

dosya

Yöresel Ürünler! Anadolu'nun sahipsiz değerleri...

araştırma

Mantarcılığın beşiği parlak günlerini arıyor



MODERN SULAMA SİSTEMLERİNDE ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

Hizmetlerimiz

- Keşif ve projelendirme
- Kaliteli ve uygun malzeme temini
- Montaj ve uygulama
- Uygulama sonrası danışmanlık
- Sistem garantisi
- Köy bazlı toplu damla sulama sistemlerinde malzeme temini ve montajı

Sulama sistemlerine hibe ve destekler

- Tarım Bakanlığının % 50 hibe desteği
- Ziraat Bankasının % 0 faizli 5 yıl taksitle geri ödemeli kredisi
- Tarım kredi kooperatiflerinin % 0 faizli 3 yıl taksitle geri ödemeli kredisi



Pelikan
SULAMA SİSTEMLERİ LTD. ŞTİ.

Şelale Mah. Şehit Musa Özkan Cad. 3005 Sk. No: 26 VARSAK / ANTALYA
Tel: 0242.417 73 68 - 69 Fax: 417 57 87
www.pelikansulama.com.tr

**daha fazla verim
ve yüksek kalite...**

"Her damlayı verime dönüştürüyoruz"



agtohum
sanayi ticaret ltd.şti.

geleceğimiz için;
NİS



www.agtohum.com.tr

ENZA ZADEN



www.ventadecigiz.com



Mehmetok Mahallesi Aspendos Bulvarı Mar Plaza No:113 A Blok No:2 Kat 4 ANTALYA/TURKEY
Tel:+90 242 321 20 18 (pbx) Fax:+90 242 321 88 60 Santral GSM +90 533 528 02 24 /+90 541 321 20 18
E-mail: agtohum@agtohum.com.tr

08

BORSA'DAN

- Isparta "Tarımda küçük işletme kalmasın!" dedi
- Şarkikaraağaç'ta 250 kişilik toplantı
- Isparta'daki üçüncü toplantı Yalvaç'ta yapıldı
- Projenin Isparta ayağı Eğirdir toplantısıyla tamamlandı
- Tarımda küçük işletme kalmasın: Proje meyve vermeye başladı
- Birleşen kazanıyor!
- Ziraat Fakültesi öğrencileri sektörle buluşuyor
- Antalya Zeytinpark A.Ş. geliyor
- Hububatçılar çıkış arıyor
- YÖREX Antalya 2010, 1. Yöresel Ürünler Fuarı geliyor
- "Yöresel değerlerimize sahip çıkalım"



14

TOBB'dan HABERLER

- Hisarcıklioğlu: "81 ilden, 365 oda ve borsayla Yörex'te olacağız"
- Anayasamız halen 1980 model



16

BÖLGEDEN

- BAKA Genel Sekreteri atandı
- Almanya ile tarım kardeşliği
- Et ithalatı hayvancılığımızı bitirir
- Karaleke'den neden kurtulamadık?
- İbrahim Akbulut TDD Başkanı seçildi
- BAGEV Bölgesel İstihdam Bürosu Batı Akdeniz'in istihdam verilerini toplayacak
- Fırtına en çok kesme çiçeği vurdu
- Suat Yılmaz: "Yılboyu narenciye ihracatı mümkün"
- "2014'te sadece sertifikalı fidan desteklenecek"
- Hayvancılık destekleri haksız rekabete yol açıyor
- EXPO - 2016 nerede yapılacak?



24

KOMİTELERDEN

- Et ithalatı intihar olur!



Antalya
Ticaret Borsası
Yayın Organı
Sayı: 25
Ocak & Şubat
2010

SAHİBİ
Ali ÇANDIR
Antalya
Ticaret Borsası
Yönetim Kurulu
Başkanı

YAYIN KURULU
Halil BÜLBÜL
İbrahim YILMAZ
Adnan İNGEÇ
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Ahmet Erol KÖKSALAN

YAYINA HAZIRLIK
ziraat
ajansı
Ziraat Ajansı Tel: (242) 312 14 40
www.ziraatajansi.com.tr
Görsel Yönetmen
Sevinç Kuzdere Güler



26

SEKTÖRDEN

- Tuta Absoluta Türkiye'ye ulaştı
- Destekler ilk kez ekimden önce açıklandı
- Ziraat Bankası'ndan hayvancılık ve örtüaltına 7,5 milyon TL kredi
- Hal Yasa Tasarısı kanunlaştı

SÖYLEŞİ

Şükrü Yıldız; KOSGEP destekleri

28



30

DOSYA

Yöresel Ürünler;
Anadolu'nun
sahipsiz değerleri

ARAŞTIRMA

Mantarcılığın beşiği Korkuteli, parlak günlerini arıyor

42

48

DÜNYADAN

Kapalı kutu; İRAN



PORTRE

Ata Sönmez; "Antalya'nın hassas olduğu konularda sessiz kalamayız"

54

56

MAKALE

Deniz Tolga Yılmaz; Mesleki yeterlilik

MAGAZİN

Başaktan sofraya ekmek

60

64

İNSAN KAYNAKLARI

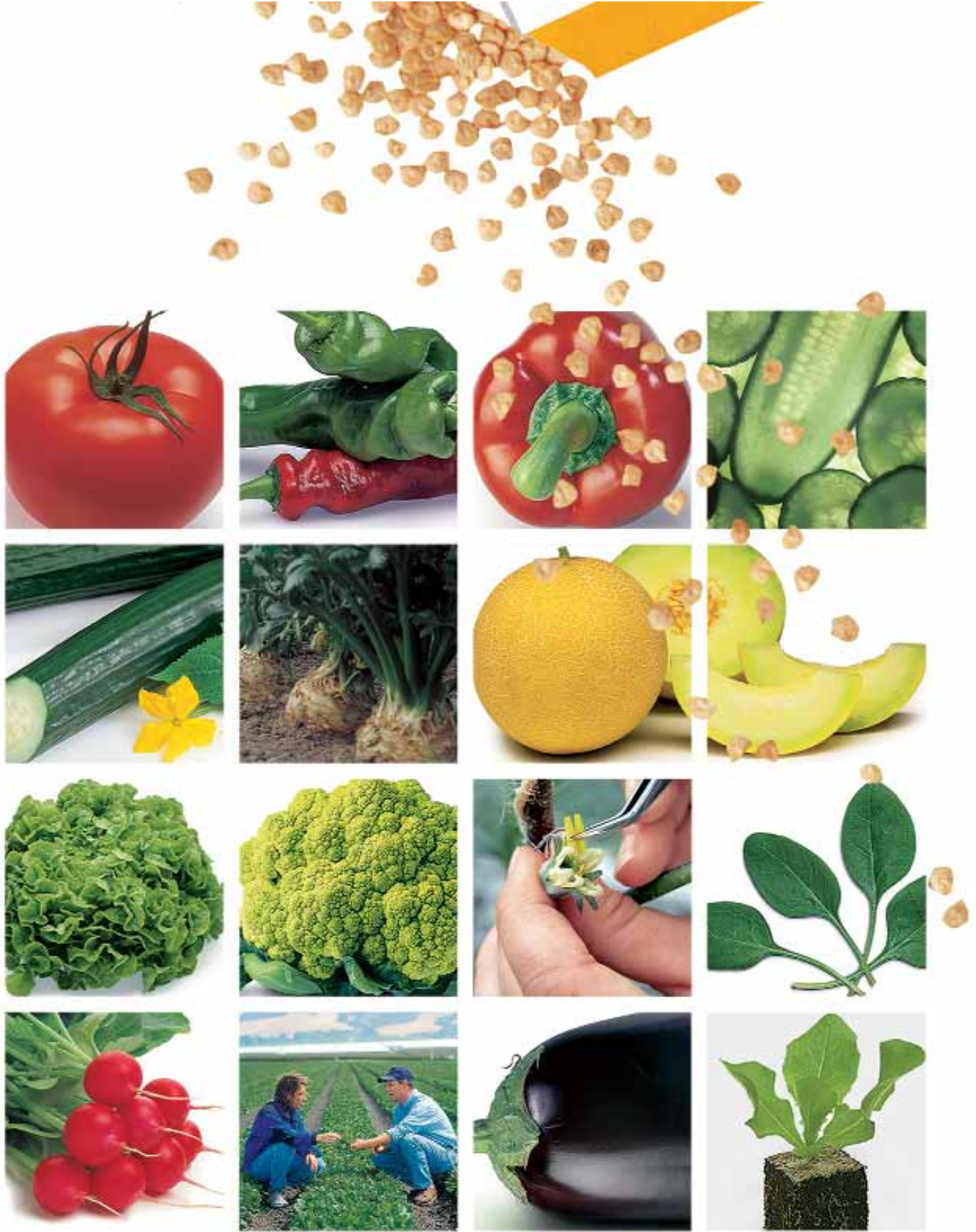
Ayhan Yıldırım: "Borsa üreticinin garantörü"

BASKI

Ada Ofset İstanbul
Tel: (212) 567 12 42

İLETİŞİM

Cumhuriyet Cad. Borsa İşh. Kat:2 (PK 101) 07040 ANTALYA
Tel: (242) 244 26 70 - 241 28 28 - Faks: (242) 241 11 58
e-mail: info@antalyaborsa.org.tr - www.antalyaborsa.org.tr



RİTO 
 RİTO TOHUMCULUK A.Ş.

Tarım Mah. Aspendos Bulvarı, Kurt İşh. No: 136/1 Antalya
 T: 0242 311 61 36 - 321 65 52 F: 0242 321 77 32



Ali Çandır

ATB Yönetim Kurulu
Başkanı

Yöresel Ürünler Fuarı

YÖREX, Birinci Yöresel Ürünler Fuarı ile ilgili çalışmalarımız başladığı günden bu yana işi bizzat organize eden bizleri bile hayrete düşürecek olgularla karşılaştık, çok şaşırtıcı nice değerın tavanalarında unutulmuş hazineler gibi kıyıda köşede saklandığını keşfettik.

Vardığımız bu sonuç bile tek başına, doğru bir yolda olduğumuzu gösteriyor inancındayız. Doğru yoldayız çünkü, Yöresel Ürünler Fuarı için insanlarla bağlantı kurduğumuzda, yurdun her köşesinden kendini gösterme hevesiyle üretim yapan ustalarımızın, üreticilerimizin fuarımıza sevinç ve coşkuyla katılmak istediklerini gördük. Bir çoğu, bölgelerinde üretilen veya yetiştirilen yöresel ürünlerin ufkunu açacak mecralar bulmakta zorlandıklarını; YÖREX'in bu konuda çözüm getirebilecek bir organizasyon olmasını dilediklerini söylüyor.

Birçok bakımdan özellikli ve nitelikli diye tanımladığımız yöresel ürünlerin piyasalarda satılan başka ürünlerden ayrıldığı önemli bir nokta da; pazarlama konusunda seri üretilen malların önemli bazı avantajlarından mahrum olmalarıdır. Seri üretilen mallar açısından reklam maliyetleri birim ürün başına çok makul düzeylerde kalabilirken, sınırlı sayıda üretiliyor olmakla özel saydığımız yöresel ürünlerde reklam maliyetleri, birim ürün başına çok yüksek düzeylerde kalır. Öte yandan, pek çok yöresel ürünümüz için günümüz ekonomisinin doymak bilmez pazarlarına, yılın her günü düzenli ve yüksek miktarlarda ürün tedariki imkanı da yoktur. Çünkü dediğimiz gibi yöresel ürünlerin ortak özelliklerin-

den biri de, görece az sayıda ve çoğunlukla da yılın belli dönemlerinde üretiliyor olmalarıdır.

Bu nedenlerle kamuoyunun; bu ürünlerin nitelikleri, kaliteleri hakkında olduğu kadar; hangi ürünün hangi dönemlerde ve hangi şartlarda temin edilebileceğine dair bilgilendirilmesi de gerekir. YÖREX Fuarı'nda bu konuda da bir fayda sağlanacaktır.

YÖREX sayesinde, hiç reklam yapmamış bir yöresel ürün üreticisinden, haberdar olacağız. Belki yurdun hiç uğrayamadığımız bir köşesinden gelmiş ürünlerle de tanışma fırsatımız olacak. Bu fuar ziyaretçiler açısından da çok farklı, bilgilendirici ve eğlenceli bir organizasyon olacak. Satın almacılar, otel yöneticileri, süpermarket işletmecileri gibi birçok profesyonel grubunu fuarımızı ziyaret etmeleri için organize ediyoruz. Bunun yanında Antalyalı hemşerilerimizin de YÖREX Yöresel Ürünler Fuarı'nı ziyaret etmesini ve bu şenlikli fuarımızı renklendirmelerini diliyoruz.

Antalya Ticaret Borsası olarak, fuarın yaratmasını umduğumuz ticari hareketlilikle yöresel ürünlerle ilgili bir ortak bilinç oluşmasını, bu ürünlerle istigal eden insanlarımızın hukuki haklarını korumak amacıyla yapabilecekleri şeyler olduğunu hatırlatmak istiyoruz. Fuarın genel amacı kamu yararı adına ülkemizin bir takım saklı kalmış değerlerini yükseltmektir. Yüzlerce yıldır yöresel ürünlere biçim vermiş, nitelik kazandırmış ve kendilerinden sonraki kuşaklara bir değer bırakmış insan emeğinin, boşa gitmemiş olduğunu göstermektir. Biz boşa gitmediğini görmek istiyoruz.

Isparta, "Tarımda küçük işletme kalsın!" dedi

Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı'nın, Ziraat Bankası Antalya Bölge Başkanlığı ve Tarımsal Bankacılık Şubesi (TOBİ) ile birlikte yürüttüğü Batı Akdeniz Sohbetleri Tarım Toplantıları Projesi'nin Isparta ayağı tamamlandı

Tarımda küçük işletme kalsın sloganı ile yürütülen projenin Isparta toplantıları; Isparta merkez, Şarkikaraağaç, Yalvaç ve Eğirdir'de yoğun katılımlarla yapıldı.

Isparta Öğretmenevi'nde düzenlenen ilk toplantıya; Isparta Valisi Ali Haydar Öner, BAGEV Yönetim Kurulu Başkanı Ali Çandır, T.C. Ziraat Bankası A.Ş. Antalya Bölge Başkanı İbrahim Turgutalp, Isparta Ticaret Borsası Başkanı Ahmet Adar, Isparta Tarım İl Müdürü Sıddık İpek ve çok sayıda tarımsal işletme sahibi ile çiftçiler katıldı.



İbrahim Turgutalp:

"Tarım işletmeleri rantabl büyüklükte olmalı"

T.C. Ziraat Bankası A.Ş. Antalya Bölge Başkanı İbrahim Turgutalp toplantıda yaptığı konuşmada; "Projemizin genel amacı; Ziraat Bankası olarak sahada sizlerle bir araya gelerek tarım işletmelerinin daha rantabl işletme ölçeklerine ulaşmasını sağlamak, bu yolda Ziraat Bankası



olarak bir katkı yapmak, üreticinin refah düzeyini iyileştirmek ve nihayet ulusal düzeyde Türk tarımının gelişmesinde rol oynamaktır" dedi.



Ali Çandır:

"Tarım sektörüne pozitif ayrımcılık uygulanmalı"

Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı (BAGEV) Yönetim Kurulu

Başkanı Ali Çandır, "Atalarımızdan biliyoruz ki, derde ve soruna ortak olmak, keyfe ortak olmaktan daha değerlidir. Tarımımız çok uzun süredir dertlerle ve sorunlarla boğuşuyor. Bizler "Tarımda Küçük İşletme Kalsın" sloganıyla, bölgemizin 16 ayı yöresinde tarım toplantıları düzen-



leyerek, sorunlarımıza ve derterimize ortak olmayı ve birlikte çözümler üretmeyi amaç edindik. Armut piş, ağzıma düş işi bitmiştir. Bu çabanın ilk toplantısını Kasım ayında Antalya'da düzenlediğimiz panel ile gerçekleştirdik. Hükümetimizden stratejik önemi olan tarım sektörüne, pozitif ayrımcılık yapmasını talep ediyoruz" şeklinde konuştu.



Vali Ali Haydar Öner:

"Büyüme ve planlama yapmak gerekiyor"

Isparta Valisi Öner konuşmasında, "BAGEV, yöredeki öncü girişimcilerimizin kurduğu bir sivil toplum örgütü. Bu örgüt bugün bir araya gelmemizi sağlayan bir sivil toplum örgütü. Sorun belli; Türkiye'de bir insan gücü planlamasını başaramadık ve tarımsal üretimi planlamayı başaramadık. Artık çok şükür bilimsel veriler kullanıyoruz. Ancak uygun büyüklük olmayınca, arzu ettiğimiz verime ulaşamıyoruz" dedi.



Şarkikaraağaç'ta 250 kişilik toplantı

Kaymakam Mehmet Akçay, Bld. Bşk.ı Mevlüt Özdemir, BAGEV Bşk. Ali Çandır, Ziraat Bankası Antalya Böl. Bşk. Yrd. Nejdet Avanoğlu, ITB Bşk. ve BAGEV Yön. Kur. Üyesi Ahmet Adar'ın katıldığı toplantıyı, çiftçiler, yatırımcılar ve girişimciler izledi.

Şarkikaraağaç Fuar Alanı salonunda-

ki toplantıda Gülköy Gn. Md. Süleyman Dağlı "Hayvancılık yatırımlarında örgütlenmenin avantajları"; Yrd. Doç. Dr. Abdullah Kankaya "Meyvecilikte işletme büyüklüğü ve pazar"; TOBİ Şb. Md. Hasan Güdek de "Ziraat Bankası'nın sağladığı kredi imkanları ve tarımsal yatırımlar" başlıklı birer sunum gerçekleştirdi.

Isparta'daki üçüncü toplantı Yalvaç'ta yapıldı



Projenin Isparta'daki 3. toplantısı Yalvaç'ta yapıldı. Toplantıya Kaymakamı Nevzat Taşdan, Bld. Bşk. Tekin Bayram, Sücüllü Bld. Bşk. Şenel Özkanlı, Ziraat Bankası Antalya Böl. Bşk. İbrahim Turgutalp, ATB Yön. Kur. Üyesi Cüneyt Doğan, Ziraat Bankası Yalvaç Şb. Md. Erkan Akgün ve

Ziraat Bankası Şarkikaraağaç Şb. Md. Gülhanım Demirci katıldı.

Yalvaç Bld. Bşk. Tekin Bayram, "Yalvaçlılar çok ferdiyetçi. Biraraya gelseler çözebilecekleri birçok sorun var; yıllardır çözemiyoruz. Görmeden ikna olmuyoruz. Bir kere daha öneriyoruz; birleşelim daha çok kazanalım" dedi.

Projenin Isparta ayağı Eğirdir toplantısıyla tamamlandı

Projenin Eğirdir organizasyonu, yaklaşık 200 kişilik katılımı yoğun ilgi gören bir toplantı oldu. Eğirdir toplantısına Kaymakam Halil Serdar Cevheroğlu, Bld. Bşk. Osman Nuri Özmeral, ITB Bşk. ve BAGEV Yön. Kur. Üyesi Ahmet Adar, Ziraat Bankası Antalya Böl. Bşk. İbrahim Turgutalp, ATB Yön.

Kur. Üyesi Halil Bülbül, Ziraat Bankası Eğirdir Şb. Md. Mustafa Doğan, Yalvaç Şb. Md. Erkan Akgün, Şarkikaraağaç Şb. Md. Gülhanım Demirci, kooperatif ve birlik yöneticileri ile çiftçiler katıldı.

Ahmet Adar toplantıda, artık küçük ve parçalı alanlarda yapılan tarımsal üretimin ekonomik olmadığını söyledi.

"Tarımda küçük işletme kalsın!"

Proje meyve vermeye başladı

Isparta-Yalvaç'ta besi hayvancılığı yapan beş üretici, bir araya gelerek modern ve büyük ölçekli bir işletme kuracak.

Batı Akdeniz Sohbetleri Tarım Toplantıları ilginç sonuçlar vermeye başladı. "Tarımda küçük işletme kalsın" sloganıyla yürütülen proje kapsamındaki Yalvaç toplantısından, örnek bir girişim çıktı. İlçe de besicilik yapan 5 çiftçi birleşip, tek bir büyük şirket kuracak.

Yalvaç'ta hayvan yetiştiriciliği yapan çiftçi Abdurrahman Kurucu, dört girişimci arkadaşıyla birlikte tek tek altından kalkmakta güçlük çecekleri, büyük bir yatırım gerçekleştireceklerini söyledi ve "Hepimizin 50 baş, 80 baş, 100 baş hayvanı var. Ama bu şekilde büyümek isterseniz de bir türlü kabuğunuzu kıramıyorsunuz. Çünkü tesisiniz modern değil. Ama beş arkadaş uzun zamandır konuşuyoruz. Sonunda karar verdik bu işi beraber yapacağız" dedi

"Biz birleştik; banka da destek versin!"

Finansmanla ilgili bazı bankalarla görüştüklerini ancak olumlu cevap alamadıklarını söyleyen Kurucu, kararlı olduklarını kaydetti, "Ziraat Bankası'nın BA-GEV ile birlikte yürüttüğü bu toplantının Yalvaç'ta yapılacağını duyunca merak ettik. Toplantı afişinde diyor ki, 'Siz birleşin; biz destek olalım'. Biz birleştik. Banka da destek olsun; beş küçük işletme birleşip bir tane büyük işletme olmak istiyoruz. Ancak kredi teminatı konusunda bankaların akılalmaz uygulamaları var. Kabul etmek mümkün değil. Bu toplantıda Ziraat Bankası'nın Bölge Başkanı Sayın İbrahim Turgutalp, yakın alaka gösterdi ve bize finansman konusunda mutlaka bir çözüm getireceklerini söyledi. Eğer gerçekleşirse sektörel anlamda Yalvaç'taki ilk örnek bizim şirketimiz olacak."



Birleşen kazanıyor!

2007 yılında, Burdur'un Tefenni İlçesi Başpınar Köyü'nde kurulan Yeşilpınar Tarım A.Ş. 27 ortaklı bir kuruluş. 55 dekar arazi üzerine kurulu ve 480 sağmal kapasiteli işletmede henüz 200 sağmal bulunuyor ve günlük 3,5 ton süt teslimatı yapılıyor.

2007 yılında bir hayvancılık tesisi kurma fikri ile yola çıktıklarını ifade eden Yeşilpınar Tarım A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Toros, "Birlikten

2007 yılında 27 ortağın bir araya gelmesiyle kurulan Yeşilpınar Tarım A.Ş.'de günde 3,5 ton süt teslimatı yapılıyor.

konuştu.

Ortaklardan Musa Toros ise kurdukları sistemin özellikle birim işgücü açısından çok tasarruflu olduğuna dikkat çekerek, "Biz böyle bir sistemde 2 saatte 200 sağmalı sağabiliyoruz. 3,5 ton günlük süt teslim ediyoruz. 200 sağmalın sağılması 8 ailede 2'şer saatlik işgücü demektir. Özellikle hayvancılıkta işgücünün tasarrufu anlamında böyle bir birliktelik çok çok önemli" dedi.





Kampüsten İşe Projesi Staj Programı başladı Ziraat Fakültesi öğrencileri sektörle buluşuyor!

Ziraat Fakültesi öğrencilerinin bölüm seçmelerine yardımcı olmayı ve çalışacakları sektörü tanımalarına olanak sağlamayı amaçlayan Kampüsten İşe Projesi'nin staj programı başladı. Öğrenciler, 10 hafta boyunca çeşitli sektör firmalarını ziyaret edecek.

Sektör temsilcileri ve Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğrencileri, Kampüsten İşe Projesi kapsamında ATB'de bir araya geldi. Dünya Bankası destekli projede 20'si 1. ve 2. sınıf; 10'u da 3. ve 4. sınıf öğrencisi olan 30 kişi, 10 hafta sürecek firma ziyaretleri programına katılacak.

ATB Başkanı Ali Çandır, yeni mezun ziraat mühendislerinin sektöre hızlı uyum sağlayamamasının en önemli sorun olduğunu belirterek, en az iki yıl arazide çalışarak iş deneyim kazanması gerektiğine işaret etti. Başkan Çandır, kimsenin iş tecrübesi olmayan bir mühendise arazisini emanet etmeyeceğine değinerek, "Kimse işini riske atmak istemez. Teorik bilginin yanında pratiğin de olması gerekiyor. Projeden beklentimiz şu; öğrenciler sektörde, henüz okurken yer almaya başlasın ve işe başlar başlamaz öğrendiklerini uygulayabilsinler" dedi.

Kampüsten İşe Projesi, Proje ortakları: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ziraat Mühendisleri Odası Antalya Şubesi, Antalya Kent Konseyi Gençlik Meclisi, Antalya İhracatçı Birlikleri, T.C. Kepez Belediyesi.

Projeyi destekleyenler: Batı Akdeniz Ekonomisini Geliştirme Vakfı, İşkur Antalya İl Müdürlüğü, Tarım Danışmanları Derneği.

Antalya Zeytinpark A.Ş. geliyor!

Vakıf Zeytinliği'ni 20 yıllığına kiralayan ATB, Zeytinliği işletecek ve kentliler adına sahiplenecek bir yapının temelini atıyor.

ATB Başkanı Ali Çandır, kamuoyu nezdinde tartışmalar yaratan bazı haklı kaygıları giderecek bir yapı amaçladıklarını söyledi, "Belediyeler, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütlerinin katılacağı bir ortaklık düşünüyoruz. Bir şirket kurulacak. İki tip hisse olacak. İmtiyazlı hisseler belediyeler ve sivil toplum örgütlerine ait olacak. Sözleşme hazırlandığında ortaklarla düzenlenecek toplantıda sözleşmeye eklemek istenenler görüşülerek karara bağlanacak."

Ali Çandır, şirketin adını da, Antalya Zeytinpark olarak düşündüklerini söyledi



Ali Çandır

Hububatçılar çıkış arıyor

Toplantıya Hububat Çalışma Grubu Başkanı İbrahim Köseoğlu, Hediye Un Fabrikası Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Altunbaş, Tarım İl Müdürlüğü Proje ve İstatistik Şube Müdürü Salih Toros, TİGEM Boztepe Tarım İşletmesi Bitki Üretim Şefi Süleyman Ferhat Yücel, BATEM Tarla Bitkileri Bölüm Başkanı Mustafa Soysal ile Tasaco Tarım Pazarlama Müdürü Sertan Coşkun katıldı.

Toplantıda Çalışma Grubu'nun Antalya-Aksu'ya bağlı Boztepe Köyü'ndeki üç ayrı parselde gerçekleştirdiği deneme ekimleriyle ilgili bilgi veren HÇG Üyesi ve BATEM Tarla Bitkileri Bölüm Başkanı Mustafa Soysal, hububat ekiminde toprak hazırlığının hayati önem taşıdığını söyledi ve



Mustafa Soysal

"Toprak hazırlığını gereği gibi yapmanın ve tohum yataklarını sağlıklı şekilde oluşturmamanın çok büyük önemi var. Özellikle sahil şeridinde taban suyu problemi olduğu için buna dikkat etmek lazım. Tohum toprakla bütünleşmezse homojen çıkış gerçekleşmiyor. Bu da parçalı bir tarla görüntüsü veriyor; verim düşüyor" dedi.

Antalya Tarım Müdürlüğü Proje ve İstatistik Şube Müdürü Salih Toros da hububat üreticisine bakanlığın verdiği desteğin gereği gibi yansımadığını kaydetti ve "Hububat üreticisine tohum, mazot, gübre, toprak analiz ve fark



Salih Toros

ödemesi desteği yapıyoruz. 2008'de verilen desteğin kiraç arazide alınan üründe, maliyetin yüzde 73'ünü karşıladığını tespit ettik. Taban arazilerde de yüzde 40'ını karşılıyor. Kiraç arazi-

Hububat Çalışma Grubu, sektörün önde gelen firma ve kuruluşlarını ziyaret programı çerçevesinde Tasaco Tarım firmasını ziyaret etti. Çalışma Grubu üyeleri 2010 yılının Ocak ayı toplantısını da Tasaco Tarım firmasının Antalya Organize Sanayi Bölgesi'ndeki üretim tesislerinde gerçekleştirdi.



deki maliyetin 39 lira, desteğin de 29 lira olduğu ortaya çıktı. Fakat başta tapu sorunu olmak üzere çeşitli nedenlerle çiftçimize desteğin hepsini yansıtmadık" diye konuştu.

Tasaco Tarım Pazarlama Müdürü Sertan Coşkun ise, ikinci el diye bilinen kaçak tohum sorununu dile getirdi ve "Hem TİGEM'in, hem de bizim çeşitlerimiz satılıyor sertifikasız olarak. Biz 1000 ton satıyorsak; o tarz çalışan insanların sattığı 10 bin ton! Kaçak tohumcular bizden daha fazla ciro yapıyor" dedi.

Hububat Çalışma Grubu Başkanı İbrahim Köseoğlu da mahsul kalitesinin düşüklüğünün en temel problem olduğunu kaydetti. Köseoğlu, "Bunun nedeni sertifikalı to-

hum ekilmemesi. Tabi sertifikalı tohum biraz pahalı. Sertifikalı tohum birazcık destekle arttırılırsa kalite yükselir. Böylece alım fiyatları da yükselirse bizlerin ve fabrikaların bu sıkıntısı ortadan kalkacaktır. Bunun için ne yapmalı? Mutlaka tohuma verilen destek artırılmalı; gübreye destek artırılmalı ya da yüzde 18 olan KDV biraz daha makul seviyelere çekilmeli ki çiftçi maliyeti düşsün" şeklinde konuştu.

Hediye Un Fabrikası Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Altunbaş da toplantıdaki konuşmasında çok önemli bir diğer sorunun süne olduğunu hatırlattı. Altunbaş, süne mücadelesinin organize edilmesinin hayati önem kazandığını söyledi ve "100 danede 3 tane süne emgili çıktığı zaman, o buğdaydan elde edilen undan hamur olmuyor. Buğdayı, Antalya dışında Adana'dan alıyoruz. Konya'dan, Polatlı'dan buğday alıyoruz. Bölgede kaliteli üretim olsa, süneyle mücadele olsa başka bölgelere gitmemize gerek olmaz" diye konuştu.



Salih Toros



YÖREX Antalya 2010, 1. Yöresel Ürünler Fuarı, “Sizin Oraların Nesi Meşhur?” sloganıyla, 28 Nisan-1 Mayıs 2010 tarihleri arasında Antalya Expo Center fuar merkezinde düzenlenecek. Yörex için ilk sözleşme Antalyalı ünlü gıda ve şekerleme firması Yenigün ile imzalandı.

Türkiye’de ilk defa gerçekleşecek olan fuarın, yöresel ürünlerin tanıtımında; ulusal ve uluslararası ölçekte bilinirliğini geliştirmede katkı sağlaması bekleniyor. Coğrafi işaret konusunda çalışan uzmanlar ve bürokratların da katılacağı YÖREX Türkiye 2010 Fuarı, bu konuda rehberlik almak isteyenlere de yardımcı olacak. Yenigün Gıda Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Ruhi Alpagot, “42 çeşit reçelimiz var. En başta turuncu, bergamut, patlıcan, karpuz, nar, yeşil ceviz ve mandalina kabuğu gibi değişik reçeller yapıyoruz. Bunlar Antalya’ya has ürünler. Başka yörelerde de yapılıyor ancak aynı lezzet alınmıyor. Çünkü Antalya’nın iklim şartları bu meyvelerin yetişmesine çok uygun. Bergamut başka yerde olmuyor.”

YÖREX’te kıyıda köşede kalmış değerlerin ortaya çıkarılıp bölge ekonomilerine katkı sağlamanın amaçlandığını ifade eden ATB Başkanı Ali Çandır, “Bu fuarın, kıyıda köşede kalmış yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası ölçekte bilinirliğini geliştirmede büyük katkı sağlamak ve yöre ekonomilerini güçlendirmesini amaçlıyoruz. Özellikle yurtdışından ürün almak yerine kendi öz değerlerimizin benimsenip herkes tarafından kullanılmasını istiyoruz. Bir noktada kendi ürünlerimize sahip çıkılmasını hedefliyoruz” dedi.

Antalya 2010 1. Yöresel Ürünler Fuarı geliyor!



“Yöresel değerlerimize sahip çıkalım”

Akdeniz Ün. İİBF Öğr. Üyesi Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu, Türkiye’nin yöresel ürünler açısından son derece zengin olduğunu söyledi.

Coğrafi işaret tescilli ve menşe adı koruması hakkında bilimsel çalışmaları olan Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu, ülkemizdeki bu zenginliğe rağmen hukuki anlamda yeterli mesafe kat edemediğimizi belirtti, “Zenginliği, geniş toprakla-

rı ve mikroklimaları ile Türkiye, aynı zamanda derin tarihi kökenlerden gelen, gelişmiş bir mutfak kültürü ve otantik üretim biçimleri ile zengin yöresel üretim becerisine sahiptir. Bu özellikler Türkiye’ye olağanüstü kalitede birçok yöresel ürün kazandırmıştır. Bugün 67’si tarım ürünü olan toplam 117 ürünümüz coğrafi işaret tescili almış durumda. Bu sayı zaman içinde daha hızlı artacaktır.”



Yavuz Tekelioğlu

Hisarcıklıoğlu: "81 ilden, 365 oda ve borsayla Yörex'te olacağız"



YÖREX, Birinci Yöresel Ürünler Fuarı hazırlıkları tüm hızıyla devam ediyor. TOBB Bşk. Rifat Hisarcıklıoğlu, İstanbul'da düzenlediği basın toplantısı ile Yöresel Ürünler Fuarı'nı basına tanıttı. Toplantıya ATB Bşk. Ali Çandır ve ATSO Bşk. Çetin Osman Budak da katıldı.

Yöresel Ürünler Fuarı'nın ülkemizin 81 ilinin üretim zenginliğini sergileyeceğini ve hem tüketim hem de yatırım konusunda birçok imkân sunacağını anlatan Rifat Hisarcıklıoğlu, toplantıda yaptığı açıklamada şunları söyledi, "Yerli malı yurdun malı şeklinde bir eski anlayışı kesinlikle benimsemiyor ve amaçlamıyoruz. Piyasa ekonomisinde karar verici olanlar tüketicilerdir. Biz ken-

di ürettiğimiz ürünlerin kalitesine güvendiğimiz için önce bunların kamuoyunda tanınmasını istiyoruz ki, tüketiciler tercih yaparken böyle bir alternatifleri olduğunu da görsünler."

Hisarcıklıoğlu, yöresel ürünlerle ilgili uluslararası hukuki koruma alındığı takdirde, ülke ekonomileri için önemli gelir kaynağı haline gelebileceğini hatırlattı ve ülke çapındaki oda ve borsalarla Fuara katılacaklarını kaydetti. Hisarcıklıoğlu coğrafi işaret tescili hakkında gereken özenin gösterilmesi gerektiğini kaydetti ve "Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği olarak 81 il, 162 ilçedeki örgütlü yapımla bu fuara en geniş katılımın sağlanmasına çalışacağız" diye konuştu.



"Anayasamız halen 1980 model"

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu, Yalova Sanayi ve Ticaret Odası (YTSO) tarafından Termal ilçesinde düzenlenen "İş Dünyasına Yön Verenler 2009" ödül töreninde yaptığı konuşmada, Türkiye, dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasında olmak istiyorsa, ekonomisinin güçlü ve demokratik standartlarının yukarıda olması gerektiğini söyledi.

Bu ikisinin olabilmesi ve sistemin düzenlenebilmesi için ilk şartın 72 milyon mutabakat sözleşmesi olan anayasayı yeniden yazmak olduğunu ifade eden Hisarcıklıoğlu, şunları kaydetti: "İlk 4 madde hariç. Yeni bir anayasaya ihtiyaç var mı? 'Evet' var. Ben ekonomik açıdan bakıyorum 80 yılındaki dünyadaki ekonomik kalkınmayı öngörüyor. 1990'da dünyada ekonomik kalkınmanın modeli değişti, ama anayasamız

halen 80 model. 'Kalkınma devlet ve özel sektör eliyle olacak' diyor. Dünyada böyle bir anlayış yok. Devlet eliyle kalkınmaya çalışanlar hep battı. Buna en büyük örnek ise Rusya'dır. Özel sektörü ve rekabeti olmadığı için battı. Bizim anayasa diyor ki; devlet özel sektör eliyle kalkınacak. Bu anlayış bitti. O zaman bunu yeniden yapılandırıyor olmamız lazım. Siyasi Partiler ve Seçim Yasası da bunun ekinde ve devamında olmalı."



HEDİYE UNLARI



***1955'den günümüze
kalitede öncü***



**1 Kg., 2 Kg., 5 Kg., 10 Kg.,
25 Kg. ve 50 Kg.'lık Paketlerde**

Isparta Fabrika:

Hediye Un Fabrikası İm.San ve Tic. A.Ş.
Dere Mahallesi 2616 Sok. No:76 - Isparta
Tel: 0.246.227 68 40 (3 hat) • Faks: 0.246.227 68 43

Konya Fabrika:

Konya Hediye Un Fabrikası San. Ve Tic. A.Ş.
Fevzi Çakmak Mh. Sertabat Sk. No:42 - Karatay/Konya
Tel: 0.332.342 11 45 • Faks: 0.332.342 27 32

bilgi@hediyeun.com.tr • www.hediyeun.com.tr • www.hediyeun.com

BAKA Genel Sekreteri, atandı

Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAK Ajans) Genel Sekreterliğine Tuncay Engin atandı.

Kuruluşundan bu yana geçen yaklaşık 7 aylık süreç içinde ataması yapılamayan BAK Ajans Genel Sekreterliği görevine İçişleri Bakanlığı'nda Strateji Daire Başkanı olarak görev yapan Tuncay Engin atandı. Devlet Planlama Teşkilatı, BAK Ajans Yönetim Kurulu tarafından önerilen 3 isim arasından strateji uzmanı olarak tanınan Tuncay Engin'i genel sekreterliğe uygun gördü. Isparta'nın



Salih Toros

Yalvaç İlçesi'nde 22 Ocak 2010'daki BAK Ajans Yönetim Kurulu toplantısında Genel Sekreterlik için Yönetim Kurulu tarafından aday gösterilen Doç. Dr. Murat Ali Dulupçu, DPT Müsteşarlığı tarafından uygun görülmemiştir. Bunun üzerine Yönetim Kurulu'nun genel sekreterlik için önerdiği Antalya Valiliği Avrupa Birliği Projeleri Koordinasyon Merkezi Koordinatörü Baki Karaçay, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Merkezi Finans ve İhale Birimi İhale Yöneticisi Gazali Çiçek ile İçişleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Stratejik Yönetim Dairesi Başkanı Tuncay Engin, kurul üyelerine kendilerini tanıtmıştı. Müsteşarlık, bu üç isim arasından Ispartalı Tuncay Engin'de karar kılarak atamayı gerçekleştirdi.

Hukuki durum nedeniyle Genel Sekreter ataması yapılmadan hiç bir faaliyet gösteremeyen BAK Ajans'ın, atama sonrasında hızla faaliyetlerine başlaması bekleniyor. Atamanın gecikmiş olması, bölge kamuoyunda 2009 ödeneğinin geri gönderilmesi ihtimali yüzünden, üzüntü yaratıyordu.

Almanya ile "tarım kardeşliği"

Almanya Tarım Bakanlığı geleceğin en önemli sektörü olarak belirlediği tarımda, Türkiye'den Antalya'yı partner olarak seçti. Antalya Valisi Alâaddin Yüksel, resmi anlaşmaların önümüzdeki süreçte yapılacağını duyurdu.



Antalya Valisi Alâaddin Yüksel, Almanya'nın tarım sektöründe partner olarak Türkiye'yi seçtiğini ve Türkiye'den il olarak Antalya'nın belirlendiğini kaydetti. Vali Yüksel, Almanya Tarım Bakanlığı'nın tarımı geleceğin en önemli sektörü olarak tespit ettiğini hatırlattı ve şöyle konuştu, "Dün domatesimizi, incirimizi iade eden Almanya, özellikle Antalya'da yaşanan büyük gelişmeler neticesinde Türkiye'nin tarım sektöründe partner ülke olmasını istedi. Türkiye'de de Antalya'yı seçtiler. Önümüzdeki dönemde konuyla ilgili resmi sürecin başlaması ile daha ayrıntılı bilgiler de vereceğiz."

Alâaddin Yüksel, ekonomide Türkiye'de yedinci sırada olan Antalya'nın, tarım sektöründe ise apayrı bir yere sahip olduğunu vurguladı. Yüksel, "Antalya'nın her metrekaresinde tarım yaşıyor. 661 bin kişi, 130 bin aile tarımla iş-tugal ediyor. Doğalgaz Antalya'nın doğu ve batısında ki tarım alanlarına ulaştığında ise bizi kimse tutamayacak. Antalya'da tarla başındaki herkese güveniyorum. İstanbul'un pazarlarında Antalya domatesinin ayrı bir yeri var. Nara bakıyoruz, fiyatı 40 kuruş ama Finike Arıfköy'ün narı övgülerle 1,5 Liradan satılıyor" dedi.



“Et ithalatı hayvancılığımızı bitirir!”

Kırmızı et 24 liralık kilogram fiyatıyla cep yakıyor. Canlı hayvan ithalatının önündeki engellerin kaldırılmaması durumunda et fiyatının daha da artması bekleniyor. Et fiyatındaki yükselişin nedeni olarak da hayvan sayısındaki hızlı düşüş gösteriliyor. Çözüm olarak ithalat yapılmasını önerenler var ancak ithalat denince, haklı olarak, Türkiye’de besicilik yapan herkesin tüyleri ürperiyor.

‘Böyle giderse et fiyatı 50 TL olacak’

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Hadi Doğan, canlı hayvan ithalatı önündeki engeller kaldırılmazsa kırmızı etin kilosunun 2010 yılında 50 TL’ye ulaşacağını söyledi, “Fiyatlarıdaki artışın ana nedeni, hayvan varlığındaki hızlı düşüştür. İthalat kapısı açılırsa fiyatlar sabit kalacak; aksi halde 2010 yılında etin kilosu 50 TL’ye ulaşabilecektir. İthalatın önündeki engellerin kaldırılması bir zorunluluktur.”



Hadi Doğan

‘3 gün ucuz et yemeye değmez’

Gülköy Et Entegre Tesisi Genel Müdürü Süleyman Dağlı ise, et ithalinin hayvancılığa katkı yapmadığı gibi biraz daha fakirleşmeye, cari açığın büyümesine ve can çekişen hayvancılığın ta-

mamen yok olmasına neden olacağına işaret etti, “3 gün ucuz et yemeye değmez. Kaldı ki verilen destekler ekonomiye de katkı yapacaktır. Öyle ise eti ithal etmek yerine gelin pahalı et yemeye biraz daha devam edelim, hayvancılığı kendi içimizde çözelim. Bunun sonucunda üretim arttığında fiyatlar da kendiliğinden düşecektir. İnek bu işin temeli ve üretim fabrikasıdır. Üreticisine hem süt hem de et vermektedir. Bizim bugüne kadarki yanlışımız sütlük hayvan değil etlik hayvan besiciliğini ön plana çıkarmamızdır. Hükümetlerin üreticileri doğru yönlendirmemesinden kaynaklanmaktadır. 0,80 TL’ye satılan süt hem ineği hem danayı beslediği gibi, üreticisini de besler. Bu sayede et fiyatları da üretimle birlikte



Süleyman Dağlı

teklemiş olur.”

‘Damızlık taban fiyatı belirlenmelidir’

Burdur Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği Başkanı Kamil Özcan da fiyat artışlarının bugün itibarıyla sevindirici göründüğünü ve karamsar bir tablo çizmek istemediğini belirtti, “Ancak bu gelişmeleri üreticiler aleyhine çevirebilecek gayret ve girişimler olabileceğini seziyorum. Bugün Bakanlığımızın damızlık ithallerinde damızlık fiyatları et fiyatlarının altında oluş-



Kamil Özcan

maya başladı. 200 kilo gelen damızlık düve, kesimi durumunda 2 bin 500 TL gibi fiyat ediyor. Damızlık olarak da 2 bin 500 TL’ye alınıp satılıyor. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığımız bu konuda tedbir almalı ve damızlık fiyatlarını yükseltmeli ki, damızlık düvelerin kesime gönderilmesi gibi acı sonuçlarla karşılaşmayalım” diye konuştu.



Karaleke'den neden kurtulamadık?

Emekli Ziraat Teknikeri Mustafa İnan, Isparta Eğirdir bölgesinde geçen sezon oluşan karaleke salgınının, hastalık etmeni fenolojisinin iyi anlamamış olmamızdan kaynaklandığını söyledi.

Mustafa İnan şöyle konuştu, "Karalekenin oluşması için, bir sene önceki lekeli yaprakların toprağa bir yüzünün değmesi lazım. O yaprağın üzerine başka bir lekeli yaprak değerse alttaki lekeli yaprakta spor keseleri olgunlaşır; üstteki yaprakta olgunlaşmaz. Bu olgunlaşma Ocak ayında başlar. 31 dereceyi bulursa keseler olgunlaşmış demektir. 2009 Ocak ayında spor keseleri olgunlaştı. Erken olgunlaşan sporlar Şubat yada Mart ayında yağın bir yağmurla boşa çıkış yapar. Yani meyvede enfeksiyon yapamaz. Bu yıl Nisan ayına kadar kurak gitti. Üreticilerimiz bunu atlادılar. Bu yıl karaleke sporları yüzde yüz ağaçlara değdi. Nisan ayında yağın yağmur, fenolojik olarak tamamen gelişmiş spor keseciklerini patlattı. Ağaçlar da yapraklı durumdaydı. İlaçlar da zamanlı zamansız atıldığı için, hastalık etmeninde bağışıklık sistemi gelişti. O aşamadan sonra da önüne geçemedik tabi."



Mustafa İnan

"Topyekün mücadele şart"

Mustafa İnan uzun vadede karalekeye karşı bir çözüm geliştirmek için topyekün mücadele etmek gerektiğini söyledi, "Kurak dönemde yapraklar toplanıp imha edilmeliydi. Bir, yapraklar toplanmalı ve yakılmalıydı; iki satır ilaçlaması yapılmalıydı. Ağacın tepesinin yanında altı da ilaçlanmalı. En etkili ilaç bakır. Ama yaprakların uygun zamanda % 100 imha edilmesi karaleke sorununu çözer. Tabi bölgedeki herkes yapacak. Bir tek ağaç kalırsa, oradan her yere tekrar yayılır."

İbrahim Akbulut, TDD Başkanı seçildi

Serbest Tarım Danışmanı Ziraat Mühendisi İbrahim Akbulut 19 Aralık 2009 tarihinde Ziraat Mühendisleri Odası Antalya Şubesi'nde düzenlenen Tarım Danışmanları Derneği Genel Kurulu'nda dernek başkanı seçildi. İbrahim Akbulut daha önce dernek başkan yardımcılığı görevini yürütüyordu.

57 üyeden 40'ının hazır bulunduğu toplantıya İl Tarım Müdürü Bedrullah Erçin, AYMSİB Bşk. Mustafa Satıcı, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Öğr. Üyesi Doç. Dr. Orhan Özçaltıbaş, ZMO Antalya Şb. Bşk. Vahap Tuncer de katıldı.

Seçimler sonucu TDD'nin yeni yönetim kurulu şu isimlerden oluştu: Yön. Kur. Başkanı, İbrahim Akbulut; Bşk. Yrd., Fatih Arslan; Bşk. Yrd., Meral Alkan; Genel Sekreter, Bülent Kaur; Sayman, Necla Köse; Yönetim Kurulu Üyesi, Mehmet Ali Durmuş ve Yönetim Kurulu Üyesi Elif Yılmaz.

Başkanlık görevini Fatih Arslan'dan devralan İbrahim Akbulut, tek listeyi giden seçimlerin ardından aynı şevk ve heyecanla serbest tarım danışmanlığı müessesesinin yaygınlaşması ve gelişmesi için çabalamaya devam edeceklerini söyledi, "Birlik ve beraberliğimiz bugüne kadar olduğu gibi aynı samimiyetle devam ediyor. Meslek örgütümüzün bulunduğu yere gelmesinde emeği geçen bütün meslektaşlarıma bir kez daha şükranlarımı sunuyorum. Bundan böyle çitayı daha yükseğe taşımak için elimizden geleni yapacağız."



İbrahim Akbulut

BAGEV Bölgesel İstihdam Bürosu, Batı Akdeniz'in istihdam verilerini toplayacak



**Fırtına en çok
kesme çiçeği vurdu!**

Antalya'da Şubat ayında meydana gelen fırtına ve sel, tarımsal üretime büyük darbe vurdu. Birçok sera alanı su altında kaldı; sebze, meyve ve çiçek üretimi büyük zarar gördü.

AYMSİB Bşk. Mustafa Satıcı, şiddetli yağış ve selden dolayı Antalya ve bazı ilçelerde seraların zarar gördüğünü açıkladı. Mustafa Satıcı, şöyle devam etti, "Ürün arzında azalma olacak. Kaliteli ürün olmaması sıkıntı yaratabilir. Fiyatlar zaten yüksek. Rakip ülke fiyatları da ihracat pazarını belirleyecek. İhracatı az da olsa etkilenecek."

AİB ve AKÇİB Bşk. Osman Bağdatlıoğlu da, Aksu deresinin taşması

sonucu Kundu, Kadriye, Belek ve Kumköy'deki çiçek seralarının sular altında kaldığını söyledi, "Çiçek üretim merkezi olan Kundu, Kadriye, Belek ve Kumköy'de zarar büyük. Seralar 2 metreye yükselen suların altında kaldı. Felaketin 14 Şubat Sevgililer Günü ve 8 Mart Dünya Kadınlar Günü arefesinde olması kesme çiçek ihracatçıları açısından talihsiz bir gelişme oldu. Çiçek ihracatçısı önemli firmalar ihracat sezonunu kapattı. Büyük zarar oluştu. Yüzlerce dönüm çiçek serası su altında kaldı. Mal temini açısından zorluk çekilecek. Fiyatlar da artacağı için Avrupa pazarında müşteri kaybedebiliriz."

İŞ-KUR tarafından ülke genelinde ilk kez "Bölgesel İstihdam Bürosu" belgesi verilerek kurulan BAGEV Bölgesel İstihdam Bürosu, BAGEV üyesi tüm kurum ve kuruluşların işbirliğiyle Bölgesel İstihdam Bürosu Çalışma Grubu oluşturarak faaliyetlerine başladı.

Çalışma Grubu'nun faaliyetleri sonucu bir "İnsan Kaynakları Portalı" hayata geçirildi. Hazırlanan yazılımla; bölge, il, sektör ve meslek bazında tahlillerin derlenebileceği; işsiz profilinin gerçek ve güncel verilerle her an analiz edilebileceği vurgulanarak, verilerin hem yatırımcılar hem de karar vericiler için ciddi bir kaynak olacağı açıklandı.

Hazırlanan yazılımla sadece işsiz profili ile ilgili değil kurum ve şirket bazında da ihtiyaca göre analiz yapılabilirliği anlatıldı. Bu verilerle sektörlerin ihtiyaçlarına göre doğru eğitim planlamalarının yapılacağı ve bu verilere göre de hazırlanacak eğitim programlarıyla kalifiye personel açığının kapatılmasına önemli bir katkı sağlanacağı belirtildi.

Veri tabanı sayesinde elde edilecek veriler ile ulaşılabilecek hedefler ise şöyle;

- Batı Akdeniz Bölgesi'nde işsiz profilini belirlemek,
- Mesleki yeterliliğe sahip veya mesleki yeterliliği olmayan işsiz hedef gruba, tüm sektörlerin talep ve beklentilerine uygun, seçme ve yerleştirme hizmeti vermek,
- Batı Akdeniz Bölgesi'nde tüm ekonomik sektörlerde mesleki yeterliliği belgelenmiş insan kaynağı sayısını artırmak,
- Batı Akdeniz Bölgesi'nde işsizlerin iş hayatına katılımını, talep ve beklentilerini belirlemek,
- Batı Akdeniz Bölgesi'nde bulunan tüm ekonomik sektörlerde, işsiz hedef grubuna yönelik kalifiye istihdam ve çalışma kapasitesini artırmak,
- İşgücü piyasasının arz ve talep gereklerini uyumlu hale getirmek,
- Tüm sektörlerde çalışma ortamının iyileştirilmesine ilişkin bilgi paylaşımını etkinleştirmek.



Suat Yılmaz: "Yılboyu narenciye ihracatı mümkün"

Önemli ihracat kalemlerinden biri olan narenciyede yıl boyu ürün arzı sağlamak artık mümkün.

BATEM Müdürü Suat Yılmaz, son 5 yılda yaklaşık 50 tanesi narenciye olmak üzere, 71 meyve çeşidini tescil ettirdiklerini; yeni çeşitlerin erkenci ve geççi özellikleriyle sene boyunca hasat etme imkanı sağladığını söyledi, "İhracatta pazarımız olan ülkelerde artık meyve marketlerde satılıyor. Marketler de sizden yıl boyu ürün talep ediyor. Bunu Fas, İspanya gibi ülkeler sağlar ve siz sağlamazsanız, pazarı kaybedersiniz. Bir hata yapıyoruz mesela 3 milyon ton portakal üretiyoruz; % 90'ı Washington çeşidi. Bunların hepsi aynı tarihte hasat ediliyor. Oysa narenciyede kademeli olarak 10 ay boyunca ürün arzı sağlayabiliriz. İki ay da depolama imkanlarımızla karşılırsak; bu talebi yıl boyunca karşılayabiliriz demektir. Çeşit seçimini ve yetiştiricilik planlamasını buna göre yapmamız lazım. BATEM olarak biz teknik çalışmayı tamamladık. 50 kadar farklı narenciye çeşidi geliştirdik, test ettik ve tescilledik. Üretici ve ihracatçı planlamasını bu yönde yapmalıdır."

Narenciyede pazar odaklı planlama

Suat Yılmaz, çeşit geliştirme çalışmalarını; dünyadaki narenciye üreticisi ülkelerin üretim potansiyeli, çeşit zenginliği ve iklim gibi kriterleri analiz ederek planlayıp, yürüttüklerini söyledi, "Türkiye'de çok büyük potansiyel var. Ama üreticinin bu potansiyelden haberdar olması lazım. Elimizdeki kıymetin farkına varmamız lazım. Planlamanın önünde arazi parçalılığı önemli bir engel ama en azından pazara bir bakarsak; hangi dönemde hangi çeşitle pazarda avantaj sağlarız görme imkanımız olur. Yeni di kim yapacak üreticilere önerimiz şu; BATEM olarak erkenci ve geççi çok sayıda çeşit geliştirdik; gelsinler, bize danışsınlar. Çok farklı çeşitlerimiz var. Hepsisi de denenmiş ve tescilli. Çiftçinin arazisi, toprak yapısı hangi çeşide uygunsa, hangi çeşit o bölgede verimliyse, daha önemlisi pazarda mal bulunmadığı dönemde meyve verecek erkenci veya geççi çeşitleri tavsiye edelim."

"2014'te sadece sertifikalı fidan desteklenecek"

2014 yılından itibaren devlet, fidan desteklerini sadece sertifikalı fidanla sınırlayacak. BATEM Meyvecilik Bölüm Başkanı Ercan Gürbüz, hastalıklı fidanın dikildikten yıllar sonra kendini gösterdiğini hatırlattı ve BATEM'in fidan konusunda çalışmaya en erken başlayan kurumlardan biri olduğunu belirtti.

Ercan Gürbüz devleti giderek fidan üretiminden ziyade üretim materyali üretimine odaklanacağını söyledi ve "Devletin bir perspektifi var; fidan üretiminin de üretim materyali üretimine yönelecek zamanla. Destekler konusunda da, şöyle; 2014 yılından itibaren devlet, fidan desteklerini sadece sertifikalı fidanla sınırlayacak. Dolayısıyla üretici de rahatlayacak. BATEM'in izlediği yol bu süreci destekleyen önemli bir tecrübelerdir. Bakın BATEM fidan üretmeye başladıktan sonra 2000 yılı itibarıyla birden bire artan bir talep oldu fidanlarımıza. Neden? Çünkü 2000 yılı, bizim sattığımız fidanların yetişip, meyveye durduğu tarihtir. Çiftçi gözüyle görüp ikna oldu ve BATEM'i en güvendiği kurumlar arasında başa yerleştirdi. Bugün fidanlarımız yok satıyor."



Ercan Gürbüz

BATEM, sertifikalı fidan yetiştiriciliğinde lider konumunda. BATEM İşletme Bölüm Başkanı Sadettin Küçük, yılda yaklaşık 100 ila 120 bin fidan yetiştirdiklerini ve her sene yok sattıklarını söyledi. Sadettin Küçük, kendilerine duyulan güvenin fidan satın alan üreticiye her türlü taahhütü vermelerinden kaynaklandığını kaydetti, "Sertifikalı veya standart olsun, fidanlarımız çabuk bitiyor. Bizde hile olmaz. İşmine doğrudur. Her hangi bir hata, bir mağduriyet olursa da mutlaka telafi ediyoruz. Ama bazen suistimaller de karşılıyoruz. Bir şikayet gelince uzmanlarımız derhal gidip inceleme yapar. Suistimler, bu tür yaklaşımlar bu inceleme sırasında anlaşılıyor."



Sadettin Küçük



Hayvancılık destekleri haksız rekabete yol açıyor

Geçen yıl Güneydoğu Anadolu Projesi kapsamında 9 ilde uygulanmaya başlanan yüzde 30-40 hibe destekli süt hayvancılığı projesi, Bakanlar Kurulu'nun 22 Ocak 2010 tarihli kararıyla Doğu Anadolu Projesi'ne dahil 16 ilde de uygulanmaya başladı. Karar kapsamında GAP ve DAP'ta toplam 25 ilde bireysel veya birlikte yapacakları öz sermayeye dayalı, en az 50 baş ve üzeri kapasiteye sahip projeli etçi ve kombine ırklarla kurulacak damızlık sığır işletme yatırımlarında, hayvan ile süt sağım makinesi ve soğutma tankı alımlarında yüzde 40, yarı açık ahır yapımında yüzde 30 hibe desteği veriliyor. Türkiye'de 81 ilin bulunduğu ve diğer 56 ilin çoğunun ekonomisinin hayvancılığa dayandığı, bölgesel teşvik uygulamasının sektörde adaletsizliğe ve haksız rekabete yol açacağı, besicilik ve kırmızı et sektöründe var olan krizin derinleşmesine yol açacağı vurgulandı.

Burdur Ticaret Borsası Başkanı ve TOBB Mevzuat Komisyonu Üyesi Baki Varol'un girişimleriyle Af-

Hayvancılık desteklerinde bölgesel uygulama yerine ulusal ölçekte uygulama yapılmasını isteyen çok sayıda üretici temsilcisi ile STK'lar Afyonkarahisar'da toplandı ve bir değerlendirme yaptı.

yonkarahisar Ticaret Borsası Başkanı Mehmet Mürsüller'in evsahipliğinde gerçekleştirilen toplantının açılış konuşmasını yapan Mehmet Mühsürler, Türkiye'nin et ihtiyacının yüzde 18'ini, İstanbul'un ihtiyacının da yüzde 30'unu karşılayan kentin artık sadece yüzde 5'ini karşılayabildiğini kaydetti. Hayvancılığın kan kaybettiğini vurgulayan Mürsüller, zor durumda olan ve mal bulmakta sıkıntı çeken yetiştiricilerin artık kentlere göç etmek zorunda kaldığını söyledi. Göçü önleyecek olan tek etkenin hayvancılığın geliştirilmesi olduğunu belirten Müh-

sürler, "Doğu ve Güneydoğu bölgelerine verilen hayvancılıkla ilgili kredi ve teşviklerin Batı bölgelerine de verilmesi gerekir. Batı bölgelerinde insanlara balık yemesini değil, balık tutmasını öğretmeliyiz. Doğu ve Güneydoğu bölgelerine verilen kredi teşvikin yarısı batı bölgelerine verilirse hayvancılık sektörü için büyük fayda sağlayacaktır" dedi.

Burdur TB Başkanı Baki Varol da zirve sonrasındaki değerlendirmesinde şöyle dedi, "Ekonomi Koordinasyon Kurulu'nun sesimize kulak vereceğine inanıyoruz. Değerlendirmelerimizi ve sonuç bildirimimizi TOBB Başkanımız Sayın Rifat Hisarcıkloğlu'na ileteceğiz. 25 ilimize teşvik verilmesi Burdur, Afyon, Denizli, Konya gibi sütçülük ve et üretiminde önemli yeri olan diğer illerimiz için haksız rekabete yol açacaktır. Bu illerimizin göz ardı edilemeyeceğini belirttik. Haksız rekabetin ve hayvancılığa darbe vurulmasının önüne geçebilmek amacıyla diğer illere de teşvik verilmesini talep ediyoruz. Bunun için sayın TOBB Başkanımız da taleplerimizi EKK Başkanı ve Başbakan Yardımcısı Ali Babacan'a aktaracaklar. Olumlu sonuç alacağımızı umuyoruz."



Mehmet Mühsürler

4 farklı arazi, fuar alanı olmaya aday EXPO 2016, nerede yapılacak?



Antalya Büyükşehir Belediyesi, EXPO 2016 Antalya Fuarı'nın yeriyle ilgili ilk adımını attı. Belediye Meclisi, ANFAŞ'ın arkasındaki Hazineye ait 600 dönümlük arazi için imar değişikliğini onayladı.

EXPO Meclisi, dünyanın en büyük fuar organizasyonu EXPO 2016 için yer tespit çalışmalarını sürdürüyor. Tarım İl Müdürlüğü öncülüğünde yürütülen yer belirleme çalışmalarında 4 bölgeye ağırlık veriliyor. Antalya Büyükşehir Belediyesi, ANFAŞ'ın arkasında kalan arazi tercih edilecek olursa düşüncesiyle imar planında gereken değişikliği yaptı. Ancak bu arazinin genişliği EXPO gibi bir organizasyon için oldukça küçük. Tarım İl Müdürü Bedrullah Erçin, "Kepez İlçesi sınırlarına giren 4 bin dönümlük 229 parsel dediğimiz arazi, Düden Şelalesi'nin yakınında 900 dekarlık arazi ve Vakıflar Bölge Müdürlüğü'ne ait olan Vakıf Zeytinliği ara-



Bedrullah Erçin



Osman Bağdatlıoğlu

zisi de düşünülen alanlar arasında. EXPO ruhuna uygun olması için seçeceğimiz arazinin atıl durumda olması en önemli nokta. İlgili kurumların katılacağı tartışmalar sonunda ortak bir karar verilecek" dedi.

Antalya İhracatçılar Birliği Başkanı Osman Bağdatlıoğlu da, Belediyenin kararını olumlu karşıladıklarını ancak kesinleşen bir şey olmadığını kaydetti, "Şu anda üzerinde çalışmalar yürütülen birçok bölge var. Belediye meclisin aldığı karar, söz konusu arazinin tercih edilmesi açısından olumludur. Ancak ANFAŞ'ın ardındaki 600 dönümlük arazi EXPO 2016 için yetersiz kalır. Daha büyük bir arazi olması gerekiyor."



Üretim Artmalı Et İthalatı İntihar Olur

Antalya Ticaret Borsası Canlı Hayvan ve Et Ticareti Meslek Komitesi üyeleri, son dönemde Türkiye’de yaşanan et sıkıntısının damızlık hayvancılığa önem verilmemesi ve süt fiyatlarının düşük olmasından kaynaklandığını düşünüyor. Et ithalatının çözüm olmadığı konusunda hem fikir olan komite üyeleri, damızlık ithalatının yapılması gerektiğini ancak bunu yaparken de verime dikkat edilmesi gerektiğini belirtiyor. Komite üyeleri, hayvancılığa verilen teşvikte haksız rekabet yapıldığını söylerken, 81 ilin aynı rakamlarla teşvikten yararlandırılmasını istiyor.



Süleyman Kaçaroglu,
Canlı Hayvan ve Et Ticareti
Komitesi Başkanı

Etteki sıkıntımızın temel nedeni üretimin düşük olması. Aslında sıkıntı 2-3 sene öncesine dayanıyor. Tarım ve Köy-İşleri Bakanlığı ile TOBB Başkanı sıkıntıyı daha önce dile getirmişti. İstanbul gibi büyük metropollerden Antalya gibi illere canlı hayvan arayışına girildiyse et pazarındaki sıkıntının ne kadar büyük olduğu ortadadır.

Etteki sıkıntının çözümü ithalatla değil. Devlet prensipli şekilde üretimi arttırmalıdır. Tarım Bakanlığı, besi hayvancılığını, süt hayvancılığını desteklemelidir. Artış ancak bu şekilde sağlanır. Dış hayvanı ete dönüştürürseniz, üretim olmaz ve et sıkıntısı baş gösterir. 80 milyon ufak baş hayvan sayısını birkaç yılda 40 milyona indirdi. Damızlık inek fabrika gibidir. Hem süt verir hem yavru verir. Türkiye’de besiciliğe, damızlık hayvancılığa önem verilmeli, destek verilmeli. Üretim artmalı, üretim artmadıktan sonra et sıkıntısının önüne geçemezsiniz.



Ata Sönmez,
Komite Üyesi

İthal eti ülkeye sokmak intihar olur. Eğer çözüm ithalatla aranırsa 2 yıl sonra etin kilosu 100 lira olur. Üretim artırılmadığı için hayvan sayımız az. Yurt dışından et değil damızlık mal getirmek lazım. Ette günü birlik tedbirler alınmamalı. Etteki sıkıntının temeli sütün kilosunun 40 kuruş olmasıdır. Süt para etmediği için köylü elindeki hayvanları ete dönüştürdü, köylünün elinde hayvan kalmadı. 10 bin ton et ithal ederseniz besicilerin bundan zararı olmaz ama siz bunu alışkanlık haline getirirseniz büyük sıkıntı olur. Aslına bakarsanız etin kilosunun Mayıs- Haziran ayında 13 liraya düşeceğine inanıyorum. Ama hayvan sayısı bir an önce artırılmalı. Bir de haksız rekabete dikkat çekmek istiyorum. Devlet hayvancılıkta teşvik vercekse bunu her yere vermeli. İller arasında ayrıcalık olmamalı.



Nuri Cengiz,
Komite Üyesi

Et ithal edilebilir ama bu geçici bir formüldür. Süt fiyatı istikrarlı olmalı, süt para ettiği sürece damızlık da yetiştirilir. Artık bu ülkede hayvancılıkla ilgili devlet politikaları olması lazım, hükümet politikaları değil.



İlhan Ayhan,
Komite Üyesi

1985- 1999 yıllarında yapılan ithalatla ülkeye getirilen hayvanların yüzde 70’i süt verimi düşük, sağlık-

lı olmayan hayvanlardı. Damızlık hayvan ithal edilecekse, verimine ve sağlıklı olup olmadığına bakılmalı, menşesine dikkat edilmeli. Üretimin gelişebilmesi için kooperatiflerin desteklenmediği yerde hayvancılığın gelişme şansı yok. Kooperatiflerden vergi alınmamalı. Üretici istikrar bekliyor. Düzgün ithalat yapılsa Türkiye kendi malını kendi üretmeye başlar.



Şadi Bayram,
Komite Üyesi

Damızlık hayvan üretimi artırılmazsa bu et fiyatlarına da süt fiyatlarına da olumsuz yansır. Bi an önce damızlık hayvan sayısı artırılmalı.



Osman Yardımcı,
Komite Üyesi

Hayvancılığın bu duruma gelmesinin başlıca sebebi çıkarıcı gruplar. Suçlu kasap değil, hükümetin hayvancılık politikasının olmaması sıkıntıların ana sebebi. 1 kilogram eti 30- 40 lira denip çığırkanlık yapıyor. Bu, birilerinin elindeki hayvanların fiyatının artmasına sebep oluyor. Türkiye’de hayvan sayısında sıkıntı yok. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Türkiye genelindeki hayvan sayısını net bilmiyor. Aslında hayvan sayısı Türkiye’nin et potansiyelinin çok üstünde. Bu olayı da pirinç olayına benzetmek isteyenler var.

Bu arada Et Balık Kurumu’nun esnafla rekabet yapmasını da eleştiriyorum. Et Balık Kurumu hem çiftçi hem

esnafa denge olmalı.

Devletin verdiği teşvikten tüm iller eşit oranda yararlanmalı. Türkiye Cumhuriyeti’nde çifte standart olmasın. Diyarbakır da, Antalya da benim memleketim, 81 ile aynı teşvik verilmelidir. Bugün haksız rekabet oluyorsa bu devletin yanlış politikasından kaynaklıdır.



Adnan İngeç,
Komite Üyesi

Hayvancılık mutlaka desteklenmeli ancak iller arasında teşviklerde ayırım yapılmamalı. Et ithalatı geçici bir çözüm önemli olan damızlık hayvan sayısını artırmak. Bunun için damızlık hayvan ithal edilebilir ancak bunda da verime dikkat edilmeli.



Tuta Absoluta; Domates üreticisini korkutan zararlı Türkiye'ye ulaştı!



Tarımsal destekler ilk kez, ekimden önce açıklandı

Üreticiler, hububatta-ki kışlık ekimler dışında bu yıl ekim yapmadan önce ne kadar destek alabileceğini bilecek. Toplamda 42 kalemden oluşan tarımsal destekler arasında 2010 yılı için, sadece 12 kalemden küçük artışlar yapıldığı görüldü. Buna rağmen sektör, desteklerin zamanında açıklanmış olmasından büyük memnuniyet duyuyor. Ülkemizde bugüne kadar destek miktarları ve hangi ürünlerin destekleneceği konusu ekimler yapıldıktan çok sonra açıklanıyor; bu da üretici planlama yaparken sıkıntı yaşamasına neden oluyordu.

Tarımsal destek ödemelerinin bir yıl sonraya bırakılması; enflasyona göre destek miktarlarında yeterli artış yapılmaması gibi konular halen şikayet konusu. Nitekim 2010 yılı destekleri de 2011 yılı bütçesinden ödenecek.

Tarım Bakanlığı, 2010 yılı tarımsal destekleme miktarlarını, sektörün yıllardır istediği şekilde ekimden önce açıkladı.

Öte yandan bazı destek kalemleri için ayrılan ödeneğin tamamı harcanmadan geri gönderildiği durumlar da oluyor. Bakanlık çevreleri, tarımsal desteklemelerin bir çiftçi için toplamda önemli bir gelir anlamına geldiğini vurguluyor ve destekler için yeterli başvuru olmadan destekleme kalemlerinde artış olmamasını eleştiriyorlar.

Domates Güvesi de denen Tuta Absoluta adlı zararlı böcek, Güney Amerika'dan Türkiye'ye ulaştı ve önemli bir tehdit haline geldi.



Tuta absoluta larvaları yapraklarda galeriler açarak, gövdeye ve zamanla meyveye de zarar vermeye başlıyor ve bitkinin büyümesine engel oluyor. Bu yıl Türkiye'de ilk defa görülen Domates Güvesine, Akdeniz ve Ege bölgelerinde rastlandı. Ülkemizdeki varlığı tesadüfen tespit edilen domates güvesi hakkında hızla çeşitli çalışmalar yapılmaya başladı. Tuta Absoluta ile şu aşamada feromon tuzakları marifetiyle mücadele edilebiliyor. Ancak feromon tuzaklarıyla ilgili henüz ruhsatlandırma süreci söz konusu. Ruhsat için başvuran birkaç firma var ancak henüz onaylanan bir ürün bulunmuyor.



Hal Yasa Tasarısı Kanunlaştı!

Sebze Ve Meyveler İle Yeterli Arz Ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu'nda kabul edildi.

Sebze ve meyve ticaretini düzenleyen ve kamuoyunda kısaca Hal Yasası olarak bilinen "Sebze Ve Meyveler İle Yeterli Arz Ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun", sonunda yasalaştı. Yasanın kabul edilmesiyle, komisyoncu esnafının sık sık değişikliğe uğramasından yakındığı yasal düzenleme sonuca bağlanmış oldu. Yasa toptancı hallerinin ve pazar yerlerinin düzeni ile ilgili kapsamlı yenilikler öngörüyor. Yasa içeriğinin pek çok yerinde gıda güvenliği, kalite standartları ve hijyen konularına da atıfta bulunuluyor.

Yasada öngörülen önemli yeniliklerden biri, bütün toptancı hallerde birer analiz laboratuvarı kurulmasının zorunlu hale getirilmiş olması. Türkiye'deki bütün toptancı halleri, yasanın yürürlüğe girmesi tarihinden itibaren üç yıl içinde, birer tahlil laboratuvarı ile birer soğuk hava deposunu kurmuş ve işler hale getirmiş olmak zorunda.

Türkiye Sebze Meyve Komisyoncuları Federasyonu Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Tavşan, yeni yasanın komisyoncu esnafına, üreticilere ve tüketicilere hayırlı olması dileğinde bulunarak, düzenlemenin uzun süre revizyona ihtiyaç duyulmadan yürürlükte kalmasını umduklarını kaydetti. Yüksel Tavşan şunları söyledi, "Uzun süredir üzerinde yoğunlaşarak büyük çaba sarfettiğimiz ve taleplerimiz doğrultusunda şekillendirmeye çalıştığımız yasa hükümlerinde elde ettiğimiz sonuçlardan genel olarak memnunuz. Bugün geldiğimiz noktada, yaptığımız çalışmalarla komisyoncu esnafının üzerine yapışan olumsuz imajı belli ölçülerde değiştirdiğimizi düşünüyoruz. Bundan sonrası için meslektaşlarımızın son derece dikkatli ve titiz olması gereken bir süreç söz konusudur. Toptancı hallerinin fiziki yapısı ile beraber, çalışma biçimimiz ve ticari ilişkilerimiz konusunda da özenli bir sürece girmemiz gerekiyor. Yeni yasamız getirdiği düzenlemelerle rehberimiz olacaktır. Hayırlı uğurlu olmasını diliyorum."

Ziraat Bankası'ndan hayvancılığa ve örtüaltına 7,5 milyon TL kredi

Ziraat Bankası yönetimi, hayvancılık ve örtüaltı sektörlerinde sübvansiyona konu olan işletme ve yatırım kredileri üst limitini 7,5 milyon TL'ye çıkardı.

Tarımsal kredilerin faiz oranlarında hükümetin yaptığı düzenleme de kredi kullanım koşullarını önemli ölçüde kolaylaştırdı. Buna göre % 25'lik sübvansiyonda faiz oranı % 9,75'e; % 60'lık sübvansiyonda da % 5,20'ye indirildi. Böylece tarımsal kredi faiz oranları ilk kez tek haneli rakamlarla ifade edilir hale geldi.

2 milyar Liralık kredi yeniden yapılandırılıyor Ziraat Bankası ayrıca, yaklaşık 2 milyar Liralık kredi borcunu yeniden yapılandırma kararı aldı.

Ziraat Bankası, bir yıl içinde toplam 1 milyon 630 bin 494 çiftçiye, 12 milyar 61 milyon 974 bin Lira kredi kullandı. Banka, Türkiye genelinde 132 bin 549 çiftçiye verdiği 1 milyar 979 milyon 800 bin TL'lik kredinin vadesini uzattı. Tarımsal amaçlı krediler, bankacılık sektöründe geri dönüş oranı en yüksek kredi grubunu oluşturuyor. Buna rağmen 4 binin üzerinde çiftçi, yeniden yapılandırma talebiyle Ziraat Bankası'na başvurdu. Banka yönetimi, yoğun talep üzerine kredi borçlarını yeniden yapılandırıyor.



T.C. ZİRAAT BANKASI A.Ş.

Antalya KOSGEB Sinerji Odağı Yöneticisi Şükrü Yıldız:

"KOBİ kredisine kayıtlı üye sayımız 12 bin"



Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından verilen kredileri, krediler için nasıl başvuru yapılacağını ve neler yapılması gerektiğini ve Antalya'da neler yaptıklarını Antalya KOSGEB Sinerji Odağı Yöneticisi Şükrü Yıldız ile görüştük.

Antalya KOSGEB Sinerji Odağı'nın işlevi nedir?

Antalya KOSGEB, merkez müdürlüğünün verdiği tüm destekleri buradan vermemizi sağlayan bir birim aslında. KOSGEB Denizli İşletme Geliştirme Merkezi (İGEM)'ne bağlı. KOSGEB'in destekleri için gerekli başvuruları biz burada alıyoruz. Bunları kontrol ettikten sonra Denizli'deki uzman arkadaşlara gönderiyoruz. Destekler hazırlanıyor, sözleşmesi hazırlanıyor. Onay çıktıktan sonra desteklerden faydalanılabiliyor.

KOSGEB, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) ve Akdeniz Üniversitesi arasında üçlü bir protokol imzalandı.

Bu konuda sizden bir bilgi alabilir miyiz?

Şubat ayı içerisinde KOSGEB Antalya Duvarsız Teknoloji İnkübatörü Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Destekleri Protokolü'nü imzaladık. Burada amaçlanan teknolojik yeniliklerin doğması. Bu yapıda bir sürü proje var. Bu çalışmalarını da almaya başladık. Bu projeleri yapıp hızlı bir şekilde Duvarsız Teknoloji İnkübatörü'nden geçirip ar-ge destekleri vereceğiz. Teknoloji Merkezleri (TEKMER) dediğimiz bir yapımız var. Burada TEKMEK'i

kurmak biraz daha uzun süreceği için daha hızlı bir yapı oluşturduk. Yeni bir hizmet binası olmaması nedeniyle de duvarsız diyoruz.

Destek miktarları ne kadar?

Malzeme, teçhizat ve prototip üretimi ile ilgili giderler ve deneme amaçlı hammadde temini için yaklaşık 200 bin lira 0 faizli bir kredi vereceğiz. 50 bin lira hibemiz var. Kalite geliştirme ve teknolojik donanım için de 50 bin liralık kredi temin ediyoruz yine 0 faizli. 15 bin lira hibe programımız var. Danışmanlık için 20 bin lira hibe; Ar-ge sonuçlarını yayınlama için 3 bin lira hibe; Teknopark kira desteği için 20 bin lira hibe veriyoruz. Bir çok kalem daha var desteklediğimiz.

Bu yapı ile üniversitedeki hocalarımız ile sanayiciyi buluşturmuş olacağız. Amaçladığımız yapı da bu. Sermayesi olanın, bu projeleri yapacak bilgi birikimi tecrübesi yok; beyin takımı olanların da sermayesi yok. Biz bu iki tarafı bir araya getiriyoruz. Ciddi buluşların yapılmasına ve buluşların en azından pazarlanabilir ve satılabilir bir hale getirilmesini sağlayacağız.

KOSGEB'in diğer kredi destekleri nedir?

En çok kullandığımız destekler fuar destekleri. Metrekaresine 110 liralık bir rakam veriyoruz. Bunlar kar-

şıksız, geri ödemesiz destekler. Danışmanlık desteği aldığında firmalar üst limit 15 bin lira gibi bir destek veriyoruz. Almış oldukları danışmanlık hizmetinin yüzde 60'ını karşılıyor. Eğitim desteğimiz var yine 6 bin lira üst limit. Yine yüzde 60'ını karşılıyor. Halihazırda mevcut mevzuatımızla verdiğimiz destekler bunlar. Şu anda da KOSGEB'te mevzuat çalışmaları var. Mart sonu gibi bu meclise sunulacak. Bu rakamlar daha da yükselecek.

Fuarlarda ulusal organizasyona dahil olma şartı mı var?

Fuarlarda KOSGEB tarafından desteklenebilmesi için fuarı yapan organizasyon işletmesinin KOSGEB'e başvurup, KOSGEB havuzuna girmesi gerekiyor. Ankara'da pazar araştırma bölümümüz var. Oraya başvuru yapıldığında havuzda yer alındığında toplamda fuarın yüzde 40'ını destekliyoruz. Uluslararası fuarlarda 110 lira, ulusal fuarlarda da 60 lira ödüyoruz. 40 metre kareye kadar destekliyoruz.

KOSGEB kredisi kimlere veriliyor?

Şu anki mevzuatta sadece imalatçılara verebiliyoruz. Mevzuat ona göre hazırlandı. Mevzuat diğer işletmelere bu destekleri kullandırmaya hazır değil. Yeni hazırlanacak mevzuatta turizm, tarım işletmeleri, hizmet sektörüne de bu destekler kul-

landırılacak ve rakamlar daha da yükselecek.

Ne gibi şartlar var?

Bizim tek şartımız işletmenin vergi levhasının olması. Esnaf veya ticaret odasına kayıtlı olması. Bunlar bizim için yeterli. İşletme formunda olmayanlara destek sağlayamıyoruz. Götürü hesabı çalışanlara destek sağlayamıyoruz. Muhasebesini tutan en azından tüccar olan kişilere bu desteği sağlayabiliyoruz. Hangi sektörlerin desteklendiği ile ilgili bilgiler ve başvuru koşulları zaten web sayfamızda yer alıyor. KOSGEB desteğinden yararlanmak için işletmelerimizin KOSGEB veri tabanına kayıtlı olması gerekiyor.

Türkiye genelinde 100 bin esnafa 25 bin liralık kredi verildi. Antalya'da nasıldı durum?

100 bin KOBİ kredisi Aralık ayında tamamlandı. Bu kredide biz Türkiye beşincisi olduk Antalya olarak. 150 milyon gibi bir rakamı Antalya'ya 1 ay içerisinde fonladık. Faizini KOSGEB olarak karşıladık. 100 bin KOBİ kredisine kayıtlı üye sayımız 1500 civarındaydı. Kredi çıktıktan sonra bu rakam 12 bine çıktı. Bunun da 1 hafta içerisinde kayıtlarını yaptık. Bu bizim için ciddi bir başarı oldu. Bu başarı Antalya'da bir KOSGEB merkez müdürlüğünün yapıl-

ması için baskı unsuru oldu. Bununla ilgili çalışmalar da şu an yapılıyor.

Başvurular sırasında sıkıntılarınız oldu mu?

Biz toplum olarak hep işlerini son dakikaya bırakan bir mizaca sahibiz. Antalya halkının bu krediden azami derecede faydalanabilmesi için bizler ciddi fedakarlıklarda bulunduk. Son güne kadar bekleyip kredi çıktıktan sonra sisteme yüklendiklerinde hem sistem kilitleniyor hem de biz zor durumda kalıyoruz. Projeyi çok iyi üretiyoruz ama projeyi yazıya dökmeyi beceremeyen bir yapıya sahip bizim işletmelerimiz.

Bunun için ne önerirsiniz?

Proje danışmanlığı yapan insanlarla çalışılabilir. Bu noktada profesyonellerden destek alınabilir. Antalya Organize Sanayide büyük bir firma var örneğin. Firmada sadece bir personel devlet desteklerini takip ediyor, tek işi o. Tüm desteklerden böylece faydalanabiliyor. Nereden baksanız yıllık 100 bin lira kullanıyor bu firma. O yüzden bu işi bilenlerle, referansları iyi olanlarla çalışınlar.

Şükrü Yıldız kimdir?

1977 yılında İstanbul ilinde doğan Şükrü Yıldız, Gümüşhane/Şiran/Çal Köyüne kayıtlıdır. 1987'de Mecidiyeköy İlköğretim Okulu'ndan, 1991'de Emirgan Ortaokulu'ndan, 1995'te Maçka Anadolu Teknik Lisesi Bilgisayar bölümünden, 2002 yılında ise Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünden mezun oldu. 1999-2002 yılları arasında Güncell A.Ş.'de Finans Müdürü olarak iş hayatına atılan Yıldız, 2002-2003 yılları arasında Mondial Mücevherat ve Deri A.Ş.'de Mağaza Müdürü olarak çalışma hayatına devam etmiştir. 2005-2009 yılları arasında KOSGEB Uzmanı olarak görev almıştır. 2009 tarihinden itibaren Akdeniz Üniversitesi Antalya Meslek Yüksek Okulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışma hayatına devam etmektedir. 01.08.2009 tarihinden itibaren Antalya KOSGEB Sinerji Odağı Yöneticilik görevi devam etmektedir. Şükrü Yıldız, evli ve bir erkek çocuk sahibidir.



Yöresel Ürünler! Anadolu'nun sahipsiz değerleri...

Anadolu toprakları, tarım topluluklarının oluşmaya başladığı ilk coğrafyadır. Bitkilerin evcilleştirilmesi ile ilgili tarihi takip etmeye çalıştığınızda yolunuz Anadolu'nun bir köşesine çıkar mutlaka. Buradan şu sonuca kolayca ulaşırız; tarım ürünlerinin işleme tekniklerinin ilk uygulandığı yer de genellikle Anadolu'dur. Dolayısıyla en uzun süreden beri işlendiği yer de Anadolu'dur. Hamur karılan en eski tarihler, bu topraklardır mesela. En eski tohum örnekleri bu bölgedeki kazılardan çıkarılır.



Ticari bir ürünün özellikli olması başka bölgelerdeki emsallerinden farklı üstün nitelikler taşıması ürüne talebi tabi ki artırır. Bazen ne yaparsanız yapın o ürünü başka bir coğrafyada o özelliklerde üretmeniz mümkün olmaz. O ürün ancak o bölgeye ait özgün koşullar altında o kalitede olabilir. Ya da ancak o bölgedeki üreticilerin bildiği yöntem ve tekniklerle üretilir veya o nitelikte üretmek için kesinlikle bunların ikisi birden şarttır. İşte bu ürünlere yöresel ürünler diyoruz...

Yöresel ürünlerin üretim biçimine dayalı özel nitelikleri bazen yüzlerce yıllık üretim tecrübesine dayanır. Bir bitkisel ürün bazen onlarca değişik kullanım biçimi geliştirilmiştir; her biri kendince farklı bir teknikle üretilir. Bir üzümünden şarap yapılır, şıra yapılır, pestil yapılır, cevizli sucuk yapılır, sirke yapılır, çekirdeklerinden antioksidan tabletleri yapılır, sağından çöpünden başka başka ürünler geliştirilir, aromatik özler çıkarılır kozmetikte kullanılır, sabun yapılır, yağ- rağından sarma yapılır, filizlerinden koruklarından ekşi tatlandırıcı elde edilir... Daha aklımıza gelmeyen neler var kim bilir! Bunların her biri üzüm ürününün işleme biçimleridir ve uzun süredir üzüm yetiştirilen bölgelerde yüzlerce yıllık deneyimlerle geliştirilmiştir. İşte yöresel ürünleri sahiplenmek, başka bir anlam taşımaya bile, bu tecrübeye saygı duymaktır.

Yöresel ürünleri özel kılan bir diğer farklılık; coğrafi koşullara bağlı nitelikleridir. Anzer Balı gibi. Bal her yerde bal, arı her yerde arı iken; Anzer Yaylası'ndaki özel doğa koşulları ve oraya has doğal bitki örtüsü nedeniyle Anzer Yaylası'nda yayılan arılar bu çok yüksek kalitedeki bal çeşidini üretebiliyorlar. Anzer Yaylası'ndaki 90 kadarı endemik olan (yani dünyada sadece o bölgede yetişen) yaklaşık 500 çeşit çiçekten derlenen Anzer Balı, başka hiç bir bölgede üretilemez. Teknik olarak.

Yöresel ürünler daha çok talep görür. Çünkü kaliteleri yüksektir, özelliğidir, farklıdır. Zaman içinde kazandıkları ün; bunların ticari değerlerini de artırır ve üreticisine emsal ürünleri üretenlerden çok daha iyi kazandırır. Bu iyi bir şey olmakla beraber bir takım sorunlara da yol açar. Bu çok özel ürünlerin taklitlerinin türe-

yivermesine...

Taklit ürünler birçok bakımdan haksızlıktır. Üreticinin haklı ününden yararlanırlar ama orijinal ürünün taşıdığı özellikleri taşımazlar. Üretici açısından çok can yakıcı bir haksız rekabet unsuru olurlar. Tüketici açısından da tam bir aldanma söz konusudur. Çünkü örneğin Kars Kaşarı diye alırsınız; hatta çoğumuz gerçek özelliklerini tam bilemediğimiz için farkına da varamayız ama aslında 8 Liralık hiç bir özelliği olmayan sıradan kaşar peynirine, onu Kars Kaşarı sandığımız için, 30 Lira ödemiştizdir. Sahtekarlıktır ve bir nevi marka hırsızlığıdır. Bu tür yol ve yöntemlerle ça-

Taklit ürünler birçok bakımdan haksızlık. Üreticinin haklı ününden yararlanırlar ama orijinal ürün özellikleri taşımazlar. Üretici açısından çok can yakıcı bir haksız rekabet unsurudur.

lışan kimselerin gayet tabi vergi ödemek, kayıt altında çalışmak gibi dertleri olmayacağını da düşünebiliriz pekala. Bu nedenlerle yöresel ürün dediğimiz değerlerimizin korunması, taklitçiliğin önlenmesi, yöresel ürünlerin gerçek pazar değerlerini bulmalarının sağlanması, ihracat imkanlarının geliştirilmesi, bütün bunların gerçekleşmesi için de kamuoyunda bu ürünlere hakettikleri saygının gösterilmesini sağlayacak bir bilinç düzeyi yakalanması büyük önem taşır.

Yöresel ürünlerin tarih boyunca geliştirilmiş yöntem ve teknikler sonucu nitelik kazandığından söz etmiştik. Bir malın yöresel ürün sıfatını hak etmesi, o mala ayırt edici özellikler katan üretim teknikleriyle ilgili özel bazı uygulamalar geliştirilmesi, o malın sürümüne bağlıdır. Yani o malı üreten in-

san sayısına, o malı ne kadar zamandır öğrettiklerine, üretim teknikleri ile ilgili ne kadar kafa yorulduğuna ve nihayet o malın üretilmesi ile ilgili süreçlerin ekonomik olarak ne kadar süreyle desteklendiğine bağlıdır. Böyle düşününce, mutfak kültürüne dayanan bazı örnekler üzerinden tarifi etmeye çalıştığımız bu süreci ayırtlandırmayı deneyebiliriz. Osmanlı Mutfacı, dünya mutfakları arasında ayrı bir yeri olan son derece zengin ve iştah açan bir profile sahiptir. Mesela Fransız Mutfacı için bir genelleme yapılırken, "besin maddelerinin diğer besin maddeleriyle ilişkisidir" gibi bir tanımlama yapılır. Osmanlı Mutfacı içinse, "birbiriyle uyum halinde olabilecek besin maddelerinin ateşle ilişkisi" gibi bir tanımlama yapılır. Osmanlı Mutfacı'nın kaynağı Saray'dır. Osmanlı Sarayı'nın mutfakına alıncak besin maddeleri, ülkenin farklı bölgelerinde zaman içinde belirlenmiş bölgelerden ayrı ayrı besin maddeleri gelirdi. Örneğin tereyağını belirli bir bölge, dereotunu yine belirli bir bölge gönderirdi. Böyle olunca uzun mesafeler söz konusu olsa da o bölge için sürekliliği olan bir pazar söz konusu olurdu. Bu da o bölgede üretim yöntem ve tekniklerini aralıksız teşvik eden bir destek söz konusuydu ve bu yöntemlerin geliştirilmesini sağlayan ekonomik bir kaynağın düzenli olarak bölgeye girmesi anlamını taşıyordu. Bugün bile bizler bir üretim tesisinde örneğin özel tekniklerle üretilen bir peynir üretmeye başlasak, bu faaliyeti onlarca yıl sürdürsek sonuçta ürünün mükemmelleşmesini; hatta coğrafi şartlarımız elverecek olursa başka bölgelerde benzerini üretmenin mümkün olmadığı özel bir ürün geliştirebiliriz. Böyle yaklaştığımızda, yöresel ürünlerin üretim yöntemleri ile ilgili şu saptamayı yapabiliriz; "pratik yapmak, ustanın ellerini mükemmelleştirir." Tabi, ustanın ürün üzerinde yeteri kadar uzun bir süre çalışmasını sağlayacak ekonomik geridönüşü sağladığınız takdirde. Bu yaklaşım, zamanında bu ekonomik desteğe sahip olmuş ama bugün ya hiç bulamadığı veya düzenli ve sürekli destek (yani pazar) bulamadığı için yok olmaya yüz tutmuş çok kıymetli ürünlerimizin durumunu da açıklayabilir.

Antalya Ticaret Borsası, 2010 yılında birincisini düzenleyeceği Yö-

resel Ürünler Fuarı YÖREX bu yolda bir "ilk adım" atma kararı aldı. İlk adım derken, devletin başta Türk Patent Enstitüsü olmak üzere, üniversitelerde ve diğer kamu kuruluşlarında gerçekleştirdiği hayati önem taşıyan birçok faaliyet oldu elbette. Ama sivil toplum kuruluşları arasında yöresel ürünler konusunda bu kapsamda bir çalışma daha önce yapılmadı. YÖREX Birinci Yöresel Ürünler Fuarı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Rifat Hisarcıklıoğlu'nun himayelerinde ülkemizdeki oda ve borsa kuruluşlarının bölgelerini temsilen katılacakları bir toplanma yeri olacak. Bütün ülkede konuyla ilgili olanların büyük bir çoğunluğunu biraraya getirecek olan bu organizasyon, artık belki de başlı başına bir "sektör" gibi değerlendirmek gereken yöresel ürünler konusunda, bir dernekleşme veya benzer bir örgütlenmeye giden yolu da açabilir. Bunu ve başka birçok konuyu fuar katılımcıları buluştuklarında değerlendirecek ve yepyeni ufuklar açabileceklerdir.

Bu sayımızda yöresel ürünlerin, bir ülke ekonomisi içindeki önemi, yöresel ürün konseptinin ticari değer olarak taşıdığı potansiyeli ve bu ürün segmenti içinde nelerin yapılabileceği hakkındaki önerileri derlemeye çalıştık. Burada alıntılanacak olan görüşler, Antalya Ticaret Borsası olarak YÖREX Birinci Yöresel Ürünler Fuarı projesiyle de birlikte, kamuoyu algısında bu konuda başlatmayı arzuladığımız gelişmeleri tetikleyecektir diye düşünüyoruz.

Konunun her şeyden önce bir akademisyen gözüyle değerlendirilmesi amacıyla, yöresel ürünler ve coğrafi işaret tescili başlıklarına dair çok değerli çalışmalar yapmış, ulusal ve uluslararası düzeyde seminer, sempozyum ve konferansları bizzat düzenleyenler arasında bulunmuş ve kimilerine katılmış bir uzman olan Prof. Dr. Sayın Yavuz Tekelioğlu'nun açıklamalarına öncelikle yer vereceğiz. Yavuz Tekelioğlu, yöresel ürünlerin başka ülkelerin ulusal ekonomileri içinde hatırı sayılır değerler yarattığını hatırlatıyor ve Türkiye'de yöresel ürünler hakkında yapılacak çok şey olduğunu vurguluyor.



Prof. Dr. Yavuz Tekelioğlu,
Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve
İdari Bilimler Fakültesi, İktisat
Bölümü Öğretim Üyesi:

"Dünyada pek çok yerel ürün coğrafi adı ile tanınmaktadır. Ürün ve kalitelerini bulundukları yerin özgün doğal koşulları ya da beşeri faktörünün bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerinden alan bu tipik ürünler yöresel ürün olarak adlandırılmaktadır. Parma jambonu, Antigua kahvesi, Malatya kayısı ve Roquefort peyniri gibi üretim yerleriyle özdeşleşmiş olan bu ürünler tüketiciler tarafından yöreye duyulan güven nedeniyle tercih edilmekte, yöre adının kullanılması ürünün kalitesi konusunda güvence yaratmaktadır.

Yöresel ürünler sahtelerine karşı korunmak ve haksız rekabete maruz kalmamak için ulusal ve uluslararası düzeyde Coğrafi işaretlerle koruma altına alınmışlardır. Bir fikri mülkiyet hakkı oluşturan coğrafi işaretler, coğrafi bir adı belirtmektedir. Menşei ürün isimlerinin ve yöresel pratik ve becerilerin coğrafi işaretle korunması çok eskilere dayanmaktadır. İtalyanların Parmesan, Fransızların Comté peynirlerine ait coğrafi işaretler 13. yüzyıla kadar inmektedir. Kara Avrupa'sı coğrafi işaret ve Menşei adı koruması konusunda oldukça gelişmiştir. Bu alanda en anlamlı örnek şüphesiz Fransa ve İtalya'dır. Coğrafi kökenin korunmasına yönelik yasal düzenleme Avrupa Birliği ölçeğinde 1992'de uygulamaya konmuştur. Bu düzenlemeler çerçevesinde yüzlerce ürünün tescillenip koruma altına alındığı AB'de yöresel ürünler, gıda piyasalarının halen en çok talep edilen ürünlerinden olup, Avrupa gıda sisteminde yaşanan ve birbirini izleyen gıda krizleri sonucu talepleri daha da artmaktadır.

Yörelimizden çıkan bu otantik ürünlerin değerlendirilmesi aynı zamanda kültür ve geleneklerimizin zenginliğini de değerlendirmek demektir. Bazıları ekonomik bir değerlendirmeye konu olmuş, bazıları köşelerinde gizli kalmış ama hepsi bir kültürün parçası olan yöresel ürünleri coğrafi işaret ile koruma çalışmaları ulusal ve uluslararası düzeyde, özellikle Dünya Ticaret Örgütü nezdinde yoğun bir biçimde sürmektedir.

Yöresel ürünler

Yöre, sınırları belirli bir coğrafi alandır. Burada yaşayan insan topluluğu, tarih boyunca fiziki ve biyolojik çevre ile beşeri faktörler arasındaki ilişkilerden kaynaklanan entelektüel bir üretim becerisi oluşturmuştur. Bu ilişkilerden yöresel ürünler olarak adlandırılan kökeni, adı ve ünü bu yöreye ait tipik ve kaliteli ürünler ortaya çıkmıştır. Tarihi bir derinliği olan ve varlıklarını belirli bir süredir bulundukları yerde sürdüren ve yerel kültürün önemli bir parçasını oluşturan yöresel ürünler paylaşılan ortak becerilere dayanmakta ve üretildikleri yöre ile aralarında çok güçlü bir bağ bulunmaktadır. Yöresel ürünler tarımsal ürünler ile üretim yöresindeki beşeri faktörün birikim, deneyim, üretim gelenekleri ve tekniklerinden kaynaklanan özgün gıda ve el işi ürünlerinden oluşmaktadır; Parma jambonu, Roquefort peyniri, Çek kristali ve Hint halısı gibi. Bu ürünler taklitlerine karşı korunabilmek ve haksız rekabete maruz kalmamak için birçok ülkede yasal düzenlemelere konu ol-

Yöresel ürünler
sahtelerine karşı
korunmak ve
haksız rekabete
maruz kalmamak
için ulusal ve
uluslararası
düzeyde Coğrafi
işaretlerle koruma
altına alınmışlardır.

muştur. Yasal tanımlamayı sağlamak için uluslararası platformlarda “Yöresel (Territorial)” kavramı “Coğrafi İşaretler (Geographical Indications)” terimi altında toplanmıştır. Coğrafi İşaretler Koruması (Protection of Geographical Indications-PGI) ve Menşe adı koruması (Protected Designation of Origin-PDO) çerçevesinde gerçekleştirilen düzenlemeler, uluslararası sözleşmelerde de ifadesini bulmuştur.

Coğrafi işaretler

“Ticarette Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları (Trade-Related Intellectual Property Rights-TRIPs)” sözleşmesinde de tanımlandığı gibi (Madde 22.1) Coğrafi İşaretler belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Coğrafi bir işaret belirgin bir coğrafi kökeni olan kaliteleri ve ünü bu kökenden kaynaklanan ürünler üzerindeki işarettir. Coğrafi köken yer olarak bir köy ya da kasaba, bir bölge ya da ülke olabilir. Bir coğrafi işaret genellikle ürünün elde edildiği yerin isminden oluşmaktadır. Tarımsal ürünler üretim yerlerinden kaynaklanan ve toprak ve iklim gibi coğrafi faktörlerin belirlediği özel kalitelere sahiptir. Şampanya, Florida portakalı, Antigua kahvesi ve Yeni Zelanda kuzusu bu gruba giren ve en çok bilinen coğrafi işaretlerdendir.

Yeni keşfedilmiş ürünlerden ziyade, yıllara dayanan bir bilgi birikim değerine sahip ürünler, coğrafi işaret korumasına konu olabilir. coğrafi işaretin amacı, ürünü tanımlamaktır ve bu tanımda yer alan kriterlere göre üretimin gerçekleşmesini sağlamaktır. coğrafi işaretler ticari markalardan ayrılırlar. Nitekim bir ticari marka bir işletmenin ürün ve hizmetlerini

diğer işletmelerin ürün ve hizmetlerinden ayırt etmek için kullandığı bir işarettir. Ticari markalar bireylere veya işletmelere ait olup, bir ticari meta olarak alınıp satılabilir ve sadece sahiplerince kullanılabilirler. coğrafi işaret diğer fikri mülkiyet haklarından ayıran en önemli özellik, belirli bir süre ile kısıtlandırılmamaları ve tescil alana kazanılmış özel bir hak sağlamla birlikte tescil sicilinde belirtilen şartlara uymak koşulu ile birçok kişinin kullanımına açık olmalarıdır. Bu bakımdan coğrafi işaretin, kolektif monopol hakları olarak nitelendirilebilecekleri belirtilmektedir. Coğrafi işaret ancak tescil koşullarına uygun üretilerek elde edilen ürün üzerinde kullanılabilir ve ticari menfaat kazandırabilir. OECD’nin raporunda da belirtildiği gibi; kalite ayırt edici işaretler olarak coğrafi işaretler, ekonomik teoride tüketici ve üreticiler arasındaki bilgi asimetrisi varlığından kaynaklanan piyasa başarısızlıklarını çözmek için bir potansiyel araç olarak görülmektedir. Piyasalardaki bilgi asimetrisinin giderilmesinde önemli işlevleri olan coğrafi işaretler, mal piyasalarından daha kazançlı olan niş pazarlara girişi kolaylaştıran ve niş ürünleri geliştiren gerçek bir pazarlama aracıdır. Yerel kaynaklara dayalı kırsal ürünlerin gelişmesine olanak sağlayan coğrafi işaretler, yaratmış oldukları katma değer ile kırsal kalkınmada da önemli rol oynamaktadır. Nitekim, coğrafi işareten yararlanan Fransız peynirleri diğer peynir çeşitlerine göre kilo başına 2 Euro daha pahalıya satılmaktadır. İtalyanın ünlü Toscano zeytinyağının fiyatı coğrafi işaret aldıktan sonra, % 20 artmıştır. Fransa’da, “Bresse” ta-

vuğu diğerlerinden
dört katı daha

pahalı olup, Comté peyniri

imalatında kullanılan sütün fiyatı, diğer sültere göre % 10 daha yüksektir. Tüketiciler coğrafi işaret ürünlerin köken ve kalitesini belirten bir unsur olarak algılamaktadır. Çoğu haklı bir üne sahip bu işaretler korunmazlarsa değişik ticari istismarlarla karşılaşabilmekte yetkisiz kesimlerce sahte kullanımları, tüketici ve dürrüst üreticiler üzerinde yıkıcı etki yaratmaktadır. Başta Hindistan, Pakistan,

Srilanka, Tayland, Kenya ve Jamaika olmak üzere birçok gelişmekte olan ülke coğrafi işaret koruma kapsamının diğer malları da kapsayacak şekilde genişletilmesi talebinde bulunmuşlardır. Bu ülkeler çokuluslu firmaların patentini alıp ticaretini yaptıkları “Basmati pirinci”, “Seylan çayı”, “Blue Mountain kahvesi” ve “Jasmine pirinci” nedeni ile endişelenmektedir. Avrupa Birliği bu ülkeleri desteklemekte ve TRIPS sözleşmesinden daha fazla yararlanabilmeleri için çaba harcamaktadır. Günümüzde Guetamala’nın Antigua bölgesinde üretilen ünlü Antigua kahvesinin üretim miktarı sadece üç bin ton iken tüm dünyada bu isim altında satılan kahve miktarı 25 bin tona ulaşmaktadır. Aynı şekilde Hindistan’da 10 bin ton “Darjeeling çayı” üretilmekte, ancak tüm dünyada aynı isim altında 30 bin ton çay satılmaktadır. Örneklerinin çoğaltılabileceği bu haksız rekabet uygulamaları coğrafi işaret korumasının önemini ortaya koymaktadır.

Türkiye’deki düzenlemeler

Zengin biyolojik çeşitliliği, geniş tarımsal toprakları ve farklı mikro iklimleri ile çok sayıda ve kaliteli bir tarımsal ürün kataloğuna sahip olan Türkiye, aynı zamanda derin tarihi kökenlerinden gelen, gelişmiş bir mutfak kültürü ve otantik üretim biçimleri ile zengin bir yöresel üretim



becerisine sahiptir.

Topraklarımız üzerinde yaşayan çeşitli uygarlıkların kültürel mirasının bir sentezi olan geleneksel el sanatlarımız ise göz kamaştırıcı bir mozaik oluşturmaktadır. Anadolumuzun öz varlığını oluşturan bütün bu özellikler Türkiye'ye olağanüstü kalitede ve çok sayıda yöresel ürün kazandırmıştır. Ankara Patent Bürosu ile Ankara Ticaret Odası'nın birlikte gerçekleştirdikleri "Türkiye Lezzet Haritası"na göre, ülke 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecekten oluşan bir mutfağa sahiptir. (www.ankarapatent.com).

Türkiye'nin sahip olduğu zengin yöresel ürün varlığının korunabilmesi için gerekli yasal düzenleme, 27.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (555 sayılı KHK) ile gerçekleştirilmiştir. Yasa tescilleri vermek üzere Türk Patent Enstitüsü'nü görevlendirmiştir. Bu kararnameye göre coğrafi işaret, "belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren bir işaret" olup menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır. (www.turkpatent.gov.tr).

Kanun Hükmünde Kararname'nin koruma biçimlerine ilişkin tanımlamaları AB 2081/92 sayılı konsey tüzüğüyle aynı olup, PDO "Menşe Adı", PGI de "Mahreç İşareti" olarak dilimize çevrilmiştir. İşaret tescili de "Menşe adı tescili" ve "Mahreç işareti tescili" şeklinde yapılmaktadır. Kararname AB uygulamasından farklı olarak, her türlü ürünün coğrafi işaretlerle korunabileceğini öngörmekte ve özel kişilere de tescil talebinde bulunma hakkını tanımaktadır. Kararnameye göre menşe adlandırmasında ürün-menşe ilişkisi temel olup, tüm üretim sürecinin sınırları tanımlanmış coğrafi alanda geçmesi gereklidir. Bu ürünlerin nitelikleri, kalitesi, ünü ve diğer özellikleri bu coğrafi yerin doğa ve beşeri unsurlarından kaynaklanan özellikler taşır ve bu ürünler bu özellikleri ile ün kazanmış olup ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Giresun tom-bul fındığı, Malatya kayısı, Ezine pey-

Türkiye'de halen 95 coğrafi işaret tescili bulunmakta olup, bunun 53'ü tarımsal ve gıda ürünleri, 42'si hayvanlar ve el-işi ürünleridir. Başvuruları değerlendirme sürecinde olan 117 ürün daha bulunmaktadır.

niri gibi.

Mahreç işaretinde ise, ürün-menşe ilişkisi zayıf olup ürünün üretimi, işlenmesi ya da hazırlanmasından en az birisinin belirlenmiş bölgede gerçekleşmesi yeterlidir. Çorum leblebi-si, Mersin cezeryesi, Edirne peyniri gibi. Türkiye'de halen 95 coğrafi işaret tescili bulunmakta olup, bunun 53'ü tarımsal ve gıda ürünleri, 42'si hayvanlar ve el-işi ürünleridir. Başvuruları değerlendirme sürecinde olan 117 ürün daha bulunmaktadır. Tescil uygulamasında dikkat çeken bir husus, Ege inciri, Aydın inciri ya da Mustafa Kemal Paşa tatlısı, Kemal paşa peynir tatlısı, Kemal Paşa tatlısı gibi, nitelikleri aynı ürünler için birden çok tescil alınmasıdır.

Etiketleme uygulaması büyük önem taşır Coğrafi İşaretler konusunda Türk tüketicilerinin ve üreticilerinin hemen hiçbir bilgisi bulunmamaktadır. Tescil almış ürünlerde, coğrafi işaret etiketlemesine henüz geçilmemiş olması bunun temel nedenini oluşturmaktadır. Etiketlemeye geçilmesi ile, ürünlerin kalitesinin garanti altına alınması sağlanabilecek ve tüketicilerin doğru bilgilendirilmesi ile bu ürünlere olan talep önemli ölçüde artabilecektir. Burada önemli olan şüphesiz, bu katma değerden kimlerin daha çok yararlanacağıdır. Tescilli ürünlerin sahiplerine bakıldığında ise çoğunluğun ürünün ait olduğu yörenin Ticaret ve Sanayi odaları olduğu görülmektedir. Avrupa Birliği'nde ise, tescil başvurusunu yapan ve tescil alanlar çoğunlukla ürünle ilgili üretici birlikleri ve sendikalarlardır. Kanun Hükmünde Kararname'nin 1995'te çıkarılışından bu yana gerek yaşanan uluslararası gelişmelere ve gerekse 510/2006 sayılı yeni konsey tüzüğüne tam uyum sağlayabilmek amacıyla TPE tarafından coğrafi işaret korumasına yönelik yeni bir kanun ta-

sarısı taslağı hazırlanmış ve parlamentoya sunulmuştur. Bu taslahta 555 sayılı KHK'de bulunmayan "geleneksel özellikli ürün adı" koruması yer almakta, coğrafi işaret tanıtımı için de bir amblem oluşturulması ve özel kişilerden tescil alabilme hakkının kaldırılması öngörülmektedir."



Arş. Gör. Rana Demire,

Akdeniz Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İktisat Bölümü:

"Genel olarak varsayımlara dayalı neo-liberal piyasa ekonomisinde, malların üretildiği mekan ve malların ticaretinin gerçekleştiği süreçlerde söz konusun olabilecek kimi engeller yok sayılır veya ihmal edilebilir olarak değerlendirilir. Coğrafi işaretler korumasına alınan yöresel ürünler, bu pürüzsüz ekonomiye meydan okumaktadır. Yöresel ürünler, zaman içerisinde insan ve mekan arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkan yerel kültüre bağlıdır. Zamandan ve mekandan bağımsız bir yöresel ürün, niteliklerini yitirecek, yozlaşacak ve tüketiciler nezdinde sahip olduğu ününü ve kalitesini kaybedecektir.

Neoliberal ekonomi politikalarının mutlak kabul gördüğü ve yaygınlaştığı 1980'li ve 1990'lı yıllarda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin bölgeleri arasındaki sosyal ve ekonomik farklılıkların arttığı gözlenmiştir. Neoliberal ekonomi politi-

kalarının bölgelerarası farklılaşmayı gidermeye yönelik, serbest piyasa güçlerine dayanan bölgesel gelişme modelleri, 1990'lı yılların sonlarında sorgulanmaya başlamıştır. Bölgeler arası farklılıkların sadece piyasa güçlerine dayalı politikalarla giderilemeyeceği ortaya çıkmış ve devletin rolü yeni bölgesel kalkınma yaklaşımında tartışılmaya başlanmıştır. Gerek uluslararası piyasada varolan bölgelerin piyasa paylarını koruyabilmek, gerekse nispeten geri kalmış bölgelerin ekonomik gelişme düzeyini yakalayabilmeleri için bölgesel kaynakların ve bölgesel üretim birimlerinin yanı sıra, kamu desteğinin de gerekli olduğu gündem oluşturmaya başlamıştır. Bölgeler arası farklılıkları gidermeye yönelik politika araçlarından birisi olarak kabul gören yöresel ürünlerin coğrafi işaret kapsamında ulusal ve uluslararası koruma altına alınması, bu işlevlerini daha da güçlendirmiştir. Yöre, bölge, ülke ve ülkelerarası gelir farklılıklarını azaltmaya yönelik yeni kalkınma yaklaşımlarının son zamanlarda ilgisini çeken coğrafi işaretlerin küreselleşme süreci içindeki konumuna ilişkin iki farklı görüşten söz edilebilir.

İlk görüşe göre, ait olduğu yerin biyolojik çeşitliliği ve deneyimlerine bağlı olarak üretilen yöresel ürünler küreselleşmenin olumsuz etkileriyle karşı karşıya kalmıştır. Küreselleşen ticaretle birlikte malların sınırsız dolaşımı beraberinde pek çok kısıtı bulunan standartlar getirmiştir. Endüstriyel ölçekte üretim için tasarlanan bu standartlar ya da kurallar, küçük ölçekte üretimin ve yöresel ürünlerin bağlı oldukları nitelikleri dikkate almamaktadır. Beslenme sistemindeki genel gelişme eğilimi, artan bir biçimde standardizasyona gidilmesi ve çeşitliliğin silinerek kitle tüketimi adına belirgin özel tadların empoze edilmesi yönündedir. Bu bakımdan insanların davranışlarının ve zevklerinin birbirine benzediği homojen bir dünya yarattığı ileri sürülen küreselleşme, yöresel ürünler için önem-

li bir gizli tehlike olarak görülmektedir.

Son yıllarda Fransa'da yaşanan Camembert savaşı bu görüşü doğrulayan tipik bir örnektir. Fransa'nın imajı olarak kabul edilen ve çiğ süten yapılan ve AOC'li bu Normandiya bölgesi peyniri yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Avrupa'nın bir numaralı peynir üreticisi olan ve pastörize sütle Camembert üreten Lactalis Grubu, 1960 yılından bu yana çiğ sütle Camembert üreten birçok firmayı satın almıştır. Nitekim 2006 yılında Camembert üretiminin % 67'sine sahip olan bu çok uluslu firma, Nisan 2007'de gıda güvenliği bahanesiyle AOC kriterlerini bırakarak, pastörize sütle üretime geçmiştir. Halen Normandiya bölgesinde ayakta kalabilmiş sadece beş bağımsız üretici çiğ sütle Camembert üretimlerini sürdürmektedir. AOC kriterlerine göre üretilen Camembert'in sahip olduğu özgün nitelikler, çiğ sütle üretilmesinden kaynaklanmaktadır. Lactalis grubu AOC kriterlerini tanımayarak, kontrolün içeriğinin genişletilmesi konusunda baskı yaratmaktadır. Karşıt görüşlere göre ise,

ve üretim modelleri çeşitliliğini zenginleştirmektedir.”



Rifat Hisarcıkhoğlu,

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Başkanı:

“Yerel pazarlarda sıkışıp kalmış, yöresinin adıyla tanınan, hatta tes-cillenen çok sayıdaki gıda, el sanatı ve sanayi ürünümüz var. Ama bunlar bilinmiyor. Bilinmediği için de ülkemiz ekonomisine katkısı çok sınırlı kalıyor. İthal ürünler arasında sıkışıp kayboluyorlar. Bakın bir atasözümüz var diyor ki; aşını, işini ve eşini bil. Yediğimize, içtiğimize, işimize ve ailemize dikkat etmemiz lazım. Burada dikkatinizi çekmek istediğim bir nokta, “yerli malı yurdun malı” şeklinde bir eski anlayışı kesinlikle benimsemiyoruz. Piyasa ekonomisinde karar verici olanlar, tüketicilerdir. Biz, kendi ürettiğimiz ürünlerin kalitesine güvendiğimiz için, önce bunların kamuoyunda tanınmasını isteriz. Böylece tüketiciler tercih yaparken, böyle bir alternatifleri olduğunu da görsünler. Halen 126 yörenin ürünü, ülkemiz içinde coğrafi tescil almış durumda. Ama bu yetmez, küresel ölçekte de bunu yaymamız gerekiyor. AB içinde Yunanistan'ın 30 civarında tescilli yöresel ürünü bulunuyor. Bizimse sadece bir tane var; Antep Fıstığı. Mesela İtalyan'lar, Napoli'ten Pizza'yı AB'de tescil ettirdi. Şimdi herkes Napoli'yi bu sayede tanıyor. Peki, bizim Mersin Cezeryesi, Erzincan Tulum Peyniri, Kayseri Mantısı, Antakya Künefesi'nin eksikliği ne? Hepimiz küçükken annemizin yoğurdu-muza reçel, pekmez kattığını ve bize öyle yedirdiğini hatırlarız. Ama bunu biz dünyaya sunamadık. İşin ilginç, yoğurdun tatlı ile karıştırılıp yenmesi de bize ait ama annelerimizin bu büyük icadını biz dünyaya yayamadık. Sonra Fransızlar bunu becerdiler ve



küreselleşme yöresel ürünler için önemli bir fırsattır.

Küreselleşmenin sınırlar ve zaman ötesi ilişkileri geliştirdiği gerçeğine rağmen birçok araştırmacı, yöre ve geleneklerin artan önemini gözlemiştir. Küreselleşme sürecinde kültürler arası geçişlerin önemini vurgulayan Welsch'e göre, küreselleşme yöresel ve bölgesel ürünlerin kaybolmasından çok yeniden doğuşlarına ve yapılanmalarına neden olacaktır. Küreselleşmiş bir sistemde yöresel ürünlerin özellikle “Menşe adı” taşıyanları, ekonomik sistem

bütün dünyaya ve yoğurdu anavatanı olan ülkemize meyveli yoğurt yediyorlar. Dünyanın en güzel peyniri, kaşarı bizde. Ama Ezine, Erzincan peynirlerini, Kars Kaşarı'nı değil, ithal olanını biliyoruz. Biz kendi değerimizi bilmez, sahip çıkmazsak, böyle hazırdan yiyecek oluruz. Hazırdan yiyenin sonunun ne olduğu da, bizim 2001 krizimiz veya bugünkü Yunanistan örneğinden malumunuzdur. Türkiye, dünyanın en büyük tarım ekonomileri arasında yer almaktadır. Dünyanın 17. büyük ekonomisiyiz. Ama tarımsal ekonomi açısından dünyanın sekizinci büyük tarım ekonomisiyiz. Tarımsal sanayi ürünlerinde de, ihracatı yüksek ülkeler arasındayız. Mesela makarna ihracatında, küresel pazarlarda İtalya'dan sonra ikinci sıraya yükseldik. 2009 yılında Türkiye'nin tarımsal ürün ihracatı 2009'da 10,5 milyar dolara ulaşmıştır. Daha da önemlisi genel ihracat 2008'e göre yüzde 23 azalırken, bu alanda ihracat rakamı korunmuştur. Tarımsal üretim 2008 yılında yaklaşık 69 milyar TL. olmuştur. Küresel krize rağmen 2009 yılı ilk 9 ayda ülkemizin tarımsal üretimi yüzde 8 artmıştır. Türkiye üretim bakımından beş üründe dünya birincisi; incir, kayısı, fındık, kiraz ve nohut. 23 üründe ilk beşte yer almaktadır. Bugün dünyada 250 bin bitki türü, Avrupa'da 12 bin bitki türü varken sadece Türkiye'de 13 bin bitki yetişmektedir. 700'den fazla bitkinin hasadı yapılmaktadır. Dünya nüfusu devamlı arttığı için, gıdaya

Yunanistan'ın 30 civarında AB'de tescilli yöresel ürünü bulunuyor. Bizim bir tane; Antep Fıstığı. Erzincan Tulum Peyniri, Kayseri Mantısı, Antakya Künefe'si'nin eksikliği ne?

olan ihtiyaç önümüzdeki yıllarda hızlı bir şekilde, yüksek oranla artacak. Bu yüzden tüm dünyada tarıma ve gıdaya yapılan yatırımlar hızla artıyor. Dün ne yazık ki, verimsiz diye terk ettiğimiz tarım sektörü, küresel ekonomik krizinden en az etkilenen sektör oldu. Dolayısıyla hızla bu alana yönelmek gerekiyor. Sadece geniş iç pazarımız için değil, zira hemen yanı başımızdaki Ortadoğu ülkelerinin gıda ithalatı 30 milyar doları buldu. Nihayet, Antalya'da düzenlenecek olan YÖREX Yöresel Ürünler Fuarı gibi bir organizasyonla bu ürünlerimizin ülke ekonomisi içinde daha yakışır bir yer tutması yolunda bir çaba sarfediliyor. Bu çabayı takdirle karşılıyoruz. Fuarın ardından bu konuda daha birçok çalışma gerçekleştirileceğini umuyoruz. Yöresel ürünlerimizin tanıtımı ve piyasalarda daha çok

ilgi görmesini, ülkemizin bu zenginliklerinin değerlendirilmesi açısından çok önemli buluyoruz."



Prof. Dr. Habip Asan,
Türk Patent Enstitüsü Başkanı

"Coğrafi işaret koruması elde edebilmek için temel iki şart, yurtdışında "karakteristik özellik" şeklinde bahsi geçen husus ile etkin biçimde işletilmek üzere oluşturulacak "denetim sistemi"dir. "Karakteristik özellik" ürünün, sadece söz konusu coğrafi alanda bulunabilecek bir takım özellikleri haiz olması nedeniyle diğer bölgelerde üretilen "aynı tür ürünlerden farkı"nı ortaya koyan özelliktir. Bunun tespiti, teknik inceleme ve araştırmalar gerektirir ki, bilhassa icra edilen akademik çalışmalar bu noktada çok önemlidir.

"Denetim sistemi"nden kasıt ise tamamıyla, üzerinde tescile konu coğrafi işareti bulunduran ürünlerin, "karakteristik özellikleri" taşıyıp taşımadığının tespitinden ibarettir. Sanıldığı gibi aksine üretim izninin alınması, üretimin hijyenik koşullara uygunluğunun tespiti ya da TSE standartları, CE işaretleme gibi bir takım standartlara uygunluk değerlendirmesiyle hiçbir ilgisi bulunma-



maktadır.

Hem kaynaklandığı bölge hem de genel olarak ülkenin zenginliğine bulunduğu katkı nedeniyle büyük öneme sahip coğrafi işaretlerin inceleme işlemleri oldukça kapsamlıdır. TPE'ye yapılan başvurular için, tescile konu ürün hakkında teknik bilgi ve yeterliliğe sahip uzman kuruluşlardan görüş alınmaktadır. Uzman kuruluş görüşünün TPE'de değerlendirilmesinden sonra, tescil için engeli bulunmayan başvurulardan menşe adı olanlar Resmi Gazetede ve yüksek tirajlı bir adet günlük gazetede; mahreç işareti olanlar ise sayılan gazetelere ilave olarak bir adet yerel gazetede bilgi ilanı biçiminde yayımlanır. Resmi Gazete'deki ilan tarihi ile birlikte 6 aylık itiraz süresi başlar. İlanın amacı hem itiraz prosedürünü düzenlemek hem de coğrafi işaret başvurusu hakkında, tüketiciler başta olmak üzere ilgili tüm kesimleri bilgilendirmektir.

Hakkında itiraz başvurusu yapılmayan veya itirazı reddedilen başvurular tescil edilir. İtiraz yapılan başvurular ise, başvuru sahibinin itiraza karşı görüşü de alınarak, konuda uzman kuruluşlara incelettirilir. Uzman kuruluş görüşünün ardından başvurunun; mevcut haliyle tesciline veya tamamen reddine yahut bazı kısımlarının değiştirilerek ilan ettiril-



mesine ve bu ilanın ardından tesciline karar verilebilir.

“Coğrafi işaret koruması”nın temel fonksiyonları arasında:

- ürünün gerçek üreticisinin korumanın sağlayacağı -özellikle ekonomik- kazançtan faydalanması

- gerçek üreticinin kazanması vasıtasıyla bölgesel kalkınmanın desteklenmesi

- ürünlerin üretimi aşamasında gerçekleştirilecek olan “karakteristik özellik denetimi” sayesinde tüketiciye de garantili ürünler sunulması

- coğrafi işarete konu ürünün üretim yerinin tanınırlığının artması nedeniyle bölge turizminin de dolaylı olarak gelişmesi

- tescile konu ürünün gerek iç gerekse dış pazarlarda bilinirliğinin ve dolayısıyla rekabet gücünün artması

- üzerinde tescilli coğrafi işareti taşıyan ve taklit olarak üretilen ürünlerle mücadelede “yasal bir güç”e sahip olunması bulunmaktadır.

Coğrafi işaret koruması diğer bölgelerdeki üreticilerin aynı tür ürünleri üretmesini engellemez, sadece aynı coğrafi işaret adı altında satmalarını engeller. Örneğin “Kayseri Pastırması”nın korunuyor olması, Afyon’da pastırma üretimini ya da “Afyon Pastırması” adlı coğrafi işaretin de korunabilmesini önlemez.

Taklit durumu olmazsa, yasal korumaya sahip üreticiler satışlarını artırabilir ve dolayısıyla ekonomik ölçeklerini genişletebilirler.

Gerek basında yer alan haberlerden gerekse TPE’ye yöneltilen sorulardan “tescil ettirenin, coğrafi işareti istediği şekilde kullanma ve kullandırma hakkını da elde ettiği” yönünde yanlış değerlendirmelerin bulunduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaretler, hak sahipliği bakımından diğer sınai mülkiyet hakları olan marka, patent ve tasarım korumalarından büyük farklılık taşır. Coğrafi işaret tescilinde tescil ettiren kişiye münhasır yani tekeli bir hak sağlamaz.





1. Yöresel Ürünler Fuarı

28 Nisan
01 Mayıs
2010

Antalya Expo Center

Ziyaret Saatleri:
10.00 - 19.00

Sizin oraların nesi meşhur?
Hem tanıtın, hem satın

www.yorexturkiye.com.tr
info@yorexturkiye.com.tr

Tel: (242) 244 26 70 - 241 28 28
Faks: (242) 241 11 58

DESTEKLEYENLER



DESTEKLEYEN MEDYA-BASIN



ORGANİZASYON





Tescil yoluyla kayıt altına alınan özelliklere bağlı olarak üretim yapılması kaydıyla, ürünlerin kaynaklandığı coğrafyada bulunan tüm gerçek üreticiler söz konusu coğrafi işareti kullanım hakkına sahiptir. Bu hakkın, sanki bir lisans hakkı verir gibi, sözleşme yapılarak diğer üreticilere verilmesinin de söz konusu olamayacağı unutulmalıdır.”



Ali Çandır,

Antalya Ticaret Borsası
Başkanı:

“Dünyada birçok ürün üretildiği bölgenin adıyla bilinir, o yörenin adıyla tanınır ve pazarlanır. Yöresel ürünler; bir üretim süreci sonunda, ekonomik bir faaliyet sonucu ortaya çıkan ekonomik değerlerdir. Ancak ürünlerini ve niteliklerini; o yöreye özgü doğal koşullardan ya da o yörede o ürünü üretenlerin çok uzun süreler boyunca geliştirdikleri bilgi, beceri, yöntem ve tekniklerden alırlar. Yöresel ürünleri, sadece ekonomik değerler olarak tanımlarsak, haksızlık etmiş oluruz. Çünkü işin içinde bölgede yaşayan ve üreten insanların gelenek, görenekleri, kültürleri de vardır.

Hatta çoğu zaman ürüne bölgesel özelliklerini veren temel etkenler gelenek ve kültür gibi olgulardır. Bu nedenle kaliteli bir yöresel ürüne fiyat biçmeye kalktığınızda ne yaparsanız yapın, bir eksiklik hissedersiniz. Muhakkak verebildiğiniz fiyatın daha değerlidir.

Yöresel ürün tanımı kapsamına, tarımsal ürünlerle beraber, eli işi ürünleri ile aynı zamanda sanayi ürünü de denebilecek bazı atölye ürünleri de girer. Burada temel kıstas, o ürünün dünyanın başka yerlerinde üretilen veya yetiştirilen benzerlerinden, önce kalite, sonra da sunum anlamında, hangi “üstün” farklılıkları taşıdığıdır.

Pazarlama işinde en önemli konuların başında, satmaya çalıştığınız ürünün potansiyel müşteri tarafından daha önceden tanınıyor olması gelir. Yöresel ürünler hiç bir özel lansman yapılmadan yıllar, 10 yıllar hatta yüzyıllar içinde isim yaparlar; nam salarlar ve bilinirlikleri böylece artar. İşte tam bu noktada, işin kolayına ve ucuzuna kaçan, yetersiz tekniklerle üretilmiş, nitelsiz taklitler devreye girer ve yüzyılların birikimi olan değerlerin “isim” avantajını kullanmaya çalışır. Bu taklitler, özgün değerler olarak korunması gereken yöresel ürünlerin, kamuoyu nezdindeki saygınlığını ve tanınırlığını zedeler,

üreticisine zarar verir. Bu nedenle birçok ülke, topraklarında üretilen yöresel ürünlerin korunmasına yönelik tedbirler almıştır. Coğrafi İşaret Tescili ve Menşe Adı Koruması bu önlemler arasında en etkili ve yaygın olanıdır.

Coğrafi işaretler, yöresel ürünler için tıpkı telif hakkı veya sınai haklar gibi yasal koruma sağlar. Taklit ürünlerin, yöresel ürün isimlerini haksızca kullanmasını önler. Ülkemizde bu sistem, 27 Haziran 1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK uyarınca ve ancak ihbar müessesesi yoluyla çalışıyor. Coğrafi işaret tescili almış özel veya tüzel kişilik, taklit ürünleri ihbar ederse, hatırı sayılır para cezaları ve men etme gibi yaptırımlar söz konusu. Coğrafi işaret vermeye, Türk Patent Enstitüsü yetkili. Türkiye’de bugüne kadar 67’si tarım ürünü, toplam 117 ürün coğrafi işaret tescili aldı. Ancak bazı ülkelerde bu sayı, binlerle ifade edilir. Örneğin Fransa’da gerçekleştirilen 21 milyar Euro’luk gıda endüstrisi ihracatının yüzde 30’unu coğrafi işaret sahibi ürünler oluşturur.

Görüldüğü gibi yöresel ürün dediğiniz zaman, hem emsallerinden farklı ekonomik değerler taşıyan, hem de kültürel anlamda yöre insanını anlatan ürünlerden söz etmiş oluyorsunuz. Hukuki işaret tescili bir yana, Anadolumuz, yöresel ürünler itibarıyla dünyada eşi benzeri olmayan bir zenginliğe sahiptir. Hangi ile giderseniz gidin, hatta kimi yer-



lerde beldeler düzeyinde, mutlaka özgün bazı ürünlerle karşılaşsınız.

Örneğin, Kaşar Peynirini Kars'ta tatmanız gerekir. Telkari dendiğinde Malatyalı ustaların birikimi ve becerisini görmeniz şartır. Manda kaymağı deseniz; Afyonkarahisar'da ekme-kadayıfının üstünde yemelisiniz denir. Bütün bu ürünler o bölgenin paha biçilmez değerleridir aslında.

Buna rağmen maalesef piyasalarda hak ettikleri değeri bulamıyorlar. Binbir emekle üretilen ve yüzlerce yıllık birikim ve teknikle üretilen Kars kaşarını 8-9 Liraya satmak zorunda kalıyor üreticimiz. Ama rocquefort peynirinin ikinci elden taklidini bile bu kadar ucuza almanıza imkân yok. Bunları düşününce ve baklavamıza, lokumumuza sırf orijinal üretim bölgesine olan coğrafi yakınlıklarına güvenip, tescil almaya kalkan Yunan girişimciler olduğunu hatırlayınca insan hayıflanıyor.

Yöresel ürünlerimiz, hem kültürel hem ekonomik anlamda değer taşıyan varlıklarımız. Yöresel ürünlerimize sahip çıkmalıyız. İsim haklarını almalı, dünya pazarlarında hak ettikleri yeri kazanmalarını sağlamalı, taklit edilme-

lerini önlemeli ve her şeyden önemlisi, iç piyasada da tüketilmelerini, kullanılmalarını sağlamak zorundayız. Üretmek tamam; ama kendimiz tüketmiyorsak, sahipsiz kalmalarını da yadırgamamak lazım. Bütün bunlar bizim; bu toprakların değerleridir.

Antalya Ticaret Borsası olarak, bu bakışla geliştirdiğimiz bir fikri, YÖREX Birinci Yöresel Ürünler Fuarı ile uygulamaya koyduk. Bu fuarın yaratmasını umduğumuz ticari hareketlilikle yöresel ürünlerle ilgili bir ortak bilinç oluşmasını, bu ürünlerle iş-tigal eden insanlarımızın hukuki haklarını korumak amacıyla yapabilecekleri şeyler olduğunu an-

latabilmeyi istiyoruz. Fuarın genel amacı kamu yararı adına ülkemizin bir takım saklı kalmış değerlerini yükseltmektir. Yüzlerce yıldır yöresel ürünlere biçim vermiş, nitelik kazandırmış ve kendilerinden sonraki kuşaklara bir değer bırakmış insan emeğinin, boşa gitmemiş olduğunu göstermektir. Biz boşa gitmediğini görmek istiyoruz. Bunun için de bir şeyler yapmak gerektiğine inanıyoruz.



Mantarcılığın parlak

A

ntalya'nın Korkuteli ilçesinde mantar üreticiliği, kendine özgü bir hikayesi olan sektörel bir maceradır. Bundan iki yıl öncesine kadar yaklaşık 3 bin üreticiyle toplam 5 bin kişinin geçimini karşılayan mantar üreticiliği bugün inanılmaz bir darboğaza girmiş durumda... 'İnanılmaz' diyoruz; çünkü elde ettiğimiz veriler boşa giden onca emeğe, kaybedilen zamana ve yitirilen azımsanamaz miktarda ulusal varlığa işaret ediyor...



beşiği Korkuteli, günlerini arıyor

Bu araştırmamızda, önce mevcut durumun bir fotoğrafını çekmeye çalışacağız. Sonra içine girilen darboğazın nedenlerine değineceğiz ve çözüm önerilerini tartışacağız. Henüz örgütlenme başarısını gösterememiş bir sektör olarak mantar yetiştiriciliğinin; işin temeline inen asli bir sorunu var mıdır; onun üzerinde duracağız ve nihayet özgün bir değerlendirme yapmayı deneyecek ve önerilerimizi sıralayacağız...



Bundan yaklaşık 25 yıl önce Antalya'da Korkuteli bölgesinde mantar üreticiliği diye bir şeyden söz edilmiyordu. Mantar yetiştiriciliği, ancak bazı girişimci ruhlu işadamlarının sohbetlerinde dile getirilen, Türkiye'de bile uygulama örneği henüz çok görülmeyen bir işti. Yani meraklısının küçük merdivenaltı işliklerinde, birkaç kasa içinde gerçekleştirilen bir tür hobi gibiydi mantarcılık.

Bir çok kolaylaştırıcı etken olduğu söylenebilir ama asıl olan Korkuteli'nde bu işin başlamasına önayak olan atılgan ve cefakar işadamları oldu. Onların çabaları ve yönlendirmesiyle, bölgede hemen herkes mantar yetiştirmeyi öğrendi. Zaman içinde mantar yetiştiriciliği çoğu çiftçi için düzenli bir yan gelir kaynağı oldu. Bazılarıysa işi başlıca geçim kaynağı olarak sahiplendi ve daha düzgün, genişçe odalarda kültür mantarı yetiştirmeye soyundular.

Tabi tarımsal bir ürün yetiştiriyorsanız, işin pazar piyasaları hayatı önem taşır. Mantar yetiştiriciliği Antalya bölgesinde mantarcılıkla paralel gelişen turizm sektöründen de önemli ölçüde beslendi. Derken iç piyasada belli ölçüde, mantarın nasıl tü-

ketildiğiyle ilgili kanılar oluşmaya başladı ve Türk halkı da yavaş yavaş mantar tüketmeye başladı.

Ancak mantarın şöyle bir özelliği vardı; günlük üretilip, çok kısa sürede tüketilmesi gerekiyordu. Bu da mantar ürün fiyatlarının pazardaki fiyatına çok yüksek esneklik kazandırıyor ve çoğu zaman üreticide hayal kırıklığı yaratabiliyordu. Gününde satılamayan mantarın fiyatı bazen 4, 5 kat düşüyor; buna rağmen alıcı bulamadığı oluyordu. Korkuteli'nde mantar üreticiliğinin öncülerinden biri olan İsmail Gülel, bölgedeki ilk konserve tesisini kurana kadar, pazardaki bu sorun böylece devam etti.

Ürünü konserve etme imkanı olunca, günlük tüketilmesi gereken mantarın saklama ömrü birden bire iki yıla kadar çıktı. Bu da üretici açısından bulunmaz bir ortam yarattı. İsmail Gülel, konserve işleminin sektörü nasıl etkilediğiyle ilgili şunları anlatıyor; "Mantar piyasası yeni sayılacak bir sektör için belli bir süre genişleyerek, üreticiyi memnun etmeye devam etti. Ancak 1996 yılında bir doygunluk sınırı söz konusu oldu. 1996'ya kadar üretici sayısı da sürekli arttığı için, gün geldi üretilen mal günlük satılamamaya başladı. Bu da sektörden ka-

çışlar yaşanmasına neden oldu. Örneğin 2 Liraya kolayca satılan ürün, 50 Kuruş fiyata rağmen elimizde kalmaya başladı. O sene Devran Konserve tesislerini kurduk ve üreticinin gününde satamadığı mantarı 2 Liraya değilse bile; 1,80; 1,90 TL gibi fiyatlarla almaya başladık. Birden bire sektör toparlanıverdi. İlgi eskiye göre daha da arttı. Çünkü sektöre güven geldi. Sonra zaman içinde bu bölgede üç tane daha konserve tesisi açıldı. İşleme kapasitesi arttı. Ama gelişmeler ürün arzında aynı olumlu çizgiye müsaade etmedi ne yazık ki..."

Konserve işleme tesisleri sektöre nefes aldırdı ama mantarcılık sektörünün hala yığınla sorunu var. Bunların başında sektörün nasıl bir sektör olduğu; ne ürettiği; neyi pazarladığı ve ulusal ekonomiye nasıl bir katkı yaptığından Ankara'nın hala haberdar edilmemiş olması geliyor. Evet, 25 yıldır Türkiye'deki üretimin % 50'sinden fazlasını üreten Korkuteli'nde bile, bu sesi duyuracak bir oluşum gerçekleşmemiş maalesef...

Bürokratlarımız, hukukçularımız; henüz bir, bir buçuk yıl öncesine kadar mantarın bir sanayi ürünü olduğunu zannediyordu. Yani mesela lokma takımı gibi yahut mesela bisiklet





zinciri gibi bir ürün olduğuna inanıyorlardı. Oysa mantar, kültüre alınmış bir canlı üretim materyalidir. Biyolojik taksonomide bitki veya hayvan kategorisine girmeyen; ancak kendi başına bir aile olarak tanımlanan bir canlı türüdür, mantarlar. Ama sonuçta canlı üretimi söz konusudur; dolayısıyla konumuz bağlamında bir tarım ürünüdür.

Neyse ki bu sorun nihayetinde aşıldı. Mantarın bir tarım ürünü olduğu Ankara'da artık kabul görmüş durumda. Mantar tarım ürünü olarak kabul edildi ve bir gıda ürünü olarak KDV'si % 8'e düşürüldü. Ama bunun üretici nezdinde herhangi başka bir yansıması oluşmuş değil, henüz. Üreticinin destek beklediği temel girdiler arasında elektrik, mazot ve kompost geliyor.

Kompost, mantar yetiştiriciliğinin temel girdisidir. Hububat tarlalarında hasat sonrası arazide kalan anızdan üretilir. Anız; bitkisel kaynaklı, canlılığını kaybetmiş çeşitli organik materyal ile karıştırılarak fermante edilir. Elde edilen ürün, mantar misellerinin kolayca gelişebileceği bir ortam oluşturur. Kompost adı verilen bu karışım, mantarın beslenmesi için son derece zengin bir içeriğe sahiptir. Yetiştiriciler açısından bu kadar önemli bir girdi olmasına rağmen, hammaddesi; normal şartlarda yakılarak yok edilen yahut tarlada çürümeye bırakılarak herhangi ekonomik bir değer kazanmayan anızdır.

50 Liralık anız Konya'dan gelene kadar 350 Lira oluyor

Anız konusu, hakkında her gün yazsak hakkını vermeyeceğimiz bir sorun haline geldi. Yukarıda sektör açısından taşıdığı önemi ve alternatif kullanım değerlerini yazdığımız anızın KDV'si % 18. Burada KDV kavramını ülkemiz ekonomisine kazandıranlardan başlamak üzere, günümüzde KDV'yi hiçbir akılcı sistematik yü-

rütmeden uygulayan herkesin de sorumlu olduğunu hatırlatmamız gerek. Anız kendi başına pahalı bir ürün olmasa da, nakliyesi ve vergileri yüzünden birim maliyeti inanılmaz oranlara çıkıyor. Yerinde tonunu 50 Liraya alabildiğiniz anızı, Konya'dan Korkuteli'ne getirdiğiniz zaman sadece nakliye ücreti olarak 200, 250 Lira ekleniyor fiyata. Bu mesafeden anız almaya kalktığınız zaman fiyat vergileriyle birlikte, yaklaşık 350 Liraya ulaşıyor.

Ülkemizin en büyük kompost tesislerinden biri olan SMS Ersanlar Ltd. Şti.'nin sahibi Süleyman Ersan, kültür mantarında üretim maliyetinin yaklaşık % 70'ini kompostun oluşturduğunu kaydediyor, "En temel girdi olan kompostun KDV oranı ülkemizde % 18 iken Lüksemburg'da % 3, Belçika'da % 6, Hollanda'da ise % 8. Üretim maliyetinin yüksek olması nedeniyle üretici yeterli gelir elde edemiyor.

Ya kayıt dışı üretime yöneliyor, ya da üretmeyi bırakıyor. Üretici mutlaka desteklenmelidir. Desteklemeler de üretici birliği üzerinden yapılmalıdır." Süleyman Ersan'a göre bu durum, üreticilerin örgütlülüğünü de arttıracak ve böylece daha büyük ve farklı pazarlara ulaşmak da mümkün olacak.

Tarımsal üretim yapan çiftçilerin alabildiği elektrik indiriminden de faydalanamıyor mantar üreticisi. Yasal olarak tarım ürünleri klasmanında sayılmaya başlamış durumda ama

uygulamada herhangi bir işareti görmüş değil sektör paydaşları. Vergi indirimleri, teşvik primleri ve benzer desteklemeler; belli amaçlar için yapılır. Bunların en başında istihdamı arttırmak gelir. Para hareketi yaratmak; alım gücünü arttırmak; insanların ekonomik hayatta varlık göstermesini, sağlamak devlet desteklerinin amaçlarındandır. Bu arada hangi sektörü desteklerseniz destekleyin; bu ana amaçların yanında üretimde artış, ihracatta artış ve birim maliyetlerde düşüş gibi tali faydalar da sağlarsınız. Mantar üreticiliği yukarıda saydığımız ve sayamadığımız her türlü faydayı sağlayabilen bir sektör olarak genel tarım ürünleri desteklemelerinin hiç birinden yararlanamayan bir iş alanı olarak dikkat çekiyor.

Konserve tesislerinin sektörde etkin olmaya başlaması, ihracatı da tetiklemişti ve mantar ihracatı hatırı sayılır cirolara ulaşmıştı. Ama bugün Türkiye mantar ihracatı yapamıyor. Çünkü çok daha uygun koşullarda, çok daha uygun fiyatlarla mantar üreten ülkeler var. Bu ülkelerin başında Çin ve Hollanda geliyor. Çin dünyanın en çok mantar üreten ülkesi. İşçilik çok ucuz ve Çin devleti mantar yetiştiricisine her türlü desteği veriyor. Hem yetiştirme tesisi, hem de konserve tesisi sahibi olan İsmail Gülel, Türk mantarcılığının uluslararası piyasada rekabet edebilecek hiç bir argümanı kalmadığını söylüyor, "Çin'den man-

"Bırakın ihracatı, Çin mantarıyla iç piyasada bile rekabet edemiyoruz!"



Süleyman Ersan



İsmail Gülel

tar ithalatına herhangi bir tahdit getirilmedi. Bakanlık sanki her şey güllük gülistanlık gibi gönül ferahlığıyla izin veriyor ithalata. Antalya'daki konserve tesislerinden biri de Çin'den mantar getiriyor ve pazara sürüyor. Çin'de asgari ücret 29 Lira. Elektrik bedeli, bizdekinin dörtte biri. Çinli mantar üreticisi, tarımsal üretimde söz konusu olabilecek bütün desteklemeleri; eksiksiz tamamını alabiliyor. Çinli üreticinin masrafına karşılık aldığı oranı % 45. Türk üreticisi için bu oran % 25'i bulmuyor. Mantarcılık, Çin'de geleceği olan bir sektör olarak özel olarak destekleniyor. Burada 1 kg mantarın üreticiden çıkışı 2 Lira ise; Çin'den gelen mantarın kilosu 70-80 Kuruşa mal ediliyor. Rekabet edebilir misiniz! Rekabet imkanı yok. İhracatta solugumuzu kestiler ama bırakın ihracatı, iç piyasada bile rekabet edemiyoruz. 2, 3 kat ucuza mal edebilen biriyle nasıl rakip olalım! Ne yapacak üretici; bırakıp gidecek mantar işliklerini; başka bir şey yapmayı deneyecek."

Evet... Bırakıp gidecek ve başka bir şey üretmeyi deneyecek. Bunca sorunu sıraladıktan sonra, madalyonun öte tarafına geçip bir de oradan bakmakta fayda var.

Mantar sektörü 25 yıldır işe yarar bir örgütlülük oluşturamamış

Bakanlık ithalata izin vermesin;

devlet desteklemeler kapsamında mantar yetiştiricisini de gözetsin ve mantarcılarımız uluslararası piyasada rekabet edebilecek düzeye genle kadar teşvikler versin; mantar üretiminde kullanılan girdiler için söz konusu olan vergiler en azından mantıklı oranlara indirilsin; mantar bir gıda ürünü olarak algılanıp, değerlendirilsin. Bütün bu temenniler, güzel ama bunlardan haberdar olması gerekenlerin haberi olmadıktan sonra kıymeti olmuyor. Bürokratlarımız arasında çalışkan, cefakar ve vefakar insanlarımız var; onlar bulundukları mevkiilerde, süt üreticisine de; meyve üreticisine de; hububatçıya da; sebzeçiye de; mantarcıya da el verebilmenin çabası içindeler. Ama bu sektörlerin her birinden ayrı ayrı haberdar olmalarına imkan yok. Sektörün sorunları ve ihtiyaçları birileri tarafından etkili ve isabetli biçimde dillendirilirse haberleri olabilir. Bunun yolu da örgütlenmekten geçiyor. Mantar sektörü ne yazık ki 25 yıldır etkili ve işe yarar bir örgütlülük oluşturamamış... Dolayısıyla sesini de duyuramamış.

Örgütlenme denince, Korkuteli özelinde çok ilginç ve aslında gülünç de bir durum söz konusu. Yıllarca mantar üreticileri birliğinin kurulması için çaba harcayan üreticiler, birkaç emekli memurun bir araya gelip birliği kurduğunu duyunca şaşkınlık içine düşmüşler. Çoğunun mantar yetiştiriciliğiyle doğru dürüst ilgisi bile olmayan bu iyi niyetli emekli memur

grubunu kimin, hangi amaçla motive ettiğini tartışmayacağız. Ama sektörle ve üreticinin menfaatleriyle hiçbir ilgilerinin olmadığı kesin. Başka düşüncelerle davrandılar nitelik; söz konusu girişim mekanik olarak ödeyemediği için icralık oldu ve dağıldı gitti...

Peki, Korkutelili mantar üreticisi; Türkiye mantar üretiminin % 50'sinden fazlasının üreten mantar yetiştiricisi neden örgütlenemiyor? Bize göre bu sorunun cevabı şu; Korkutelili mantar üreticisine "mantar üreticisi" sıfatını başkaları veriyor. İlçede kendisine mantarcı diyen çiftçi sayısı zannettiğimizden çok daha az. Yani bilimsel araştırmalar 1996 öncesinde 3 bin üretici olduğundan söz ediyor ama, bu üreticilerin çok azı kendisine mantar üreticisi diyor. Mantarcılık çoğu için tali bir üretim etkinliği ve her birinin aslı uğraşı tarımsal üretimin bir başka sahası, aslında. Böyle olunca mantar sektörü içinde görmüyorlar kendilerini. Bu da aslında mantarcılık işini, profesyonel bir işletme anlayışıyla sürdürmediklerine işaret eder. Yani aslında Korkuteli'nde mantar üreticisi vardır demek sandığımız kadar kolay ve haklı bir ifade değil. Öyle ya, 25 yıldır bir çatı oluşturup altında toplanamadıklarına göre!... Ne yazık ki, başka çıkarımlar yapmamıza yarayacak argüman bulamıyoruz...

Sahipsiz kalmış sektörü kolayca kullanıyorlar

Üretici örgütlenemiyor ama sektörün etkili bir varlığı; ekonomik bir değeri var. Bu da en çok siyasetçilerin ya da siyaset yoluyla bazı mevkileri hedefleyenlerin işine yarıyor. Sahipsiz kalmış sektörü kolayca kullanıyorlar. "Mantarcılık toplantısı mı var; varalım bir boy gösterelim!... Mantar Festivali mi! Mutlaka bulunalım, birkaç kelam edelim... Hem mantar yeriz..."

Korkuteli'nde mantar yemekle tükenmez. Ama Korkutelili üretici bu yaklaşımlara prim vermeye devam ederse; çiftçiye, üreticiyi birkaç yıl içinde tüketmek mümkün.

Peki üretici sayısı azalırsa ne olur? Sorunun cevabı güncel manzarada saklı zaten. Bakıp görmek yeterli; bugün ilçede 400 kadar üretici kaldı. Ama rekoltede herhangi bir düşüş yok!



Başta konserve işletmeleri olmak üzere bir çok tesisin üretim kapasitesi piyasadaki boşluğu şu an için dolduruyor. Zaten ithal Çin mantarı nedeniyle pazarda aman aman bir boşluk da kalmamış durumda. Asıl önemli değişiklik, mantardan elde edilen gelirin dağılımında. Eskiden 3 bin üretici varken, yaklaşık 5 bin kişinin ekmek yediği bir sektördü. Bugünse, 400 kadar üretici var ve aynı pasta 7, 8 kat daha az insan tarafından paylaşılıyor. Yani herkes üreticilere birlikler marifetiyle büyümesini tavsiye ederken, mantar sektöründe küçük üretici yok oluyor.

Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Mantarcılık Bölümü Öğretim Üyesi Dr. Erkan Eren bir açıklamasında mantar yetiştiriciliğinde küçük işletmelerin şansının kalmadığını söylemişti. Dr. Erkan Eren'e göre, pazarın ayakta kalabilmesi, profesyonelce tesis edilmiş pahalı yatırımlara bağlı. Erkan Eren



Erkan Eren

günde ortalama olarak 2 ton ürün alınabilecek, karlı bir işletme için en azından 1,5; 2 milyon Liralık yatırım yapmak gerektiğini belirtiyor. Sayın Eren'in öngördüğü geri dönüş süreci ise 4 yıl.

Dr. Erkan

Eren'in bir akademisyen sıfatıyla yaptığı bu değerlendirme küçük işletmecinin açısından nasıl bir gelecek gördüğünü de ortaya koyuyor. Küçük işletmecinin ya birlik olacak, ya da bu işleri bırakıp başka bir şey yapacak.

Ne yapmalı?

Yıllık 60-70 ton civarında üretilen mantar, bugün için yaklaşık 200 bin TL civarında gelir getiriyor. B kompleks vitaminleri, C vitamini, kalsiyum, fosfor, potasyum gibi vitamin ve mineraller içeren mantarın tüketim biçimi giderek zenginleşiyor ve tanınıyor. Yüksek oranda folik asit içeren mantar, bağışıklık sistemini güçlendirip, kansızlığa da iyi geliyor. Hayati riskler yaratan birçok hastalığın önlenmesinde yardımcı etkisi olduğu bilinen bu kendine özgü tarımsal ürün, asıl şanını



içerdiği protein miktarıyla kazanmış. Hayvansal protein alırken ister istemez aldığınız yağı mantar tüketirken almıyorsunuz. Ama yakın oranlarda proteini alabiliyorsunuz. Ekonomik öneminden yukarıda uzun uzun söz ettik. Ama bir kez daha hatırlatalım; katma değeri bu kadar yüksek; üretimi ve işleminde teknik deneyim kazandığımız; piyasalarda hatırı sayılır yer edindiğimiz, dünya klasmanında üçüncü en büyük yetiştirici sıfatını tırnaklarımızla kazandığımız mantar sektörünü kaderine terk etmemeliyiz. Öyleyse neler yapılmalıdır? Buna yine kendi değerlendirmemizle bir cevap vermeye çalışalım...

Her şeyden önce ister küçük, ister büyük olsun üretim tesisleri profesyonelleşmelidir. Küçük üretici, hangi ölçekte üretiyor olursa olsun, kendisini mantar üreticisi olarak görmeli ve sektöre sahip çıkmalıdır.

Devlet, mantarın tarımsal bir ürün olduğunu kabullendiğini; destekleme uygulamaları söz konusu olduğunda da hatırlamalı ve sektörü; Çin ve Hollanda gibi ekonomik istilacı ülkelerle rekabet edebilir hale gelene kadar desteklemelidir.

Sektör adam gibi örgütlenmeli, belki bir Mantar Tanıtım Grubu oluşturularak, etkili ve profesyonel bir tanıtım atağı yapmalıdır. Desteklemeler, çiftçi örgütleri üzerinden uygulanmalı; böylece çiftçi örgütü güçlü kılınmalıdır.

Mantar sektörü, rekabet gücü kazanıncaya kadar ithalata karşı kesin ve sarsılmaz bir kararlılıkla korunmalıdır.

Sektörün temel girdileri ve nihai ürünle ilgili vergilerin tamamı gözden geçirilmeli ve tarımsal bir üretim işi olarak değerlendirilmek suretiyle vergi uygulamaları yeniden düzenlenmelidir.

Türkiye'de yaklaşık 30 kadar Mantarcılık Yüksekokulu vardır. Ancak maalesef bunların hiç biri ulusal üretimin % 60'ını gerçekleştiren Korkuteli'nde değildir. Bu ayıp en kısa sürede giderilmeli; mantar sektörünün kalbinin attığı yer olan Korkuteli'de nitelikli ara eleman açığı giderilmelidir. Nitelikli üretici demek; nitelikli ürün ve maksimum verim anlamına gelecek; ekonomik kayıplar en aza inecek ve birim maliyetleri asgari düzeye düşecektir.



Kapalı kutu İran



Dışa kapalı bir yönetim biçimiyle yönetilen İran, petrol zenginliği kadar tarım zenginliğine de sahip. Fakat ekonomiye katkı sağlayan en önemli kalemin petrol olması, İran tarımının dünyada tanınmasını engelliyor. İran'ın içinde bulunduğu Ortadoğu'daki siyasi istikrarsızlık ve askeri hareketlilik; ülkelerin milli kaynaklarının büyük kısmını askeri yatırıma aktarmasına sebep oluyor. İran bu olumsuzluklara rağmen, son yıllarda tarım alanına ciddi yatırımlar yaptı. Bugün İran hükümeti, yabancı sermayeyi çekmek ve yerli yatırımcıyı da teşvik etmek amacıyla, tarımla ilgili son derece cazip bir dizi düzenlemeyi yürürlüğe soktu. Bu düzenlemelerin, birkaç yıl içinde İran tarımında sıçrama yaratması bekleniyor.

Coğrafya

İran'ın büyük bir bölümü yüksek ovalar ve geniş çöllerden meydana gelir. Ülkenin yüksek bir oviden meydana gelen bölümü kuzeyde Elbruz Dağları, güneybatıda ise Zagros Dağları ile sınırlıdır. Bu ovanın merkezi iki büyük çölle kaplıdır. Deşt-i Kebir (Tuz çölü) ve Deşt-i Lut (Kum çölü) tam bir çöldür. Yağışlı mevsimlerde dağlardan gelen seller tuzları getirerek Deşt-i Kebir'e bırakır, mevsim kuraklaşınca çölün yüzeyinde bir tuz tabakası meydana gelir.

İran topraklarının büyük bir kısmı, 1000 m ve üzeri rakımdadır. Kuzeyde 3000 m.yi geçen Kuzey İran Sıradağları bulunur. İran'ın bu bölümünde Hazar Denizi'ni İran'ın iç bölgesindeki yaylalardan ayıran Elbruz Dağları 4000 m yüksekliğe kadar ulaşır. Doğuya doğru bu dağlık alan alçalar ve daralır. Elbruz Sıradağları'nın batısında ise içinde, Rezaiye Gölü ve havzasının bulunduğu Azerbaycan dağlık bölgesi uzanır. Rezaiye Gölü'nün hemen doğusunda Tebriz Ovası yer alır. Rezaiye Gölü'nün en derin yeri 14 m, yüzölçümü ise 5000 km²'dir. İran'ın güneyini çevreleyen sıradağlar, Güney İran Dağları adı altında toplanır. İran'da ayrıca birçok volkanik dağ vardır. Büyük Kevir, yeryüzünün dibi en düz olan en geniş çöllerinden biridir. Kuzistan Ovası, Mezopotamya'nın bir uzantısıdır. İran, büyük ırmakları bulunmayan bir ülkedir. Az olan akarsularından Karun, Akçay ve Karaçay başlıcalarıdır.

İklimi

İklim bakımından İran, birbirinden çok farklı bölgelerin bulunduğu bir ülkedir. Hazar Denizi'ne bakan kısımlar

çok nemli ve daima yağışlıdır. Bu bölge dışındaki bütün İran toprakları subtropikal kurak bölge içindedir.

Hazar Denizi'nin kuzey kenarlarını çeviren Elbruz Dağlarının kuzeye bakan yamaçları, bol (senede ortalama 1000-1500 mm) yağış aldığından zengin ormanlarla kaplıdır. Bu dağların eteklerinde sıralanmış bulunan dar kıyı ovaları çok nemlidir. Güneyde iklim daha ılımandır ama, genelde belirgin bir sıcak söz konusudur. İsfahan yılda ancak 120 mm yağış alır. Yağmurlar genel olarak kış sonunda ve yaz ayları başlarında yağar. Denizden, yüksek dağlarla ayrılan iç ovalar yaz süresinde Akdeniz'de görülen hava basıncı düşüklüklerinden etkilenmezler. Burada iklim yazları çok sıcak, kışları ise çok soğuktur.

Bitki örtüsü ve hayvanlar

İran'ın dağlık yerleri ormanlarla kaplıdır. Hazar Denizi kıyı bölgesinde Karadeniz bitki topluluğunu andıran gür bir orman örtüsü meydana gelmiştir. Bu kısımlarda ve yaylalarda yüksek bozkırlar geniş yer tutar. İç bölgelerin çukur yerlerinde tuzlu bataklıklar ile çöl bozkırları ve kum çölleri uzanır. Vadiler boyunca ve sulanabilen verimli topraklarda çeşitli kültür bitkileri yetiştirilir. Kurak bölgelerde bunlar birer vaha görünümündedir. İran ormanlarında bugün az sayıda kaplan, leopar, kurt, ayı ve tilki bulunur. Çöllerin çevresinde boş topraklarda ceylanlar yaşar. Dağlık bölgelerde yaban keçileri ve çeşitli av kuşlarına rastlanır. İran'ın en büyük zenginliği petrol yataklarıdır. İran dünya petrolünün % 6'sını sağlamaktadır. İran bir tarım ve hayvancılık ülkesidir. Siyasi gelişmeler ekonominin gerilemesine yol açmış, milli gelirin düşmesine sebep olmuştur.

Devletin adı:

İran İslâm Cumhûriyeti

Başkenti: Tahran

Yüzölçümü: 1.648.000 km²

Nüfusu: 59.570.000

Resmi dili: Farsça

Dini: İslâm (Şii)

Para birimi: Riyâl

Asya'nın batısında yer alan bir devlet. Kuzeyinde Sovyetler Birliği ve Hazar Denizi, doğusunda Afganistan ve Pakistan, batısında Türkiye ve Irak, güneyinde Basra ve Umman körfezleri bulunur.

Tarım

Nüfusun büyük bir kısmı tarımla uğraşır. İran topraklarının yedide biri ekilebilir, tarıma elverişli topraklardır. Tarım ürünleri arasında en çok yetiştirilenler buğday ve arpadır. Meyve ve sebzelerin yanında pirinç, mercimek, nohut, şekerpancarı, soğan, pamuk, kavun, karpuz, dut ve tütün yetiştirilir. Kuzeydeki dar bir kıyı şeridinde sulamaya ihtiyaç duyulmadan tarım yapılabilen, güneyde sulama kanalları vasıtasıyla hurma yetiştirilmektedir. Ülkenin güney ve güneydoğusunda sulama işi önemli bir problemdir. Birçok bölgede tarım eski usullere dayanılarak yapılır. Bu da beklenebilecek yüksek potansiyele ulaşılmasını önlemektedir.

İran'da tarım sektörüne son yıllarda yapılan yatırımlar, ürün geliştirme, paketlenme ve pazarlama çalışmaları yeni ihracat pazarlarının yaratılmasına olanak tanımıştır. Tarım sektörü ülkedeki işgücünün yaklaşık dörtte birini istihdam etmektedir.

Sanayi

İran ekonomisinin petrole dayalı yapısının kırılarak sanayi üretiminin çeşitlendirilmesi amacıyla son yıllarda elde edilen petrol gelirlerinin bir kısmı diğer sanayi alanlarının gelişimine aktarılmaktadır. Verimsiz devlet kuruluşları sektöre hakim olup; başlıca sanayi dalları arasında halıcılık, mücevherat ve çelik sektörleri yer almaktadır. Orta Doğu'nun en büyük çelik sektörüne sahip olan İran'da otomotiv endüstrisinin yıllarca yüksek vergiler ve kotalar ile dış rekabetten korunması; beraberinde teknolojik yeniliklerin kullanımı, kalite ve maliyet konularında çeşitli sorunları da getirmiştir. Son yıllarda yabancı firmaların pazara nüfuz etmesi ve İran'da üretim ve montaj tesisleri kurmaları ile bu sorunlar da aşılmaktadır.

Hayvancılık

İran ekonomisinde hayvancılık

önemli yer tutar. En çok koyun beslenir. Beslenen koyunların yünleri aranan ve çok değerli einstendir. Genellikle dağların yüksek otlaklı yerlerinde ve yaylalarda hayvancılık yapılır. Koyundan sonra en çok, sığır beslenir. Hazar Denizi'nde balıkçılık yapılmaktadır. Buradan mercin balığı ve havyar elde edilir.

Ticaret

İran ithalattan çok ihracat yapan bir ülkedir. İhrac ettiği ürünlerin başında petrol gelmektedir. Elde edilen petrolün %

80'den fazlası satılmaktadır. Diğer ihracat maddeleri pamuk, halı, meyve, pirinç, yün ve deridir. İthal ettiği mallar arasında şeker, makineler, dokumalar, çelik, çay, motorlu taşıtlar bulunmaktadır. Başlıca limanları Abadan, Hürremşah, Basra Körfezi'nde bulunmaktadır. Hazar Denizi'nde ise, Benderşah ve Bender Pehlevi de önemli limanlar arasındadır. Tahran ve Abadan'da uluslararası havaalanları vardır. İran'da petrol yabancılar tarafından bulunmuş, onlar tarafından işlenmiş, 1951 yılında millileştirilmiştir. Çeşitli



merkezlerde çıkan petrol, dünyanın en büyük petrol rafinerilerinden olan Abadan petrol rafinerisine borularla getirilmektedir.

Dış ticaret politikası

Halihazırda Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olmayan ve gözlemci statüsünde bulunan İran,

DTÖ'ye üyelik başvurusunu 19 Temmuz 1996'da gerçekleştirmiş, 26 Mayıs 2005 tarihinde bir çalışma grubu oluşturulmuştur. İran'ın son yıllarda izlediği dış açılma politikaları ve Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üyelik hedefi doğrultusunda birçok ürünün ithalatında uygulanan tarife dışı engeller kaldırılmış ve birçok yasaklı ürünün ithalatına izin verilmiştir. Yerli sanayiye korumak amacıyla ithalatta uygulanan yüksek Ticari Kazanç Vergisi uygulaması ise 21 Mart 2005 tarihinde kaldırılmıştır. Daha önce ithalatta uygulanan özel kur (1 ABD Doları=1,750 İran Riyali) serbest piyasa kuru ile eşitlenerek ithalatta alınan gümrük vergisi ve diğer vergilerin hesaplanmasında serbest piyasa kurunun esas alınması yönünde bir değişikliğe gidilmiştir. İthalatta alınan vergilerin hesaplanmasında esas alınan kuru 4,5 kat artmış olması nedeniyle vergi oranlarında yapılan indirimlerin etkisi sınırlı olmuştur. Ayrıca yerli sanayi korumak amacıyla bazı temel sanayi dallarında (tekstil, otomotiv vb.) ithalatta uygulanan gümrük vergisi oranları yüksek tutulmaktadır. Örneğin 2008 yılında küresel ekonomik kriz ve azalan petrol gelirleri nedeniyle önlem olarak lüks malların ithalatı zorlaştırılmıştır. Katma Değer Vergisi (KDV) uygulamasına 2008/09 döneminde geçilememiş ve söz konusu tasarıları bir tarihe ertelenmiştir.

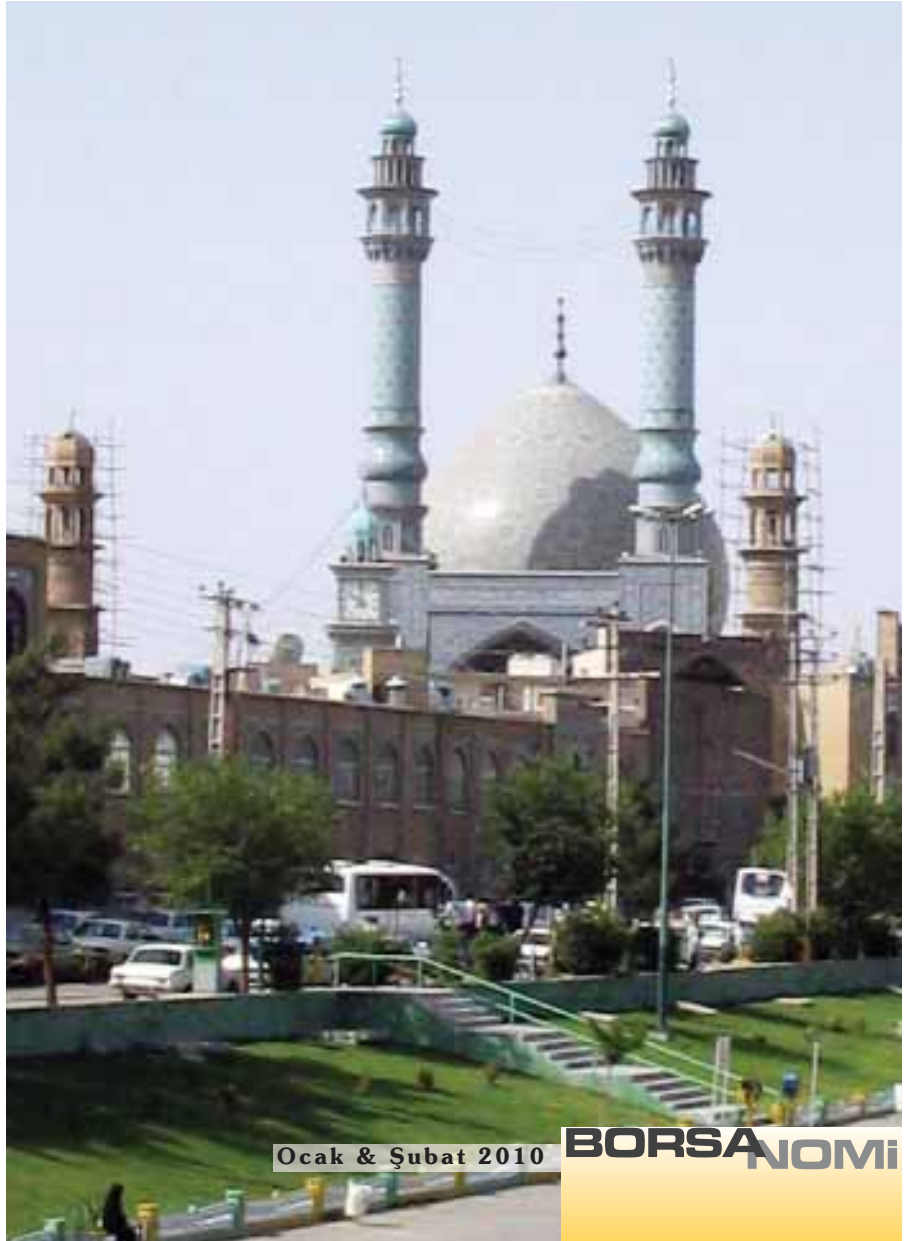
Türkiye ile ticaret

Dışa kapalı ekonomik yapısı, uyguladığı dış ticaret kontrolleri, yüksek gümrük tarifeleri, tarife dışı engeller, bankacılık ve ödemeye ilişkin sorunlar, iki ülke ara-



sındaki ulaşım ağlarının yetersizliği ve sınır kapılarında karşılaşılan sorunlar gibi engeller nedeniyle 2003 yılına dek İran ile ticari ilişkilerimizin boyutu istenen düzeyde gerçekleşmemiştir.

Benzer sebeplerle İran pazarında Türk firmaları ile rekabet edecek Avrupa firmalarının sayısı da sınırlıdır. Böyle bir ortamda Türkiye'nin İran ile coğrafi ve kültürel bağlarını kullanarak pazarda



mevcut Türk malı imajını daha da geliştirmesi ve diğer ülkelere kıyasla rekabet avantajı kazanması mümkün görülmektedir. İran aynı zamanda Türkiye'nin Orta Asya pazarlarına açılımında da en kısa güzergahtır.

İran, son yıllarda özellikle tarım alanında yatırım yapmak isteyen yerli yabancı girişimciler için çok avantajlı teşvikler uygulamaya başlamıştır. İşçilik maliyetlerinin Türkiye'dekine göre çok daha ucuz olduğu İran'da devlet arazi hibesinden, vergi muafiyetlerine; sıfır faizli kredi imkanlarından, su ve enerji kullanımına getirdiği indirimlere kadar yeni yatırımların önünü açacak çeşitli teşvikler veriyor. İran, dünya gıda piyasalarındaki gelişmelerin yarattığı yeni eğilimler doğrultusunda tarım ve gıda alanında daha etkin bir varlık gösterme kararlılığında görünüyor.

İran bölgesel uluslararası ticarette, dolara alternatif bir para birimi kullanılması tekliflerine de çok sıcak bakan birkaç ülkeden biri.

Bu ve diğer bazı başka projeler temelinde Rusya Federasyonu ile sıcak bir ilişkisi olan İran, eğer tarımsal üretimde hedeflediği sıçramayı gerçekleştirecek olursa; küçük Türk çiftçisi için son derece olumsuz, ama Türkiye'deki büyük tarım işletmeleri açısından da çok olumlu gelişmeler yaratabilir.

İran pazarı ile ilgili bilgiler

İran Türk iş adamları için gerek ticaret, gerekse yatırım açısından en önemli ülkelerin başında gelmektedir. İran nüfusunun önemli bir bölümü Türkiye'ye büyük bir sempatiyle bakmakta olup; Türk ürünleri İran pazarında marka imajına sahiptir. Bu imaj, satış

sonrası hizmetlerin kalitesi ile de ilişkilidir. Türk üniversitelerinden mezun olan çok sayıda İranlı meslek sahibi ve iş adamı da ilişkilerin geliştirilmesi açısından büyük bir potansiyel teşkil etmektedir. İran'a seyahat edecek Diplomatik, Hizmet, Hususi ve Umuma Mahsus Pasaport hamillerinin vizeden muaf olması da büyük kolaylık sağlamaktadır. İran'da ticari acenta ve distribütörlük aracılığı ile iş yapma biçimi oldukça yaygındır.

Nakliye masrafları ucuz olduğu için firmalar kendi distribütörlük ağını kurmak yerine, kargo ve nakliye şirketleri ile çalışmaktadır. Ülke çapında süpermarket zincirlerinin ve alışveriş merkezlerinin sayısı hızla artmakta olup; Tahran'da bakkal ve butik gibi küçük ölçekli şirketler de oldukça yaygındır. İran'da sıklıkla kullanılan bir pazarlama unsuru, işletim hakkı belediyelere ait olan şehir ilan panolarıdır.





Yararlı adresler

**Türkiye'nin İran'daki
Temsilcilikleri**

T.C. Tahran Büyükelçiliği
Ferdowsi Ave., No.337,
PB: 11365/8758
TEHRAN/İRAN
Tel: 00 98 213 311 89 97,
311 52 99, 311 53 51, 311
12 02, 35 95 11 0099
(santral)
Faks: 00 98 21 3 311 79 28
Eposta:
tctahranbe@parsonline.net

Web:

<http://tahran.be.mfa.gov.tr>

Görev Bölgesi:

Tebrez Başkonsolosluğu ile
Urumiye Başkonsolosluğu
görev çevreleri dışında
kalan tüm bölgeler
(Büyükelçiliğin hafta sonu
tatil günleri, Cuma ve
Cumartesi'dir).

**T.C. Tahran Büyükelçiliği Ticaret
Müşavirliği**

Ferdowsi Ave., No. 314, TEHRAN/İRAN
Tel: 00 98 21 33 91 35 92 – 33 92 62 46
Faks: 00 98 21 33 92 49 52
Eposta: dtmtahran@gmail.com
Web: www.musavirlikler.gov.tr

T.C. Urumiye Başkonsolosluğu

Adres: Khyabanil Dr. Beheshti No: 30
Ouroumieh 57. 159 Azarhbjai Kharbi
İRAN
Tel: 00 98 441 347 87 70
Faks: 00 98 441 346 95 95
Görev Bölgesi: Batı Azerbaycan,
Hamedan ve Kirmanşah Eyaletleri

T.C. Tebriz Başkonsolosluğu

Kuye Valey, Asr Khiyabani Foroughi
Felekei Homafer Kuçei Ferhengiyan
No:8 Tebriz/İRAN
Tel: 00 98 411 300 10 7071
Faks: 00 98 411 332 49 07
Eposta: info@tebbk.org
Web: <http://tebriz.bk.mfa.gov.tr>
Görev Bölgesi: Doğu Azerbaycan,
Erdebil ve Zencan Eyaletleri

İran'ın Türkiye'deki Temsilcilikleri

İran İslâm Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği
Tahran Cad. No:10, 06700 Kavaklıdere/ANKARA
Tel: 0 (312) 468 28 20 21 (pbx)
Faks: 0 (312) 468 28 23 – 427 35 41
Eposta: m_seyednejad@yahoo.com

İran İslâm Cumhuriyeti Erzurum Başkonsolosluğu

Alparslan Bulvarı, Osman Gazi Mah., 201. Sk.,
Eres Yapı Kooperatifi, D Blok, Yıldızkent/ERZURUM
Tel: 0 (442) 315 99 83
Faks: 0 (442) 316 11 82
Çalışma Saatleri: 08:30 – 17:00
Görev Bölgesi: Ağrı, Ardahan, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ,
Erzincan, Erzurum, Gaziantep, Hakkari, Hatay, Iğdır,
Kars, Kahramanmaraş, Malatya, Muş, Sivas, Şanlıurfa,
Van

İran İslâm Cumhuriyeti İstanbul Başkonsolosluğu

Ankara Cad. No.1, Çağaloğlu/İSTANBUL
Tel: 0 (212) 513 82 30
Faks: 0 (212) 511 52 19
Eposta: iranconsulateist@ircgi.org
Çalışma Saatleri: 08:00 – 16:00
Görev Bölgesi: Adana, Antalya, Aydın, Balıkesir,
Bilecik, Bursa, Çanakkale, Edirne, Kırklareli, Kocaeli,
İstanbul, İzmir, Manisa, Mersin, Muğla, Sakarya, Uşak.

İran İslâm Cumhuriyeti Trabzon Başkonsolosluğu

Taksim Caddesi Kızıltoprak Sokak No: 3, TRABZON
Tel: 0 (462) 326 76 51
Faks: 0 (462) 326 76 5253
Görev Bölgesi: Amasya, Artvin, Giresun, Gümüşhane,
Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Tokat, Trabzon.

“Antalya’nın hassas olduğu konularda sessiz kalamayız”



Ata Sönmez

Antalya’da et ticareti yapan Ata Sönmez, Antalya Ticaret Borsası Yönetim Kurulu üyeliğinin yanı sıra Canlı Hayvan ve Et Ticareti Meslek Komitesi üyeliği görevini de yürütüyor. Antalya’nın tarımda da ticarete de önünün açık olduğunu kaydeden Ata Sönmez, borsanın çalışmalarıyla ticari faaliyetlere ivme kazandırdığını belirtiyor. Ata Sönmez, Antalya Ticaret Borsası’nın Vakıf Zeytinliği ve Canlı Hayvan Borsası’yla ilgili yaptığı çalışmalarla Antalya’ya vefa borcunu ödediğini kaydetti. Sönmez, “Hiçbir zaman Antalya’nın hassas olduğu konularda sessiz kalamayız” dedi.

Sayın Sönmez önce kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1956 yılında Antalya'da doğdum. İlkokulu ve ortaokulu Antalya'da, liseyi İstanbul'da bitirdim. Yükseköğrenimimi 1983 yılında Gazi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde tamamladım. 1985 yılında evlendim. 1 kızım, 1 oğlum var. Antalya'da kırmızı et ticareti yapıyorum.

Sektöre nasıl girdiniz?

Baba mesleği olarak bu işe 1970'li yıllarda başladım. Okuduğum dönemde bile yazları kardeşlerimle et ticareti yaptım. 2000 yılında kardeşlerim bu işi bıraktı ben devam ettim. Daha önceki yıllarda perakende satış yapıyorduk, daha sonra perakendeyi bırakıp toptan satışa yöneldik. Hala da kırmızı et ticareti yapıyorum.

Borsa'daki çalışmalarınız ne zaman başladı?

Antalya Ticaret Borsası'na 1999 yılında girdim. Hem meclis üyesi oldum hem yönetim kurulu üyesi oldum. Hatta gelir gelmez yönetim kurulu üyesi olmam da biraz tepki çekmişti. 3 dönemdir borsada meclis üyesiyim. Halen Antalya Ticaret Borsası'nın yönetim kurulu üyeliğini yapıyorum.

Borsa'nın çalışmalarını içerden biri olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

Borsa bölgede büyük önem arz ediyor, değişik çalışmalara da imza atıyor. Bu tür sivil toplum örgütleri şehrin ve şehirde yaşayan insanların duyarlı olduğu konularda 'bu benim konum değildir' diyemez, duyarlı olmak zorunda. Çalışmalar iyiye destek vermek, kötüye tepki vermek zorunda. Borsa daha fazla insana açılmalı, insanlar burayı bilmeli, gelmeli. Borsa Antalya'nın bir takım mevzularında fikrini söyleyebilmeli. Konulara

ağırlığını koyabilmeli. Nitekim, Borsa gün geçtikçe Antalya'yla ilgili konularda daha çok ağırlığını koyuyor, daha güzel işler yapıyor. İnşallah bundan sonra da öyle devam edecek. Hiçbir zaman Antalya'nın hassas olduğu konularda sessiz kalamayız.

Son dönemde 'bunu iyi yaptık' dediğiniz çalışmalar var mı?

Son dönemde Vakıf Zeytinliği yapılan en iyi işlerden biri. Vakıf Zeytinliği bizim babamızın yeri değil. Antalya'da turizmle birlikte 1980'li yıllardan sonra büyük bir patlama oldu. Vakıf Zeytinliği şehrin içinde bulunan, bölgede yaşayan halkın nefes alabileceği, spor yapabileceği, dinleneceği bir yer olacak. Buraya biz sahip çıkmazsak, burası imara açılırsa buraya yazık olur. Bu açıdan kente faydalı bir şey yaptığımıza inanıyorum. Daha önce bunun ihaleleri iki üç defa oldu, İlhami Kaplan Bey zamanında da satışı gündeme geldi 'kaçı kadar yetki verelim?' dediler. Ben 'bu işin yetkisi olmaz, bu işe giriyorsak sonuna kadar artırırız' dedim. 'Teminat ne kadar?' '6 bin lira' dediler, 'Yakarız bu teminatı Antalya için cebimizden öderiz' dedim, 'Kimseye de vermeyiz burayı' dedim. Bütün arkadaşlar bu ciddiyetle baktık buraya. Antalya kazansın diye baktık. Ali Çandır başkanımız döneminde de bu çalışmalar devam etti ve ihaleyi biz aldık. Antalya'nın bütün dinamikleriyle, il özel idaresiyle, sivil toplum örgütleriyle şirket kurup burayı Antalya'ya kazandırmak, halka mal etmek istiyoruz. Bütün niyetimiz bu. Vakıf Zeytinliği'nin Antalya için yeşil alan olarak kalmasını istiyoruz. Bence de çok güzel olacak. Buna inandığımız için çalışıyoruz.

Canlı Hayvan Borsası'yla ilgili çalışmalar ne aşamada?

Aslına bakarsanız, bu işin taraflarından biri biziz, çünkü yaptığımız

işimiz iş. Kasaplar Odası'yla da İl Tarım Müdürlüğü'yle de ko-nuştuk. Antalya'nın hayvan pazarı yok. Antalya'da satılan hayvanların büyük bölümü çevreyolu etrafından kurulan alanlarda satılıyor. Bu zaman zaman haklı şikayetlere konu oluyor. İl Tarım Müdürü 'Hayvan pazarı yok biz ne yapalım!' diyor. Çevreyolunun etrafında adaklıklar satılıyor. Bu yasal değil ama İl Tarım Müdürlüğü de 'Ceza yazalım ama alternatif olarak ne-reyi göstereceğiz?' diyor. Böyle büyük bir kentin mutlaka hayvan pazarının olması lazım. Antalya turizm kenti, hem sağlıklı et tüketimi için hem kötü görünümünün önüne geçmek için canlı hayvan borsası şart. Bütün kurumlar, belediye, tarım müdürlüğü, valilikle bu konuda hem fikiriz. Bunun öncülüğünü de borsa yapıyor. Canlı hayvan borsasını da hayata geçireceğimize inanıyorum.

Yönetim olarak 'şu işi de yapsaydık iyi olurdu' dediğiniz bir çalışma var mı?

Yapamadığımız bir şey yok. Başlayıp bitiremeyebiliriz ama fikir yaratmak bile güzel. Kaldı ki aldığımız işleri sonuçlandırmak için yoğun şekilde çaba sarf ediyoruz. Borsa yönetimi gayet iyi çalışıyor. Borsanın içerisinde gayet iyi bir uyum var. Yönetimde, mecliste uyumsuzluk yok. İyi işler çıkarmak için ekip halinde çalışıyoruz.

Önümüzdeki dönemde Antalya Ticaret Borsası'nı ne bekliyor?

Önümüzdeki yıllarda da düzgün çalışmaya devam edeceğimize inanıyorum. Vakıf Zeytinliği'yle ilgili çalışmaları bitirmek istiyoruz. Hayvan borsasını biran önce hayata geçirmek istiyoruz. Antalya'nın hassas olduğu konularda sesimizi yükselterek katkı koymak istiyoruz. Meclise, yönetim kurulu üyelerine emekleri için teşekkür ediyorum.

Mesleki yeterlilik

Kadın işçilerin çalışma süreleri ile ilgili ülke gündemine oturan ağır ve tehlikeli işler yönetmeliğinin aslında birçok sektörü işveren ve çalışanları açısından ilgilendirdiğini biliyor muydunuz? Bu yönetmelik bölgemizde hangi sektörleri kapsamaktadır ve müeyyideleri nelerdir? Bu yönetmeliğe göre hangi sektörlerde artık kendi mesleği ile ilgili mesleki eğitim almamış sertifikasız işçi çalıştırılmayacaktır?

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın 16 Haziran 2004 Tarihli Resmi Gazetede yayınlanan 25494 sayılı Ağır ve Tehlikeli İşler Yönetmeliği ile 31 Mayıs 2009 Tarihli Resmi Gazetede yayınlanan 27244 sayılı Ağır ve Tehlikeli İşlerde Çalıştırılacak İşçilerin Mesleki Eğitimlerine Dair Tebliğ ülkemizde hangi sektörlerde mesleki eğitimi olmayan işçilerin ağır ve tehlikeli işlerde çalışamayacağını ve aksi halde kanuni müeyyidelerin firmalara yönelik olarak nasıl uygulanacağını ifade etmiştir. Buna göre bölgemizde özellikle ağırlık kazanan mesleki eğitimi olmayan işçi çalıştırılmayacak işler şunlardır; turizm sektöründe yapılan işler (tatil köyü, otel, motel, kaplıca işletmeleri, yurt vb. bünyesindeki mutfak, bulaşıkhanesi, çamaşırhane, ütü odalarında yapılan işler), her türlü yapı işleri (bina, duvar, set, yol, her nevi yer üstü ve yer altı inşaat, her türlü temel inşaatı işleri, her türlü prefabrik yapı elemanı üretimi ve yerinde montajı işleri v.s.), tarım ve hayvancılık işleri (tarım ilaçları kullanımı işleri, hayvansal gübre işleri, her nevi bitki tohumu, hububat, bakliyat ve çeşitli gıda ürünlerinin tesislerde elenmesi, paketlemesi ve çeşitli merhalelerde işlenmesi işleri v.s.), hayvan tahniti işleri, iplik dokuma ve giyim sanayi ile ilgili işler, gıda ve içki sanayi ile ilgili işler, enerji üretimi, nakliye benzeri işler, düşme ve kayma tehlikesi olan yüksek yerlerde yapılan her türlü işler, hastane, bakteriyoloji ve kimya laboratuvarları, eczacılık (ilaç imali, hammaddesi imali ve benzeri) işleri, hava alanlarındaki uçuşa ha-



Deniz Tolga Yılmaz,
Antalya Ticaret
Borsası,
Ar-Ge&Eğitim
Danışmanı

zırlık işleri ile yer hizmetleri ve bakım işleri, motorlu ve motorsuz her türlü kara ve demiryolu taşıtları ile yük veya yolcu taşıma işleri, kara, demiryolu, deniz ve göl taşıt araçları için bakım, ikmal, onarım ve park yerlerinde yapılan işler, her türlü siloculuk işleri, matbaacılık işleri (her türlü basım işleri, ciltçilik, klasör, dosya imali ve benzeri işler), her türlü ozalit, fotokopi, teksir, ilan ve reklam basım işleri, radyoloji işleri ile radyum ve radyo aktif maddelerle ve radyasyon yayan her türlü cihazla (Çeşitli röntgen, magnetik rezonans ve benzeri elektronik cihazlar) çalışılan işler.

Ucuz eleman aslında en pahalı elemandır

Bu kapsamda günümüzde mesle-

ki eğitimin öneminin ve güncel hayatı, iş hayatını doğrudan etkilemesinin temel bir sonucu olarak bir takım bireysel, sektörel ve kamusal sorumluluklar olduğundan bahsedilebilir. Kişi, “benim mesleğim budur, ben bu iş için şu eğitimleri aldım. Yaptığım iş, bilgi ve beceri gerektirir” diyebildiği ölçüde artık değer üretebilir, kendisine ve ekonomiye katkı sağlayabilir. “Ne iş olsa yaparım diyen” diyen bir işçinin verimliliği ne düzeyde olabilir ve artık biliyoruz ki “ucuz eleman aslında en pahalı elemandır”. Vasıfsız elemanlarla işyerinde verimlilik, kalite ve disiplin problemlerinin önü alınmaz. Mesleki yeterliliği olmayan bireyden inisiyatif kullanma, ekip çalışması, öğrenme, üretkenlik, yenilikçilik ve liderlik beklememek gerekir. Oysa ki günümüzün iş alemi bireyden yoğun olarak bu özellikleri arayacaktır. Bu alandaki bir diğer önemli sorumluluk ülkesel sorumluluktur ve bu kapsamdaki çalışmaların önemli bir diğer yürütücüsü ise Milli Eğitim Bakanlığı olmuştur. Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP) ile önemli adımlar atılmaktadır. MEGEP Projesi ile özellikle sektörel mesleki yeterliliklerin oluşturulması konusunda yoğun çalışmalar yapılmaktadır. 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu ile Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği ise sektörel gelişim için önemli bir yapı taşı olmuştur.

Son günlerde mesleki eğitim açısından en çok üzerine kafa yorulan ve gündemde olan, bunun üzerine yapılan çalışmaların, değerlendirmelerin önemli bir unsuru olan bir diğer önemli konu Mesleki Yeterlilik kavramıdır.

Mesleki yeterlilik deyince genellikle akla ilk gelen sorular şunlardır; mesleki yeterlilik kavramı nedir? Neden bütün sektörlerde konuşulmaya başladı? Son dönemde neden bu kavramı sık duyar olduk? İşveren ve iş gören bu konu ile ilgili yeteri kadar bilgi sahibi midir? Bu kavramı içine alan Mesleki Yeterlilik Sistemi bir Avrupa Birliği uyum düzenlemesi midir?

Hiç şüphesiz bu soruların tek bir cevabı olamaz. Fakat bu soruların bir odak noktası var. O da nitelikli insan gücünün dün olduğu gibi bugün de değerini koruyor olması. Düşünen ve üreten, çalıştığı kuruma artı değer katan birey işletmelerin en önemli parçası olmaya devam ediyor. Firmaların çözümleri gereken en önemli bir konu da bu noktada üretimde rol alacak insanların yeterliliklerinin nasıl tespit edilebileceği sorunudur. Yani firmalarda çalışacakların meslekleri ile ilgili kriterleri taşıyıp taşımadıkları nasıl belirlenmelidir? Avrupa ile senkronize olarak ülkemizde kurulmakta olan Mesleki Yeterlilik Sistemi, bu ifade edilen sorunlara yeterli cevaplar verebilecek bir yapıya sahiptir. Bu sistem ile, birçok meslek sahibinin elde etmesi gereken yeterlilikler standartlaştırılacak ve bazı uygunluk değerlendirme yöntemleri ile bireylerin bu kriterlere sahip olup olmadıkları belirlenebilecektir. Mesleki Yeterlilik Sistemi; ulusal meslek standartlarının oluşturulduğu, mesleki ve teknik eğitim ve öğretim programlarının bu standartlara göre hazırlandığı, işgücünün mesleki yeterliliğinin bağımsız kurumlarca yapılan sınavlar sonucunda belgelendirildiği, alınan belgelerin ulusal ve uluslararası düzeyde geçerliliğinin sağlandığı, yaşam boyu öğrenmenin desteklendiği, formel eğitim almadan mesleği öğrenen kişilere becerilerini belgelendirme şansının verildiği ve iş dünyası temsilcilerinin sürece ilişkin tüm kararlara aktif olarak katıldığı adil, şeffaf ve güvenilir bir sistemdir.

Bu sistemin Türkiye'deki en önemli yapı taşlarından biri olan MYK (Mesleki Yeterlilik Kurumu - www.myk.gov.tr) Av-

rupa Birliği ile uyumlu ulusal mesleki yeterlilik sisteminin oluşturulması amacıyla 21 Eylül 2006 tarih ve 5544 Sayılı Kanun ile kurulmuştur. Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun amacı, meslek standartlarını temel alarak, teknik ve mesleki alanlarda ulusal yeterliliklerin esaslarını belirlemek; denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin düzenlemeleri yürütmektir. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın ilgili kuruluştur. MYK kamu tüzel kişiliğine ve idari ve mali özerkliğe sahip, özel bütçeli bir kamu kurumudur. Kurum bu görevlerini Milli Eğitim Bakanlığı, Yükseköğretim Kurulu, işçi ve işveren sendikaları, meslek kuruluşları ve diğer ilgili kurumlarla işbirliği yaparak yerine getirmektedir. Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun en önemli görevlerinden biri de sınav ve belgelendirme işlemlerinin yürütülmesi için gerekli olan yapının oluşturulması ve sürdürülmesidir. Sınav ve belgelendirme işlemleri, ilgili ulusal meslek standartları ve yeterliliklere göre akredite edilmiş ve Mesleki Yeterlilik Kurumu tarafından yetkilendirilmiş ku-

rum/kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirilecektir. Yetkilendirilmiş kurumun yapacağı sınav ve değerlendirme sonucunda belgelendirilmesi uygun olan kişilere ulusal yeterlilik çerçevesinde durumlarına uygun sertifikalar verilecektir. Bu konuda yürütülecek işlemlerin detayları MYK tarafından yayımlanan Sınav ve Belgelendirme Yönetmeliği'nde belirlenmiştir. Bu sistem ile verilecek sertifikalar işgücümüze uluslararası dolaşım hakkı kazandırabilecektir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu Kanunu'nda yer alan diğer üç temel bileşen ise aşağıdaki gibi değerlendirilmektedir;

Ulusal mesleki yeterlilik sistemi: Teknik ve mesleki eğitim standartlarının ve bu standartları temel alan yeterliliklerin geliştirilmesi, uygulanması ve bunlara ilişkin yetkilendirme, denetim, ölçme ve değerlendirme, belgelendirme ve sertifikalandırmaya ilişkin kural ve faaliyetleri ifade eder.

Ulusal yeterlilik çerçevesi: Avrupa



Birliği tarafından benimsenen yeterlilik esasları ile uyumlu olacak şekilde tasarlanan ve ilk, orta ve yüksek öğretim dahil, tüm teknik ve mesleki eğitim/öğretim programları ile örgün, yaygın ve ilgili kurumların iznine dayalı programlarla kazandırılan yeterlilik esaslarını ifade eder.

Ulusal meslek standartları: Bir mesleğin başarı ile icra edilebilmesi için, Kurum tarafından kabul edilen, gerekli bilgi, beceri, tavır ve tutumların neler olduğunu gösteren asgari normları ifade eder.

Bu yazının sonunda tüm sektörlerin özellikle meslek standartlarının oluşturulması noktasında önemli so-

rumluluk alması gerekliliği üzerinde durmak istiyorum. Çünkü Mesleki Yeterlilik Kurumu ulusal mesleki yeterlilik sistemini tasarlarken tüm STKların, özel sektör kuruluşlarının, meslek örgütlerinin ve kamu kuruluşlarının temsilcileri ile birlikte çalışma prensibi ile hareket etmektedir. Mesleki yeterlilikle ilgili yapılacak en önemli işlerden biri sektör meslek envanterinin çıkarılmasıdır. Geleceğin işgücünün hazırlanmasına yönelik olarak nitelikli işgücü potansiyelinin mesleki yeterlilik sistemi kapsamında artırılması şu soruların cevabını aramak ve değerlendirmek ile mümkündür;

Sektör olarak ilgili mesleklerin geliştirilmesi için biz ne yapabiliriz, ne yaptık? Ne yapıyoruz? Dünyadaki gelişmeleri işçimize nasıl aktarıyoruz? İş başı eğitimleri ve diğer mesleki eğitimleri yürütebilecek eğitimcileri nereden tedarik edeceğiz? Geleceğin iş dünyasında işçi, operatör, formen, şef, amir, ustabaşı ve mühendislerimiz ne gibi niteliklere sahip olmalı? İşçilerimizin mesleki bilgi ve beceri düzeyini uluslararası yeterlilik seviyesine nasıl çıkartabiliriz?

Bu soruların cevaplarına ilişkin bazı değerlendirmeleri başka bir makalemizde paylaşabilmeyi umut ediyorum.



BEREKET KALİTESİ ALTINDA MAHSÜLÜNÜZÜ GÜVENCEYE ALIN



“BEREKET’e güvenebilirsiniz”

KATKILI ÖRTÜ ÇEŞİTLERİMİZ

BEREKET-UV	: 9-12 AY KULLANIM ÖMÜRLÜ
SÜPER-24	: 24 AY KULLANIM ÖMÜRLÜ
EKSTRA	: 30 AY KULLANIM ÖMÜRLÜ
ULTRA	: 36 AY KULLANIM ÖMÜRLÜ
IR İLAVELİ	: ISI MUHAFAZALI, TERMİK ÖZELLİKLİ
AF İLAVELİ	: BUĞULANMAYI ÖNLEYİCİ KATKILI

**SOLARİZASYON, ISI PERDESİ ve TOPRAK ÜSTÜ KULLANILAN
MUHTELİF AMAÇLI ŞEFFAF ve RENKLİ FİLMLER**

Yeni Toptancı Hal No: 322 - 354 **ANTALYA**
Tel : 0.242.338 08 41 - Faks : 0.242.338 08 44

Başaktan sofraya: Ekmek

Dünyada hemen hemen her sofrada bulunan ekmeği en fazla tüketen toplumların başında geliyoruz. Bugün Anadolu topraklarında iyice kızdırılmış yassı taşlarda pişen ekmeplerden; son teknoloji ile donatılmış yüksek hijyen ölçülerindeki endüstriyel ekmeğe kadar çeşit çeşit ekmeği bulmak ve tatmak mümkün. Biz de ancak bir tadımlık olabilecek yazımızda ekmeğe ilgili bazı bilgiler verelim istedik.

Ekmeğin ana maddesi unu an-

latmakla başlayalım. Un, tahılların öğütülmesiyle elde edilir. Başta ekmeğe ve hamur işleri olmak üzere pek çok gıdanın temel bileşenidir. Genellikle buğdaydan elde edilen toza 'un' denir. Arpa, yulaf, çavdar, mısır, nohut gibi tahıllardan elde edilen un ise o tahılın adıyla birlikte söy-

lenir. Mısır unu, çavdar unu vb... Patates, soya, kestane gibi bitkiler de un yapımında kullanılırlar.

Yumuşak, düşük proteinli unlar; kek, kurabiye ve hamur işlerinde kullanılır. %6-8 oranında gluten (undaki protein) içerirler. Sert, yüksek proteinli unlar ise ekmeğin yapımı için en uygun



unlardır. % 12-14 oranında gluten içerirler. Gluten suyla bir araya geldiğinde hamurda elastik bağ dokuları oluşturarak maya gazlarının hamurun içinde hapsolmesini sağlar. Bu da yumuşak, kabarık ve zevkle yenen ekmeklerin yapılabilmesini sağlar. Farklı miktarlarda gluten içeren unlar da üretilmektedir. Bunun için yüksek proteinli unlarla, düşük proteinli unlar karıştırılır. Mısır, yulaf, çavdar gibi diğer tahıllardan elde edilen unların gluten oranı, buğday unundan daha düşük olduğu için mayalı ekmek yapımında buğday unuyla karıştırılarak kullanılır.

Ekmek yapımında çok çeşitli unlar kullanılmaktadır. Un çeşidine göre de ekmek çeşitleri elde edilmektedir. Örneğin, kepekli ekmek, yarı kepekli ekmek, çavdar unu ekmeği, tam tahıllı ekmek, beyaz ekmek, mısır unu ekmeği gibi. Un çe-

şidinin yanında hamura katılan bir malzemeye göre ya da ekmeğin pişirildiği fırına göre de ekmekler isimlendirilmektedir.

Beyaz unlu ekmekler, tahıl unlu ekmekler, tatlı ekmekler, porsiyon ekmekler, ek malzemeli ekmekler, artizan ekmekler şeklinde ekmekleri sınıflandırabiliriz. Her bir sınıfta birçok ekmek çeşidi bulunmaktadır. Örneğin, artizan ekmek, ekmek yapımında ustalık kazanmış kişilerin elinden çıkmış ekmekler için kullanılıyor. Bu kişiler hamuru hazırlayıp, karıştırıp, mayalayıp, şekil verip pişirmeyi sadece bir zanaat olarak görmüyorlar. Ekmek yapımının arkasındaki bilimi, malzemeleri ve bunların kimyasal reaksiyonlarını da anlayarak ekmek yapıyorlar. Bu ekmekler sadece maya, tuz, un ve su kullanılarak ileri ekmek yapım teknikleri ile yapıldığından çok yalın ama

bir o kadar da kalitelidir.

Bazı ekmek çeşitlerini daha yakından tanıyalım:

Francala ekmeği: Hiç kepeksiz, düşük randımanlı undan yapılır. Yapılışına göre boyu, eninin üç katı veya tava tipi yuvarlak şeklinde de olabilir. Francala ekmeği çok beyaz olur. Kimi yerlerde sandviç ekmeği de denilebilir.

Kepekli ekmek: Günümüzde tüketimi giderek artan ve değeri daha çok anlaşılan kepekli ekmeklerin, beyaz undan yapılmış ekmeklere nazaran daha besleyici ve daha sağlıklı olduğu uzmanlar tarafından sıkça vurgulanıyor. Buğday, sağlık açısından yararlı olan B2 ve B6 vitaminleri ile niyasin, folik asit, demir ve çinko içeriyor. Bu vitamin ve mineraller buğdayın kabuk kısmında yo-





ğunlaştığı için beyaz un elde ederken kepeklerle birlikte büyük bir kısmı ayrıştırılıyor.

Kepekli unlardan yapılan ekmekler vitamin ve mineral bakımından zengin olmasının yanında iyi bir lif kaynağı olduğu için sindirim sistemine de yararlıdır. Bu nedenle de diyet yapan insanlara kepekli ekmek tüketmeleri önerilir. Ancak kepekli ekmek sadece diyet yapan bireyler için değil bütün sağlıklı insanların tüketmesi için önerilmektedir.

Sütlü ekmek: Sütlü ekmeğin içerisindeki süt ve tereyağı besin değerini artırdığı gibi lezzetini de artırmakta ve yumuşaklığıyla özellikle kahvaltılarınızda vazgeçemeyeceğiniz bir ekmek çeşidi olmaktadır.

Patatesli ekmek: Patatesli ekmekler yapıldığı yöreye göre farklılıklar içerse de genel olarak yumuşak ve leziz ekmeklerdendir.

Çavdar ekmeği: Özellikle soğuk kuzey ülkelerinde çokça tüketilen, bol lifli ve özlü bir ekmek çeşididir. Gli-

semik indeksi düşük olduğundan acıkmayı geciktirir. Bu nedenle şeker hastaları için en çok önerilen çeşittir. İstenirse hamuruna anason veya rezene ilave edilebilir.

Tuzsuz ekmek: Diğer ekmeklerden tek farkı içerisinde tuz bulunmamasıdır. Özellikle tansiyon hastalarının tükettiği bir ekmek çeşididir. İçerisinde tuz olmadığı için çok fazla kabarmaz. Ayrıca kolay dağılır bir yapıya sahiptir.

Diyet ekmek: Günümüz piyasasında çeşitli ekmekler diyet ekmek kategorisine girmektedir. Yukarıda vermiş olduğumuz kepek ekmek ve çavdar ekmeği örneğin diyet ekmekler kategorisine girebilmektedir. Diyet ekmeğin yapılış felsefesinde normal ekmeğe göre daha düşük kalorili olabileceği gibi daha çok lif içerecek tokluk hissi yaratması da yer alır. Bu tarz taleplere hitap eden ekmek çeşitlerini de bu kategoriye koyabiliriz.

Ekmek, beslenmede çok büyük bir yer edindiğinden günümüze kadar o kadar çok çeşidi yapılmıştır ki hepsini yazmak mümkün değil. Ekmeğin pişirildiği fırınlar ve farklı pişirme teknikleri de en az ekmeğin içeriği kadar ekmeğin yapısını ve tadını etkilemektedir. Bu nedenle ekmek yapımında kullanılan fırınlardan bazılarını da tanıtmakta fayda var.

Elektrikli fırınlar: Günümüz



teknolojisinde ekmek sektöründe en çok kullanılan, özellikle ticari olarak ekmek üretimi yapan işletmelerde kullanılan fırınlardır. Evlerdeki küçük ölçekli fırınları da bu kategoriye koyabiliriz. Bu tarz teknolojik fırınlar elektrikle çalıştıkları gibi doğal gaz gibi farklı enerji kaynaklarının da kullanıldığı fırınlar da mevcuttur. Ateşle direkt temas etmeyen fırınlardır. Metal hazne ve tepsilerde ısınan havanın eşit şekilde dağılmasıyla ekmeği pişirirler.

Taş fırınlar: Taş fırınlarda pişen ekmekler ateşle birebir aynı ortamda bulunmakta ve odun ateşinde pişmektedir. Bu fırınlar aynı zamanda kara fırın olarak da bilinir. Bu fırınların hem kullanılmasında hem de yapımında ustalık gerekmektedir. Kara fırınların içerisinde de ekmeğin her yerinin eşit ısı görmesini sağlayan, ortamın nemini sağlayacak farklı ve özen isteyen ayrıntılar mevcuttur.

Taş fırında pişen ekmekler hem ısıyı eşit derecede aldığı için hem de odunun aromasını/tütsüsünü aldığı için daha farklı lezzet ve aromalara sahiptir. Ekmek makinelerinde ya da fırınlarda pişen ekmekler de böyle bir etkileşim söz konusu olmadığından daha düz bir tat elde edilir.

Fırınlarda pişen ekmeklerin yapılış ve kullanılması bakımından yöreden yöreye çeşitlilik söz konusudur. Ekmeğin yapıldığı undan katılan mayaya kadar farklılıklar olduğundan taş fırın ekmekleri de kendi içinde birçok çeşide sahiptir. Trabzon ekmeği, taş fırınlarda pişen ekmeklere güzel bir örnektir. Ör-



neğin Trabzon Vakıfkebir ekmeğinin özelliklerinden birisi de kullanılan mayadır. Ekşi maya kullanılır. Ekşi maya ile yapılan ekmekler iyi kabarır, geç bayatlar ve lezzetli olurlar.

Sacta pişirilen ekmekler ise yufka olarak adlandırılır. Yufka, mayalı hamurdan yapılmaz ve hamuru daha katıdır. Hamur parçaları (yumak) oklava veya merdane yardımıyla açılarak ince bir yapı kazanılır. Tandır üzerine konmuş sacta pi-

şirilir.

Sac üzerinde pişirilen başka bir ekmek ise bazlamadır. Bazlama ekmeği mayalı hamurdan yapılır ve yöreye göre farklılıklar gösterse de temel yapıma şekli aynıdır. Sac üzerinde ilk önce bir yüzü daha sonra diğer yüzü pişecek şekilde çevrilir. Taş fırın ekmeği gibi bir sefer de her yeri pişmez. Bu nedenle taş fırın ekmeklerinin dış yüzeyinde kabuk oluşurken bazlamada oluşmaz. Geç bayatlar ve bayatladıktan sonra ısıtıldığında yine tazeliğine kavuşur.

Ekmeğin baş tacı olduğu sofralara bereketler olsun. Afiyetler olsun!



Borsa, Üreticinin garantörü

23 yıl önce Antalya Ticaret Borsası'nda bekçi olarak çalışmaya başlayan Ayhan Yıldırım, borsanın her kademesinde çalışarak takip tahsil memurluğuna kadar yükseldi. Borsanın üreticinin garantörü, tüccarın destekçisi olduğunu söyleyen Yıldırım, son dönemde borsanın çalışmalarının daha da hızlandığını belirtiyor ve 24 saatin borsa çalışanlarına yetmediğini söylüyor.

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

Ben 49 yaşındayım. 23 yıldır borsada çeşitli kademelerde görev aldım. Halen takip tahsil memuru olarak çalışıyorum.

Antalya Ticaret Borsası'nda hangi görevlerde bulundunuz?

Antalya Ticaret Borsası'nda 1986 yılının Ekim ayında bekçi olarak işe başladım. 1987 yılında kadro aldım. Bekçi olarak başladım; hizmetli, şoför olarak çalıştıktan sonra tescilde görev aldım, şimdi de takip ve tahsil memuru olarak görevimi yürütüyorum. Borsanın her kademesinde çalıştım. Halken zevkle çalışıyorum. Aslına bakarsanız bir mesai günü bizlere yetmiyor. Genelde beldelerdeki üyelere ulaşmaya çalışıyorum. Yaptığım işe mesai saati çerçevesinde çalışma anlayışıyla bakmıyorum; işe kendimin bir işiymiş gibi bakıyorum. Her sabah 06.00'da kalkıyorum, 07.00 gibi yollarda oluyorum. Antalya'nın bütün beldelerine ulaşmaya çalışıyorum. Akşam 16.00'da işi bırakıp, eve dönmek gibi bir anlayışım yoktur. Üyemizin işi bitmeyince, çalışmayı da bitirmiyorum. Sonuçta o üyeler sayesinde burada çalışma imkanı buluyoruz, asli amacımız onlara hizmet götürmek. Yani mesai kavramıyla çalışmıyorum. Üyelerimizi mağdur etmemek için bulundukları yere gidip borsanın hizmetini götürüyorum.

Emekli olmayı düşündünüz mü hiç?

Çalışmak benim için bir yaşam biçimi oldu. Dolayısıyla şu gün için ak-



**Ayhan
Yıldırım**

lımdan geçmiyor. Borsa benden hizmet beklediği sürece ben de buradayım.

Bir günde kaç üyeyle görüşüyorsunuz?

Günü geliyor 10 üye, günü geliyor 50 üye ile görüşüyorum. Hem üye ile hem köylü ile birebir görüşüyorum. Sadece muhasebecilerle görüşüp dönmüyorum. Üyelerimiz hizmeti kendilerine götürdüğümüz için memnunarlar. Ama üyeler borsayı daha yakından takip etmek istiyorlar, basın yoluyla bilgilendirilmek istiyorlar, talepleri bu. Borsayla ilgili haberlerden, haberdar olmak istiyorlar.

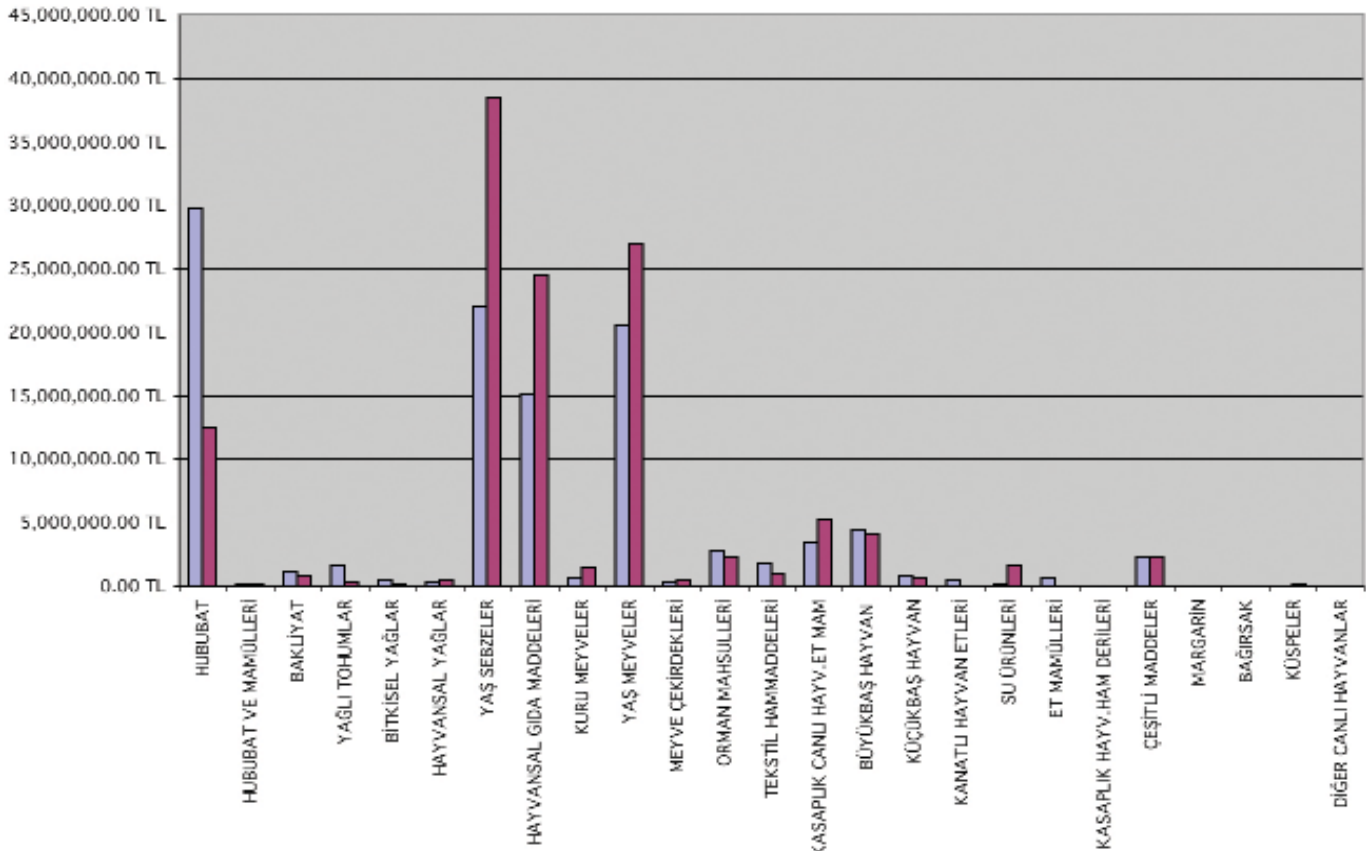
Antalya Ticaret Borsası'nın çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Borsa, Antalya'ya hizmet veren, üyelerin, köylülerin mağdur olması için çalışan bir kurum. Ancak bazı üyeler borsaya ne amaçla kayıt olduğunu bilmiyor. Bu konuda daha fazla bilgilendirmeleri gerektiğini düşünüyorum. Ticaret Borsası'nın amacı tüccarla köylüyü bir araya getirmek yani aracıyla üreticiyi bir araya getirmek. Üretici Borsaya kayıtlı bir tüccara malını verirse köylü ile ride mağdur olmuyor. Borsa üreticinin garantörü, tüccarın da destekçisi. Borsaya kayıtlı olmayan bazı tüccarlar köylünün ürünün alıp gidiyor, ödeme garantisi yok. Üretici borsaya kayıtlı tüccara malını teslim etsin ki mağdur olmasın. Ürününü tüccara verenler müstahsil makbuzu kestirsinler, kestirmezlerse mağdur oluyorlar. Ayrıca stopaj olarak sütte yüzde 1, hububat ve narenciyede yüzde 2 ödüyorlar, bu büyük bir avantaj. Ancak üyelerimizi mutlaka bilinçlendirmemiz gerekiyor. Bize kayıtlı üyeler borsadan memnun, ben de çalışan olarak borsanın çalışmalarından mutluyum. Hem üretici hem aracı borsadan memnun. Üyelerimize güler yüzlü davrandıkça bize yaklaşımları da o ölçüde olumlu oluyor. Borsa birkaç yıl içinde daha da tanınır hale geldi. Çalışanlar borsayı evi gibi görüyor ve ona göre çalışıyor. Birbirimize destek olup, saygı sevgi çerçevesinde çalışmaya devam ediyoruz.

ANA GRUPLAR İTİBARIYLA 01.01.2009/28.02.2009 -
01.01.2010/28.02.2010 DÖNEMLERİNİN KARŞILAŞTIRMASIDIR

2009			2010		DEĞİŞİM %
MADDELER	MİKTAR (kg)	TUTAR (TL)	MİKTAR (kg)	TUTAR (TL)	
HUBUBAT	53,420,669.19	29,731,058.71 TL	21,020,807.00	12,399,007.44 TL	0.42
HUBUBAT VE MAMÜLLERİ	165,359.00	84,411.35 TL	184,734.00	94,190.17 TL	1.12
BAKLİYAT	919,778.00	1,079,399.03 TL	552,242.00	828,731.19 TL	0.77
YAĞLI TOHUMLAR	758,865.00	1,582,304.91 TL	83,791.40	222,602.53 TL	0.14
BİTKİSEL YAĞLAR	1,057,083.00	491,978.05 TL	16,942.00	86,683.50 TL	0.18
HAYVANSAL YAĞLAR	45,051.43	333,749.76 TL	49,406.66	473,649.04 TL	1.42
YAŞ SEBZELER	26,031,310.81	22,043,141.03 TL	28,392,596.65	38,412,105.11 TL	1.74
HAYVANSAL GIDA MADDELERİ	21,308,078.38	15,088,477.73 TL	23,786,984.29	24,474,525.62 TL	1.62
KURU MEYVELER	571,071.00	672,187.40 TL	1,777,876.44	1,370,249.04 TL	2.04
YAŞ MEYVELER	20,955,906.01	20,551,941.87 TL	26,872,375.25	26,967,033.48 TL	1.31
MEYVE ÇEKİRDEKLERİ	88,025.00	365,761.00 TL	132,000.00	453,609.99 TL	1.24
ORMAN MAHSULLERİ	1,392,515.00	2,678,717.85 TL	1,779,807.10	2,302,446.96 TL	0.86
TEKSTİL HAMMADDELERİ	844,963.00	1,737,946.84 TL	586,474.00	871,626.80 TL	0.50
KASAPLIK CANLI HAYV.ET MAM	4,333.00	3,457,886.22 TL	5,954.00	5,266,565.24 TL	1.52
BÜYÜKBAŞ HAYVAN	414,199.79	4,481,810.24 TL	265,701.42	4,090,132.04 TL	0.91
KÜÇÜKBAŞ HAYVAN	66,145.39	701,070.30 TL	47,425.44	691,857.39 TL	0.99
KANATLI HAYVAN ETLERİ	96,020.21	507,633.51 TL	3,838.85	23,387.51 TL	0.05
SU ÜRÜNLERİ	9,062.95	70,109.47 TL	328,405.98	1,568,953.39 TL	22.38
ET MAMÜLLERİ	49,098.81	626,231.61 TL	174.30	1,706.60 TL	0.00
KASAPLIK HAYV.HAM DERİLERİ	0.00	0.00 TL			
ÇEŞİTLİ MADDELER	13,579,610.00	2,289,261.44 TL	14,395,782.53	2,317,064.71 TL	1.01
MARGARİN	0.00	0.00 TL			
BAĞIRSAK	0.00	0.00 TL			
KÜSPELER	193,960.00	29,792.60 TL	220,200.00	64,038.96 TL	2.15
DİĞER CANLI HAYVANLAR	19.30	710.38 TL			
TOPLAM	141,971,124.27	108,605,581.28 TL	120,503,519.32	122,980,166.72 TL	1.13

■ 2009 YILI ■ 2010 YILI



SİCİL NO	UNVAN	İŞTİĞAL KONUSU	TELF
2451	ADA TARIM TUR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.	KESME ÇİÇEK	242 725 56 64
2452	SERDAL TARIM ÇİÇ. TUR. İNŞ. VE TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	532 366 31 72
2453	UZMANLAR SERACILIK ZİR. DAN. TAR. İNŞ. SAN. TİC. A.Ş.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 729 70 34
2454	RAMAZAN ÖZMİL	SÜT ÜRÜNLERİ	533 337 34 28
2455	GÜNSU ENER. SİS. VE KONF.TES. SAN. VE TİC. A.Ş.	GIDA ÜRÜNLERİ	242 258 11 40
2456	AYHAN KERİMOĞLU TAR. ÜR. İTH. İHR. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 338 40 98
2457	DOĞAN TURİZM VE TİC. A.Ş.	GIDA ÜRÜNLERİ	242 753 10 10
2458	ŞENLER EN. MAD.TAR.TUR. İNŞ.NAK.GIDA SAN.TİC.LTD.ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 338 06 60
2459	MEHMET ATEŞ	SÜT ÜRÜNLERİ	242 633 10 19
2460	S.S. YAPRAKLI TARIM. KALK. KOOP.	SÜT ÜRÜNLERİ	242 618 54 53
2461	ERTU TARIM ÜR. HAF. İNŞ. TAŞ. GIDA EM. TUR. TİC. SAN. İHR. İTH. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 572 19 80
2462	KÖSEOĞLU HUB. KATI YAK. KİM. TAR. HAY. GIDA NAK. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	HUBUBAT VE MAMULLERİ	242 426 31 55
2463	NURETTİN YILDIZ	SÜT ÜRÜNLERİ	542 417 94 43
2464	2717 SAYILI MAVİKENT TARIM KREDİ KOOP.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 884 41 48
2465	TURGUT KAMACIOĞLU	CANLI HAYVAN VE ET TİCARETİ	242 746 12 82
2466	AYSI YAŞ SEB. VE MEY. UNLU MAM. GIDA SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	312 419 52 90
2467	KARAÇELİK EMLAK İNŞ. TAR. GIDA TUR. SAN. TİC. İTH. İHR. LTD. ŞTİ.	KESME ÇİÇEK	242 312 52 00
2468	TEVRAT KURU	SÜT ÜRÜNLERİ	242 342 24 92
2469	S.S.AKYAR KÖYÜ TAR.KALK.KOOP.	SÜT ÜRÜNLERİ	542 629 41 93
2470	HASAN FEHMİ DEMİRCİ	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 419 29 55
2471	CES-AS TARIM ÜR. PAK. DEP. TAAH. İTH. İHR. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 338 04 00
2472	4A SEBZE MEYVE GIDA PAK. LOJ. TUR. SAN. TİC. A.Ş.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 776 63 31
2473	BAYRAM ÇAKMAK	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 339 21 17
2474	HÜSEYİN AVNİ ACUN YAŞ SEB. MEY. TAR. TUR. İNŞ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 338 02 45
2475	BAHTILI NARENCİYE PAK. SOĞUK HAVA DEP. TAR. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 419 23 20
2476	FARUK ÇETİNKAYA	TAZE MEYVE VE SEBZE	533 224 59 64
2477	CARA TURİZM KUY.TEKS.DERİ ÜRÜN.LTD.ŞTİ.	GIDA ÜRÜNLERİ	242 814 53 69
2478	PETEK BAHARAT TİC. LTD. ŞTİ.	GIDA ÜRÜNLERİ	242 312 96 03
2479	KARASÜLÜ GIDA ZİR. TAR. ÜR. PAZ. İTH. İHR. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 848 65 85
2480	AHMET ALİ KURT	TAZE MEYVE VE SEBZE	242 722 31 29
2481	KADRIYE TARIM HAY. İNŞ. EM. TUR. TİC. LTD. ŞTİ.	CANLI HAYVAN, ET TİCARETİ	242 725 52 83
2482	SERGEN SÜT VE ÜR. GIDA NAK. TUR. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.	SÜT ÜRÜNLERİ	242 345 67 13

Dünyanın dörtbir! yanına



Gençlik Mahallesi 1326 Sokak

Başta Avrupa olmak üzere, Uzakdoğu, Rusya, Amerika, Asya, Afrika ve dünyanın her noktasına uçak biletleri ve hava kargo taşımacılığını en ekonomik koşullarla gerçekleştiriyoruz.

pamfilya *40. yıl*
TURİZM A.Ş. since 1969



ISO 9001 : 2000

Gençlik Mahallesi 1326 Sokak
Pamfilya Apt. No: 60/1 Antalya
Tel: (0242) 243 20 07 - 08
Fax: (0242) 243 37 83
e-mail: cargo@pamfilya.com.tr



Özenli Üretim, Özenli Seçim...



Toptancı Sebze-Meyve Hali No:9 Antalya / TÜRKİYE
Tel: +90.242.339 64 55 • Faks +90.242.339 32 99
Tel: +90.242.728 60 60 • Faks +90.242.728 60 70
www.erust.com.tr • info@erust.com.tr