) meyve yetiştiriciliği yapılmakta iken, 45.202 dekar alanında ise (215.390 ton ile ilk sırada

*havuç üretimini yer alır ve domates, taze soğan, kırmızıturp, biber, pırasa, beyaz lahana, sakız kabağı, balkabağı, acur, pırasa gibi türler) sebze yetiştiriciliği yapılmaktadır. Meram Belediyemizin ilçemize kazandırdığı organik Pazar alanının da organik ürünlerimizin tüketicilerimize ulaştırılmasında büyük önem arz etmektedir.*

Mevlana Kalkınma Ajansı'nın tarafından doğrudan faaliyet desteği programı çağrısı kapsamında Meram İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü tarafından hazırlanan "Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi" konulu projemizin yürütülmesinde;

- Proje iştirakimiz olan Konya Ticaret Borsası'na ve proje ekibimize,
- Proje ekibini kabul ederek konu ile ilgili fikirlerini, görüşlerini ve önerilerini sunan; Meram Kaymakamlığı, Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Konya İl Özel İdaresi Tarım ve Kırsal Kalkınma Dairesi Başkanlığı, Konya Ovası Proje Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Meram Belediyesi, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Konya Veteriner Kontrol Enstitüsü Müdürlüğü, Konya İl Sağlık Müdürlüğü, Meram Ziraat Odası, Meram Süt Üreticileri Birliği, Konya Pazarcılar Odası, Konya Şeker A.Ő., Konya Ticaret Odası, yönetici ve yetkililerine,
- Proje uygulama aşamasında yapılan anket ve analiz çalışmalarına destek veren; üretici ve tüketicilerimize, Katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

**Serbülent ÜNAL**  
**Meram İlçe Gıda Tarım**  
**ve Hayvancılık Müdürü**

### **Proje Sorumlusu**

**Serbülent ÜNAL**

Meram İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürü

### **Proje Ekibi**

**Hanife Malkoç DEMET**

Ziraat Mühendisi

**Gülşen KAYAHAN**

Ziraat Y. Mühendisi

**Selma AYGÜN**

Ziraat Mühendisi

**İbrahim ERBEK**

Ziraat Mühendisi

### **Baskı Tasarım**



**“Bu Rapor T.C. Mevlana Kalkınma Ajansı’nın desteklediği “Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi Projesi” kapsamında yüklenici firma olan Net İletişim A.Ş. tarafından hazırlanmıştır. İçerikle ilgili tek sorumluluk “Meram İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü’ne” ait olup Mevlana Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.”**

## İçindekiler

YÖNETİCİ ÖZETİ .....	6
1. GİRİŞ .....	11
2. ORGANİK TARIM.....	12
2.1. Organik Tarımın Amaçları .....	13
2.2. Organik Tarımın Avantajları ve Dezavantajları .....	13
3. DÜNYADA, TÜRKİYE'DE ve KONYA'DA ORGANİK TARIM .....	15
3.1. Dünyada Organik Tarım.....	15
3.1.1. Organik Tarımda Ülke Örnekleri .....	20
3.2. Türkiye'de Organik Tarım .....	23
3.3. Konya'da ve Meram'da Organik Tarım.....	27
3.3.1. Üretim.....	27
3.3.2. Tüketici Açısından Organik Tarım .....	34
3.3.3. Üreticiler Açısından Organik Tarım .....	49
3.3.4. Paydaşlar Açısından Organik Tarım .....	62
4. KONYA'YA VE MERAM'A UYGUN ORGANİK TARIM STRATEJİLERİNİN TASARIMI.....	64
4.1. Konya'nın Toprak ve İklim Yapısı .....	64
4.2. Konya'da Yerelleşmiş Organik Ürünler .....	65
4.3. Konya'da Organik Üretimi Yetersiz Ana Ürünler.....	67
4.4. Organik Üretim ve Dünyada Öne Çıkan Organik Ürünler.....	68
4.5. Stratejik Çerçeve .....	69
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	72
Kaynakça.....	74

## YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu rapor, Mevlana Kalkınma Ajansı finansmanı ile Konya Meram İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü tarafından yürütülmekte olan “Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi” projesinin sonuçlarını raporlamaktadır.

Bu raporda, Konya'da organik tarımın mevcut durumu nicel ve nitel verilerle ele alınıp, organik tarımın gelişmesi için stratejik bir çerçeve çizilmiştir. Raporda öncelikle organik tarımın dünya ve Türkiye'deki durumu, üretim ve ticaret verileri ile incelendikten sonra Konya'da organik tarıma odaklanılmıştır. Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nden alınan verilerle ildeki organik tarım faaliyetinin gelişimi ve mevcut durumu incelenmiştir. Proje kapsamında yapılan üretici ve tüketici anketleriyle ise piyasadaki iki tarafın organik tarım algısıyla ilgili bilgi elde edilmiş ve üreticilerin organik tarımla ilgili sıkıntıları belirlenmiştir. Dört aşamalı bir yaklaşımla stratejik bir çerçevenin çizildiği üçüncü bölümde ise Konya'nın organik tarıma uygunluğu tartışılıp, organik tarımda odaklanılması gereken alanlar belirlenmiştir.

## ORGANİK TARIM

1. Organik tarım; toprak, ekosistem ve insan sağlığını devam ettiren, sağlıklı olmasını sağlayan bir üretim sistemidir. Organik tarım, içinde bulunduğumuz çevreye fayda sağlamak, adil ilişkiyi ve tüm ilgili taraflar için iyi bir yaşam kalitesini yaygınlaştırmak adına gelenek, yeni buluşlar ve bilimi bir araya getirir.
2. Organik tarım uygulamasıyla üretim yapılan topraklarda daha az kirlilik ve daha az toprak erozyonu olması amaçlanmaktadır. Kalitesi artan toprak sayesinde doğal çevreye verilen zarar en aza indirilir. Organik tarım, yaban hayatının korunmasını da sağlamaktadır.
3. Ülkemiz gelişmiş ülkelere nazaran daha az kimyasal girdi kullandığından, ülkemizin daha temiz toprakları vardır. Bu nedenle organik tarıma geçiş kolay olacaktır. Geçiş sürelerinde beklemenin daha kısa olması ile üretici organik tarıma vakit kaybetmeden başlamış olacaktır.

## DÜNYADA ORGANİK TARIM

4. Tarıma elverişli alanlardaki azalmaya rağmen, organik tarıma uygun alanda artış söz konusudur. 1999 yılında 11 milyon hektar olan organik tarıma uygun alan, 2011 yılında 37,2 milyon hektara ulaşmıştır. Dünyada ekilebilir alan miktarı yıllık bileşik yüzde 0,2 azalırken, organik tarım yapılabılır arazi miktarı yüzde 10,7 artmaktadır.
5. Organik tarım pazarı, organik tarıma elverişli arazi miktarından daha hızlı artmaktadır. 2000-2011 döneminde organik tarıma elverişli arazi FİBL verilerine göre 15 milyon hektardan 37,2 milyon hektara, organik tarım pazarıysa Organik Monitör verilerine göre 17,9 milyar ABD \$'dan 62,9 milyar ABD \$'a yükselmiştir. Arazi miktarı 11 yılda yüzde 148 artarken, pazar büyüklüğü yüzde 251,4 artmıştır. Avrupa, 21,5 milyar ABD \$ pazar büyüklüğü ile toplam organik tarım pazarının yüzde 34,2'sini oluşturmaktadır.

6. Türkiye'de organik ürün pazarının gelişmediği görülmektedir. ABD, 21 milyar Avro büyüklüğündeki organik yiyecek ve içecek pazarıyla dünya toplamının yüzde 44'ünü oluşturmaktadır. Organik ürün satışlarının en fazla olduğu 10 ülkeden 7'si Avrupa kıtasındadır. Avrupa'da pazarı büyük ülke sayısı fazla olsa da küresel ilk 10 listesinde yer alan 7 ülkenin toplam satışlardan aldığı pay yüzde 36,4 olup, ABD'nin payından küçüktür.
7. Çeşitli ülke örnekleri incelendiğinde ülkelerin organik tarımı geliştirmesinde makroekonomik politikaların öne çıktığı görülmektedir. Özellikle sübvansiyon ve vergi politikalarındaki değişikliklerle konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçiş sağlanmaktadır. Dikkati çeken diğer bir husus da konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçişte başarılı olmuş ülkelerin bir organik tarım hareketi başlatmış olduğudur.
8. Organik tarım üretiminde en öne çıkan ülkeler Avustralya, Arjantin, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri'dir. Bu ülkeleri İtalya, Brezilya, İspanya, Almanya, Uruguay ve İngiltere takip etmektedir. Organik tarım alanında en büyük sıçramayı yapan ülke ise İspanya'dır.

## TÜRKİYE'DE ORGANİK TARIM

9. Türkiye'de organik tarım uygulamalarının dış pazar odaklı olarak başladığı bilinmektedir. Avrupa pazarındaki talep doğrultusunda ilk olarak 1985 yılında İzmir üzümü üretimi yapılmıştır. Organik üzüm üretimini takiben incir ve kayısı gibi geleneksel ürünlerde organik tarım yapılmıştır. Organik tarımın ilerlemesindeki asli tetikleyici hala dış talep olsa da üreticilerin bilinçlenmesi ve tüketici davranışlarındaki değişim de son dönemde organik tarımı yönlendiren faktörler olarak öne çıkmaktadır.
10. Türkiye'de organik üretimin yüzde 39'u Ege Bölgesi'nde yapılmaktadır. Üzüm ve incir gibi ana ürünlerin yetiştirildiği bölge olmanın avantajını kullanan Ege Bölgesi'ni yüzde 18 ile Karadeniz Bölgesi, yüzde 13 ile de İç Anadolu Bölgesi takip etmektedir.
11. Türkiye'deki üretimin neredeyse tümü ihrac edilmektedir ve ihracatın yüzde 85'i Avrupa'ya yapılmaktadır. 2011 yılı itibarıyla 21,5 milyar Avro büyüklüğünde organik ürün pazarına sahip Avrupa'ya olan yakınlığımız ve organik tarımı teşvik etmek için süregelen reformlar, Türkiye'nin sektörde büyüme potansiyeli olduğunu göstermektedir.
12. Organik tarım üretiminin hemen hemen tümünü ihrac eden Türkiye'nin, artan üretime rağmen ihracat açısından son yıllarda kötüye gittiği görülmektedir. Üretim yapılan alan ve çiftçi sayısındaki artışa rağmen 2009 sonrası bu alandaki ihracatın sert bir düşüş yaşaması dikkat çekmektedir.

## KONYA'DA VE MERAM'DA ORGANİK TARIM

13. Konya'da 19 ilçedeki 81 köy ve kasabada organik tarım üretimi yapılmaktadır. Özellikle Akşehir, Doğanhisar, Hüyük, Meram, Sarayönü ve Yunak ilçelerinde organik tarım daha yaygın şekilde yürütülmektedir. Konya'da toplam 750 üretici, 16 bin 827 dekar alanda organik tarım üretimi yapmaktadır. Başlıca organik tarım ürünü olarak Konya'da üretim alanlarına göre sırasıyla; buğday, vişne, ceviz, çilek, havuç, arpa, kimyon, kiraz, elma, patates yetiştirilmektedir.



14. Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü verilerine göre 100 da ve üzerinde üretimi yapılan organik tarım ürünlerine bakıldığında üretim alanı bakımından Konya’da en çok üretimi yapılan organik tarım ürünlerinin başında buğday, vişne, ceviz, çilek ve havuç gelmektedir. Üretim alanı en az olan ürünler ise mısır, ayçiçeği, patates ve fasulye olarak sıralanmaktadır.
15. Organik tarım ürünlerini üreten çiftçilerin organik tarım seçimleri incelediğinde ise çileğin 309 çiftçi tarafından yetiştirildiği görülmektedir. Çileği, 225 çiftçi ile vişne, 119 çiftçi ile kiraz, 112 çiftçi ile buğday ve 98 çiftçi ile patates takip etmektedir. Çiftçiler tarafından en az tercih edilen organik tarım ürünleri ise ayçiçeği, mısır ve havuç olarak sıralanmaktadır.
16. 2010 yılında sadece 12 ilçede organik tarım ürünü yapılırken, 2011’de bu sayı 15’e yükselmiştir. 2012 yılında ise 18 olmuştur. Meram ilçesinde 2010 yılında sadece 2 farklı organik tarım ürünü üretilirken, 2011 yılında 13 farklı organik tarım ürünü, 2012 yılında da 20 farklı organik tarım ürünü üretilmiştir. Organik ürün çeşitliliği bakımından Meram ilçesi dikkat çekmektedir.

## **MERAM’DA TÜKETİCİLER VE ÜRETİCİLER GÖZÜNDE ORGANİK TARIM**

17. Proje kapsamında tüketicilerin organik tarım ürünlerine bakış açılarını ve algı düzeylerini ortaya koymak amacıyla yüz yüze görüşme yöntemi ile tüketicilere anket uygulanmıştır. Bu kapsamda semt pazarından organik tarım ürünü alışverişi yapan tüketicilere anket uygulanmıştır. Benzer şekilde normal tarım ürünü alışverişi yapan tüketicilere de anket uygulanmıştır.
18. Organik tarım ürünü tüketicileri organik ürün alışverişini her hafta düzenli olarak yapan bir tüketici grubudur. Bu tüketici grubu organik tarım ürünlerini almak için uzak da olsa bu ürünlerin satıldığı yerlere gitmektedirler. Organik tarım ürünü tüketicisi, organik ürün alışverişlerinde en çok pazarı tercih etmektedir. Pazarın ardından ulusal marketlerden ve doğrudan üreticilerden organik ürün ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.
19. Tüketiciler organik tarım ürünü ilk olarak en çok televizyondan ve çevrelerinden duyduklarını ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin neredeyse tamamı organik ürünlerden memnun kaldığını ve organik ürünleri çevresine tavsiye ettiğini ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünlerinin ağızdan ağza yayılan bir pazarlama sistemi vardır.
20. Organik tarım ürünü tüketicilerinin tamamı organik tarım ürünlerinin sağlıklı olduğunu düşünmektedir ve bu ürünlere güvenmektedirler. Tüketiciler organik ürünleri ayırt ederken en çok ürünlerin sertifika ve logolarına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bundan dolayı organik ürün satışlarında sertifika ve logoların görünürlüğüne daha çok dikkat edilmelidir. Denetimlerde sahte sertifika ve logo kontrollerine önem verilmelidir.
21. Proje kapsamında üreticilerin organik tarım ürünlerine bakış açılarını ve algı düzeylerini ortaya koymak amacıyla yüz yüze görüşme yöntemi ile üreticilere anket uygulanmıştır ve mülakatlar yapılmıştır. Meram ilçesine bağlı köylerdeki ve semt pazarlarında satış yapan organik tarım üretimi yapan çiftçilerle ve organik tarım üretimi yapmayan çiftçilerle görüşülmüştür.

22. Organik tarım ürünü üreticileri organik ürün kavramını ilk olarak diğer üreticilerden ve il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerinden duymuşlardır. Organik tarım ürünü üretiminde il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerinin üreticiyi teşvik etmesi son derece önemlidir.
23. Üreticilerin büyük çoğunluğunun, organik tarım üretimi yapmaya başladıktan sonra çalışma süreleri, ihtiyaç duyduğu eleman sayıları, gübre ve ilaç girdi masrafları, verimlilikleri ve ürün fiyatları artmıştır. Gelirleri ve alet-makine ihtiyaçları ise değişmemiş. Buna göre üreticilerin büyük çoğunluğunun organik tarım üretmeye başladıktan girdi maliyetlerinin arttığı görülüyor. Bunun yanında verimliliklerinin ve ürün fiyatlarının artması da üreticiler açısından olumlu gelişmelerdir. Ancak öte yandan üreticiler gelirlerinin değişmediği ifade etmişlerdir.
24. Üreticilerin yarısından fazlası ilk satış kanalı olarak ürünlerini pazarda satışa sunmaktadır. Pazardan sonra ise doğrudan tüketicilere ve toptancılara satış yapmaktadırlar. İkinci satış kanalı olarak ise en fazla pazarlara ve doğrudan tüketicilere satış yapmaktadırlar. Üreticilerin çok az bir kısmı ürünlerini ulusal ve yerel marketlere satmaktadır.
25. Organik ürün üreticileri pazarlama konusunda da ciddi sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bundan dolayı üreticiler arasında zarar edip, organik tarım üretiminden vazgeçenler de bulunmaktadır. Üreticinin ürettiği ürünü satarken sıkıntı yaşaması, sürdürülebilir üretim açısından en büyük tehdittir.
26. Organik tarım üreticileri ve diğer üreticiler organik tarım uygulamalarının geliştirilmesi için devlet tarafından verilen teşvik ve desteklerin artırılmasını talep etmektedirler. Gerek üretim sürecinde, gerekse pazarlama ve satış sürecinde kendilerine destek olunmasını beklemektedirler. Organik tarımın gelişmesi için özel sektörün sözleşmeli üretim uygulamalarının da artırılmasında fayda vardır.

## **KONYA'YA VE MERAM'A UYGUN ORGANİK TARIM STRATEJİLERİNİN TASARIMI**

27. Farklı iklimlere sahip alt bölgeleri ve toprak yapısındaki çeşitliliği nedeniyle Konya tarımsal üretime uygun bir bölgedir. Ancak, toprak yapısındaki sorunların ve sulama probleminin aşılması gerekmektedir. Konya Ovası Projesi, Konya'nın ihtiyaç duyduğu sulama imkânlarının geliştirilmesi ve tüm bölgede doğru tarımsal üretim planlanmasının sağlanması için önemli bir adımdır.
28. Büyük bir kısmında tarım yapılabilen Konya'da egemen iklim, yetiştirilen ürün sayısını kısıtlamaktadır. Fakat bu iklimin ürünlerdeki aroma ve kaliteye de olumlu katkısı olduğu da bilinen bir gerçektir. Konya da mevcut bitki çeşitliliği; yetiştirilen ana ürün buğday olmakla birlikte ilde arpa, ayçiçeği, bakla, fasulye, karpuz, kavun, kenevir, keten, mercimek, mısır, nohut, patates, soğan ve şekerpancarı gibi kültür bitkileri, biber, domates, lahana ve patlıcan gibi sebzeler ile armut, elma, çilek, kayısı, kiraz, vişne ve üzüm gibi meyveler de yaygın olarak yetiştirilmektedir.

- 29.** Konya'nın yüzölçümünün büyüklüğü, tarıma uygun alanın çokluğu ve coğrafi yapısı, ilin organik tarıma uygunluğunu arttırmaktadır. Özellikle dağ köylerinin varlığı Konya için bir avantajdır. Nitekim hâlihazırda 71 köyde yürütülen organik tarım faaliyetlerinde iyi sonuçlar alınmıştır. 466 köyün yer alacağı Konya Organik Tarım Havzası ise üretim ve pazarlama kanallarının sağlam olacağı bir değer zinciri tesis edilebilirse hem Konya'ya hem de Türkiye'ye büyük katma değer yaratacaktır.
- 30.** Coğrafi konum itibarıyla Avrupa'ya yakınlığımız büyük bir avantajdır. Avrupa, dünyanın en büyük organik sebze ve meyve pazarıdır. Konya'da mevcut durumda organik üretim yapan çiftçiler, ürünlerini Avrupa'ya rahatlıkla satabilmektedir.
- 31.** Konya'nın organik tarım üretiminde meyvelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle organik çilek, vişne, kiraz gibi meyveler üretilip Avrupa pazarına ihraç edilmektedir. Meyvelerde sonra son dönemde organik patates yetiştiriciliğinin de yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. Ancak, dünya ve Avrupa'nın organik üretim desenlerinde en öne çıkan ürünlerin tahıllar olduğu bilinmektedir. Konya'nın buğday başta olmak üzere tahıllar grubunda organik üretimi arttırması gereklidir. Bu nedenle organik tarımın dağ köyleriyle sınırlı kalmaması gereklidir.
- 32.** Organik tahıl üretimine geçiş süreci hızlandırılmalıdır. Dünyada ve Konya'nın potansiyel pazarı olan Avrupa'da öne çıkan organik ürün olan buğdayda Konya'nın organik üretime geçememesi bir eksiklik olarak düşünülebilir. Buğday'da dönüşümü destekleyecek teşvik mekanizmaları ve eğitim programlarının tasarlanması gereklidir.
- 33.** Konya için bir organik tarım stratejisi hem arz hem de talep taraflarını kapsayacak alt stratejilerden oluşmalıdır. Talep yanlı stratejiler tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyi, tüketicilerin organik üretim ve organik ürünler konusunda doğru bilgilendirilmeyi amaçlamalıdır. Arz yanlı stratejiler ise üreticiler açısından organik üretimi cazip kılmaya ve organik ürünlerde rekabet gücünü arttırmaya odaklanmalıdır.
- 34.** Organik tarım piyasası tam gelişmiş bir piyasa olmadığından ve tüketiciler açısından konvansiyonel ürünler, organik ürünlerin ikamesi olarak düşünüldüğünden, piyasada talep arzı yaratmaktadır. Mevcut organik üreticilerimizin üretim kararlarının arkasındaki en büyük faktör dış pazarın büyüklüğüdür. Organik tarımın toplam tarımsal üretimden aldığı payı arttırmak için iç pazarı da geliştirmek gerekmektedir. Bu nedenle strateji geliştirme sürecinde öncelik iç talebi arttırmak olmalıdır.

## 1. GİRİŞ

Son yüzyılda dünyada artan nüfus ve tüketim ile birlikte yoğun tarım uygulamaları yaygın hale gelmiştir. Tarımda kimyasal katkı maddeleri, ilaç, gübre, makine kullanımı ile tarımsal üretim artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yapılmaya çalışılmıştır. Bunun bir sonucu olarak da pestisitler ve kimyasal gübre de daha çok kullanılmaya başlanmıştır. Bu yıllarda öncelikli amaç tarımsal üretimin hızla arttırılarak, gıda fiyatlarının düşürülmesi ve dünyanın açlık sorununa çare bulunmasıydı. Ancak gelişmeler ve yapılan araştırmalar, açlık sorununun çözümlenemediğini ve tarımsal üretimde kimyasal madde kullanımının insan sağlığını tehdit ettiğini, doğal dengeyi bozduğunu göstermiştir. Bozulan doğal dengeyi düzeltme çalışmaları kapsamında organik tarım son yıllarda en öne çıkan konulardandır.

Son yıllarda hem dünyada hem de Türkiye’de organik tarım uygulamaları hızlı bir şekilde artmıştır. Benzer şekilde tüketicilerin de organik tarım ürünlerine ilgileri artmıştır. Hem üreticiler hem de tüketiciler açısından organik tarım algısı gelişmiştir.

Türkiye’nin tahıl ambarı konumunda olan Konya, birçok ürün çeşidinde Türkiye’nin toplam üretiminde önemli bir paya sahiptir. Konya’da son yıllarda organik tarım üretimi de hızla artmıştır. Organik tarım üretimi ve organik tarım üretiminde kullanılan arazi miktarı sürekli artarken, organik tarım üretimi yapan üretici sayısının değişiminde de pozitif bir trend söz konusudur. Organik tarımın küresel pazarının hızla gelişmesi ve Konya’daki gelişim trendi nedeniyle Konya’nın organik tarımdaki potansiyelini ve hedeflerini ortaya koymak amacıyla detaylı bir araştırma yapma gereği ortaya çıkmıştır.

Konya’nın organik tarımdaki mevcut durumunu ortaya koymak ve Konya’da organik tarımın geliştirilmesi için yapılması gerekenleri belirlemek için Meram İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü inisiyatif olarak bir proje çağrısına başvurmuş, Bölgesel Kalkınma Ajansı tarafından kabul gören söz konusu proje kapsamında yapılan araştırma sonuçlarını bu rapor içermektedir.

“Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi” projesi raporunun ilk bölümde organik tarımın tanımı, önemi, avantajları ve dezavantajlarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde dünyada organik tarımın mevcut durumu, ülkelerde organik tarım üretimi yapılan alanlar, üretim miktarları ve organik ürün ticaretinin gelişimine değinilmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye’de organik tarımın gelişimi, üretim alanlarındaki mevcut durum ve gelişmeler, ürün miktarları ile ihracat değerleri konusu tartışılmıştır. Dördüncü bölümde Konya’da organik tarım konusu ele alınmıştır. Konya’nın üretim miktarları, üretim alanları ürün çeşitliliğine göre ilçelerin performansları ortaya konmuştur. Beşinci bölümde tüketicilerin ve üreticilerin organik tarım ürünlerine yönelik algıları anket çalışmasının toplanan verilerin analiz edilmesiyle ortaya konmuştur. Organik ürün tüketimi yapan ve yapmayan tüketiciler ile organik tarım üretimi yapan ve yapmayan üreticilere yöneltilmiş anket sorularının detaylı analizi ve yorumları aktarılmıştır. Altıncı bölümde Konya’nın organik tarım konusunda avantajları ve dezavantajları ile birlikte Türkiye ve dünya ekseninde ticaretinin ve üretiminin gelişmesi için neler yapılabileceği tartışılmıştır. Raporda, proje kapsamında Konya’da konu ile ilgili kamu kurumları ve kuruluşlar ile yapılan mülakatlarda toplanan görüşlerden, bu kurumların organik tarıma bakış açılarından, yapmış oldukları çalışmalardan, önerilerden ve fikirlerden de bahsedilmiştir. Son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

## 2. ORGANİK TARIM

Yirmici yüzyılın ikinci yarısında, her alanda olduğu gibi tarım alanında da teknolojik gelişmeler oldu. Hızla artan dünya nüfusunun besin gereksinimleri arttı. Tarım sektörü de artan talebi karşılamak adına makineleşmeye, verimi arttırıcı kimyasal gübre ve ilaç kullanımına yöneldi. Kısa sürede görünümü çekici, verimi yüksek ürünlerin elde edilmesi tüketicilerin, özellikle de üreticilerin ilgisini çekti. Toplumun artan bilgi seviyesi ve özellikle 1990ların sonlarında ortaya çıkan deli dana ve GDO gibi yeni kavramlar, konvansiyonel tarım sisteminin doğaya ve insana olan zararları hakkında farkındalığı arttırdı. Bu farkındalık, ekolojik tarım uygulamaları üzerine yapılan çalışmaların yoğunlaşmasını beraberinde getirdi. Yeni yöntem arayışı için yapılan çalışmalar sonucunda daha sağlıklı ve güvenli bir üretim sistemini temsilen “organik tarım” ya da “sürdürülebilir ekolojik tarım” kavramları gündeme daha sık gelmeye başladı.

Sağlık ve çevre bilincinin gelişmesi ile insanlar tükettikleri ürünlerin güvenli ve sağlıklı mı olduğuna, çevreye herhangi bir zararı olup olmadığına dikkat etmeye başladı. İnsanların organik ürünlere yönelmesi organik tarımın ekonomik olarak gelişmesine olanak sağladı. Ülkelerde organik ürün ticareti gelişmeye başladı. Organik tarımın dünya tarım ticareti içindeki payı kayda değer seviyelere ulaştı. Pazarın genişlemesi ile organik tarım hükümetlerin ilgisini çekti ve bir takım stratejik planlar çerçevesinde düzenlemeler yapılmaya başlandı.

Uluslararası Organik Tarım Hareketi Federasyonunun (IFOA)<sup>1</sup> tanımına göre Organik Tarım; toprak, ekosistem ve insan sağlığını devam ettiren, sağlıklı olmasını sağlayan bir üretim sistemidir. Sistem, olumsuz etkisi olan girdilerin kullanımı yerine ekolojik işleme süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yerel koşullara uyum sağlamış döngülere dayanır. Organik tarım, içinde bulunduğumuz çevreye fayda sağlamak, adil ilişkiyi ve tüm ilgili taraflar için iyi bir yaşam kalitesini yaygınlaştırmak adına gelenek, yeni buluşlar ve bilimi bir araya getirir.

Organik tarımda sentetik kimyasal ilaçlar ve gübre kullanımı yasaktır. Organik ve yeşil gübre kullanımını, nöbetleşe ekimi, toprağın korunmasını, bitkinin direncini arttırmayı hedefleyen bir üretim şeklidir.

Organik Tarım; üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı tarımsal üretim biçimidir. Organik tarımın 4 temel ilkesi vardır:

- Genetik değişikliğe uğratılmamış tohum kullanmak,
- Toprakta zararlı etki bırakabilecek kimyasal gübre kullanmamak
- Zararlı ve hastalıklarla mücadelede; kalıcı, doğaya zarar veren ve parçalanmayan kimyasallar kullanmamak ve
- Ürün sertifikasyon ve etiketlenmesini yapmak<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) dünya çapında organik tarım hareketini kapsayan, 108 ülkede 750 üye örgütü yöneten bir şemsiye organizasyonudur. 1972'de kurulmuş olan bu örgütün merkezi Bonn, Almanya'da bulunmaktadır.

<sup>2</sup> (Sürmeli,2003)

## 2.1. Organik Tarımın Amaçları

Organik tarım uygulamasıyla üretim yapılan topraklarda daha az kirlilik ve daha az toprak erozyonu olması amaçlanmaktadır. Kalitesi artan toprak sayesinde doğal çevreye zarar verilmez. Kimyasal atıklardan etkilenen yaban hayvanlar organik tarım sayesinde daha az kimyasallarla karşı karşıya gelir dolayısıyla yaban hayatının korunması sağlanmış olur.

Kalitesi artan toprak sayesinde her geçen yıl toprak verimliliğinin artması istenir ve ürün çeşitliliklerinin de artması amaçlanır. Ürünlerin kalitesi yükselir. Organik tarımda ürünlerin uzun süre dayanıklı olması istenmez. Ürünlerin içeriğinde hiçbir kimyasal maddenin olmaması istenir.

İnsan sağlığının iyi olmasında beslenmenin önemi büyüktür. Sağlık koşullarının iyileştirilmesi ve daha güçlü bir toplumun oluşturulması için organik ürünlerin tüketimi artmalıdır. Organik ürün tüketiminin artması kanser vb. sağlık harcamalarını azaltacaktır. Organik tarım kırsal kesimde yaşanan işsizliği azaltmayı, kırsaldan kente göçü azaltmayı ve tarımla uğraşan çalışanların çalışma koşullarının iyileştirilmesini daha az kimyasalla karşılaşmasını amaçlar.

Kırsal kesimde yapılan organik tarım ile bölge halkının gelirinin artması amaçlanır. Kazancı artan halkın ekonomiye katkısı olumlu yansır. Sözleşmeli üretim modeliyle ürettiğini satamama gibi bir endişeye düşmez. Güvenli bir gelir kaynağı elde etmiş olur. Organik tarım ile daha yüksek kapasitede ürün yetiştirilmesi amaçlanır<sup>3</sup>.

## 2.2. Organik Tarımın Avantajları ve Dezavantajları

Ülkemiz gelişmiş ülkelere nazaran daha az kimyasal girdi kullandığından ülkemizin daha temiz toprakları vardır. Bu nedenle organik tarıma geçiş kolay olacaktır. Geçiş sürelerinde beklemenin daha kısa olması ile üretici organik tarıma vakit kaybetmeden başlamış olacaktır. Üreticilerin organik tarıma daha önce başlayan ülkelerdeki olumsuzlukları görmesi ve bu ülkelerin tecrübelerinden yararlanma şansı vardır. Organik tarım yapan üretici fiyatları her geçen gün artan kimyasal gübre, ilaç ve enerji masraflarından tasarruf sağlayacaktır. Girdi maliyetlerini azaltmış olacaktır. Sağlıksız fide, tohum ve fidan kullanımının önüne geçilecektir. Biyoçeşitliliği ve yerel bitki çeşitleri korunmuş olacaktır. Yöreye has bitki çeşitleri yok olmaktan kurtulacaktır. Toprak yapısı güçlenecek bozulmalar ve tuzluluk azalacaktır. Toprak erozyonu önlenerek verimli arazilerdeki azalmaların önüne geçilecektir. Bilinçli sulama ile yer altı sularının ve çevrenin kirlenmesi önlenir. Yer altı sularına kimyasal ilaç karışımı azalır. Tarımda çalışanlara kimyasal ilaç bulaşması önlenir. Organik tarım ile insan, bitki ve hayvan sağlığındaki olumsuzluklar giderilmeye çalışılmış olur. Doğada yararlı türlerin yok olmasını ve zararlı türlerin çoğalmasını önler. Sözleşmeli organik tarımın gelişmesi ile üretici hem fiyat hem de satış miktarı konusunda avantajlı olacaktır. Üretim planlanması ile üreticinin ürünü elinde kalmayacak ve zarar etmeyecektir. Üretim miktarından çok ürünün kalitesi ön plana çıkacaktır.

Organik tarımda kimyasallar kullanılmadığından geleneksel üretime göre birim alandan elde edilen ürün miktarı az olur. Ülke nüfusumuz hızla artarken organik tarımda önceliğin verimden çok ürün kalitesinde olduğundan da kısa vadede artan talebi karşılayama gibi bir sorunla karşılaşılabilir.

---

<sup>3</sup> Crucefix 1998, Organic Agriculture and Sustainable Rural Livelihoods in Developing Countries

Ülkemizde tarım arazilerinin küçük, parçalı ve yakın olması nedeniyle organik tarım yapılan arazilerin diğer komşu arazilerde kullanılan kimyasallardan etkilenmesi organik tarım yapılan yerlerde yaşanan bir olumsuzluktur.

Organik tarım ile üreticilerimizde bilgi yetersizliği vardır. Doğal ürün ile organik ürünün karıştırılması organik tarım yapanları olumsuz etkilemektedir. Yayımsal çalışmaların ve nitelikli eleman sayısının hala istenen yüksek seviyede olmaması da dezavantaj olarak görülebilir.

### 3. DÜNYADA, TÜRKİYE'DE ve KONYA'DA ORGANİK TARIM

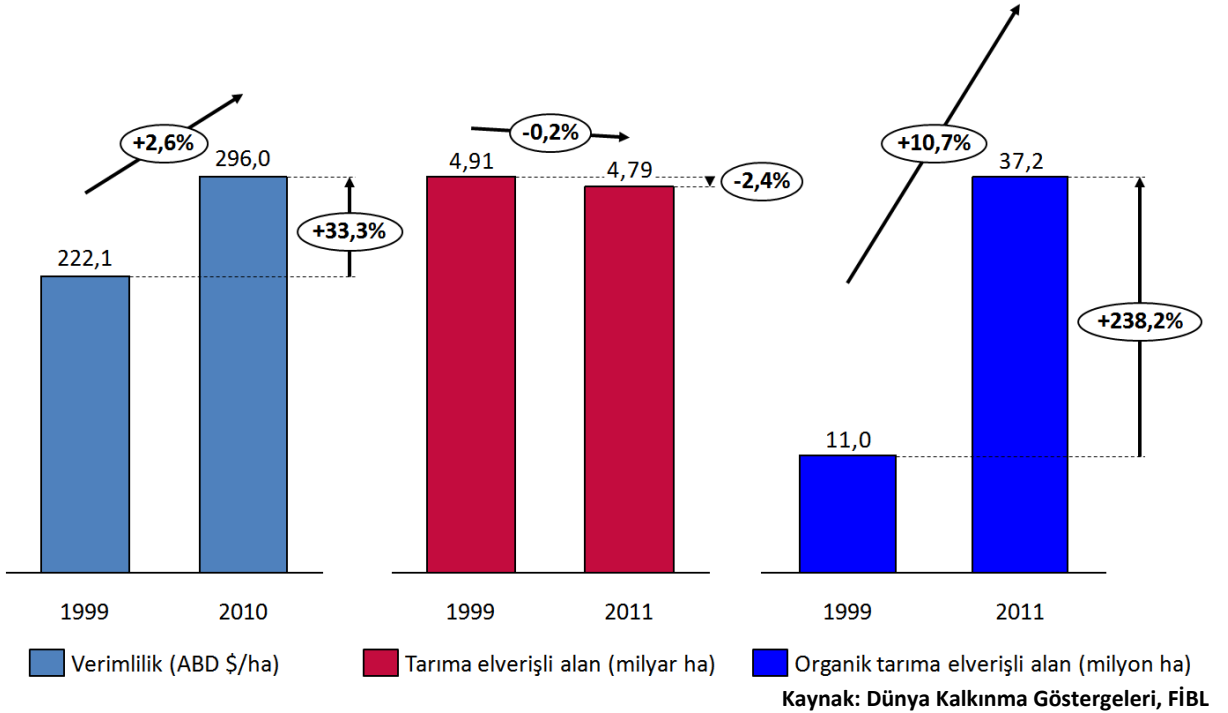
#### 3.1. Dünyada Organik Tarım

Raporun bu bölümünde, organik tarım sektöründeki küresel trendler sunulmaktadır. Bölümde önce sektörün üretim ve ticaret istatistikleri ülke grupları ve ülkeler düzeyinde incelenmektedir. İkinci olarak da dünya organik tarım pazarında öne çıkan ülkelerde, sektöre yönelik politika ve uygulamalar anlatılmaktadır.

Dünyada tarıma elverişli alandan elde edilen katma değer artsa da tarıma elverişli alanın azaldığı görülmektedir. Dünya Kalkınma Göstergeleri'ne göre, tarıma elverişli alan başına katma değer 1999 yılında 222,1 ABD \$/ha iken 2010 yılında 296 ABD \$/ha'dır. Yıllık yüzde 2,6 artış hızıyla 11 yılda yüzde 33,3 artış söz konusudur. Diğer bir ifadeyle tarım sektöründe verimlilik artmaktadır. Ancak, bu verimlilik artışında tarıma elverişli alandaki azalmanın da payı olduğu dikkat çekmektedir. 1999 yılında tarıma elverişli 4,91 milyar hektar alan varken, bu değer 2011 yılında 4,79 milyar hektara düştüğü görülmektedir. Dünyada tarım alanları yıllık ortalama yüzde 0,2 hızla, 12 yılda yüzde 2,4 azalmıştır. (Grafik 1)

Tarıma elverişli alandaki azalmaya rağmen, organik tarıma uygun alanda bir artış söz konusudur. 1999 yılında 11 milyon hektar olan organik tarıma uygun alan, 2011 yılında 37,2 milyon hektara ulaşmıştır. Dünyada ekilebilir alan miktarı yıllık bileşik yüzde 0,2 hızla azalırken, organik tarım yapılabılır arazi miktarı yüzde 10,7 hızla artmaktadır. Dünya tarım pazarında organik tarımın yükselişi bu istatistiklerde görülmektedir. (Grafik 1)

**Grafik 1: Dünyada tarım ve organik tarım alanlarının gelişimi**

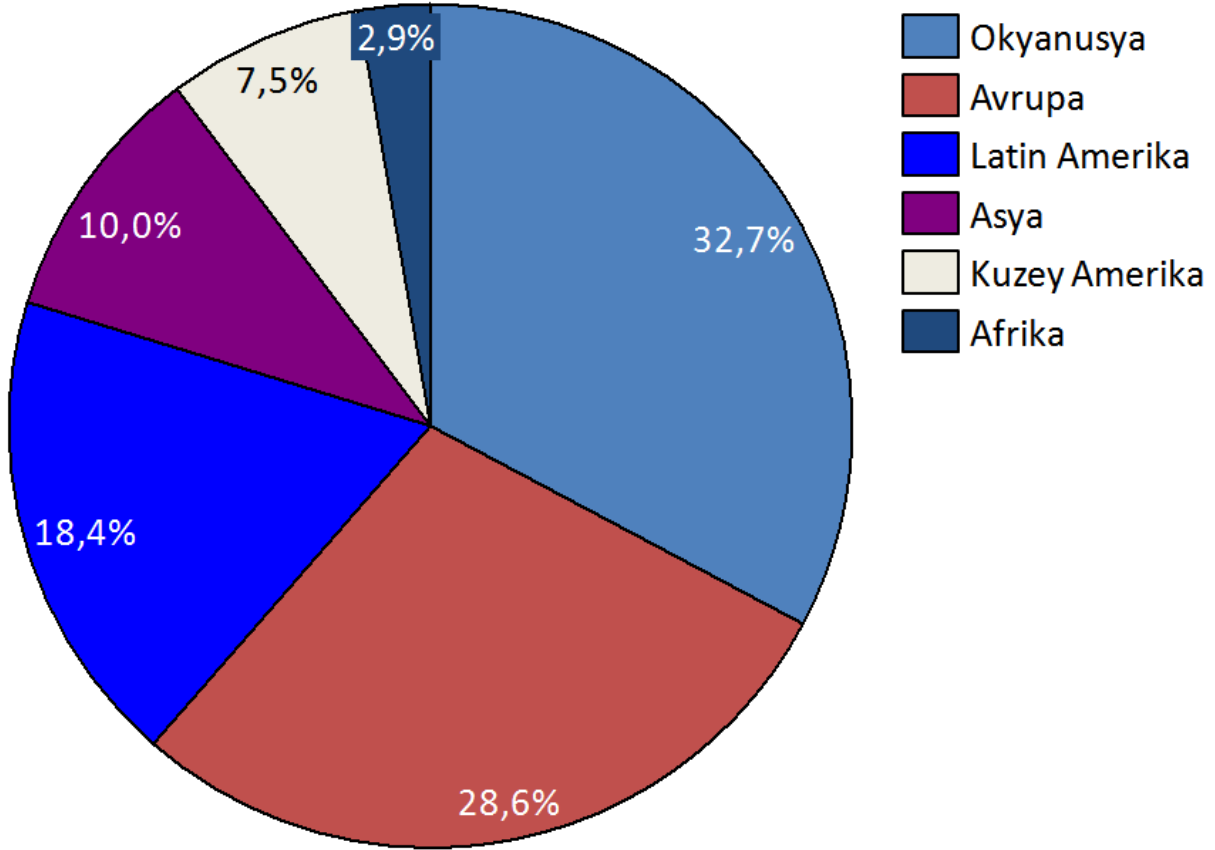


Grafik 1 ve grafik 2, organik tarıma elverişli toplam arazinin bölgelere dağılımını göstermektedir. 2011 yılı FİBL verilerine göre 12,19 milyon hektar organik tarıma elverişli arazinin yer aldığı Okyanusya,



organik tarıma elverişli toplam arazinin yüzde 32,7'sine sahiptir. Okyanusya'yı 10,64 milyon hektar ile Avrupa, 6,86 milyon hektar ile de Latin Amerika takip etmektedir.

**Grafik 2: Dünya tarıma uygun alanının bölgelere dağılımı, 2011**

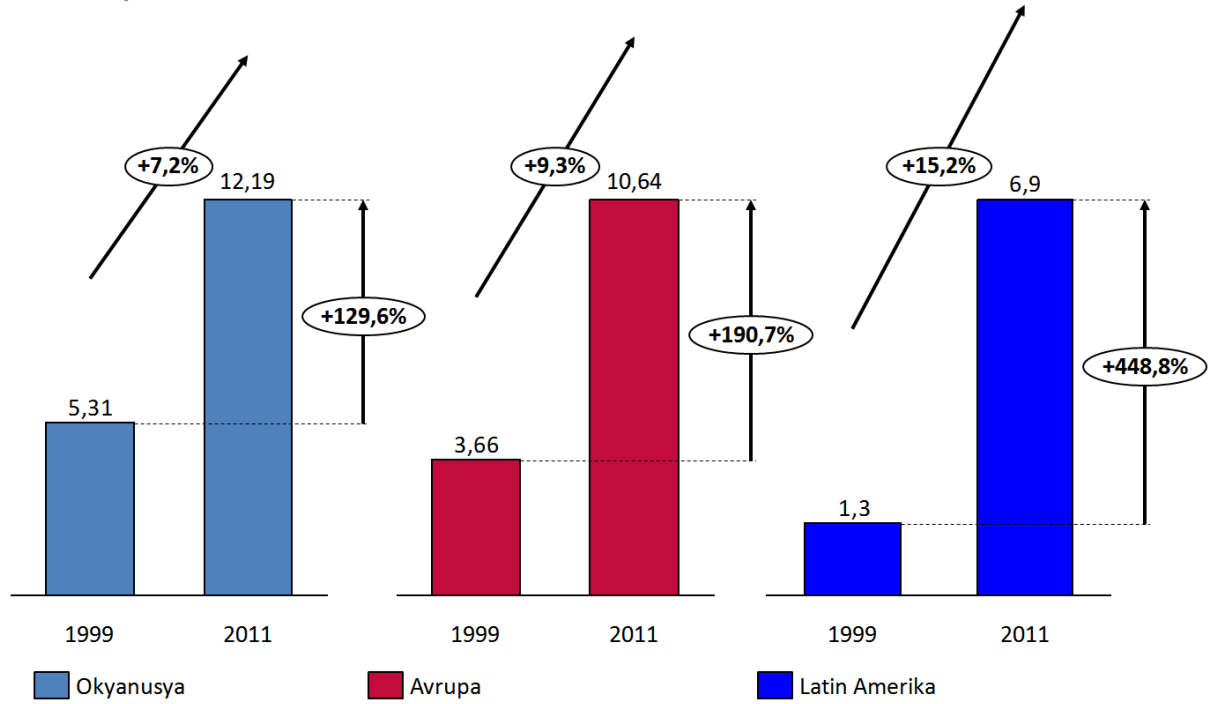


Kaynak: FİBL

Grafik 2 statik olduğundan, bölgelerde organik tarımın gelişimiyle ilgili bilgi sunmamaktadır. Grafik 3'e bakıldığında Avrupa ve Latin Amerika'nın 1999-2011 döneminde organik tarıma elverişli arazilerini Okyanusya'dan daha hızlı arttırdıkları görülmektedir. Özellikle Latin Amerika'daki artış hızı dikkat çekicidir. Organik tarıma elverişli arazinin 12 yıllık dönemde yıllık ortalama yüzde 15,2 hızla arttığı Latin Amerika'da toplam artış yüzde 448,8 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 3, iki yılı mukayese ettiğinden, bölgelerin geçiş süreçleri hakkında detaylı bilgi sunmamaktadır. Okyanusya, diğer iki bölgeden daha yavaş büyüyor görünse de 12 yıldaki yüzde 129,6'lık artışın aslında 1999-2005 döneminde gerçekleştiği ve arazi miktarının 2004'ten beri aynı düzeyde korunduğu bilinmektedir. Bu durumda, Okyanusya'nın hızlı yükselişinin 1999-2004 dönemindeki yıllık bileşik yüzde 18,1'lik hızla gerçekleştiği söylenebilir. Benzer şekilde Latin Amerika'nın da 1,25 milyon hektar düzeyinden 6 milyon hektar düzeyine 1999-2002 döneminde çıktığı, 2002 sonrası dönemin düşüş-toparlanma-düşüş döngüsüyle geçtiği bilinmektedir. Latin Amerika'daki organik tarıma elverişli arazinin 2009 yılında yaklaşık 8 milyon hektarla maksimum değerine ulaştığı, 2009'dan beri de söz konusu miktarın düşüş eğiliminde olduğu görülmektedir. Organik tarım arazilerinde en istikrarlı artış Avrupa'dadır. 1999'dan beri organik tarıma elverişli arazilerini sürekli arttıran Avrupa'da artış hızı 2008 sonrasında yükselmiştir. Avrupa'daki büyüme 2008 sonrası düzeyde devam ederse yakın bir gelecekte liderliğin Okyanusya'dan Avrupa'ya geçmesi muhtemeldir.

**Grafik 3: Okyanusya, Avrupa ve Latin Amerika'da organik tarıma elverişli arazinin gelişimi, 1999-2011, milyon hektar**

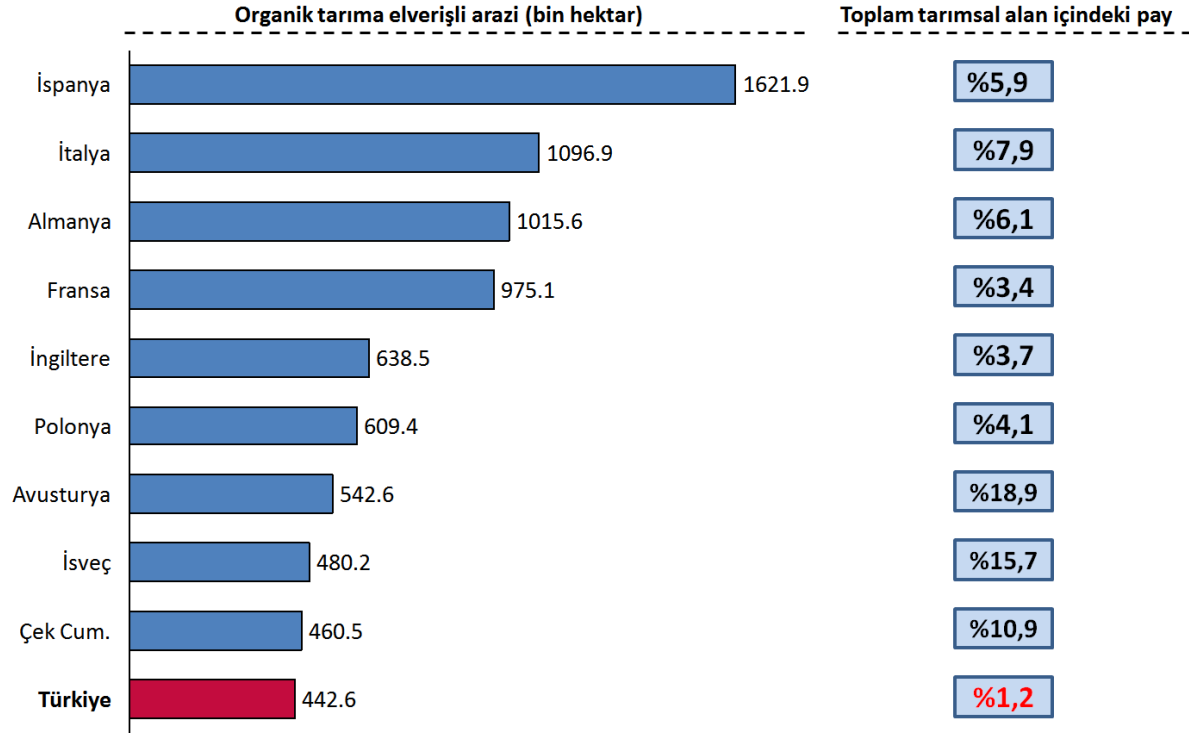


Kaynak: FİBL

Küresel bir bakış açısıyla organik tarımda dikkati çeken bir diğer husus, organik tarım pazarının, organik tarıma elverişli arazi miktarından daha hızlı artmasıdır. 2000-2011 döneminde organik tarıma elverişli arazi FİBL verilerine göre 15 milyon hektardan 37,2 milyon hektara, organik tarım pazarıysa Organik Monitör verilerine göre 17,9 milyar ABD \$'dan 62,9 milyar ABD \$'a yükselmiştir. Arazi miktarı 11 yılda yüzde 148 artarken, pazar büyüklüğü yüzde 251,4 artmıştır. Avrupa, 21,5 milyar ABD \$ pazar büyüklüğü ile toplam organik tarım pazarının yüzde 34,2'sini oluşturmaktadır.

Hem organik tarımdaki istikrarlı büyüme performansı hem de Türkiye ile mukayese açısından en uygun coğrafya olması nedeniyle ülke bazında araştırmada Avrupa'ya odaklanılmaktadır. Grafik 4, 2011 itibarıyla Avrupa'ya kıyasla Türkiye'de organik tarımın durumunu özetlemektedir. 38,2 milyon hektar tarımsal arazi ile Rusya ve Ukrayna'nın ardından en çok tarımsal araziye sahip üçüncü Avrupa ülkesi olmasına rağmen Türkiye, organik tarıma elverişli arazi listesinde onuncu sırada yer almaktadır. Grafik 4'te yer alan ülkelerde organik tarıma elverişli arazinin toplam tarımsal arazi içindeki payının, Türkiye hariç, yüzde 3,4 ve üstünde olduğu görülmektedir. Türkiye'de ise aynı oran yüzde 1,2'dir. Rekabet gücünü arttırmak için trendleri takip etmek önem arz ettiğinden, Türkiye'nin, organik tarım trendini kaçırmaması gereklidir. Grafik 4'teki alt sınır olan yüzde 3,4 düzeyine ulaşması için Türkiye'de organik tarıma elverişli arazi miktarı 1,8 kat arttırılmalıdır.

**Grafik 4: Avrupa'da organik tarıma elverişli arazisi en çok olan 10 ülke, 2011**

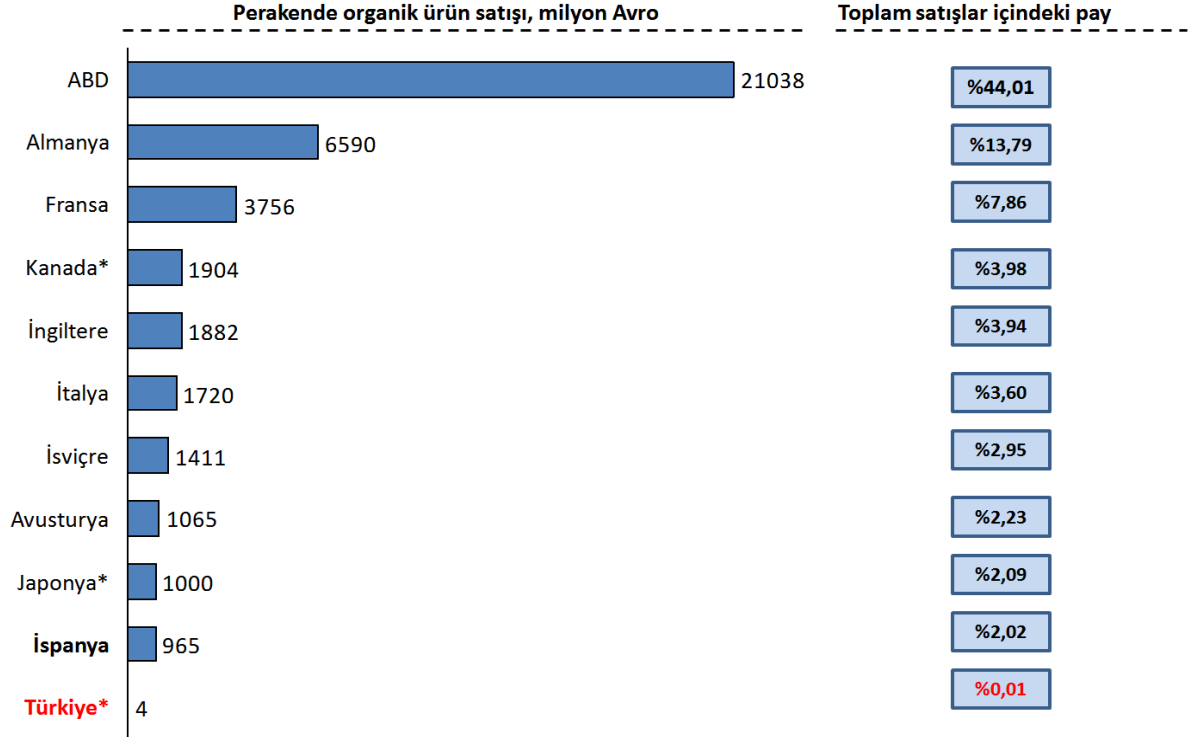


Kaynak: Dünya Kalkınma Göstergeleri, FİBL

Türkiye'de organik ürün pazarının gelişmediği Grafik 5 ve grafik 6'da görülmektedir. ABD, 21 milyar Avro büyüklüğündeki organik yiyecek ve içecek pazarıyla dünya toplamının yüzde 44'ünü oluşturmaktadır. Organik ürün satışlarının en fazla olduğu 10 ülkeden 7'si Avrupa kıtasındadır (Grafik 5). Avrupa'da pazarı büyük ülke sayısı fazla olsa da küresel ilk 10 listesinde yer alan 7 ülkenin toplam satışlardan aldığı pay yüzde 36,4 olup, ABD'nin payından küçüktür.

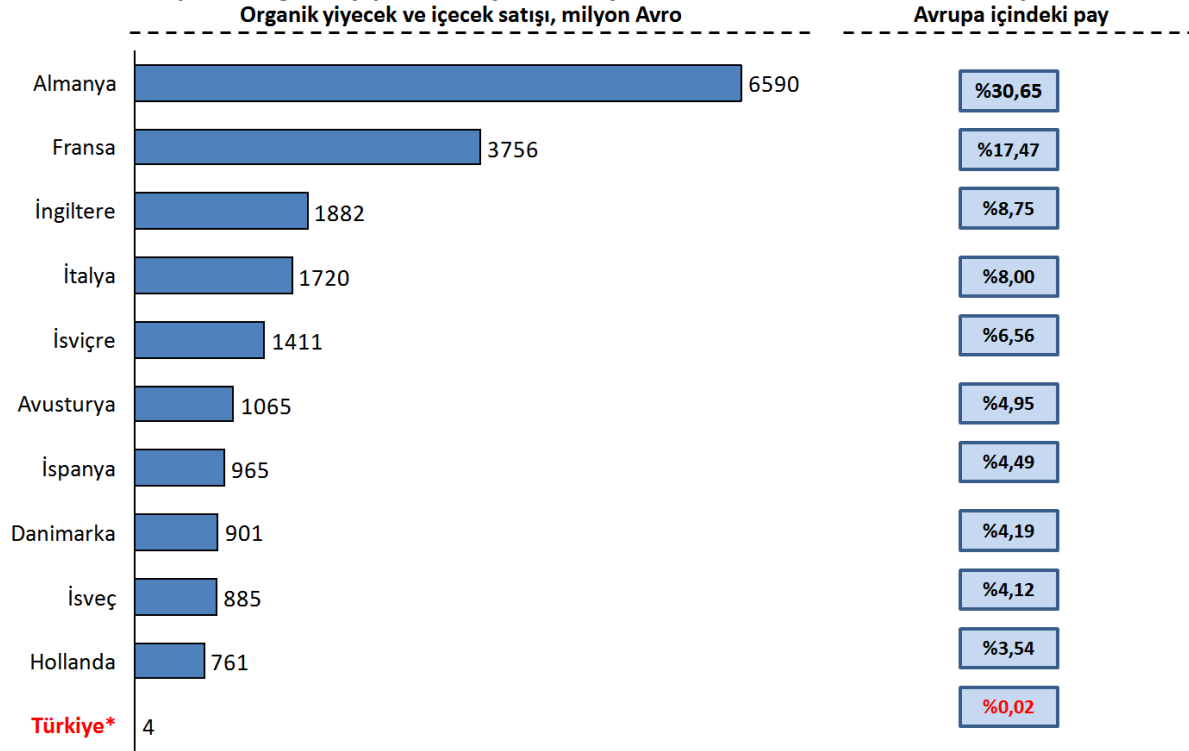
Türkiye'nin iç pazar büyüklüğünün 4 milyon Avro ile sınırlı kalması, ülkede bir organik tüketim kültürünün gelişmediğinin göstergesi olarak kabul edilebilir. Kişi başına organik ürün harcamalarına bakıldığında bu durum daha açık görülmektedir. Türkiye'de 2010 yılı verilerine göre kişi başına organik ürün satışı 5 Avro cent'tir. Türkiye, bu değer ile Avrupa'daki tüm ülkelerin gerisinde kaldığı gibi Azerbaycan, Çin, Hindistan, Laos ve Tayland gibi Asya ülkelerinin de gerisindedir. Nüfusları çok fazla olan Çin ve Hindistan'da bile kişi başına organik ürün satışı sırasıyla 58 Avro cent ve 8 Avro cent'tir. Avrupa ülkelerinde kişi başına organik ürün satışı 5,2 Avro cent (Ukrayna) ile 152,5 Avro (İsviçre) arasında dağılmaktadır. Ancak, kişi başına organik ürün satışının 1 Avro'nun altında olduğu Avrupa ülkelerinin Rusya, Bosna Hersek, Karadağ ve Ukrayna olduğunu belirtmek gerekiyor.

**Grafik 5: Organik ürünlerde iç pazarı en büyük 10 ülke ve Türkiye, 2011**



Kaynak: FİBL  
\* 2010 yılı verisidir.

**Grafik 6: Avrupa'da organik yiyecek ve içecek satışları en fazla olan 10 ülke ve Türkiye, 2011**



Kaynak: FİBL  
\* 2010 yılı verisidir.

**Tablo 1: Dünya, Avrupa ve Türkiye'de organik tarıma elverişli arazinin sektörlere dağılımı, 2011 (%)**

	Dünya	Avrupa	Türkiye
Tahıllar	42,6	52,7	69,0
Zeytin	9,1	12,5	10,1
Sert kabuklu meyveler	4,6	5,5	6,1
Meyve, ılıman	2,2	3,3	3,7
Meyve, tropikal ve alt tropikal	3,2	0,6	3,6
Üzümler	4,3	6,8	2,8
Kuru bakliyat	4,9	6,9	2,1
Sebzeler	4,1	3,4	0,7
Yağlı tohumlar	8,4	5,5	0,6
Turunçgiller	0,9	0,9	0,2
Diğer	15,9	1,9	1,1

Kaynak: FiBL

Organik tarımın sektörel dağılımını satış ya da ihracat verileri kullanarak incelemek, fiyat etkileri nedeniyle doğru olmayabilir. Ürün fiyatlarının ekim yapılan alan üzerinde de dolaylı etkisi bulursa da, organik tarımın sektörel dağılımını incelemek için ekim yapılan alan verisini kullanılmıştır. Diğer bir husus da tarımsal üretimi sektörel düzeyde incelerken tek yıllık veri kullanmanın yanlılığa sebep olma ihtimalidir. Nadasa bırakma, aynı ürünü sürekli ekememe gibi nedenlerle özellikle il bazında analizlerde tek yıllık veri kullanımından kaçınılmalıdır. Tablo 1'de Türkiye, organik tarım yapılan alanın sektörlere dağılımı açısından Avrupa ile mukayese edilmektedir. Mukayese tek yıllık olsa da ülke-bölge düzeyinde yapıldığından hata payının düşük olduğu söylenebilir. Tablo 1, 2011 yılında sektörlerin toplam organik tarım arazisinden aldığı payları dünya, Avrupa ve Türkiye için göstermektedir. Avrupa ve Türkiye'de bir sektörün payı dünyadaki payından büyükse yeşil, küçükse kırmızı renk ile işaretlenmektedir. Tahıl üretimine tahsis edilen organik tarım arazisi, dünyada yüzde 42,6 paya sahipken Türkiye'de bu pay yüzde 69'dur. Türkiye'nin organik tarımda tahıllar sektörüne yöneldiği söylenebilir. Üzüm, kuru bakliyat, sebze, yağlı tohum ve turunçgiller alanlarında ise Türkiye, dünya ve Avrupa'nın gerisindedir. Özellikle üzüm ve kuru bakliyat alanlarında Avrupa'nın dünya toplamına kıyasla üstünlüğü olduğu, Türkiye'nin ise geride kaldığı dikkat çekicidir.

### 3.1.1. Organik Tarımda Ülke Örnekleri

Organik tarım alanında öne çıkan ülkelerin, sektörü geliştirmek için uyguladıkları düzenleme ve politikaları incelemek, ulusal bir organik tarım stratejisi geliştirme sürecinde atılması gereken ilk adımlardandır. Bu raporun amacı ulusal değil de yerel bir strateji geliştirilmesine katkıda bulunmak olduğundan, ülke analizinin kapsamı daraltılmıştır. Ülke analizi başlığı altında, dünya organik tarım pazarında öne çıkan ülkelere, dikkat çekici bazı politika uygulamaları sunulmakla yetinilmiştir.

Konvansiyonel tarımın hızlı yayılışının başlangıcı 1950'lerin başlarına denk gelmektedir. Özellikle Marshall yardımları ile sağlanan ekonomik katkı ve aşırı desteklemeler, makineleşme, kimyasal ilaç, gübre ve katkı maddesi kullanımını arttırmıştır. Sentetik kimyasalların olumsuz etkilerinin fark edilmesiyle konvansiyonel tarıma alternatif arayışları başlamıştır. 1924'te Dr. Rudolf Steiner'in "Biyodinamik Tarım Yöntemi" özellikle Avrupa'da, duyarlı bir kitlenin gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1972'de, konvansiyonel tarıma alternatif arayışındaki birbirinden bağımsız hareketler Organik Tarım Hareketleri Federasyonu'nun (IFOAM) kurulmasıyla uluslararası nitelik kazanmıştır. IFOAM, organik tarımın küresel gelişiminde önemli rol oynamıştır. (İlbaş, 2009)

1990'ların sonlarında özellikle dioksin, deli dana ve GDO vakalarının yarattığı endişe ve tepkiler nedeniyle nihai tüketicinin organik ürünlere olan talebinde ciddi bir artış meydana gelmiştir. Bu artışın büyük kısmının Avrupa ülkeleri, ABD ve Japonya gibi gelişmiş ekonomilerdeki tüketici davranışı değişimlerinden kaynaklandığı bilinmektedir.

Organik tarım üretiminde en öne çıkan ülkeler Avustralya, Arjantin, Çin ve Amerika Birleşik Devletleri'dir. Bu ülkeleri İtalya, Brezilya, İspanya, Almanya, Uruguay ve İngiltere takip etmektedir. Organik tarım alanında en büyük sıçramayı yapan ülke ise İspanya'dır. Bu özelliği, İspanya'yı detaylı incelenmesi gereken bir ülke olarak ön plana çıkarmaktadır.

Çeşitli ülke örnekleri incelendiğinde ülkelerin organik tarımı geliştirmesinde makroekonomik politikaların öne çıktığı görülmektedir. Özellikle sübvansiyon ve vergi politikalarındaki değişikliklerle konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçiş sağlanmaktadır. Dikkati çeken diğer bir husus da konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçişte başarılı olmuş ülkelerin bir organik tarım hareketi başlatmış olduğudur.

Ülkelerin organik tarıma yönelik makroekonomik politikalarının bölgesel farklılaşmaları federasyon ülkelerinde ve Avrupa Birliği'nde görülmektedir. Avrupa Birliği'nin organik tarım için genel bir politikası olmakla birlikte üye ülkelerin kendi organik tarım politikaları da bulunmaktadır. Almanya gibi federal yapıya sahip ülkelerde ise bölgeler kendi organik tarım politikalarını belirleme şansına sahip olduğundan, ülkede aynı anda birbirinden farklı pek çok organik tarım politikası yürütülmektedir. Türkiye'de, yönetim yapısı itibarıyla politikalar merkezden belirlendiğinden Konya'nın kendi organik tarım politikasını belirlemesi söz konusu değildir. Ancak, Mevlana Kalkınma Ajansı ve oluşturulabilecek bir organik tarım hareketinin lobi faaliyetleri sayesinde merkezdeki politikalara yön vermek mümkün olabilir.

Bu rapor organik tarımı bölgesel bir bakış açısında sahip olduğundan, ülkelerin uyguladıkları makroekonomik politikaları tek tek belirtmek yerine, İspanya, Brezilya, ABD ve Kosta Rika'da organik tarımın gelişmesine katkı sağlamış bazı farklı uygulamalar incelenmiştir. ABD örneği, gıda sektörüne yönelik politikaların da organik tarıma geçişte bir araç olarak kullanılabilirliğini göstermektedir. İspanya örneği, konvansiyonel tarımdan organik tarıma geçme sürecinde doğru politikaları uygulayabilmek adına hem tüketici hem de üretici algısını anlamaya yarayacak bilimsel çalışmaların önemine işaret etmektedir. Brezilya, tarım sektöründe sağlıklı bir dönüşüm için vizyon belirlemenin ve bu vizyonun gerçekleşmesi için kararlı bir hükümet duruşunun önemli olduğuna örnek teşkil etmektedir. Son olarak Kosta Rika örneğinde, organik tarıma geçiş sürecinin aslında bir sosyal dönüşüm projesi olduğu ve bu sürecin arkasında yer alacak MAOCO (Kosta Rika Organik Tarım Hareketi) gibi bir yapının neden önemli olduğu anlaşılmaktadır.

## **Amerika Birleşik Devletleri (ABD)**

Organik tarımsal üretimin aile işletmeciliği şeklinden çıkarak ticari boyut kazanması için üretimin kontrollü yapılması ve sertifikasyona bağlanması önemlidir. Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) gıda sektörüne konan standart ve yasal düzenlemeler vasıtasıyla organik tarımsal üretimin ticarileşmesine destek olunmuştur.

ABD'de 0-2 yaş aralığındaki çocuklar için hazırlanan mamaların üretiminde organik ürünlerin kullanılması zorunluluğu getirilmiştir. Bu uygulama, gıda sektöründeki düzenlemelerin tarım sektörünü etkilemek için kullanılabileceğini göstermektedir. Türkiye'de ve özellikle Konya'da organik tarımın toplam tarımsal üretimden aldığı payı arttırmak için gıda sektörüne yönelik politika ve düzenlemelerle dolaylı yoldan tarım sektörünün dönüşümü sağlanabilir.

## Brezilya

Hedef koymanın ve ülkenin coğrafi, siyasi, sosyal ve iktisadi yapısına uygun düzenleme yapmanın önemi Brezilya vakasında görülmektedir. Brezilya Tarım Bakanı Roberto Rodrigues, Biofach Latin Amerika 2005 toplantısında uluslararası piyasalara girişte kolaylık sağlaması için Brezilya'dan ihraç edilecek organik tarım ürünlerinin orijinalliği ve kalitesine hükümet garantisi verileceği teminatında bulundu. Aynı konuşmada hedef olarak gelecek beş altı yıl içinde organik tarımın, Brezilya'nın toplam tarımsal üretimi içindeki payının yüzde 3 düzeyinden yüzde 20 düzeyine çıkacağını da kendilerine hedef olarak koyduklarını beyan etti. Brezilya, beş altı yıllık süreçte bakanın değindiği değişimi gerçekleştiremedi de bu yolda büyük adımlar attı. Organik tarımın hükümetin gündeminde yer almasının ve organik tarım spesifik hedefler konmasının önemini Brezilya'nın başarısı desteklemektedir. Brezilya'nın organik tarım hareketi, organik tarıma yönelik düzenlemeler yapılırken ülkenin coğrafyası ve iklimi ile siyasi, sosyal ve ekonomik yapısının dikkate alınması gerektiği esasına dayanmaktadır. İhracat yapacak olan bir firmanın, ithalat pazarlarının standartlarına uymak zorunda olduğu gerçeğinden hareketle düzenlemeler iç pazarı güçlendirmek için yapılmalıdır (Fonseca, 2006). Türkiye'nin organik tarım alanında henüz iç piyasasını düzenleyememiş, sosyoekonomik, siyasi ve coğrafi açıdan çeşitlilik arz eden bir ülke olduğu düşünüldüğünde, Brezilya'nın organik tarımla ilgili bu stratejisi Türkiye için uygun görünmektedir.

## İspanya

2001-2006 döneminde organik tarım konusunda çok hızlı ilerleme kaydeden İspanya'nın araştırma faaliyetlerine önem verdiği görülmektedir. Soler, Gil ve Sanchez'in 2002 tarihli çalışmaları İspanya'da organik tarım ile ilgili yapılan çalışmalardan sadece biridir. Soler, Gil ve Sanchez (2002)<sup>4</sup>, İspanya'da tüketicilerin organik zeytinyağı satın almaya gönüllü olmalarında etkili olabilecek faktörleri belirlemek amacıyla yapılmış deneysel bir çalışmadır. Çalışmanın hem konusu hem de tarihi dikkat çekmektedir. Konu, organik tarım pazarının gelişimindeki temel engellerden biri olan tüketici davranışlarının nasıl değiştirilebileceğine odaklanmaktadır. Çalışmanın tarihi ise İspanya'da organik tarımın hızlı gelişme döneminin başına denk gelmektedir. Çalışmanın iki kritik sonucu vardır:

- Gerçekten organik ürün satın almak için bir mağazaya giden tüketici, mağazaya girmeden önce fiyat mukayeselerini yapmaktadır.
- Tüketicilere organik tarımla ilgili bilgi vermekten ziyade bilginin verilme tarzı, tüketicinin organik ürün satın alma ihtimalini etkilemektedir.

<sup>4</sup> Soler, F., J. M. Gil, M. Sanchez (2002). "Consumers' Acceptability of Organic Food in Spain: Results from an Experimental Auction Market". British Food Journal, 104:8, s. 670-687.

## Kosta Rika

Kosta Rika, gelişmekte olan ÷lkeler arasında organik tarımın öne çıktığı ÷lkelerden biridir. Toplam tarımsal üretimin yüzde 2,4'i sertifikalı organik tarımdan gelmektedir. Kosta Rika'da organik tarımın gelişmesinde MAOCO'nun (Kosta Rika Organik Tarım Hareketi) payı büyüktür. MAOCO, üretici, tüketici ve diğer tüm aktörleri entegre ederek organik tarımın desteklenmesi ve gelişmesini amaçlayan bir sosyal harekettir. San Jose'de merkezi ve 11 tane bölgesel ofisi bulunan MAOCO, tarım politikalarının ve toplum algısının değişmesine öncülük ederek kırsal yaşamın kalitesini arttırmaktadır. MAOCO'nun organik tarım alanındaki faaliyetlerinde öne çıkanlar şunlardır:

- Organik tarım uygulamaları üzerine atölye çalışmaları yapmak, dersler vermek,
- Bilgilendirici ve eğitici materyalleri çiftçilere yaymak,
- Organik tarım sektöründeki pazar dinamikleri hakkında çiftçilerin bilgileneşmesini sağlamak ve dolayısıyla ürün seğıimlerine katkıda bulunmak,
- Düzenlediği etkinliklere diğer yerel ve uluslararası organizasyonların, kamu görevlilerinin ve üniversitelerin katılımını sağlayarak organik tarımda ortak fikirlerin gelişmesine katkıda bulunmak,
- Üreticilerin projelerine devlet desteği ya da yabancı yatırım sağlamak.

Kosta Rika örneğinde, organik tarım sektöründeki tüm aktörlerin sahipleneceği bir hareketin organik tarımın gelişmesine önemli katkı sağlayabileceği gör÷lmektedir. Konya'daki ekilebilir alanın büyüklüğü ve coğrafi farklılıklar göz önüne alındığında, kurulacak MAOCO gibi kapsayıcı bir hareketin alt bölgelere bazında çalışabileceği sonucuna varılabilir. İlk organik tarım uygulamalarının olumlu sonuç vermesi, üniversitelerin ve Mevlana Kalkınma Ajansı'nın varlığı ile Konya Ticaret Borsası'nın faaliyetleri böyle bir hareketin Konya'da da etkili olabileceğine işaret etmektedir.

## 3.2. Türkiye'de Organik Tarım

Bir önceki bölümde Türkiye'nin organik tarım alanında rakiplerinin gerisinde kaldığı gösterilmişti. Bu bölümde ise sayılarla Türkiye'de organik tarımın gelişimi gösterilmektedir. Çeşitli göstergelerle Türkiye'de organik tarımın 2002-2012 döneminde nasıl geliştiği sunulmakta ve elde edilen sonuçlar bir önceki bölümdeki sonuçlarla birlikte değerlendirilmektedir.

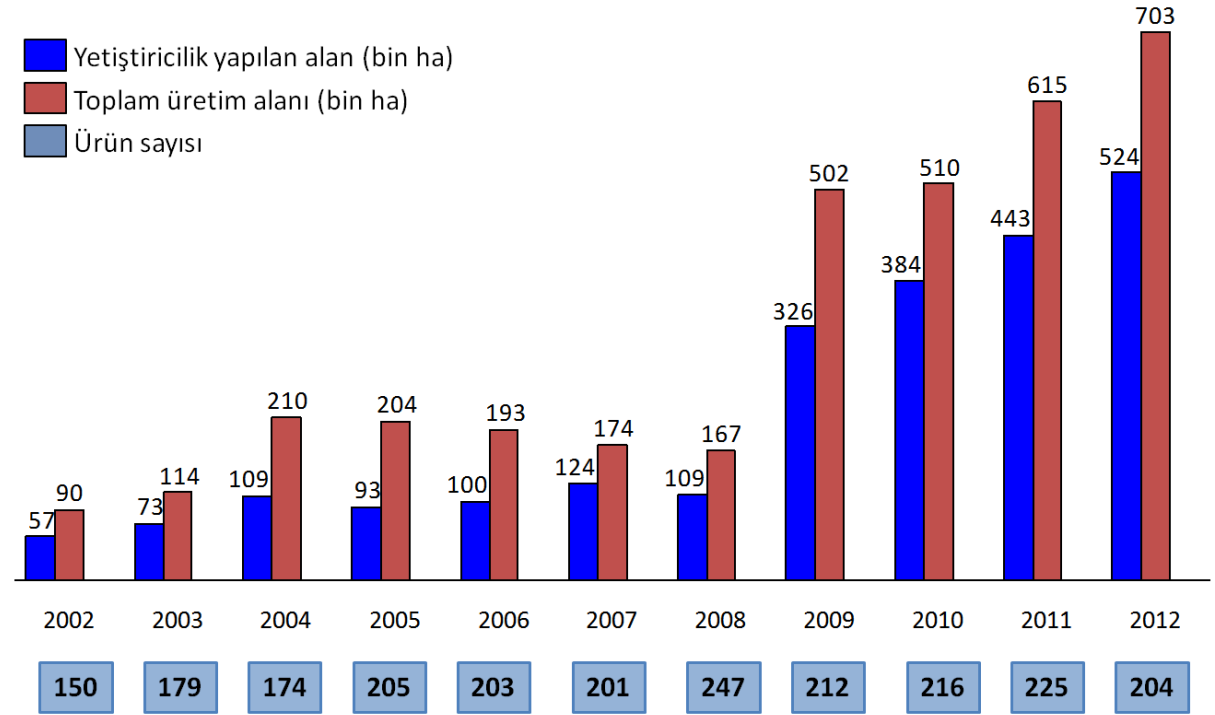
Türkiye'de organik tarım uygulamalarının dış pazar odaklı olarak başladığı bilinmektedir. Avrupa pazarındaki talep doğrultusunda ilk olarak 1985 yılında İzmir üzümü üretimi yapılmıştır. Organik üzüm üretimini takiben incir ve kayısı gibi geleneksel ürünlerde organik tarım yapılmıştır. Organik tarımın ilerlemedeki asli tetikleyici hala dış talep olsa da üreticilerin bilinçlenmesi ve tüketici davranışlarındaki değişim de son dönemde organik tarımı yönlendiren faktörler olarak öne çıkmaktadır.



Türkiye'de organik üretimin yüzde 39'u Ege Bölgesi'nde yapılmaktadır. Üzüm ve incir gibi ana ürünlerin yetiştirildiği bölge olmanın avantajını kullanan Ege Bölgesi'ni yüzde 18 ile Karadeniz Bölgesi, yüzde 13 ile de İç Anadolu Bölgesi takip etmektedir. Üretimin neredeyse tümü ihraç edilmektedir ve ihracatın yüzde 85'i Avrupa'ya yapılmaktadır. 2011 yılı itibariyle 21,5 milyar Avro büyüklüğünde organik ürün pazarına sahip Avrupa'ya olan yakınlığımız ve organik tarımı teşvik etmek için süregelen reformlar, Türkiye'nin sektörde büyüme potansiyeli olduğunu göstermektedir.<sup>5</sup>

İç pazarın küçük olduğu grafik 5 ve grafik 6'da gösterilmişti. 2010 yılı verilerine göre Türkiye'deki organik yiyecek ve içecek satışları yalnızca 4 milyon Avro'dur. Bu miktar dünya toplam satışlarının yaklaşık yüzde 0,01'ine, Avrupa'daki toplam satışlarınsa yüzde 0,02'sine denk gelmektedir. Kişi başına organik ürün satışı açısından bakıldığında ise Türkiye'de bir organik ürün tüketimi kültürünün henüz gelişmediği açıkça görülmektedir. 2010 yılı verilerine göre kişi başına organik ürün satışları 5 Avro cent'tir ve bu değer gelişmiş ülkeler seviyesinin oldukça gerisindedir. Gelişmişlik ile organik ürün tüketimi arasındaki pozitif ilişki dikkate alındığında, ekonomik gelişim devam ettikçe Türkiye'de organik ürünlere olan talebin artmasını beklemek yanlış olmayacaktır.

**Grafik 7: Türkiye'de organik tarımın evrimi (geçiş süreci dahil), 2002-2012**



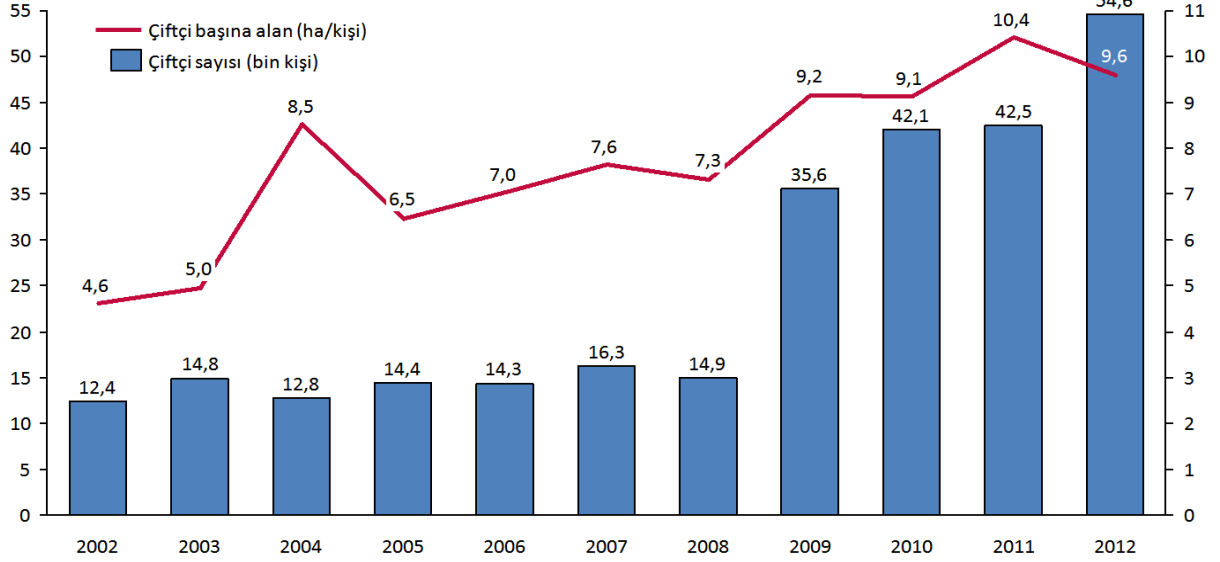
Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Grafik 7'de 2002-2012 döneminde Türkiye'de organik tarım yapılan tarımsal alan ile organik ürün sayısı sunulmaktadır. Organik tarım yapılan alan için 2002-2004 dönemi bir genişleme dönemi, 2004-2008 dönemi durağan dönem ve 2008-2012 dönemi hızlı genişleme dönemi olarak adlandırılabilir. Genişleme döneminde yetiştiricilik yapılan alanın yaklaşık iki katına çıktığı görülmektedir. Durağan dönemde, küçük azalma ve artışların yaşandığı, yetiştiricilik yapılan alanın başlangıç ve bitiş yıllarında aynı olduğu görülmektedir. 2008'den 2009'a geçişte organik tarım açısından bir sıçrama söz konusudur. Yetiştiricilik yapılan alan bir yılda 3 katına çıkmıştır ve bu yılı takip eden 3 yılda da artış

<sup>5</sup> "Turkish Food and Beverage Industry Report", T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Temmuz 2010

devam etmiştir. Ürün sayısına bakıldığında ise 2005 yılından beri 200 ürün sınırının geçildiği ve ürün sayısının 201-247 aralığında hareket ettiği gözlenmektedir. Ürün sayısı açısından Türkiye'nin yeterli düzeyde olduğu, gelişmenin yetiştiricilik yapılan alanda ve üretici sayısında devam edeceği sonucuna varılabilir.

**Grafik 8: Türkiye'de organik tarım yapan çiftçi sayısı ve çiftçi başına yetiştiricilik yapılan alan**



Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Üretici sayısının değişimi Grafik 8'de görülmektedir. Yetiştiricilik yapılan alanda olduğu gibi çiftçi sayısında da 2008'den 2009'a geçişte bir kırılma söz konusudur. Organik tarım yapan çiftçi sayısı 2008 yılında 14926 iken 2009 yılında 35565'tir. 2012 yılında ise çiftçi sayısı 54635'e çıkmıştır. 2008 sonrası dönem için üretimdeki artışla çiftçi sayısındaki artış paralellik arz etmektedir. Ancak, çiftçi başına düşen yetiştiricilik yapılan alanda aynı artış gözlenmemektedir. 2011-2012 döneminde çiftçi sayısı 12175 artarken, çiftçi başına düşen alan 0,84 hektar azalmıştır. Organik tarım üretimini arttırmak için çiftçi başına düşen alanı arttırmak ve ölçek ekonomisinden faydalanmak önemlidir.

**Grafik 9: Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatı\*, milyon ABD \$**



\* İhracat verileri, ihracatçı firmaların ihracat esnasında "organik" olarak beyan ettikleri partilere ait olup, gerçekleşen ihracat verilerinin tamamını yansıtmamaktadır.

Organik tarım üretiminin hemen hemen tümünü ihraç eden Türkiye'nin, artan üretime rağmen ihracat açısından son yıllarda kötüye gittiği görülmektedir (Grafik 8). Ege İhracatçı Birlikleri'nden alınan veriler organik tarım ihracatının tümünü yansıtmasa da durumun seyri hakkında bilgi vermektedir. Öte yandan, doğru ihracat verileri ile Grafik 8'de yer alan değerler arasında çok büyük sapmalar olmayacağını varsayabiliriz. Üretim yapılan alan ve çiftçi sayısındaki artışa rağmen 2009 sonrası ihracatın sert bir düşüş yaşaması dikkat çekici bir durumdur. Bu durumun nedeni kalite problemlerinden, rekabet gücü yetersizliğinden veya yanlış pazarlara odaklanmaktan kaynaklanabilir. Bu soruya cevap aramak için daha geniş kapsamlı bir çalışmanın yürütülmesi gerekmektedir.

FİBL'den alınan ticaret verilerine göre toplam organik tarım ticareti 2009 yılında 3,94 milyar Avro, 2010 yılında ise 4,36 Avro'dur. Avro cinsinden verilen değeri ABD dolarına çevirmek için T.C. Merkez Bankası'nın sunduğu çapraz kurun yıllık ortalama değerleri kullanıldığında bu değerler 2009 için 5,5 milyar ABD doları ve 2010 için 5,8 milyar ABD doları olmaktadır. Bu değerlere göre Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatının toplam organik tarım ürünleri ticareti içindeki payı 2009 yılında yüzde 0,5 iken 2010 yılında yüzde 0,27'ye gerilemiştir. Bu olumsuz gelişmeden, Türkiye'nin organik tarım pazarında rekabet gücü problemi yaşadığı sonucuna varılabilir.

### 3.3. Konya’da ve Meram’da Organik Tarım

Temiz bir doğa, sağlıklı bir hayat ve güvenli gıda için artık organik tarım tercih edilir hale gelmiştir. Günümüzde dünya genelinde, çevreye ve gıdalara karşı daha bilinçli bir tüketim anlayışı giderek yaygınlaşmaktadır. Bundan dolayı ihraç ürünlerinin tamamını sertifikalı ürünler oluşturmaktadır. Türkiye genelinde ve Konya’da güvenli, sağlıklı ve sertifikalı ürünlere karşı her geçen gün talep artışı görülmektedir.

Organik tarım aynı zamanda Konya’da kırsal kesimin gelir ve sosyal refah seviyesinin yükselmesine de sebep olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak Konya’da her geçen yıl organik tarım ürünleri üretimi çalışmaları artmaktadır.

Raporun bu bölümde Konya’nın organik tarım ürünleri üretiminden ve proje kapsamında yapılan tüm anketlerin ve mülakatların sonuçlarından bahsedilecektir.

“Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi” projesi kapsamında organik tarım ürünleri üreticileri ve tüketicileri ile yüz yüze anket yapılmıştır. Buna ek olarak organik tarım ürünü tüketmeyen tüketiciler ile de görüşülmüştür. Benzer şekilde organik tarım ürünü üretmeyen üreticilerle de görüşmeler yapılmıştır. Son olarak da organik tarım ürünleri üretiminde ve tüketimde paydaş kurum konumundaki kurumların yöneticileri ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

#### 3.3.1. Üretim

Konya’da 19 ilçedeki 81 köy ve kasabada organik tarım üretimi yapılmaktadır. Özellikle Akşehir, Doğanhisar, Hüyük, Meram, Sarayönü ve Yunak ilçelerinde organik tarım daha yaygın şekilde yürütülmektedir. Konya’da toplam 750 üretici, 16 bin 827 dekar alanda organik tarım üretimi yapmaktadır. Başlıca organik tarım ürünü olarak Konya’da üretim alanlarına göre sırasıyla; buğday, vişne, ceviz, çilek, havuç, arpa, kimyon, kiraz, elma, patates yetiştirilmektedir<sup>6</sup>.

Ayrıca Meram ve Karapınar ilçelerinde iki üretici toplam 550 kovanda organik arıcılık yapmaktadır. Sarayönü ilçesinde de 1 müteşebbis yaklaşık 15 bin tavukluk çiftliğiyle organik yumurta üretimini gerçekleştirmektedir. Meram ilçesine bağlı Hatunsaray kasabasında da Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kırsal Kalkınma hibe desteğiyle (yüzde 50) kurulan tıbbi aromatik bitkileri işleme ve paketleme tesisi bulunmaktadır<sup>7</sup>.

Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü verilerine göre 100 da ve üzerinde üretimi yapılan organik tarım ürünlerine bakıldığında üretim alanı bakımından Konya’da en çok üretimi yapılan organik tarım ürünlerinin başında buğday, vişne, ceviz, çilek ve havuç gelmektedir. Üretim alanı en az olan ürünler ise mısır, ayçiçeği, patates ve fasulye olarak sıralanmaktadır.

Organik tarım ürünlerini üreten çiftçilerin organik tarım seçimleri incelediğinde ise çileğin 309 çiftçi tarafından yetiştirildiği görülmektedir. Çileği, 225 çiftçi ile vişne, 119 çiftçi ile kiraz, 112 çiftçi ile buğday ve 98 çiftçi ile patates takip etmektedir. Çiftçiler tarafından en az tercih edilen organik tarım ürünleri ise ayçiçeği, mısır ve havuç olarak sıralanmaktadır.

<sup>6</sup> Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

<sup>7</sup> Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Organik tarım ürünlerinin üretildiği ilçe sayıları incelendiğinde ise elma 11 farklı ilçedeki üretimi ile ilk sırada yer alıyor. Elmayı, 10 farklı ilçedeki üretimi ile buğday, 9 farklı ilçedeki üretimleri ile ceviz ve çilek, 8 farklı ilçedeki üretimleri ile de kiraz ve vişne takip ediyor.

**Tablo 2: Konya’da 100 da ve Üzerinde Üretimi Yapılan Organik Tarım Ürünleri (2012)**

Ürün	İlçe Sayısı	Çiftçi Sayısı	Toplam Üretim Alanı (da)
Buğday	10	112	3.453
Vişne	8	225	2.008
Ceviz	9	36	1.812
Çilek	9	309	1.792
Havuç	2	4	1.009
Arpa	6	14	944
Kimyon	5	8	939
Kiraz	8	119	862
Elma	11	74	792
Nohut	7	7	605
Fasulye	5	19	311
Patates	5	98	298
Ayçiçeği	2	3	164
Mısır	4	4	158

Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Konya’da üretilen organik tarım ürünlerinin ekim alanlarının yıllara göre değişimi incelendiğinde ise 2010 yılından 2011 yılına ilk 10 organik tarım ürününün hepsinin ekim alanında artış olduğu görülüyor. 2010 yılında en fazla ekim alanına sahip olan 3 ürün vişne, buğday ve kimyon olarak sıralanmaktadır. 2011 yılındaki ekim alanına bakıldığında da bu 3 ürünün en fazla ekim alanına sahip olan organik tarım ürünleri olduğu görülmektedir.

2012 yılında ise en fazla ekim alanına sahip olan ürünler buğday, vişne, ceviz, çilek ve havuç olarak sıralanmıştır. 2011 yılından 2012 yılına ilk 10 organik tarım ürününden vişne ve kimyon haricindeki organik tarım ürünlerinin ekim alanı artmış görünmektedir.

Konya’da üretimi yapılan organik tarım ürünlerinin 2010 yılında ekim alanı 11.384 da iken bu alan 2011’de yüzde 39,3 artarak 15.855 da büyüklüğe ulaşmıştır. 2012 yılında ise 2011 yılına göre yüzde 6,1 oranında artış yaşanmıştır.

**Tablo 3: Konya’da 100 da ve Üzerinde Üretimi Yapılan İlk 10 Organik Tarım Ürünün Yıllara Göre Ekim Alanlarındaki Değişim (İlk 10 Ürün) (2010-2012)**

Ürün	Ekim Alanı (da) 2010	2010'dan 2011'e artış oranı (%)	Ekim Alanı (da) 2011	2011'den 2012'ye artış oranı (%)	Ekim Alanı (da) 2012
Buğday	1.731	22,3	2117	63,1	3453
Vişne	1.888	43,5	2710	-25,9	2008
Ceviz	95	1034,7	1078	68,1	1812
Çilek	776	68,8	1310	36,8	1792
Havuç	289	191,7	843	19,7	1009
Arpa	297	13,1	336	181,0	944
Kimyon	1320	2,3	1350	-30,4	939
Kiraz	249	201,2	750	14,9	862
Elma	251	82,9	459	72,5	792
Nohut	100	132,0	232	160,8	605
<b>Toplam</b>	<b>11.384</b>	<b>39,3</b>	<b>15.855</b>	<b>6,1</b>	<b>16.827</b>

Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Konya’da 100 da ve üzerinde üretimi yapılan ilk 10 organik tarım ürününün yıllara göre üretim miktarındaki değişim incelendiğinde 2010 yılından 2011 yılına tüm ürünlerin üretim miktarının arttığı görülmektedir. 2011 yılından 2012 yılına geçerken ise vişne, patates, buğday ve şeftalinin üretim miktarının azaldığı diğer ürünlerin üretim miktarının arttığı görülmektedir.

2010 yılında en fazla üretilen 3 organik tarım ürünü vişne, havuç ve çilektir. 2011 yılında ise ilk 3 ürün havuç, vişne ve çilek olarak sıralanmıştır. 2012 yılında ise çilek 7,2 bin ton ile birinci, havuç 5,1 bin ton ile ikinci, vişne 3 bin ton ile üçüncü sırada yer almıştır. İlk 10 organik tarım ürününün üretim miktarı 2010 yılına 7 bin ton iken 2011 yılında 17,2 bin tona yükselmiştir. 2012 yılında ise daha da yükselerek 20,2 bin tona ulaşmıştır.

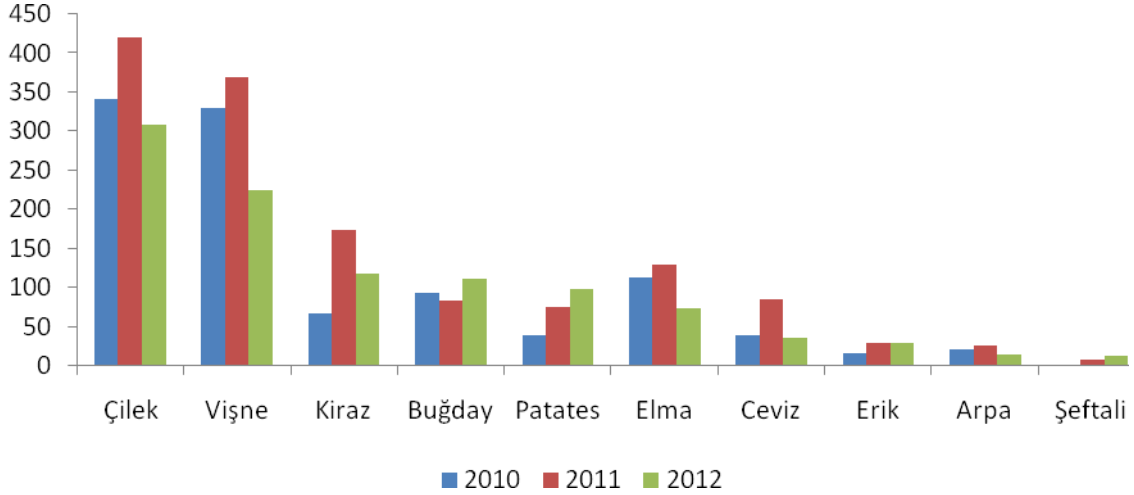
**Tablo 4: Konya’da 100 da ve Üzerinde Üretimi Yapılan İlk 10 Organik Tarım Ürünün Yıllara Göre Üretim Miktarındaki Değişim (İlk 10 Ürün) (2010-2012)**

Ürün	Üretim Miktarı (ton) 2010	2010'dan 2011'e artış oranı (%)	Üretim Miktarı (ton) 2011	2011'den 2012'ye artış oranı (%)	Üretim Miktarı (ton) 2012
Çilek	1115	252,5	3930	82,4	7168
Havuç	1354	211,3	4215	21,4	5116
Vişne	2617	55,3	4065	-25,8	3015
Patates	995	40,2	1395	-3,9	1341
Buğday	538	212,3	1680	-37,6	1048
Ceviz	76	580,3	517	57,3	813
Kiraz	129	307,0	525	31,4	690
Elma	153	139,9	367	22,9	451
Şeftali	-	-	371	-22,4	288
Arpa	64	89,1	121	114,9	260

Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Konya’da 100 da ve üzerinde üretim yapan organik tarım ürünü üretici sayısı 2010 yılında 794 iken, 2011 yılında 726’ya düşmüştür. 2012 yılında ise 750 üretici organik tarım ürünü üretmiştir. Üreticiler tarafından tercih edilen ilk 10 organik tarım ürünü 2012 yılında çilek, vişne, kiraz, buğday ve patates olmuştur. İlk 10 organik tarım ürününü üreten üreticilere bakıldığında, 2010 yılından 2011 yılına geçerken buğday dışındaki ürünleri üreten üretici sayısı artmıştır. 2011 yılından 2012 yılına geçildiğinde ise çilek, vişne, kiraz, elma, ceviz ve arpa üreten çiftçi sayısında azalma görülmüştür.

**Grafik 10: Konya’da 100 da ve Üzerinde Üretim Yapılan İlk 10 Organik Tarım Ürünün Yıllara Göre Üretici Sayısındaki Değişim (İlk 10 Ürün) (2010-2012)**



Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

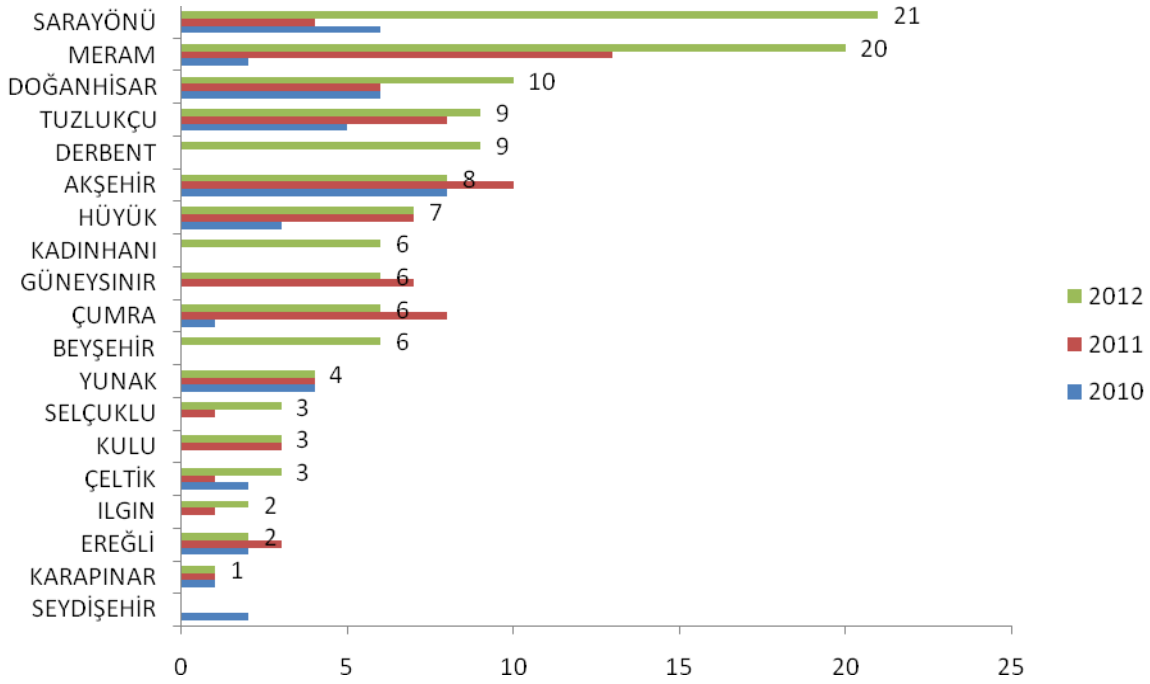
Konya’da organik tarım üretimi yapılan ekim alanı ve organik tarım ürünleri üretim miktarı 2010 yılından 2012 yılına sürekli artarken, organik tarım üreticisi sayısı 2010 yılından 2011’e geçerken azalmış, 2011 yılından 2012’ye geçerken tekrar artmıştır. Ancak 2012 yılındaki üretici sayısı 2010 yılındaki üretici sayısının altında kalmıştır.

İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü verilerine göre Konya’nın 19 ilçesinde organik tarım üretimi yapılmaktadır. Bu kısımda bu ilçelerdeki organik tarım ürün sayısı, ekim alanı miktarı ve üretici sayısı incelenecektir.

Organik tarım ürünü çeşitliliğinde 21 farklı organik üretimi ile Sarayönü ilçesi ilk sırada yer almaktadır. Sarayönü’nü 20 farklı organik tarım ürünü ile Meram ilçesi takip etmektedir. Bu iki ilçeyi 10 farklı organik tarım ürünü ile Doğanhisar, 9’ar farklı ürün ile Tuzlukçu ve Derbent izlemektedir.

2010 yılında sadece 12 ilçede organik tarım ürünü yapılırken, 2011’de bu sayı 15’e yükselmiştir. 2012 yılında ise 18 olmuştur. Bu araştırmanın yapıldığı Meram ilçesinde 2010 yılında sadece 2 farklı organik tarım ürünü üretilirken, 2011 yılında 13 farklı organik tarım ürünü, 2012 yılında da 20 farklı organik tarım ürünü üretilmiştir. Organik ürün çeşitliliği bakımından Meram ilçesi dikkat çekmektedir.

**Grafik 11: Yıllara Göre Konya'nın İlçelerinde Üretimi Yapılan Organik Tarım Ürünü Sayısındaki Değişim (2010-2012)**



Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

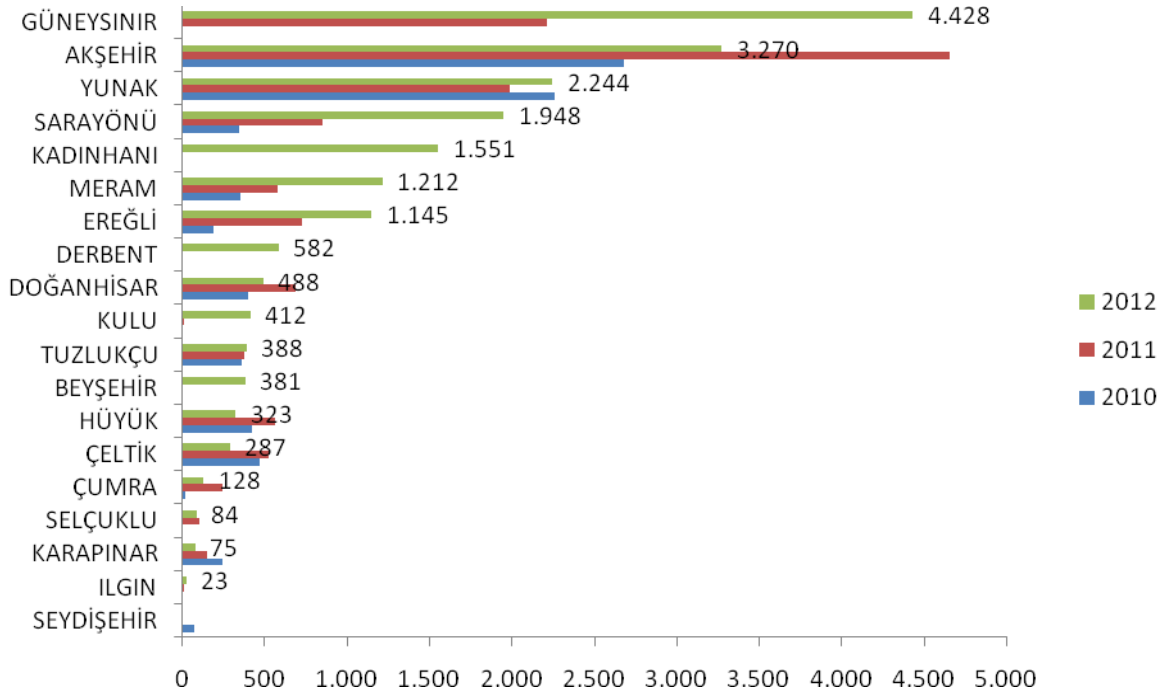
Yıllara göre Konya'nın ilçelerindeki organik tarım ürünü ekim alanları incelendiğinde, en fazla ekim alanına sahip olan ilçenin Güneysınır olduğu görülmektedir. Güneysınır'ı, Akşehir, Yunak, Sarayönü, Kadınhanı, Meram ve Ereğli ilçeleri takip etmektedir.

Güneysınır ilçesinde 2010 yılında organik tarım üretimi yapılmazken, 2011 ve 2012 yılında görüldüğü gibi en fazla organik tarım ürünü ekimi yapılan ilçe olmuştur. 2011 yılında en fazla ekim alanına sahip olan ilçe Akşehir iken 2012 yılında ekim alanı büyüklüğü azalarak 2. sıraya yerleşmiştir.

Bu araştırmanın yapıldığı Meram ilçesi ise Konya genelinde en fazla organik tarım üretimi yapılan ekim alanında 6. sırada yer almaktadır. Meram ilçesindeki ekim alanı büyüklüğü 2010 yılında 350 da, 2011 yılında 573 da iken 2012 yılında 1212 da olmuştur



**Grafik 12: Yıllara Göre Konya'nın İlçelerinde Organik Tarım Ürünü Ekim Alanlarındaki Değişim (da) (2010-2012)**



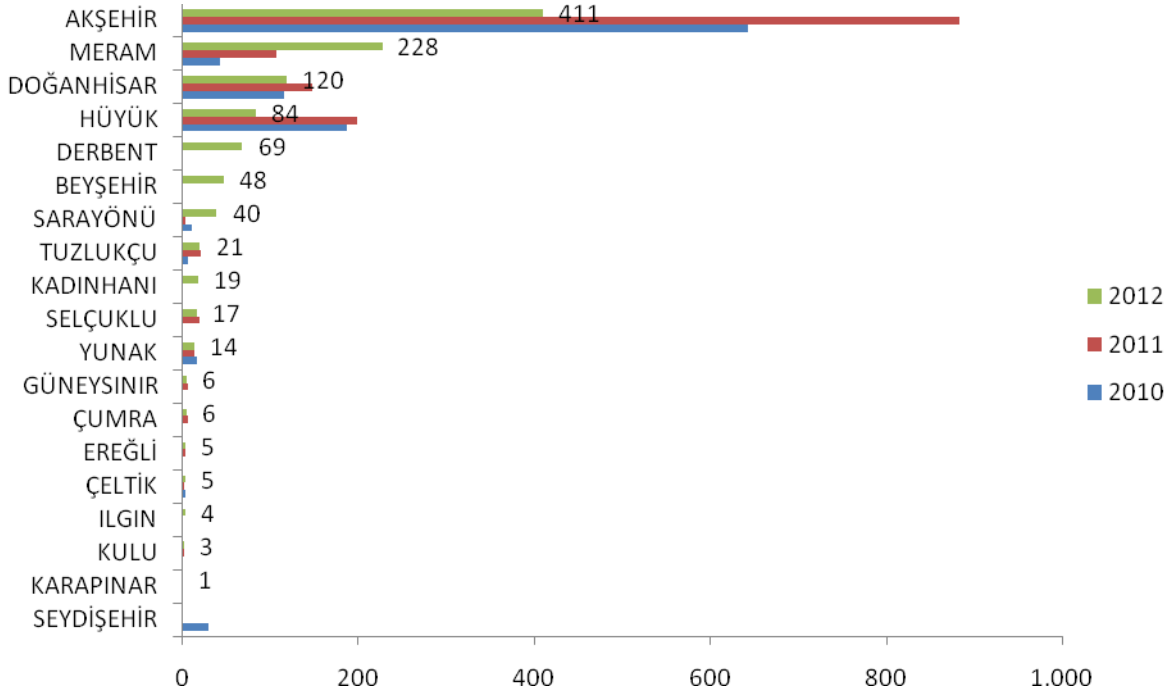
Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Konya'nın ilçelerinde organik tarım üretimi yapan üretici sayısı yıllara göre incelendiğinde 411 üretici ile ilk sırada Akşehir'in yer aldığı görülüyor. Akşehir'i, 228 üretici ile Meram ve 120 üretici ile Doğanhisar izlemektedir.

Üretici sayısının en fazla olduğu 4 ilçeden Meram ilçesinde üretici sayısı 2010 yılından 2012 yılına artmıştır. 2010'da Meram'da 43 üretici varken, 2011'de 108 üretici olmuştur. 2012 yılında ise üretici sayısı 228'e yükselmiştir.

2010 yılından 2011 yılına Akşehir, Doğanhisar ve Hüyük'te üretici sayısı artmıştır. Ancak 2011 yılında 2012 yılına her 3 ilçede de üretici sayısı düşmüştür. Hatta Akşehir ve Hüyük ilçesindeki 2012 yılında üretici sayısı 2010 yılındaki üretici sayısının altına düşmüştür.

**Grafik 13: Yıllara Göre Konya'nın İlçelerinde Organik Tarım Ürünü Üretici Sayısındaki Değişim (2010-2012)**



Kaynak: Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Organik tarımın yaygınlaşması ve çiftçilerin kalite standartlarında üretim gerçekleştirebilmeleri için Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü eğitim çalışmalarına öncelik vermektedir. 2012 yılı içinde; 158 kadın 410 erkek olmak üzere toplam 568 çiftçiye organik tarım konusunda eğitim verilmiştir. 2013 yılında ise şuna kadar 85 üreticiye ve 531 tüketiciye eğitim verilmiştir.

Eğitimlerde organik tarım mevzuatı, yetiştirilen organik ürünlerin kalite standartlarında üretim teknikleri, niçin organik tarım yapıldığı, organik tarım ürünlerinin diğer ürünlerden nasıl ayırt edileceği, organik tarım ürünü tüketiminin önemi gibi konulara değinilmektedir. Ayrıca organik tarımın etkin ve güvenilir bir şekilde yürütülmesi için; organik üretim yapılan araziler, işletmeler ve satış yerleri Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü tarafından denetlenmektedir<sup>8</sup>.

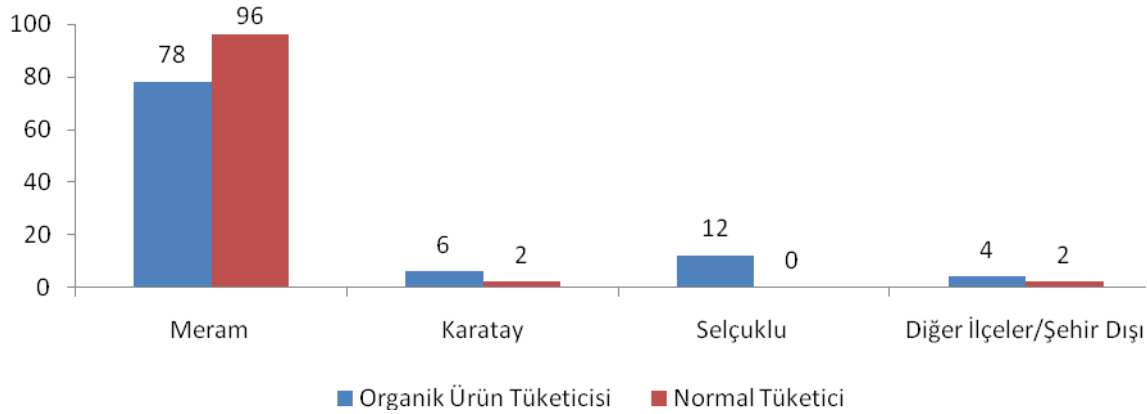
<sup>8</sup> Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

### 3.3.2. Tüketici Açısından Organik Tarım

“Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi” projesi kapsamında tüketicilerin organik tarım ürünlerine bakış açılarını ve algı düzeylerini ortaya koymak amacıyla yüz yüze görüşme yöntemi ile tüketicilere anket uygulanmıştır. Meram ilçesinde Melikşah Semt Pazarında Cumartesi günleri sadece organik tarım ürünleri, Çarşamba günleri de normal tarım ürünleri satışı yapılmaktadır. Bu kapsamda semt pazarından organik tarım ürünü alışverişi yapan 100 tüketiciye anket uygulanmıştır. Benzer şekilde normal tarım ürünü alışverişi yapan tüketicilere de 100 anket uygulanmıştır. Raporun bu bölümünde tüketici profilinden, tüketicilerin organik tarım ürünlerine bakış açısından ve tüketicilerin tüketim alışkanlıklarından bahsedilecektir.

Pazara gelen organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 78’i Meram ilçesinde ikamet ederken yüzde 6’sı Karatay, yüzde 12’si Selçuklu ilçesinde ikamet etmektedir. Pazara gelen normal tarım ürünü tüketicilerin ise yüzde 96’sı Meram ilçesinde oturmaktadır. Tüketicilerin ikametgâh dağılımlarına bakıldığında Meram ilçesinde oturmayanların da özellikle organik ürün almak için pazara geldikleri görülmektedir. Bu kapsamda organik tarım ürünü satışı yapan pazarın bir çekiliğinden söz edilebilir.

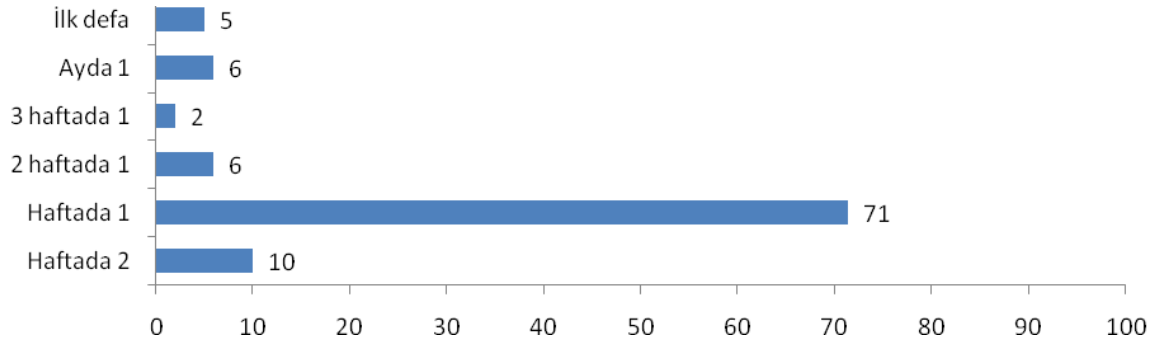
**Grafik 14: Anket - Hangi ilçede oturuyorsunuz? (%)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 71’i Melikşah Semt Pazarına haftada 1 kere geldiğini belirtmiştir. Melikşah Semt Pazarında organik tarım ürünleri satışı haftada bir yapıldığına göre yüzde 71’in düzenli, sadık müşteri olduğunu söylenebilir. Bunun yanında organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 10’u haftada iki kere, yüzde 6’sının iki haftada bir kere, yüzde 2’sinin üç haftada bir kere, yüzde 6’sının ayda bir kere pazara geldiği görülmektedir. Tüketicilerin yüzde 5’i ise organik tarım ürünü pazarına ilk kez geldiklerini ifade etmişlerdir.

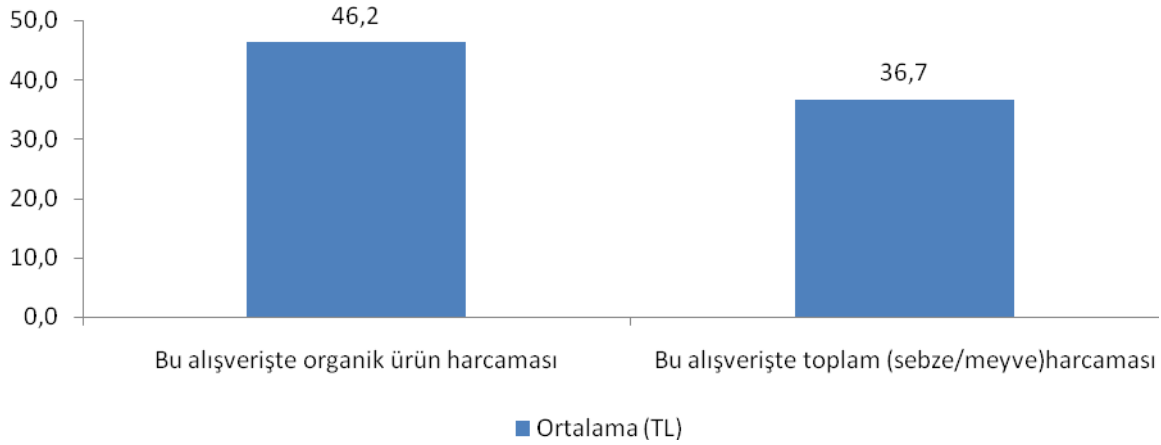
**Grafik 15: Anket - Ne sıklıkla bu pazara alışveriş yapmaya geliyorsunuz? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Pazara gelen tüketicilerin alışverişleri sırasında ne kadarlık tutarda ödeme yaptıkları sorulduğunda organik tarım ürünü tüketicilerinin alışverişlerinde ortalama olarak 46,2 TL ödediği, normal tüketicilerin ise ortalama olarak 36,7 TL ödediği ortaya çıkmıştır. Organik tarım ürünü tüketicilerinin normal tüketicilere göre bir alışverişte ortalama 9,5 TL daha fazla harcadıkları görülüyor. Organik tarım ürünü tüketicilerinin bir alışverişte ortalama olarak normal tüketicilere göre daha fazla ödeme yapmalarının sebebinin organik tarım ürünü fiyatlarının normal tarım ürünü fiyatlarından daha yüksek olduğu söylenebilir.

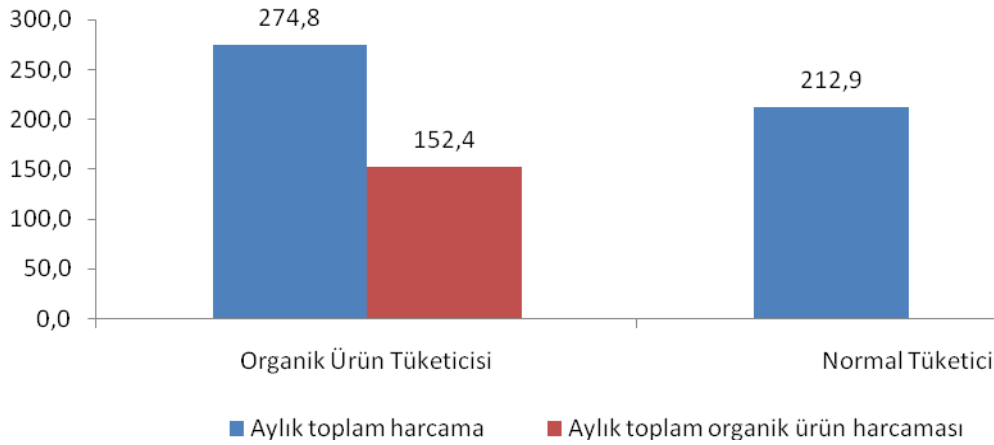
**Grafik 16: Anket - Bugün gerçekleştirdiğiniz alışverişin toplam tutarı ne kadardır? (TL)**



Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi

Pazardan alışveriş yapan tüketicilere aylık toplam sebze/meyve harcamaları sorulduğunda organik ürün tüketicilerinin aylık olarak sebze/meyve harcamalarına ortalama 274,8 TL ödediği görülmektedir. Bu tutarın 152,4 TL'lik kısmı ise organik ürün harcamasını temsil etmektedir. Organik ürün tüketicilerinin aylık sebze/meyve harcamasının yüzde 55'ini organik ürünler oluşturmaktadır. Normal tüketiciler ise aylık olarak sebze/meyve harcamalarına ortalama 212,9 TL ödemektedirler. Organik ürün tüketicilerinin normal tüketicilere göre sebze/meyve harcamalarına daha fazla ödediği görülmektedir.

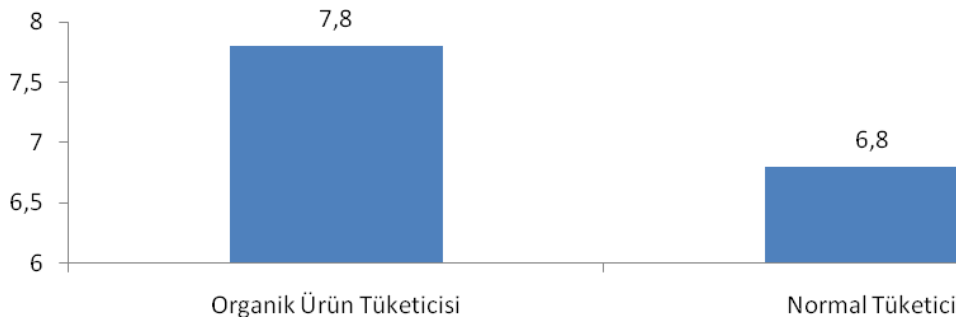
**Grafik 17: Anket - Aylık ortalama sebze/meyve harcamanızın toplam tutarı ne kadardır? (TL)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Tüketicilere ilk olarak “organik ürün” ismini ne zaman duydukları sorulduğunda organik ürün tüketicilerinin ortalama 7,8 yıl önce, normal tüketicilerin ise 6,8 yıl önce duydukları ortaya çıkmıştır. Yani organik ürün tüketicileri, normal tüketicilere göre “organik ürün” ismini ortalama olarak 1 yıl daha önce duymuştur. Normal tüketicilerin yüzde 99’u daha önce “organik ürün” ismini duyduklarını ifade etmişlerdir. Bu kapsamda pazara alışveriş yapmaya gelen tüketicilerin neredeyse tamamına yakınının “organik ürün”leri bildikleri söylenebilir.

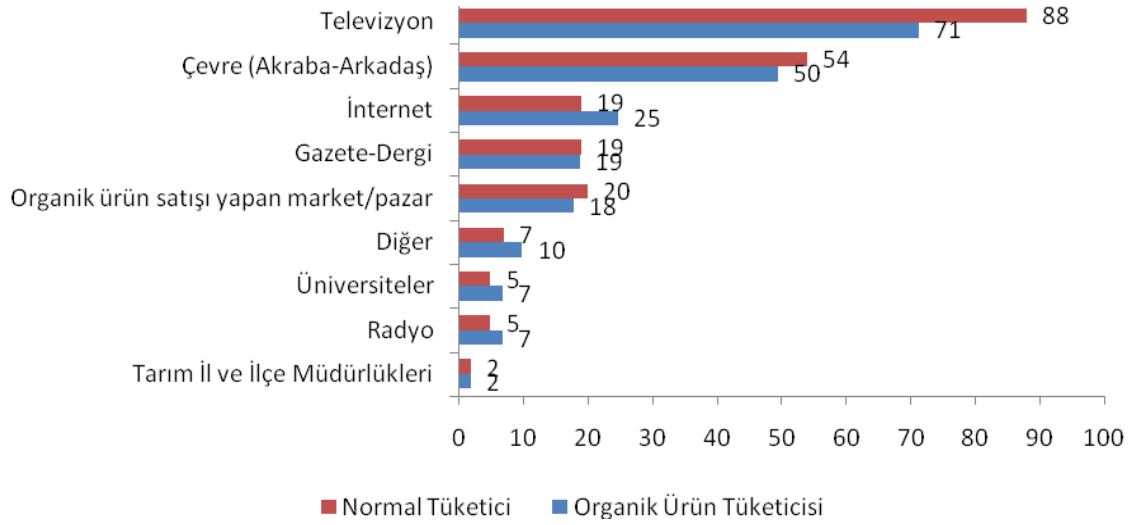
**Grafik 18: Anket - İlk olarak “organik ürün” ismini ne zaman duyduunuz? (Yıl)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Tüketicilere ilk olarak “organik ürün” ismini nereden duydukları sorulduğunda ilk sırada televizyon cevabı alınmıştır. Televizyonu, çevre (akraba-arkadaş), internet, gazete-dergi ve organik ürün satışı yapan market/pazar takip etmektedir. Organik ürün tüketicilerinin yüzde 71’i televizyondan duyduğunu belirtirken, normal tüketicilerin yüzde 88’i televizyondan duyduğunu ifade etmiştir. Üniversiteler, radyo ve tarım il ve ilçe müdürlüklerinden duyanların oranı sınırlı kalmıştır.

**Grafik 19: Anket – İlk olarak “organik ürün” ismini nereden duydunuz? (%)**



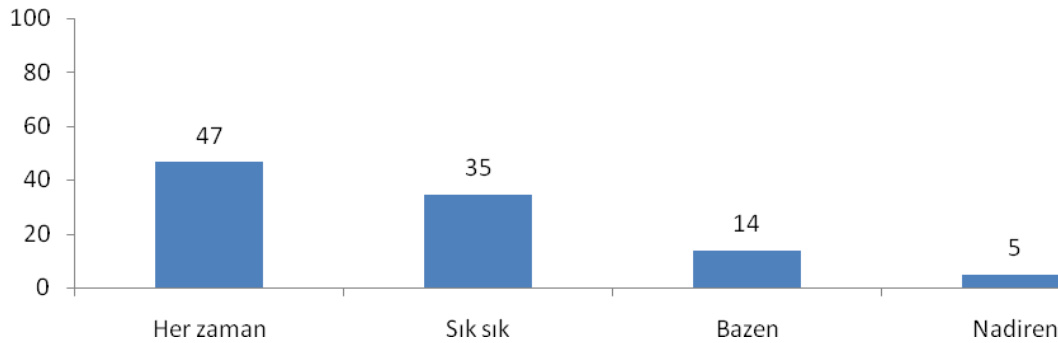
\*Bi

nden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi

Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 47'si organik tarım ürünlerini her zaman, yüzde 35'i sık sık, yüzde 14'ü bazen ve yüzde 5'i de nadiren kullandığını ifade etmiştir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 82'sinin organik tarım ürünlerinin sadık müşterisi olduğu görülmektedir.

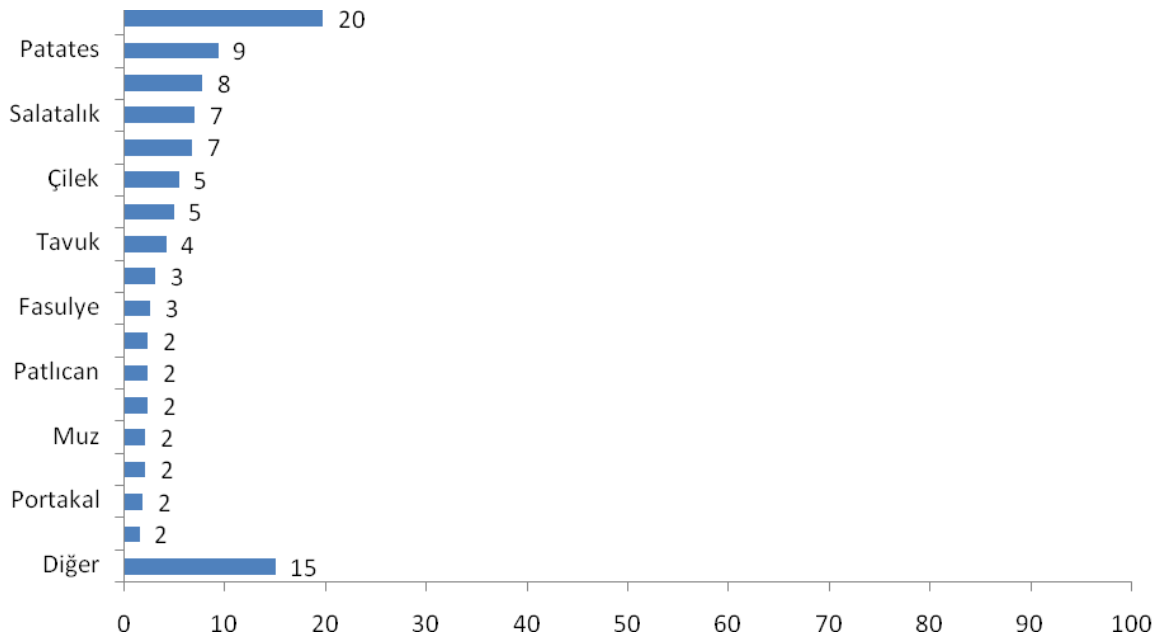
**Grafik 20: Anket – Organik tarım ürünlerini ne sıklıkla kullanıyorsunuz? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Organik tarım ürünü tüketicilerine en çok tercih ettikleri/aldıkları organik tarım ürünleri sorulduğunda domates yüzde 20 ile ilk sırada yer almıştır. Domatesi, yüzde 9 ile patates, yüzde 8 ile biber, yüzde 7 ile salatalık ve yumurta, yüzde 5 ile de çilek ve soğan takip etmiştir. Bu ürünleri tavuk, bal, fasulye, süt ve süt ürünleri, patlıcan, ıspanak, muz, marul, portakal, limon ve diğer ürünler takip etmektedir.

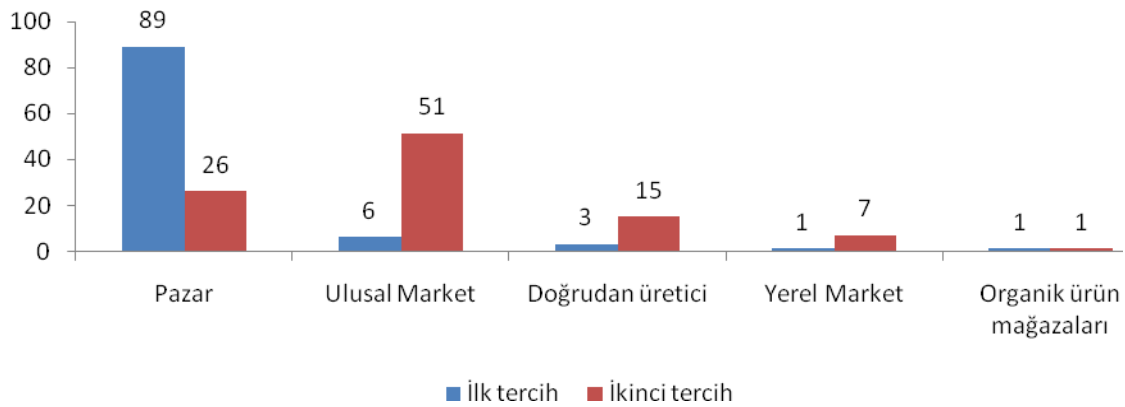
**Grafik 21: Anket – En çok tercih ettiğiniz/aldığınız organik ürünler nelerdir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 93'ü organik tarım ürünlerini her yerde bulamadıklarını ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 89'u her ne kadar organik ürünleri alırken ilk tercih ettikleri yerin pazar olduğunu ifade etse de organik ürünlere her yerde ulaşmayı istedikleri ortadadır. Organik tarım ürünü tüketicilerinin organik ürünleri alırken ikinci olarak en çok tercih ettikleri yer ise yüzde 51 ile ulusal marketler iken yüzde 26 ile pazar ve yüzde 15 ile doğrudan üreticidir. Hem organik ürün tüketicilerinin hem de üreticilerinin görüşlerine bakılırsa organik ürünlerin daha fazla yerde satışa sunulması gerektiği ortadadır.

**Grafik 22: Anket – Organik ürünleri alırken ilk ve ikinci tercih ettiğiniz yer? (%)**

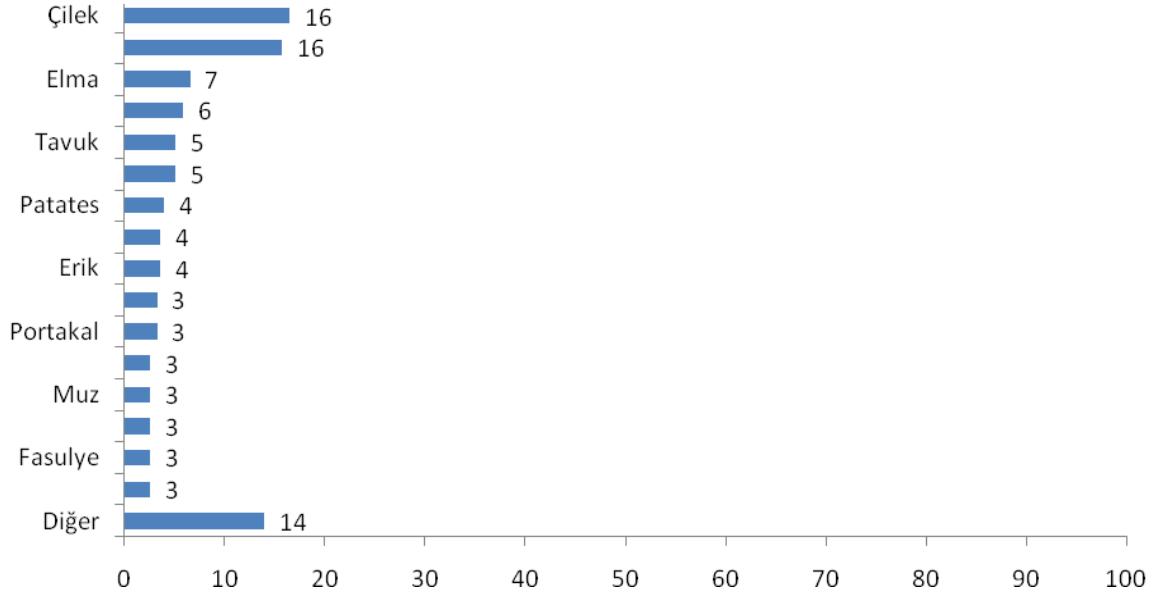


Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 91'i ihtiyaç duydukları organik tarım ürünlerini her zaman bulamadıklarını ifade etmişlerdir. Bu duruma sebep Konya'da organik tarım ürünü üretim çeşitliliğinin sınırlı olması ve üretilen organik tarım ürünlerinin tüketiciye ulaşma imkânlarının kısıtlı olması olabilir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin ihtiyaç duydukları anda

ulaşamadığı organik ürünlerin başında yüzde 6 ile çilek ve domates geliyor. Bu iki ürünü yüzde 7 ile elma, yüzde 6 biber, yüzde 5 ile tavuk ve salatalık, yüzde 4 ile de patates, marul ve erik takip etmektedir. Bu ürünleri süt ve süt ürünleri, portakal, yumurta, muz, ıspanak, fasulye, enginar ve diğer ürünler takip ediyor.

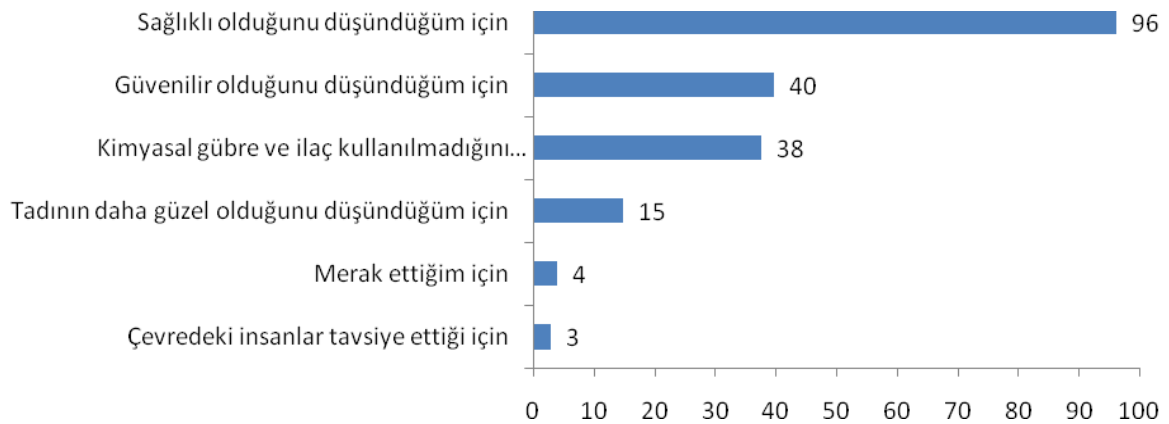
**Grafik 23: Anket – İhtiyaç duyduğunuz anda bulamadığınız organik ürünler hangileridir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 96'sı sağlıklı olduğunu düşündüğü için organik tarım ürünlerini tercih ettiğini belirtmiştir. Yine tüketicilerin yüzde 40'ı güvenilir olduğu için, yüzde 38'i kimyasal gübre ve ilaç kullanılmadığını düşündüğü için ve yüzde 15'i tadının daha güzel olduğunu düşündüğü için organik tarım ürünlerini tercih ettiğini ifade etmiştir. Merak ettiği için ve çevredeki insanlar tavsiye ettiği için organik tarım ürünlerini tercih edenlerin çok sınırlı olduğu görülmektedir. Bu kapsamda tüketicilerin organik tarım ürünlerine yönelmelerindeki en önemli faktörün organik tarım ürünlerinin "sağlıklı ve güvenilir olduğu"nu düşünmeleri olduğunu söyleyebiliriz.

**Grafik 24: Anket – Organik ürünleri neden tercih ediyorsunuz? (%)**



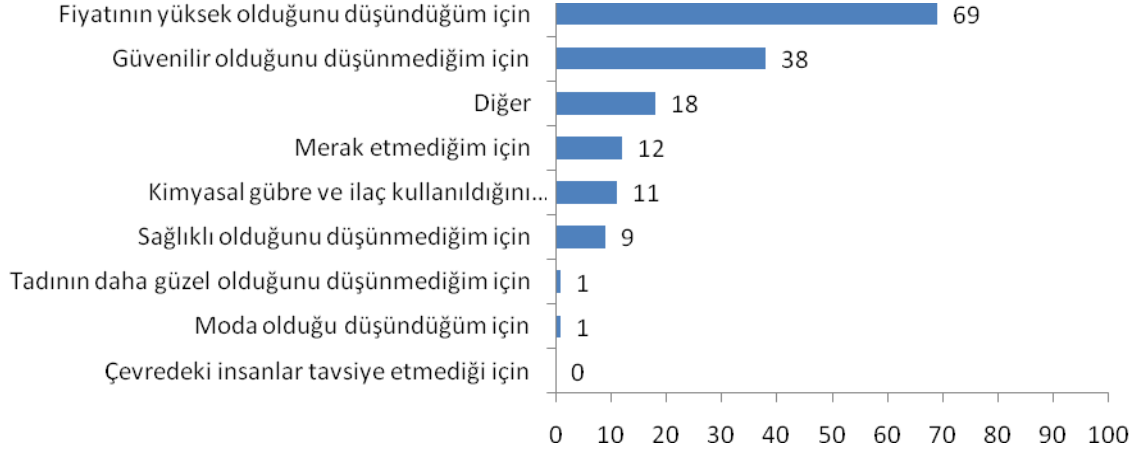
\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi



Öte yandan normal tarım ürünü tüketicilerine de organik tarım ürünlerini neden tercih etmedikleri sorulmuştur. Normal tüketicilerin yüzde 69'u organik tarım ürünlerinin fiyatlarının yüksek olduğunu düşünmektedir. Yine normal tüketicilerin yüzde 38'i de organik tarım ürünlerinin güvenilir olduğunu düşünmemektedirler. Orandan da görüldüğü üzere normal tüketicilerin büyük çoğunluğu yüksek fiyatları yüzünden organik tarım ürünleri tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

**Grafik 25: Anket – Organik ürünleri neden tercih etmiyorsunuz? (%)**

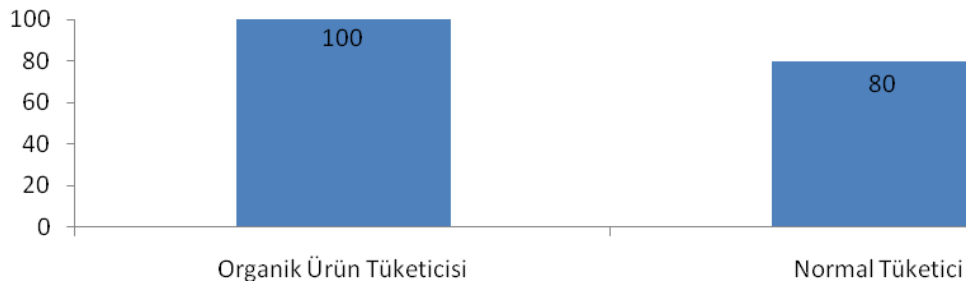


\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Normal Tüketici Anketi

Organik tarım ürünü tüketicilerinin tamamı, normal tüketicilerin de yüzde 80'i organik tarım ürünlerinin organik olmayan ürünlerden daha sağlıklı olduğunu düşünmektedir. Neredeyse tüm tüketicilerde organik tarım ürünlerinin sağlıklı olduğu inancı mevcuttur.

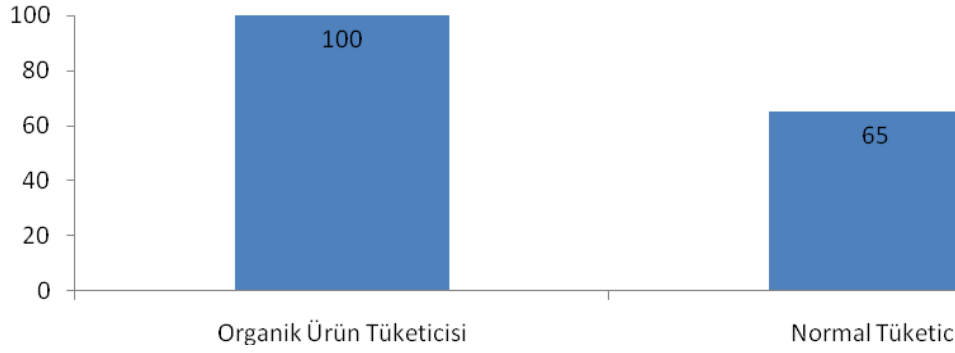
**Grafik 26: Anket – Organik ürünlerin organik olmayan ürünlerden daha sağlıklı mı olduğunu düşünüyorsunuz? (%)**



Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi

Diğer yandan organik tarım ürünü tüketicilerinin tamamı, normal tüketicilerin de yüzde 65'i organik ürünlere organik olmayan ürünlerden daha çok güvendiklerini ifade etmişlerdir. Normal tüketicilerin organik tarım ürünlerine olan güvenlerinin çok fazla olmamasının sebeplerinin üzerinde durulması gerekmektedir.

**Grafik 27: Anket – Organik ürünlere organik olmayan ürünlerden daha çok mu güveniyorsunuz? (%)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Normal tüketicilere organik tarım ürünlerine neden güvenmedikleri sorulduğunda yüzde 60'ı organik ürünlerde de zirai ilaç kullanıldığını ve herkesin organik ürün diye satış yaptığını düşündüklerini söylemişlerdir. Yine tüketicilerin yüzde 37'si de burada organik ürün üretimi yapmanın mümkün olmayacağını ifade etmişlerdir. Her ne kadar organik tarım üretimi kontrollü bir sistem olsa da tüketici gözünde organik ürünlerde zirai ilaç kullanılıyor gibi bir inanç bulunmaktadır. Öte yandan satış alanlarındaki denetim problemlerinden dolayı her ürünün organik diye satılma olasılığı tüketiciler açısından güven problemi oluşturmaktadır.

**Grafik 28: Anket – Organik tarım ürünlerine neden güvenmiyor musunuz? (%)**

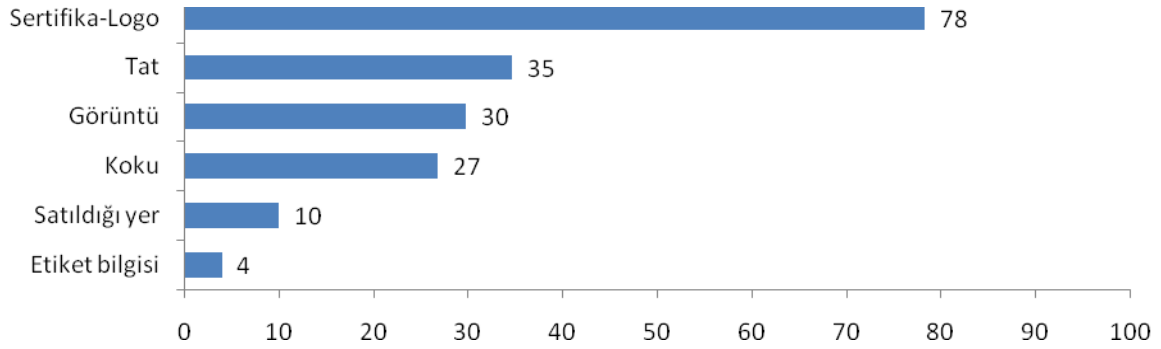


\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

**Kaynak: Proje Normal Tüketici Anketi**

Organik tarım ürünü tüketicilerine organik ürünleri, organik olmayan ürünlerden nasıl ayırt ettikleri de sorulmuştur. Tüketicilerin yüzde 78'i sertifikası-logosu ile, yüzde 35'i tadı ile, yüzde 30'u görüntüsü ile, yüzde 27'si kokusu ile ve yüzde 10'unu da satıldığı yer ile organik tarım ürünlerini ayırt ettiklerini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin cevaplarına göre sertifika ve logonun organik tarım ürünlerinin normal ürünlerden farklılaşmasında çok önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır.

**Grafik 29: Anket – Organik ürünleri organik olmayan ürünlerden nasıl ayırt ediyorsunuz? (%)**



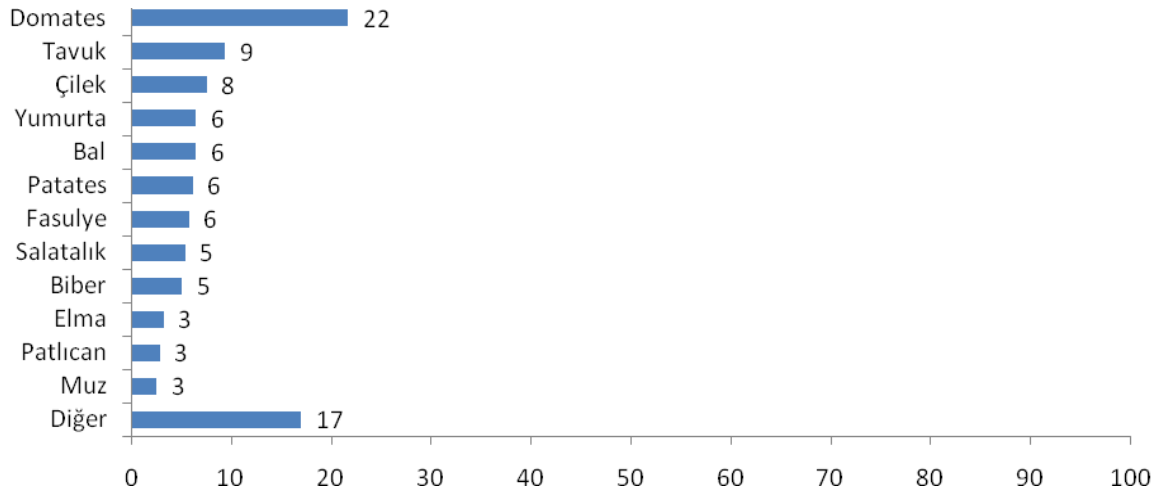
\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan normal tüketicilerinin yüzde 99'u organik ürün fiyatlarını organik olmayan ürün fiyatlarına göre yüksek buluyor. Organik ürün tüketicilerinin ise yüzde 88'i organik ürün fiyatlarını organik olmayan ürün fiyatlarına göre yüksek buluyor, yüzde 12'si ise organik ürün fiyatları ile organik olmayan ürün fiyatlarının aynı seviyede olduğunu düşünüyor.

Organik tarım ürünü tüketicilerinin fiyatını yüksek bulduğu ürünlerin başında yüzde 22 ile domates geliyor. Domatesi, yüzde 9 ile tavuk, yüzde 8 ile çilek, yüzde 6 ile yumurta, bal, patates ve fasulye ve de yüzde 5 ile salatalık ve biber takip ediyor. Bu ürünleri elma, patlıcan, muz ve diğer ürünler izliyor. Domates tüketiciler tarafından çok tercih edilen bir ürün olmasına rağmen fiyatı yüksek bulunan ürünlerin başında yer alıyor.

**Grafik 30: Anket – Fiyatını yüksek bulduğunuz organik ürünler hangileridir? (%)**



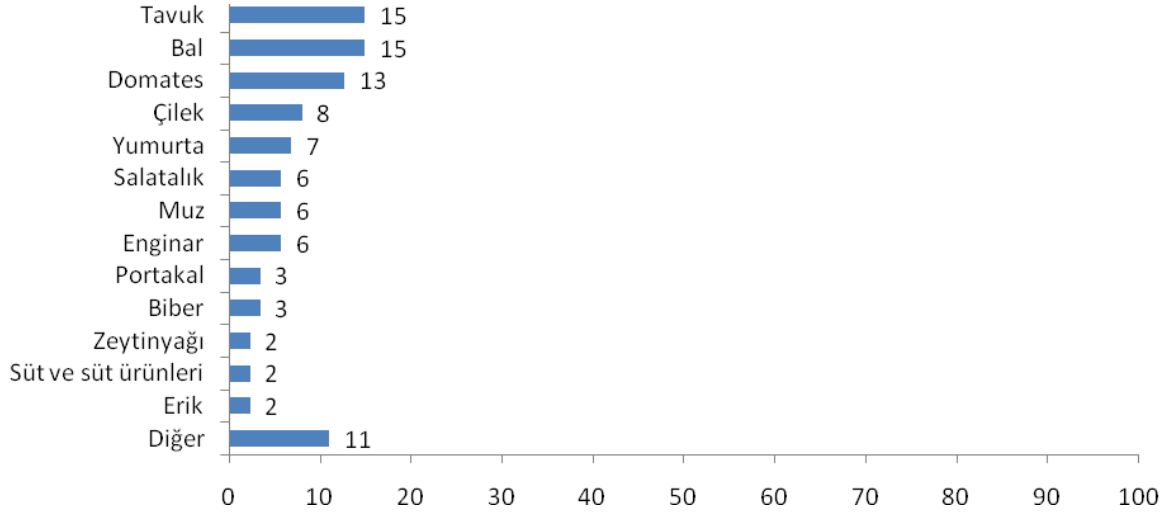
Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 35'i fiyatlarının yüksek olmasından dolayı organik ürünler yerine organik olmayan ürünleri tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünü tüketicileri açısından fiyatın ürün tercihini belirleyen sınırlı bir faktör olduğu görülmektedir.

Organik tarım ürünü tüketicilerinin fiyatının yüksek olduğu için tercih etmediği ürünleri başında yüzde 15 ile tavuk ve bal gelmektedir. Bu iki ürünü yüzde 13 ile domates, yüzde 8 ile çilek, yüzde 7 ile

yumurta, yüzde 6 ile salatalık, muz ve enginar izlemektedir. Bu ürünleri portakal, biber, zeytinyağı, süt ve süt ürünleri, erik ve diğer ürünler takip etmektedir.

**Grafik 31: Anket – Fiyatının yüksek olduğu için tercih etmediğiniz organik ürünler hangileridir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 24'ü organik tarım ürünlerini sadece çocukları için kullandığını belirtirken, yüzde 76'sı tüm ailesi için kullandığını ifade etmiştir.

Organik tarım ürünü kullananların yüzde 93'ü organik ürünleri kullandıktan sonra memnun kaldıklarını ifade etmişlerdir. Kısmen memnun olanların oranı yüzde 6 iken, memnun kalmayanların oranı yüzde 1 ile sınırlı kalmıştır. Buna göre organik tarım ürünü kullananların yüzde 99'unun organik ürünlerden memnun kaldığı sonucuna ulaşılabılır.

**Grafik 32: Anket – Organik ürünleri kullandıktan sonra memnun kaldınız mı? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 99'u organik tarım ürünlerini çevresine tavsiye ettiğini ifade etmiştir. Bu kapsamda organik tarım ürünlerinden memnun olan herkesin bu ürünleri çevrelerine tavsiye ettikleri görülmektedir.

Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 62'si organik ürünlerin tanıtımının yetersiz olduğunu düşünmektedir. Kısmen yeterli olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 33 iken, yeterli olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 5 düzeyinde kalmıştır. Organik tarım ürünlerinin tanıtımına bundan sonraki süreçte daha çok ağırlık verilmesi gerektiği ortadadır.

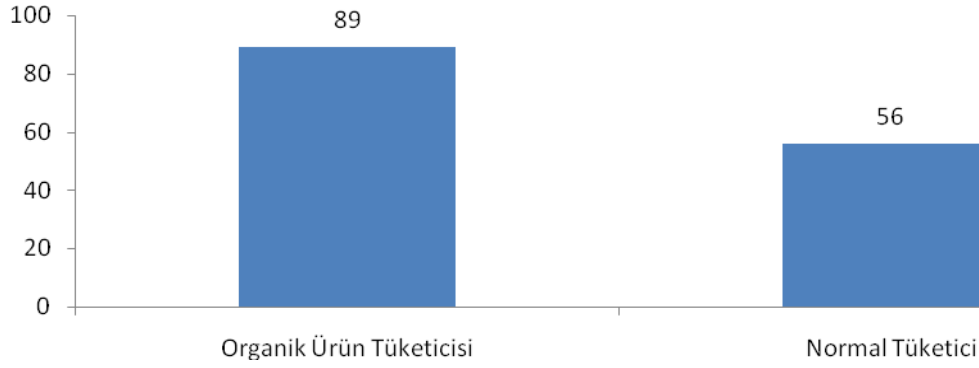
**Grafik 33: Anket – Organik ürünlerin tanıtımı sizce yeterli mi? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Tüketici Anketi

Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 89'u, normal tüketicilerin de yüzde 56'sı organik tarımın kontrollü bir üretim sistemi olduğunu bildiklerini ifade etmişlerdir. Bundan sonraki süreçte organik tarım ürünlerinin tanıtımı yapılırken organik tarım üretim sisteminin de kontrollü bir sistem olduğu vurgusunun yapılmasında fayda vardır.

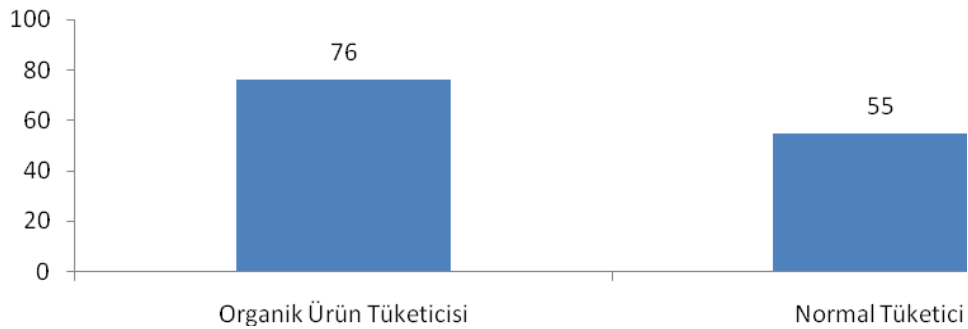
**Grafik 34: Anket – Organik tarımın kontrollü bir üretim sistemi olduğunu biliyor muydunuz? (%)**



Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 76'sı, normal tüketicilerin de yüzde 55'i Konya'da organik tarım üretiminin yapıldığını bildiklerini belirtmişlerdir. Yine benzer şekilde organik tarım ürünü tanıtımında Konya'nın organik tarımdaki rolünden, Konya'nın yetiştirdiği ürünlerden ve Konya'nın organik tarım potansiyelinden bahsedilmesi gerekmektedir.

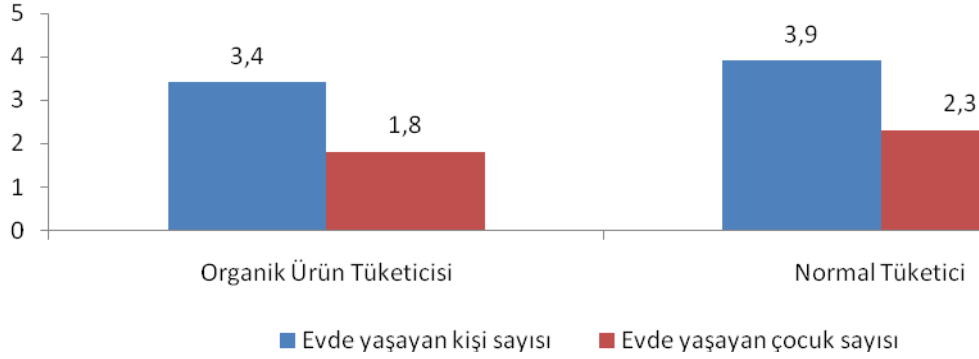
**Grafik 35: Anket – Konya'da organik tarım üretimi yapıldığını biliyor muydunuz? (%)**



Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi

Ankete katılan tüketicilerin demografik özelliklerini ortaya koyacak sorulara da yer verilmiştir. Organik ürün tüketicileri bir evde ortalama 3,4 kişi yaşarken, evde ortalama 1,8 çocuk yaşamaktadır. Normal tüketiciler ise bir evde ortalama 3,9 kişi yaşarken, evde ortalama 2,3 çocuk yaşamaktadır. Buna göre organik tarım tüketicilerinin normal tüketicilere göre kısmen daha küçük bir aile yapısına sahip oldukları söylenebilir.

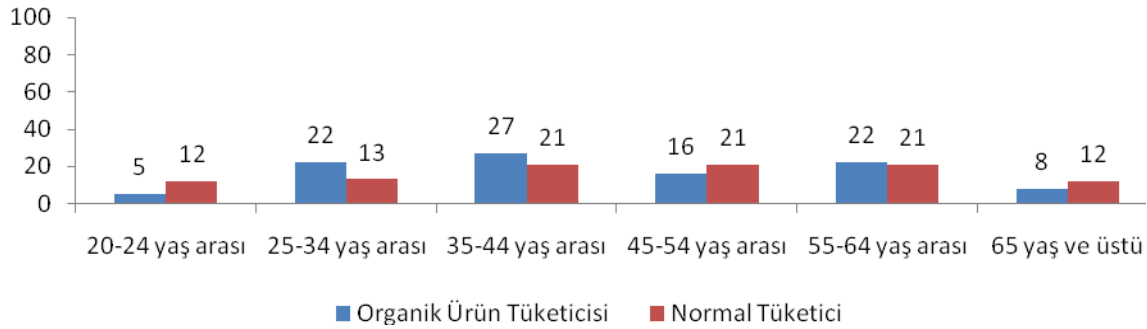
**Grafik 36: Anket – Kendiniz dahil, evde kaç kişi yaşıyorsunuz? Evde kaç çocuk yaşıyor? (Ortalama)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Ankete katılan tüketicilerin yaş dağılımları incelendiğinde organik tarım ürünü tüketicileri arasında 25-34 yaş, 35-44 yaş ve 55-64 yaş arasındaki kişilerin normal tüketicilere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Normal tüketiciler ise 20-24 yaş, 45-54 ve 65 yaş ve üzerinde organik tarım ürünü tüketicilerinden daha fazladır.

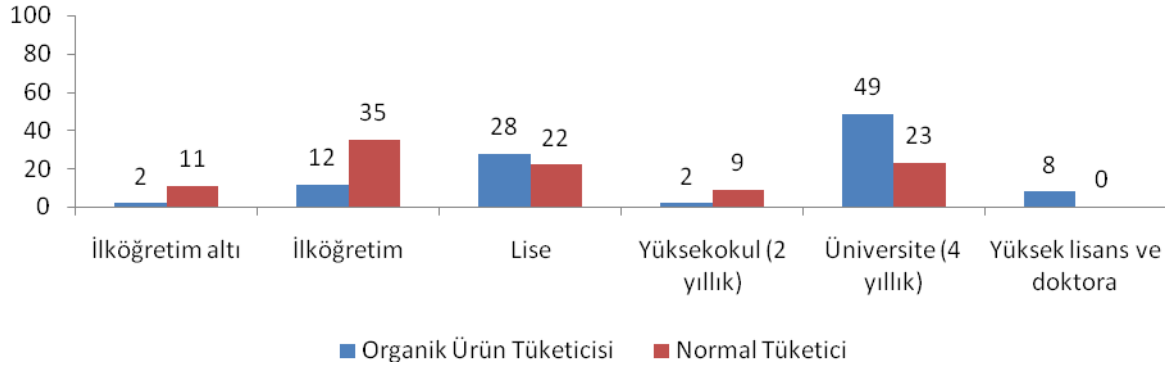
**Grafik 37: Anket – Kaç yaşındasınız? (%)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Ankete katılan tüketicilerin eğitim dağılımları incelendiğinde organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 49'unun üniversite mezunu, yüzde 8'inin yüksek lisans ve doktora mezunu ve yüzde 28'inin de lise mezunu olduğu görülmektedir. Normal tüketicilerin ise yüzde 35 ile ilköğretim, yüzde 23'ü üniversite ve yüzde 22'si lise mezunudur. Organik ürün tüketicisinin eğitim seviyesinin, normal tüketicinin eğitim seviyesinden daha nitelikli olduğu görülmektedir.

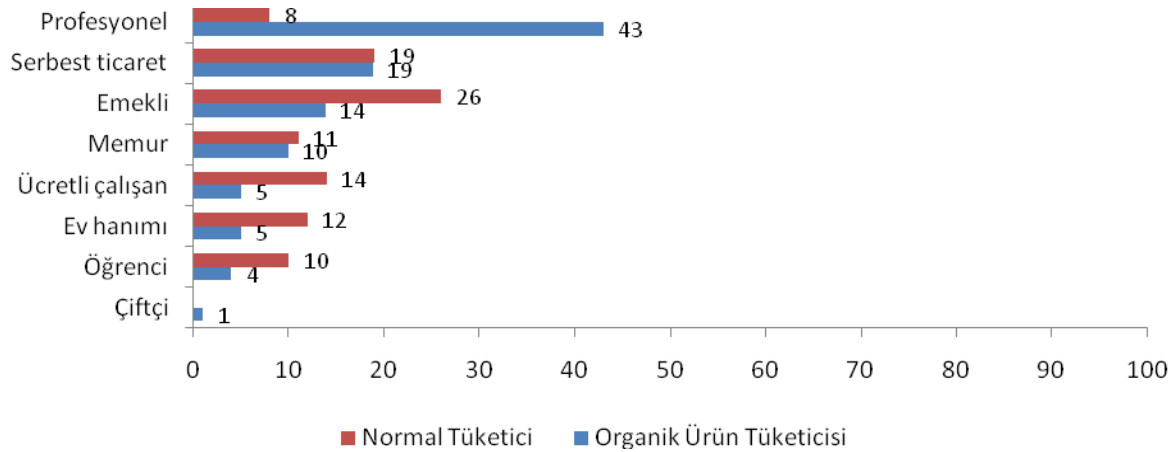
**Grafik 38: Anket – Eğitim durumunuz? (%)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Ankete katılan tüketicilerin meslek dağılımları incelendiğinde organik ürün tüketicisinin yüzde 43'ünün profesyonel meslek grubunda (doktor, mühendis, avukat, eczacı, subay, öğretim üyesi, vb.) olduğu görülmektedir. Normal tüketiciler arasındaki emeklilerin, memurların, ücretli çalışanların, ev hanımlarının ve öğrencilerin oranları organik ürün tüketicilerinden daha fazladır.

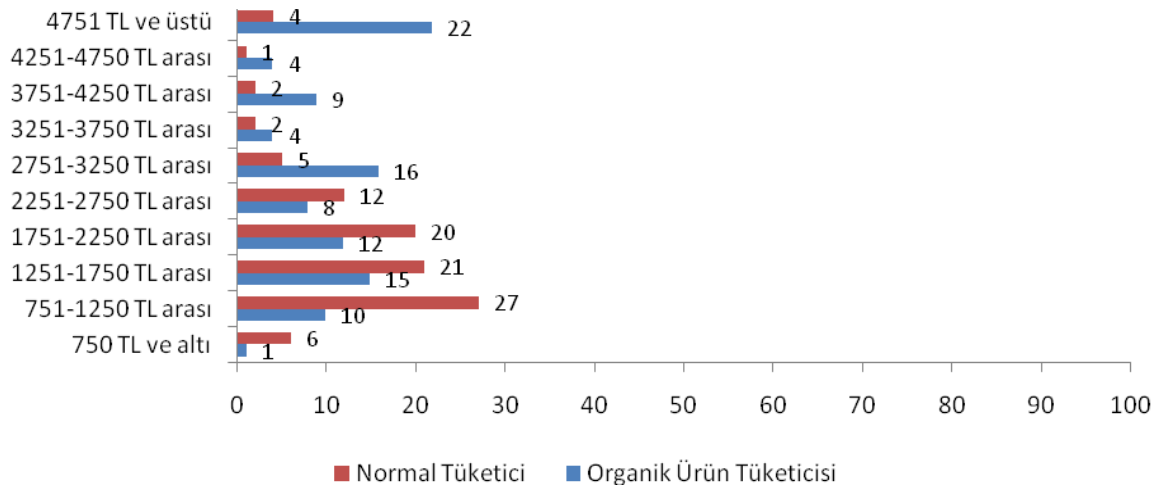
**Grafik 39: Anket – Meslek**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Ankete katılan tüketicilerin aylık toplam gelir dağılımları incelendiğinde en düşük gelir seviyesinden 2750 TL'ye ulaşan gelir seviyesinde normal tüketicilerin ağırlığı organik ürün tüketicilerinin ağırlığından daha fazladır. 2750 TL gelir seviyesinin üzerindeki tüm gelir seviyelerinde ise organik tarım tüketicilerinin normal tüketicilerden ağırlığı daha fazladır. Organik tarım tüketicilerinin yüzde 22'si 4751 TL ve üzeri gelir grubunda yer almaktadır. Organik tarım tüketicilerinin normal tüketicilere göre daha yüksek gelire sahip olduğu söylenebilir.

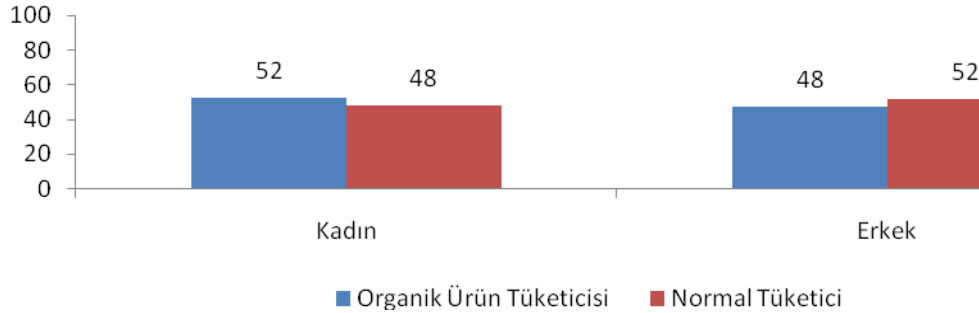
**Grafik 40: Anket – Ailenizin aylık toplam geliri hangi aralıktadır? (%)**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Ankete katılan tüketicilerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında organik tarım tüketicileri arasında kadınların oranı yüzde 52 iken, normal tüketiciler arasında kadınların oranının yüzde 48 olduğu görülmektedir. Bu kapsamda organik tarım ürünü tüketicileri arasındaki kadın ağırlığının daha fazla olduğu söylenebilir.

**Grafik 41: Anket – Cinsiyet**



**Kaynak: Proje Tüketici (Organik Ürün+Normal) Anketi**

Organik tarım ürünü tüketicilerine ve normal tüketicilere uygulanan anket sonucunda çok değerli bilgiler elde edilmiştir. Yapılan anketler sonucunda tüketicilerin tüketim alışkanlıkları, organik tarım ürünlerine bakış açıları ve tüketicilerin demografik özellikleri ortaya konulmuştur. Organik tarım uygulamalarını değerlendirilirken tüketiciler ve üreticiler gözünden birlikte değerlendirmek faydalı olacaktır.

Organik tarım ürünü tüketicileri organik ürün alışverişini her hafta düzenli olarak yapan bir tüketici grubudur. Bu tüketici grubu organik tarım ürünlerini almak için uzak da olsa bu ürünlerin satıldığı yerlere gitmektedirler. Organik tarım ürünü tüketicisi, organik ürün alışverişlerinde en çok pazarı tercih etmektedir. Pazarın ardından ulusal marketlerden ve doğrudan üreticilerden organik ürün ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.

Tüketicilerin çok büyük bir kısmı organik ürünleri her yerde bulamamaktan şikâyetçidir. Bunun yanı sıra yine tüketicilerin büyük çoğunluğu ihtiyaç duyduğu her organik tarım ürünü bulamadıklarını



ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünlerinin tüketiciye ulaştırmasında daha fazla seçeneğe ihtiyaç duyulduğu ortadadır. Organik tarım ürünü tüketicilerinin yüzde 95'i organik tarım ürünlerini sürekli kullanmaktadır. Organik tarım ürünü tüketicisi aynı zamanda o ürün grubunun sadık müşterisidir. Bu şekilde bir ürün sadakati olan tüketicilere, ihtiyaç duydukları ürünleri etkin bir şekilde sunmak sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından son derece önemlidir.

Normal tüketiciler ise organik tarım ürünlerinin sağlıklı olduğunu düşünmelerine rağmen fiyatlarının yüksek olmasından dolayı ürünleri tercih etmemektedirler. Bir kısmı da organik ürünlerin üretiminde ve satışında denetim eksikliği olduğunu düşündüklerinden dolayı organik tarım ürünlerine güvenmemektedirler. Özellikle bu şekilde düşünen tüketicilere organik tarım uygulamalarının iyi anlatılmasına gerek vardır.

Tüketiciler organik tarım ürünü ilk olarak en çok televizyondan ve çevrelerinden duyduklarını ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin neredeyse tamamı organik ürünlerden memnun kaldığını ve organik ürünleri çevresine tavsiye ettiğini ifade etmişlerdir. Organik tarım ürünlerinin ağızdan ağza yayılan bir pazarlama sistemi vardır.

Normal tüketicilerin yarısı organik tarımın kontrollü bir sistem olduğunu ve Konya'da organik tarım üretimi yapıldığını bilmemektedir. Sürdürülebilir bir üretimin sağlanması için organik tarım ürünlerinin sadece pazarlamasının değil, organik tarım uygulamalarının da tüketicilere iyi anlatılması gerekmektedir.

Organik tarım ürünü tüketicilerinin tamamı organik tarım ürünlerinin sağlıklı olduğunu düşünmektedir ve bu ürünlere güvenmektedirler. Tüketiciler organik ürünleri ayırt ederken en çok ürünlerin sertifika ve logolarına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bundan dolayı organik ürün satışlarında sertifika ve logolarına daha çok dikkat edilmelidir. Denetimlerde sahte sertifika ve logo kontrollerine önem verilmelidir. Organik tarım ürünü tüketicilerinin 3'te 1'i ürün fiyatlarının yüksek olmasından dolayı organik ürünleri bazen tercih etmediklerini ifade etmişlerdir. Fiyat normal tüketiciler için alışverişte önemli bir faktör iken, organik tarım ürünü tüketicilerinde sınırlı bir faktördür.

Organik tarım ürünü tüketicileri, normal tüketicilerden demografik özellikleriyle de farklılaşmaktadır. Organik tarım ürünü tüketicileri daha çekirdek aile yapısına sahiptir. Gelirleri ve eğitim seviyeleri normal tüketicilere göre daha yüksektir. Organik tarım ürünü tüketicileri arasında normal tüketicilere göre kadınların ve gençlerin oranı daha fazladır. Organik tarım ürünü tüketicilerinin, normal tüketicilere göre meyve-sebze harcama tutarları daha fazladır.

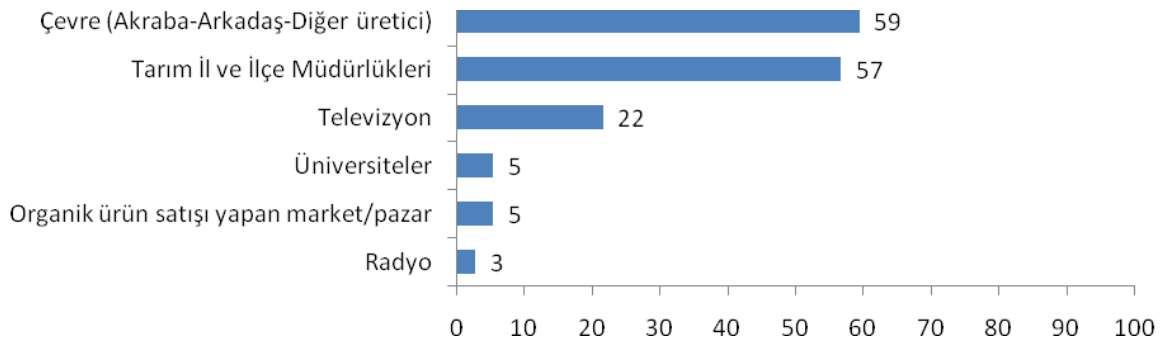
### 3.3.3. Üreticiler Açısından Organik Tarım

“Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi” projesi kapsamında üreticilerin organik tarım ürünlerine bakış açılarını ve algı düzeylerini ortaya koymak amacıyla yüz yüze görüşme yöntemi ile üreticilere anket uygulanmıştır ve mülakatlar yapılmıştır. Meram ilçesine bağlı Güneydere, Gökyurt, Evliyateke köylerindeki, Hatunsaray kasabasındaki ve de Melikşah ve Muhacır Semt Pazarlarında satış yapan organik tarım üretimi yapan çiftçilerle ve organik tarım üretimi yapmayan çiftçilerle görüşülmüştür. Proje kapsamında organik tarım üretimi yapan 37 çiftçiye, organik tarım üretimi yapmayan 35 çiftçiye anket uygulanmıştır. Raporun bu bölümünde üreticilerin profilinden ve üreticilerin organik tarım ürünü yetiştiriciliğine bakış açısından bahsedilecektir.

Ankete katılan organik tarım ürünü üreticileri ilk olarak “organik ürün” ismini ortalama 5,6 yıl önce duyduklarını ifade etmişlerdir.

Organik tarım ürünü üreticilerine “organik ürün” ismini ilk olarak nereden duydukları sorulduğunda yüzde 59’u çevresinden ve diğer üreticilerden duyduklarını ifade etmişlerdir. Yine üreticilerin yüzde 57’si de tarım il ve ilçe müdürlüklerinden duyduklarını, yüzde 22’si televizyondan duyduklarını belirtmişlerdir. Üniversitelerden, organik ürün satışı yapan market/pazardan ve radyodan duyan üretici sayısı sınırlıdır.

**Grafik 42: Anket – İlk olarak “organik ürün” ismini nereden duyduunuz? (%)**



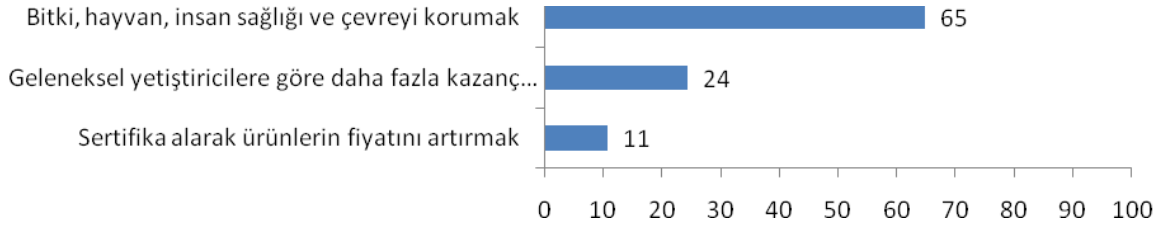
\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100’ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üretimi yapan çiftçiler ortalama olarak 4,1 yıldan beri organik tarım ürünü ürettiklerini belirtmişlerdir. Buna göre çiftçilerin “organik ürün”ü ilk duyduklarından sonra ortalama olarak 1,5 yıl sonra üretime başladıkları söylenebilir.

Organik tarım üretimi yapan çiftçilere organik ürün üretmelerindeki ana amaç sorulduğunda yüzde 65’i bitki, hayvan, insan sağlığı ve çevreyi korumak için üretim yaptıklarını belirtmişlerdir. Yine çiftçilerin yüzde 24’ü geleneksel yetiştiricilere göre daha fazla kazanç sağlamak amacıyla, yüzde 11’i de sertifika alarak ürünlerinin fiyatlarını artırmak amacıyla organik tarım yaptıklarını belirtmişlerdir.

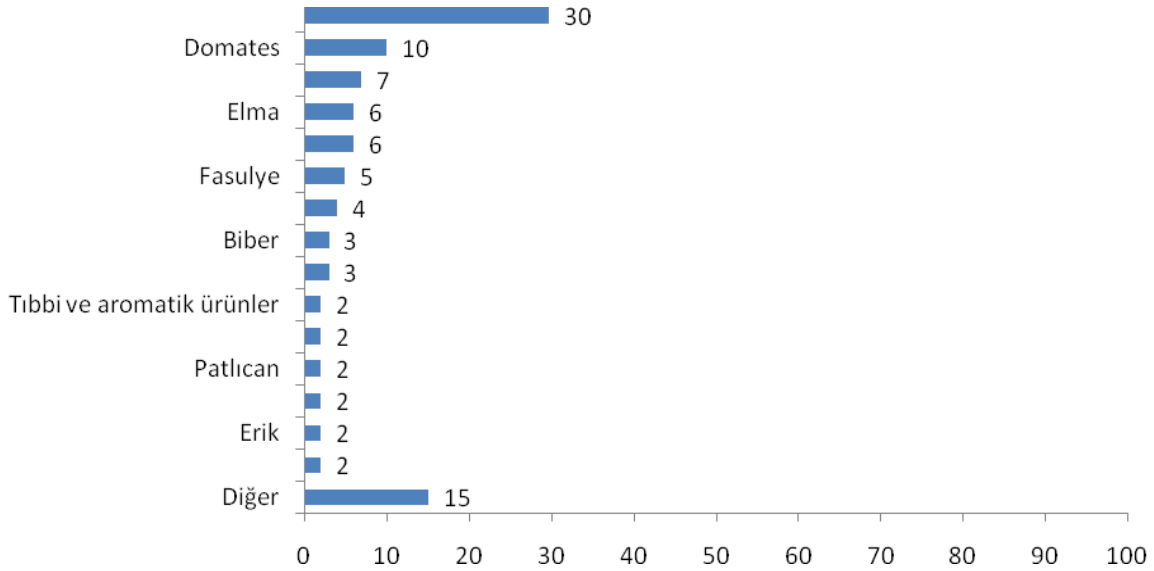
**Grafik 43: Anket – Organik ürün üretmenizin ana amacı nedir? (%)**



**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Organik tarım ürünü üretimi yapan çiftçilere en fazla ürettikleri organik tarım ürünleri sorulduğunda patates yüzde 30 ile ilk sırada yer almaktadır. Patatesi, yüzde 10 ile domates, yüzde 7 ile soğan, yüzde 6 ile elma ve buğday ve yüzde 5 ile fasulye takip etmektedir. Bu ürünleri kiraz, biber, armut, tıbbi ve aromatik ürünler, salatalık, patlıcan, kayısı, erik, çilek ve diğer ürünler izlemektedir.

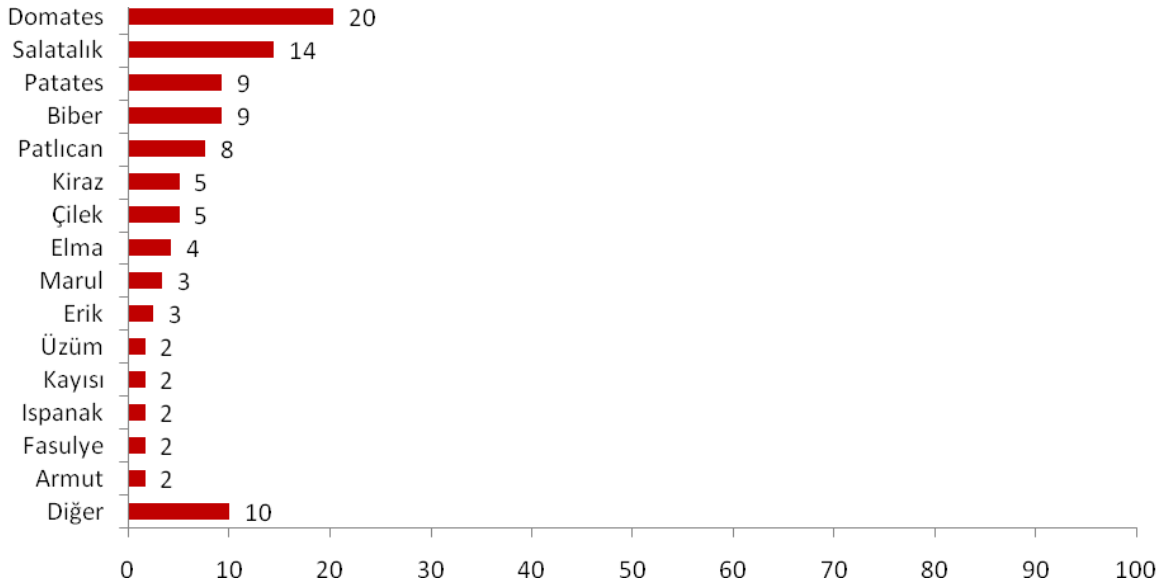
**Grafik 44: Anket – En fazla ürettiğiniz organik tarım ürünleri hangileridir? (%)**



**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Organik tarım ürünü üretimi yapmayan çiftçilere bir gün organik tarım ürünü üretmeye başlarsanız hangi ürünleri yetiştirmeyi düşünürsünüz diye sorulduğunda yine domates yüzde 20 ile ilk sırada yer almaktadır. Domatesi, yüzde 14 salatalık, yüzde 9 ile patates ve biber, yüzde 8 ile patlıcan ve yüzde 5 ile kiraz ve çilek takip etmektedir. Bu ürünleri elma, marul, erik, üzüm, kayısı, ıspanak, fasulye, armut ve diğer ürünler izlemektedir.

**Grafik 45: Anket – Bir gün organik tarım ürünü üretmeye başlarsanız hangi ürünleri yetiştirmeyi düşünürsünüz? (%)**



Kaynak: Proje Organik Olmayan Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 16'sı organik tarım ürünü üretmeye başlayınca gelirlerinin arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 32'si gelirlerinin azaldığını belirtirken, yüzde 51'i de gelirlerinin değişmediğini belirtmişlerdir.

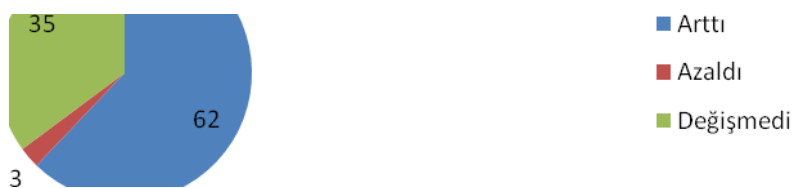
**Grafik 46: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca gelirleriniz nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 62'si organik tarım ürünü üretmeye başlayınca çalışma sürelerinin arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 3'ü çalışma sürelerinin azaldığını belirtirken, yüzde 35'i de çalışma sürelerinin değişmediğini belirtmişlerdir.

**Grafik 47: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca çalışma süreniz nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 54'ü organik tarım ürünü üretmeye başlayınca ihtiyaç duyduğu eleman sayısının arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 3'ü ihtiyaç duyduğu eleman sayısının azaldığını belirtirken, yüzde 43'ü de ihtiyaç duyduğu eleman sayısının değişmediğini belirtmişlerdir.

**Grafik 48: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca ihtiyaç duyduğunuz eleman sayısı nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 35'i organik tarım ürünü üretmeye başlayınca alet-makine ihtiyacının arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 3'ü alet-makine ihtiyacının azaldığını belirtirken, yüzde 62'si de alet-makine ihtiyacının değişmediğini belirtmişlerdir.

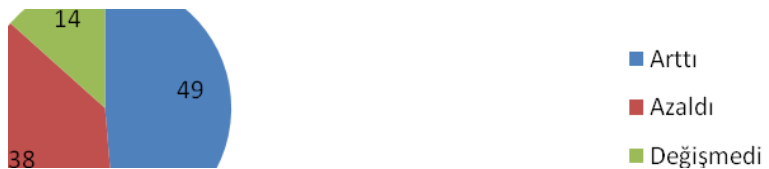
**Grafik 49: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca alet-makine ihtiyacınız nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 49'u organik tarım ürünü üretmeye başlayınca gübreleme ve ilaç girdi masraflarının arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 38'i gübreleme ve ilaç girdi masraflarının azaldığını belirtirken, yüzde 14'ü de gübreleme ve ilaç girdi masraflarının değişmediğini belirtmişlerdir.

**Grafik 50: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca gübreleme ve ilaç girdi masraflarınız nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 52'si organik tarım ürünü üretmeye başlayınca verimliliklerinin arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 24'ü verimliliklerinin azaldığını belirtirken, yüzde 24'ü de verimliliklerinin değişmediğini belirtmişlerdir.

**Grafik 51: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca verimliliğiniz nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilerin yüzde 41'i organik tarım ürünü üretmeye başlayınca ürün fiyatlarının arttığını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 35'i ürün fiyatlarının azaldığını belirtirken, yüzde 24'ü de ürün fiyatlarının değişmediğini belirtmişlerdir.

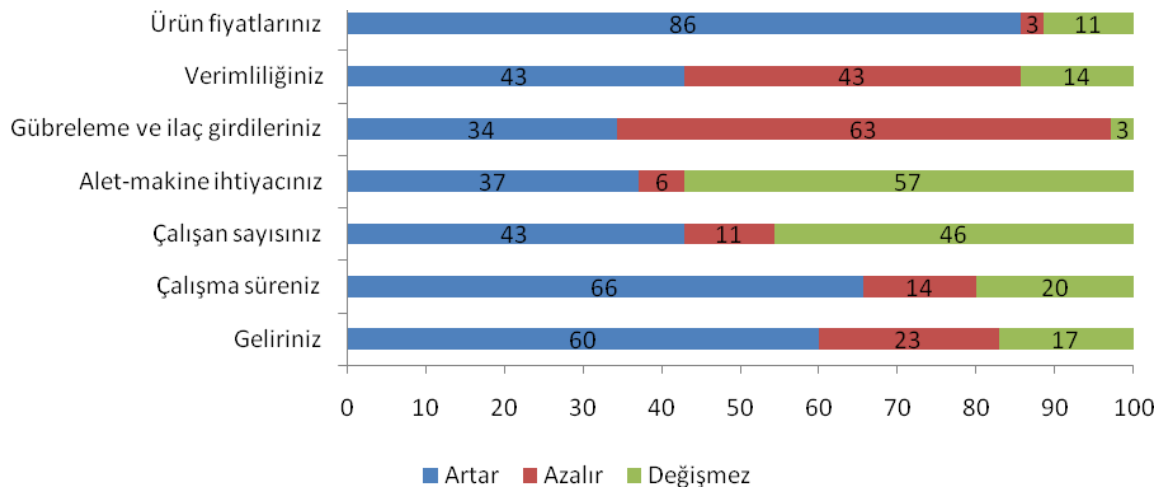
**Grafik 52: Anket – Organik tarım ürünü üretmeye başlayınca ürün fiyatları nasıl değişti? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Öte yandan organik tarım ürünü üretmeyen çiftçilerin de organik tarım ürünü üretmeleri durumunda beklentilerinin nasıl şekil alacağı gözlemlenmiştir. Buna göre organik tarım ürünü üretmeleri durumunda çiftçilerin yüzde 86'sı ürün fiyatlarının artacağını, yüzde 43'ü verimliliklerinin artacağını, yüzde 34'ü gübreleme ve ilaç girdilerinin artacağını ve yüzde 37'si de alet-makine ihtiyacının artacağını vurgulamıştır. Benzer şekilde çiftçilerin yüzde 43'ü çalışan sayısının, yüzde 66'sı çalışma sürelerinin ve yüzde 60'ı da gelirlerinin artacağını düşünmektedir. Organik tarım ürünü yapmayan çiftçiler, üretime geçmeleri durumunda mevcut durumlarının daha da iyi olacağını düşündükleri söylenebilir.

**Grafik 53: Anket – Organik tarım ürünü üretirseniz sizce ... nasıl değişir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Olmayan Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üreten çiftçilere organik tarımı ürünü üretmenin avantajları sorulduğunda yüzde 94'ü insan sağlığının korunmasını ifade etmişlerdir. Çiftçilerin yüzde 44'ü de ürün fiyatlarının yüksek olduğu için organik tarım ürünü üretmenin avantajlı olduğunu ifade etmişlerdir. Organik tarıma devlet desteği verilmesi, tarımsal faaliyet sonucunda oluşan kirliliklerin önlenmesi ve üreticilere güvenli bir çevrede çalışma ve yeterli gelir olanağı sağlanması da organik tarım üretmenin diğer avantajları olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Grafik 54: Anket – Sizce organik tarım ürünü üretmenin avantajları nelerdir? (%)**



\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım ürünü üretmeyen çiftçilere de organik tarımı ürünü üretmenin avantajları sorulmuştur. Çiftçilerin yüzde 86'sı insan sağlığının korunmasını, yüzde 74'ü de ürün fiyatlarının yüksek olmasını organik tarım üretimi yapmanın avantajı olarak görmüştür. Organik tarıma devlet desteği verilmesi, tarımsal faaliyet sonucunda oluşan kirliliklerin önlenmesi ve üreticilere güvenli bir çevrede çalışma ve yeterli gelir olanağı sağlanması da organik tarım üretmenin diğer avantajları olarak organik tarım üretimi yapmayan çiftçiler tarafından dile getirilmiştir.

**Grafik 55: Anket – Sizce organik tarım ürünü üretmenin avantajları nelerdir? (%)**

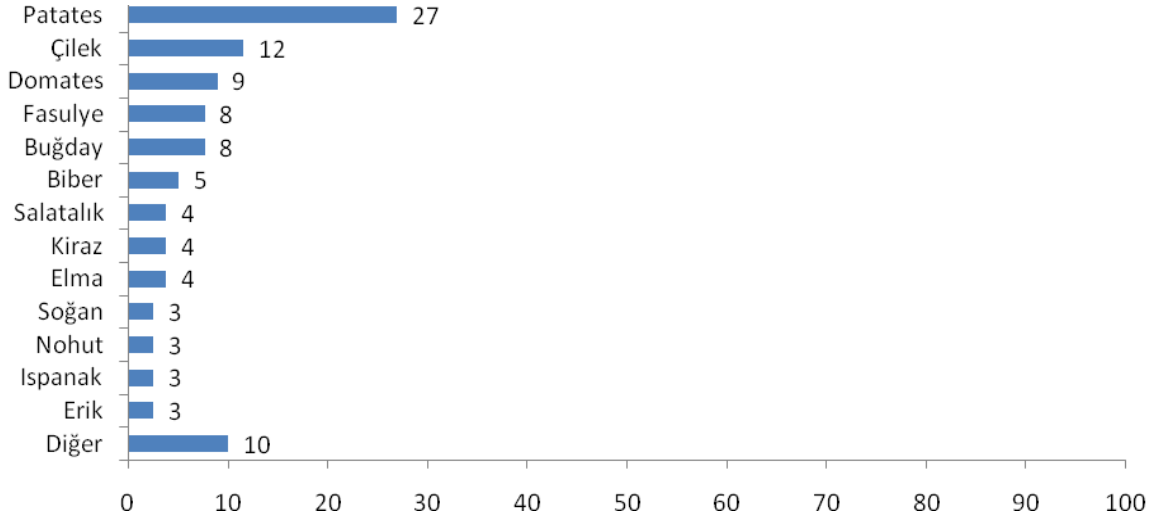


\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir. Kaynak: Proje Organik Olmayan Ürün Üretici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü üretmeyen üreticilerinin sadece yüzde 14'ü tüketici isteğine yönelik ve katma değeri yüksek olan ürünleri bildiklerin ifade etmişlerdir.

Organik tarım üretimi yapan çiftçilere göre getiri en fazla olan ürünler arasında yüzde 27 ile patates ilk sırada gelmektedir. Patatesi, yüzde 12 ile çilek, yüzde 9 ile domates, yüzde 8 ile fasulye ve buğday takip etmektedir. Bu ürünleri biber, salatalık, kiraz, elma, soğan, nohut, ıspanak, erik ve diğer ürünler izlemektedir.

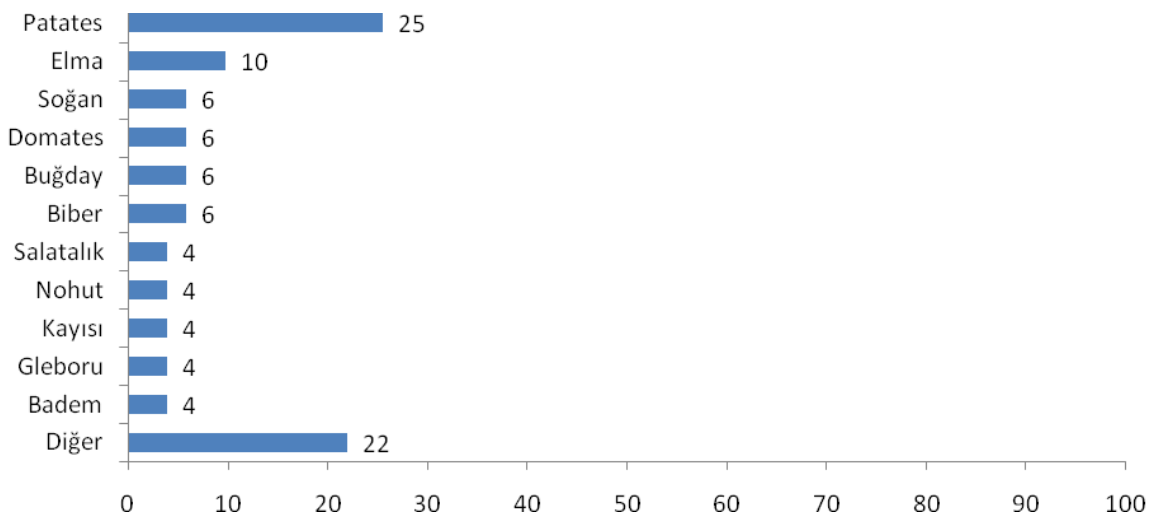
**Grafik 56: Anket – Organik tarımda getirisi en fazla olan ürünler hangileridir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım üretimi yapan çiftçilere göre getiri en az olan ürünler arasında yüzde 25 ile patates ilk sırada gelmektedir. Patatesi, yüzde 10 ile elma, yüzde 6 ile soğan, domates, buğday ve biber takip etmektedir. Bu ürünleri salatalık, nohut, kayısı, gleboru, badem ve diğer ürünler izlemektedir.

**Grafik 57: Anket – Organik tarımda getirisi en az olan ürünler hangileridir? (%)**

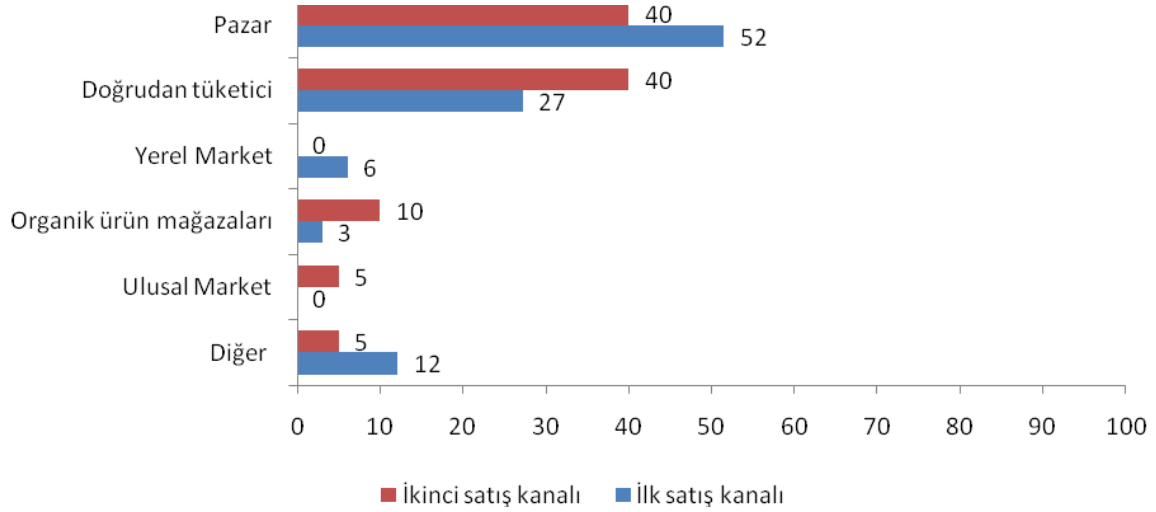


Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi



Organik tarım üretimi yapan çiftçilere ürettikleri ürünleri ilk olarak nerelere sattıkları sorulduğunda çiftçiler ilk satış kanalı olarak yüzde 52 ile pazara, yüzde 27 ile de doğrudan tüketiciye satış yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında çiftçilerin bir kısmı da toptancıya satış yapmaktadır. Çiftçiler ikinci satış kanalı olarak da yüzde 40 oranla pazara, yüzde 40 oranla da doğrudan tüketiciye satış yapmaktadırlar.

**Grafik 58: Anket – Ürettiğiniz organik ürünleri en çok nerelere satıyorsunuz? (%)**



**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Organik tarım üretimi yapan çiftçilerin yüzde 84'ü organik ürün satış yerlerinin yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Yeterli olduğunu düşünenler yüzde 14 iken, kısmen yeterli olduğunu düşünenler yüzde 3 düzeyindedir. Özellikle ürettikleri ürünleri tüketiciye ulaştırma noktasında sıkıntı çeken üreticilerin sürdürülebilir bir üretim modelini uygulayabilmeleri için organik ürün satışı yapılan yerlerin artırılması gerektiği ortadadır.

**Grafik 59: Anket – Sizce organik ürün satış yerleri yeterli mi? (%)**



**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Organik tarım üretimi yapan çiftçilerin yüzde 89'u da organik ürün tanıtımının yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Yeterli olduğunu düşünenler yüzde 3 iken, kısmen yeterli olduğunu düşünenler yüzde 8 düzeyindedir. Hem üreticiler hem de tüketiciler gözünde organik tarım ürünlerinin tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

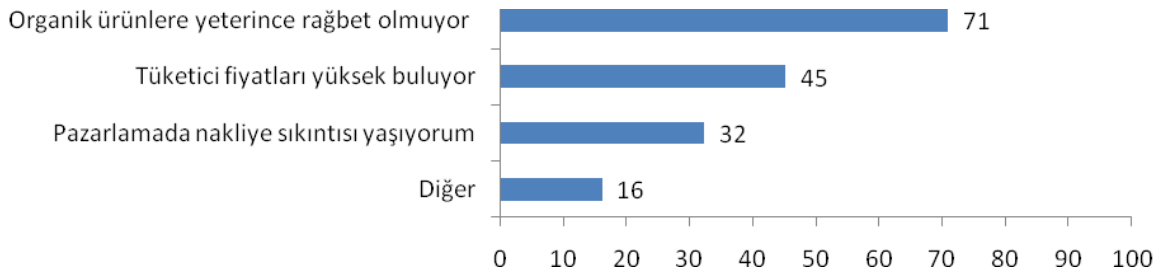
**Grafik 60: Anket – Organik ürünlerin tanıtımı sizce yeterli mi? (%)**



**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Ankete katılan organik tarım ürünü üreticilerinin yüzde 86'sı ürettikleri organik ürünleri pazarlarken sıkıntı yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Yaşanan pazarlama sıkıntılarının başında organik ürünlere yeterince rağbet olmaması gelmektedir. Ayrıca tüketicinin fiyatları yüksek bulması ve pazarlamada nakliye sıkıntısı yaşanması organik ürünlerin pazarlanması konusunda ortaya çıkan diğer önemli nedenlerdir.

**Grafik 61: Anket – Organik üretimde pazarlama konusunda ne gibi sıkıntılar yaşıyorsunuz? (%)**



\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

**Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi**

Ankete katılan organik tarım ürünü üreticilerinin sadece yüzde 8'i ürettikleri organik tarım ürünlerini ihraç ettiklerini belirtmişlerdir. Tarım ürünlerindeki ihracat potansiyeli göz önüne alındığında organik ürünlerin ihracatının daha da artabileceği açıktır. Bundan dolayı organik tarım ürünü ihracatçı sayısının daha da artacağı beklenmektedir.

Organik tarım üreticilerine eksik kaldıkları yönler de sorulmuştur. Buna göre çiftçilerin yüzde 46'sı devlet tarafından organik tarıma verilen teşvikleri bilmediklerini ifade etmiştir. Çiftçilerin yüzde 81'i rekabet ortamını iyi tanımadığını ve pazar potansiyeline yeterince hakim olmadığını belirtmiştir. Üreticilerin yüzde 76'sı ürün yetiştirirken satış ve pazarlama tahminlerini yapamadıklarını söylemişlerdir. Çiftçilerin yüzde 54'ü kapasite kullanımı sınırlı kaldığı için alternatif ürün geliştiremediğini yüzde 68'i de tüketici isteğine yönelik ve katma değeri yüksek olan ürünleri bilmediklerini ifade etmişlerdir. Tüm bu sonuçlara bakıldığında organik tarım üreticilerine üretim, teşvik, pazarlama, dağıtım ve satış konularında destek sağlanması gerektiği ortadadır.

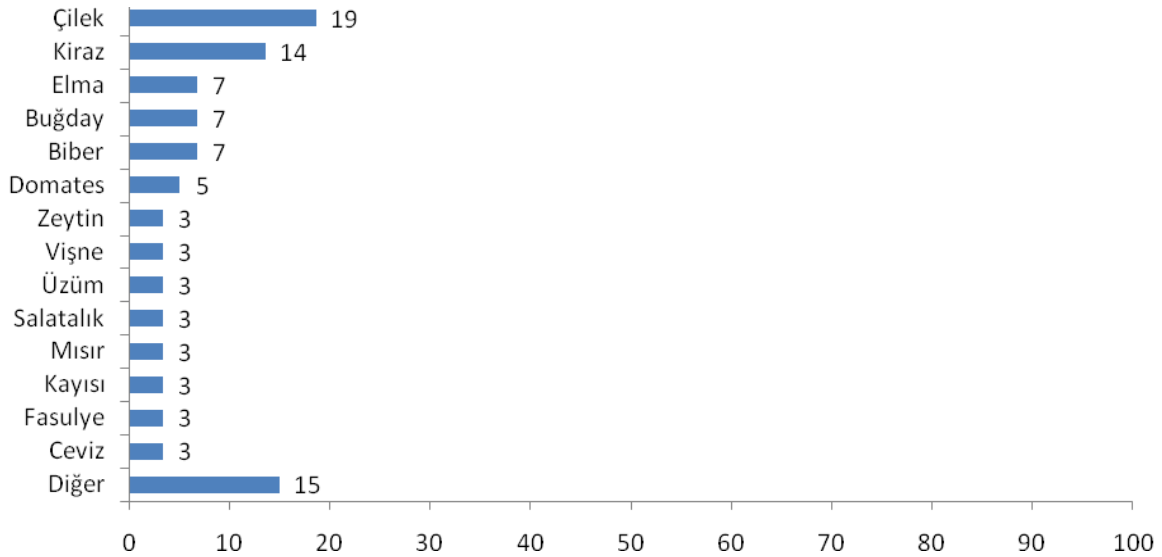
**Grafik 62: Anket – Organik üretimde üretici olarak eksik kaldığınız yönler nelerdir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım üretimi yapan çiftçilerin üretmek isteyip de üretmedikleri ürünlerin başında yüzde 19 ile çilek, yüzde 14 ile de kiraz gelmektedir. Bu ürünleri yüzde 7 ile elma, buğday, biber ve yüzde 5 ile domates izlemektedir. Zeytin, vişne, üzüm, salatalık, mısır, kayısı, fasulye, ceviz ve diğer ürünler de çiftçilerin üretmek isteyip de üretmedikleri ürünler olarak sıralanmaktadır. Bu ürünler konusunda çiftçilere destek sağlanarak çiftçilerin bu ürünleri de üretebilmesinin önü açılmasında fayda vardır.

**Grafik 63: Anket – Organik tarımda üretmek isteyip ama üretmediğiniz ürünler hangileridir? (%)**



Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Ankete katılan organik tarım ürünü üretmeyen üreticilerinin yüzde 57'si devlet tarafından organik tarım üretimine verilen teşvikleri bilmediklerini ifade etmişlerdir. Bundan dolayı devlet tarafından verilen teşvikleri il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlerince çiftçilere etkili bir şekilde ulaştırılması gerekmektedir.

Organik tarım üreticileri devletten en çok organik tohum, fide ve fidanı temininde destek istemektedirler. Bunun yanında organik tarım konusunda bilgi verilmesini, organik tarımda hastalık ve zararlılarla mücadele masraflarında destek sağlanmasını talep etmektedirler. Ek olarak organik tarım sertifikası veren kuruluşlara yapacağı ödemenin devlet tarafından karşılanmasını ve sözleşmeli üretimin sağlanmasını talep etmektedirler.

**Grafik 64: Anket – Organik tarım üretiminde devletten beklentileriniz nedir? (%)**

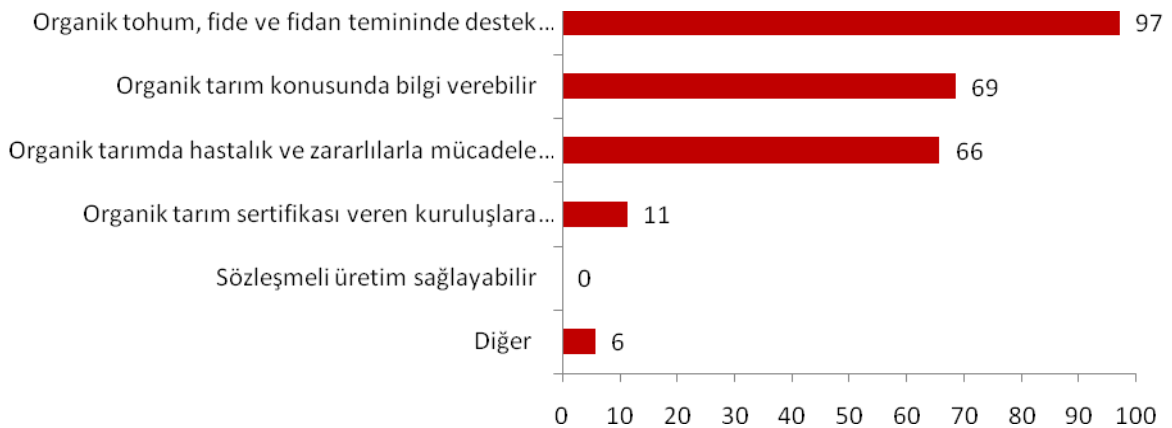


\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım üretimi yapan çiftçiler ise devletten en çok organik tohum, fide ve fidanı temininde destek talep etmektedirler. Buna ek olarak organik tarım konusunda bilgi, organik tarımda hastalık ve zararlılarla mücadele masraflarında destek ve organik tarım sertifikası veren kuruluşlara yapacağı ödemenin devlet tarafından yapılmasını talep etmektedirler.

**Grafik 65: Anket – Organik tarım üretiminde devlet neler yapabilir? (%)**



\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir. Kaynak: Proje Organik Olmayan Ürün Üretici Anketi

Organik tarım üreticileri organik tarım üretimini artırmak için bir takım öneriler de getirmişlerdir. Bu önerilerin başında satış kanallarının artırılması ve üreticilere; üretim, girdi ve pazarlama ile ilgili bilgi verilmesi gelmektedir. Bunlara ek olarak örnek çiftçilerin üretim alanlarının gezilmesi, üretim sezonu boyunca girdi desteği verilmesi ve organik tarım üreticileri ile iletişime geçilmesini öneri olarak sunmuşlardır.

**Grafik 66: Anket – Organik tarımı ürünleri üretimini artırmak sizce nasıl sağlanabilir? (%)**



\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir.

Kaynak: Proje Organik Ürün Üretici Anketi

Organik tarım üretmeyenler de organik tarım üretimini artırmak için bir takım önerilerde bulunmuşlardır. Bu önerilerin başında üreticilere; üretim, girdi ve pazarlama ile ilgili bilgi verilmesi ve satış kanallarının artırılması gelmektedir. Bunlara ek olarak üretim sezonu boyunca girdi desteği verilmesini, organik tarım üreticileri ile iletişime geçilmesini ve örnek çiftçilerin üretim alanlarının gezilmesini öneri olarak sunmuşlardır.

**Grafik 67: Anket – Organik tarımı ürünleri üretimini artırmak sizce nasıl sağlanabilir? (%)**



\*Birden fazla cevap verilebildiği için toplam %100'ü geçebilmektedir. Kaynak: Proje Organik Olmayan Ürün Üretici Anketi

Anket sonucunda organik tarım ürünü üreticilerinin girdi maliyetlerinin ve çıktı değerlerinin nasıl değiştiğini ve organik olmayan tarım ürünü üreticilerinin neden organik tarım ürünü üretmedikleri ortaya konulmuştur.

Organik tarım ürünü üreticileri organik ürün kavramını ilk olarak diğer üreticilerden ve il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerinden duymuşlardır. Organik tarım ürünü üretiminde il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerinin üreticiyi teşvik etmesi son derece önemlidir. Burada il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerine önemli iş düşmektedir. Tüketiciler eğitilirken organik tarım

uygulamalarının her aşamasına özen gösterilmelidir. Özellikle geçiş sürecindeki üreticilere yoğun destek olunmalıdır. 2011 yılındaki organik tarım üretici sayısı 2010 yılına göre düşmüş, 2012 yılındaki üretici sayısı ise 2011 yılına göre artmasına rağmen, 2010 yılındaki üreticisi sayısının altında kalmıştır. Sürdürülebilir bir organik tarım uygulaması için üreticilere üretim, pazarlama, satış ve dağıtım kanallarının her birinde destek olunması şarttır.

Üreticilerin büyük çoğunluğunun, organik tarım üretimi yapmaya başladıktan sonra çalışma süreleri, ihtiyaç duyduğu eleman sayıları, gübre ve ilaç girdi masrafları, verimlilikleri ve ürün fiyatları artmıştır. Gelirleri ve alet-makine ihtiyaçları ise değişmemiş. Buna göre üreticilerin büyük çoğunluğunun organik tarım üretmeye başladıktan girdi maliyetlerinin arttığı görülüyor. Bunun yanında verimliliklerinin ve ürün fiyatlarının artması da üreticiler açısından olumlu gelişmelerdir. Ancak öte yandan üreticiler gelirlerinin değişmediği ifade etmişlerdir. Üreticilerin gelirlerinin değişmemesi sürdürülebilir organik tarım uygulamalarına engel olabilecek bir durumdur. Bunun için üreticilerin sürecin her anında teşvik edilmesi çok önem taşımaktadır. Üretim sürecinde il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüğünün denetim ve kontrolleri de hayati önem taşımaktadır.

Organik tarım üretimi yapmayan üreticilerin büyük çoğunluğu ise organik tarım üretimi yaparlarsa ürün fiyatlarının, verimliliklerinin, çalışma sürelerinin ve gelirlerinin artacağını, gübre ve ilaç girdi masraflarının azalacağını, alet-makine ihtiyaçlarının ve çalışan sayılarının değişmeyeceğini tahmin etmektedirler. Organik tarım uygulama sürecine henüz katılmayan çiftçilerin de sürece katılması sürdürülebilir üretimin sağlanması açısından büyük bir fırsattır. Ancak burada çiftçilerin sürece sağlıklı bir şekilde katılması ve süreçte devam etmeleri için il ve ilçe gıda, tarım ve hayvancılık müdürlüklerine büyük görev düşmektedir.

Üreticilerin yarısından fazlası ilk satış kanalı olarak ürünlerini pazarda satışa sunmaktadır. Pazardan sonra ise doğrudan tüketicilere ve toptancılara satış yapmaktadırlar. İkinci üretim kanalı olarak ise en fazla pazarlara ve doğrudan tüketicilere satış yapmaktadırlar. Üreticilerin çok az bir kısmı ürünlerini ulusal ve yerel marketlere satmaktadır. Tüketicilerin büyük çoğunluğu organik ürünleri her yerde bulamadıklarını belirttiklerine göre üreticilerin ürünlerini daha çok satış ve dağıtım kanalı ile tüketicilere sunmaları gerekmektedir. Üreticilerin büyük çoğunluğu da organik ürün satış yerlerinin yeterli olmadığı görüşündedir. Benzer şekilde organik ürün tanımının yetersiz olduğunu ifade etmektedirler. Organik tarım uygulamalarının gelişmesi için organik ürünlerin tüketicilere etkin bir şekilde ulaştırılması şarttır. Bunun için de etkili organik ürün tanıtımına gerek vardır.

Organik ürün üreticileri pazarlama konusunda da ciddi sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bundan dolayı üreticiler arasında zarar edip, organik tarım üretiminden vazgeçenler de bulunmaktadır. Üreticinin ürettiği ürünü satarken sıkıntı yaşaması, sürdürülebilir üretim açısından en büyük tehdittir.

Üreticilerin, organik tarım üretiminde eksik kaldığı yönler de bulunmaktadır. Özellikle devlet tarafından verilen teşviklerden yararlanma, rekabet ortamı, pazar potansiyeli, kapasite kullanımı ve katma değeri yüksek ürünleri üretme konularında eksiklikleri bulunmaktadır.

Organik tarım üreticileri ve diğer üreticiler organik tarım uygulamalarının geliştirilmesi için devlet tarafından verilen teşvik ve desteklerin artırılmasını talep etmektedirler. Gerek üretim sürecinde, gerekse pazarlama ve satış sürecinde kendilerine destek olunmasını beklemektedirler. Organik tarımın gelişmesi için özel sektörün sözleşmeli üretim uygulamalarının da artırılmasında fayda vardır.

### 3.3.4. Paydaşlar Açısından Organik Tarım<sup>9</sup>

Konya'nın Meram ilçesi "Organik Tarım Mevcut Durum Analizi ve Strateji Modellenmesi" projesi çerçevesinde konu ile ilgili Meram ilçesinde organik tarımın uygulanması, gelişmesi ve organik ürünlerin üretiminin ve tüketiminin arttırılması hususunda bazı kamu kurumları ve özel kuruluşlarla görüşmelerde bulunup bu kurumların fikirleri, görüşleri ve önerileri alınmıştır.

Görüşmelerde organik tarım uygulamalarının yaygınlaşmasının ülkemiz ve Konya için önemine değinilmiştir. Dünyada organik tarım uygulamaları her geçen gün hızla ilerlerken Türkiye ve Konya olarak bunun gerisinde kalamayacağımız vurgulanmıştır. Bir tarım şehri olan Konya'nın organik tarım konusunda da etkin olması gerekmektedir. Organik tarımın gelişmesi için bu zamana kadar devlet tarafından tohum, fide ve fidan desteğinde bulunulmuştur. Konya Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü İl Müdürlüğü tarafından üreticilere organik tarım uygulamaları anlatılmış ve üreticiler eğitilmiştir. Bireysel sertifikalı sözleşme yaptırılarak üretici teşviki çalışması yürütülmektedir. Ziraat Odası ve Konya Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ortak bir çalışma yapmakta ve üreticinin sertifikasyon kuruluşuna ödeyeceği ücreti karşılamaktadır. Konya Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü tarafından üreticiler patates gibi pazarlamada sıkıntı yaşanan ürünlerin yerine çilek, stevia (şeker otu), biberiye, melisa gibi alternatif ürün ekimlerine yönlendirilmişlerdir. Buna ek olarak organik hayvancılık projesine başlanmıştır.

Meram Belediyesi tarafından Meram ilçesinde organik pazar kurulması ile üreticilere pazar olanağı sağlanmıştır. Belediye tarafından satıcılardan pazar yeri ücreti alınmamakla birlikte satıcılara tezgâh ve sepet desteği de verilmektedir.

Kurum ve kuruluşlar ile yapılan görüşmelerde organik tarımın gelişmesi ve tüketiminin artması için yapılması gereken konular da paydaşlar tarafından dile getirilmiştir. Organik tarım uygulamaları Konyalı üreticiler için yeni bir üretim şekli olduğu için üreticilerin maddi kazanç anlamında kuşkuvarının olduğu belirtilmiştir. Üreticilerin organik tarımdan kazançları arttıkça bu alana yöneleceği ifade edilmiştir. Bu konuda üreticilere prim desteklerinin yanında sertifika destekleri ile pazar ve pazarlama desteklerinin verilmesinin üretici açısından yararlı olacağı belirtilmiştir. Meyve-sebze borsasının kurulması ile üretici birlikleri ve ziraat odalarının etkinliğinin artmasının üreticinin yaşadığı sorunlara çözüm üretebileceği vurgulanmıştır. Ürün çeşitliliği ile birlikte üretim planlanmasının yapılması, ihraç ürünlerine ağırlık verilmesi organik tarımın gelişmesine faydalığı olacağı dile getirilmiştir. Organik ürünlerde markalaşmaya gidilmesinin önemi belirtilmiştir. Meram ilçesinde kurulacak bir organik lojistik merkezinin bölge için faydalı olacağı tahmin edilmektedir.

Tarım arazilerinin küçük, parçalı ve düzensiz oluşu, organik hammadde yetersizliği, işleme ve paketleme tesislerinin eksikliği organik tarım uygulamaları için görülen olumsuzluklar olsa da bölgesel temsilcilikler ile bu sorunların çözüme kavuşturulabileceği ifade edilmiştir. Kurutma teknikleri ve dondurulmuş organik gıdaların satışı ile organik ürünlerin satışının artabileceği belirtilmiştir. Organik tarıma geçiş sürelerinin kısaltılması ile üreticilerin geçiş sürecinde yaşadıkları sıkıntıların

<sup>9</sup> Proje kapsamında proje ekibini kabul ederek konu ile ilgili fikirlerini, görüşlerini ve önerilerini sunan ve önsöz kısmında ayrıca bahsedilen tüm kurum yöneticilerimize ve kuruluş yetkililerimize katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

giderilebileceği düşünölmektedir. Organik tohum ve gübre üretimine ağırlık verilmesinin organik üreticilerinin girdi masraflarını azaltabileceği vurgulanmıştır. Kaliteli hayvan ırklarının beslenmesi ile organik süt üretiminin ve süt evi tarzı satış yerleri ile tüketiciye doğrudan organik süt satışının yapılabileceği ifade edilmiştir.

Organik ürün tüketiminin artması için tüketicilerin bilinçlendirilmesi tüm kurumların ortak görüşü olarak ortaya konmuştur. Tüketicilere organik ürünün tarladan sofraya kadar olan süreçte kontrol edildiğini ve sertifikalı bir ürün olduğunun etkin bir şekilde anlatılması gerektiği belirtilmiştir.

Doğal köy ürünleri ile organik ürünlerin karıştırılmasının tüketicide organik ürüne karşı bir güvensizlik yarattığı ifade edilmiştir. Semt pazarlarının denetiminin arttırılmasının ve organik ürün olmayan ürünlerin organik ürün olarak satışını yapanların cezalandırılmasının organik ürünlere güveni arttıracadı vurgulanmıştır.

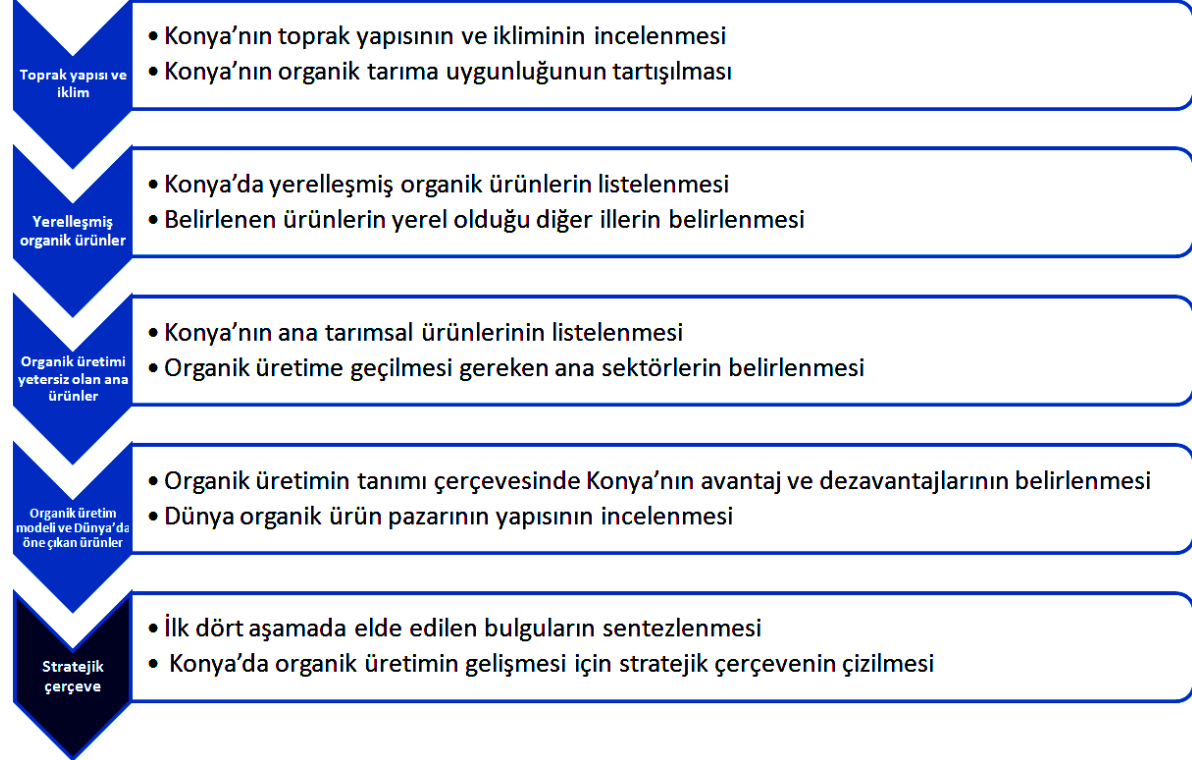
Organik ürün tanıtım grupları ile yazılı ve görsel medyada organik ürün tanıtımının organik ürünlerin bilinirliğine büyük katkı yapacadı vurgulanmıştır. Organik ürünlerin fiyatlarının yüksek olmasının tüketicileri organik ürünlerden uzak tutan bir etken olduğunun farkında olduğunu fakat bu sorunun organik ürünlerdeki verimin artması ve toplumsal refah düzeyinin yükselmesi ile çözüleceğini belirtmişlerdir. Organik ürün tüketiminin sağlık açısından yararlı olacadı bunun da sağlıklı yaşam alanları oluşturmada etkili olacadı belirtilmiştir. İlkokuldan üniversiteye, çeşitli yaş gruplarına organik ürün eğitimlerinin verilmesi ve organik ürünler haftası gibi çeşitli toplumsal etkinliklerin yapılmasının toplumun bilinçlenmesi açısından yararlı olacadı belirtilmiştir.



## 4. KONYA'YA VE MERAM'A UYGUN ORGANİK TARIM STRATEJİLERİNİN TASARIMI

Raporun bu bölümünde Konya'da organik tarımın gelişmesi için bir stratejik çerçeve çizilmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçeveyi çizerken hem bir tarım bölgesi olarak Konya'ya, hem genel olarak organik tarım sistemine hem de organik tarım ürünlerine olan küresel talebe farklı açılardan yaklaşılmaktadır. Stratejik çerçevenin çizilmesi süreci Şekil 1'de özetlenmektedir. Şekil 1'de yer alan konular fazla detaya inmeden, bu raporun kapsamı için gerektiği miktarda ele alınmaktadır.

**Şekil 1: Konya için organik tarım stratejilerinin belirlenmesi süreci**



### 4.1. Konya'nın Toprak ve İklim Yapısı

Karasal iklimin etkili olduğu Konya, Türkiye'nin en az yağış alan bölgesidir. Bölgenin aldığı yağışların büyük kısmı, ilkbahar mevsimindeki konveksiyonel yağışlardır. Yaz mevsiminde bölgeye tropikal hava kütlelerinin hakim olması neticesinde, yaz mevsimi sıcak ve kurak geçmektedir. Sonbaharda Balkanlar üzerinden, kış mevsiminde ise kuzeyden gelen hava kütleleri yağış getirmektedir. Özellikle kış mevsimi Konya ve çevresinde soğuk ve kar yağışlı geçmektedir. Ancak, geniş bir coğrafyaya sahip olan Konya'nın alt bölgeleri iklim açısından farklılık arz etmektedir. Seydişehir'deki yıllık ortalama yağış miktarı (758,8 mm) Karapınar'a yağın miktarın (287 mm) neredeyse 3 katıdır.<sup>10</sup>

İklim ve topografya farklılıkları nedeniyle Konya'da çeşitli toprak grupları bulunmaktadır. Bölgenin büyük kısmında tarım yapılmakla birlikte tarımsal faaliyetlerin büyük bir kısmı kolüvyal ve alüvyal topraklarda gerçekleştirilmektedir. Toprak yapısı ile ilgili esas sorun, doğal ve üretici bilinçsizliğinden kaynaklı bazı nedenlerden ötürü toprağın verimsizleşmesidir. Erozyon, sulama yetersizliği ve yanlış

<sup>10</sup> Bozyiğit, R. ve Ş. Güngör (2011). "Konya Ovasının Toprakları ve Sorunları". Marmara Coğrafya Dergisi, Sayı: 24, s. 169-200.

sulama, drenaj bozukluğu, tuzluluk gibi doğal nedenler ile doğal bitki örtüsünün tahribi, yanlış arazi kullanımı ve toprak kirliliği gibi üretici kaynaklı sorunlar başlıca toprak sorunları olarak sıralanabilir.

Farklı iklimlere sahip alt bölgeleri ve toprak yapısındaki çeşitliliği nedeniyle Konya tarımsal üretime uygun bir bölgedir. Ancak, toprak yapısındaki sorunların ve sulama probleminin aşılması gerekmektedir. Konya Ovası Projesi, Konya'nın ihtiyaç duyduğu Konya'nın ihtiyaç duyduğu sulama imkânlarının geliştirilmesi ve tüm bölgede doğru tarımsal üretim planlanmasının sağlanması için önemli bir adımdır. Erozyonu önlemek ve üretici kaynaklı sorunları aşmak içinse üreticilerin eğitimi ve doğru tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

Mevcut sorunlar aşıldığı takdirde, oldukça geniş tarımsal alana sahip Konya'da hem geleneksel hem de organik tarım uygulamalarından daha fazla verim alınabilecektir. Öte yandan, tarımsal alanın fazlalığı, diğer illere nazaran Konya'yı organik tarım için daha uygun bir bölge kılmaktadır. Civar tarlalarda kimyasal madde kullanılmaması organik tarım esasları arasında yer aldığından, geniş tarımsal alan Konya için bir avantaj olarak düşünülebilir.

## 4.2. Konya'da Yerleşmiş Organik Ürünler

Strateji belirleme sürecindeki temel ihtiyaçlardan biri, ilde hangi ürünlerin öne çıktığını bilmektir. Üretim miktarlarına bakarak ilde hangi ürünlerin önem taşıdığı belirlenebilir. Ancak, bu tarz yaklaşımlar görelilik faktörünü göz ardı ettiği için pek tercih edilmemektedir. Rekabet gücü literatüründe bu tarz yaklaşım hatalarından kaçınmak için mukayeseli değişkenler kullanılmaktadır. Bir bölgenin bir sektördeki rekabet gücünü ölçmek için ticaret verisi kullanılarak hesaplanan "Revealed Comparative Advantage (RCA/Açığa Vurulmuş Mukayeseli Üstünlük)"<sup>11</sup> ile istihdam verisi kullanılarak hesaplanan "Location Quotient (LQ/Yerellik Katsayısı)"<sup>12</sup> bu tarz değişkenlerdir. Bu raporda, illerin organik tarım ürünlerindeki yerleşme düzeylerini ölçmek için RCA ve LQ benzeri bir gösterge geliştirilmiştir. İllerin her sektördeki ton cinsinden üretim değerleri kullanılarak, bir ilin diğer illerle mukayese edildiğinde organik ürünlerdeki yerellik düzeyini ölçen bu değişkene "Yerleşme Katsayısı (YK)" diyeceğiz.

'i ilinin k ürünündeki ton cinsinden üretimini,

i ilinin toplam organik tarım üretimini,

k ürününde Türkiye'deki toplam üretimi ve Türkiye'deki toplam organik tarım üretimini göstermek üzere i ilinin k ürünündeki Yerleşme Katsayısı,  $YK_{ik}$ , aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$YK_{ik} = \frac{\dot{U}_{ik} / \dot{U}_i}{\dot{U}_{Tk} / \dot{U}_T}$$

<sup>11</sup> Balassa, B. (1965). "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage". The Manchester School of Economic and Social Studies, 1965, Vol. 119, 93-123.

<sup>12</sup> Haig, R. M. (1926). "Towards an Understanding of Metropolis". Quarterly Journal of Economics, 40:1, 402-34.

Tek yıllık üretim verileri bir ilin üretim desenini sergilemede yetersiz kalabilir. Nadasa bırakma, üretici davranışındaki değişiklikler gibi nedenlerle üretim deseninde yıllık farklılıklar gözlenebilmektedir. Yerleşme Katsayısı ilin üretim desenini temel aldığından, üretim desenindeki hataları en aza indirmek için tek yıllık veri ile çalışmak yerine 2010, 2011 ve 2012 yıllarının toplamı ile hesap yapılmıştır.

Bir il için bir ürünün YK değerinin 1'den büyük olması, söz konusu ürünün ilin toplam organik tarım üretiminden aldığı payın, ülkenin toplam organik üretiminden aldığı paydan büyük olduğu anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle bu ürün, söz konusu il için geleneksel, yerleşmiş bir ürün olarak kabul edilebilir.

Tablo 5'te Konya'nın yerleşmiş organik ürünleri listelenmektedir. Tablonun en sağında yer alan sütunda ise, Konya'nın yerleşmiş ürünlerinin yine yerel olduğu diğer iller sunulmaktadır.

**Tablo 5: Konya'nın yerleşmiş organik tarım ürünleri, 2012**

Ürün	Yerleşme Katsayısı	Ürünün Yerleşme Katsayısı'nın 1'den Büyük Olduğu Diğer İller
Çemen	63,92	
Kiraz(Fidan)	63,92	
Havuç	48,03	Afyon, Balıkesir, Burdur, Manisa, Tokat, Ankara, Kırıkkale, Kırklareli, Nevşehir, Niğde
Çörekotu	35,29	Afyon, Antalya, Eskişehir, İzmir
Vişne	33,56	Afyon, Bursa, Kütahya, Niğde
Çilek	29,78	Bursa, İstanbul, Kırıkkale, Nevşehir, Yalova
Patates	21,08	Afyon, Amasya, Ankara, Bolu, Burdur, Bursa, Elazığ, Eskişehir, Hatay, İzmir, Kayseri, Kırıkkale, Kocaeli, Nevşehir, Tunceli, Zonguldak
Kimyon	21,03	Afyon, Eskişehir, Manisa, Şanlıurfa
Kiraz	14,58	Afyon, Amasya, Bilecik, Burdur, Bursa, Düzce, Eskişehir, Gaziantep, Isparta, İstanbul, İzmir, Karaman, Kayseri, Kırklareli, Kütahya, Nevşehir, Tekirdağ, Yalova
Girebolu	8,60	Ankara, Nevşehir
Anason	6,83	Afyon, Burdur, Denizli
Keten	4,25	Afyon, Manisa
Muşmula	4,13	Afyon, Ankara, Antalya, Bursa, Düzce, İstanbul, Kastamonu, Samsun, Tokat, Yalova, Zonguldak
Şalgam(Yem)	2,90	Bursa, Manisa
Haşhaş	2,77	Afyon, Balıkesir, Burdur, Manisa, Tokat
Fasulye	2,63	Afyon, Amasya, Ankara, Artvin, Bilecik, Bursa, Erzincan, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kırıkkale, Kırklareli, Kocaeli, Malatya, Mersin, Muğla, Nevşehir, Sakarya, Samsun, Tokat, Tunceli, Yalova, Zonguldak
Erik	2,58	Afyon, Bursa, Erzurum, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Manisa, Nevşehir, Yalova
Sarımsak	2,37	Afyon, Bursa, Eskişehir, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kocaeli, Manisa, Nevşehir, Tokat, Yalova
Ayçiçeği	1,51	Ağrı, Ankara, Eskişehir, Gümüşhane, İzmir, Kırklareli, Kocaeli, Şanlıurfa, Tokat
Armut	1,47	Afyon, Amasya, Artvin, Bursa, Erzurum, Isparta, İzmir, Nevşehir, Niğde, Yalova
Soğan	1,45	Adana, Amasya, Ankara, Bolu, Bursa, Elazığ, Eskişehir, Hatay, Kırıkkale, Kocaeli, Nevşehir, Yalova
Pancar	1,42	Afyon, Ankara, Antalya, Burdur, Bursa, Çanakkale, Erzincan, Erzurum, Eskişehir, Kırıkkale, Yalova, Zonguldak
Ceviz	1,30	Adıyaman, Amasya, Artvin, Bursa, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Mersin, Sinop, Tokat, Van, Yalova
Yer kirazı	1,07	Adana, Kocaeli

Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

### 4.3. Konya'da Organik Üretimi Yetersiz Ana Ürünler

Büyük bir kısmında tarım yapılabilen Konya'da egemen iklim, yetiştirilen ürün sayısını kısıtlamaktadır. Fakat bu iklimin ürünlerdeki aroma ve kaliteye de olumlu katkısı olduğu da bilinen bir gerçektir. Konya da mevcut bitki çeşitliliği; yetiştirilen ana ürün buğday olmakla birlikte ilde arpa, ayçiçeği, bakla, fasulye, karpuz, kavun, kenevir, keten, mercimek, mısır, nohut, patates, soğan ve şekerpancarı gibi kültür bitkileri, biber, domates, lahana ve patlıcan gibi sebzeler ile armut, elma, çilek, kayısı, kiraz, vişne ve üzüm gibi meyveler de yaygın olarak yetiştirilmektedir. (Bozyiğit ve Güngör, 2011)

**Tablo 6: Konya'da ekim yapılan toplam alandan aldığı pay yüzde 1'den büyük olan ürünler, 2010-2012 toplamı**

Ürün	Ekilen alan (bin dekar)	Pay (%)
Buğday (Diğer)	14530	26.77
Arpa (Diğer)	7226	13.31
Buğday (Durum)	5568	10.26
Kiraz	3328	6.13
Elma (Diğer)	2768	5.10
Şekerpancarı	2132	3.93
Elma (Starking)	2066	3.81
Elma (Golden)	2020	3.72
Vişne	1808	3.33
Arpa (Biralık)	1189	2.19
Ayçiçeği (Yağlık)	1163	2.14
Mısır (Dane)	768	1.42
Nohut	647	1.19
Şeftali (Diğer)	608	1.12
Yonca (Yeşil Ot)	601	1.11
Armut	590	1.09
Kayısı	576	1.06

Kaynak: TÜİK Bitkisel Üretim İstatistikleri

Tablo 6, 2010-2012 döneminde Konya'da ekim yapılan toplam alan içindeki payı yüzde 1'den büyük olan ürünleri göstermektedir. Tablodan görüleceği üzere Konya'daki tarımsal alanın yüzde 52,5'ine buğday ve arpa ekilmektedir. Tarımsal alanın yarısından fazlasında üretimi yapılan bu iki ürünün öne çıkan organik ürünler arasında yer almaması dikkat çekicidir. Bu iki ürünün dünya organik ürün pazarında en öne çıkan ürünler olduğu düşünüldüğünde Konya'nın organik üretimini arttırması için büyük bir avantaja sahip olduğu, ama bu avantajı kullanamadığı sonucuna varılmaktadır. Buğday ve arpa üretiminde organik uygulamaların teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması stratejik öncelikler arasında yer almalıdır.

#### 4.4. Organik Üretim ve Dünyada Öne Çıkan Organik Ürünler

Konya'nın yüzölçümünün büyüklüğü, tarıma uygun alanın çokluğu ve coğrafi yapısı, ilin organik tarıma uygunluğunu arttırmaktadır. Özellikle dağ köylerinin varlığı Konya için bir avantajdır. Nitekim hâlihazırda 71 köyde yürütülen organik tarım faaliyetlerinde iyi sonuçlar alınmıştır. 466 köyün yer alacağı Konya Organik Tarım Havzası ise üretim ve pazarlama kanallarının sağlam olacağı bir değer zinciri tesis edilebilirse hem Konya'ya hem de Türkiye'ye büyük katma değer yaratacaktır.

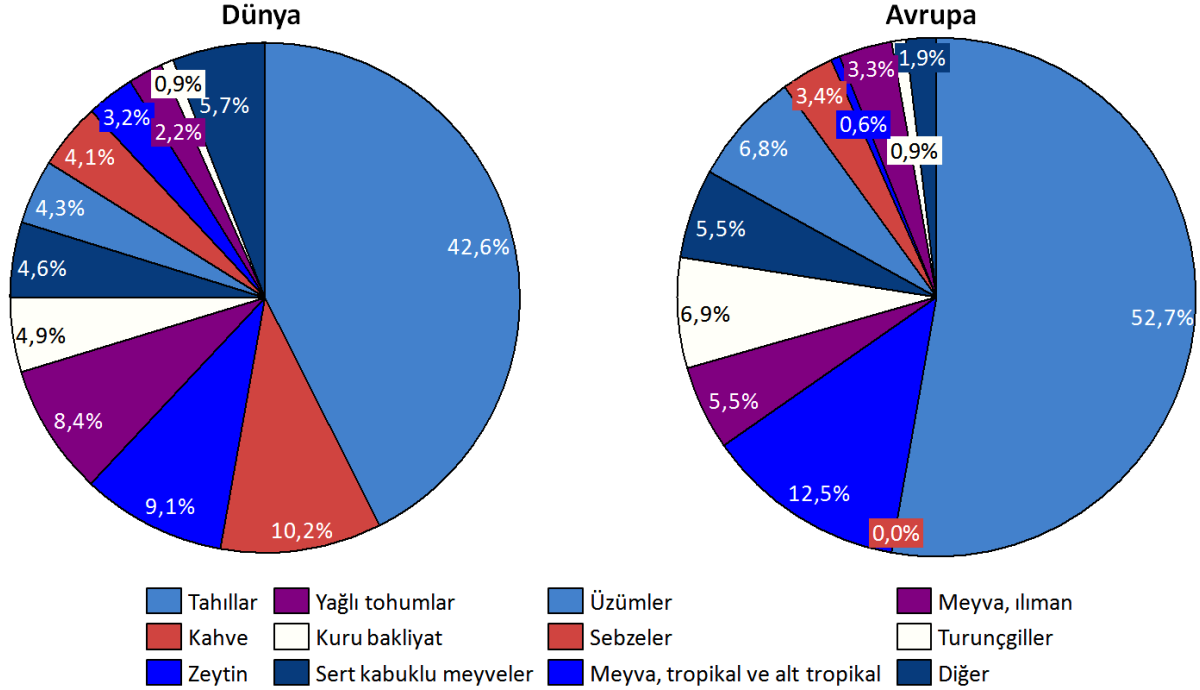
Coğrafi konum itibarıyla Avrupa'ya yakınlığımız büyük bir avantajdır. Avrupa, dünyanın en büyük organik sebze ve meyve pazarıdır. Konya'da mevcut durumda organik üretim yapan çiftçiler, ürünlerini Avrupa'ya rahatlıkla satabilmektedir.

İç pazarımız Konya için hem bir avantaj hem de dezavantaj teşkil etmektedir. İç pazarda bir organik üretim tüketimi kültürünün hala gelişmediği, organik ürünlerin yüksek gelirli kesim tarafından tüketildiği bilinmektedir. Bu bilinç eksikliği nedeniyle organik tarım yapan üreticimiz dış pazara bağımlı haldedir. İkinci bir dezavantaj olarak, büyük ve genç nüfusun gıda ihtiyacı sürekli arttığından, üreticiler daha yüksek randıman sağlayacak şekilde kimyasal girdi kullanımını teşvik eden teknolojileri kullanma eğiliminde olmaktadır. Ancak, iletişim kanalları sayesinde organik tüketim kültürünün Türkiye'de gelişmeye başladığı gözlenmektedir. Üretimdeki gelişmeyle beraber tüketim bilincinin de gelişmesi durumunda iç pazarımızın büyüklüğü organik tarım yapan üretici için büyük avantaj olacaktır.

Doğal ve üreticiden kaynaklanan toprak sorunları Konya'da toprağın verimini azaltmaktadır. Organik tarımda randıman, geleneksel tarıma nazaran düşük olduğundan göre verimi yüksek alanlardaki üreticiyi, organik tarıma geçiş için ikna etmek zor olacaktır. Ancak, organik tarım faaliyetlerinin ağırlıklı olarak dağ köylerinde ve organik tarım havzasında yapılması planlandığından bu sorun ortadan kalkmaktadır.

Konya'nın organik tarım üretiminde meyvelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle organik çilek, vişne, kiraz gibi meyveler üretilip Avrupa pazarına ihraç edilmektedir. Meyvelerde sonra son dönemde organik patates yetiştiriciliğinin de yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. Ancak, dünya ve Avrupa'nın organik üretim desenlerinde en öne çıkan ürünlerin tahıllar olduğu bilinmektedir (Grafik 68). Bir önceki kısımda da tartışıldığı üzere Konya'nın buğday başta olmak üzere tahıllar grubunda organik üretimi arttırması gereklidir. Bu nedenle organik tarımın dağ köyleriyle sınırlı kalmaması gereklidir.

**Grafik 68: Dünya ve Avrupa'da organik tarıma elverişli arazinin sektörlere dağılımı, 2011**



Kaynak: FİBL

#### 4.5. Stratejik Çerçeve

Yanlış sulama teknikleri, kimyasal kullanımı, doğal bitki örtüsünün bozulması, yer altı sularının kontrolsüz kullanımı, yanlış ürün seçimi gibi nedenlerle toprak kalitesinin bozulmaya devam ettiği Konya'da organik tarım uygulamaları, sağlıklı ürünler üretmenin yanında ilde tarımın sürdürülebilirliği açısından da önem arz etmektedir. Özellikle dağ köylerinde geliştirilmesi, desteklenmesi planlanan organik tarımın diğer havzalara da yayılabilmesi ürün çeşitliliğinin artması için önemlidir.

Küçük, dağınık ve plansız üretim, çiftçinin büyük işletmelerle rekabet etmesini zorlaştırmaktadır. Büyük işletmeler ölçek ekonomilerinden yararlandığı için fiyat konusunda daha avantajlıdır. Fiyat dışında, küçük çiftçinin lojistik ve pazarlama alanlarında da yetersizliği söz konusudur. Organik üretimin pazarlamadan ayrı tutulması mümkün olmayacağından, çiftçilere pazarlama desteği sağlayacak kurumlara ihtiyaç vardır. Her çiftçinin kendi pazar araştırmasını yapması mümkün olmayacağından, çiftçilere ya işbirliğinin, örgütlü tarım yapmanın faydalarının öğretilmesi ya da bu desteği sağlayacak bir yapının kurulması gereklidir.

Hayvancılığın geliştirilmesi, besiciliğin desteklenmesi de organik tarım stratejisinin bir parçası olarak düşünülebilir. Besicilik sayesinde hayvanların organik tarım arazilerine zarar vermesi engellenmekte ve hayvansal doğal gübreler üretim sürecinde girdi olarak kullanılabilir.

Organik tahıl üretimine geçiş süreci hızlandırılmalıdır. Dünyada ve Konya'nın potansiyel pazarı olan Avrupa'da öne çıkan organik ürün olan buğdayda Konya'nın organik üretime geçememesi bir eksiklik olarak düşünülebilir. Buğday'da dönüşümü destekleyecek teşvik mekanizmaları ve eğitim programlarının tasarlanması gereklidir.

Yapılan anketlerin sonuçları ve diğer araştırmalar göstermektedir ki, Konya için bir organik tarım stratejisi hem arz hem de talep taraflarını kapsayacak alt stratejilerden oluşmalıdır. Talep yanlı stratejiler tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını değiştirmeyi, tüketicilerin organik üretim ve organik ürünler konusunda doğru bilgilendirilmeyi amaçlamalıdır. Arz yanlı stratejiler ise üreticiler açısından organik üretimi cazip kılmaya ve organik ürünlerde rekabet gücünü arttırmaya odaklanmalıdır.

Organik tarım piyasası tam gelişmiş bir piyasa olmadığından ve tüketiciler açısından konvansiyonel ürünler, organik ürünlerin ikamesi olarak düşünöldüğünden, piyasada talep arzı yaratmaktadır. Mevcut organik üreticilerimizin üretim kararlarının arkasındaki en büyük faktör dış pazarın büyüklüğüdür. Organik tarımın toplam tarımsal üretimden aldığı payı arttırmak için iç pazarı da geliştirmek gerekmektedir. Bu nedenle strateji geliştirme sürecinde öncelik iç talebi arttırmak olmalıdır.

Arz yanlı stratejiler, üretim miktarını ve rekabet gücünü arttırmak için iyileştirilmesi gereken alanları kapsamaktadır. Bu alanlar maddeler halinde, aşağıda sıralanmaktadır:

- **Fiyat ve karlılık:** Organik ürünlerin raf fiyatlarının oldukça yüksek olmasının asıl nedeni aracılarn koyduğunu yüksek kar marjlarıdır. Bu karın direkt etiket fiyatına yansması üreticileri konvansiyonel üretim yapmaya yönlendirebilmektedir. Üreticinin satış fiyatıyla organik ürünün etiket fiyatı arasındaki uçurum büyüdükçe üretici konvansiyonel ürünlere yönelmektedir. Aynı şekilde, konvansiyonel ürünle organik ürünün arasındaki fiyat farkının çok yüksek olması nedeniyle organik ürünler normal mal özelliğini kaybetmektedir. Organik ürün piyasasının talep tarafına bakılırsa organik ürünlerin Veblen malı gibi konumlandığı görölebilir. Gelir seviyesi yüksek belirli bir zümre, bulunduğu sınıfı işaret eden bir ürünmüşçesine konvansiyonel ürün yerine organik ürün tüketmektedir. Hem üreticilerin hem de tüketicilerin organik ürünü daha tercih edilebilir kılmak adına piyasada fiyat düzenlemeler gereklidir. En azından piyasa derinleşene kadar fiyat düzenlemelerinin yapılması uygun bir strateji olarak düşünölebilir.
- **Taşıma ve depolama:** Organik ürünler tüm ülkede eşit yoğunlukta üretilememektedir. Konya'nın organik üretim için uygunluğu raporun önceki bölümlerinde tartışılmıştı. Konya'daki üreticinin, ürünlerini ülkenin farklı bölgelerine ve dış ticaret açısından düşünöldüğünde limanlara kolay ulaşması için taşıma ve depolama alanlarındaki yetersizliğin giderilmesi gereklidir. Konya'nın, ülkenin tüm bölgelerine ve özellikle limanlara organik ürünlerini kolayca ve hızlı şekilde ulaştırabilmesi için belirli bölgelere organik ürün üsleri kurulabilir. Bu üsler depolama vazifesi görerek ürünlerin taşınmasını kolaylaştıracaktır. İkinci bir husus olarak da dış ticaretteki taşımacılık kaynaklı sorunları çözmek için limanlarda bekleme sürelerinin kısaltılması gerekmektedir.
- **Sertifikasyon ve kontrol:** Organik tarımın doğası gereği sertifikasyon ve kontrol, öne çıkan iki konudur. Bu konularda hizmet verecek kuruluş sayısının artırılması gereklidir. Özellikle kontrol sürecinde Konya Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve İlçe Müdürlüklerinin aktif olarak yer alması, bu alanda hizmet verecek uzman sayısının artırılması ve bu uzmanların eğitimlerine önem verilmesi gerekmektedir.

- **Markalaşma:** Markalaşma hem ürünlerin talebini hem de katma değerini arttırmak için arz yanlı stratejiler arasında ne çıkan konulardandır. Bu alandaki eksiklerden ilki ölçek sorunudur. Organik tarımda ölçek ekonomisinden faydalanmak için büyük ölçekli üretim yapan işletme sayısının artması gerekmektedir. Bunu gerçekleştirmek için kooperatifleşmenin desteklenmesi ve özendirilmesi akla gelen ilk stratejidir. İkinci olarak kesinleşmemiş, fiyatların aşırı değişken olduğu piyasalar, işletmeler açısından markalaşmaya uygun ortam değildir. Fiyat dalgalanmasını azaltmak ve piyasayı belirlenmek için Konya'da üretilen ana organik rnlerin Konya Ticaret Borsası'nda satışına başlanması uygun bir stratejidir.



## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu raporda, Konya'da organik tarımın mevcut durumu nicel ve nitel verilerle ele alınıp, organik tarımın gelişmesi için stratejik bir çerçeve çizilmiştir. Raporda öncelikle organik tarımın dünya ve Türkiye'deki durumu, üretim ve ticaret verileri ile incelendikten sonra Konya'da organik tarıma odaklanılmıştır. Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nden alınan verilerle ildeki organik tarım faaliyetinin gelişimi ve mevcut durumu incelenmiştir. Proje kapsamında yapılan üretici ve tüketici anketleriyle ise piyasadaki iki tarafın organik tarım algısıyla ilgili bilgi elde edilmiş ve üreticilerin organik tarımla ilgili sıkıntıları belirlenmiştir. Dört aşamalı bir yaklaşımla stratejik bir çerçevenin çizildiği üçüncü bölümde ise Konya'nın organik tarıma uygunluğu tartışılıp, organik tarımda odaklanılması gereken alanlar belirlenmiştir.

Sonuç kısmında ilk üç bölümü özetlemek yerine, bu bölümlerden elde edilen bilgiler ışığında bir öneri listesi sunulması daha uygun bulunmuştur. Bu öneriler, maddeler halinde aşağıda listelenmektedir.

- İlin organik tarım alanındaki gelişimini inceleyebilmek için sağlıklı bir veritabanı oluşturulmalıdır.
- İşlenmiş organik ürünler sektörünün gelişimi, organik tarımın gelişimini de destekleyecektir. Bu nedenle organik tarım çıktılarına girdi olarak kullanan sektörlerle yönelik destekler de düşünülmelidir.
- Organik tarım üretiminde yabancı girdi kullanımı, üretim maliyetlerini arttırmaktadır. Yüksek fiyatları nedeniyle yeterli talebi göremeyen organik ürünlerin fiyatını düşürebilmek için yerli girdi üretimi teşvik edilmelidir.
- Organik ürünlerle konvansiyonel ürünler aslında birbirlerinin ikamesi değildir. Ancak organik tarım pazarının henüz yeterince gelişmediği ülkemizde organik ürünlerle konvansiyonel ürünlerin aynı pazarda, aynı mekânda satılması, tüketiciyi fiyat mukayesesi yapmaya zorlamaktadır. Bu nedenle organik ürün pazarı gelişene kadar, sadece organik ürün satan mağaza ve pazarlar kurulmalı ve tüketici eğitimini hedef alan uygulamalarda konvansiyonel ürünlerle organik ürünlerin ikame olmadığı öğretilmelidir.
- Hem üreticilerin hem de tüketicilerin, iyi tarım uygulaması ile organik tarım kavramlarını karıştırdığı görülmektedir. Bu iki tarımsal uygulama türünde, izlenebilirlik, GDO kullanımının yasak olması ve sertifikasyon-kontrol uygulamaları ortak özellikler olarak karşımıza çıksa da iyi tarım uygulamalarında sentetik ve kimyasal girdi kullanılabilir. Dolayısıyla organik tarım, iyi tarım uygulamasına nazaran daha sürdürülebilirdir.
- İspanya örneğinde olduğu gibi, tarım sektöründe konvansiyonel üretimden organik üretime doğru dönüşme sürecinde araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin desteği önem arz etmektedir. Bu nedenle organik tarım alanındaki araştırma faaliyetleri desteklenmeli ve özendirilmelidir.
- Tüketici ve üretici algısını değiştirip, toplumun organik tarım bilincini arttırmak için iletişim kanalları kullanılarak, tanıtım ve eğitim faaliyetleri arttırılmalıdır. Tanıtıcı ve eğitici

faaliyetlerin miktarından ziyade niteliğinin de önem arz ettiği unutulmamalıdır. Bu çerçevede, eğitimcilerin eğitimine öncelik verilmelidir.

- Üreticilerin organik tarımla ilgili her türlü soruya cevap alabileceği ve bir ihtiyaç durumunda gerekli yerlere yönlendirmelerine aracılık yapacak, 7 gün 24 saat hizmet veren, çağrı merkezi ya da Üretici Destek Masası gibi destekleyici kurumlar kurulmalıdır.
- Üreticilerin teşvik edilmesi için geleneksel destekleme yöntemlerinin dışında destekler geliştirilebilir. Örneğin, her yıl düzenlenecek bir yarışmayla Konya'da en hızlı büyüyen organik tarım üreticisine yeni müşteriler bulması için destek verilebilir.
- Organik tarım, konvansiyonel tarımdan daha çok istihdam yaratmaktadır. Bu artışın büyük bir kısmı tarımsal işçi sayısında gözlenecektir. Ancak, organik tarım, lisans ve lisansüstü eğitimi olan işgücü için de istihdam olanağı yaratmaktadır. Konya'daki ve bölgedeki üniversitelerin organik tarım alanında uzmanlaşmış mezunlar vermeleri için bu alana ağırlık vermeleri teşvik edilmelidir.
- Tüketicinin organik ürünler hakkında farkındalık kazanması ve organik tarım hakkındaki yanlış algının değişmesi için klasik ve sosyal medya araçları kullanılmalıdır. İç pazarın gelişmemiş olmasının, organik tarımın gelişmesi önünde büyük bir engel teşkil ettiği raporda kapsamlı tartışılmıştır. Tüketici tercihlerini değiştirebilmek için pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde kullanılmak üzere özel bütçe ayrılmalıdır.
- Doğal köy şartlarında yetiştirilen ürünlerin organik ürün diye satılması tüketicideki organik ürün algısını olumsuz etkilemektedir. Organik ürünlerde tazelik ve lezzetten ziyade sağlıklı üretimin esas olduğu bilinmelidir. Bu algıyı hem üretici hem de tüketicide geliştirmek gerekmektedir. Kötü niyetli satıcıların doğal ürünleri organik ürün diye satması tüketicinin organik ürüne olan güvenini sarsmaktadır. Böyle bir duruma mahal vermemek için semt pazarları ve toptancı hallerindeki denetimler artırılıp ve olası suç durumlarındaki cezai yaptırımlar ağırlaştırılabilir.
- Küresel rekabet gücünü arttırmak için markalaşma çalışmaları yürütülmeli, markalaşmaya çalışanlar desteklenmelidir.
- Küçük çiftçilerin girdi ve satış maliyetleri ölçek sorunu nedeniyle yüksek olmaktadır. Özellikle lojistik maliyetlerin karlılığı oldukça düşürdüğü gözlenmiştir. Bu sorunu aşmak için çiftçilerin girdi tedarik ve satış sürecinde örgütlü hareket etmeleri özendirilmelidir.
- Organik üretimin pazarlamadan ayrı tutulması mümkün olmayacağından, çiftçilere pazarlama desteği sağlayacak kurumlara ihtiyaç vardır. Her çiftçinin kendi pazar araştırmasını yapması mümkün olmayacağından, çiftçilere ya işbirliğinin, örgütlü tarım yapmanın faydalarının öğretilmesi ya da bu desteği sağlayacak bir yapının kurulması gereklidir.

## Kaynakça

1. Akgün, T. (tarih belirtilmemiş). "Organik Tarım". <http://ubyo.pau.edu.tr/dosyalar/organik-tarim-nedir.pdf> adresinden alınmıştır.
2. Balassa, B. (1965). "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage". The Manchester School of Economic and Social Studies, 1965, Vol. 119, 93-123.
3. Bozyiğit, R. ve Ş. Güngör (2011). "Konya Ovasının Toprakları ve Sorunları". Marmara Coğrafya Dergisi, Sayı: 24, s. 169-200.
4. Fonseca, M. F. (2006). "Meandering Consensus Building in Brazil". The Organic Standard, 58.
5. Haig, R. M. (1926). "Towards an Understanding of Metropolis". Quarterly Journal of Economics, 40:1, 402-34.
6. İlbaş, A. İ. (2009). "Organik Tarım İlkeler ve Ulusal Mevzuat". Eflatun Yayınevi, Ankara.
7. İpek, Ş. ve G. Yaşar Çil (2010). "Uluslararası Ticari Boyutuyla Organik Tarım ve Devlet Destekleri". Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi.
8. Soler, F., J. M. Gil ve M. Sanchez (2002). "Consumers' Acceptability of Organic Food in Spain: Results from an Experimental Auction Market". British Food Journal, 104:8, s. 670-687.
9. Sürmeli, A. (2003). "Organik Tarım Gelişimi ve İlkeleri". Kırsal Kalkınma Programı Eğitim Dizisi, Dev-Maden Sen Yayınları, No:1.
10. T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (2010). "Turkish Food and Beverage Industry Report". Temmuz 2010.
11. T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Bitkisel Üretim Müdürlüğü (2012). "Türkiye Organik Stratejik Planı (2012-2016)".
12. Turhan, Ş. (2005). "Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım". Tarım Ekonomisi Dergisi, 11 (1):13-14.
13. Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü
14. [www.organik.tarim.gov.tr](http://www.organik.tarim.gov.tr)
15. [www.izmirtarim.gov.tr/index.asp?bimSayfa=organikTarim](http://www.izmirtarim.gov.tr/index.asp?bimSayfa=organikTarim)
16. [www.eto.org.tr](http://www.eto.org.tr)
17. [www.bugday.org](http://www.bugday.org)



**T.C.**  
**MERAM KAYMAKAMLIğI**

Meram İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü  
Adres: Dedekorkut Mh. Hocafakih Cd. No:4 Meram/KONYA  
Tel: 0332 321 73 46 Faks:0332 321 73 45

Bu Kitapçık T.C. Mevlana Kalkınma Ajansı'nın Desteği "Organik Tarımda Mevcut Durum Analizi ve Uygun Stratejilerin Modellenmesi" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk T.C. Meram Kaymakamlığı Meram İlçe Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'ne aittir ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansı'nın görüşlerini yansıtmaz.