

Ege Bölgesi odun dışı orman ürünleri sanayinin mevcut durumu

Current status of non-wood forest products industry in Aegean Region

Hadiye BAŞAR¹

Fevzi BİLGİN²

Mustafa Burak ARSLAN¹

¹ Ege Ormanlık Araştırma Enstitüsü
Müdürlüğü, İzmir

² Batı Karadeniz Ormanlık Araştırma
Enstitüsü Müdürlüğü, Bolu

Sorumlu yazar (Corresponding author)

Hadiye BAŞAR

hadiyebasar@ogm.gov.tr

Geliş tarihi (Received)

26.06.2020

Kabul Tarihi (Accepted)

21.10.2020

Sorumlu editör (Corresponding editor)

Taner OKAN

tokan@istanbul.edu.tr

Atıf (To cite this article): Başar, H. (2021). Ege Bölgesi odun dışı orman ürünleri sanayinin mevcut durumu . Ormanlık Araştırma Dergisi , 8 (1) , 69-79 . DOI: 10.17568/ogmoad.758590

Öz

Türkiye odun dışı orman ürünleri (ODOÜ) bakımından zengin olmasına ve ürünleri işleyen sanayilerin önemi gün geçtikçe artmasına rağmen sanayi koluna yönelik geniş değerlendirmeler içeren ve alansal verilere dayalı bilimsel çalışma ve incelemeler oldukça sınırlıdır. Bu durum ürün grubunu işleyen sanayilerin incelenmesini ve araştırmaların artırılmasını gerektirmektedir. Bu çalışmada, alan çalışmasına dayanılarak ODOÜ sanayisinin genel durumunun ortaya konulması, işletme yapılarının ve işletmeciler özelliklerinin incelenmesi, sorunlarının ve beklentilerinin belirlenmesi, ODOÜ sanayisinin gelişimine yönelik bazı sonuçlara ulaşılması ve önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Çalışmanın kapsamını Ege Bölgesi örneğinde belirlenen illerdeki (İzmir, Manisa, Aydın, Denizli ve Muğla) ODOÜ sanayi işletmeleri oluşturmaktadır. Bölgede 105 firma ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. İşletmelerin genel profilinin değerlendirilmesi ile %89,5'ini mikro ve küçük ölçekli işletmelerin oluşturduğu görülmüş ve incelenen işletmelerin genel olarak kurumsallaşma sürecinin başında oldukları belirlenmiştir. Ürün dağılımı itibarıyla en çok işlenen ürünler sırasıyla kekik (61), defne (55), adaçayı (46) ve biberiye (41) olarak belirlenmiştir. İşletmelerin %53,3'ünü limited şirketler oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ormancılık, ODOÜ, sanayi, Ege Bölgesi

Abstract

Scientific studies and investigations, involving large assessments for these industries and based on the spatial data, are very limited in Turkey despite the richness of Turkey in non-wood forest products (NWFP) and the increasing importance of industrial processes day by day. This situation needs to increase the researches about industry processing for his group of products. For this purpose, it was considered this project that provides conclusion and recommendations for, determine general situation of the NWFP industry with its problems and expectations, identify the current situation and development, examine the structure of the company and the keepers, investigate the development in forest-industry relations from demand and supply, in the light of information to be obtain with field work. The scope of the study is NWFP industries. Application areas are defined as İzmir, Manisa, Aydın, Denizli and Muğla. Face-to-face interviews were conducted with 105 companies in the region. With the evaluation of the general profile of the enterprises, it was seen that 89.5% of them were micro and small scale enterprises. It was determined that the enterprises examined with the study are generally at the beginning of the institutionalization process. In terms of product distribution, the most processed products were thyme (61), bay (55), sage (46) and rosemary (41), respectively. 53.3% of the enterprises are limited companies.

Keywords: forestry, NWFP, industry, Aegean Region



Creative Commons Atıf -
Türetilemez 4.0 Uluslararası
Lisansı ile lisanslanmıştır.

1. Giriş

Odun dışı orman ürünlerine (ODOÜ) olan talep, değişen tüketici tercihleri, hızlı kentleşme nedeniyle doğal kaynaklara erişim zorlukları, besin kirlenmesi, kullanım alanlarının çeşitlenmesi, farklı sanayi kollarının üretimde bu ürün grubunu yaygın olarak tercih etmesi vb. nedenlerle hızla artmaktadır. Yakın bir geçmişe kadar yalnızca yöresel kullanım ve pazarlarda gıda takviyesi şeklinde yer alan ODOÜ tüketimi şekil değiştirerek kendi sanayi kolu dışında kozmetik, boya, gıda, tekstil, enerji, ilaç vb. birçok sektörde önemli hammadde temin kaynağı haline gelmiştir. Yapılan son çalışmalar bu ürün grubunun kırsal yörelere başta gıda ve geçim kaynağı olmak üzere tahmin edilenden daha fazla katkı sağladığını göstermektedir (Ickowitz ve ark., 2014).

Dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye’de de bu gelişim kendini göstermektedir. Zengin bitki coğrafyası ve kırsal nüfus yoğunluğu ile gerek kırsal yörelere sağladığı katkı, gerekse iç ve dış ticarette gittikçe artan oranda ağırlığı ODOÜ’ni önemli bir ürün grubu haline getirmiştir. ODOÜ’nin çok önemli bir bölümü doğadan toplandığı ve orman arazilerinde yer aldığından orman kaynaklarının sürdürülebilir yönetimi ve orman köylerine katkılarının artırılması, orman-halk ilişkilerinin geliştirilmesi açısından bu kaynakların tek yöneticisi durumunda olan Orman Genel Müdürlüğüne (OGM) önemli görevler yüklemektedir. Bu duruma Türkiye Ulusal Ormanlık Programında da (2004-2023) yer verilmekte; ormanların korunması, geliştirilmesi, faydalanma ve orman köylerine yönelik amaç, hedef ve stratejileri arasında konunun önemi vurgulanmaktadır (Anonim, 2004).

ODOÜ sektörü, karşılaştırmalı üstünlükleri olan, ekonomik değeri yüksek ve arz açığı olan bir sektör olarak tanımlanmaktadır (Türker ve ark. 2006; Anonim, 2011). Diğer taraftan, Türkiye gibi ODOÜ zengini olan ülkelerin hammadde temini sağlayan ülkeler kategorisinde olması, buna karşılık bu ürünleri ithal eden Almanya, İspanya, İtalya, Çin gibi sanayisini kuran ve geliştiren ülkelerin hammadde olarak ithal ettikleri ürünleri işleyerek mamul halde iç ve dış piyasalara yüksek fiyatlarla satması katma değer bu ülkelerde kalmasına ve ODOÜ üreten ülkelerin büyük gelir kayıplarına uğramasına sebebiyet vermektedir (Kurt ve ark., 2011). Bu durum ürünü işleyen ve çeşitlendiren sanayi kolunun önemini açıkça ortaya koymaktadır.

OGM tarafından yaptırılan ODOÜ bitkisel üretimi 2000 yılında 22.000 ton iken, 2013 yılında 246.000 tona çıkmış, aynı dönemde ihracat ise 30,6 milyon \$’dan, 435 milyon \$’a yükselmiştir (Balcı, 2014). 2017 yılında ise OGM’nin ODOÜ üretimi 586.540

ton olarak gerçekleşmiş ve 7.723.623 TL gelir elde edilmiştir (Anonim, 2018). Türkiye’nin ODOÜ olarak iç ve dış ticareti yapılan bitki sayısının 347 olduğu ve bunun yaklaşık %30’unun ihraç edildiği bildirilmektedir (Kılıç ve Üner, 2009; Yurdaer ve Demirci, 2009).

1990-2009 yılları arasında Türkiye’nin orman ürünleri ihracat ve ithalat verileri baz alınarak yapılan bir çalışmada; ODOÜ ihracat gelirinin yuvarlak odun ihracat gelirine göre çok daha fazla olduğu, ithalatta ise tam tersi bir durumun bulunduğu belirlenmiştir (Kurt, 2011). Türkiye ormancılığında, endüstriyel amaçlı ODOÜ üretimi iç ve dış piyasa taleplerine bağlıdır. Talepler incelendiğinde dış piyasa taleplerinin yurt içine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ihracat şansı yüksek durumdadır (Geray, 1998). X. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) Sürdürülebilir Orman Yönetimi Özel İhtisas Komisyon (ÖİK) Raporunda, “ODOÜ ve hizmetlerine ilişkin potansiyelin gereğince değerlendirilememesi” ve “orman köylerindeki yoksulluğun sektörde önemli zayıflıklar ve tehditler olarak mevcudiyetini sürdürmesi” zayıflıklar arasında belirtilmektedir (Anonim, 2014b).

Ülkemizde ODOÜ’ne gerçek anlamda ekonomik değer kazandırılabilmesi, ormancılık sektörüne ve ülke ekonomisine ciddi boyutta katkı sunabilmek için öncelikle sanayi kolunun mevcut durum ve yapısını tanımak gerekmektedir. Sanayi koluna yönelik saha çalışmasına dayalı incelemelerin ülkemiz genelinde ve Ege bölgesinde çok sınırlı kaldığı görülmektedir.

Türkiye genelinde gerek ODOÜ çeşitliliği ve üretimi, gerekse ticari potansiyeli (ihracat-ithalat) açısından önemli olan Ege Bölgesi, aynı zamanda üretim, üretici, ticaret ve sanayi örgütlerinin yaygınlığı açısından da oldukça etkindir. Bu bölgede yapılacak ODOÜ sanayi kuruluşlarına yönelik çalışmalar, sanayi kolunun tanınması, mevcut durumunun ortaya konulması ve kaynak sahibi olan OGM genelinde ormancılık-sanayi ilişkilerinin geliştirilmesine katkı sağlaması açısından önemlidir.

Konuyla ilgili çalışmalar, daha ziyade ODOÜ ve odun kökenli orman ürünleri sanayi koluna yöneliktir ve ODOÜ sanayi konusunda saha verilerine dayalı çalışma eksikliği dikkat çekmektedir. Bu çalışma ile ODOÜ sanayi, alansal verilere dayalı olarak Ege Bölgesindeki 5 il kapsamında incelenmiştir. Bölge ODOÜ üretimi, üretici, ticaret ve sanayi örgütlerinin yaygınlığı açısından oldukça etkindir. Bölgede yapılacak ODOÜ sanayi kuruluşlarına yönelik çalışmalar, sanayi kolunun tanınması, mevcut durumunun ortaya konulması, beklenti ve sorunlarının belirlenmesi, gelişimine yönelik

tespitlerin yapılabilmesi ve kaynakların sahibi olan OGM genelinde ormancılık-sanayi ilişkilerinin geliştirilmesine katkı sağlaması açısından önemlidir. Çalışma ile elde edilen bulgular doğrultusunda öneriler geliştirilmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Materyal

Bu araştırma, Ege Bölgesi'nde ODOÜ sanayi işletmelerinin yaygın olarak bulunduğu İzmir, Manisa, Aydın, Denizli ve Muğla illerinde yürütülmüştür. Çalışmanın materyali birincil ve ikincil veri kaynaklarıdır. Çalışmanın ana materyali, Manisa, İzmir, Denizli, Muğla, Aydın illerinde odun dışı ürünler alanında faaliyet gösteren işletme sahipleri/temsilcileri ile yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ile oluşturulmuştur (OGM, 2019).

2.2. Yöntem

Çalışma ankete dayalı olup araştırma alanındaki odun dışı orman ürünleri işleyen işletmelerin genel

özelliklerini belirlemeyi ve mevcut durumlarını genel olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere çalışma alanında faaliyet gösteren işletmelere yönelik soru formları hazırlanmıştır. Çalışma alanındaki kurumlarla resmi yazışmalar yapılmış işletmeler hem yazışmalar yoluyla, hem de saha araştırmalarıyla tespit edilmiştir.

Alanda faaliyet gösteren işletme sayısının sınırlı olması nedeniyle tespit edilen ve görüşmeyi kabul eden tüm işletmeler çalışmaya dahil edilmiştir. Bu kapsamda 105 işletme sahibi/temsilcisi ile görüşülmüştür. İşletmelere, yıllık net satış hasılatı sorulmuş, ancak cevap vermek istememeleri üzerine soru formundan bu soru çıkarılmıştır.

3. Bulgular

Çalışma kapsamında toplam 105 görüşme yapılmış olup bunun 46'sı işletme sahibi ve 59'u işletme temsilcisidir. Tablo 1'de 86'sı erkek ve 19'u kadınlardan oluşan işletme sahibi ve işletme temsilcilerinin yaş ve öğrenim durumlarının sayısı ve oranları görülmektedir.

Tablo 1. Yaş, öğrenim ve cinsiyet durumu
Table 1. Descriptive statics of age, education and gender

	Sayı	İşletme sahibi		İşletme sahibini temsil yetkisi olan yönetici		Toplam	
		%	Sayı	%	Sayı		
	Erkek	42	40,0	44	41,9	86	81,9
	Kadın	4	3,8	15	14,3	19	18,1
	Toplam	46	43,8	59	56,2	105	100,0
Yaş	25-34	13	12,4	29	27,6	13	12,4
	35-44	11	10,5	23	21,9	11	10,5
	45-60	50	47,6	41	39,1	50	47,6
	61≤	31	29,5	12	11,4	31	29,5
	Toplam	105	100	105	100	105	100
	Öğrenim	İlkokul	17	16,2	15	14,3	17
Ortaokul		10	9,5	7	6,7	10	9,5
Lise		34	32,4	22	21	34	32,4
Ön lisans		-	-	1	1	-	-
Lisans		44	41,9	57	54,3	44	41,9
Lisans üstü		-	-	3	2,9	-	-
Toplam		105	100	105	100	105	100

3.1. İşletmelerin genel özellikleri

İşletme çalışan sayısı "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik"te kullanılan sınıflandırma (Anonim, 2005) esas alınarak değerlendirilmiş; 10'dan az çalışanı olan işletmelerin (mikro işletmeler) oranının %41,9 olduğu; 10-49 arasında çalışana sahip işletmelerin (küçük

işletmeler) %47,6 oranında olduğu; 250 ve üzeri çalışan sayısı grubundaki işletme oranının ise yalnızca %1 olduğu belirlenmiştir (Tablo 2).

Çalışanlar, işletmede çalıştıkları bölüme ve cinsiyete göre, ayrıca çalışma sürelerine (daimi/geçici) göre sınıflandırılarak değerlendirilmiştir. Buna göre işletmeler genelinde ortalama çalışan sayısının 33,8 olduğu, bu rakamın 24,9'unu daimi,

8,9'unu ise geçici çalışanların oluşturduğu görülmüştür. 105 işletmeden 91 adedinde kadın çalışan bulunmaktadır.

Tablo 2. Çalışan sayısı
Table 2. Number of employees

Çalışan sayısı	Sayı	Oran (%)
<10	44	41,9
10-49	50	47,6
50-249	10	9,5
>=250	1	1,0
Toplam	105	100,0

Daimi yönetici kadrosunda kadın bulunan işletme

sayısı 44'tür. Geçici personel çalıştıran işletme sayısı 27; bu işletmelerde kadın işçiye de yer veren işletme sayısı 24'tür. Kadın çalışanların genel ortalamasının daha yüksek olduğu; çalışılan bölümlere göre incelendiğinde ise üretim ve pazarlama bölümlerinde kadın çalışan ortalamasının daha yüksek, yönetici kadın çalışan ortalamasının daha düşük olduğu görülmektedir (Tablo 3).

İşletmelerin %53,3 ile büyük bölümünün limited şirket olduğu; %28,6'sının ise şahıs işletmesi olduğu görülmektedir. İşletmelerin %54,3'ünün ortağı bulunmaktadır. Bu ortaklık yapısının önemli bir bölümünü ise aile dışı ortaklık (%68,4) oluşturmaktadır (Tablo 4).

Tablo 3. Cinsiyet ve çalışılan alan
Table 3. Gender and department

Çalışan niteliği	Kadın			Erkek			Toplam
	Ortalama	Minimum	Maksimum	Ortalama	Minimum	Maksimum	Ortalama
Yönetici	1,7	1	10	2,0	1	8	3,7
Pazarlamacı	2,3	1	15	1,9	1	10	4,2
Teknik eleman	1,6	1	3	2,0	1	10	3,5
Büro çalışanı	1,7	1	12	2,0	1	10	3,6
Üretim işçisi	13,1	1	210	8,6	1	166	21,7
Güvenlik	-	-	-	1,4	1	3	1,4
Daimi çalışan	12,7	1	250	12,3	1	204	24,9
Geçici çalışan	5,2	1	10	3,7	1	10	8,9
Toplam çalışan	17,8			16,0			33,8

Tablo 4. İşletmelerin hukuki yapıları
Table 4. Legal structures of the enterprises

İşletmelerin hukuki yapısı	Sayı	Oran (%)
Şahıs işletmesi	30	28,6
Anonim	15	14,3
Limited	56	53,3
Kooperatif	4	3,8
Toplam	105	100,0

İşletmelerin %98,1'i yatırımlar dahil olmak üzere sermaye olarak öz kaynaklarını kullandığını

belirtirken banka kredisi kullandığını ifade edenler %21,0 olmuş; devlet desteklerinden de yararlandığını belirten işletmelerin oranı ise yalnızca %1,9 olmuştur (Tablo 5).

3.2. İşletmelerin faaliyetleri

İşletmelerin faaliyet alanları gruplandırılmış, diğer iş kollarında da faaliyet gösteren işletme olup olmadığı araştırılmıştır. Farklı bir iş kolunda faaliyet gösteren işletme ile karşılaşmamıştır. Görüşülen işletmelerin %32,4'ünün sadece ODOÜ paketleme ve ticareti yaptığı görülmüştür (Tablo 6).

Tablo 5. İşletmelerin sermaye kaynakları ve ortaklık durumu
Table 5. Capital resources and partnership status of the enterprises

Sermaye kaynakları*	Sayı	Oran (%)	Ortaklık durumu	Sayı	Oran (%)
Öz kaynaklar	103	98,1	Var	57	54,3
Banka kredileri	22	21,0	Yok	48	45,7
Devlet desteği	2	1,9	Aile dışından	39	68,4
			Aile içi ortaklık	18	31,6

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 6. İşletmelerin faaliyet alanları
Table 6. Business area of the enterprises

Faaliyet alanı	Sayı	Oran (%)
Odun dışı orman ürünü paketleme ve ticaret	34	32,4
Odun dışı orman ürünü paketleme ve ticaret ile birlikte diğer iş kolları	-	-
Odun dışı orman ürünü üretim, paketleme ve ticareti	71	67,6
Odun dışı orman ürünü üretim, paketleme ve ticareti ile birlikte diğer iş kolları	-	-

Ürün listesinin oluşturulmasında, Orman Genel Müdürlüğü'nün "Odun dışı Ürünler Tarife Bedeli Cetveli" esas alınmıştır (Anonim, 2015). İşletmeler toplamı itibarıyla en çok işlenen ürünler kekik (61), defne (55), adaçayı (46) ve biberiye (41) olarak belirlenmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. İşletmeler itibarıyla işlenen ürün dağılımı
Table 7. Distribution of processed products by the businesses

Ürün Adı	İşleyen Firma Sayısı	Ürün Adı	İşleyen Firma Sayısı	Ürün Adı	İşleyen Firma Sayısı
Kekik (<i>Lamiaceae</i>)	61	Hatmi (<i>Malvaceae</i>)	14	Reçine	3
Defne (<i>Laurus nobilis</i>)	55	Safran (<i>Crocus sativus</i>)	14	Sarısolmaz (<i>Helichrysum</i> sp.)	3
Adaçayı (<i>Salvia</i> sp.)	46	Bal	13	Güzelavratotu (<i>Atropa belladonna</i>)	2
Biberiye (<i>Rosmarinus officinalis</i>)	41	Mersin (<i>Myrtus communis</i>)	13	Ayı üzümü (<i>Vaccinium</i> sp.)	1
Kimyon (<i>Cuminum cyminum</i>)	35	Şerbetçi otu (<i>Humulus lupulus</i>)	13	Cehri (<i>Rhamnus</i> sp.)	1
Çamfıstığı (<i>Pinus pinea</i>)	29	Aslanpençesi (<i>Alchemilla</i> sp.)	11	Eğrelti otu (<i>Pteridium</i> sp.)	1
Rezene (<i>Foeniculum vulgare</i>)	29	Oğul otu (<i>Melissa officinalis</i>)	10	Geven (<i>Astragalus</i> sp.)	1
Ihlamur (<i>Tilia</i> sp.)	28	Böğürtlen (<i>Rubus</i> sp.)	9	Kocayemiş (<i>Arbutus unedo</i>)	1
Kuşburnu (<i>Rosa canina</i>)	23	Sakız (<i>Pistacia lentiscus</i>)	9	Mantar	1
Ceviz (<i>Juglans regia</i>)	21	Kına otu (<i>Balsaminaceae</i>)	8	Sıklamen (<i>Cyclamen</i> sp.)	1
Sumak (<i>Rhus coriaria</i>)	21	Sığırkuyruğu (<i>Verbascum</i> sp.)	7	Üvez (<i>Sorbus</i> sp.)	1
Meyan kökü (<i>Glycyrrhiza</i> sp.)	20	Sığıla (<i>Liquidambar orientalis</i>)	7	Yılan bıçağı (<i>Dracunculus vulgaris</i>)	1
Isırgan otu (<i>Urtica</i> sp.)	19	Çitlembik (<i>Celtis</i> sp.)	6	Zakkum (<i>Nerium oleander</i>)	1
Kantaron (<i>Hypericum</i> sp.)	19	Polen	6		
Papatya (<i>Asteraceae</i>)	19	Salep (<i>Orchidaceae</i>)	6	Censiyan (<i>Gentiana lutea</i>)	-
Lavanta (<i>Lavandula angustifolia</i>)	18	Yoğurt çiçeği (<i>Galium</i> sp.)	6	Delice (<i>Olea europaea</i>)	-
Keçiboynuzu (<i>Ceratoniasiliqua</i>)	17	Adamotu (<i>Mandragora officinalis</i>)	5	Devetabanı (<i>Monstera deliciosa</i>)	-
Mercanköşk (<i>Origanum vulgare</i>)	17	Çakşır otu (<i>Ferula</i> sp.)	5	Gölsoğanı (<i>Leucojum aestivum</i>)	-
Okaliptüs (<i>Eucalyptus</i> sp.)	17	Kapari (<i>Capparis spinosa</i>)	5	Kardelen (<i>Galanthus</i> sp.)	-
Funda (<i>Erica</i> sp.)	16	Kestane (<i>Castanea sativa</i>)	5	Menengiç (<i>Pistacia terebinthus</i>)	-
Hayıt (<i>Vitex agnus-castus</i>)	16	Kendir otu (<i>Cannabis sativa</i>)	4	Porsuk (<i>Taxus baccata</i>)	-
Mahlep (<i>Prunus mahaleb</i>)	16	Laden (<i>Cistus</i> sp.)	4	Sarı kokulu karçiçeği (<i>Eranthis hyemalis</i>)	-
Ardıç (<i>Juniperus</i> sp.)	15	Mazı	4		
Hardal (<i>Sinapis arvensis</i>)	15	Mürver (<i>Sambucus</i> sp.)	3	Yer çileği (<i>Fragaria vesca</i>)	-
Alıç (<i>Crataegus</i> sp.)	14	Palamut	3		

İşletmelerin faaliyetini yaptıkları ürünlerin işlenme biçimine göre dağılımının incelenmesinde, ayıklama ve temizleme işlemlerinin ardından paketleme, yağ eldesi, su eldesi, toz haline getirme ve diğer ürünlerle karıştırma şeklinde bir sınıflandırma yapılmıştır. Ürünlerin büyük bir bölümünün ayıklama ve temizleme işlemlerinden sonra paket-

lendiği ve hammadde şeklinde satışa sunulduğu görülmektedir (Tablo 8).

3.3. İşlenen ürünlerin pazarlanma şekli

İşletmelerin ürünleri hangi aşamalarda pazarladıkları araştırılmıştır. Ürünlerini hammadde olarak pazarlayan işletmelerin oranı %92,4; su,

Tablo 8. İşlenme biçimine göre ürünler
Table 8. Products by processing method

Ürün	Yağ	Su	Toz	Paketleme	Karıştırma	Mamul ürün
Adaçayı (<i>Salvia</i> sp.)	7	4	14	40		Çay, gıda takviyesi, granül, sabun
Alıç (<i>Crataegus</i> sp.)	1	-	1	13		
Ardıç (<i>Juniperus</i> sp.)	3	1	1	14		Krem
Aslanpençesi (<i>Alchemilla</i> sp.)	-	-	-	9		Çay, gıda takviyesi
Bal				12	1	Balmumu, krem
Biberiye (<i>Rosmarinus officinalis</i>)	11	6	7	35	1	Granül, çay, gıda takviyesi
Böğürtlen (<i>Rubus</i> sp.)	-	1	3	8		Reçel
Çakşır otu (<i>Ferula</i> sp.)	-	1	1	5		
Çamfıstığı (<i>Pinus pinea</i>)				28		Ayıklama
Ceviz (<i>Juglans regia</i>)	8			18		Macun, reçel
Çitlenbik (<i>Celtis</i> sp.)	1			5		
Defne (<i>Laurus nobilis</i>)	14	7	9	50		Granül, sabun
Funda (<i>Erica</i> sp.)	-	3	1	12		Çay
Geven (<i>Astragalus</i> sp.)						Gıda takviyesi
Güzelavrat otu (<i>Atropa belladonna</i>)				2		
Hardal (<i>Sinapis arvensis</i>)	1			14	1	Macun
Hatmi (<i>Malvaceae</i>)	1		2	13		Macun, gıda takviyesi
Hayıt (<i>Vitex agnus-castus</i>)		2	3	12		Macun, gıda takviyesi
Ihlamur (<i>Tilia</i> sp.)		2	8	24		Granül, çay, gıda takviyesi
Isırgan otu (<i>Urtica</i> sp.)	1	4	5	16		Macun, çay, gıda takviyesi
Kantaron (<i>Hypericum</i> sp.)	7		2	14	1	Macun
Kapari (<i>Capparis spinosa</i>)				2		Turşu, konserve
Keçiboynuzu (<i>Ceratonia siliqua</i>)	1		1	15		Pekmez
Kekik (<i>Lamiaceae</i>)	13	7	12	2		
Kendir (<i>Cannabis sativa</i>)	1			3		
Kestane (<i>Castanea sativa</i>)				5		
Kimyon (<i>Cuminum cyminum</i>)	3		5	35	2	Macun
Kına otu (<i>Balsaminaceae</i>)				8		
Kocayemiş (<i>Arbutus unedo</i>)				1		
Kuşburnu (<i>Rosa canina</i>)	2		3	18	1	Çay, gıda takviyesi
Laden (<i>Cistus</i> sp.)			1	4		
Lavanta (<i>Lavandula angustifolia</i>)	5		1	14	1	
Mahlep (<i>Prunus mahaleb</i>)			1	15		
Mantar				1		
Mazı				4		
Mercanköşk (<i>Origanum vulgare</i>)			2	15		
Mersin (<i>Myrtus communis</i>)	2	2	2	10		Çay
Meyan kökü (<i>Glycyrrhiza</i> sp.)			1	18		Gıda takviyesi
Mürver (<i>Sambucus</i> sp.)				2		Gıda takviyesi
Oğulotu (<i>Melissa officinalis</i>)			1	8		Macun, çay
Okaliptus (<i>Eucalyptus</i> sp.)	2	2	1	15		
Palamut				3		
Papatya (<i>Asteraceae</i>)	1	3	7	16		Gıda takviyesi
Polen				6		
Reçine				3		
Rezene (<i>Foeniculum vulgare</i>)	2	1	8	25	1	
Safran (<i>Crocus sativus</i>)			1	13	1	Macun

yağ ve toz haline getirerek ya da diğer ürünlerle karıştırarak yarı mamul halde pazarlayanların oranı %22,9; sabun, parfüm, gıda takviyesi vb. mamul halde pazarlayanların oranı ise yalnızca %12,4'tür. Tüm işletmelerin %22,9'unu oluşturan

yarı mamul üretim yapan 24 işletme içinde, yağ ve toz eldesi şeklinde üretim oranı sırasıyla %70,8 ve %62,5 olarak en fazla gerçekleştirilen üretim biçimleri olmuştur (Tablo 9).

Tablo 9. Ürünlerin pazarlanma şekli
Table 9. Marketing of the products

Ürün pazarlama biçimi	Sayı	%	Yarı mamul ürün biçimi	Sayı	Oran (%)
Hammadde olarak (seçme, ayıklama, ambalajlama vb.)	97	92,4	Suyunu elde etme	7	92,4
Yarı mamul olarak	24	22,9	Yağını elde etme	17	22,9
Mamul olarak	13	12,4	Tozunu elde etme	15	62,5
			Diğer ürünlerle karıştırma	1	4,2

Mamul üretim biçimleri ise sabun, kolonya, parfüm, krem, valeks, gıda takviyesi, macun, turşu, konserve, çay, reçel ve pekmezdır. Toplam işletme-

lerin %12,4'ü oluşturan mamul üretim yapan işletmeler en çok gıda (%61,4) üretimiyle uğraşmaktadır (Tablo 10).

Tablo 10. Mamul üretim
Table 10. Finished products

Mamul ürün biçimi	Sayı	Oran (%)
Sabun	3	23,1
Kozmetik (parfüm, krem, kolonya)	4	30,7
Gıda (macun, turşu, konserve, çay, reçel, pekmez)	8	61,5
Gıda takviyesi	2	15,4
İlaç	-	-
Valeks	1	7,7
Boyar madde	-	-

Üretimin önemli bir kısmının (%71,4) yurt içinde konuyla ilgili diğer şirketlere yapıldığı görülmektedir. Doğrudan tüketiciye satış yapan işletmelerin oranı %34,3; araçılara satanların

oranı %30,5 olmuştur. Ürünlerini yurt dışına da pazarladığını ifade eden işletmelerin oranı ise %39,1'dir (Tablo 11).

Tablo 11. Ürünlerin pazarlanma yerleri
Table 11. Marketing places of the products

Ürünlerin pazarlanma yeri	Sayı	Oran (%)
Şirketlere	75	71,4
Yurt dışına	41	39,1
Tüketicilere	36	34,3
Araçılara	32	30,5
Kooperatiflere	4	3,8

En çok tercih edilen pazarlama kanalının, çalışanları yoluyla yapılan doğrudan pazarlama olduğu (%96,2) görülmüştür (Tablo 12).

nı %19'da kalırken, pazarlama aşamasında en çok karşılaşılan sorunların bütçe ve tahsilat sıkıntıları olduğu görülmüştür (Tablo 13).

Pazarlamada karşılaşılan sorunlar incelenmiş ve pazarlamada sorunu olmadığını belirtenlerin ora-

İşletmelerin büyük bir bölümünün ürün teminini özel kuruluşlardan ve/veya kişilerden yaptığı,

Tablo 12. Pazarlama kanalları
Table 12. Marketing channels

Pazarlama kanalı	Sayı	Oran (%)	Kullanım oranının ortalaması (%)	Minimum (%)	Maksimum (%)
Çalışanlarla doğrudan	101	96,2	80,9	10,0	100,0
İnternetle doğrudan	22	21,0	28,9	10,0	100,0
Aracılarla (acente, komisyoncu)	21	20,0	35,0	5,0	100,0
Perakendecilerle	12	11,4	35,0	10,0	85,0
Toptancılarla	21	20,0	25,5	10,0	100,0

Tablo 13. Pazarlamada karşılaşılan sorunlar
Table 13. Problems in marketing

Pazarlamada karşılaşılan sorunlar	Sayı	Oran (%)
Pazarlama konusuna yeterli bütçe ayıramamaları	25	23,8
Satılan ürün bedellerinin tahsil edilmesinde zorluklar	15	14,3
Devlet teşviği olmaması	12	11,4
Nakliyatla ilgili sorunlar	11	10,4
Tanıtım yetersizliği	8	7,6
Fiyat sorunu	5	4,7
Hedef kitleye ulaşamama	2	1,9
Haksız rekabet	2	1,9
Organizasyonların (kooperatif, sivil toplum örgütleri vb) etkin olmaması	1	1,0
Güven sorunu	1	1,0
Kaliteli hammadde	2	2,0
Gerekli izinlerin alınamaması	1	1,0
Yok	20	19,0
Toplam	105	100,0

doğrudan Orman Genel Müdürlüğünden temin ettiğini ifade edenlerin oranının ise %9,5'te kaldığı görülmüştür.

İşletmelerin hammadde temin kaynaklarının oransal dağılımının incelenmesiyle, “özel kişilerden elde edilme” payının ortalama %79,3;

Tablo 14. Hammadde temin yeri
Table 14. Raw material supply place

Hammadde temin yeri	Sayı	Oran (%)
Doğrudan Orman Genel Müdürlüğünden	10	9,5
Özel kişilerden	88	83,8
Özel kuruluşlardan	36	34,3
Yurt dışından	8	7,6
Doğadan	1	0,9
Kendi arazisinden	1	0,9

“özel kuruluşlardan elde edilme” payının ortalama %69,6 olduğu; Orman İdaresini hammadde temin kaynakları arasında gösteren %9,5 oranındaki işletmenin ise toplam hammadde temin kaynakları arasındaki payının ortalama %67,0'ını bu yolla

elde ettiği görülmüştür (Tablo 15).

Hammadde temin kaynakları arasında yurt dışını belirten %7,6 oranındaki işletmeye, ithal ürün tercih etmelerinin sebebi sorulmuş ve yerli hammad-

Tablo 15. Hammadde temin kaynaklarının toplam içindeki oranı
Table 15. Proportion of raw material supply resources in total

Tanımlayıcı istatistik	Doğrudan orman idaresinden	Özel kişilerden	Özel kuruluşlardan	Yurt dışından
Sayı	10	88	36	8
Ortalama (%)	67,0	79,3	69,6	29,4
Ortanca	70,0	100,0	72,5	25,0
Minimum	25	10	15	5
Maksimum	100	100	100	90
1. Kartil	30,0	60,0	46,3	10,0
3. Kartil	100,0	100,0	100,0	37,5

denin miktar ve kalite bakımından yetersizliği en çok ifade edilen sebepler olmuştur (Tablo 16).

İşletmelerin araştırma-geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerine yönelik birimleri olup olmadığı ve bu birimlerin amaçları ile çalışan sayısı incelenmiş

Tablo 16. İthal ürün tercih nedenleri
Table 16. Imported product preference reasons

İthal hammadde tercih nedenleri	Sayı	Oran (%)
Yerli hammadde miktarı yetersiz	4	50,0
Yerli hammadde kalite bakımından yetersiz/ İthal ürünün kalitesi daha yüksek	3	37,5
İthal hammadde daha ucuz	2	25,0
Tüketici ithal ürünü daha fazla talep ediyor	1	12,5
Türkiye’de piyasası bittiği zaman (diğer)	1	12,5
Yerli ürün istenilen dönemde bulunmadığından	1	12,5
Çeşit bulundurmak açısından	1	12,5

* Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

ve %16,2’sinin Ar-Ge bölümüne sahip olduğu görülmüştür.

Ar-Ge bölümü olan işletmelerin bu alandaki faaliyetleri ve hedefleri “üretim yeni ürün katma”, “yeni ürün geliştirme”, “üretim teknolojisini geliştirme” ve “diğer” seçenekleri ile araştırılmıştır. Ar-Ge ile ilgili hedeflerin yeni ürün geliştirme ile

üretim yeni ürün katma olduğu görülmüştür (Tablo 17). İşletmelerin %64,7’inin Ar-Ge birimlerinde ortalama 2 kişi çalıştırıldığı görülmüştür.

4. Tartışma ve Sonuç

Çalışma ile Ege Bölgesinde Manisa, İzmir, Aydın, Muğla, Denizli ve İzmir illerinde odun dışı orman

Tablo 17. İşletmelerin Araştırma-Geliştirme durumları
Table 17. Research&Development status of the enterprises

	Sayı	Oran (%)
AR-GE birimi	17	16,2
Var	88	83,8
Yok	105	100,0
Toplam	4	20
AR-GE amaçları	16	80
Yeni ürünleri üretime katmak	--	--
Yeni ürün geliştirmek	--	--
Üretim teknolojisi geliştirmek	--	--
Diğer	--	--

ürünleri sanayinin mevcut durumu ile ilgili veriler elde edilmiştir. İşletmelerin genel profilinin değerlendirilmesi ile %89,5'ini mikro ve küçük ölçekli işletmelerin oluşturduğu, büyük ölçüde öz kaynakları ile faaliyet gösteren pazarlama olanakları zayıf ve sermayeleri sınırlı işletmeler oldukları görülmektedir (Gölükçü ve ark., 2012) tarafından Batı Akdeniz yöresindeki tıbbi ve aromatik bitkileri işleyen işletmelerin örnekleme yoluyla incelendiği çalışma bulguları ile de mevcut yapının genelde aile işletmesi, fiziki alt yapısı yetersiz ve ağırlıklı öz kaynak kullanan nitelikte olduğu, üretim aşamasında yeterli ve kaliteli hammaddeye ulaşmada güçlük yaşandığı, örgütlenmelerinin yetersiz olduğu, rekabet ve bilgiye ulaşmada zorlukların bulunduğu belirtilmektedir.

İncelenen işletmelerin genel olarak kurumsallaşma sürecinin başında oldukları belirlenmiştir. İşletmelerin profesyonel yönetilmeleri için uzman kişileri istihdam etmeleri sağlanmalıdır. Ancak işletmelerin mevcut yapıları itibarıyla bu sorunu kendi içlerinde çözmelerinin zor olduğu görülmektedir. Bu nedenle işletmelere destek sağlayacak mekanizmalar oluşturulması önemlidir.

Sektörde yönetim ve bilgi eksikliği çok fazla olup iş geliştirme ve kapasite artırma konusunda önemli bir destek ihtiyacı bulunmaktadır. Bu ihtiyacın karşılanması, bilginin etkili paylaşımı, kapasite oluşturma ve geliştirmede ivmenin artırılması ve yeniliklerin hızla yayılabilmesi için yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası birimleri bağlayan süreç ve yapılar oluşturulmalıdır. Bu nedenle ODOÜ sanayi konusunda ulusal düzeyde iş geliştirme, kapasite artırma ve mevcut bilgi paylaşımını sağlayacak odun dışı orman ürünleri konusunda çalışanları (üretici/toplayıcı, işletmeci, uygulamacı, araştırmacıları) içine alan bir ağ oluşturulması çok önemlidir. Ayrıca, yöresel ve/veya bölgesel düzeyde daha küçük ağların oluşturulması da teşvik edilmelidir.

Başarılı örnekler -başarıdaki etkili faktörler, örneğin kooperatifleşme, sivil toplum kuruluşları ile işbirliği, ihracata yönelme, mamul ürün üretme, devlet teşviklerinden yararlanma ve Orman Genel Müdürlüğü'nün merkez ve taşra (ODOÜ) birimleri ile iletişimde olma gibi faktörlerin öneminin vurgulanması yoluyla- paylaşarak gerek mevcut işletmelerin, gerekse yeni girişimcilerin odun dışı orman ürünlerine yönelik ilgisi artırılmalı ve gelişmeleri teşvik edilmelidir.

Özel sektör- kamu kurumları – üniversiteler -sivil toplum kuruluşlarının bir araya geldiği oluşumlarla (toplantılar, çalıştaylar, sempozyumlar, konferanslar, ulusal / bölgesel/ yöresel ağlar) sektördeki fa-

aliyetler izlenmeli ve konu ile ilgili araştırma ve envanter çalışmaları ile elde edilen bilgiler değerlendirilerek sektör yönlendirilmelidir. Araştırma ve envanter çalışmalarının bulguları ve oluşturulan veri bankaları mevcut işletmelerin ve yeni girişimcilerin alandaki etkinliklerini artıracak biçimde paylaşılmalıdır. Tanımlanan paydaşların bir araya geldiği bu oluşumlar, ihtiyaçları belirleme, bilgi paylaşımı, gelişimi hızlandırma, izleme ve yenilikleri yayma için mutlaka gerçekleştirilmelidir.

Gelişmenin ivmesini artırmak, ilgili tüm tarafları içine alan bütüncül bir yaklaşımla mümkündür. Bu kapsamda orman kaynaklarının planlanması aşamasında bu bütünlüğün sağlanması ve orman kaynaklarının odun ve odun dışı tüm bileşenleriyle ele alındığı planlamaların gerçekleştirilmesi yönünde yapılacak araştırmalara öncelik verilmelidir.

5. Teşekkür

Bu makale, Orman Genel Müdürlüğü, Ege Ormancılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü'nce yürütülen 15.7711/2015-2018 nolu "Ege Bölgesi Odun Dışı Orman Ürünleri Sanayinin Mevcut Durumu ve Gelişme Potansiyeli" adlı projeden hazırlanmıştır. İlgi ve sabırlarıyla bu çalışmanın ortaya çıkmasında en büyük payın sahibi olan anketimizi cevaplayan bütün işletmelere çok teşekkür ederiz.

Kaynaklar

Anonim, 2004, Türkiye Ulusal Ormancılık Programı (2004-2023), TC Çevre ve Orman Bakanlığı

Anonim, 2005, Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelik, Resmi Gazete Tarihi: 18.11.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25997.

Anonim, 2013, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018), (E.T: 28.06.2018) http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu_Kalk%C4%B1nma_Plan%C4%B1.pdf

Anonim, 2014a, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) Sürdürülebilir Orman Yönetimi OİK Raporu, (E.T: 17.07.2018)

Anonim, 2014b, Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) Sürdürülebilir Orman Yönetimi OİK Raporu, (E.T: 17.07.2018) http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zet%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/230/S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilir%20Orman%20Y%C3%B6netimi_%C3%B6k.pdf

Anonim, 2015, Orman Genel Müdürlüğü "Odun dışı Ürünler Tarife Bedeli Cetveli" <http://www.ogm.gov.tr/ekutuphane>, (E.T: 25.06.2015).

Anonim, 2016, Orman Genel Müdürlüğü Stratejik Planı (2017-2021) (E T: 27.06.2018) <https://www.ogm.gov>.

tr/ekutuphane/StratejikPlan/Orman%20Genel%20M%C3%BCd%C3%BCrl%C3%BC%C4%9F%C3%BC%20Stratejik%20Plan%20(2017-2021).pdf

Geray, U. 1998, Orman Kaynaklarının Yönetimi, Ulusal Çevre Eylem Planı, DPT Yayını, ISBN 975-19-1917-7

Gölükçü, M. Tokgöz, H. Toker, R. Çelikyurt, MA. Tuğrulay, S. 2012, Tıbbi ve aromatik bitki işletmelerin yapısal analizi, Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü (BATEM), ISBN 978-605-4672-08-0

Ickowitz, A. Powell, B. Salim, M. Sunderland, T.C.H. 2014, Dietary quality and tree cover in Africa. *Global Environmental Change*, Vol. 24: 287–294

OGM, 2019, Orman Genel Müdürlüğü, Ege Bölgesi Odun Dışı Orman Ürünleri Sanayinin Mevcut Durumu ve Gelişme Potansiyeli, Ege Ormancılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü projesi, ProjeNo: 15.7711/2015-2018-2019.

Kurt, R., Çabuk, Y. Karayılmaz S. 2011, Türkiye ve Dünya Yuvarlak Odun ve Odun Dışı Orman Ürünlerinin Üretim, Dış Ticaret ve Ekonomik Potansiyel Analizi,

Bartın Orman Fakültesi Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 20, 1-9, ISSN: 1302-0943

Kurt, R., 2011, Türkiye Odun Dışı Orman Ürünlerinin Mevcut Durumu ve Dış Ticaret Analizi, Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

Kılıç, M., Üner, M. 2009, Orman Ekosistemlerini İyileştirme ve Biyolojik Çeşitliliği Artırma Çalışmaları. Orman Genel Müdürlüğü İkinci Odun Dışı Orman Ürünleri Paneli, 31-34s.

Türker, M.F., Pak, M., Öztürk, A., Durusoy, İ., 2006, Türkiye’de odun dışı orman ürünlerinin sürdürülebilir işletmeciliği: Mevcut durum, sorunlar ve çözüm önerileri, Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu, Trabzon.

Yurdaer, M., Demirci, M., 2009, Odun Dışı Orman Ürünlerinin Planlamasında Karşılaşılan Sorunlar ve Bu Konuda Yapılabilecekler. Orman Genel Müdürlüğü İkinci Odun Dışı Orman Ürünleri Paneli, 24-30s.