

KEKİK, DEFNE ve ÇAM FISTIĞININ ÜRETİMİ VE PAZARLAMASI

Production and Marketing of Oregano,
Bay Laurel and Stone Pine

İsmail ŞAFAK¹
Taner OKAN²

**¹ Çevre ve Orman Bakanlığı, Ege Ormancılık Araştırma
Müdürlüğü,**

Ministry of Environment and Forestry, Ege Forestry Research
Institute,

P.K. 51, Urla-İzmir

² İ.Ü. Orman Fakültesi, Ormancılık Ekonomisi Anabilim Dalı,

Istanbul University, Forestry Faculty, Department of Forestry
Economics

34473, Bahçekoy-Istanbul

DOĞU AKDENİZ ORMANCILIK ARAŞTIRMA MÜDÜRLÜĞÜ

DOA DERGİSİ (Journal of DOA)

Sayı: 10 Sayfa: 101-129 Yıl: 2004

KISA ÖZET

Türkiye odun dışı orman ürünleri üretimi bakımından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak bu kaynakların yönetiminde önemli sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Bunlardan bazıları üretim, bazıları da kaynakların pazarlanması ile ilgilidir. Türkiye'deki odun dışı orman ürünlerinden defne, kekik ve çam fıstığının üretim ve pazarlama sorunlarının değerlendirildiği bu çalışma altı bölüme ayrılmıştır.

Giriş bölümünde odun dışı orman ürünleri kavramı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ODOÜ'nün Türkiye için önemi ve kırsal kalkınmaya katkısının geliştirilmesi için yapılması gerekenler aktarılmıştır. Üçüncü bölümde ise, defne, kekik ve çam fıstığının dış ticareti açıklanmıştır. Dördüncü bölümde defne, kekik ve çam fıstığının üretimine ilişkin bilgiler verilmiştir. Beşinci bölümde ise, pazarlama karmasını oluşturan; mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma değişkenleri hem orman hem de özel mülkiyetteki araziler açısından ayrı ayrı incelenmiştir. Sonuç ve öneriler bölümünde, ürünlerin üretim ve pazarlama aşamalarında sıkıntılar yaşanmaması için yapılması ve önem verilmesi gereken bazı hususlar belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Defne, Kekik, Çam fıstığı, Pazarlama Karması

ABSTRACT

Turkey has great potential in producing Non-Wood Forest Products. However, it faces with some difficulties in managing these resources. Some of these difficulties are related to production and marketing of those resources. In this study, production and marketing problems of Non-Wood Forest Products of Turkey such as bay laurel, thyme and stone pine are discussed in six parts.

In the introduction section, the definitions of Non-Wood Forest Products are summarized. In the second part, their importance for Turkey and contribution to rural development are explained. Thirdly, foreign trade of bay laurel, thyme and stone pine are mentioned. In the fourth chapter, information given about production of bay laurel, thyme and stone pine are held. Fifthly, marketing mix, which contains product-price, promotion and place, are examined in terms of both forest and private ownership. Finally, in order not to have any difficulties in the phases of production and marketing some points, which have to be emphasized, are explained.

Key Words: Bay Laurel, Thyme, Stone Pine, and Marketing Mix

1. GİRİŞ

Türkiye bitki tür çeşitliliği, yaban hayatı kaynakları ve endemik türler bakımından zengin kaynaklara sahiptir. Türkiye'de 10 500 bitki türü bulunmaktadır. Bunun %32'si (3 400) endemik türlerdir. Orman içi ve açıklıklarında yetişen, insanların ve diğer canlıların kendi ihtiyaçlarını karşılamak veya gelir sağlamak için yararlandıkları her türlü bitkisel veya hayvansal ürünler odun dışı orman ürünleri (ODOÜ) olarak tanımlanmaktadır (DPT, 2001). Ekonomik üstünlüklerinden dolayı bazı türler özel arazilerde de üretilmektedir.

Ancak, ODOÜ'ye ilişkin tanımlarda farklı yaklaşımlar görülmektedir. GERAY (2001), av hayvanları ve yabancıl hayvan kaynaklarını, su üretim havzaları ve hayvan yemi kaynaklarını, Türkiye için ayrı ayrı ele alınması gereken kadar büyük önem taşıdıklarından, ODOÜ kapsamı dışında bırakmıştır. TÜRKER ve ark. (2001), ise ODOÜ'nün sadece, orman içi ve açıklıklarda yetişen bitkisel ve hayvansal ürünlerle sınırlandırılmayacağını, ODOÜ kavramının, orman kaynağından elde edilen odun ürünü hariç tüm yararlanmaları (rekreasyon, hayvan otlatma, CO₂ tutma, oksijen oluşturma, gen kaynağı sağlama, bilimsel amaçlı yararlanma, su rezervi ve erozyon kontrolü sağlama vb. gibi) içermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, ülkemizde şimdiye kadar kalkınma planları kapsamında değerlendirilen ODOÜ' nün genellikle bitkisel kaynaklı ODOÜ olduğu ve tali ürün kavramına karşılık geldiği belirtilmektedir. ELLATIFI (2000) ise, "1995 yılında Yogyakarta (Endonezya)'da yapılan toplantıda FAO'nun Non-Wood Forest Products (NWFP)=(ODOÜ) için kabul ettiği: "NWFP hem odundan başka biyolojik kökenli ürünlerden hem de ormanlar ve bitişindeki arazi kullanımlarından kaynaklanan hizmetlerden meydana gelmektedir" şeklindeki tanımı verdikten sonra, bu tanımın "ormanın sosyal, kültürel, dinsel, dekoratif, çevresel ve koruma fonksiyonları gibi diğer önemli odun dışı orman işlevlerini içermediğinden eksik olduğunu belirtmiş ve bu nedenle bahsedilen boşluğu doldurmak üzere yeniden bir tanım yapılmasını önermiştir".

ODOÜ'nün içeriği yabancıl besin bitkileri, tıbbi bitkiler, aromatik bitkiler, boya bitkileri, soğanlı bitkiler, mantarlar, bal şeklinde örneklendirilebilir. Bunlar:

- Fıstık çamı, ıhlamur, ceviz, meşe, kestane, fındık, kızılıçık, alıç, badem, akasya, ardıç, okaliptus, orman gülü, keçi boynuzu, sığla, defne gibi türlerin çevresel fonksiyonları yanında odun, kabuk, meyve, çiçek ve yaprakları ile,
 - Acı çiğdem, sumak, kuşdili, dağ çayı, beyaz zambak, çöven, adaçayı, kekik, frenk üzümü, kardelen, oğul otu, güzel avrat otu, cehri, kral tacı, sümbül, nergiz, çoban lalesi, eğrelti otu, orkide, yoğurt çiçeği vb. gibi bitkilerin çiçek, yaprak ve soğanlarıyla,
 - Böğürtlen ve kuşburnu gibi bitkilerin meyve ve çiçekleriyle,
 - Yenilebilir doğal mantarlar gıda yönünden,
 - Liken, yosun ve kamyş gibi bitkiler diğer açılardan,
- toplumumuzun çeşitli gereksinimlerini karşılamaktadır (KONUĞU, 2001).

Dünya Sağlık Örgütüne (WHO) göre, dünyada çeşitli amaçlarla kullanılan bitki sayısı 20 000 civarındadır. Bunlardan 4 000'i bitkisel ilaç olarak yaygın bir şekilde kullanılırken, yaklaşık %10'unun ticareti yapılmaktadır (SARI ve OĞUZ, 2000).

Türkiye'de tıbbi olarak kullanılan bitkilerin sayısının 500 civarında olduğu tahmin edilmektedir (SARI ve OĞUZ, 2000). Ancak, yapılan bir araştırmada, doğadan toplanarak ticareti yapılan bitki türlerinin sayısının 346 olduğu ve bunların 98'inin ihraç edildiği, 24'ünün endemik olduğu ve endemik türlerin 7'sinin de halen ihraç edildiği belirtilmektedir. Örneğin adaçayı, kekik, çöven ve şalba'nın bazı türleri endemik olup ihraç edilen türlerdir. Yine; doğadan toplanan ve aktarlar, semt pazarları ve marketler aracılığıyla ticareti yapılan türlerin sayısının da 179 olduğu tespit edilmiştir (ÖZHATAY ve ark., 1997).

Bu çalışmada, ODOÜ'nden Akdeniz Defne'si (*Laurus nobilis L.*), Kekik (*Origanum sp.*) ve Çam Fıstığı'nın (*Pinus pinea L.*) üretim ve pazarlama sorunları incelenmiştir. Bu ürünler, Türkiye'de yoğun bir biçimde ve doğal yollarla üretilmeleri, özellikle ihracatımızda oldukça önemli bir yere sahip olmaları ve kırsal kesimdekilere gelir sağlamaları nedenleriyle seçilmişlerdir. Son yıllarda bu ürünlerin özel arazilerde de üretilmesi amaçlanmaktadır. Kekik ve çam fıstığının kültürünün yapılmasına başlanmıştır. Defnenin kültürüne yönelik araştırmalar sürmektedir.

2. TÜRKİYE'DE ODOÜ'NÜN KIRSAL KALKINMAYA KATKISI ve GELİŞTİRİLMESİ ÖNLEMLERİ

ODOÜ'nün önemi, ortaya çıkan faydanın çok yönlü (ekonomik, sosyal, kültürel, ekolojik...) oluşundan, faydalanan kitlenin ve faydalanma alanlarının genişliğinden kaynaklanmaktadır (GERAY, 1998). Bu ürünler, özellikle kırsal kesimde, gelir dengesi, işlendirme, ekoturizm vb. açılardan dikkat çekmektedir. İç ve dış pazarlarda değerlendirilebildiği için gelir sağlayan, daha çok orman içi ve orman kenarı köylülerini ilgilendirmekte olduğundan, kırsal kalkınma yönünden önemi bulunan pek çok ODOÜ söz konusudur. Türkiye orman ürünleri ihracatı büyük oranda ODOÜ ile gerçekleşmektedir. Bu durum ODOÜ'nün önemini artırmaktadır.

Türkiye'de ODOÜ ile ilgili darboğazları, ODOÜ gelirin paylaşımının kırsal kesimin yararına olmaması; odun hammadde üretimi ve ağaçlandırmalar sırasında bu kaynaklara zarar verilmesi; her ne kadar ODOÜ'nün ülkedeki yayılışları genel olarak biliniyorsa da bu türlerin ancak % 62'sinin envanterinin tamamlanabilmiş olması; üretim planlarında büyük bir boşluğun yaşanmakta olması; orman envanteri ve amenajman planlarının bu boyuta ilgi göstermemesi ve aşırı faydalanma şeklinde sıralamak mümkündür (GERAY, 2001).

Yukarıda da değinildiği gibi, ODOÜ'den sağlanan gelirin paylaşımının kırsal kesimin yararına olup olmadığı üzerinde önemle durulması gereken hususlardan biridir. ODOÜ üretimiyle uğraşanlar, topladığı ya da kültürünü yaptığı ürünün bir bölümünü kendi ihtiyaçları için kullanmakta, kalanını ise aracılara satmaktadır. Aracılar, ürünleri büyük kentlerde bulunan ihracatçı firmalara ulaştırmaktadır. Bu halkada kırsal kesime düşen payın ne olacağı büyük önem taşımaktadır. KIZMAZ (2001)'a göre, ODOÜ'nün ticaretindeki toplam gelirden OGM % 3 oranında, orman köylüleri % 30 oranında, aracı ve ihracatçılar ise % 67 oranında pay almaktadır. BANN ve CLEMENS (1999)'e göre ise, 1996 yılı için yem bitkileri dışındaki ODOÜ'lerin toplanmasından yıllık ihracat gelirin % 7'sinden daha azının köylülere gittiği belirtilmektedir.

Yaratılan gelirin paylaşım oranı uygun olmamakla birlikte, orman köylerine en çok parasal ve reel gelir sağlayan ikinci sektör ODOÜ sektörüdür (GERAY, 2001). Örnek vermek gerekirse çam fıstığı,

üreticilerine tüm tarımsal gelirlerinin en az yarısı kadar gelir bırakmaktadır. Nitekim, BİLGİN ve AY (1997)'a göre bu oran, Kozak yöresinde % 51, Koçarlı yöresinde % 67 olarak bulunmuştur. GERAY ve Ark. (1993), Bergama-Kozak yöresinde yaptıkları çalışmada iç fıstıktan sağlanan gelirin odun hammaddesinden sağlananın üç katı olduğunu tespit etmiştir.

ODOÜ'den sağlanan gelirin paylaşımı başta olmak üzere, bu alanda çözüme yönelik önerilerin ortaya konması ve uygulanması gerekmektedir. GERAY (2001), ODOÜ'nün yönetimine ilişkin çözüm önerilerini şöyle sıralamıştır:

-Bu ürünlerin ormanın uygun kesimlerinde yoğunlaştırılması ve özellikle orman köyleri yakınında kültüre alınmasının desteklenmesi, bütün bunlara taban oluşturmak üzere ODOÜ'lere ilişkin bir politikanın oluşturulması,

-Arz açığı ve karşılaştırmalı üstünlükleri bulunan ODOÜ'lerin teşvik edilmesi,

-Gelişmelerin önünü açmak üzere ODOÜ alanında ülkeye özgü bir sertifikalandırma sisteminin oluşturulması,

-Bugünkü ve gelecekteki darboğazları aşmak üzere OGM (Orman Genel Müdürlüğü)'deki ilgili birimin ivedi olarak güçlendirilmesi,

-ARGE çalışmalarındaki ODOÜ'ye ilişkin çalışmaların payının artırılması, bu doğrultuda araştırma enstitülerinden birinin bu konu temelinde örgütlenmesi,

-Üretimin programlanması, ürünlerin toplanması, işlenmesi, sertifikalandırılması ve pazarlanması gibi sürecin farklı aşamalarında çalışan kurum, firma, kooperatif, köy tüzel kişileri, sivil örgüt, dernek... vb. oluşumların katılımıyla bir ulusal kurulun meydana getirilmesi,

-Ulusal kurulun yanında, bu sektörün içinde yer alan ögelerin bütünleşmesi, uyumu, çıkarlarının korunması, tanıtım, iletişim, bilgilendirme işlevlerini gerçekleştirecek bir sivil toplum örgütünün (dernek, vakıf, oda...) oluşturulması.

3. KEKİK, DEFNE VE ÇAM FISTIĞININ DIŞ TİCARETİ

Tablo 1’de kekik ve defnenin ihracat ve ithalat miktarları görülmektedir. Bu veriler incelendiğinde, defnenin 3 680, kekiğin 6 680 ton civarında yıllık ortalama ihracatının olduğu görülmektedir. Defne ve kekiğin yıllık ithalatı, ihracat ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Yine Tablo 1’den defne ve kekiğin yıllık ihracat miktarının artarak devam ettiği görülmektedir.

Kekik dünyada üretim ve tüketimi sınırlı olan bir bitkidir ve dış ticaret hacmi 10 bin ton civarındadır. Türkiye dünyada en fazla kekik ihraç eden ülke olup, dünya kekik talebinin 6-7 bin tonunu karşılamaktadır. Bu miktarın da %95’i doğadan, %5’i özel arazilerdeki üretimden elde edilmektedir. Dünya kekik ihracatında Türkiye’yi 1500-2000 ton ile Meksika izlemektedir. Ayrıca Yunanistan (300-400 ton), İsrail (200-300 ton), Arnavutluk (200-300 ton) ve Fas (50-150 ton) kekik ihracatı yapan ülkeler arasındadırlar (SARI ve OĞUZ, 2000).

Tablo: 1- Kekik ve Defne’nin İhracat ve İthalat Miktarları (DİE, 2003)

Table : 1- Export and Import Quantities of Oregano and Bay Laurel

Yıllar	Kekik (Kg)		Defne (Kg)	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
1993	351.508	5.457.622	-	2.507.533
1994	464.398	6.435.386	-	3.349.929
1995	179.724	5.600.731	-	2.870.418
1996	679.897	6.475.032	13.158	3.202.612
1997	141.160	6.038.440	350	3.762.788
1998	325.280	7.050.968	247	3.423.075
1999	291.351	7.644.129	16.650	3.782.765
2000	564.002	7.387.890	21.825	4.423.361
2001	124.661	8.459.235	14.025	4.611.088
2002	1.048.346	8.255.746	15.430	4.868.798
Ortalama	417.033	6.880.518	11.669	3.680.237

Meksika’da yetiştirilen kekik türünün düşük kaliteli ve fiyatının 1/3 oranında daha düşük olduğu belirtilmektedir (GÜL ve ark., 2002). Ege İhracatçı Birlikleri’nin (EİB) 1997-2003 yılları arasındaki verilerine göre Türkiye’den ağırlıklı olarak kekik ithal eden ülkelerin başlıcaları, sırasıyla, ABD, Almanya, İtalya ve Kanada’dır (EİB, 2003). 1991-1995

yılları arasında ABD tarafından ithal edilen yıllık 6 000 ton kekiğin yarısından fazlası Türkiye'den ihraç edilmiştir (GÜL ve ark., 2002).

1960'lı yıllarda defne yaprağı İngiltere, İsviçre, Romanya, Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, Kanada, Batı Almanya, Hollanda, Suriye, Avusturya'ya, defne yağı ise Suriye'ye ihraç edilmiştir. Bu dönemde defne yaprağının ihracat miktarı yıllık ortalama 521 868 Kg, defne yağının ise 75 781 Kg olduğu belirtilmektedir (ATEŞ, 1963). EİB'nin 1997-2003 yılları arasındaki verilerine göre sırasıyla Hong Kong, ABD, Almanya, Brezilya, Japonya, Polonya, Hollanda ve Fransa Türkiye'den defne yaprağı ithal eden ilk sekiz ülkedir (EİB, 2003).

Çam fıstığının dünya pazarlarına yıllık global sürüm miktarı 20 000 ton civarındadır. Bu pazarda 10 000 tonluk üretim ile Çin Halk Cumhuriyeti ilk sırada yer alır. Bunu Pakistan-Afganistan 5 000 ton, İspanya 3 000 ton, Türkiye 1 200 ton, Portekiz 850 ton ve İtalya 400 ton ile takip etmektedir (BİLGİN ve AY, 1997).

1960'lı yıllarda çam fıstığı ihracatının önemli bölümü Yunanistan'a, daha sonra Fransa, Japonya, Suriye, ABD, Meksika, Lübnan, Ürdün, Mısır ve Uruguay'a yapılmıştır. Bu dönemde yıllık ortalama 21 711 Kg kabuklu çam fıstığı, 92 619 Kg iç çam fıstığı ihracatı Türkiye'den gerçekleştirilmiştir (ATEŞ, 1963). Günümüzde Türkiye'den çam fıstığı ihracatı dünyanın her tarafına yapılmakla beraber, 1997-2003 yılları arasında EİB'den en çok çam fıstığı satın alan ilk 5 ülke sırasıyla İtalya (246 ton), İspanya (52 ton), ABD (45 ton), İsviçre (43 ton), Almanya (19 ton)'dır (EİB, 2003).

4. KEKİK, DEFNE ve ÇAM FISTIĞI ÜRETİMİ

ODOÜ genelde orman alanlarında yetişmekte ve 6831 sayılı Orman Kanunu'nun 37. ve 40. maddeleri uyarınca toplanılarak ticareti yapılmaktadır. ODOÜ'nün bir kısmı (reçine, sığla, reçineli odunlar) yerli ve yabancı pazar taleplerine göre hazırlanan yıllık üretim programları çerçevesinde Orman Genel Müdürlüğü (OGM) tarafından üretilmektedir. Normal şartlarda bu ürünlerin üretiminde, orman teşkilatı tarafından yörenin orman köylüleri ve onların kooperatifleri çalıştırılmaktadır veya anlaşma yapılarak üretim sağlanmaktadır. Diğer ODOÜ'nün toplanma,

kullanım ve satış hakları ise en düşük tarife bedelleriyle yöre köylülerine bırakılmaktadır. Çam fıstığı, defne, kestane, meşe palamudu, kekik, bitki çayı, kardelen, mahlep, safran, doğal mantar ve çeşitli soğanlı bitkiler diğer ODOÜ arasında sayılmaktadır (DOĞRU, 2001; DPT, 2001).

OGM, ODOÜ potansiyelini belirlemeye yönelik olarak Bölge Müdürlükleri bazında yaptığı ve gelecekte yapılacak envanter ve planlama çalışmalarına bir altlık oluşturmak istediği çalışmada söz konusu ürünlerin Türkiye'deki dağılımını ortaya koymuştur. Buna göre, çiçekli dal ve yaprakları kullanılan kekiğin Türkiye'de yayılış sahası 602 683 hektardır. Bu alandaki üretim potansiyeli ise 5 241 458 kg/yıl olarak tahmin edilmektedir. Defnenin ise yaprakları, odunu ve tohumları kullanılmaktadır ve yayılış sahası 131 862 hektardır. Tahmini üretim potansiyeli ise 12 201 326 kg/yıl olarak hesaplanmıştır. Fıstık çamının ise tohumları, kabukları, reçinesi, odunu ve kozalağı kullanılmaktadır ve 65 194 hektar sahada yayılış göstermektedir. Tahmini potansiyel üretimi ise 2 545 064 ton/yıl'dır (OGM, 2004).

4.1. Kekik Üretimi

Türkiye'de halk arasında *Origanum*, *Thymus*, *Thymbra* ve *Satureya* cinsine ait türler kekik olarak bilinmekte ve isimlendirilmektedir. Ancak; ihraç edilen kekiğin çok büyük bir bölümü *Origanum* cinsindedir. İzmir kekiği (*Origanum onites*) ihracata konu olan ve en çok talep edilen kekik türüdür. Çok yıllık yarı çalimsı bir bitki olan İzmir kekiği, Akdeniz bölgesinin bitkisi olup, Türkiye'nin Batı ve Akdeniz Kıyıları, Ege Adaları ve Yunanistan'ın doğu kıyılarında 0-1000 m. rakım arasında yayılış göstermektedir (SARI ve OĞUZ, 2002).

Kekiğin toprak üstü aksamı biçilmektedir. Biçilen aksam kurutulduktan sonra ya çiçek ve yaprak olarak pazarlanmakta ya da işlemde geçirilerek kekik yağı, kekik suyu gibi ürünler haline dönüştürülmektedir. Elde edilen ürünler gıda (baharat ve gıdaların saklanması amacıyla ve çay olarak), tıp, eczacılık ve parfümeri sanayiinde; arı hastalık ve zararlılarının kontrolünde; yabancı otların kontrolünde ve süs bitkisi olarak kullanılmaktadır (SARI ve OĞUZ, 2002).

Kekikte hasat zamanı Temmuz-Eylül arasındır. Nitekim; bu dönemde uçucu yağ miktarı, yağ kalitesi ve bileşenleri daha yüksektir (GÜL ve ark., 2002). Daha erken aylarda yapılan hasat, yağ oranının düşmesine neden olmakta, bu da endüstriyel alıcıların ürünü istememesi sonucunu doğurmaktadır. Kaliteyi düşüren diğer nedenler ise, hasat ve kurutma tekniği uygulamalarıdır.

Türk Standartları Enstitüsü'nün (TSE) TS 3786 nolu kekik standardında kekik fiziksel özelliklerine göre; "Bütün veya Parça" ve "Öğütülmüş (Toz)" olmak üzere iki gruba ayrılır. Tip itibarıyla ise "İşlenmiş" ve "Yarı İşlenmiş" olmak üzere iki tipe ayrılır. Kekik genel özellikleri itibarıyla; kendine özgü renk, tat (keskin ve acı) ve aromada olmalı, küflenmiş, bayatlamış, çürümüş, yabancı tat ve koku almış, içerisine boya ve nişasta katılmış olmamalı, kekiğin içerisinde gözle görülür böcek ya da böcek parçacıkları bulunmamalı, parlak grimsi yeşil veya zeytin yeşili renkte olmalı, sarı veya kahverengi yapraklardan, toz ve ince parçacıklardan arı olmalıdır. Öğütülmüş (toz) kekik, 500 µm göz açıklığındaki elekten tamamen geçmelidir (TSE, 2002).

Kekik yetiştiriciliği fazla emek gerektirmemesi, mevcut ve küçük alanlarda üretilebilme kolaylığı, bir kez dikildikten sonra 8-12 yıl hasat vermesi, zeytin vb. tarım ağaçlarının altında yetişebilmesi, pazarlama olanaklarının genişliği, özel firmaların ürünü üreticinin ayağından alması gibi avantajları nedeniyle orman köylülerinin gelirlerini arttırmaya yardım edebilecek bir üretim biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kekik üretimine geçişte başlıca kısıt, mevcut ekili arazilerde ürünleri olan köylülerin, ilk yıl hasat alamamaları sonucu bir yılı gelirsiz geçirme endişesi, bir başka deyişle kekik için bekleyeceği bir yılın sonunda diğer ürünlerden alacağı toplu paradan vazgeçme durumudur (OKAN ve ŞAFAK, 2004).

OKAN ve ŞAFAK (2004)'de kekik üretim biçimleri 16 seçenek ile karşılaştırılmıştır. Bu çalışmada üretimin aile bireyleri tarafından yapılması, arazinin kendilerinin olması durumunda kekik üretimi üreticiye % 160-210 arasında kâr bırakmaktadır. Kekik üretiminin bu geliri, birçok tarımsal üretimde, hatta çeşitli sanayii işletmelerinde bile bulunmamaktadır. Bu nedenle, kekik üretiminin, marjinal şartlarda yaşayan orman köylüleri için oldukça büyük bir gönenc artışına yol açacağı öngörülebilir.

4.2. Defne Üretimi

Defne 8-10 m. boylanabilen her dem yeşil bir ağaçtır. Akdeniz bitkilerinden olup, Akdeniz iklimine özgü maki denilen bitki örtüsünün karakteristik bir türüdür. Defne genel olarak Akdeniz iklim bölgesinde; Portekiz, İspanya, İtalya, Yugoslavya, Yunanistan, Türkiye ve Afrika'nın güney sahil bölgelerinde bulunur. Türkiye'de 600-800 m. yüksekliklere değin, Hatay'dan başlayarak Kuzeydoğu Karadeniz'e kadar bütün kıyılarda, diğer türler içerisinde küme ve gruplar halinde yayılış gösterir (ACAR, 1987).

Defnenin yapraklarından ve meyvesinden yararlanılır. Defne yaprakları kuru meyvelerin ambalajlanmasında, balık ve konservede, kuru halde et yemeklerinde ve toz halde baharat olarak kullanılmaktadır. Defnenin parfümeri, sabun, gıda, ilaç ve cila ile kimya sanayiinde geniş bir kullanımı bulunmaktadır. Toplam defne üretiminin %20'si sabun sanayiinde kullanılmaktadır (KONUĞÇU, 2001). Defnenin en önemli ürünü, yağı ve esansıdır. Defne yağı defne meyvelerinden; defne esansı ise, defne yaprağı ve meyvesinden çıkartılan yağdan elde edilir. Meyveler yapraklardan daha fazla yağ içerir. Defne yaprağında % 0.5-% 4.69 arasında eterik yağ bulunmaktadır (BOZKURT ve ark., 1982; ANŞİN ve ÖZKAN, 1997).

Türkiye'de defnelikler devlete ait ormanlar içinde yer aldığı gibi, özel mülkiyet arazilerinde de bulunmaktadır. Özel mülkiyette, defne meyve ve yapraklarının toplanması herhangi bir hukuki problem yaratmamaktadır. Ancak, orman alanlarında bulunan defneliklerin yaprak ve meyvelerinin toplanmasında Çevre ve Orman Bakanlığı'ndan izin almak gerekmektedir. OGM'nin 25 Haziran 1964 tarih ve 156 sayılı tebliği gereğince, makilik alanlarda doğal olarak yetişen, orman rejimi içinde kalan defne ağacı topluluklarından üretimi yapılan defne yaprağı ve defne meyvesi ODOÜ arasında gösterilmiş ve bu tebliğ gereğince üretim esasları belirtilmiştir (YAZICI, 2002).

Defne yaprağının toplama mevsimi bitkinin vejetatif büyümesinin durduğu Temmuz-Ekim ayı arasındadır. Defne meyveleri Eylül-Ekim aylarında olgunlaşanların toplanması ile elde edilir (OGM, 1995). Toplanan meyvelerin küflenmeden işlenmesi veya uygun bir biçimde depolanması gerekmektedir. 2 kg yaş defne yaprağından 1 kg kuru

yaprak; 10 kg meyveden 1 kg yağ elde edilmektedir. Herhangi bir nedenle ıslanan yaprağın tekrar kuruma esnasında renk lekeleri oluşturması standardı düşürmektedir (GÖKER ve ACAR, 1983).

Kesilen veya dallardan sıyrılan yapraklar yabancı maddelerden ayrıldıktan sonra rutubetsiz ve gölge yerlerde en fazla 10-15 cm kalınlığında, 10-15 gün süreyle kurutulur. Kurutulan yapraklar selektörlerden geçirilerek 2-10-50 kg.lık paket yapılarak sınıflandırılır. Türkiye’de defne yaprağının üretim ve sınıflandırılması TSE tarafından hazırlanan Defne Yaprağının Standardizasyonu’na göre yapılır (OGM, 1987).

Defne yaprakları Ekstra, Birinci, Sıra Malı, Kalburaltı olarak dört sınıfa ayrılmaktadır. Ekstra sınıfta yaprak boyu en az 25 mm. en çok 100 mm., yaprak eni en az 20 mm. en çok 45 mm.dir (TSE, 1985). Defnenin meyvesi ve yaprağının işlenmesi sonunda elde edilecek defne yağı ve defne esansının Türkiye’de standardı bulunmamaktadır. İlaç ve gıda sektöründe baharat olarak kullanılacak defne yapraklarının % 99-99.5 saflıkta olması arzulanmaktadır (YAZICI, 2002). Defne paketlerinin içinde bulunacak yabancı maddelerin miktarları yönetmeliklerle belirlense de, paketlerin içinde hayvan pisliği, böcek, kurt, küf, taş parçaları, çamur, tel ve ip parçaları, zehirsiz bile olsa, yabancı tohum, meyve ve bitki parçaları bulunmamalıdır.

Defne yaprağının kalite özelliklerini çeşitli faktörler etkilemektedir. Bunlar (GÖKER ve ACAR, 1983).

- Bitki türü veya çeşidi (Türk defnesi, Fas defnesi vb.),
- Yetiştirme muhiti şartları (Karaburun, Bodrum vb),
- Kültürel uygulamalar (gübre, ilaç vb. işlemleri ile doğal veya kültür ürünü olması),
- Kurutma yöntemleri (kapalı alanda, gölgede veya yapay kurutma),
- Depolama ve ambalajlama,
- Temizlik, lezzet, koku (aromatik madde miktarı)
- Renk (doğal koyu renk tercih edilmekte olup, renk açıldıkça eterik yağ miktarı azalmaktadır).

İhracatçı birlikleri, özellikle İzmir- Karaburun yarımadasında yayılış gösteren defneleri, yaprak formu ve aromatik özellikler bakımından tercih

etmekte ve daha iyi fiyat vermektedir. 15-20 sene önce Karaburun yarımadasından yıllık 300 ton yaş defne yaprağı üretildiği, son yıllarda ise aynı yarımadadan birkaç ton yaş yaprak alınabildiği belirtilmektedir (PARLAK, 2003).

4.3. Çam Fıstığı Üretimi

Çam fıstığı, fıstık çamı ağacı kozalaklarından elde edilir. Üretici gelirleri içinde oldukça önemli bir paya sahip olup, gıda sanayiinde kullanılır. Fıstık çamı coğrafi yayılışına Portekiz'den başlar Suriye'ye değin yayılır. Fransa, İspanya ve İtalya'da küçük meşcereler kurar. Batı Anadolu'da Bergama, Aydın, Muğla yakınlarında geniş, Marmara, Manavgat, Kahramanmaraş, Trabzon ve Çoruh vadisinde lokal yayılış gösterir (ANŞİN ve ÖZKAN, 1997). Üç yılda olgunluğa erişen kozalaklar, üçüncü yılın Ocak-Mayıs ayları arasında toplanır.

Çam fıstığı isteğe göre kabuklu veya kabuğundan çıkartılmış iç olarak üretilir. Bir ağaçtan yaklaşık 120 Kg. kozalak, bundan da 6-8 kg. iç fıstık elde edilir (OGM, 1987). Nitekim Kozak ve Mazon yörelerinde fıstıkçamı ormanlarında bir ağaçtaki kozalak miktarı 22 ve 56 adet, hektardaki ortalama verim ise 68.3 kg ve 118.5 kg iç fıstık olarak belirlenmiştir (BİLGİN ve AY, 1997).

TSE standartlarına göre çam fıstığı, kökenine göre; Kozak tipi, Aydın tipi ve Maraş tipi olarak üç tipe ayrılmaktadır. Çam fıstığı özelliklerine göre ise tek sınıftır (TSE, 2003). Fıstıkçamı kozalağı olgunlaştıktan sonra toplanması gerekirken, bazı yörelerde erken toplanmaktadır. Dolayısıyla kozalaklar tam olgunlaşmadan toplandığından besin değeri düşmektedir. Ayrıca haşlamadan dolayı, lezzet, aroma ve beyazlığını kaybetmekte, kalitesini yitirmektedir.

İthalatçı ülkeler, çam fıstığının özellikle beyaz, iri, kırıksız, iyi elenmiş, yıkanmış olmasını ve alfotoksin gibi zararlılara karşı sağlık belgesi istemektedirler. Çam fıstığının ana ihraç limanı İzmir olup, Gaziantep ve İstanbul'dan da ihracat yapılmaktadır.

5. KEKİK, DEFNE VE ÇAM FISTIĞININ PAZARLANMASI

ODOÜ'nün üretiminde hedef pazar olarak sadece tüketici pazarını veya endüstriyel pazarı ya da her iki pazarı da seçmek olanaklıdır. Nihai tüketiciler, ODOÜ'yü tüketim amacıyla az miktarlarda alan kişi veya kuruluşlardır. Endüstriyel pazarlardaki alıcılar ise ürünleri farklı bir işletmede, başka bir üretimin girdisi olarak kullanmak, market veya lokantalarda tüketime sunmak gibi nedenlerle talep etmektedirler.

ODOÜ için pazar talebine göre farklı mal karmaları oluşturmak mümkündür. Çalışmada, pazarlama karmasını oluşturan mal, fiyat, dağıtım ve tutundurma değişkenleri, hem devlet ormanları, hem de özel araziler içerisinde üretilen ODOÜ için incelenmiştir.

5.1. Mal

İşletmeler ürettikleri mal ve hizmetler ile tüketicilerin karşısına çıkmakta ve tüketiciler işletmenin mal ve hizmetlerinden tatmin oldukları sürece, işletme ve tüketici arasındaki karşılıklı ilişki devam etmektedir. Üretilen mal için istenen fiyat, kullanılan tutundurma teknikleri ve dağıtım kanalları, üretici ve tüketici arasındaki etkileşimde rol oynasa da, malın tüketicinin istediği özellikleri taşımaması tüketiciler açısından önemli ve ilk eleyici koşul olarak görülmektedir (İLTER ve OK, 2004).

Tablo 2'de defne, kekik ve çam fıstığına ait üretim miktarları verilmiştir. Tabloda verilen bilgiler OGM'den izin alınarak gerçekleştirilen üretim miktarlarını göstermektedir. Ayrıca, özel arazilerde üretilen veya orman arazilerinde yetişen ve köylü tarafından toplanarak kayda geçmeden pazara ulaşan ürün miktarları da gözardı edilmemelidir. ÖZHATAY ve ark. (1997)'na göre, 1951 yılında defne üretimi 151 tondur. Bu miktar günümüzde 4 272 tona yükselmiştir. Türkiye'de OGM kayıtlarına göre kekik ve çam fıstığının (kozalak olarak) ortalama üretim miktarı sırasıyla 2 798 ve 586 tondur.

**Tablo: 2- Kekik, Defne ve am Fıstığı Yıllık Üretim Miktarları
(evre ve Orman Bakanlığı, 2003)**

Table : 2- Annual Production Quantities of Oregano, Bay Laurel and Stone Pine

Yıl	Ürünler (Ton)		
	Kekik	Defne	am Fıstığı
1990	1165	852	10
1991	1576	1896	226
1992	2610	2396	271
1993	2700	2853	143
1994	4814	2393	267
1995	2728	3126	426
1996	2235	6764	418
1997	3157	6004	231
1998	2440	4229	541
1999	3496	4661	907
2000	3692	5738	1471
2001	2963	8001	1302
2002	2793	6626	830
Ortalama	2798	4272	586

Tablo 1 ile Tablo 2 karşılaştırıldığında kekiğin üretim miktarının ihracat miktarlarının altında kaldığı tespit edilmiştir. İç tüketim de dikkate alındığında fark oldukça yüksektir. Bunun nedeni, kekik ve am fıstığının özel arazilerde yoğun biçimde üretilmesidir. Ancak durum defnede farklıdır. Defne yağı çoğunlukla orman arazilerinden elde edilmekte olup, özel arazilerde defne yaprağı üretimi düşük miktarda kalmaktadır. Defnenin kültürüne yönelik araştırma çalışmaları Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü ile EİB'nin ortaklaşa yürüttükleri projeler ile yoğun bir biçimde sürmektedir.

Bir işletmenin mal karması ürettiği ve/veya pazarladığı farklı tasarım ve ismi olan tüm mal kalemlerinden oluşmaktadır. Bir işletmede mal karmasının genişliği, bu işletmede üretim sürecinde kaç ayrı mal hattının yer aldığını; mal karmasının derinliği ise, her mal hattı içinde sunulan mal çeşidinin sayısını belirtmektedir. Mal hattı ise kullanımında veya fiziksel özelliklerinde yakın ilişki olan mal kalemlerinin oluşturduğu mal grubudur. Bu yakın ilişki, aynı tüketici veya müşteri gruplarına, aynı aracı işletmelerden satılmaları, belirli bir fiyat aralığında olmaları, aynı fonksiyonları yerine getirmeleri, benzer biçimde üretilmeleri veya işletilmelerinden kaynaklanabilir (İALTER ve OK, 2004).

İşletmeler mal karmaları yardımıyla işletme amaçlarına erişebilmektedir. Mal karmasına yeni mallar eklendiğinde veya çıkarıldığında işletme amaçlarına erişmek yönünde olumlu adımlar atılmıyorsa, mevcut mal karması optimum mal karmasıdır. Bir başka deyişle, işletmenin amaçlarını gerçekleştirme yolunda mevcut mal karmasında hiçbir değişiklik yapılamıyorsa, mevcut durumun optimum olduğu söylenebilir (İLTER ve OK, 2004).

Şekil 1’de, kekik, defne ve çam fıstığına yönelik mal ve hizmetler üreten bir kuramsal işletmenin mal karması gösterilmiştir. Mal karmasının mal hattında; kekik, defne ve çam fıstığına yer verilmiştir. Mal hattındaki mal çeşitlerinin bir kısmının TSE standartlarına göre oluşturulduğu gözlerden kaçmamalıdır.

Şekil 1’de yer alan malların bazılarını üretmek/pazarlamak veya üretmemek/pazarlamamak, işletmecinin kararına bağlıdır. İşletmeci isterse bu mal çeşitlerini mal karmasına dahil edebilir veya karmadan çıkarabilir. Bu durum işletmenin optimal mal karmasını oluşturma probleminin esasını teşkil etmektedir. Bu bağlamda, ODOÜ ile ilgili kişi veya işletmelerinin mal karmalarının optimalliği tartışılabilir.

Mal Hattı		Mal Karması Derinliği							Mal Karması Genişliği
1	Kekik	Bütün İşlenmiş	Bütün Yarı İşlenmiş	Parça İşlenmiş	Parça Yarı İşlenmiş	Kekik Yağı	Kekik Suyu	Kekik Tohum	
2	Defne	Ekstra	Birinci	Sıra Malı	Kalburaltı	Defne Yaprığı	Defne Meyvesi	Defne Yağı	
3	Çam Fıstığı	Kozak Tipi	Aydın Tipi	Maraş Tipi	Künar Halinde	Kavrulmuş İç Fıstık			

Kaynak: (İLTER ve OK, 2004)’den uyarlanmıştır.

Şekil 1. Kekik, Defne ve Çam fıstığına Yönelik Mal Karması
Figure 1. Product Mix for Thyme, Bay Laurel and Stone Pine

İhracat yapabilen, ODOÜ dışında yer alan zeytin, fındık vb. ürünlerin ticaretiyle entegre olmuş, büyük işletmeler katma değeri yüksek kekik yağı, kekik çayı gibi malları mal karmalarına dahil etmişken, toplayıcılık veya üreticilik yapan köylülerin mal karması daha az mamül mallardan oluşmaktadır. Bu gibi işletmelerin mal karmalarına yeni mallar eklemeleri güç olmakta bu da bu ürünlerin ticaretinden alınan yerel payı azaltmaktadır. Bu nedenle köylünün bir araya gelerek kooperatifler yoluyla ürünlerin uygun koşullarda saklanmasını, yarı mamul olarak

işlenmesini ve depolanmasını sağlayan işleme tesislerini kurması gerekmektedir.

Kekik, defne ve çam fıstığı mal hatlarının derinliğini etkileyen bir başka husus kullanılan teknoloji düzeyidir. Teknoloji kullanımını gerektiren mal kalemlerinin, özellikle köylü işletmelerin mal karmalarına girmesi, bugün için güçtür. Dolayısıyla ODOÜ ticaretinin yerel ekonomiye katkısını azaltan bir diğer etken olarak teknoloji görülebilir.

Bütün bunlara ek olarak, ODOÜ' nün çok yönlü kullanımı ve toplumsal beklentilerin değişimi düşünüldüğünde ortaya çıkan değişken çevre nedeniyle bu mal karmasının sürekli olması beklenmemelidir. Diğer yandan, işletmelerin mal karmalarının mal hattında ve/veya mal çeşitlerinde değişiklik yapma yeteneklerini kısıtlayan ekonomik hususların olduğu da unutulmamalıdır.

5.2. Fiyat

Fiyatlandırma kararlarının alınmasında tek düze bir yol izlemek olanaklı bulunmamaktadır. ODOÜ'yü işleyen veya ihraç eden işletmeler, fiyatlandırma kararlarını; rakiplerini, kırsal kesimdeki toplayıcıların isteklerini, aracıları, özel mülkiyette üretim yapan işletmelerin beklentilerini ve işletmenin hedeflerini dikkate alarak vermek durumundadır.

Türkiye'de ODOÜ'yü işleyen veya ihraç eden işletmeler "Rekabete Dayalı Fiyatlandırma" ve "Maliyet Artı Fiyatlandırma" yöntemlerini kullanmaktadırlar. Yapılan bir araştırmada firmaların ihraç fiyatlarını belirlerken %52.6 oranında maliyetlerden, %21.1 oranında dünya fiyatlarından, %21.1 oranında yurt içinde aynı konuda çalışan diğer firmaların fiyatlarından ve %5.2 oranında da stoklarından etkilendikleri belirtilmektedir (ARTUKOĞLU ve UZMAY, 2003).

Devlet orman işletmeleri ODOÜ' nün sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için, toplayıcılardan tarife bedeli adı altında bir bedel almaktadır. Tablo 3'de OGM'nin üretici ve toplayıcılardan aldığı tarife bedelleri, EİB'nin gerçekleştirdiği ihracat birim fiyatları ve ihracat fiyatları içinde OGM'nin aldığı tarife bedellerinin payı görülmektedir. Buna göre Tablo 3' de tarife

bedellerinin payının 2002 ve 2003 yıllarında arttığı anlaşılmaktadır. Yine OGM'nin üreticilerden almış olduğu tarife bedeli ihracat fiyatları içinde kekik ve defne ortalama %1,5; çam fıstığında % 0,5'tir. Tarife bedelinin düşüklüğü OGM'nin üretici ve toplayıcı üzerindeki desteğini göstermektedir.

Tablo: 3- Kekik, Defne ve Çam Fıstığı Birim Fiyatları ¹
(OGM 2003; EİB, 2003)

Table : 3- Unit Prices of Oregano, Bay Laurel and Stone Pine

Yıl	Kekik (Kg/TL)			Defne (Kg/TL)			Çam Fıstığı (Kg/TL)		
	OGM	EİB	%	OGM	EİB	%	OGM	EİB	%
1997	3600	358884	1,0	4000	324056	1,2	7300	2044278	0,4
1998	6000	585088	1,0	8000	592889	1,3	10950	5099365	0,2
1999	8400	922863	0,9	12000	839346	1,4	14600	6735646	0,2
2000	12000	1334117	0,9	20000	1196964	1,7	36500	8983468	0,4
2001	18000	2270061	0,8	24000	2123606	1,1	43800	14193984	0,3
2002	60000	2617764	2,3	40000	2469028	1,6	182500	21715543	0,8
2003	90000	2616573	3,4	60000	2540950	2,4	255500	23639906	1,1
Ort	28286	1529336	1,5	24000	1440977	1,5	78735,7	11773170	0,5

Yıllık çam fıstığı üretim miktarının farklılık göstermesi, fiyatlarda değişkenliğe neden olmaktadır. Çam fıstığının içinin piyasada yüksek fiyatla satılması, 1993 yılında ithalatı ortaya çıkarmıştır. İthal edilen çam fıstığı çoğunlukla Asya (özellikle Çin, Afganistan) kökenli olup, kalitesizdir. Bu ürünler yerli üretim ile karıştırılarak iç piyasaya sunulmaktadır (BİLGİN ve AY, 1997). Devlet İstatistik Enstitüsü kayıtlarında çam fıstığı ile ilgili kayıtlar antepfıstığı verilerinin içerisinde gösterilmektedir. Bu nedenle çam fıstığı ile ilgili ihracat ve ithalat verilerine ulaşılamamış dolayısıyla Tablo 4'de verilememiştir.

Tablo 4'e göre kekik ve defnenin ihracat birim fiyatları yıl bazında değerlendirildiğinde gittikçe düşmektedir. Tablodan defnenin ihracatına 1996 yılında başlandığı görülmektedir. Tablo 4, ortalama birim fiyatları bağlamında değerlendirildiğinde, kekiğin ihracat fiyatlarının (2,18 \$/kg.)

¹ Tablo'da verilen EİB ihracat fiyatları TC. Merkez Bankası Amerikan Doları ortalama alış fiyatı üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir. Satış fiyatı olarak 1 \$ için sırasıyla; 1997=151428 TL., 1998=260039 TL., 1999=417585 TL., 2000=623419 TL., 2001=1220463 TL., 2002=1487366 TL. ve 2003=1512470 TL. alınmıştır. EİB'nin ihracat fiyatları kuru ürün, OGM tarife bedelleri ise yaş (kekik), sürgünlü (defne) ve kozalaklı (çam fıstığı) ürünler için verilmiştir. Karşılaştırmaların sağlıklı yapılabilmesi amacıyla OGM tarife bedelleri kuru hale dönüştürülerek Tablo'da verilmiştir. Bu bağlamda kekik 3 ile (GÜL ve ACAR, 2001), defne 4 ile, fıstık çamı ise 3,650 (BİLGİN ve AY, 1997) ile çarpılarak 1 kg kuru ürün tarife bedeline ulaşılmıştır.

ithalat fiyatlarından (1,52 \$/kg) yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 4 defne için ortalama birim fiyatlar bağlamında değerlendirildiğinde, ithalat fiyatlarının (2,63 \$/kg) ihracat fiyatlarından (1,96 \$/kg) yüksek olduğu görülmektedir. İthal ürünlerin işlenmiş olup olmadığı ve kalitesi bilinmemektedir.

Tablo: 4- Kekik ve Defne'nin İhracat ve İthalat Birim Fiyatları (DİE, 2003)

Table : 4- Export and Import Unit Prices of Oregano and Bay Laurel

Yıl	Kekik (\$/Kg.)		Defne (\$/Kg.)	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
1993	1,05	2,43	-	2,33
1994	1,46	2,50	-	1,77
1995	1,56	2,44	-	2,10
1996	1,65	2,34	4,79	2,19
1997	1,41	2,19	1,94	2,03
1998	1,90	2,20	3,02	2,14
1999	1,50	2,17	2,35	1,92
2000	2,06	2,08	2,58	1,80
2001	1,54	1,83	2,61	1,70
2002	1,10	1,61	1,13	1,58
Ortalama	1,52	2,18	2,63	1,96

Tablo 4 ve Tablo 1 birlikte değerlendirildiğinde, kekik ve defne ihracatının miktar bazında arttığı, fiyatların ise gerilediği görülmektedir.

5.3. Dağıtım

Dağıtımın mekan ve zaman değişikliği yaparak ürünlerin tüketici ile buluşmasını sağlayan bir işlevi bulunmaktadır. Teorik olarak dağıtım kanalları;

a) Doğrudan Dağıtım

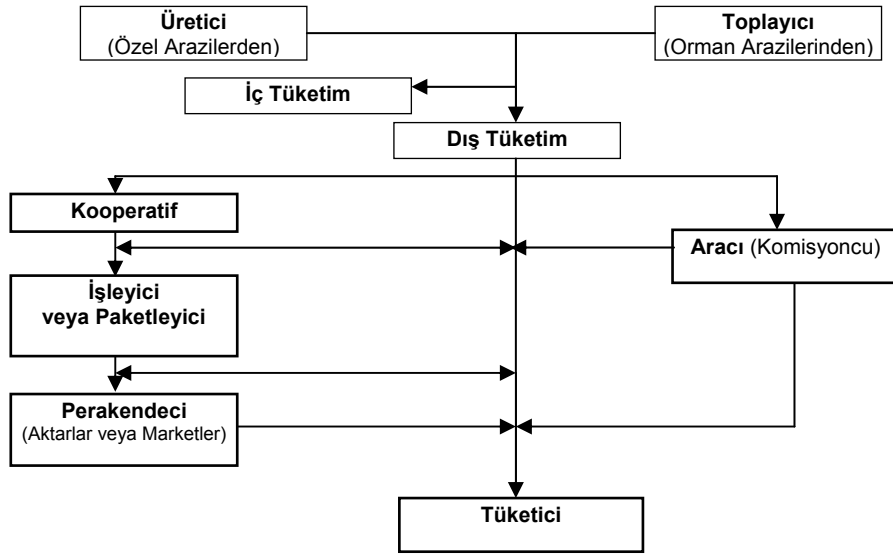
b) Dolaylı Dağıtım (Üretici-Perakendeci-Tüketici ya da, Üretici-Toptancı-Perakendeci-Tüketici) biçiminde 2 tipte görülmektedir.

ODOÜ'yü toplayanlar için standart üretim veya yerleşmiş bir pazarlama etkinliği bulunmamaktadır. Toplayıcı kendi müşterisini bulmak zorundadır. OGM'nin söz konusu ürünleri pazarlamasında ise aracı kurumlar rol almaktadır.

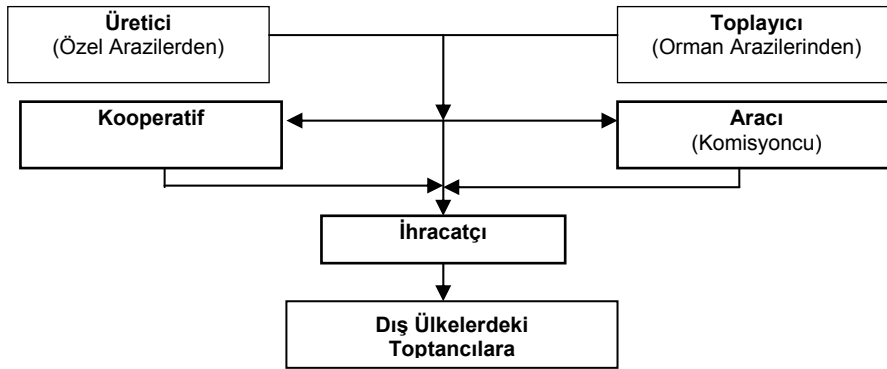
OGM aracı kurum olarak orman köylüsünü veya kooperatifleri kullanmakta (OGM→Orman Köylüsü →Aracı →Tüketici) iken, özel

arazilerdeki üreticiler dağıtımını bizzat kendileri veya aracı kurum ile yapmaktadır (Üretici → Tüketici veya Üretici → Aracı → Tüketici). Şekil 2'de, hem yurt içi piyasaya yönelik hem de ihracata yönelik olarak ODOÜ pazarlama kanalının nasıl olması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

ODOÜ'nün Yurtiçi Dağıtım Kanalı



ODOÜ'nün İhracat Dağıtım Kanalı



Şekil 2: ODOÜ'nün Olası Dağıtım Kanalı

Figure 2: Possible Distribution Channel of NWFP

Şekil 2'ye göre toplayıcılar veya üreticiler, ODOÜ'nün bir kısmını iç tüketime, kalanını dış tüketime sunmaktadır. Diğer bir anlatımla, ODOÜ'nün önemli kısmı, mahalli halk tarafından kendi ihtiyaçları için tüketilmekte, kalan kısmı çoğunlukla düşük fiyatlarla aracılar vasıtasıyla alınarak şehirlerde tüketime sunulmakta veya yurt dışına ihraç edilmektedir (DPT, 2001). Üretici kooperatif veya aracıları kullanmaksızın ürünlerini işleyici, perakendeci veya tüketiciye ulaştırabilmektedir. Üreticilerin doğrudan tüketici ile buluşması daha çok semt pazarlarında kendini göstermektedir. Yapılan bir araştırmada, Türkiye'de tıbbi ve aromatik bitkilerle ilgilenen firmaların ürünlerin %90'nını aracılardan kalan %10'u da üretici veya toplayıcıdan sağlandıkları belirlenmiştir (ARTUKOĞLU ve UZMAY, 2003).

Türkiye'de ODOÜ dağıtım kanalı sırasıyla toplayıcı-köy temsilcisi-yöre aracısı- tüccar- ihracatçı biçiminde gerçekleşmektedir². Bu dağıtım kanalı içinde ürün toplayıcılar (orman köylüsü) tarafından toplanmakta ve köy temsilcisine teslim edilmektedir. Köy temsilcisi ürünün kurutma ve paketlenme işlemlerini gerçekleştirmektedir. Köy temsilcisi bu işlemleri yöre aracısı adına gerçekleştirmektedir. Yöre aracısı ürünün toplanmasından tüccar veya ihracatçıya teslim edilmesine kadar olan süreçte gerçekleştirilen yasal işlemleri takip etmektedir. Bu zincirde OGM'nin belirlediği ürün tarife bedelleri yöre aracısı tarafından ödenmektedir.

Türkiye'de kooperatifler etkin bir yapıda bulunmadığı için, aracılar oldukça rahat bir ürün alım satımı gerçekleştirmektedir. Sermaye yetersizliği nedeniyle ürünün tamamını alamaması, alınan ürün bedelinin geç ödenmesi, alım esnasında stopajın üreticilerden tahsil edilmesi gibi nedenlerden dolayı üreticiler kooperatifleri tercih etmemektedir. GERAY ve Ark. (1993), köylünün tohumu genellikle tüccara sattığını ve kooperatifi tercih etmediğini tespit etmiştir. Buna neden olarak, kooperatiflerin ödemelerinin zamanında yapılmamasını ve satışların faturalı olmasını göstermişlerdir. Çam fıstığı için yapılan başka bir araştırmada ise, alım kooperatiflerinin üretimin %15-20'sini gerçekleştirdiği belirtilmektedir (BİLGİN ve AY, 1997).

² 13 Ekim 2004 tarihinde, OGM'nin düzenlediği "Odun Dışı Orman Ürünleri Paneli" katılımcılarından Ahmet GÖZLÜKAYA'nın sunumu, EİB Toplantı Salonu, İzmir.

Çam fıstığı uzun süre kabuklu olarak saklanabildiğinden yılın her döneminde piyasada bulunabilmektedir. Koçarlı da alımlar Aydın ve Kozaktan gelenlerce yapılırken, Kozaktaki ürünün büyük bir kısmı yöredeki bir özel şirket tarafından alınmaktadır. Kozak yöresindeki en büyük çam fıstığı alıcısı 400 ton/yıl kapasiteli kabuk kırma tesisi bulunan özel bir şirkettir. Diğer firmalar ise EİB'ye bağlı ana uğraş konuları zeytinyağı, üzüm ve incir olan Ege Kuru Meyve ve Mamulleri Birliği üyeleridir. Bu firmalar kısmen çam fıstığı alımı yapmakta, rekoltenin düşük olduğu ya da ürün fiyatlarının çok yükseldiği dönemlerde alım yapmamayı tercih etmektedirler (BİLGİN ve AY, 1997).

5.4. Tutundurma

Tutundurma, işletmenin ürettiği mal ve hizmetler ile ilgili bilgilerin aktüel veya potansiyel tüketiciler ile olan ilişkisini sağlamaktadır. Tutundurma kişisel satış, reklam, tanıtma ve halkla ilişkiler, satış geliştirme yöntemleri aracılığı ile yapılmaktadır.

Kişisel satış, mamul ile potansiyel alıcılar arasındaki iletişimi bir satış elemanı aracılığı ile sağlamaya dayalı tutundurma etkinliğidir. OGM, ODOÜ için kişisel satış elemanı bulundurmamakta, bu görevi yurt içinde genellikle aracılar, aktarlar veya perakendeciler yurt dışında ise ihracatçı firmalar gerçekleştirmektedir.

İhracatçılar, yurtdışı talepleri doğrultusunda yaptıkları ODOÜ ihracatı için çok fazla tutundurma etkinliklerinde bulunmamaktadır. Alıcının talebi bellidir ve ihracatçı bu kriterlere uygun mal hazırladığında alıcısı hazırır. Ancak ihracatçı firmalar müşteri portföyünü genişletmek için tanıtım ve reklam yollarına başvurabilir. Bunun için çeşitli fuarlara, seminerlere katılabilir. Ayrıca çeşitli katalog veya rehberlere ilan verebilir.

Sergi, teşhir, fuar gibi satış geliştirme çabaları sürekli yürütülmemekle birlikte, ODOÜ için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Fuarlar genellikle çeşitli grupların bir araya geldikleri ve çok kısa sürede oldukça fazla ürün satılan yerlerdir. Hamburg (Almanya), New York (ABD), Osaka (Japonya) başlıca ticaret merkezlerindedir. Bununla birlikte,

Marsilya ve Paris; İsviçre’de Busel ve St.Gallen; İngiltere’de Londra; Hollanda da Amsterdam ve Rotterdam ODOÜ’nün önemli ticaret merkezleridir (ARTUKOĞLU ve UZMAY, 2003).

Uluslararası ticaret fuarları ihracatçı firmalar için hem vitrin hem de pazar yeri görevindedir. Burada ihracatçılar mallarını sergiler, ilgilenenlere bilgi verir ve alıcılarla bağlantı kurabilir. ODOÜ ekolojik ürünler kapsamında değerlendirilebilmekte olup, özel fuarlar ya da genel gıda fuarlarında sergilenebilmektedir. Almanya’daki BIOFACH, Köln’deki ANUGA, Münih’teki IKOFA, Paris’teki SIAL, bu fuarlara örnek gösterilebilir (TÜRKÖZ, 2002). Özel fuarların ziyaretçileri az sayıda, ancak daha ciddi nitelikteki alıcılardır. Bu yüzden ihracatçılar için özel fuarlar kısa sürede bağlantı yapma olanağı sağlamasından dolayı önemlidir.

Reklamın diğer alanlarda olduğu gibi ODOÜ için de büyük önemi bulunmaktadır. ODOÜ’ye yönelik reklam mesajları periyodik dergilerden özellikle ekolojik dergiler, gazeteler, web sayfaları, televizyon gibi tutundurma araçları ile yapılmaktadır. ARTUKOĞLU ve UZMAY (2003) tarafından İzmir ilindeki ilgili firmalar için yapılan bir araştırmada, ODOÜ ticareti ile uğraşan firmaların dergi, radyo, televizyon gibi reklam araçlarına maliyetlerini arttırdığı gerekçesiyle özel olarak reklam vermekten kaçındıkları, daha çok web sayfası oluşturarak, fuarlara katılarak ve ticaret odalarına başvurarak tanıtımlarını yaptıkları belirlenmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de kırsal alanda yaşayanlar, düşük gelir düzeyi ve yetersiz sermaye birikimi, tarımsal üretim risklerinin bulunması, ürettikleri ürünlerin fiyatının aracı ve tüketicilerin kontrolünde oluşması, sağlık, gelecek gibi sosyal olanaklardaki belirsizliklerden dolayı kentlere göç eğilimindedir. Bu göçün durdurulması için, kırsal kesimdeki insanların yaşadıkları alanlarda kalmalarını sağlayacak etkinliklerin desteklenmesi gerekmektedir.

Ormancılık örgütü uzun yıllardan beri, orman köylülerini kalkındırmak, göçlerini durdurmak yönünde destekleyici çalışmalarına devam

etmektedir. Türkiye’de ODOÜ’nün uygun bir sisteme kavuşturulmasıyla, orman teşkilatının orman köylüleri için sürdürdüğü bu politikanın daha da güçlendirilme olanağı bulunmaktadır.

Devlet orman işletmelerinin aldığı tarife bedeli, ürünlerin büyük şehirlere taşınmasında gündeme gelmektedir. Nitekim; kaçak taşınan ve kırsal kesimin kendi ihtiyaçları için sakladığı ODOÜ’den tarife bedeli alınmamaktadır. Diğer bir anlatımla, tarife bedeli alınan ürünler OGM kayıtlarına girmekte, ancak ODOÜ’nün gerçek üretim miktarına ulaşamamaktadır. Çalışmada, OGM kayıtlarındaki defne üretim düzeyinin ihracat miktarından yüksek olduğu, kekikte ise durumun tam tersine olduğu belirlenmiştir. Bunun nedeni de kekiğin son yıllarda yoğun olarak özel arazilerde üretilmesidir.

Türkiye’de tarife bedeli genelde aracılar tarafından ödenmektedir. Diğer bir ifadeyle, ürün birim fiyatı aracılar tarafından belirlenmektedir. Ürünü toplama işini yürüten orman köylüleri topladıkları ürün miktarıyla orantılı olarak gelir sağlamaktadır. Yine ürüne yönelik bürokratik işlemler çoğunlukla aracılar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle, ODOÜ’nün kayıt altına alınabilmesi için köy temsilcilerinin ve yerel aracılardan takip edilmesi oldukça önemlidir.

Çalışmada, OGM’nin kekik, defne ve çam fıstığı toplayıcılarından aldığı tarife bedelinin, düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. OGM tarife bedelini toplanan ürünün kayıt dışında kalmasını önlemek ve yurt dışında ihracatçıların kolay rekabet edebilmesi için maliyetleri arttırmamak nedeniyle düşük tutmaktadır. Bu bağlamda, OGM’nin ODOÜ fiyatlandırma politikasının uygunluğunun hem kurumun sürdürülebilirliği hem de ürünün sürdürülebilirliği bağlamında sorgulanması gerekmektedir.

Devlet ormanlarında genel hatları ile bakıldığında, halen ticari olarak özellikle yabancı pazarlara sunulabilecek ODOÜ’nün bulunduğu ve iyi bir pazarlama programıyla ülke ve kırsal kalkınma için kaynak oluşturabilecek bir fırsatın var olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmada kekik ve defnenin son yıllarda ihracat miktarının arttığı ancak ihracat birim fiyatlarının düştüğü belirlenmiştir. Pazarlama karmasının fiyatlandırma kararları üretici ve toplayıcılar için biran önce sağlıklı bir yönetim kavuşturulmalıdır. Nitekim fiyat; aracı, perakendeci veya ihracatçı

firmanın kontrolünde belirlenmektedir. Ormancılık sektörü için ODOÜ'nün pazarlanmasında mal karmasını oluşturan mal hattının derinliğini artırmak bakımından önemli fırsatların bulunduğu görülmektedir.

ODOÜ'nün işlenmesi ve pazarlanması konularında bilgi, destek, eğitim vb. programlar bakımından yetersizlikler mevcuttur. Bu nedenle ihracat çoğunlukla hammadde halinde yapılmaktadır.

Gelecekte özel arazilerde gerçekleştirilen üretim miktarının artması beklenmektedir. Ancak bu üretim artışı ile pazar dengelerinin ve pazarda Türkiye'nin payı bilinmemektedir. Bu nedenle kekik veya diğer herhangi bir ürünün tarımını yapacak yatırımcıların, yatırım yapmadan önce alıcı firmalarla görüşüp anlaşmaya varmaları ve sözleşmeli üretim yapmaları hem kendileri, hem de Türkiye'nin bu ürünler ihracatından istediği oranda gelir elde edebilmesi açısından oldukça önemlidir.

Türkiye'de ihracat büyük çoğunlukla hammadde veya yarı-mamul olarak yapıldığından sağlanan gelir, potansiyel gelirin çok altındadır. Nitekim; DİE ihracat verilerine bakıldığında defnenin yaprak, kekiğin ise ezilmemiş biçimde işlenmeden ihraç edildiği görülmektedir. Gelişmiş bazı ülkelerin hem ithalat hem de ihracat olarak öncü durumda oldukları bilinmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de ODOÜ'nün hammadde yerine işlenmiş olarak ihracına yönelik çalışmaların desteklenmesi ve güçlendirilmesi gerekmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- ACAR, İ. 1987:** Defne Yaprağı ve Yaprak Eterik Yağının Üretilmesi ve Değerlendirilmesi. Ormançılık Araştırma Enstitüsü Yayınları, Teknik Bülten Serisi No:186, 89 Sayfa, Ankara.
- ANŞİN, R., ÖZKAN, Z., 1997:** Tohumlu Bitkiler. Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi, Yayın No:197, 507 Sayfa, Trabzon.
- ARTUKOĞLU, M., M., UZMAY, A., 2003:** Tıbbi ve Aromatik Bitkiler İç ve Dış Ticareti Üzerine Bir Araştırma. İzmir Ticaret Odası, 42 Sayfa, İzmir.
- ATEŞ, H. 1963:** Türk İhraç Malları, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 221 Sayfa, İstanbul.
- BANN, C., CLEMENS, M.,1999:** Ormançılık Sektör İncelemesi, Küresel Örtüşme Programı Final Raporu, Ankara.
- BİLGİN, F., AY, Z. 1997:** Ege Bölgesinde Çam fıstığı İşletmeciliği Üzerine Araştırmalar. Orman Bakanlığı Ege Ormançılık Araştırma Müdürlüğü, Orman Bakanlığı Yayın No:045, 49 Sayfa, İzmir.
- BOZKURT, Y., YALTIRIK, F., ÖZDÖNMEZ, M. 1982:** Türkiye’de Orman Yan Ürünleri İ.Ü. Yayın No: 2845, O.F. Yayın No:302, İstanbul.
- ÇEVRE VE ORMAN BAKANLIĞI, 2003:** 1990-2003 yılı ODOÜ Üretim Miktarları. Ankara.
- DİE, 2003:** İhracat ve ithalat verileri, Ankara.
- DPT, 2001:** Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Ormançılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu. DPT:2531, ÖİK: 547, 553 S., ISBN 975 . 19 . 2555 - X Ankara.
- DOĞRU, M. 2001:** Türkiye’de Orman Kaynaklarının Planlanması ve Yönetimi. Türkiye İçin Bir Ulusal Programın Hazırlanması. TCP/TUR/066(A) Taslak Rapor, 156 Sayfa, Ankara.
- EİB, 2003:** Ege İhracatçıları Birlikleri Kayıtları, İzmir.
- ELLATİFİ, M., 2000:** “The Situation of Non-Wood Forest Products in Morocco”. Ministry of Forestry Turkey, Seminar Proceedings, Harvesting of Non-Wood Forest Products. p.79-86, Ankara.
- GERAY, U. 1998:** Ulusal Çevre Eylem Planı, Orman Kaynakları Yönetimi, DPT yayınları, 115 Sayfa, ISBN:975-19-1917-7 Ankara.
- GERAY, U. 2001:** Ormançılık Kurumları (2. Yazım) 76 sayfa, Basılmamıştır. İstanbul.
- GERAY, U., TÜRKER, A., BEKİROĞLU, S., OK, K., 1993:** Bolu, Konya, Zonguldak, Denizli ve İzmir Orman Bölge Müdürlüklerinde Yapılan Sosyal Ormançılık Çalışmalarının İncelenmesi. GCP/TUR/045/SWI, Basılmamış Rapor, 91 sayfa, İstanbul.
- GÖKER, Y., ACAR, M., İ. 1983:** Orman Yan Ürünlerinden Akdeniz Defnesi. İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri:B, Cilt:33, Sayı:1, İstanbul.
- GÜL, A., ACAR, C. 2001:** Effects on Erosion and Cultivation of Sweet Marjoram (*Origanum onites*), Sage (*Salvia officinalis*), Balm (*Melissa officinalis*) on the Marginal Agricultural Lands. Ministry of Forestry of Turkey, Seminar Proceedings, Harvesting of Non-Wood Forest Products. p.237-240, Ankara.
- GÖZLÜKAYA, A., 2004:** 13 Ekim tarihinde OGM'nin düzenlediği Odun Dışı Orman Ürünleri Paneli Panelistlerinden Ahmet Gözlükaya'nın sunumu, EİB Toplantı Salonu, İzmir.

- GÜL, S., ÇEVİK, İ., GÜL, M., ÖZEL, N. 2002:** Ege Bölgesinde İzmir Kekigi ve Adaçayının Yağ Analizlerinden Yararlanarak Yörelere Göre Kesim Zamanının Belirlenmesi. Orman Bakanlığı Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Orman Bakanlığı Yayın No:153, 21 Sayfa, İzmir.
- KIZMAZ, M. 2001:** Policies to Promote Sustainable Forest Operations & Utilization of Non-wood Forest Products. Ministry of Forestry of Turkey, Seminar Proceedings, Harvesting of Non-Wood Forest Products. p.97-113, Ankara.
- KONUĞU, M. 2001:** Ormanlar ve Ormancılığımız. Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, DPT Yayın No: 2630, 238 Sayfa, Ankara.
- İLTER, E., OK, K., 2004:** Ormancılık ve Orman Endüstrisinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi. ISBN: 975-96967-2-X. Form Ofset Matbaacılık, Ankara.
- OKAN, T., ŞAFAK, İ., 2004:** Akhisar Yöresindeki Kekik ve Tütün Üretiminin Ekonomik Açıdan Karşılaştırılması. İ.Ü. Orman Fakültesi Dergisi Seri A, Volume 54, Sayı 1, s.187-206, İstanbul.
- OGM, 1987:** Ülkemizdeki Bazı Önemli Orman Tali Ürünlerinin Teşhis ve Tanıtım Kılavuzu. Orman Bakanlığı Yayın No:659, Seri No:18, 89 Sayfa, Ankara.
- OGM, 1995:** Orman Tali Ürünlerinin Üretim ve Satış Esasları, Orman Bakanlığı Tebliğ No:283, 153 Sayfa, Ankara.
- OGM, 2004:** Türkiye Ormanlarında Odun Dışı Ürünler, Ankara.
- ÖZHATAY, N., KOYUNCU, M., ATAY, S., BYFIELD, A. 1997:** Türkiye'nin Doğal Tıbbi Bitkilerinin Ticareti Hakkında Bir Çalışma. Doğal Hayatı Koruma Derneği, ISBN:975-96081-9-7, 121 Sayfa, İstanbul.
- ÖZOY, Ö., A., 2001:** Bazı Topraksız Kültür Sistemlerinin Defne Çeliklerinin Köklendirilmesinde Kullanım Olanakları, E.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, 63 Sayfa, İzmir.
- PARLAK, S. 2003:** Defne'nin Çelikle Üretilmesi. Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, 2003-2004 Çalışma Programı, Sayfa:33-47, İzmir.
- SARI, A., O.; OĞUZ, B. 2000:** Türkiye ve Dünyada Bazı Tıbbi, Kokulu ve Baharat Bitkilerinin Yeri ve Önemi. TYUAP: Ege-Marmara Dilimi 2000 yılı tarla bitkileri bilgi alış-veriş toplantısı bildirileri. Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Yayın No:98. İzmir.
- SARI, A., O.; OĞUZ, B. 2002:** Kekik. Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Yayın No:108. ISBN:975-407-104-7, 82 Sayfa, İzmir.
- TSE, 1985:** Defne Yaprağı, Laurel, Türk Standartları, TS 1017, UDK 664.59, Ankara.
- TSE, 2002:** Kekik Standardı, TS 3786, ICS 67.220.10, Ankara.
- TSE, 2003:** Çam Fıstığı Standardı, TS 1771, ICS 67.220.10, Ankara
- TÜRKER, M.F., ÖZTÜRK, A., PAK, M., TİRYAKİ, E., (2001):** Türkiye Ormancılığında Odun dışı Orman ürünleri İşletmeciliğinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Türkiye Ormancılar Derneği, 1. Ulusal Ormancılık Kongresi (19-20 Mart 2001) Bildiri Kitabı, sayfa:306-316, Kardelen Ofset, Ankara, ISBN 975-93478-0-6.
- TÜRKÖZ, T., U. 2002:** Ekolojik (Organik) Tarım Ürünleri Pazarlaması. Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 120 Sayfa, Manisa.
- YAZICI, H., 2002:** Batı Karadeniz Bölgesinde Yetişen Defne Yaprak ve Meyvelerinden Faydalanma İmkanlarının Araştırılması, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 309 Sayfa, Zonguldak.