

PAPER DETAILS

TITLE: Innovation Decision Making Process in Organic Tea Agriculture: The Case of Rize District, Turkey

AUTHORS: Nur Ilkay ABACI,Elif KESKIN,Kürsat DEMIRYÜREK

PAGES: 22-30

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/872706>



Araştırma Makalesi (Research Article)

Cilt 3 - Sayı 1: 22-30 / Ocak 2020

(Volume 3 - Issue 1: 22-30 / January 2020)

ORGANİK ÇAY TARIMINDA YENİLİK KARAR SÜRECİ: RİZE İLİ ÖRNEĞİ

Nur İlkay ABACI^{1*}, Elif KESKİN², Kürşat DEMİRYÜREK¹

¹Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, TR55139, Samsun, Türkiye

²Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü Tersane Çay Fabrikası, Rize

Gönderi: 11 Ekim 2019; **Kabul:** 19 Kasım 2019; **Yayınlanma:** 01 Ocak 2020

(Received: October 11, 2018; **Accepted:** November 19, 2019; **Published:** January 01, 2020)

Özet

Bu araştırma, Rogers'ın karar verme süreci modelini kullanarak Rize ilindeki çay üreticilerinin organik çay tarımına geçişte yenilik karar süreci aşamalarının nasıl işlediğini, organik ve konvansiyonel çay üreticilerinin sosyo-ekonomik ve işletme özelliklerini, organik çay tarımını benimseme durumlarını ve üreticilerin enformasyon kaynaklarını incelemektedir. Bu kapsamda Rize ilinde organik ve konvansiyonel çay tarımı yapan üreticiler, basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Araştırmanın verileri üreticiler ile anket yapılarak elde edilen birincil verilerden oluşmaktadır. Sonuçlara göre; organik üreticilerin yaş ve tarımsal deneyimleri daha fazla olup, organik üreticilerin toplam brüt tarımsal gelirleri konvansiyonel üreticilerden daha düşüktür. Organik ve konvansiyonel üreticiler tarımsal bilgi kaynağı olarak ÇAYKUR'un çay fabrikalarındaki mühendislerinden yararlanmaktadırlar. Organik üreticilerin organik tarımı benimseme nedenleri incelendiğinde, ÇAYKUR tarafından sağlanan alım garantisi ve yüksek fiyat yanında sağlık ve çevre koruma gibi faktörlerin etkili olduğu belirlenmiştir. Konvansiyonel üreticilerin organik tarımı benimsememe nedenlerinin başında ise verim ve gelir kaybı olacağı düşüncesi gelmektedir. Konvansiyonel çay üreticilerinin organik çay tarımı konusunda daha doğru bilgiye ulaşmalarını sağlamak için köy toplantıları ve demonstrasyonlar gibi yayım ve eğitim faaliyetleri düzenlenmelidir. Aynı zamanda organik ve konvansiyonel üreticilerin tecrübe ve bilgi paylaşımı yapmaları teşvik edilmelidir.

Anahtar Sözcükler: Konvansiyonel, Organik, Çay, Karar verme süreci, Yayım

Innovation Decision Making Process in Organic Tea Agriculture: The Case of Rize District, Turkey

Abstract: This study examines how the innovation decision-making process of tea producers in the transition to organic tea farming using Rogers' decision-making process model, socio-economic and operational characteristics of organic and conventional tea producers, their adoption of organic tea farming and, information sources in the province of Rize. In this context, the producers engaged in organic and conventional tea cultivation in Rize province were determined by simple random sampling method. The data of the study consisted of primary data obtained by surveying with producers. According to the results, organic producers have more age and agricultural experience and the total gross agricultural income of organic producers is lower than conventional producers. Organic and conventional producers use ÇAYKUR's engineers in tea factories as a source of agricultural information. When the reasons for organic producers to adopt organic agriculture are examined, it is determined that factors such as health

and environmental protection are effective as well as purchase guarantee and high price provided by ÇAYKUR. The main reason why conventional producers do not adopt organic agriculture is the idea that yield and income loss will occur. Publication and training activities such as village meetings and demonstrations on organic tea farming should be organized for conventional producers to ensure that they reach more accurate information on organic tea farming. At the same time, organic and conventional producers should be encouraged to share their experience and knowledge.

Keywords: Conventional, Organic, Tea, Decision making process, Extension

***Corresponding author:** Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, TR55139, Samsun, Türkiye

E mail: ilkay.sonmez@omu.edu.tr (N.İ. ABACI)

Nur İlkay ABACI  <https://orcid.org/0000-0002-4411-2800>

Elif KESKİN  <https://orcid.org/0000-0002-8919-781X>

Kürşat DEMİRYÜREK  <https://orcid.org/0000-0002-6193-9957>

Cite as: Abacı Nİ, Keskin E, Demiryürek K. 2020. Innovation decision making process in organic tea agriculture: The case of Rize district, Turkey. BSJ Pub Soc Sci, 3(1): 22-30.

1. Giriş

Dünya nüfusunun artışına paralel olarak tarımsal ürünlere olan ihtiyaç ve talep artmaktadır. Bu durum birim alandan alınan verimin artırılması ihtiyacını doğurmaktadır. Dolayısıyla kimyasal gübreler ve tarımsal ilaçların kullanımı da yaygınlaşmaktadır. Bilinçsizce kullanılan kimyasal gübreler ve tarımsal ilaçlar, tarımsal üretim miktar artışını sağlamış olsa da kalitesiz ve insan sağlığına uygun olmayan ürünlerin de üretilmesine sebep olmaktadır. Bu durum, hem insan sağlığına uygun hem de çevre ve doğanın dengesini bozmayacak şekilde yapılmasını sağlayacak tarımsal faaliyetlerin (organik tarım faaliyetleri) geliştirilmesini sağlamıştır (Anonim, 2017a). Organik tarım; toprak ekosistem ve insan sağlığını sürdüren bir üretim sistemidir. Sistem olumsuz etkisi olan girdilerin kullanımı yerine; ekolojik süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yerel koşullara uyum sağlamış döngülere dayanmaktadır. Organik tarım, içinde bulunduğumuz çevreye fayda sağlamak, adil ilişkiyi ve tüm taraflar için iyi bir yaşam kalitesini yaygınlaştırmak adına gelenek, yenilikler ve bilimi bir araya getirmektedir (IFOAM, 2008). Dünya genelinde organik tarım 21. yy'ın başlarında gelişmeye başlamıştır. Son yıllarda dünyanın hemen hemen tüm ülkelerinde uygulanmaktadır ve tarım arazilerindeki payı giderek artmaktadır. Günümüzde 181 ülkede yaklaşık 2,9 milyon çiftçi organik tarım yapmaktadır ve dünya tarım arazilerinin yaklaşık 69,8 milyon hektarı organik tarıma tahsis edilmiştir (FIBL, 2019). Sahip oldukları organik tarım alanlarının büyüklüğü açısından; Avustralya (35,6 milyon ha), Arjantin (3,4 milyon ha) ve Çin (3,0 milyon ha) ilk üç sırada yer almaktadır (FIBL, 2019). Ayrıca organik ürün pazarı sadece Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya gibi büyük pazarlarda değil aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde dâhil olmak üzere birçok ülkede büyümektedir (Foster ve Lampkin, 2000; Lin, 2003).

Fındık, kayısı, kuru incir ile başlayan organik tarım bugün çok çeşitli ürünler ile devam etmektedir. Bu ürünlerden biri de çaydır. Organik çay tarımı, yetiştirme ve üretimi esnasında kimyasal ilaçların ve kimyasal gübrelerin kullanımının yasak olduğu, organik yapısını bozacak herhangi bir işleme tabi tutulmadan ve herhangi bir sentetik katkı maddesi ya da hormon içermeyen çay tarım

sürecidir. Organik çay üretimi tamamen izole edilmiş alanlarda yapılmalı ve IFOAM veya bağlı kuruluşlar tarafından akredite edilip sertifikalandırılmalıdır. Dünyada organik çay üretme düşüncesi 1980'li yılların başında ortaya çıkmıştır. İlk organik çay üretimi ise 1983 yılında Sri Lanka'da yapılmıştır. Hindistan' da ise organik çay yetiştirilmesi 1986 yılında 'Darjeling' adı verilen bölgede başlamış olup daha sonra Assam ve Güney Hindistan' da yayılmıştır (Anonim, 2017b).

2017 yılında dünyada organik çay tarımına ayrılan alan %2,88 olup 118110,90 hektar alanda organik çay tarımı yapılmaktadır. Organik çay tarımı yapılan alanın 2016 yılına göre 19092,12 hektar alan büyüdüğü görülmektedir. Bölgeler açısından bakıldığında, Asya ülkelerinde (109.543,42 ha) organik çay tarımının yoğun olarak yapıldığı görülmektedir. Ülkeler açısından incelendiğinde Çin, Kenya, Sri Lanka ve Türkiye küresel üretimin %76'sını oluşturmaktadır. Avrupa'da en fazla organik çay tarımı yapan ülke 4083,35 ha alanla Türkiye'dir. Türkiye'yi 33,70 ha alanla Rusya takip etmektedir (FIBL, 2019). Türkiye'de 1295934 ton olan yaş çay üretiminin, % 68'i Rize, % 20'si Trabzon, % 10'u Artvin, % 1,7'si Giresun ve % 0,3'ü Ordu illerinde yapılmaktadır (TÜİK, 2017). Türkiye'de 2002 yılında 135 bin ton kuru çay üretilirken, 2016 yılı itibarıyla kuru çay üretimi %93 oranında artarak 260 bin tona ulaşmıştır. Son yıllarda organik çay üretimine önem verilmeye başlanmakla birlikte ÇAYKUR verilerine göre; Nisan-Ekim 2017 sezonunda, 38808 dekar organik alanda, 4995 ton organik siyah çay ve 9 ton organik yeşil çay olmak üzere toplam 5004 ton organik çay üretilmiştir. Organik çay tarımı ekosistemin yanı sıra insan tüketimi için de faydalı olmaktadır. İlerleyen teknoloji ile birlikte ortaya çıkan yenilikler organik çay yetiştirme tekniklerinin benimsenmesini sağlamıştır ve birçok tüketici tarafından tercih edilmeye başlanmıştır. Organik olmayan çayların tüketimi vücuda zararlı kimyasalların girmesine neden olurken organik çayın doğal olarak tüketildiğinde sağlık açısından birçok faydası bulunmaktadır. Vücudun birçok hastalık riskini önleme eğiliminde olan antioksidanlar bakımından zengin olan organik çay küresel olarak tüketiciler arasında popüler hale gelmiştir (Anonim, 2019).

2. Konu İle İlgili Daha Önce Yapılmış Araştırmalar

Organik tarım ve organik ürünler konusunda daha önce ulusal alanda yapılan araştırmaların daha çok Türkiye’deki mevcut durumu, gelişimi, Türkiye’nin dünya üzerindeki konumu (Demiryürek, 2004; Çetin, 2005; Gürkan, 2007; Keskin, 2007; Özbağ, 2010; Karabulut, 2013), organik ve konvansiyonel üretim yapan işletmelerin mevcut durumları, sorunları ve karşılaştırmalı analizi (Erkoyuncu, 2008; Taner, 2010; İkiz, 2011; Uçar, 2011; Yalçın, 2014; Şen, 2018), organik tarım ürünlerinin pazarlanması, tüketici davranışlarının belirlenmesi (Varoğlu, 2014; Demir, 2016; Kaya, 2016) ve organik tarımda danışmanlık hizmetleri (Yurdakul Bal, 2006) ile ilgili olduğu görülmektedir. Aynı zamanda organik tarımın bir yenilik olarak görüldüğü dolayısıyla yeniliklerin benimsenmesine etki eden faktörlerin incelendiği araştırmalar da mevcuttur (Akın, 2008; Köksal, 2009; Çukur, 2015). Karabaş (2011) ise çalışmasında organik tarım sistemine geçen üreticilerin bu sisteme geçmelerinde etkili olan faktörlerin neler olduğunu, memnuniyet düzeylerini, sistemin avantaj ve dezavantajları ile karşılaştıkları sorunların tespit edilmesini amaçlamıştır. Ayrıca Seyis ve arkadaşlarının (2018), Türkiye’de organik çay üretimi ve çay ıslahı ile ilgili araştırmaları bulunmaktadır. Özgümüş ve Karlı (2019) tarafından yapılan araştırmada ise Rize ilindeki çay işletmelerinin sosyo-demografik özellikleri ve pazarlama sorunları tespit edilmiştir.

Uluslararası alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde organik tarımın çiftçiler tarafından benimsenmesini ve yayılmasını etkileyen faktörler ile ilgili çok sayıda araştırma olduğu görülmektedir (Shanahan ve ark, 2008; Karki ve ark, 2011; Ha, 2014; Hattam ve Holloway, 2005; Kisaka-Lwayo, 2008; Pastor ve ark, 2011; Padel, 2001; Koesling ve ark, 2008; Best, 2010; Cranfield ve ark, 2010). Aynı zamanda Qiao ve ark, (2015) organik tarımın küçük ölçekli çiftçiler için geçim olanakları, daha fazla gelir ve sosyal fayda sağlama potansiyeline sahip olduğunu bu nedenle Asya ülkelerinde kahve ya da muz üretimi yapamayan kaynak bakımından fakir küçük ölçekli çiftçilerin organik üretime geçerek fayda sağlamaları gerektiğini ifade ederek Çin ve Sri Lanka’da çay üreticileriyle çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Ofunya (2012) ise, Kenya da çay fabrikalarının yeşil pazarlamayı benimsemesini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmasının sonucunda yasal düzenlemelerin, müşteri baskısının, beklenen ticari faydanın ve kurumsal sosyal sorumluluğun Doğu Afrika Çay Ticaret Birliği derneğinde faaliyet gösteren 63 çay fabrikasının yeşil pazarlamayı benimsemesinde önemli olduğunu ortaya koymuştur. Saigenji ve Zeller (2009), kuzeybatı Vietnam’da çay üretimi yapan küçük ölçekli işletmelerin üretkenliği ve gelirleri üzerindeki etkisini ortaya koyarak kırsalda tarımı geliştirme aracı olarak sözleşmeli tarım potansiyelini incelemişlerdir. Sonuçlar, sözleşmeli tarımın sözleşmesiz tarıma kıyasla önemli

ölçüde daha yüksek teknik verimlilik elde ettiğini göstermiştir. Ayrıca çalışmada hane halklarının sosyal ilişkilerinin sözleşmeli tarıma katılmada önemli rol oynamakta olduğu da belirlenmiştir.

Yapılan literatür incelemelerine göre; organik tarımın benimsenmesi ve yayılması, organik üretime geçişi etkileyen faktörler, organik üretimin faydaları gibi konularda yapılan çalışmaların çok sayıda olduğu belirlenmiştir. Ancak bu çalışmaların belirli bir organik ürüne yönelik olmadığı özellikle organik çay üretimi ile ilgili çalışmaların sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla literatürdeki bu boşluğu doldurmak adına bu araştırmada, Türkiye’de en yoğun çay üretimi yapılan bölgedeki üreticilerin organik çay tarımına karar verme sürecinin nasıl oluştuğunun, enformasyon kaynaklarının, konvansiyonel çay üretimi yapan çiftçilerin organik üretime geçme kararını etkileyen faktörlerin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

3. Materyal ve Yöntem

3.1. Verilerin Toplanmasında Kullanılan Yöntem

Doğu Karadeniz Bölgesinde yer alan Rize, hem toprak ve iklim koşulları bakımından çay üretimine elverişli hem de Türkiye’de en fazla üretimin yapıldığı ildir. Bu nedenle araştırmanın ana materyalini Rize ilinde organik ve konvansiyonel çay üretimi yapan üreticiler ile birebir anket yapılarak elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır.

Araştırmada organik tarım yenilik olarak kabul edilmiştir ve organik tarımda yenilik karar sürecini ortaya koyabilmek amacıyla anket esnasında üreticilere açık uçlu sorular yöneltilerek kalitatif veriler elde edilmiştir. Aynı zamanda araştırmacıların anket esnasında araştırma alanından elde ettiği bilgiler ve gözlemler organik üreticilerin karar süreçlerinin ortaya koyulmasında önemlidir.

3.2. Anket Yapılan Üreticilerin Belirlenmesinde Kullanılan Yöntem

2016 yılı Ocak ayında ÇAYKUR’dan alınan verilere göre Rize ili İkizdere, Hemşin, Çayeli, Ardeşen, Fındıklı, Güneysu, Kalkandere, Çamlıhemşin ilçelerinde organik ve konvansiyonel üretim yapıldığı tespit edilmiştir. Hemşin ilçesine ait 13 farklı köyde organik üretim yapan 1370 üretici bulunmakta olup 10 farklı köyde 86 üretici konvansiyonel üretim yapmaktadır. Üretimin fazla olmasından dolayı bu araştırmanın örnekleme birimini Rize ili Hemşin ilçesinde organik ve konvansiyonel çay üretimi yapan çiftçiler oluşturmaktadır.

Organik ve konvansiyonel çay üretimi yapan köylerde anket yapılacak çiftçiler çay ürettikleri alan (da) kriter alınarak “basit tesadüfi örnekleme” yöntemi ile aşağıdaki formül yardımıyla belirlenmiştir (Yamane, 2001).

$$n = \frac{N(ZC)^2}{Nd^2 + (ZC)^2}$$

Formülde;

N= Ana kitledeki çiftçi sayısı (1370 organik, 86 Konvansiyonel)

Z= İstenen güven derecesine karşılık gelen standart normal değeri (1,65)

C= Varyasyon katsayısı (0,68 organik üretim için, 0,90 konvansiyonel üretim için)

d= Hata payı (0,10)

n= Anket yapılacak üretici sayısı (115 organik, 65 konvansiyonel)

Bu formüle göre, %90 güven derecesinde ve %5 hata payı ile anket yapılacak çiftçi sayısı organik üretim için 115 konvansiyonel üretim için 65 olarak hesaplanmıştır. Anket yapılacak çiftçi sayısının tespit edilmesinde tesadüflüğün bozulmaması için "tesadüfi sayılar tablosu" kullanılmıştır. Anket yapılacak üretici bulunamadığından ya da bazı çay üreticilerinin görüşmeyi kabul etmemelerinden dolayı 115 organik ve 50 konvansiyonel üretici ile anket yapılmıştır. Ekim 2015-Şubat 2016 tarihleri arasında araştırmanın saha çalışması tamamlanmıştır.

3.3. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Araştırmada organik ve konvansiyonel üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini karşılaştırmak amacıyla, değişkenlerin özelliklerine göre Mann Whitney-U ve t-testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca üreticilerin organik tarım yapma kararında etkili olan ve bu tarımın prensiplerini öğrendikleri kişiler, üreticilerin enformasyon kaynakları ve yararlılık durumları, ihtiyaç duydukları bilginin türü ve organik üretimin benimsenmesinde etkili olan faktörler basit istatistik testler (frekans, yüzde, skor) kullanılarak tespit edilmiştir. 5'li likert ölçeği şeklinde alınan cevaplar için toplam skor hesaplanarak buna göre yorumlar yapılmıştır. Tablolarda yer alan toplam skor aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır:

Toplam Skor= (1.sıradaki frekans*5) + (2.sıradaki frekans*4) + (3.sıradaki frekans*3) + (4.sıradaki frekans*2) + (5.sıradaki frekans*1)

Araştırmada yenilik karar sürecini ortaya koyabilmek ve daha iyi anlaşılabilmesini sağlamak amacıyla elde edilen kalitatif verilere içerik analizi uygulanmış ve yorumlar yapılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

4.1. Üreticilerin Sosyo-Ekonomik ve İşletme Özellikleri

Araştırmanın bu bölümünde; organik ve konvansiyonel üreticilerin yaşları, eğitim durumları, tarımsal deneyimleri, tarım dışı gelir durumları, çay arazilerinin büyüklüğü, sürgün sayıları, çay üretiminden elde ettikleri

gelir, bir sezonda ürettikleri çay miktarı ve çay dışında yaptıkları tarımsal faaliyetleri yer almaktadır.

Anket yapılan çay üreticilerinin tamamı erkektir ve yaşlarının ortalaması incelendiğinde; organik üreticilerin 55, konvansiyonel üreticilerin ise 51 yaşında oldukları tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre her iki gruptaki üreticiler arasında yaş bakımından anlamlı bir farklılık olduğu (P<0,05) ve araştırmada ele alınan konvansiyonel çay üreticilerinin daha genç oldukları görülmektedir. Üreticilerin eğitim durumlarına bakıldığında ise her iki grupta da ilköğretim mezunu oranının daha fazla olduğu dolayısıyla organik ve konvansiyonel çay üreticileri arasında eğitim durumu açısından herhangi bir farklılık olmadığı belirlenmiştir (P>0,05). Aydoğan'da 2012 yılında yapmış olduğu çalışmada organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin eğitim seviyelerini incelemiştir ve her iki gruptaki üreticilerin çoğunlukla ilköğretim mezunu olduğunu, aynı şekilde lise ve üzeri mezun oranının çok düşük olduğunu dolayısıyla organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin eğitim düzeyleri arasında önemli bir farklılığın olmadığını ortaya koymuştur. Karki ve ark, (2011) Nepal'in çay çiftliklerinde yapmış oldukları çalışmalarında ise daha iyi eğitim düzeyine sahip, daha yaşlı çiftçilerin organik üretimi benimsemelerinin daha muhtemel olduğunu belirlemiştir. Araştırmada organik çay üreticilerinin ortalama 6 yıl önce organik üretime başladıkları tespit edilmiştir. 2-13 yıldır organik çay üretimi yapan üreticilerin tarımsal deneyimleri konvansiyonel üreticilerin tarımsal deneyimlerinden daha fazladır. Yapılan t-testinin sonuçlarına göre, organik ve konvansiyonel üreticiler arasında tarımsal deneyim açısından anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir (P<0,05). Özgümüş ve Karlı (2019) ise çay yetiştiricilerinin deneyim süresinin fazla olmasının, çayın çok yıllık bir bitki olması ve üretimden hemen sonra vazgeçilememesinin bir sonucu olduğunu belirtmişlerdir. Üreticiler tarım dışı gelirleri itibarıyla karşılaştırıldığında konvansiyonel üreticilerin daha fazla tarım dışı gelire (17904,00 TL) sahip oldukları söylenebilmektedir.

Organik üreticilerin ortalama sürgün sayısı 2,7 (sürgün= bir yıl içinde yapılan çay hasadı sayısı), bir sezondaki brüt gelir miktarı 9460 TL, ortalama mülk arazi 5,8 da, çay üretilen arazi 4 da, bir sezondaki çay üretim miktarı ise 303 kg/da olarak tespit edilmiştir. Konvansiyonel üreticilerin ortalama sürgün sayısı 3, bir sezondaki gelir miktarı 13756 TL, ortalama mülk arazi 6,7 da, çay üretilen arazi 5 da, bir sezondaki çay üretim miktarı 555 kg/da olarak tespit edilmiştir. Araştırmada organik ve konvansiyonel çay üreticilerinin mülk arazi büyüklükleri farklı olmasına rağmen istatistik açıdan herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Nitekim Aydoğan (2012) tarafından Samsun ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricileri ile yapılan araştırmada da benzer sonuç elde edildiği görülmektedir. Aynı şekilde Soykan (2015) çalışmada organik buğday yetiştirilen ortalama arazi miktarını konvansiyonel buğday yetiştirilen ortalama

arazi miktarından az olduğunu fakat istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmiştir.

Organik tarımda kullanılan girdilerin en önemlilerinden biri de organik gübredir. Dolayısıyla hayvansal gübreler bu konuda büyük öneme sahiptir. Organik çay tarımında kullanılması için belirli bir organik gübre bulunmamaktadır. Ancak ÇAYKUR ve diğer gübre firmaları organik gübre konusunda çalışmalarını sürdürmektedir. Piyasada organik çay tarımında kullanmak üzere belirli bir gübre bulunmazken, organik üreticiler açısından hayvan bulundurmamak burada önem arz etmektedir. Nitekim araştırma bölgesinde hem organik hem konvansiyonel üreticilerin hayvansal üretimlerini incelediğimizde, organik üreticilerin %69'unun, konvansiyonel üreticilerin ise %74'ünün hayvancılıkla ilgilenmediği tespit edilmiştir. Yörede hayvancılık daha çok yüksek kesimlerde, yaylalarda yapılmaktadır. Çay tarımının hakim olduğu alçak kesimlerde hayvancılık ekonomik olarak görülmemekte ve dolayısıyla hem organik hem de konvansiyonel üreticiler hayvan bulundurmamaktadır. Hayvancılıkla ilgilenen aileler ise kendi ev ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde hayvan bulundurmaktadır. Yapılan diğer araştırmalarda da organik üretim yapan işletmelerde hayvansal gübre elde etmek için hayvan varlığının yüksek olması beklenirken, organik ve konvansiyonel üretim yapan işletmelerin hayvan varlığı açısından herhangi bir farklılık göstermediği belirlenmiştir (Aydoğan, 2012; Akın, 2008).

4.2. Organik Çay Tarımının Benimsenme Durumu

Son yıllarda organik tarıma olan ilgi artmasına rağmen organik tarım kavramının içeriği tam olarak doldurulamamakta ve bu konuda bir kavram kargaşası yaşanmaktadır (Demiryürek, 2004). Aynı zamanda bir bölgede tarımsal yeniliklerin uygulanması ve benimsenmesi açısından o yenilikle ilgili üreticilerin ne derece bilgi sahibi olduğu önemli faktörlerdendir. Bu bağlamda araştırmada organik ve konvansiyonel üreticilere "organik tarım" kavramı hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Rize ilinde çay tarımı yapan organik ve konvansiyonel üreticilerin bu kavram hakkındaki tanımlamaları benzerlik göstermektedir. Organik üreticiler, organik tarımı; çevreye zarar vermeyen doğal üretim, kaliteli ürün, yetiştirilen diğer ürünlerinde organik olması, katkısız, ilaçsız, doğal yetişen ürün, toprağın ihtiyacına göre ürün verilmesi şeklinde tanımlamaktadırlar. Konvansiyonel üreticiler ise; tarımda hayvansal ya da organik gübre kullanılması, kimyasal gübre kullanılmadan yapılan çay tarımı ve çayın sağlıklı olması ifadeleri kullanarak organik tarım hakkındaki düşüncelerini belirtmişlerdir.

Organik üretimin prensiplerinin ve ilkelerinin üreticiler tarafından bilinmesini, bu konu hakkında farkındalık oluşturulmasını ve diğer bölgelerde yaygınlaştırılabilmesini sağlamak için organik tarım yapılan bölgelerde ki üreticilerin kararlarını etkileyen kişi ya da kurumların tespit edilmesi önem arz etmektedir. Bu

nedenle araştırmada organik üreticilerin organik tarım yapma kararında etkili olan kişiler tespit edilmiştir. Yeniliklerin benimsenme sürecinin ilk aşaması olan haberdar olma aşamasında üreticilerin bilgi kaynağı sosyal çevreleridir (yayımcı, radyo, TV, arkadaş, komşu, akraba) (Rogers, 1995). Dolayısıyla araştırmada ele alınan üreticilerin de %36,5'inin sosyal çevreleri, %31,3'ünün kendi araştırmaları ve istekleri yoluyla %25,2'sinin ise ÇAYKUR'un yönlendirmeleri ve talepleri ile organik çay yetiştiriciliğine başladıkları görülmektedir. Üreticilerin %7'sinin ise köy muhtarlarının etkisi altında kaldıkları ifade edilebilmektedir. Üreticilerin organik çay tarımına karar verme sürecinde sosyal çevrelerinin etkili olmasının başlıca nedeni organik çay tarımına bir köyün ya da mahallenin toplu olarak geçmek zorunda olmasıdır. Araştırmada organik çay tarımına geçmek istemeyen üreticilerin komşu ve çevresindeki kişiler ya da akrabaları tarafından ikna edilerek organik tarıma geçtiği sonucuna varılmaktadır. Aynı zamanda organik tarıma geçişte ÇAYKUR'un organik üreticilerin çayının tamamını almayı taahhüt etmesi organik çay tarımına geçişi kolaylaştırmıştır.

Organik üreticilerin %44,3'ü ÇAYKUR yetkililerinden, %33'ü çay fabrikasındaki ziraat mühendislerinden, %13'ü ise çay eksperleri, ziraat odası başkanı, kontrolör gibi kişilerden organik tarımın prensiplerini öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Üreticilerin %9,6'sı ise organik çay yetiştiriciliğinin ata tarımı olduğunu ve hiçbir yerden öğrenmediklerini belirtmişlerdir. Ancak bölgede organik tarımın 2007 yılında başladığı düşünüldüğünde bu çiftçilerin doğal üretim yöntemleri ile organik tarımı benzer kabul ettikleri dolayısıyla organik tarımın gerekleri hakkında üreticilerde yeterli bilincin oluşturulamamış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Araştırmada ele alınan üreticilerin organik çay yetiştiriciliğini benimsemelerini etkileyen faktörler çevre koruma faktörleri, yenilikçilik, sağlık faktörleri, sosyal faktörler ve ekonomik faktörler olarak sıralanmıştır (Tablo 1). Daha önce yapılan araştırmalarda da çiftçilerin organik üretime karar vermelerini etkileyen ana faktörler; çevre bilinci, ekonomik faktörler ve sağlık faktörleri olarak belirlenmiştir (Karki ve ark, 2011). Çiftçilerin organik üretime geçme kararını etkileyen faktörler ile ilgili yapılan araştırmalar genellikle Avrupa ülkeleri, Okyanusya ve Kuzey Amerika gibi gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmalarda organik üretim kararında etkili olan faktörler; i) çiftçilerin kişilik ve işletme özellikleri (Hattam ve Holloway, 2005; Kisaka-Lwayo, 2008; Pastor ve ark, 2011) ii) sağlık ve çevresel gibi ekonomik olmayan nedenler (Padel, 2001; Koesling ve ark, 2008; Best, 2010; Cranfield ve ark, 2010) iii) pazara erişim, tüketici talebi ve organik tarım ile elde edilen yüksek karlar (Seppänen ve Helenius, 2004) olarak ön plana çıkmaktadır.

Tablo 1. Organik çay üretiminin benimsenmesini etkileyen faktörler

Faktörler	Frekans (önem sıralaması, %)					Toplam
	En az	Az	Orta	Fazla	En fazla	
Çevre koruma fak.	32 (25,4)	0 (-)	1 (0,9)	44 (38,9)	38 (33,0)	401
Yenilikçilik	45 (35,7)	7 (6,1)	16 (15,1)	9 (8,0)	38 (33,0)	333
Ekonomik fak.	27 (21,4)	35 (30,4)	19 (18,0)	8 (7,1)	26 (22,7)	316
Sosyal faktörler	9 (7,2)	37 (32,2)	47 (44,3)	13 (11,5)	9 (7,8)	321
Sağlık faktörleri	13 (10,3)	36 (31,3)	23 (21,7)	39 (34,5)	4 (3,5)	330
TOPLAM	126 (100,0)	115 (100,0)	106 (100,0)	113 (100,0)	115 (100,0)	

Tablo 2. Enformasyon kaynakları

Enformasyon Kaynakları	Organik		Konvansiyonel	
	n	%	n	%
Çay fabrikası	62	48	20	38
Tarım il müdürlüğü	11	8	2	4
Televizyon, internet	10	8	2	4
Aile üyeleri	7	8	11	21
Gitmiyorum kendi bilgim var	26	20	16	31
Diğer (eksper, kontrolör, komşu üretici)	11	8	1	2

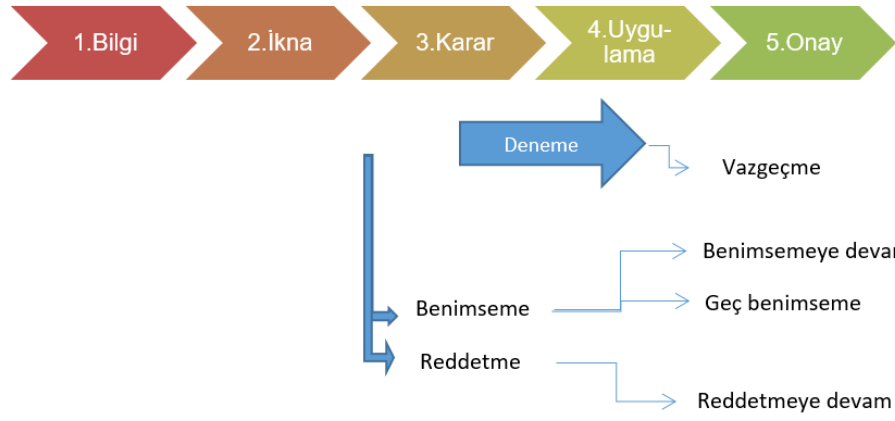
Anket yapılan konvansiyonel üreticilerin yarısı organik üretime geçme konusunda herhangi bir fikre sahip olmayan ya da kararsız kalan üreticilerdir. Üreticilerin %42'si ise organik üretime geçmek istediklerini %8'i ise istemediğini belirtmiştir. Organik tarıma geçmeyi düşünen üreticiler ise daha çok sağlık ve ekonomik açıdan organik tarıma geçmek istediklerini ifade etmişlerdir. Konvansiyonel üreticilerin % 50'si organik tarıma geçilmesi durumunda verim kaybı olacağını dolayısıyla organik çay tarımının ekonomik açıdan karlı olmayacağını düşünmektedirler. Konvansiyonel üreticilerin %36'sı organik çay üretimine geçmeyi düşündüklerini fakat ÇAYKUR'un kendi bölgeleri için herhangi bir girişimi ya da daveti olmadığından organik tarıma geçmeye karar vermediklerini belirtmişlerdir. Ha (2014) yaptığı araştırmasında ise; küçük ölçekli üretim, yetersiz kaynaklar, sınırlı piyasa bilgisi ve organik ürünlerin pahalı sertifikalandırılması gibi bir takım zorluklar nedeniyle çok az çiftçinin organik üretimi sürdürebildiklerini ifade etmiştir.

Bütün organik tarımsal faaliyetlerde olduğu gibi organik çay tarımının da kendine özel uygulamaları bulunmaktadır. Başta gübre kullanımı, budamanın ve hasatın nasıl yapılacağı, fiyat gibi konularda üreticilerin bilgi sahibi olmak için yararlandığı kaynaklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Tarımsal yeniliklerin yayılması ve benimsenmesi açısından bilgi kaynaklarının tespit edilmesi önem arz etmektedir. Yararlanılan bilgi kaynaklarını incelediğimizde organik ve konvansiyonel üreticiler en çok çay fabrikalarını tercih ettiği görülmektedir. Çay fabrikası ile ilişki sıklığını incelediğimizde yılda en çok 7-8 kez, en az 1-2 kez bilgi almak için fabrikaya gidildiği tespit edilmiştir (Tablo 2). Üreticiler çay fabrikasına budama işleri, yaş çay yaprağı

fiyatını öğrenmek, organik gübre için yeni gelişme olup olmadığını öğrenmek için başvurdukları tespit edilmiştir. ÇAYKUR fabrikası ile ilişki kurmayan üreticilerin ilişki kurmama nedenleri ise yaş çay üretimi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşünmeleri ve fabrikadaki çalışanların yaş çay yaprağı ile ilgili yeterli pratik bilgiye sahip olmamaları olarak tespit edilmiştir. Tarım il ya da ilçe müdürlüğü ile üreticilerin ilişki sıklığı yılda en çok 7-8 kez en az 1 kez olduğu tespit edilmiştir. Üreticiler tarım il ya da ilçe müdürlüğüne hayvan sağlığı ve organik gübre konusunda bilgi almak için başvurduğu tespit edilmiştir. Üreticiler aldıkları bilgilerin yararlı olduğunu düşünmektedirler.

4.3. Organik Çay Tarımında Yenilik Karar Süreci

Yenilik karar süreci, bir kişi ya da topluluğun bir yenilikle karşılaşması durumunda bu yeniliğe karşı tepki göstermesi süreci olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda bu süreç yenilik hakkındaki belirsizliği azaltmak için enformasyon arama ve enformasyonu işleme faaliyeti olarak ifade edilmektedir (Rogers, 1995). Yenilik karar süreci; bilgi, ikna, karar, uygulama ve onay olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır. Ortaya çıkan yeniliğin içeriğine, çiftçinin sahip olduğu bilgi ve deneyimlerine ve içinde bulunduğu koşullara göre yenilik karar sürecinin aşamaları değişmektedir dolayısıyla bu aşamaların hepsinin yaşanması beklenmemektedir (Rogers, 1995; Rogers, 2003). Araştırmada elde edilen kalitatif veriler ışığında organik üreticilerin karar verme süreçleri Rogers'ın karar verme süreci modeline uyarlanarak açıklanmaya çalışılmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Yenilik karar süreci modeli.

Bilgi: Kişinin yenilikten haberdar olduğu ve buna ilişkin ilk bilgileri edindiği aşama bilgi aşamasıdır. Bu aşama, araştırma alanında bulunan ÇAYKUR'un köy toplantıları düzenleyerek üreticilere organik tarım ve organik çay üretimi ile ilgili bilgiler vermesi dolayısıyla konu ile ilgili üreticileri haberdar etmesi ile açıklanabilmektedir. Anket esnasında organik çay üretiminden haberdar olan bazı üreticilerin organik çay tarımına geçmeden önce organik arıcılık faaliyetlerinden dolayı organik tarım hakkında bilgili oldukları gözlemlenmiştir. ÇAYKUR'un bilgilendirme toplantılarından sonra organik çay tarımı uygulaması, gübre temini, organik yaş çay fiyatı açısından bir belirsizlik olduğunu düşünen üreticilerde olumsuz fikirler oluştuğu da gözlemlenmiştir. Sağlık ve çevre açısından organik çay tarımının faydalı olacağını düşünen üreticiler uygulama hakkında olumlu tepkiler göstermiştir.

İkna: Bir yeniliğin benimsenmesi için bilgi aşamasından sonra kişinin konu ile ilgili endişelerinin giderilmesi gerekmektedir. Bu aşama ikna aşaması olarak isimlendirilmektedir. İkna aşamasında kişiler haberdar oldukları yeniliğin beklenen sonuçları hakkında ki belirsizliğinin azaltılması için yakın komşuları, arkadaşları gibi kişilerarası ağlar yardımıyla bilgi aramaktadırlar. Ayrıca ele alınan yeniliğin avantajlarını ve dezavantajlarını bilmek istemekte ve bu duruma göre yeniliğe ilişkin olumlu ya da olumsuz bir tutum oluşturmaktadırlar. Araştırma alanında da bazı konvansiyonel üreticiler, organik çay tarımı yapan üreticilerin verim kaybı yaşadığını dolayısıyla yaşanan bu verim kaybının gelir kaybına da neden olduğunu gözlemlemişlerdir. Bundan dolayı konvansiyonel çay tarımı yapan üreticiler organik tarıma karşı olumsuz tutum içerisine girmişlerdir. ÇAYKUR bu olumsuz tutumu olumluya çevirmek için organik çay tarımına geçen üreticilerin gelir kayıplarını önlemek amacıyla alan bazlı teşvik uygulamasını üreticilere sunmuştur. Bu şekilde ÇAYKUR üreticilerin olumsuz tutumlarına karşı önlem alarak üreticilerin ikna olmasını sağlamıştır. Araştırma alanındaki bazı konvansiyonel üreticilerin ise gelir kaybını önemsemediği, doğanın ve çevrenin korunması

için organik çay tarımına olumlu baktığı ve haberdar oldukları an hemen uygulamak istedikleri gözlemlenmiştir.

Karar: Kişinin yeniliği uygulamaya veya reddetme seçeneklerinde birine yönlendiren unsurlarla ilgilendiği aşama karar aşamasıdır. Bu aşamada kişide yeniliğe ilişkin olumlu tutum oluşmuşsa denemeyi düşünmektedir. Araştırma alanındaki üreticiler kendi aralarında istişare ederek köy ya da mahalle olarak organik tarıma geçmeye karar vermişlerdir. Üreticilerin karar verme aşamasında daha çok köy muhtarlarını dikkate aldığı sonucuna varılmaktadır. Organik çay tarımı hakkında endişeli tutumları olan kararsız üreticiler, uygulama başladıktan sonra karar verebileceklerini ifade etmişlerdir. Araştırmada aynı zamanda bazı üreticilerin kendi isteğiyle değil köy ya da mahalle olarak herkesin geçmek zorunda olmasından dolayı organik çay tarımı yapmaya zorunlu olarak karar verdikleri belirlenmiştir.

Uygulama: Araştırmada olumlu tutum oluşturan üreticilerin yeniliği uygulamaya başladıkları görülmektedir. Ayrıca organik çay tarımına geçen üreticilerin piyasada uygun organik gübre olmamasından dolayı organik gübre temininde ve organik gübrenin uygulanması açısından zorluklar yaşadığı tespit edilmiştir.

Onay: Bu aşamada üreticiler organik çay üretimine başlamışlardır ve üretime devam etmektedir. Bir yeniliği benimsemiş olmak için uzun yıllar o yeniliği uygulamak gerekmektedir. Dolayısıyla araştırma alanında üreticilerin bazıları organik çay tarımını tam olarak benimsemiş sayılmamaktadırlar. Organik çay tarımından vazgeçen üreticiler için ÇAYKUR tarafından yapılan desteklemelerin geri ödenmesi gibi bir takım uygulamalar üreticileri organik tarımdan çıkmaktan caydırdığı gözlemlenmiştir. Aynı zamanda kendi isteğiyle gönüllü olarak organik tarıma geçen üreticilerin organik tarıma devam etmek istedikleri ve Rize bölgesinin tamamında organik çay tarımı yapılmasını istedikleri tespit edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Çay yetiştiriciliği Doğu Karadeniz Bölgesi'nin birincil ekonomik faaliyetlerinden olması nedeniyle devamlılığını sürdürmesi açısından önem arz etmektedir. Suni gübrelerin bölgede yoğun ve bilinçsiz kullanımı neticesinde bölgenin toprak pH'ı bozularak toprakların verimsizleşmesine, akarsu göl ve denizlerin kirlenmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla bölgede tarımın devamlılığını sağlayabilmek açısından organik tarım uygulamalarının başlatılmış olması önemlidir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; genellikle tarım dışı herhangi bir geliri olmayan daha büyük yaş ortalamasına sahip insanlar organik tarımla ilgilenmektedir. Yaşlı insanların daha geleneksel yaklaşıma sahip olduğu düşünüldüğünde yeniliklerin benimsenmesinde ve yayılmasında gençlerin daha etkili olabileceği ifade edilebilir. Bölgede özellikle gençlerin tarıma katılmaları ve ilgilenmeleri teşvik edilebilir. Araştırmada çay yetiştiricilerinin organik çay üretimini benimsemelerini etkileyen ilk üç sıradaki faktörler çevre koruma, yenilikçilik ve sağlık faktörleri olarak tespit edilmiştir. Ancak organik üretime başlamaya karar verme aşamasında ÇAYKUR'un vermiş olduğu destekler önem arz etmektedir. Aynı zamanda çay yetiştiricilerinin doğal üretim ile organik tarımı benzer kabul ettikleri düşünüldüğünde çay yetiştiricilerinin kimyasallardan uzak durarak öncelikle kendi sağlıklarına daha sonra çevre sağlığına önem vermeleri aşîkârdır. Yaş çay yaprağı üretimi ile ilgili yeni bir tarımsal uygulama/girdi hakkında tavsiye alma konusunda köyde en çok başvuru alan kişi organik ve konvansiyonel üreticiler için çay fabrikalarındaki mühendisler olarak tespit edilmiştir. Bu açıdan personellerin yeteri derecede bilgi ve donanımına sahip olması ve daha çok araziye çıkmaları sağlanmalıdır. Mühendislerin üreticilerle daha çok diyalog içinde olmaları sağlanarak üreticilerin yeni uygulamaları denemelerinde ve uygulamalarında onlara destek olunmalıdır.

Araştırmada anket çalışmaları sırasında organik tarım kavramının daha önceki yıllarda organik bal üretimi yapılması nedeniyle üreticiler tarafından duyulmuş olduğu belirlenmiştir. Her ne kadar üreticilerin organik tarım hakkında duyuları olsa da organik çay tarımı bölge için yeni bir uygulama olarak görülmektedir. Bu yeni uygulamalardan üreticiler ÇAYKUR'un düzenlediği köy toplantılarına katılarak haberdar olmuşlardır ve organik çay tarımı yetiştiriciliği prensiplerini buradan öğrenmişlerdir. Suni gübrenin yasaklanması ile birlikte üreticiler bahçelerinden daha az çay alacaklarını düşündüklerinden bu durum gelirlerinde azalmaya neden olacağından uygulamayı reddeden üreticiler olmuştur. ÇAYKUR hem organik çay fiyatını yükselterek hem de üreticilerin çaylarının tamamını almayı taahhüt ederek ve alan bazlı teşvik uygulamasını sağlayarak üreticilerin olumsuz düşüncelerini ortadan kaldırmıştır.

Çıkar İlişkisi

Yazarlar bu çalışmada hiçbir çıkar ilişkisi olmadığını beyan etmektedirler.

Teşekkür

Bu araştırma Ondokuz Mayıs Üniversitesi'nde PYO.ZRT.1901.16.001 no'lu Bilimsel Araştırma Projesi ile desteklenmiştir.

Kaynaklar

- Akın A. 2008. Akşehir ilçesinde organik çilek yetiştiriciliğinin benimsenmesi ve yayılması üzerine bir araştırma. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Anonim. 2017a. Çay istatistik bülteni. 2018. www.caykur.gov.tr. (erişim tarihi: 20.5.2019).
- Anonim. 2017b. Çay sektörü raporu. 2018. www.caykur.gov.tr. (erişim tarihi: 20.5.2019).
- Anonim. 2019. <https://www.marketresearchfuture.com/reports/organic-tea-market-3139>. (erişim tarihi: 1.7.2019).
- Aydoğan M. 2012. Samsun ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin gübre kullanımı konusundaki iletişim kaynaklarının sosyal ağ analizi ile karşılaştırılması. Yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Samsun.
- Best H. 2010. Environmental concern and the adoption of organic agriculture. Soc Nat Resour, 23(5): 451-468.
- Cranfield J, Henson S, Holliday J. 2010. The motives, benefits, and problems of conversion to organic production. Agr Hum Values, 27(3): 291-306.
- Çetin EN. 2005. Dünyada ve Türkiye'de organik tarım ürünleri, dış ticaret ve Türkiye'nin AB'ye uyumu. Yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Antalya.
- Çukur, T. 2015. Conventional Dairy Farmers Converting to Organic Dairy Production in Turkey. Pol J Environ Stud, 24(4): 1543-1551.
- Demir Ö. 2016. Tüketicilerin organik gıda tercihi neden sonuç zinciri yaklaşımı, Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, İzmir.
- Demiryürek K. 2004. Dünya ve Türkiye'de organik tarım. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 8(3/4): 63-71.
- Erkoyuncu C. 2008. Ankara ili Beypazarı ilçesinde organik ve geleneksel olarak yapılan domates yetiştiriciliğinin karşılaştırmalı ekonomik analizi, Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- FIBL. 2019. Organic agriculture worldwide: Key results from the FIBL survey on organic agriculture worldwide 2019. Part 3: Organic agriculture in the regions 2017. Julia Lernaut ve Helga Willer. Research Institute of Organic Agriculture, Frick, Switzerland.
- Foster C, Lampkin N. 2000. European organic production statistics 1993-1998. EU project FAIR3-CT96-1794: Organic farming and the CAP. Technical Deliverable: Riic.
- Gürkan E. 2007. Avrupa birliğinde organik tarım pazarı, Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ha TM. 2014. Establishing a transformative learning framework for promoting organic farming in Northern Vietnam: a case study on organic tea production in Thai Nguyen province. Asian J Busin Manage (ISSN: 2321-2802), 2(03).
- Hattam CE, Holloway GJ. 2005. Adoption of certified organic production: Evidence from Mexico. In Researching Sustainable Systems-International Scientific Conference on Organic Agriculture.
- İkiz M. 2011. Göller yöresinde organik ve konvansiyonel yağ gülü (Rosa Damascana) yetiştiriciliğinin karşılaştırmalı ekonomik analizi, Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Isparta.

- IFOAM. 2008. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).
- Karabaş S. 2011. Organik ürünlerin pazarlamasında üretici-tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Samsun ili örneği), Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Karabulut İH. 2013. Avrupa birliği pazarında Türkiye'nin organik faaliyetlerinin potansiyelinin değerlendirilmesi, Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Karki L, Schleenbecker R, Hamm U. 2011. Factors influencing a conversion to organic farming in Nepalese tea farms. *J Agr Rural Dev Trop*, 112(2): 113-123.
- Kaya F. 2016. Organik ürünlerin pazarlanması ve organik ürünlere karşı tüketici davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörlerin belirlenmesi, Yüksek lisans tezi, Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Şanlıurfa.
- Keskin U. 2007. Dünyada ve Türkiye'de organik pamuk tarımı ve ekonomisi, Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Adana.
- Kisaka-Lwayo M. 2008. A discriminant analysis of factors associated with the adoption of certified organic farming by smallholder farmers in Kwazulu-Natal, South Africa. *African Association of Agricultural Economists (AAAE) > 2007 Second International Conference*, August 20-22, 2007, pp59-64, Accra, Ghana.
- Koesling M, Flaten O, Lien G. 2008. Factors influencing the conversion to organic farming in Norway. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 7(1-2): 78-95.
- Köksal Ö. 2009. Organik zeytin yetiştiriciliğine karar verme davranışı üzerinde etkili olan faktörlerin analizi, Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Lin X. 2003. The seven development tendencies of the world's organic agriculture. *World Agric*, 293(3): 17-21.
- Ofunya FA. 2012. Drivers for adoption of green marketing by Kenya tea firms. *Scholarly Journal of Business Administration*, 2(5): 90-100.
- Özbağ BC. 2010. Türkiye'de organik tarımın ekonomik analizi, Doktora tezi, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Bursa.
- Özgümüş İ, Karlı B. 2019. Rize ilindeki çay işletmelerinin sosyo-demografik özellikleri ve pazarlama sorunları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 24(2): 129-139.
- Padel S. 2001. Conversion to organic farming: a typical example of the diffusion of an innovation? *Sociologia ruralis*, 41(1): 40-61.
- Pastor F, Legaspi N, Agbigay L, Pastor CD, Salas MA, Cacatian M, De Padua MV. 2011. Farmers' attitudes and level of knowledge on organic farming in the Ilocos Region, Philippines. In *Organic is Life-Knowledge for Tomorrow*. Proceedings of the Third Scientific Conference of the International Society of Organic Agriculture Research (ISOFAAR)(pp. 161-164).
- Qiao Y, Halberg N, Vaheesan S, Scott S. 2016. Assessing the social and economic benefits of organic and fair trade tea production for small-scale farmers in Asia: a comparative case study of China and Sri Lanka. *Renew Agr Food Syst*, 31(3), 246-257.
- Rogers EM. 1995. Diffusion of innovations. New York, 12.
- Rogers EM. 2003. Diffusion of innovations Free Press. New York, 551.
- Saigenji Y, Zeller M. 2009. Effect of contract farming on productivity and income of small holders: The case of tea production in north-western Vietnam (No. 1005-2016-79177). *International Association of Agricultural Economists (IAAE) > 2009 Conference*, August 16-22, 2009, Beijing, China.
- Seppänen L, Helenius J. 2004. Do inspection practices in organic agriculture serve organic values? A case study from Finland. *Agr Hum Values*, 21(1): 1-13.
- Seyis F, Yurteri E, Özcan A, Savsatlı Y. 2018. Organic tea production and tea breeding in Turkey: challenges and possibilities. *Ekin J Crop Breed Genetic*, 4(1): 60-69.
- Shanahan CJ, Hooker NH, Sporleder TL. 2008. The diffusion of organic food products: Toward a theory of adoption. *Agribusiness*, 24(3): 369-387.
- Soykan ÖF. 2015. Erzurum ilinde organik ve konvansiyonel olarak üretilen buğdayın maliyetler açısından karşılaştırılması, Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Erzurum.
- Şen AG. 2018. Samsun ili Terme ilçesinde organik ve konvansiyonel fındık üreticilerinin çeşitli göstergeler bakımından karşılaştırılması, Yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Samsun.
- Taner L. 2010. Organik ve konvansiyonel örtü altı sebze yetiştiriciliğinde üreticilerin teknik ve ekonomik sorunlarının belirlenmesi, Yüksek lisans tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.
- TÜİK. 2017. Türkiye İstatistik Kurumu. www.tuik.gov.tr. (erişim tarihi: 1.7.2019).
- Uçar K. 2011. Malatya ilinde organik ve konvansiyonel kuru kayısı üretiminin ekonomik analizi, Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 137, İzmir.
- Varoğlu ST. 2014. Organik ürünlerin tüketim eğilimleri ve tüketici profilinin belirlenmesi Sakarya ili örneği, Yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Bursa.
- Yalçın FÇ. 2014. Tokat ili merkez ilçede arıcılık faaliyeti yapan işletmelerde bal ve diğer arı ürünleri üretimi ve organik üretim potansiyeli, Yüksek lisans tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.
- Yamane T. 2001. Temel örnekleme yöntemleri. 1. Baskı, (Çevirenler: Alptekin Esin, Celal Aydın, M.Akif Bakır, Esen Gürbüzsel), Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Yurdakul Bal FH. 2006. Organik tarım ve danışmanlık hizmetlerinin incelenmesi, Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 74, Tekirdağ.