



Dikili Ağaç Satışı Uygulamasının Yerel Piyasadaki Rekabete Etkileri

Osman KOMUT^{1,*}, Atakan ÖZTÜRK²

¹ Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Meslek Yüksekokulu, Gümüşhane

² Artvin Çoruh Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Ekonomisi Anabilim Dalı, Artvin

*İletişim yazarı: osmankomut@gumushane.edu.tr

Özet

Ülkemizde, 1956 yılında çıkarılan ve halen yürürlükte olan 6831 sayılı Orman Kanunu gereğince, devlet ormanlarının devlet tarafından işletilmesi esas alınmıştır. Ancak, özellikle 1990'lı yıllarda küreselleşme süreci ile birlikte yaşanan bazı gelişmeler (serbest ticaret çalışmaları, Sovyetler Birliğinin dağılması vb.) sonucu ülkemize düşük fiyatlı ve yüksek miktarda orman ürünü girişine neden olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte, orman ürünleri üretimi ve depolama sistemlerindeki maliyet artışlarının da etkisiyle, Orman Genel Müdürlüğü orman ürünleri piyasasındaki tekel olma özelliğini kaybetmiş, satışlarında durgunluk yaşamaya başlamış ve rekabet yeteneği azalmıştır. Sonuçta, 1996 yılından itibaren, maliyetleri azaltıcı, tüketici talep ve davranışlarını dikkate alan ve rekabet gücünü artırıcı alternatif bir pazarlama anlayışı olarak, dikili ağaç satışı uygulaması başlatılmıştır. Bu çalışmada, Giresun Orman İşletme Müdürlüğü örneği, dikili ağaç satışları ve açık artırmalı satışlar bağlamında ele alınarak, söz konusu uygulamanın yerel orman ürünleri piyasasında meydana getirdiği rekabet ve yerelleşme etkileri, genel olarak irdelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dikili ağaç satışı, Piyasa, Rekabet

Effects on Local Competetion of Stumpage Sale

Abstract

In our country, which is still in force in 1956 and issued in accordance with the Forest Act 6831, the state forests are considered to be state-run. Our country, however, especially in the 1990, the process of globalization along with experienced some improvements (free trade works, the Soviet Union's disintegration, etc.) led to entrance of forest product low-cost and high amount. However, effect on cost increases forest products production and storage systems, General Directorate of Forestry (OGM) lost its monopoly property. Additionally, sales has began to live the recession and decreased competition ability. Finally, since 1996 to reduce costs, and increase the competitiveness which takes into account consumer demand and behavior as an alternative marketing approach, stumpage sale started. In this study, Giresun Forest Management Directorate example, has taken into consideration sales stumpage and auction. The effects on decentralization and competition of local forest product markets of the application were examined

Keywords: Stumpage Sale, Market, Competition

1. GİRİŞ

Ülkemizde ormanların tamamına yakınının mülkiyetinin devlete ait olması, ormanların yönetiminde devlet hakimiyetini ön plana çıkarmıştır. Nitekim devlet ormanlarıyla ilgili her türlü iş ve işlem 1937 yılından itibaren devlet orman işletmeleri eliyle yürütülmüştür. 1956 yılında çıkarılan 6831 sayılı Orman Kanununda “devlet ormanlarının devlet tarafından işletileceği ve devlet ormanlarına ait her çeşit işlerin Orman Genel Müdürlüğü tarafından yapılacağı” hükmüne yer verilmiştir. Halen yürürlükte olan 1982 Anayasasının 169. Maddesinde de “Devlet ormanlarının mülkiyeti devrolunamaz. Devlet ormanları kanuna göre, Devletçe yönetilir ve işletilir” ve “Bütün ormanların gözetimi Devlete aittir” hükümleri yer almaktadır.

Bununla birlikte, 1987 yılında 6831 sayılı Orman Kanununun 6. maddesi “Devlet ormanlarına ve Devlet ormanı sayılan yerlere ait her çeşit işler Orman Genel Müdürlüğünce yapılır veya yaptırılır” şeklinde değiştirilmiştir. Değişiklikle getirilen “yaptırılır” kelimesi sayesinde orman işlerinin bir kısmını üçüncü kişilere yaptırma imkânı doğmuştur (Daşdemir, 2011). Bir başka ifadeyle, Orman Kanunundaki bu değişiklik ile özel teşebbüsün ülkemiz ormancılığında bazı ormancılık faaliyetlerinin yürütülmesi yasal bir dayanağa kavuşturulmuştur.

Öte yandan, bu süreçte ülkemiz dışında yaşanan kimi gelişmeler de ormancılığımızı önemli ölçüde etkilemiştir. Örneğin, 1990’lı yıllarda Sovyetler Birliği’nin dağılması, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşmasının imzalanması, küreselleşme ve buna bağlı olarak ortaya çıkan uluslararası ticaretin serbestleşmesi çabaları ile ülkemize bol miktarda ve düşük fiyatlı orman ürünleri girmeye başlamıştır (Daşdemir, 2003; Daşdemir, 2011; Türker, 2013).

Ülkemizde, orman ürünleri üretimi ve depolama sistemlerindeki yükleme, boşaltma, istif ve tasnif gibi mükerrer işlemler ile zaman ve kalite kayıpları, maliyet artışlarına neden olmuştur. Bu durum, yeni ithalat rejiminin oluşturduğu piyasa koşullarının yanı sıra, maliyetleri çok sayıda vergi, resim ve fonlarla şişirilmiş ve birçok tahsis ve sübvansiyon yükümlülüğü bulunan Orman Genel Müdürlüğü (OGM)’nin odun hammaddesi piyasasında tekel özelliğini kaybetmesine, dolayısıyla ürünlerini kolayca pazarlayamaz hale gelmesine neden olmuştur (Türker, 1996; Türker, 2013).

OGM daha düşük maliyetlerle üretim yapabilmek ve daha kârlı pazarlayabilmek, dolayısıyla orman işletmelerinin rekabet gücünü yeniden artırabilmek amacıyla, geleneksel yöntemlerin dışında alternatif satış yöntemlerine yönelmiştir. 1987 yılında 6831 sayılı Orman Kanunun 6. Maddesinde yapılan değişiklik esas alınarak, 1996 yılında 5038 sayılı Dikili Ağaç Satışı Tamimi ile dikili ağaç satış uygulaması başlatılmıştır. Sonrasında uygulamada görülen eksikliklerin giderilmesi amacıyla sırasıyla, 1998 yılında 6057 sayılı tamim, 2004 yılında 6350 sayılı tamim, 2007 yılında 6521 sayılı tamim ve son olarak 2013 yılında 6877 sayılı dikili ağaç satış tamimi yayınlanmıştır.

Dikili ağaç satışı uygulamasında; ağaç kesme, dal alma, kabuk soyma, bölme, bölmeden çıkarma, nakliye, sınıflandırma, pazarlama ve satış işlemleri alıcıya ait olmak üzere damgalanmış ağaçların satışı yapılmaktadır. Bu yöntem;

- Orman ürünlerinin cinsi, boyutu ve görünüş özellikleri bakımından alıcıların isteklerine uygun olarak üretilmesine imkân sağlaması,
- Üretim ve imalat kayıplarını en alt düzeye indirmesi, hacim ve ekonomik değer bakımından verimliliği artırması,
- Orman idaresince yapılan üretim masraflarından tasarruf sağlaması, ürünlerin satış depolarında beklemesinden doğan kuruma çatlakları, renklenme ve çürüme gibi olumsuz etkileri ortadan kaldırması,
- Satış depolarındaki sıkışıklığı azaltması,

- Üretim devresini kısaltması,
- Üretimde çalışan ve herhangi bir sosyal güvence kapsamına girmeyen orman köylüsünü, üretimde çalıştığı günler için sosyal güvenceye kavuşturması gibi faydalar sağlamaktadır (Türker, 2013; OGM, 2013).

Dikili ağaç satışı, orman köylüsü ve kooperatiflere tahsisli, diğer isteklilere ise açık artırmalı satış yöntemi ile gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde halen OGM satışlarının yaklaşık %20'si bu yolla yapılmaktadır (Ormancılık, 2012).

Bu çalışma, OGM orman ürünleri satışlarının önemli bir kısmını oluşturan dikili ağaç satışı uygulamasının, işletme satışları, orman köylüsü, Orman Köylerini Kalkındırma Kooperatifleri ve dolayısıyla yerel ekonomiler üzerindeki etkilerinin ortaya konulması ve tespit edilen sorunların çözümüne katkı sağlanması amacıyla ele alınmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışma, Giresun Orman Bölge Müdürlüğüne bağlı, Giresun Orman İşletme Müdürlüğü (OİM) örneğinde ele alınmıştır. Giresun OİM, Giresun, Kemer kaya, Kulakköprü, Keşap, Bulancak, Bicik, Ambardağ ve Paşakonağı orman işletme şefliklerinden oluşmakta ve OİM alanının %39'u ormanlarla kaplı bulunmaktadır (OGM, 2014).

Araştırmada, Giresun OİM'nin 2009-2012 yılları arasındaki dikili ağaç açık artırmalı satışları ile orman depolarında gerçekleştirilen (yuvarlak odun (tomruk, kâğıtlık odun, sanayi odunu ve maden direği) açık artırmalı satışlarına ilişkin verilerden istifade edilmiştir. Bu kapsamda, her iki açık artırmalı satış çeşidine ait; muhammen bedeller, satış fiyatları, satılan ve pazarlığa kalan orman emvali miktarları ve açık artırmalı satışlara katılan müşteri bilgileri OGM İşletme ve Pazarlama Dairesi Başkanlığı verilerinden elde edilmiştir.

Açık artırmalı satışlar sonucunda oluşan muhammen bedel artırma oranları, incelenen 4 yıllık periyotta ihale alan müşterilerin sayısı ile satılan ve pazarlığa kalan ürün miktarının karşılaştırılmasında kullanılan grafikler Microsoft Office Excel 2007 yardımıyla oluşturulmuştur.

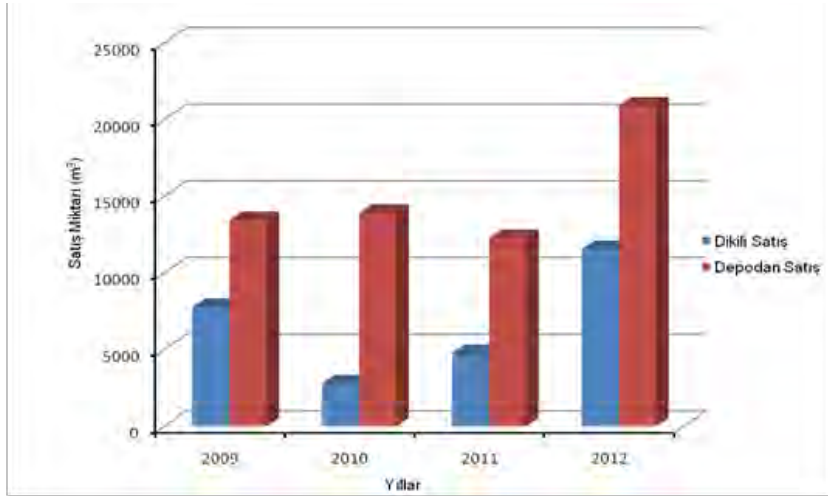
Araştırma ile elde edilen bulgular, konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan (Karakaya, 2006; İslamoğlu, 2010; Daşdemir, 2011; Sarcan, 2011; Yeni, 2013) yararlanılarak irdelenmiştir.

3. BULGULAR

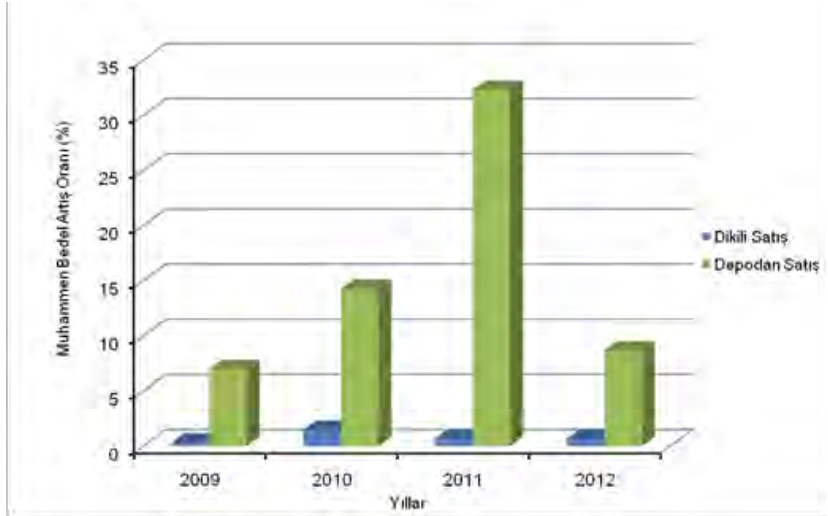
Giresun OİM'nin 2009-2012 dönemine ilişkin dikili ağaç açık artırmalı satışları ve depoda gerçekleştirilen yuvarlak odun açık artırmalı satışları sonucunda satılan ürün miktarlarını gösteren grafik Şekil 1'de verilmiştir.

Buna göre, depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışlardaki ürün miktarının dikili ağaç açık artırmalı satışlarına oranla yıllar itibarıyla yüksek seyrettiği ve artma eğiliminde olduğu görülmektedir.

Giresun OİM'nin 2009-2012 dönemine ilişkin dikili ağaç açık artırmalı satışları ve depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışlar sonucu oluşan muhammen bedel artış oranları grafiği Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 1. 2009-2012 dönemine ilişkin açık artırmalı satış miktarları



Şekil 1. 2009-2012 dönemine ilişkin muhammen bedel artış oranları

Buna göre, 2009-2012 döneminde geleneksel olarak depoda gerçekleştirilen satışlarda oluşan yöntemde 2009-2012 döneminde muhammen bedel artış oranları genel itibariyle yüksek seyredirken (ortalama %15,55), dikili ağaç açık artırmalı satış sonucu oluşan muhammen bedel artış oranı (ortalama %0,79) çok daha düşük değerlerde kalmıştır.

Giresun OİM’de, 2009-2012 döneminde dikili ağaç satışı uygulamasıyla toplam 27 adetaçık artırmalı satış gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde toplam 26.838,442 m3 dikili ağaç ihaleye çıkarılmış, bunun 23.865,356 m3’ü satılmış, 2.973,086 m3’ü satılmamıştır. Dolayısıyla, dikili ağaç açık artırmalı satışlarındaki ortalama satış oranı %88 olarak gerçekleşmiştir. Bu uygulamada, ihale alan toplam müşteri sayısı 13 olarak tespit edilmiştir. Bu müşterilerin 7 adedinin tarımsal kalkınma kooperatifi, 6 adedinin ise özel müteşebbüs olduğu görülmüştür. Buna göre, söz konusu periyotta dikili ağaç açık artırmalı satış başına düşen ortalama satış miktarı 1835 m3 olarak gerçekleşmiştir.

Giresun OİM'de 2009-2012 dönemine ilişkin depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satış uygulamasında ise, toplam 33 ihale gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde toplam 76.069,787 m3 yuvarlak odun (tomruk, kâğıtlık odun, sanayi odunu ve maden direği) ihaleye çıkarılmış, bunun 15.476,861 m3'ü satılamamıştır. Dolayısıyla, depoda gerçekleştirilen yuvarlak odun açık artırmalı satışlarındaki ortalama satış oranı %80 olarak gerçekleşmiştir. Bu uygulamada ihale alan toplam müşteri sayısı 149 olarak tespit edilmiştir. Bu işletmelerin 2 adedinin tarımsal kalkınma kooperatifi, 147 adedinin ise diğer özel ve tüzel kişilikler olduğu belirlenmiştir. Buna göre, söz konusu periyotta depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satış başına düşen ortalama satış miktarı 406 m3 olarak gerçekleşmiştir.

Yine bu dönemde gerçekleştirilen açık artırmalı satışlarda ihale alan toplam 147 adet müşterinin, 62 adedinin tüzel kişilik ve 88 adedinin gerçek kişi namına ihaleye katıldığı tespit edilmiştir. 62 adet tüzel kişi işletmesinin 20 adedinin Giresun il ve ilçelerinde faaliyet gösterdiği, 42 adedinin ise başta Trabzon, Samsun ve Ordu olmak üzere civar il ve ilçelerde faaliyet gösteren işletmeler olduğu belirlenmiştir. Buna göre, tüzel kişiliğe sahip işletmeler bağlamında talebin %32'sinin Giresun OİM'nin bulunduğu ilden yani yakın çevreden, talebin geriye kalan büyük bölümünün ise çevre illerden geldiği görülmektedir. Dolayısıyla depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışlara yönelik bir bölgesel talepten söz etmek mümkündür.

Dikili ağaç satışı uygulamasında ihale alan 7 adet tarımsal kalkınma kooperatifinden, 5 adedinin aldıkları ihalelerin sadece kurulu bulundukları bölgedeki orman işletme şefliği düzeyinde kaldığı, diğer 2 tarımsal kalkınma kooperatifinin ise yalnızca 2 farklı işletme şefliği düzeyinde ihale aldıkları belirlenmiştir. Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin de ağırlıklı olarak kendi kuruldukları bölgedeki dikili ağaç açık artırmalı satışlarına yöneldikleri görülmektedir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Giresun Orman İşletme Müdürlüğü'nün 2009-2012 yıllarını kapsayan 4 yıllık dönemde dikili ağaç açık artırmalı satışlar ve depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışların karşılaştırmalı olarak irdelendiği bu çalışmada, iki farklı şekilde uygulanan açık artırmalı satış arasında satış miktarları, muhammen bedel artırma oranları ve orman ürünleri alıcıları açısından farklılıklar olduğu görülmüştür.

Çalışmada 4 yıllık dönemi kapsayan satışlara ilişkin bulgular çerçevesinde aşağıdaki değerlendirmeleri yapmak mümkündür:

- Söz konusu dönemde, hem depodan satış hem de dikili ağaç açık artırmalı satışında satılan ürün miktarlarının artma eğiliminde olduğu ve 2012 yılında en yüksek düzeye ulaştığı görülmüştür.
- Ele alınan dönemde, dikili ağaç satışı uygulamasının muhammen bedel artış oranı ortalamasının %0,79, depodan satış uygulamasının muhammen bedel artış oranı ortalamasının ise %15,55 olarak tespit edilmiş olması, dikili ağaç satışı uygulamasında rekabet düzeyinin düşük kaldığı ve satışların genel itibarıyla muhammen bedel üzerinden veya çok düşük oranlardaki artış sonucu oluşan satış fiyatları üzerinden dolayısıyla düşük rekabet düzeyiyle gerçekleştiğini göstermektedir. Öte yandan, her iki satış yönteminin muhammen bedel artış oranları arasındaki önemli düzeydeki fark dikili ağaç satışının orman idaresinin muhammen bedel üzerinde sağlanması muhtemel gelirlerini düşürmektedir.
- İncelemeye esas 4 yıllık dönemde, dikili ağaç açık artırmalı satışına ihale alan 13 adet özel ve tüzel kişiye karşılık, depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışlarda 147 adet özel ve tüzel kişinin ihale almış olması, her iki satış yönteminin muhammen bedel artış oranı da

dikkate alındığında, dikili ağaç uygulamasında, rekabetçi pazar anlayışının aksine tekelleşme eğiliminin olduğu görülmektedir.

- Dikili ağaç satışlarında ihale alan 13 işletmenin 7'sini, depoda gerçekleştirilen açık artırmalı satışlarda ihale alan 147 özel ve tüzel kişiden ise sadece 2'sini oluşturan tarımsal kalkınma kooperatiflerinin, özellikle dikili ağaç satışı uygulamasına daha fazla ilgi gösterdiklerini ortaya koymuştur. Bu durum, tarımsal kalkınma kooperatiflerinin, rekabet düzeyi itibarıyla düşük satış fiyatı oluşacağı beklentisiyle dikili satışı uygulamasını tercih ettikleri şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda, alıcılar arasındaki bu farklılık, dikili ağaç satışı uygulamasının orman ürünleri piyasasında yerleşmeye neden olduğuna da işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle dikili ağaç açık artırmalı satışlarında yerel müşterilerin daha etkin olduğu anlaşılmaktadır.
- Öte yandan, dikili ağaç açık artırmalı satışlarında, orman işletme şefliği düzeyinde ihale alan tarımsal kalkınma kooperatiflerinin aynı olduğu ve başka kooperatiflerin bu bölgelerde ihale almadığı dolayısıyla söz konusu kooperatiflerin rekabetçi özellik taşımadıkları ve bu konuda fazlaca istekli olmadıkları anlaşılmaktadır.

Ormancılıkta geleneksel üretim ve satış yöntemine bir alternatif olarak geliştirilen dikili ağaç açık artırmalı satışlarının, ürünün bozulmasına meydan vermemesi, alıcının isteklerine uygun ebatlarda ve görünüş özelliklerinde ürün elde etme imkanı sağlaması, hacim ve ekonomik değer bakımından verimlilik artışı sağlaması, orman idaresine üretim masraflarından tasarruf sağlaması, orman köylüsüne üretim dönemi bitmeden gelir elde etme imkanı vermesi gibi birçok fayda sağlayacağına ilişkin beklentiler söz konusudur. (Ünal ve Karakaya, 2002; Çevik vd., 1996). Ancak, uygulamada çeşitli teknik, ekonomik ve sosyal sorunlar yaşanmaktadır (Daşdemir, 2011).

Hammadde tedarik sürecinin en önemli bileşeni konumunda olan orman işletmelerinin yerini alan az sayıda özel girişim ve tarımsal kalkınma kooperatiflerinin, sektörün beklentilerini tam olarak bilmemeleri, düzenli hammadde tedariği sağlayamamaları, ülkemiz orman ürünleri sanayi sektörünün ithal hammadde kaynaklarına yönelmesi sonucunu doğurmaktadır. (ORSİAD, 2012).

Öte yandan, Ülkemiz orman ürünleri piyasasına genel olarak bakıldığında, orman işletmelerinin giderek artan bir rekabetle karşı karşıya kaldığı görülmektedir. Bu gelişmeler çerçevesinde OGM makro ölçekte, orman işletmeleri ise mikro ölçekte yeni ve etkili pazarlama stratejilerini geliştirme ve uygulama konusunda daha aktif olmak durumundadır (Dikilitaş ve Öztürk, 2010).

Sonuç olarak, Ülkemizde 1996 yılından itibaren uygulanmaya başlanan dikili ağaç satışı uygulamasının başarı oranını artırılabilmesi, orman idaresinin potansiyel gelir kaybının önüne geçilebilmesi, orman köylüsüne sağlanan sosyo-ekonomik faydaların geliştirilebilmesi ve orman ürünleri endüstrisinin beklentilerinin karşılanabilmesi için aşağıdaki hususlar önerilmektedir:

Kooperatiflerin dikili ağaç satışlarından elde ettikleri ürünlerinin pazarlanması konusunda bağlı bulundukları üst kuruluş yardım ve önderlik etmeli ve gerektiğinde ürünlerin tek elden pazarlanması sağlanmalıdır (Daşdemir, 2011).

- Köylülerinin çoğunun yararlanması ve yine orman köylülerinin oduncu, keresteci, müteahhit, marangoz gibi şahıslara bağımlı kalmamaları (İslamoğlu, 2010) ve rekabet düzeyini artırabilmek için dikili ağaçlardan küçük partiler halinde odun hammaddesinin üretimi kendilerine verilmelidir.
- Orman ürünleri endüstrisinin hammadde ihtiyacının düzenli ve sürekli olarak karşılanabilmesi ve sektörün hammadde tedarik kanallarının sınırlı sayıdaki yerel özel ve tüzel kişilerin kontrolüne bırakılmaması için geleneksel olarak uygulanan depodaki açık

artırmalı satışları tamamen terk edilmemeli ve bölgesel sektör ihtiyaçlarına göre belirlenecek düzeylerde kullanılmasına devam edilmelidir.

- Sürdürülebilir orman işletmeciliğinin bir gereği olarak dikili ağaç açık artırmalı satışlarına karar verilmesi sürecinde sadece ekonomik boyut değil sosyal ve çevresel boyutlar da dikkate alınmalıdır. Özellikle ormanların sürdürülebilirliğini sektöre uğratmamak için söz konusu üretim ve satış faaliyetlerini çok dikkatli ve titiz şekilde icra edilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir.
- Sürecin işleyişi hakkında tüm ilgi grupları, özellikle de orman köylüleri bilgilendirilmelidir (Daşdemir, 2011).
- Verim yüzdelerinin saptanması, tahsis bedelinin ve açık artırmalı satışlarda maliyet bedelinin hesaplanması, tarife bedelinin belirlenmesi vb. konularda yöresel özellikleri dikkate alan bilimsel araştırmaların yapılması gerekmektedir. Bu anlamda yöresel koşullara uygun maliyet, fiyat, dolayısıyla pazarlama politikaları ve stratejileri geliştirilmeli ve uygulanmalıdır (Daşdemir, 2011).
- Üretim, bölmeden çıkarma, nakliye ve pazara sunma gibi faaliyetlerle ilgili bölgesel özellikler dikkate alınarak makul süre kısıtlamaları getirilmelidir. Alıcılara üstlenecekleri üretim işlerinde üst sınır getirilerek tekelleşmenin önüne geçilmelidir.

KAYNAKLAR

- Çevik, İ., Taşçı, A. ve Şirin, G. 1996. Kızılçam Ormanlarında Ağaçların Dikili Olarak Satılması Üzerine Araştırmalar. Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Teknik Bülten Yayın No: 3, 95 s., İzmir.
- Daşdemir, İ. 2003. Asli Orman Ürünlerinde Fiyat Analizi (Zonguldak Orman Bölge Müdürlüğü Örneği). ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Yayınları, Üniversite Yayın No: 26, Fakülte Yayın No: 12, ISBN 975-7138-22-7, 119 s., Bartın.
- Daşdemir, İ., 2011. Dikili Ağaç Satışlarının Uygulanması Üzerine Değerlendirmeler. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 20, ISSN: 1302-0943, EISSN: 1308-5875, s. 71-79. Bartın
- Dikilitaş, K., ve Öztürk, A., 2010. Artvin Orman Bölge Müdürlüğü Son Beş Yıllık Açık Artırmalı Satışlarının İrdelenmesi. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 20-22 Mayıs 2010. Cilt: I Sayfa: 259-269. Artvin
- İslamoğlu, N., 2010. Devlet Ormanlarında Yapılan Dikili Ağaç Satışının Paydaşlar Açısından İrdelenmesi (Trabzon Orman Bölge Müdürlüğü Örneği). Yüksek Lisans Tezi. KTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, 125 s., Trabzon
- Karakaya, A., 2006. Dikili Ağaç Satış Yönteminin Değerlendirilmesi, Yüksek lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 58 s., Ankara
- OGM, 2013. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü, İşletme ve Pazarlama Dairesi Başkanlığı. 6877 No'lu Dikili Ağaç Satış Tamimi, 02.01.2013, Ankara
- OGM, 2014. Orman Genel Müdürlüğü, Orman İşletme Müdürlükleri Verileri. www.ogm.gov.tr ErişimTarihi: 03.03.2014, Ankara
- Ormancılık, 2012. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı. Ormancılık ve Su Şûrası 2013, 21-23 Mart 2013, Çalışma Grubu 10, Ormanlardan Faydalanma Şûra Çalışma Belgesi, Ankara
- Orsiad, 2012. Orman Sanayi İş Adamları Gazetesi. Mobilya Sektörü Sorunları ve Çözüm Önerileri. "Dikili Ağaç Satışları % 20 İle Sınırlandırılmalı". 01.07.2012 Pazar. <http://www.orsiad.com.tr/orsiad-gazetesi> Erişim Tarihi: 10.04.2014.
- Sarcan, S., 2011. Dikili Ağaç Satış Yönteminin Sanayi Kuruluşları Çerçevesinden Değerlendirilmesi. TMMOB Orman Mühendisleri Odası. Orman Mühendisliği Dergisi. Yıl: 48, Sayı: 7-8-9 Temmuz-Ağustos-Eylül 2011, ISSN: 1301-3572, 24-27 s. Ankara
- Türker, M. F., 2013. Ormancılık İşletme Ekonomisi. Güncellenmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı. Ormancılık ve Tabiatı Koruma Vakfı Yayın No:5, ISBN:978-605-85748-0-9, s. 76, Trabzon
- Ünal, S., Karakaya, A., "Orman Ürünleri Üretiminde Dikili Ağaç Satış ve Uygulamada Kooperatiflerin Yeri ", I. Ulusal Ormancılık Kooperatifleri Sempozyumu , Bildiriler kitabı , 22-23 Mart 2002, Kastamonu.
- Yeni, A., İ., 2013. Dikili Ağaç Satış Uygulamasının Analizi (Borçka Orman İşletme Müdürlüğü Örneği). Yüksek Lisans Tezi. KTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, 65 s., Trabzon