



Bu Program Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti
Hkmeti Tarafından Finanse Edilmektedir



Bu Program Devlet Planlama Teşkilatı'nın
Koordinasyonunda Yürütülmektedir

**TRA2 (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars),
TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat),
TR52 (Karaman, Konya),
TRB1 (Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli)
DÜZEY 2 BÖLGELERİ KALKINMA PROGRAMI**

PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI

ŞİFALI BİTKİLER - TRA2 AĞRI

Kasım 2007

RD-AKKM.413.TR



Agrer ve ortakları Scott Wilson, ICON, CEEN, VNG, Akdan and Erenoğlu

<http://www.eu-akkm.org>

Bu yayın Avrupa Birliği'nin katkısıyla hazırlanmıştır. Bu yayının içeriğinden sadece AGRER ve ortakları (Scott Wilson, ICON, CEEN, VNG, Akdan ve Erenoğlu) sorumludur ve hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmemaktadır.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|----|
| TABLO DİZİNİ | 4 |
| KISALTMALAR..... | 5 |
| 1. GENEL BİLGİLER | 6 |
| 1.1 Genel ve Özel Amaçlar..... | 6 |
| 1.2 Çalışmanın Kapsamı ve Beklenen Sonuçlar | 7 |
| 1.3 Metodoloji | 7 |
| 2. YÖNETİCİ ÖZETİ | 9 |
| 3. İL MEVCUT DURUM ANALİZİ | 10 |
| 3.1 İl Hakkında Genel Bilgi | 10 |
| 3.2 Ürün Hakkında Genel Bilgi | 14 |
| 4. SEKTOREL PAZAR ANALİZİ(MAKRO DÜZEYDE) | 18 |
| 4.1 Dünyada, Ülkede ve İlde Ana Sektör Analizi | 18 |
| 4.2 Dünyada, Ülkede ve İlde Alt Sektör Analizi | 20 |
| 4.3 İlde Pazar Liderleri ve Oyuncularının Tanımlanması | 23 |
| 4.4 Sektörün Genel Ekonomik Durumu | 24 |
| 4.5 Sektörün Yıldızları, Önde Gelen İsimler | 24 |
| 4.6 GZFT Analizi..... | 25 |
| 5. PAZAR OLGUNLUĞU ve BÖLÜMLENDİRİLMESİ, ÜRÜN PAZARLAMASI (MİKRO DÜZEYDE)..... | 26 |
| 5.1 Son 3 Yıl için Ürün Hakkındaki Genel Bilgiler - İlde..... | 26 |
| 5.2 Pazar Bölümlendirilmesi Prensipleri, Hedef Pazarın Tanımlanması | 27 |
| 5.3 Ürünün Tanımlanma | 27 |
| 5.4 Konumlandırma | 27 |
| 5.5 Fiyat..... | 27 |
| 5.6 Yer, Dağıtım | 28 |
| 6. PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE EYLEM PROGRAMI / PAZAR KARMASI | 29 |
| 6.1 Pazarlama Stratejileri..... | 29 |
| 6.2 Ürün-Pazar büyüme stratejileri(Pazar penetrasyonu/Ürün Geliştirme/Pazar Geliştirme/Çeşitlendirme) | 30 |
| 7. ÖNGÖRÜLEN ÇALIŞMA PROGRAMI | 32 |
| 8. KAYNAKÇA..... | 33 |
| 9. EKLER..... | 34 |
| 9.1 Ek 1: Ağrı ilinde TRA2, TR72, TR52 ve TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı Hibe Faydalanıcıları..... | 34 |
| 9.2 Ek 2: Ağrı ilinde hibeye hak kazanan projeler, KKYDP | 35 |
| 9.3 Konu ile ilgili uygulamada olan standartlar | 35 |

TABLO DİZİNİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1: Ağrı İli Agro-ekolojik Alt Bölgeleri | 10 |
| Tablo 2: İstihdam Edilen Nüfusun Sektörel Dağılımı | 11 |
| Tablo 3: Doğrudan Gelir Desteği ve Alan Bazlı Desteklemeler | 11 |
| Tablo 4: Faiz İndirimli Tarımsal Krediler | 12 |
| Tablo 5: Gıda sanayinde işletmelerin sektörel dağılımı | 18 |
| Tablo 6: Ülkede Yıllara Göre Gıda Sanayii Üretim (Arz Değerleri, 1000 YTL) | 19 |
| Tablo 7: Ülkede Yıllara Göre Gıda Sanayisi İhracat Değerleri 1000 YTL) | 19 |
| Tablo 8: 2002-2006 İhracat | 21 |
| Tablo 9: Ağrı İli Bitkisel Üretim Sektörü Genel İhracat Verileri (1000 YTL) | 22 |

KISALTMALAR

| | |
|--------|---|
| AB | : Avrupa Birliği |
| ABD | : Amerika Birleşik Devletleri |
| Ar-Ge | : Araştırma Geliştirme |
| da | : dekar |
| DAP | : Doğu Anadolu Projesi |
| DFİF | : Destekleme Fiyat İstikrar fonu |
| DPT | : Devlet Planlama Teşkilatı |
| DSİ | : Devlet Su İşleri |
| DTM | : Dış Ticaret Müsteşarlığı |
| gr | : gram |
| GSMH | : Gayri Safi Milli Hasıla |
| ha | : hektar |
| İGEME | : İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi |
| KDV | : Katma Değer Vergisi |
| kg | : kilogram |
| KHGB | : Köylere Hizmet Götürme Birlikleri |
| KKYDP | : Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı |
| KOBİ | : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme |
| mgr | : miligram |
| OSYDV | : Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı |
| TAGEM | : Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü |
| TC | : Türkiye Cumhuriyeti |
| TCMB | : Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası |
| TCZB | : Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası |
| TEAE | : Türkiye Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü |
| TEDGEM | : Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü |
| TKB | : Türkiye Kalkınma Bankası |
| TKK | : Tarım Kredi Kooperatifleri |
| TMO | : Toprak Mahsülleri Ofisi |
| TOBB | : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği |
| TSKB | : Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri |
| TÜGEM | : Tarımsal Üretim Geliştirme Genel Müdürlüğü |
| TÜİK | : Türkiye İstatistik Kurumu |
| TÜSİAD | : Türk Sanayici ve İşadamları Derneği |
| USD | : Amerikan Doları |
| WHO | : Dünya Sağlık Örgütü |
| YTL | : Yeni Türk Lirası |

1. GENEL BİLGİLER

1.1 Genel ve Özel Amaçlar

Avrupa Komisyonu ve Türkiye Cumhuriyeti eş finansmanı ile T.C. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığınca yürütülmekte olan TRA2(Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars), TR52(Konya,Karaman), TR72(Kayseri, Sivas, Yozgat) ve TRB1(Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli) Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programının genel amacı, Ön Ulusal Kalkınma Planında ortaya konan; Türkiye’de bölgelerarası farklılıkların azaltılması hedefinin desteklenmesi ve merkezi ve bölgesel düzeyde kurumsal kapasitesinin geliştirilmesidir. Bu doğrultuda programın özel amacı;

- a) Ekonomik ve sosyal uyumun desteklenmesi başlığı altında Ön Ulusal Kalkınma Programında işaret edilen 4 öncelikli bölgenin ekonomik gelişmesine katkıda bulunmak,
- b) Merkezi ve bölgesel düzeyde proje hazırlama ve uygulama kapasitesini artırmaktır.

Program bölgelerinin ortak sorunları; bölgelerin ekonomik gelişiminin ülke ortalamasının arkasında kalması, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılanın kayda değer derecede düşük olması, tarıma dayalı ekonominin yaygınlığı ve buna bağlı olarak düşük istihdam kapasitesi, gelir seviyesi ve yüksek göç oranlarıdır.

Gerek tarımsal üretimde, gerekse KOBİ’ler aracılığıyla yürütülen endüstriyel üretimde pazarlama yetersizliği dikkati çeken diğer bir unsurdur. Bu noktadan hareketle Devlet Planlama Teşkilatı yönetiminde yürütülen Bölgesel Kalkınma Programının elde edeceği sonuçlardan birisi de bölgede öne çıkan ürünlerin günümüz ekonomisine uygun olarak pazarlanabilmesini sağlamak amacıyla, bu ürünler için uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesidir. Elinizdeki çalışmada bu amaçla hazırlanmıştır.

Bu çalışma ile “şifalı bitkiler” sektörünün incelenmesi, Dünya – Türkiye ve hedeflenen bölge içindeki üretim / tüketim rakamlarının çıkarılması büyüme ve eğilimlerin değerlendirilmesi, sektörel verileri takiben aynı yaklaşımla ürün bazında değerlendirmenin yapılması ve bu veriler doğrultusunda özellikle Ağrı ilinde bu sektörün gelişimine katkı sağlanması amaçlanmıştır. Kayıtlı verilerin toplanması, derlenmesi ve bunların neticesinde bölgede yapılan çalışmalar ile yörede sektörün gelişmesi yönünde bilgiler elde edilmiş ve bunlara göre yönlendirmeler yapılmıştır. Çalışmaların amacı, ağrı Bölgesinde şifalı bitkiler üretim ve pazarlamasının geliştirilmesi, satışlarının artırılması için öneriler geliştirilmesi ve buna uygun bir pazarlama planının oluşturulmasıdır.

Ürünün incelenmesi sırasında, üretim ve pazarlamaya yönelik aşağıda belirtilen konular dikkate alınmıştır;

- Üretim yapısı
- Hukuki yapı
- Teknik olanaklar / kısıtlar
- Finansal destekler ve seçenekler
- Sosyo ekonomik yapı
- Lojistik olanakları
- Yörenin altyapısının ve insan gücünün uygunluğu

1.2 Çalışmanın Kapsamı ve Beklenen Sonuçlar

Pazarlama araştırması ve buna uygun planlamanın yapılması için uygulanan çalışma aşağıdaki basamakları kapsamaktadır;

- Mevcut durumun analizi
- Sektörel pazar analizi
- Ürün olgunluğu ve ürün pazarlaması
- Pazarlama stratejileri

Çalışma sonucunda söz konusu ürün ya da sektöre ilişkin genel ekonomik durumun analizi, problemlerin tespiti ve sorunları aşmaya yönelik stratejilerin geliştirilmiş olması beklenmektedir. Uzun vadede ise yerel paydaşların geliştirilen stratejiler yönünde yapılanmaları halinde, satışlarda, pazar payında ve dolayısıyla bölge ekonomisinde iyileşme yaşanması beklenmektedir.

1.3 Metodoloji

Çalışmalar, pazarlama araştırması esasına göre toplanan bilgilerin, sonuçta uygulanabilir bir pazarlama planı oluşturulabilmesi esasına göre düzenlenmiştir. Buna göre uygulamalı araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmalar içinde kullanılan ilkeler;

-
- Varsayımlar (basılı doküman taranması ile kayıtlı veriye ulaşarak oluşturulmuştur)
- Hipotezler (varsayımlardan yola çıkarak belli direnç noktalarının saptanması)
- Hipotezlerin kabul veya reddedilmesi (sistemli ve tarafsız bir yaklaşımla, belirlenen direnç noktalarının doğruluğunun gerçek uygulamalarla test edilmesi)
- Genellemeler (elde edilen verilerin hangi ortamlarda yeniden ve hangi şekli ile kullanılabilirliğinin oluşturulması)

Durum analizinin yapılması sırasında, öncelikle basılı – kayıtlı veriler incelenmiş ve ana bilgiye ulaşılmıştır. Burada daha önce yapılan araştırmalar da dikkate alınmış ve uygun olanların elde ettiği verilerden yararlanılmıştır. Yararlanılan kaynaklardan bazıları şu şekildedir;

- Araştırmacının daha önce konu hakkındaki bilgi ve tecrübesi
- Meslek odalarının yayınları (TÜSİAD, TOBB, Ticaret Odaları, Sanayi Odaları gibi)
- Daha önce benzer konularda yapılmış çalışmalar
- Kamu kuruluşlarının çalışmaları ve yayınları (DPT, TKB, İGEME, DTM, TOBB, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı gibi)

Bu çalışmaların sağladığı yararlar

- Konu hakkındaki bilgilerin yenilenmesi / güncellenmesi
- Mevcut sorunlar ve bunlara ilişkin detaylı açıklamalar
- Yanlış varsayımlara gidilmesinin önlenmesi

Birinci aşamada toplanan bilgiler, daha sonra bölge çalışmaları ile desteklenmiştir. Bu aşama içinde, bölgede yapılan çalışmalar;

- Önceden hazırlanan soru formlarının / anketlerin uygulanması
- Şifalı Bitkileri toplayarak dağıtımını yapan köylüler ile ve ürünün satışını gerçekleştiren aktarlar ile yapılan görüşmeler
- Birebir kullanıcılar ile görüşmeler
- Gözlemler
- Yerel yönetimler ile görüşmeler
- Bölgede ürünü kullananlar ile görüşmeler

- Bölgedeki ürün satıcıları ile görüşmeler

Formlar, görüşmeler ve masa başı çalışmalar ile elde edilen bilgiler doğrultusunda, hedeflenen ürün / sektör hakkında, detayları ve önerileri ile “pazarlama karışımı” tespit edilmiş ve satışların / çalışmaların yönlendirilmesi için kısa, orta ve uzun vadeli stratejiler belirlenmiştir.

1.2.1 Makro düzey

Bu çalışma içinde, öncelikle incelen ürünün içinde bulunduğu sektörün sırasıyla dünya, ülke ve bölgedeki mevcut durumu incelenmiş, büyüme trendleri araştırılmıştır. Buradan elde edilen veriler ışığında bu kez çalışmaya konu olan ürün bazında dünya, ülke ve bölgedeki durum değerlendirilmiştir.

1.2.2 Mikro düzey

Mikro düzeyde ürün üretim bölgesinde değerlendirilmiş ve var olan kısıtların ortaya konması hedeflenmiştir. Yöredeki durumun net olarak incelenebilmesi için yapılan çalışmalar;

- Ürünlerin bağlı bulunduğu sektör ve alt sektör ile ilgili bilgilerin toplandığı “Sektör Araştırma Formu” nun doldurulması
- Pazarın genel durumu, pazar dilimlemesine ait esaslar ve hedeflenen pazara ait belirleyici özelliklerin toplandığı, “Pazar Araştırması Formu” nun doldurulması
- Son kullanıcıların özellik ve tercihlerinin belirlenmesi amacıyla, “Müşteri Araştırması Formu” nun doldurulması
- Potansiyel kurumsal müşterilerin özellik ve tercihlerinin belirlenmesi amacıyla, “Müşteri Araştırması Formu” nun doldurulması
- Hedeflenen pazarlardaki rakiplerin özelliklerinin belirlenmesi amacıyla “Müşteri Araştırması Formu”nun doldurulmasıdır.

2. YÖNETİCİ ÖZETİ

Çalışmanın amacı Ağrı ilinde yetiştirilen şifalı bitkilerin satışlarının artırılması amacıyla mevcut durumunun değerlendirilmesi, ve kısıtların aşılabilmesine ilişkin stratejiler geliştirilmesidir.

Bu çalışmada araştırılan bitkiler ise Ağrı ilinde yetişen Çağ, Çağşur ve Işkın'dır. Bu bitkiler doğal olarak yetişmektedir ve henüz kültüre alınmamıştır. Adı geçen bitkiler bölge halkı dışında yeterince tanınmamaktadır.

Bölgede şifalı bitkilerin belirli bir üreticisinden söz etmek mümkün değildir. Ağrı bölgesi için araştırması yapılan üç otun da üretiminin doğal yollardan gerçekleştiği, bölgede yaşayan köylülerce doğal ortamından pazarlama amacıyla toplanarak şehir merkezinde tablacı tabir edilen satıcılara satıldığı ve tablacılar aracılığıyla da halka satıldığı belirlenmiştir. Ürünler hiç bir şekilde bir şirketin ya da ailenin doğrudan kazanç kaynağı değildir.

Bu üç ürün için düzenli bir arz-talep durumu söz konusu değildir. Örneğin Işgın bitkisi bölge insanı için tercih sebebi olmamakla birlikte yalnızca temin edilebildiği vakit tüketilirken, Çağşur bitkisi bölgeden gelen talebi karşılayamamaktadır.

Bölge insanı ürünü pazarlardan temin edip taze ya da kurutulmuş şekilde gıda olarak tüketmekteyken, özellikle büyük şehirlerdeki tüketiciler ürünü tıbbi amaçlarla aktarlardan ve kurutulmuş olarak satın almaktadırlar. Çağşur bitkisi daha çok ileri yaştaki tüketiciler tarafından kuvvet vermesi sebebiyle tüketilirken, Işgın bitkisi ise karaciğeri güçlendirdiği ve şeker haslığına iyi geldiği inancıyla talep görmektedir.

Ürünün tüketiminin, dolayısıyla satış gelirinin artırılması için, öncelikle hedef pazarda ürünün tanıtılması gerekmektedir. Geleneksel profildeki düşük gelirli ve kırsalda yaşayan kesim ile birlikte sağlıklı yaşama düşkün şehirli orta ve üst gelir grubu da müşteri kitlesini oluşturabilecektir. Diğer yandan bu bitkilerin gıda olarak tüketiminin yanında tıbbi anlamda da olumlu özellikleri bulunmaktadır.

Ürününün et yemekleriyle tüketilen bir meze olması dolayısıyla benzerlik gösterdiği deniz börülcesi benzeri bir pazarlama taktiğiyle büyük pazarlara girmesi sağlanmalıdır. Bundan önce bölgede yapılması gerekenler ürünün sağlık yönünden herhangi bir tehlike arz etmediğinin ilgili kurumlarca akredite edilmesi, tıbbi yararlarının tespit edilmesi, çalışma programında detaylarıyla bahsedilen tanıtım kampanyasının 3 ay içerisinde uygulamaya konması, talebe paralel olarak ürün yetiştirme kapasitesinin artırılması amacıyla köylülerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

3. İL MEVCUT DURUM ANALİZİ

3.1 İl Hakkında Genel Bilgi

3.1.1 Coğrafi konum

Ağrı İli Türkiye'nin doğusunda, Doğu Anadolu Bölgesinin içindedir. Yukarı Murat Havzasında yer alan ilin yüzölçümü 1.137.573 ha. dır ve il toprakları coğrafi yapıya uygun olarak batıdan doğuya doğru daralmaktadır. Edirne Kapıkule gümrük kapısından sonra Türkiye'nin ikinci önemli gümrüğü Gürbulak gümrük kapısı bu ildedir.

Doğu Anadolu Bölgesi'nde ulaşımı sağlayan ana yolların bir kısmı Ağrı'dan geçer. Tarih boyunca Asya'dan Avrupa'ya, Anadolu'ya ve Orta Doğu'ya yapılan göçler, akınlar Ağrı ve çevresi üzerindeki yollardan yapılmıştır. Hindistan, Çin, Afganistan, Orta Asya ve İran'ın ipekli kumaşları, baharatları ve diğer malları yüzyıllarca Doğubeyazıt üzerinden Anadolu ve Avrupa'ya taşınmıştır. Ulaşım ve taşımacılık, günümüzde petrol, sanayi ürünleri, gıda, hammadde vb. olarak devam etmektedir. Ağrı'da deniz ve demiryolu ulaşımı yoktur. Ulaşım karayoluyla, kısmen de hava yoluyla yapılmaktadır.

Ağrı ili topografik özellikler, sıcaklık, ışık, hava nemi, su faktörleri, atmosferden kaynaklanan faktörler, arazi kabiliyet sınıfları, kullanım şekli, büyük toprak gurupları gibi toprak özelliklerini kapsayan çevresel faktörler ve sosyo-ekonomik özellikler dikkate alınarak benzeş olanları bir arada gruplandırılmak suretiyle alt bölgelere ayrılmıştır. Tablo 1'de ilin agro-ekolojik alt bölgelere dağılımı görünmektedir.

Tablo 1: Ağrı İli Agro-ekolojik Alt Bölgeleri

| I. Alt Bölge | II. Alt Bölge | III. Alt Bölge | IV. Alt Bölge |
|-----------------------------|-----------------|---------------------|---------------|
| Merkez Eleşkirt Hamur | Patnos Tutak | Diyadin Taşlıçay | Doğubeyazıt |

Kaynak: Ağrı İli Tarım Master Planı

Ağrı ili iklim bakımından Türkiye'nin karasal ve en sert iklimli bölümüne girmektedir. Yıllık ortalama yağış miktarı 326 mm. dır

3.1.2 Nüfus özellikleri ve kültürel yapısı

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Ağrı ili 1.137 km² lik alanı ile Türkiye'nin %1.49'lık kısmını teşkil etmektedir. TÜİK 2007 yıl ortası nüfus projeksiyon verilerine göre Ağrı ili 2007 nüfusu 578674'tür. Ancak bu rakam yaklaşık olup resmi nitelik taşımamaktadır.

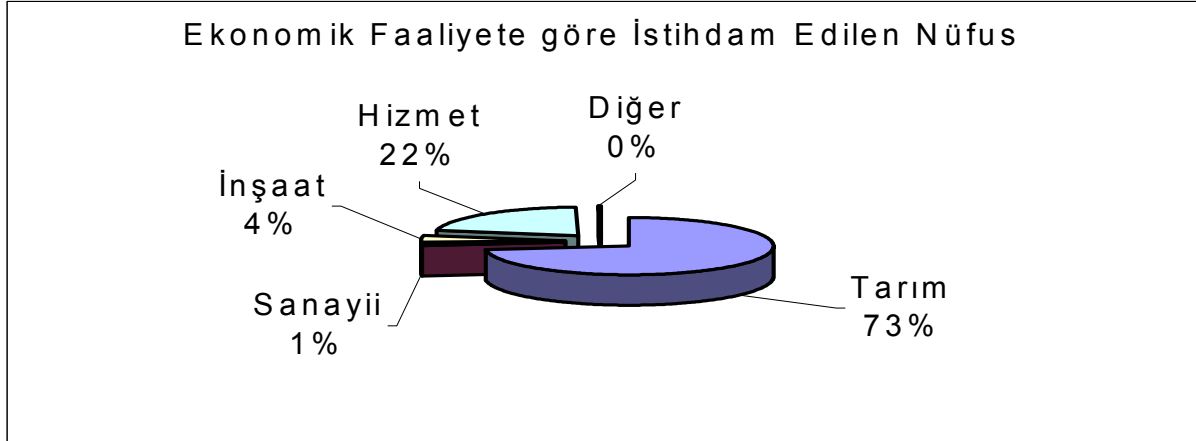
Ağrı ilinde 2004 yılı verilerine göre 15,9 olan nüfus artış hızı, aynı yıl için %14,9 olan ülke nüfus artış hızından daha yüksektir. (TÜİK)

3.1.3 Ekonomik yapı ve kalkınma durumu, özellikler

TÜİK 2000 sayımı verilerine göre Ağrı ilinde çalışma çağındaki nüfus olarak kabul edilen 12 ve daha yukarı yaşta nüfusun toplam nüfusa oranla daha hızlı artmaktadır. İlde toplamda 204.301 kişi olan işgücünün 183 796'sı istihdam edilmektedir. 1980lerden bu yana Ağrı ilinde tarımda istihdam edilenlerin toplam istihdam içerisindeki oranı sürekli düşüş göstermektedir.

Bu dönem boyunca tarımsal iş yapanların oranı %79'dan %73.5'e düşerek azalış gösterirken hizmet, teknik, idari ve ilmi işlerde çalışanların oranında artış görülmektedir.

Tablo 2: İstihdam Edilen Nüfusun Sektörel Dağılımı



Kaynak :TUIK 2000 Nüfus Sayımı

2000 yılı verilerine göre Ağrı'da kişi başı düşen GSYİH 688 YTL' dir. İl topraklarının %30'luk kısmında tarım yapılmaktadır. Tarım topraklarının büyük bir kısmında tahıl tarımı yapılmaktadır. Özellikle arpa üretimi önemli yer tutmaktadır. Bunun dışında şekerpancarı üretimi de yapılmaktadır. Hayvancılık alanında ise koyun başta olmak üzere büyük ve küçükbaş hayvan yetiştiriciliği ile süt ve süt ürünleri, Ağrı ilinin başlıca tarımsal gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. İlin endüstri ürünleri ve sanayi malları ihtiyacı genellikle uzak illerden sağlanmaktadır. Yapılan sanayi faaliyetleri halkın başlıca geçim kaynağı olan hayvancılığa yöneliktir.

Ağrı ili, Gürbulak gümrük kapısı bulunması, gümrüğün sınır ticaretine açılması ve ülke çapında öneme sahip olan hayvan pazarı bulunması nedeniyle önem arz etmektedir.

3.1.4 Teşvikler

Rapora konu teşkil eden sektörde faydalanılabilecek Bakanlık desteklerine yer verilmiştir. Bakanlık destekleri aşağıdaki konularla sınırlı değildir.

Tablo 3: Doğrudan Gelir Desteği ve Alan Bazlı Desteklemeler

| | |
|--|--------------|
| Temel Doğrudan Gelir Desteği | 10,00 YTL/da |
| Toprak Analizi Yaptıran Üreticilere İlave DGD | 1,00 YTL/da |
| Organik Tarım Yapan Üreticilere İlave DGD | 3,00 YTL/da |
| * 2007 yılındaki Doğrudan Gelir Desteği 2006 yılı arazi kayıtları esas alınarak yapılmaktadır. | |
| Mazot Destekleme | |
| Sebze, meyve, süs bitkileri, özel çayır, mera ve orman emvali ürün alanları | 1,8 YTL/da |

| | |
|---|-------------|
| Hububat, yem bitkileri, baklagiller ve yumru bitkiler alanları | 2,88 YTL/da |
| Yağlı tohumlu bitkiler ve endüstri bitkileri alanları | 5,4 YTL/da |
| Kimyevi Gübre Destekleme | |
| Sebze, meyve, süs bitkileri, özel çayır, mera ve orman emvali ürün alanları | 1,43 YTL/da |
| Hububat, yem bitkileri, baklagiller ve yumru bitkiler alanları | 2,13 YTL/da |
| Yağlı tohumlu bitkiler ve endüstri bitkileri alanları | 3 YTL/da |

FAİZ İNDİRİMLİ TARIMSAL KREDİLER

Ziraat Bankası A.Ş. ve TTK tarafından 1/1/2007-31/12/2007 tarihleri arasında Bankaca uygulanmakta olan tarımsal kredi cari faiz oranlarından kredi konuları itibarıyla aşağıda belirtilen oranlarda indirim yapılmak suretiyle tarımsal kredi kullanılabilir.

Tablo 4: Faiz İndirimli Tarımsal Krediler

| KREDİ KONULARI | UYGULANACAK İNDİRİM ORANI (%) |
|--|-------------------------------|
| İYİ TARIM UYGULAMALARI | |
| İyi tarım uygulama kredisi (işletme-yatırım) | 60 |
| ORGANİK TARIM | |
| Organik tarım (işletme-yatırım) | 60 |
| Organik girdi üretimi (işletme-yatırım) | 60 |
| SERTİFİKALI TOHUM KULLANIMI/SERTİFİKALI TOHUM, FİDE ve MEYVE FİDANI ÜRETİMİ/KULLANIMI | |
| Sertifikalı tohum ve fide kullanımı (işletme) | 60 |
| Sertifikalı tohum ve fide üretimi (işletme-yatırım) | 50 |
| Sertifikalı meyve fidanı üretimi/kullanımı (işletme-yatırım) | 50 |
| TARIMSAL SULAMA | |
| Tarımsal sulama (yatırım) | 60 |
| TARIMSAL MEKANİZASYON | |
| Tarımsal mekanizasyon (traktör ve biçerdöver hariç) (yatırım) | 30 |
| KONTROLLÜ ÖRTÜALTI TARIMI | |
| Kontrollü örtü altı tarımı (işletme-yatırım) | 40 |
| DİĞER İŞLETME ve YATIRIM KREDİLERİ | |
| Tarla içi modern basınçlı sulama sistemleri (damla sulama, yağmurlama sulama) (yatırım) | 100 |
| Diğer sulama sistemleri (derin kuyu açılması vb.) (yatırım) | 60 |

3.1.5 Geçmişte uygulanmış ya da şu anda uygulanmakta olan kalkınma Planları/çalışmaları

Doğu Anadolu Projesi(DAP)

Ağrı ili aynı zamanda Doğu Anadolu Projesi(DAP) kapsamındaki illerdendir. Bu programın temel hedefi bölgenin potansiyellerini harekete geçirecek ortamın yaratılmasını sağlamaktır. DAP Ana planı; ekonomik, sosyal, çevresel ve mekansal olmak üzere 4 hedef grubu belirlemiştir. Bu hedef gruplarda belirlenen stratejiler sonucunda bölge gelişiminin sağlanması öngörülmektedir.

TRA2, TR72, TR52 ve TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı

TRA2, TR72, TR52 ve TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı; Ağrı, Ardahan, Bingöl, Elazığ, Iğdır, Karaman, Kars, Kayseri, Konya, Malatya, Sivas, Tunceli ve Yozgat olmak üzere toplam 13 ili kapsamaktadır. Hazırlık çalışmalarına 2004 yılının ilk çeyreğinde başlanan söz konusu program, 2004 yılı Mali İşbirliği Programlaması kapsamındadır. Finansman Anlaşması 12 Ocak 2005 tarihi itibarıyla Avrupa Komisyonu ve Türk Hükümeti tarafından imzalanmıştır.

Program, Avrupa Birliği PHARE kuralları çerçevesinde desteklenmiş olup, bütçesi, 70 milyon Avro'su Avrupa Birliği desteği ve 20,67 milyon Avro'su Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti katkısı olmak üzere 90,67 milyon Avro'dur.

Programın genel amacı, Ön Ulusal Kalkınma Planında ekonomik ve sosyal uyum kapsamında desteklenmesi öngörülen Düzey 2 bölgelerinde ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmanın yanı sıra merkezi ve bölgesel düzeyde proje hazırlama ve uygulama kapasitesini artırmaktır.

Programda belirlenen öncelik alanları şunlardır:

- Tarım ve Hayvancılık
- Yerel kalkınma girişimleri
- KOBİ'ler
- Küçük Ölçekli Altyapı
- Kapasite Geliştirme

Bu program kapsamında Ağrı ilinde desteklenen projeler Ek-1 de sunulmuştur;

Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı

Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı 2006-2010 Ulusal Tarım Stratejisi çerçevesinde, tarım üreticilerine kırsal alanda; bireysel veya grup şeklinde, öz sermayeye dayalı projeli yatırımları için, tarım ürünlerinin depolanması, işlenmesi, değerlendirilmesi ve pazarlamasına yönelik ekonomik faaliyet yatırımları ile altyapı tesislerine yönelik yatırımları teşvik etmeyi ve desteklemeyi amaçlayan hibe destek programıdır.

Programın amacı, kırsal alanda;

- Gelir ve sosyal standartları geliştirmek,
- Altyapıyı iyileştirmek,

- Tarım-Sanayi entegrasyonu sağlamak,
- Gıda güvenliğini güçlendirmek,
- Tarımsal ürünlerin pazarlama ömrünü uzatmak,
- Alternatif gelir kaynakları yaratmak,
- Mevcut kırsal kalkınma çalışmalarının etkinliğini artırmak,
- Katma değer sağlayacak altyapı tesis etmek,
- Girişimcilik kapasitesi yaratmak,
- Uluslararası kaynakların (özellikle AB) kullanımını için kapasite oluşturmaktır.

Bu program kapsamında 65 ilde kapsamında özel ve kamu sektörüne yönelik olarak kırsal kesimde gerçekleştirecek yatırımlara belirli oranlarda hibe desteği verilmiştir. Program 3. Etabını tamamlamıştır. Geçmiş dönemlerde bu program kapsamında Ağrı ilinde hibeden faydalanan projeler **Ek-2** de sunulmuştur.

3.2 Ürün Hakkında Genel Bilgi

Bugün dünyada tanımı yapılmış 375.000'den fazla bitki bulunmakta ve Dünya Sağlık Örgütü'ne göre insanlar bu bitkilerin ancak yaklaşık olarak 20.000'inden faydalanmaktadır. Bunlardan 4000'i bitkilerin ilaç olarak kullanılan kısımları olarak yaygın bir şekilde kullanılırken halen dünyada 2000, Batı Avrupa'da ise 500 kadar şifalı bitkinin ticareti yapılmaktadır. Bu bitkilerden de ancak 400 adedi üzerinde araştırma yapılabilmektedir.

Ülkemizde şifalı bitki olarak kullanılan bitkilerin sayısı 500 civarındadır ve neredeyse tamamı doğal olarak yetişmektedir. Bunlardan çok az bir kısmı kültüre alınmıştır. Kodekslere kayıtlı bitki sayısı ise 140 civarında olmakla birlikte üretimleri diğer kültür bitkilerine kıyasla çok dar sahalarda yapılmaktadır. Aktarlarda satılan bitki sayısı 300 civarındadır, 70–100 kadar bitkinin ihracatı yapılmaktadır.

Bu çalışmada araştırılan bitkiler ise Ağrı ilinde yetişen Cağ, Çağşur ve Işkın'dır. Bu bitkiler doğal olarak yetişmektedir ve henüz kültüre alınmamıştır. Adı geçen bitkiler bölge halkı dışında yeterince tanınmamaktadır.

3.2.1 Ürün veya hizmetin özelliklerinin özeti

3.2.1.1 Ürünün fiziksel ve işlevsel tanımı

Literatür taraması ve masa başı araştırmalar göstermiştir ki ürünler genel olarak 3 ana grupta değerlendirilmektedir, bunlar 1.Tıbbi Aromatik Bitkiler, 2.Baharatlar, 3.Uçucu Yağlardır. Her birinin, sınıflanmasını kolaylaştıracak tanımlamalar da olmasına karşın bu 3 ana başlığın bir çok kaynakta birbirleri yerine sıkça kullanıldığı görülmektedir. Halihazırda yaklaşık 20000 bitkinin bu alanda kullanıldığı düşünülecek olursa Ticari bir ürün olarak değerlendirilerek ilgili projeksiyonların ve önermelerin yapılması oldukça güçtür. Bunun en temel nedenlerinden bir tanesi de şifalı bitkilerin çoğunun ülkemiz içerisinde kültür üretiminin yapılmaması ve floradan doğal yollarla elde edilmesidir. Çeşitliliğin çok oluşu, doğal yollarla elde edilmesi, kullanım alanlarının sınırsızlığı ürün için bir ya da bir kaç tanımlamayı ve doğal olarak istatistiksel değerlendirmeyi güçleştirmekte hatta imkansız kılmaktadır.

Bu çalışma içerisinde Ağrı bölgesi için önerilen Cağ, Çağşur, Işkın isimli üç ot üzerinden araştırma yoluna gidilmiştir.

ÇAĞ

Çağ, *Ferula (Umbellifera)* türlerine verilen genel addır. Bu türler çok yıllık otsu, parçalı yapraklı ve genellikle sarı çiçeklidir. Türkiye’de 20 kadar *Ferula* türü bulunur.

Çağ bitkisi doğu bölgesinde bulunan tüm illerde doğal olarak yetişen bir bitkidir. Bu bakımdan çok geniş bir yayılma alanı bulmuştur. Taban suyu yüksek alanlar dışında bulunan her yerde yetişmektedir. Çağ çeşit özelliğine göre humuslu derin arazilerden, kayalık taşlık hatta çakıllı tüm alanlara kadar görülebilmektedir.

Çağ bitkisi bir kök üzerinde çoğunlukla 3-4 dal şeklinde yetişmekle birlikte bazen bu küme 6-8 dala kadar çıkmakta ve bu çağ kümesinin ortasında erkek dal bulunmaktadır. Her dal yaklaşık olarak 15-25 cm boyunda ve yaklaşık olarak 5-8 cm kalınlığa (genişliğe) ulaşmaktadır. Bitkinin ana gövdesi yatsı bir yapıya sahiptir. Narin iğne yapraklıdır, çok dallıdır.

ÇAĞŞUR (Çiriş) (Çaşır)

Bölgede kışın sona ermesiyle toprak altından en erken çıkan ve ömrü çok kısa olan bir bitkidir. Günümüzde aşırı tüketim sonucu bitkinin tohumlanamaması nedeniyle bitki bölgede tükenme riskiyle karşı karşıyadır. Yamaç erozyona açık arazilerde çiriş boyları daha ufak iken humus-organik maddece zengin alanlarda daha iri bir yapıya sahip olurlar. Boyları yaklaşık 10-20 cm. arasında değişmektedir. İklim şartlarının uygun olduğu rakımı yüksek olan yerlerde bulunan her alanda yetişmektedir. Yaprak halinde bulunan çirişin etrafı zar şeklinde olan bir kabukla kaplıdır. Çiriş büyüdükçe yapraklar kabuktan çıkar ve kabuk dışındaki yaprak oranı gittikçe artar. Su oranı yüksek olan çiriş yaprakları çok naziktir, hafif bir basınçta ezilebilmektedirler. Kök yapısı dallı saçak özelliğine sahiptir.

IŞGIN

Işgın: Içkın, Işkın, Işgın isimleriyle de bilinir. Labada ve *Rheum ribes L. (Polygonaceae)* bitkilerine verilen ortak isimdir. Erozyona uğramış kıraç, kayalık ve dik yamaçlarda yetişen bir bitki türüdür. Geniş yapraklıdır. Soyu azalmakta olan bir bitkidir. 40 cm kadar yükseklikte, kalın köklü, sarımsı beyaz çiçekli, çok yıllık otsu bir bitkidir. (*Baytop, Turhan., 1997. Türkçe Bitki Adları Sözlüğü. Türk Dil Kurumu Yayınları No: 578. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara*)

3.2.1.2 Ürünün faydaları ve özellikleri: kullanım alanları ve Tüketiciye faydaları

Çağ: Önemli besin değerine sahip olan bitki çiğ olarak yenilebildiği halde asıl olarak çiğ tüketilmemektedir. Çünkü bitkinin çiğ iken acımsı bir tadı vardır. Bu nedenle toplanan çağların yaprakları tamamen ayrıştırıldıktan sonra kaynar suyla hafif soldurulur ve ondan sonra nasıl yenilecekse öyle kullanılmaya başlanır. Bu bitkinin en çok turşusu yapılmaktadır ve çağ turşusu iştah açıcı özelliği nedeniyle bütün yemeklerde veya içki sofralarında meze olarak kullanılır. Besin değeri oldukça yüksektir. Aynı turşu yıkandıktan sonra damak zevkine göre kıymalı, yumurtalı veya her ikisi ile birlikte kavurması yapılır. Yine turşuya konmadan soldurulan çağ aynı şekilde kavularak tüketilebilir. Yine aynı çağ bitkisi bulgur pilavına katıldığında bulgur pilavını oldukça tatlandırılarak zevkle yenilmesini sağlar.

Çağşur: Sindirimi kolay olan Çağşır (Çiriş) toplanır toplanmaz birkaç gün içerisinde ya hemen tüketilir veya kurutularak yemeklere katılmak üzere bırakılır. Çağşur bitkisinin tıbbi özellikleri ve faydaları araştırılmamış olmakla birlikte bitki yöre halkı tarafından yemeklerde kullanılmaktadır. Çağşur bitkisinin en çok yumurtalı kavurması yapılmakla birlikte çorbası, halk arasında haşıl olarak adlandırılan yemeğinden de çokça yapılmaktadır. Yine kurutulan çağşur yaprakları Doğu Anadolu’nun meşhur yemeği olan keledoş’a da katılarak kullanılmaktadır. Ayrıca çirişli pilav da çirişin yetiştirildiği yerlerde yoğun olarak yapılmaktadır.

Işgın: *Rumex crispus* L. Türü (Evelik) Doğu Anadolu (Erzurum) bölgesinde sebze olarak kullanılmaktadır. *Rumex obtusifolius* L. (Evelik), Van'da yabancı pazı olarak bilinir. *Rumex patientia* L. (Evelik) Erzurumda Develik olarak adlandırılır. *Rumex pulcher* L. Van bölgesinde "Tırşo" adıyla anılır ve kökü yara iyileştirici olarak kullanılır.

Işgın meze bitkisidir ve çiğ olarak tüketilmemektedir. Doymak ya da yemek yapmak amacıyla üretilmemektedir. Çiçek durumunun sapları, Doğu Anadolu bölgesi şehirlerinde (özellikle Elazığ, Gaziantep, Hakkari ve Van) demetler halinde satılır ve kabuğu soyulduktan sonra çiğ olarak yenmektedir. Kökleri kabız etkilidir. Yaprakları pazarda satılmaktadır ve sebze olarak kullanılmaktadır. Erzurum bölgesinde yapraklar saç örgüsü şeklinde örüldükten sonra kurutulup kışın kullanmak için saklanmaktadır. Meyveleri (Çığış), çay gibi hazırlanarak çay yerine içilir (Tokat). Yaprakları ile yapılan et dolmasına "Efelek" denir. Ayrıca Işkın bitkisinin şeker hastalığına iyi geldiği söylenmektedir.

Fırat Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Biyoloji Bölümü Öğretim üyelerince 2000 yılında "Işgın (*Rheum ribes* L.) Bitkisindeki A, E ve C Vitaminleri ile Selenyum Düzeylerinin Araştırılması" isimli bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma neticesince yüksek rakımlarda yetişen Işkın'ın anti-oksidan etkisinin bulunduğu ve içeriğinde insanın gereksinim duyabileceği A,E ve C vitaminleri ile selenyum miktarlarının yeter düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

3.2.1.3 Ürün olgunluğu

Cağ, Çağşur ve Işgın bitkileri bölge insanı dışında yurt genelinde çok iyi tanınmamaktadır. Bu bitkilerin tüketimi de bu bölgede yaşayan insanlar ve yine bölge kökenli olup dışarıya göç etmiş aileler tarafından yapılmaktadır. Dolayısıyla ürünün olgunluk seviyesine ulaştığından söz etmemiz mümkün değildir. Ürün henüz pazara giriş sürecindedir.

3.2.1.4 Üretim yapısı, kurallar ve kısıtlar

Türkiye'de ürünler için herhangi bir kültür üretiminin söz konusu olmadığı saha çalışmalarında tespit edilmiştir. Üretiminde herhangi bir resmi kural ve kısıt söz konusu olmamakla birlikte karşılaşılan tek doğal kısıt bitkilerin bazılarının yüksek talep nedeniyle bölge insanları tarafından tohumlanması beklenmeden ve yüksek miktarlarda toplanması sonucu bitkilerin neslinin tükenme tehlikesidir.

3.2.1.5 Rakipler, ürün stratejileri

Cağ, Çağşur ve Işkın bitkileri temelde gıda olarak tüketilmektedir. Dolayısıyla her türlü meze bitkisi bu ürünlerin rakibi olacaktır. Ancak bölge halkıyla yapılan görüşmeler sonucunda özellikle bu bitkilerin kendine has ve başka bitkilerle kıyaslanamayacak özelliklere, lezzete ve kullanıma sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriden yola çıkarak bu bitkilerin üst ve orta sınıf tüketiciye ana yemek ya da yemeği tamamlayıcı sebze olarak tanıtılması faydalı olacaktır.

Ayrıca bölgede yetişen helliz bitkisinin yemek olarak tüketiminin bölgede çok yaygın olduğu ve bölge insanının çok severek tükettiği bilgisinden hareketle, bu bitkinin de orta ve üst sınıf tüketiciye yemek olarak tanıtılması ve bu yolla coğrafi işaretleme yapılması faydalı bir adım olacaktır.

3.2.1.6 Güçlü-Zayıf analizi [Urun eşikleri görece güçlü yanlar, tamamlayıcı ürünler, ikame mallar]

Zayıf Yanlar:

- Ağrılı veya Doğu kökenli kişiler dışında araştırmaya konu olan bitkilerin bilinirliği düşüktür.
- Bilimsel tetkikleri yapılmamıştır.
- Işgın bitkisinin kayalık ve dik yamaçlarda yetişmesinden dolayı kültür üretimine alınması zor görünmektedir.
- Çığşır bitkisinin ise ömrü çok kısadır. İlkbaharda topraktan çıkmakta ve havalar ısınınca çıkışı durmaktadır.

Güçlü Yanlar

- Bu bitkilerin gıda olarak tüketiminin yanında tıbbi anlamda da olumlu özellikleri bulunmaktadır.
- Geleneksel profildeki düşük gelirlili ve kırsalda yaşayan kesim ile birlikte sağlıklı yaşama düşkün şehirli orta ve üst gelir grubu da müşteri kitlesini oluşturabilecektir.
- Toplanması köylüler tarafından ucuza yapılmaktadır.
- Ağrı İli özelinde şifalı otlar ile tedavi yapan ve "Otacı" tabir edilen kişiler bulunmaktadır. Bunların bilgileri toplanıp sağlık amacıyla kullanılabilir.

4. SEKTOREL PAZAR ANALİZİ(MAKRO DÜZEYDE)

4.1 Dünyada, Ülkede ve İlde Ana Sektör Analizi

Ağrı ili için incelediğimiz üç bitki ve ülkemizde şifalı bitki adıyla tüketilen ürünlerin birçoğunun gıda olarak tüketilmesi nedeniyle şifalı bitkiler gıda sektörü içinde incelenecektir. Şifalı bitkilerin içinde bulunduğu ana sektör olarak kabul edilen gıda sektörü, tarımdan sağladığı bitkisel ve hayvansal hammaddeyi, uyguladığı bir veya daha fazla işleme, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren bir imalat sanayi koludur.

4.1.1 Değerler ve hacmi

Gıda sanayi; tarımsal üretim, dengeli beslenme, katma değer, istihdam ve ihracat açısından önemli işlevleri olan bir sektördür. Sektörün GSYİH içindeki payı %4,8, imalat sanayi içindeki payı ise üretim değeri açısından %15, işyeri sayısı açısından %14, istihdam açısından %13; genel ihracattaki payı ise %10 dolayındadır.

Gıda sanayinin tipik özelliklerinden birisi, hammaddesini tarımdan almasıdır. Bu nedenle her ülkede tarım sektörü ile gıda sanayi birbiri ile etkileşmekte ve birbirine paralel gelişmektedir. Etkileşim derecesi, gelişme düzeyine bağlı olarak artmakta ve çeşitlenmektedir. (Kıral ve Akder 2000, Güneş 2002) Tarımsal üretimin bir kısmı taze olarak tüketilirken, bir kısmı da gıda sanayinde hammadde olarak işlenmekte ve değişik gıdalara dönüştürülmektedir.

Türkiye’de gıda işletmelerinin sayısı 28.000 civarında tahmin edilirken bu işletmelerin sektörel dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 5: Gıda sanayinde işletmelerin sektörel dağılımı

| ÜRÜN GRUBU | 1994 (%) | 2000 (%) |
|---------------------------|-----------|-----------|
| Un ve unlu ürün | 57.60 | 65.44 |
| Meyve ve sebze | 13.94 | 11.42 |
| Süt ve süt ürünü | 14.58 | 11.06 |
| Bitkisel yağ ve margarine | 3.98 | 3.40 |
| Şeker ve şekerleme | 3.56 | 3.15 |
| Et ve et ürünü | 2.06 | 1.07 |
| Su ürünü | 0.14 | 0.20 |
| Diğer (tasnif dışı) | 4.14 | 4.25 |

Kaynak: DPT, 9.KP Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu

Sektörün tanımlanması açısından farklı dallardaki işletme sayısı kadar kurulu kapasite ve kapasite kullanım oranı da önemlidir. Gıda sanayinin toplam kurulu kapasitesi, 2002 yılı verilerine göre 49 631 000 ton/yıl’dır. Kurulu kapasitede bitkisel gıdaların payı %85, hayvansal gıdaların payı ise yalnızca %15 dolayındadır.

Tablo 6: Ülkede Yıllara Göre Gıda Sanayi Üretim (Arz Değerleri, 1000 YTL)

| YIL | Mezbaha Ürünleri San. | Süt ve Mamulleri Sanayi | Su Ürünleri Mamul. San. | Tahıl ve Nişas. Mam. Sanayi | Meyve, Sebze İşleme San. | Bitkisel Yağ Sanayi | Şeker, Şekerli M.San. Ve Diğ | Yem Sanayi | TOPLAM |
|------|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|---------------|-----------|
| 2002 | 892.514 | 964.232 | 97.880 | 2.687.430 | 592.590 | 386.876 | 825.965 | 244.361 | 6.691.849 |
| 2003 | 905.137 | 1.040.291 | 106.080 | 2.788.291 | 652.907 | 475.402 | 787.553 | 275.968 | 7.031.629 |
| 2004 | 1.078.098 | 1.107.771 | 109.090 | 2.885.010 | 691.075 | 439.899 | 859.685 | 325.501 | 7.496.129 |
| 2005 | 1.153.330 | 1.187.067 | 126.040 | 2.992.304 | 716.669 | 510.518 | 859.950 | 377.392 | 7.923.269 |

Kaynak: DPT, 9.KP, Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu'nun resmi olmayan verilerine göre; Türkiye'de yaklaşık 85 milyar dolar tutarında üretim yapılmakta, 400 bin kişiye istihdam sağlanmaktadır. Türkiye'nin tarım ve tarıma dayalı gıda sanayi ihracatının 9.5 milyar ABD Doları, ithalatının ise 6,5 milyar ABD Doları olduğu verilerine ulaşılmaktadır. 2007 yılında ekonominin yüzde 5-5,5; gıda sektörünün ise yüzde 7-8 civarında büyüyeceğini, ihracatın yüzde 20, ithalatın ise yüzde 10 seviyesinde artacağını beklenmektedir.

Tablo 7: Ülkede Yıllara Göre Gıda Sanayisi İhracat Değerleri 1000 YTL)

| YIL | Mezbaha Ürünleri San. | Süt ve Mamul- leri Sanayisi | Su Ürünleri Mamul. San. | Tahıl ve Nişas. Mam. Sanayisi | Meyve, Sebze İşleme San. | Bitkisel Yağ Sanayisi | Şeker, Şekerli M.San. Ve Diğ | Yem Sanayisi | TOPLAM |
|------|-----------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-----------------|---------|
| 2000 | 22.227 | 5.400 | 2.818 | 64.286 | 279.905 | 51.802 | 122.317 | 4.378 | 553.134 |
| 2001 | 23.482 | 6.794 | 1.585 | 61.320 | 312.770 | 75.473 | 147.982 | 177 | 629.584 |
| 2002 | 25.279 | 9.066 | 1.985 | 76.940 | 328.025 | 48.257 | 88.554 | 322 | 578.428 |
| 2003 | 28.570 | 10.864 | 2.351 | 119.351 | 333.465 | 79.792 | 129.206 | 274 | 703.873 |
| 2004 | 28.659 | 12.901 | 2.485 | 143.662 | 388.797 | 67.464 | 171.786 | 322 | 816.075 |
| 2005 | 33.100 | 16.381 | 2.203 | 189.754 | 382.165 | 79.690 | 177.311 | 241 | 880.845 |

Kaynak: DPT, 9.KP, Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu

Türkiye'de gıda maddelerinden et, süt ve süt ürünleri, un ve unlu mamuller, şeker, alkollü ve alkolsüz içecekler, tütün, sebze ve meyvelerin değerlendirilmesi ya da işlenmesi, bitkisel ve hayvansal yağ ve su ürünleri üretim kollarında 25 bin civarında firma faaliyet göstermektedir.

Ayrıca son yıllarda sağlıklı yaşam trendinin ağırlık kazanmasıyla bitkisel ürünler sunan sektör de gıda sektörü içinde önem kazanmıştır. Baharat, bitkisel çaylar, meyve suları, lifli fonksiyonel gıdalar ve organik ürünler üreten firmalar pazardaki ağırlıklarını ve paylarını arttırmaktadırlar.

4.1.2 Büyüme oranları ve trendler

Günümüzde gıda sektöründe tüketicinin beklentilerine bağlı olarak radikal bir değişim yaşanmaktadır. Fonksiyonel gıdalar, hayatımızın önemli bir parçasını oluşturacak gibi görünmektedir. Fonksiyonel gıdalarla ifade edilmek istenen ürünler, tedavi edici etkisi olan, ilaç olmayan gıdalardır. Kuvvetlendirilmiş, zenginleştirilmiş, geliştirilmiş gıdalara ve diyet takviyelerine kadar bütün gıdalar fonksiyonel gıdaların kapsamına girmekte ve bu gıdalar bedensel faydaların yanı sıra psikolojik rahatlık sağlamakta, hastalık risklerini de azaltmaktadır. Fonksiyonel gıdaların içindeki bileşenler ürünün doğal yapısında bulunabildiği gibi üretim sırasında da gıdaya eklenebilmektedir.

Uluslararası bir araştırma kuruluşu olan Health Focus'un yaptığı araştırmaya göre, günümüzde her 10 tüketiciden 9'unun satın alma kararını, 1. derecede "sağlık" kriteri etkilemektedir. Hızlı ve hareketsiz olan yeni yaşam biçimleri, yeni yüzyılda bu trendi büyük bir güçle destekleyecek gibi gözükmektedir. Gelişmiş toplumlarda yaşam süresinin giderek uzamasıyla, hastalanmalara karşı daha duyarlı bir nüfus dilimi oluşmakta ve buna paralel olarak da metabolizmaya yararlı, hastalıklardan korunmaya yardımcı fonksiyonel gıdaların önemi gittikçe artmaktadır.

Gıda sektörü de tüketim tercihlerindeki bu değişimin farkında olduğu için büyük bir hızla yeni ürünler geliştirmekte, arka arkaya piyasaya sürmektedir. Türkiye'deki fonksiyonel gıda pazarında probiyotik süt ürünleri, kalp sağlığı için margarinler, çocuk beslenmesine yönelik ürünlerin yanı sıra "diş dostu" sakızlar, bitki çayları gibi ürünler de giderek daha çok rağbet görmektedir.

4.2 Dünyada,Ülkede ve İlde Alt Sektör Analizi

4.2.1 Değerler ve hacmi

Tüketimi oldukça fazla olan şifalı bitkilerin hem dünyada ve hem de yurdumuzda sağlıklı istatistiki rakamlarını bulmak mümkün değildir. Diğer bitki gruplarına göre çok daha detaylı olan, kullanım alanları, tüketim şekilleri, elde edilme yöntemleri çok farklı olduğundan hepsini içeren toplu istatistiki rakamlar mevcut değildir. Ancak bu bilgilerin bulunmayışı bu grup bitkilerin dünya ticaretinde yer almadığı anlamına gelmemektedir. Örneğin uçucu yağ miktarının dünyada yaklaşık 45.000 ton olduğu ve bunun 700 milyon dolar değerinde bulunduğu bildirilmektedir.

1991-2000 yılları ortalama rakamlarına göre, Dünya yıllık tıbbi ve aromatik bitkiler dışalımını 400.000 ton ve 1.3 milyar Amerikan doları civarındadır. Bu miktarın % 80'i, en fazla dışsattım yapan 12 ülke (Çin, Hindistan, ABD, Almanya, Meksika, Mısır, Şili, Bulgaristan, Singapur, Fas, Pakistan, Türkiye) tarafından karşılanmıştır. Bu ülkelerin başında % 34'lük pay ile Çin gelmektedir. Hong Kong, ABD ve Almanya Dünya'daki en önemli bitkisel drog ticaret merkezleridir. Dünya tıbbi ve aromatik bitkiler ticaretinde global dışalım pazarının ¼'ü Avrupa ülkelerine aittir.

Şifalı bitkilerin ilaç sanayinde de oldukça büyük payı bulunmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nce yapılan bir çalışmaya göre, tüm Dünya'da yaklaşık 20.000 bitki türünün tıbbi amaçlarla kullanıldığı saptanmıştır. Bunlardan 4.000 bitkisel drog yaygın bir şekilde kullanılırken, Avrupa'da 2.000 kadar bitkisel ilacın ticareti yapılmaktadır.

Türkiye zengin bir floraya sahip bulunmaktadır. Bugün 9000 kadar bitki türünün bulunduğu belirtilmektedir. Farklı ekolojik koşulların bulunması, çok değişik bitkilerin yetiştirilmesine olanak sağlamaktadır. Ancak ülkede şifalı bitkiler üzerinde sürekli çalışmalar yapılmamış,

uygulamaya yönelik araştırmalar yrtlmemiştir. Aynı Şekilde tarımsal amaçlı çalışmalarda 1940'larda hem Tarım Bakanlığı'nda ve hem de Ankara Ziraat Fakültesinde başlamasına karşın sürekli ve amaçlı araştırmalar yürütülmediğinden üreticilerimize yeni kltr bitkileri kazandırılmamıştır. Tarım Bakanlığı Tıbbi ve Aromatik bitkilerde ülkesel projeyi ancak 1991 yılında uygulamaya koyabilmiştir.

Türkiye dışsatım yapan ülkeler arasında % 5'lik pay ile 12. sırada yer almaktadır. Çeşitli kaynaklarda, ülkemizden her yıl yaklaşık olarak 350-400 bitki türünden, yaklaşık 30 bin tonluk bir miktarın, doğadan toplanıp satıldığı ve bunun karşılığında da 50-60 milyon dolarlık bir gelir sağlandığı bildirilmektedir. Ayrıca yurtiçi ilgili kurumlardan derlenen istatistiksel rakamlar Türkiye'nin 1999-2003 yıllarını kapsayan dönemde tıbbi ve aromatik bitkiler dışsatım miktarlarının yıllara göre 33.000 ile 52.000 ton arasında gerçekteşitini göstermektedir. Bu durum dışsatım miktarlarında son yıllarda kayda değer bir artış olduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'de önemli ihraç ürünlerinin 2002-2006 yılları arası toplam ihraç miktar ve değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

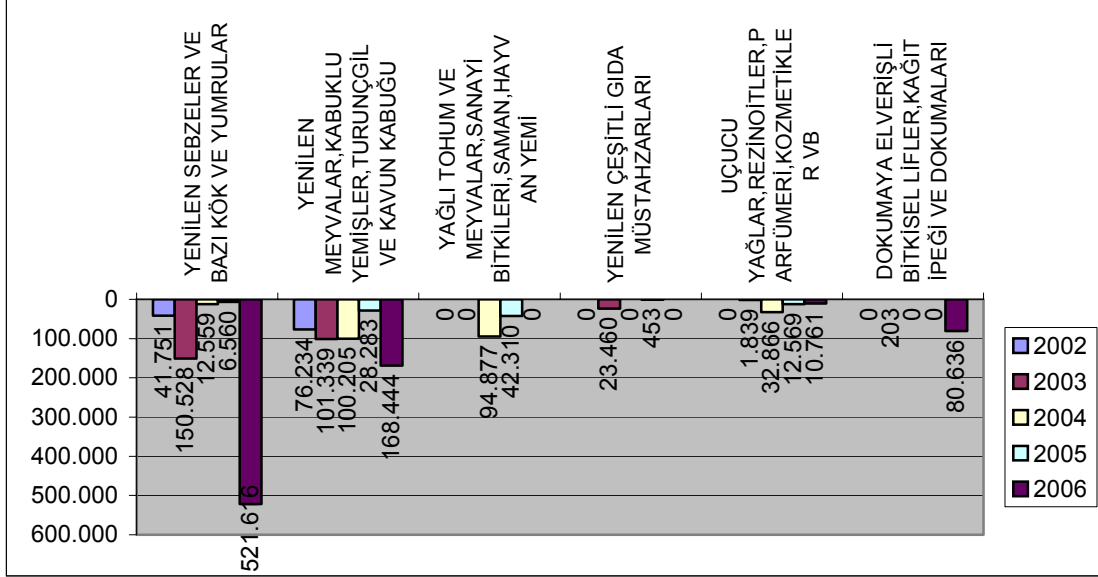
Tablo 8: 2002-2006 İhracat

| | | MİKTAR | DOLAR DEĞERİ | EURO DEĞERİ |
|--|-----------|-------------------|---------------------|--------------------|
| ÇEMEN (BOY OTU TOHURLARI) | KG | 2.788.517 | 1.391.269 | 1.223.308 |
| YABAN KEKİĞİ (EZİLMEMİŐ/ÖĐÜTÜLMEMİŐ) | KG | 567.715 | 920.967 | 807.593 |
| DİĞER KEKİK (EZİLMEMİŐ/ÖĐÜTÜLMEMİŐ) | KG | 13.372.710 | 19.315.528 | 16.654.081 |
| DEFNE YAPRAKLARI | KG | 29.230.494 | 57.778.165 | 48.899.128 |
| MAHLEP (EZİLMEMİŐ/ĐTLMEMİŐ) | KG | 423.606 | 4.610.237 | 3.889.464 |
| BİBERYE (EZİLMEMİŐ/ĐTLMEMİŐ) | KG | 1.270.401 | 2.453.929 | 2.008.560 |
| SUMAK (EZİLMEMİŐ/ĐTLMEMİŐ) | KG | 1.389.383 | 1.173.469 | 1.014.792 |
| ÇREKOTU (EZİLMEMİŐ/ĐTLMEMİŐ) | KG | 364.271 | 584.489 | 516.560 |
| DİĞER BAHARAT (EZİLMEMİŐ/ĐTLMEMİŐ) | KG | 276.366 | 556.235 | 485.240 |
| MAHLEP (EZİLMİŐ/ÖĐÜTÜLMÜŐ) | KG | 95.205 | 997.654 | 834.778 |
| BİBERYE (EZİLMİŐ/ÖĐÜTÜLMÜŐ) | KG | 939.077 | 1.632.878 | 1.421.921 |
| SUMAK (EZİLMİŐ/ÖĐÜTÜLMÜŐ) | KG | 3.323.805 | 2.972.313 | 2.517.028 |
| DİĞER BAHARAT (EZİLMİŐ/ÖĐÜTÜLMÜŐ) | KG | 555.594 | 1.737.693 | 1.457.630 |
| IHLAMUR | KG | 878.421 | 4.296.237 | 3.551.234 |
| ADAÇAYI | KG | 8.339.780 | 20.202.628 | 17.297.610 |
| MEYAN KÖKÜ | KG | 2.489.114 | 2.182.823 | 1.885.663 |
| DİĞER BİTKİ VE BİTKİ KISIMLARI | KG | 3.232.400 | 7.608.191 | 6.133.719 |
| KEÇİBOYNUZU | KG | 18.368.219 | 11.510.956 | 9.974.582 |
| TOPLAM | KG | 87.905.078 | 141.925.661 | 120.572.891 |

Kaynak: İGEME 2007

Ağrı ili bitkisel üretim sektörü genel ihracat verileri ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tablodan da görülebileceği gibi Ağrı'dan daha çok yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular ile meyveler ve kabuklu yemişler ihraç edilmektedir. Araştırmamıza konu olan üç bitkiyle ilgili bir ihraç verisine rastlanmamaktadır.

Tablo 9: Ağrı İli Bitkisel Üretim Sektörü Genel İhracat Verileri (1000 YTL)



4.2.2 Büyüme oranları ve trendler

Doğaya dönüşün bir slogan haline geldiği günümüz dünyasında tıbbi ve aromatik bitkiler dünyada ve Türkiye'de önemli bir yere gelmiştir. Ürün gıda olarak piyasadan doğrudan tüketici tarafından alındığı gibi hammadde olarak ilaç sanayinde de kullanılmaktadır.

Sağlıklı yaşam trendi neticesinde hem dünya mutfaklarında hem de tıp alanında bu bitkilerin kullanımı giderek artmaktadır. Bu bitkilerin kültüre alındıktan sonra ihracattaki paylarının artması üretim alanlarında artışı da beraberinde getirecektir.

Dünyanın gelişmiş ülkeleri özellikle bu bitkisel kaynakları tedavi amacıyla da kullanmaya yönelmiş durumdadırlar. Günümüzde başta Almanya olmak üzere birçok Avrupa ülkesi ile ABD'de bitkisel ilaçlara olan ilgi yeniden artmıştır. Bu ülkelerde pek çok bitkisel ilaç ya doğrudan toz edilmiş bitki ya da tablet ve kapsüller gibi ilaç formlarında prospektüsü ve kutusuyla eczanelerde yer almaktadır. Bu şekilde kalitesi konusunda hiçbir sorun kalmamakta ve reçetelere yazılıp güvenle kullanılmaktadır.

Tedavide kullanılan ilaçların önemli bir kısmını doğal kaynaklı ilaçlar oluşturmaktadır. Doğal kaynaklı ilaçların kullanım oranı gelişmiş ülkelerde %60, gelişmekte olan ülkelerde ise %4 civarındadır. Sağlıklı yaşam trendi ve alternatif tıbbı olan ilginin artması bu ürünlerin üretim ve tüketiminin artmasına neden olmaktadır.

4.2.3 Pazar bölümlendirilmesi

Şifalı bitkiler sektörünü müşteri grupları bakımından bölümlendirdiğimizde 4 temel alıcı grubu görülmektedir, bunlar

- gıda sanayi
- ilaç ve kimya sanayi
- perakende ürün olarak satış yapan aktarlardır.

Şifalı bitkiler sektörünü tüketim alanlarına göre bölümlendirdiğimizde aşağıdaki 10 değişik amaçla tüketildiği görülebilir.

- Meşrubat, keyif ve uyarıcı bitkiler (kahve, çay, tutun)
- İlaç bitkileri (Digitalis, Atropa ve diğerleri)
- Zamk ve musil bitkileri (Aracica, Plantago ve diğerleri)
- Reçine bitkileri (Liguidamber, Ferula ve diğerleri)
- Tanen bitkileri (Astronium ve diğerleri)
- Boya bitkileri (Rubia ve diğerleri)
- Insektisid bitkileri (Pyrethrum ve diğerleri)
- Mum bitkileri (Jojoba, Myrica ve diğerleri)

Ancak tüketim ve kullanımları dışında tıbbi ve aromatik bitkileri içerdikleri etken maddelere, yararlanılan organlara, farmakolojik etkilerine ve daha birçok özelliklerine göre de gruplandırmak mümkündür.

Her ne şekilde gruplandırılırsa gruplandırılınsın bu bitki grubunun geniş bir tüketim alanı bulunduğu görülmektedir

4.2.4 Olgunluk düzeyi

Şifalı bitkiler sektörü gelişmekte olan bir sektör olup henüz istenen olgunluk seviyesine ulaşmış değildir. Yemeklik ürün, meşrubat, ilaç ve kozmetik sektörlerinde kullanımı gittikçe artan bu bitkilerin yayılış alanlarının geniş olmasının yanı sıra kültüre alınmaları da artarak devam etmektedir.

4.3 İlde Pazar Liderleri ve Oyuncularının Tanımlanması

Bölgede şifalı bitkilerin belirli bir üreticisinden söz etmek mümkün değildir. Ağrı bölgesi için araştırması yapılan üç otun da üretiminin doğal yollardan gerçekleştiği, bölgede yaşayan köylülerce doğal ortamından pazarlama amacıyla toplanarak şehir merkezinde tablacı tabir edilen satıcılara satıldığı ve tablacılar aracılığıyla da halka satıldığı belirlenmiştir. Ürünler hiç bir şekilde bir şirketin ya da ailenin doğrudan kazanç kaynağı değildir.

4.4 Sektörün Genel Ekonomik Durumu

4.4.1 Emek/Sermaye ağırlığı

Sektör toplayıcılığa dayandığı için emek yoğun bir sektör olduğu görülmektedir.

4.4.2 Ana dağıtım kanalları

Türkiye'de tıbbi ve aromatik bitkileri ticari amaçla toplayanlar toptancı aktarlar, ihracatçı tüccarlar ile imalatçılardır. Bazı özel kalemler için kooperatifler de sayılabilir.

- Toptancı aktarlar: Toptancı aktarlar bilhassa İstanbul'da Mısır Çarşısı ve çevresinde faaliyet gösterirler. Bu tüccarlar Türkiye'nin her yöresinden toplattıkları ve ithal ettikleri yabancı ve kültür bitkilerini İstanbul ve civarındaki depolarında tutmakta, perakendeci aktarlarla küçük imalatçıların ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Talep halinde, ihracat da yapan toptancı aktarlarda oldukça geniş bir ürün yelpazesi bulmak mümkündür. Konya, İzmir, Ankara, Gaziantep gibi illerde de faaliyet gösteren toptancı aktarları mevcuttur.
- İhracatçı tüccarlar: Tıbbi ve aromatik bitkileri toplayan İhracatçı tüccarlar, başta İzmir olmak üzere, özellikle Trabzon, Antalya, Mersin ve İstanbul'da faaliyet göstermektedirler. Genellikle yabancı alıcılardan gelen talep üzerine bitki toplayan tüccarlar, bitkileri sahip oldukları veya kiraladıkları antrepolarda muhafaza etmekte ve genellikle herhangi bir işleme tabi tutmaksızın presleyip, balyaladıktan sonra ihraç etmektedirler.
- İmalatçılar arasında, çay yanında temizlenmiş drog(bitkilerin tedavide kullanılan bölümü) ve baharat imalatçıları ile ekstre, usare, bitki kimyasalı ve uçucu yağ üreticilerini saymak mümkündür

4.4.3 Marka bilinirliği

Şifalı bitkiler sektörü çok geniş bir sektör olup içerisinde sayısız ürün barındırması, ürünlerin büyük bir bölümünün doğal ortamda yetişmesi ve buradan toplanması sebebiyle ürün bazında bir marka bilinirliği oluşmamıştır.

4.5 Sektörün Yıldızları, Önde Gelen İsimler

Şifalı bitkiler ülkemizde son yıllarda gelişme kaydetmiş bir sektördür ve Türk gıda sektöründe pazar payını artırmaya başlamıştır. Ülkemizde son yıllarda bitkisel ürün alanında isim yapmış birkaç firma bulunmaktadır. Bu firmalar ürettikleri ürünlere göre farklılık göstermekle birlikte bitki, meyve, fonksiyonel çay ürünleri üretiminde Doğadan, baharat üretiminde Bağdat sektörde önde gelen firmalardandır.

4.6 GZFT Analizi

| Güçlü Yanlar | Zayıf Yanlar |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">➤ Doğal ürünlerin kullanımı her geçen gün artmaktadır➤ Tıp Dünyası'nın doğal ürünlerin kullanımına yönelik desteği ve araştırmaları her geçen gün artmaktadır.➤ Halk tarafından bu ürünlere en az bilimsel yöntemlerle geliştirilmiş ilaçlar kadar önem verilmektedir. | <ul style="list-style-type: none">➤ Şifalı otlarla ilgili bilimsel bilgi yetersizdir.➤ Halkın otacı tabir edilen kişilere inancı çok yüksektir. |
| Fırsatlar | Tehditler |
| <ul style="list-style-type: none">➤ Türkiye coğrafyası bu ürünler için doğal yetişme alanıdır.➤ Geleneksel kullanım ve kültürel yapı halk arasında önemli bilgi birikimi sağlamıştır. Bu bilgilerin derlenmesi ve doğrulanmasıyla geçerliliği yüksek bir kaynak elde edilebilir | <ul style="list-style-type: none">➤ Halk içerisinde doğal ürünlerle hastalıkları tedavi ettiğini söyleyen kişiler hayli fazladır.➤ Nitelikleri tam anlamıyla araştırılmamış ürünler kullanılmaktadır. Ürünlerin bilinçsiz kullanımı önemli sağlık sorunlarına yol açabilmektedir. |

5. PAZAR OLGUNLUĞU ve BÖLÜMLENDİRİLMESİ, ÜRÜN PAZARLAMASI (MİKRO DÜZEYDE)

5.1 Son 3 Yıl için Ürün Hakkındaki Genel Bilgiler - İlde

5.1.1 Üretim değerleri ve hacmi

Sözö edilen bu bitkilerin költür üretimi olmadığından üretim değerleriyle ilgili resmi bir rakama ulaşmak mümkün olmamaktadır. Ancak yapılan saha araştırmaları sonucunda bölgeden her yıl bilinçsiz bir şekilde toplanan bitkilerden birçoğunun neslinin tükenmek üzere olduğu ve çevre koruma ile ilgili yasal düzenlemelerin veya uygulamalarının yetersizliğinin ürün çeşitliliğini ve bitkisel gen kaynaklarını tehdit eder boyuta ulaştığı belirlenmiştir. Özellikle Çağşur bitkisinin aşırı tüketimden dolayı il bazındaki talebi karşılayamadığı için Bingöl ve Elazığ gibi diğer illerden bölge pazarlarına getirildiği tespit edilmiştir.

Çalışma için ele alınan temel ürünler Çağ, Çağşur, Işkıdır. Ancak saha çalışması sırasında bölgede 4700 civarında değişik cins bitki olduğu belirlenmiştir. Kendine has florası ile ticari değeri yüksek olabilecek bitki bulunması olasılığı yüksektir. Sığır Kuyruğu, Karahindiba, Cavreş, Merven, Amik, Garıkzıbin, Doluk Şemsulmaruf, Sarımsak Otu, gibi çok çeşitli bitkilerin de şifalı ot olarak tüketildiği ve bu yörede doğal olarak yetiştiği tespit edilmiştir. Konuyla ilgili kurum ve kuruluşların, üniversitelerin ilgili birimlerinin, konuya muhatap meslek örgütlerinin bu ürünlerle ilgili kapsamlı araştırma geliştirme faaliyetlerinde bulunması gerekliliği vardır. Zira uzun yıllardır halk tarafından şifalı olduğu bilinen bu bitkiler bilimsel ve ticari olarak araştırmaya değerdir.

5.1.2 Yerel satışlar ve ihracat satışları

Çağ

Doğal yetişen ve her alanda yetişebilen bir bitkidir. Bölgedeki köylülerce ticari amaçla toplanan ve ticareti yapılan bitkilerdendir. Diğer bitkiler gibi satışının büyük bir bölümü yerelde gerçekleşmekte, bir kısmı diğer şehirlerde yapılmaktadır. Bu bitkinin ihracat satışıyla ilgili bir bilgiye rastlanmamıştır.

Çağşur

Çağşur bitkisi bölge dışında pek tanınmamaktadır ve satışlar daha çok bölge içinde yapılmakta, bir kısmı da diğer illere gönderilmektedir. Çağşur bitkisi tüketimi çok olduğundan şehir içi talebi karşılayamamakta ve Bingöl ve Erzurum gibi diğer illerden getirilmektedir. Bu bitkide de ihraç satışı yoktur.

Işgın

Şeker hastalığına iyi geldiği söylenen Işkın bitkisinin kök aksamı yıllar öncesinde çok talep görmekte ve bölgeye gelen alıcılar tarafından şehir dışına götürülmekte ve hatta ihraç edilmekteydi. Ancak son yıllarda ihracatı yoktur. Bitkiye yüksek talep söz konusu olmayıp, bulunduğu kadar tüketilmektedir.

5.2 Pazar Bölümlendirilmesi Prensipleri, Hedef Pazarın Tanımlanması

5.2.1 Üreticiden – Tüketicie Satış

5.2.1.1 Tüketicinin yaşama ve çalışma alanları, satın alma alışkanlıkları, sosyo-demografik profili

Ürünlere yönelik müşteri grubu temel olarak Ağrı İli vatandaşları, bu yöreden büyük şehirlere göç etmiş vatandaşlar ve tavsiye üzerine ürünü duyan tüketicilerdir.

5.2.1.2 Harcama Karakteristikleri

Bu üç ürün için düzenli bir arz-talep durumu söz konusu değildir. Örneğin Işgın bitkisi bölge insanı için tercih sebebi olmamakla birlikte yalnızca temin edilebildiği vakit tüketilirken, Çağşur bitkisi bölgeden gelen talebi karşılayamamaktadır.

Bölge insanı ürünü pazarlardan temin edip taze ya da kurutulmuş şekilde gıda olarak tüketmekteyken, özellikle büyük şehirlerdeki tüketiciler ürünü tıbbi amaçlarla aktarlardan ve kurutulmuş olarak satın almaktadırlar. Çağşur bitkisi daha çok ileri yaştaki tüketiciler tarafından kuvvet vermesi sebebiyle tüketilirken, Işgın bitkisi ise karaciğeri güçlendirdiği ve şeker hastalığına iyi geldiği inancıyla talep görmektedir. Bu iki bitki için de büyük şehirlerde çok sık ve yoğun bir talep göstergesine rastlanmamıştır.

5.3 Ürünün Tanımlanma

Çağ, Çağşur ve Işgın bitkileri tüketimi büyük oranda bölge halkı tarafından gerçekleştirilen ürünlerdir. Herhangi bir başka ürün girdisi olarak kullanımına dair bir bilgi yoktur. Bir dönem için daha önceki bölümlerde de belirtildiği üzere Işgın bitkisinin köklerinin toplu şekilde yurtdışına götürüldüğü ve burada ilaç sanayinde kullanıldığına dair resmi olmayan bir bilgi mevcuttur.

5.4 Konumlandırma

Ürünler için sistemli bir pazar oluşmadığından yola çıkarak rakipler ve rekabet durumunun olmadığını söylemek mümkündür. Ancak küçük bir gösterge bile olsa fikir verici olması açısından Ağrı merkezinde yaklaşık 250 tablacı olmasına mukabil bu ürünleri yalnızca 50 tablacının sattığını diğerlerinin ise ürünler konusunda bilgi sahipleri olmadıkları için satış yapmadıklarının tespit edildiğini belirtmek gerekir.

5.5 Fiyat

Mevcut koşullarda geçerli fiyatlar aşağıdaki gibidir. Ancak bunlar herhangi bir değer tespitiyle değil pazarın iç dinamikleriyle ortaya çıkmış fiyatlardır.

ÇAĞ

Doğal ortamda yetişen bu bitki genellikle pazarlama amacıyla toplanılarak hemen pazara getirilir. Çağ bitkisine talep yüksek olduğundan ve son yıllarda yetişen miktar oldukça azaldığından hemen satılır. Bu yıl içinde kg 'ı 8-10 ve hatta daha yüksek fiyatlardan

satılmıştır. Bölgede kırmızı etin kilogram fiyatının yaklaşık 5 YTL olduğu dikkate alınırsa, ürünün gıda tüketimindeki önemi bir kez daha anlaşılabilir olacaktır.

ÇAĞŞUR

Bu bitkinin toplayıcılardan pazarlamacılar tarafından alış fiyatı 2-2,5 YTL, pazarlamacılar tarafından bölgede satış fiyatı 4,5-5 YTL, Batı illerinde satış fiyatı yaklaşık 7 YTL'dir. Aktarlarda Çağşur kuru olarak ve 50 gr.ı 3 YTL' ye satılmaktadır.

IŞKIN

Bölgede demeti 2 YTL'den satılan Işkın 'ın kg.'ının köylüden alış fiyatı 2-2,5 YTL mahalinde satış yaklaşık 2,5-3,5 YTL ; Batı illerinde fiyatlar ise iki katına çıkmaktadır. Işkın'ın büyük şehirlerde aktarlarda 100gr'ının satış fiyatı 7YTLdir.

5.6 Yer, Dağıtım

5.6.1 Depolama

Bölgede bu ürünler için bir depolama sistemi bulunmamakla birlikte bölgede toplayıcı ve tüketiciler dahil tüm kesimler ürünleri kendi imkanlarıyla depolamaktadır. Genelde tazeyken tüketilen bu bitkilerden Çağ bitkisi, aynı zamanda tüketiciler tarafından turşu yapılarak, Çağşur ve Işkın bitkileri de kışın kullanılmak üzere kurutulularak muhafaza edilmektedir.

5.6.2 Ürünün paketlenmesi

Yöresel pazarda ürün açıkta satılmakta nadiren bazı aktarlarda 0,5 kg ila 1 kg. plastik poşet torbalara konulmak suretiyle satılmaktadır.

5.6.3 Etiketleme

Yörede satılan ürünler açık olarak satıldığından etiketleme olanağı bulunmamaktadır

5.6.4 Taşıma

Ağrı İli dışına satış ise hali hazırda ürünleri şeker çuvallarına koymak suretiyle yapılmakta araç olarak da şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan otobüs firmaları kullanılmaktadır.

Ancak bu dağıtım sisteminin ürünler için uygun koşullar olup olmadığı bilinmemektedir. Zira herhangi bir kalite/standart sistemi yoktur.

5.6.5 Dağıtım stratejisi

Yerel;

- 1) Köylülerce toplanması
- 2) Köylülerce tablacı tabir edilen pazarcılara satılması
- 3) Tablacılar aracılığıyla talep gösteren halka satılması

Şehir dışı;

- 1) Köylülerce toplanması
- 2) Köylülerce tablacı denilen perakende satıcılara satılması,
- 3) Tablacıların il dışından gelen talepleri karşılaması (şehirlerarası otobüslerle illere ulaştırılması)

6. PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE EYLEM PROGRAMI / PAZAR KARMASI

6.1 Pazarlama Stratejileri

6.1.1 Ürün Geliştirme Politikası

Bu üç bitki öncelikle sofralık ürün olarak pazarlanmalıdır. Bölge insanının bu ürünleri tüketim şekilleri belirlenmeli ve elde edilen bilgiler ışığında bu tüketim şekillerinin tanıtımının yapılması gerekli görünmektedir. Ürünler yalnızca bölge insanı tarafından tanınmakta ve et yemeklerinde tamamlayıcı sebze olarak tüketilmektedir. Ürünün büyük pazarlarda orta ve üst düzey gelir grubuna aynı kullanım şekliyle tanıtılması gerekmektedir.

Üretimin merkezindeki kişiler bu ürünün üretimi için teşvik edilmelidir. Getirisi yüksek olan bitkiler tespit edilerek bu bitkilerin üretiminin getirisi bölge insanına anlatılabilirse girişimciler üretime başlayacaklardır. Bölge arazisi ve iklimi üretimin artırılması için uygundur. Ürün halihazırda bölgede doğal yollarla yetişmektedir. Henüz yetişen tüm ürünün toplanması söz konusu değildir. Pazar sıkıntısının giderilmesi halinde köylülerin araziden daha fazla ürün temin etmeleri yoluyla kapasite artırılmış olacaktır. Talebin arzdan daha hızlı artması halinde, üniversiteyle işbirliği içerisinde ürün yetiştirme yöntemleri hayata geçirilebilecektir.

Bu üç bitkiden ziyade bölgede yetişen ve halk tarafından tüketimi yoğun olan helliz (heliz. Doğu Anadolu bölgesinde yetişen bir türdür.) gibi diğer bitkilere de araştırma ve tanıtım faaliyetlerinde yer verilmelidir.

Ayrıca üniversitelerin ilgili birimlerince bu bitkilerin analizi yapılmalı ve kullanım alanları belirlenmelidir. Böylece bitkilerin sahip oldukları özellikler ışığında Türkiye ve hatta dünyada bilinirlik oluşturma şansının olup olmadığı tespit edilebilecektir.

6.1.2 Fiyat Politikası

Yapılacak çalışmalarla ürünlerin ticari değeri olduğu saptanın ise pazarı yönetmek üzere kurulacak meslek örgütü ya da üreticiler birliği geçerli değer tespitini ya da pazar fiyatlarını doğru yönde belirleyeceklerdir. Ürünün, bitkisel gıda olarak talep edileceği Ankara-İstanbul gibi büyük pazarlarda bilinirliği sağlandıktan sonra, uygun dağıtım sisteminin de kurulmasını takiben köylüler daha fazla ve daha kaliteli üretim için bilinçlendirilmelidir. Toplama, saklama ve dağıtım maliyetlerinin düşük olması nedeniyle fiyatın mutlaka talebe göre belirlenmesi gerekmektedir. Ürünün hedef grubu orta ve üst sınıf tüketicidir.

Aynı hedef grup tarafından tüketilen ve son birkaç yıldır kullanımı yaygınlaşan "deniz börülcesi bitkisi" en fazla ürünün yetiştiği yaz sezonunda dahi 200 gramlık demetler halinde ortalama 3,5 YTL'ye pazarda alıcı bulabilmektedir. Kış sezonunda bu fiyat talebe bağlı olarak daha da artmaktadır. Bölgede yetişen bitkiler aynı pazarlama yöntemleriyle pazarda kendilerine yer edinebilirlerse; ürünlerden elde edilen gelir yaklaşık 10 kat artacaktır. Deniz börülcesi balık yemeklerinin yanında tüketilen bir tür mezedir; Çağ ve Çağşur ise et yemeklerinin yanında tüketilmeye aday bir meze olarak piyasada tüketilebilecektir.

6.1.3 Dağıtım politikası

Bölgede bu ürünler için bir kooperatif veya birlik kurulup üretim de bu birlik tarafından üstlenilebilir. Üretilen ürünler daha sonra uygun usullerle kurutulup, depolanıp, satışlar birlik

üzerinden gerçekleştirilebilir. Ürünün alıcısı tüccarlar ürünü buradan alıp yurtiçi ve dış pazarlarda satışını gerçekleştirebilir.

6.1.4 Tutundurma politikası

Bu ürünlerin talebini artırıcı ve pazarlamasını geliştirici önlemler alınmalı ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir. Bu bitkiler öncelikle sofralık ürün olarak pazarlanacağı için yöre mutfağında bu bitkilerin kullanıldığı yemeklerin tanıtılması ve Türk mutfağı literatürüne kazandırılması önemli bir pazarlama unsuru olarak görülebilir. Büyük şehirlerde Ağrı ilinin mutfağını tanıtacak, bu bitkilerden yapılan yöre yemeklerini tüketiciyle buluşturacak lokantalar açılabilir, otel restoranlarının mönülerinde yer verilebilir.

Diğer bir yöntem de bu bitkilerin kozmetik ve tıbbi olarak etkilerinin belirlenmesi ve elde edilen sonuçlara göre ilgili kullanım alanlarında değerlendirilmesidir. Eğer tıbbi ve kozmetik açısından faydaları bilimsel olarak tespit edilirse bu noktalar da tanıtım faaliyetleriyle tüketicilere ulaştırılabilir.

6.2 Ürün-Pazar büyüme stratejileri(Pazar penetrasyonu/Ürün Geliştirme/Pazar Geliştirme/Çeşitlendirme)

Şifalı Otlar için Ağrı ilinde iki aşamalı bir pazar stratejisi düşünülmektedir:

1. AŞAMA:

- Başta Cağ, Çağşur ve Işkın bitkileri için ilgili üniversitelerin araştırma birimlerine bilimsel çalışma yaptırılmalıdır.
- Burada önemli husus başta bu 3 bitkinin doğal habitatını tespit etmektir. Bahse konu doğal habitat mera alanları ise hayvancılık sektörü ile çatışma gündeme gelebilecektir.
- Üretim şartları tespitinden sonra uygun bitkilerin kültür üretiminin başlaması gereklidir.
- Daha sonrasında 3 şifalı bitkinin Ağrı bağlamında markalaştırılması için çalışma yapılmalıdır.
- Bahse konu 3 bitkinin batı illerinde ve metropollerde pazarlanabilmesi için tanıtım yapılmalı ve paketleme standartları tespit edilmelidir. - Ağrı ili bitki envanteri çıkartılması için bilimsel araştırmalar başlatılmalı ve burada öncelik şifalı otlara verilmelidir. Bu aşamada bitki adı tespit edilmesinde aktarlar ve otacılarla işbirliğine gidilmekten çekinilmemelidir.
- Kadın kozmetik sanayinde kullanılabilecek ürünler ayrı bir çalışma ile tespit edilmelidir.
- Doğadan bitki toplama kurallarını belirleyen mevzuat tespit edilmeli ve uygulanmasını sağlayacak idari mekanizma geliştirilmelidir.

2. AŞAMA:

- Ağrı merkezde "şifalı otlar paketleme atölyesi" kurulmalıdır. Bu Atölye, Ticaret ve Sanayi Odası, İl Özel İdaresi'nin ortağı olacağı bir yatırımcı şirket tarafından kurulabilecektir. Bu şirket aynı zamanda şifalı otların alıcı şirketlere tanıtımını, pazarlanmasını ve satışını

yapmalıdır. Atölye; ayıklama, temizleme, standardizasyon ve paketleme birimlerinden oluşmalıdır.

- Toplama için mevcut köylü ve tablacı organizasyonu kullanılmalı ve köylü-toplayıcı ve toptancı/perakendeci tüccar rolündeki tablacıların paketleme atölyesine ürün göndermesi teşvik edilmelidir.

- Ürün toplandıktan sonra şifalı otlar atölyesine gönderilmeli ve burada paketlenmeli ve sevki yapılmalıdır.

- Ürünlerin tanıtımı Valilik, Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılacak faaliyetler ile gerçekleştirilmelidir.

7. ÖNGÖRÜLEN ÇALIŞMA PROGRAMI

Ürünler uzun yıllardır halk arasında kullanılagelmiştir ve otacı ya da iyileştirici tabir edilen kişilerce de kullanılmaktadır. Şifalı otlara ilişkin bilimsel araştırma metodunda halk arasındaki doğal kullanım büyük önem taşımaktadır ve bu açıdan araştırılmaya değer ürünler oldukları söylenebilir. Ürünler için halk içerisinde kabul gören durumların yetkili makamlarca da onaylanması ürüne olan ilgi ve ihtiyacı artırabileceği gibi sistemli bir pazar yapısı kurulması noktasında ışık tutucu önemli bir araç olacaktır.

ÜRÜNLERİN ARZ BOYUTUNDAKİ ORGANİZASYON:

- Köylü-toplayıcı ve tablacı hammaddenin toplama boyutunu, kurulacak paketleme atölyesi ve yatırım şirketi ise yarı mamul madde haline getirme boyutunu tamamlayacaktır.
- Yatırımcı şirket arz ve talep arasındaki dengeyi sağlayacaktır.

ÜRÜNLERİN TALEP BOYUTUNDAKİ ORGANİZASYON:

- Ürüne Talep Yaratılması: Tanıtım Kampanyası. İl Özel İdaresi tanıtım bütçesinden ayrılacak fonla aşağıdaki kampanyanın bu alanda faaliyet gösteren firmalar aracılığıyla yürütülmesi mümkündür. İhtiyaç duyulan bütçe yaklaşık 10.000 YTL'dir.

- 1) Tüketicilerin ürün hakkında bilgilenmesini sağlayacak insan sağlığı üzerindeki olumlu etkilerinden haberdar edecek şekilde ürünün piyasalara tanıtımı
- 2) Ürün hakkında tereddüde yer vermemek üzere Tarım İl Müdürlüğünden ve / veya Sağlık İl Müdürlüğünden akreditasyonun olması ve kampanyada kullanılması
- 3) Kararlı bir piyasa gelişimi sağlamak için ürünün arz miktarı göz önüne alınarak bir talep yaratılması
- 4) Ürün için bölgeyi, sağlığı, şifayı, doğallığı simgeleyen bir logo tasarlanması ve kampanyanın bu logo ile yapılması
- 5) Ürünün kullanımına ilişkin bilgiler ve tariflerin yazılı hale getirilmesi

Eylem 1: En az 1 sene devam edecek şekilde Türkiye çapında bilgi ve tanıtım kampanyası düzenlemek ve bu şekilde tüketicileri ve gıda zincirindeki aktar noktalarını ürünün faydaları ve özellikle de şifa değeri hakkında bilgilendirmek, bunu yaparken "logo"nun bilinirliğini artırmak.

Eylem 2: İyi seçilmiş ve tanımlanmış tüketici türlerine yönelik sağlık turizmi, spor merkezleri vb yerlerde özelleşmiş bilgi ve tanıtım kampanyaları yapmak.

Eylem 3: Ürüne ait web tabanlı internet sayfası yapılması

Eylem 4: Benzer şifalı bitkilerin üretim ve pazarlanmasına ait istatistiki bilgilerden kampanyanın nokta vuruşları için faydalanmak

Eylem 5: Sağlık, şifa, doğal, antioksidan vb. beslenme ve gıdaların propagandası ve taraftarlığını yapan işletme, kişi, kar amacı gütmeyen örgütler tespit edip, iletişime geçip sanal ve sanal olmayan platformlarını kullanmak, ürün hakkında bahsedilmesini sağlamak, desteklerini almak

Eylem 6: Kampanyanın etki değerlendirmesinin yapılarak yeni kampanyalar geliştirilmesi

8. KAYNAKÇA

- Ağrı Tarım İl Müdürlüğü : <http://www.agritarim.gov.tr/>
- Ağrı ili Tarım Master Planı: T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı: <http://www.tarim.gov.tr/>
- Bağdat Baharat : www.bagdatbaharat.com.tr
- Baytop, Turhan., 1997. Türkçe Bitki Adları Sözlüğü. Türk Dil Kurumu Yayınları No: 578. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı: www.dpt.gov.tr
- DPT, 9.KP Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu
- Doğadan A.Ş. : www.dogadan.com.tr
- Health Focus International: www.healthfocus.com
- [http://www.agr.ege.edu.tr/%7Etuam/TIBBI VE AROMATİK BITKILER/Prof.Dr. Ayhan CEYLAN/Yayim Bulteni- 29 Ekim-1996/ISSN 1300-3518](http://www.agr.ege.edu.tr/%7Etuam/TIBBI_VE_AROMATIK_BITKILER/Prof.Dr.Ayhan%20CEYLAN/Yayim%20Bulteni-29%20Ekim-1996/ISSN%201300-3518)
- İGEME: www.igeme.gov.tr
- İstanbul Baharat: www.istanbulbaharat.com
- Tarım Kredi Kooperatifleri Ağrı Müdürlüğü
- Türkiye İstatistik Kurumu: <http://www.tuik.gov.tr/>
- Türk Standardları Enstitüsü www.tse.gov.tr
- T.C. Merkez Bankası :<http://www.tcmb.gov.tr/>
- WHO: www.who.int

9. EKLER

9.1 Ek 1: Ağrı ilinde TRA2, TR72, TR52 ve TRB1 Düzey 2 Bölgeleri Kalkınma Programı Hibe Faydalanıcıları

| | Proje Başlığı (Adı) | Faydalanıcı Adı | Hibe Miktarı (Euro) |
|----|---|--|---------------------|
| 1 | AĞRI TİCARET VE SANAYİ ODASI TAM OTOMASYON SİSTEMİ | AĞRI TİCARET VE SANAYİ ODASI | 25303,2 |
| 2 | AĞRI İLİ OZANLAR KÖYÜ İYİ TARIM UYGULAMALARININ YAYGINLAŞTIRILMASI | OZANLAR KÖYÜ MUHTARLIĞI | 116468 |
| 3 | GÜNEŞ DOĞUBEYAZITTAN YÜKSELECEK | DOĞUBEYAZIT BELEDİYESİ | 85225,8 |
| 4 | AYAKKABI İMALATI | ÖZYILMAZLAR AYAKKABI SAN. TİC. LTD.ŞTİ. | 86823 |
| 5 | ÖZEL ÜMİT ARAS ÖZEL EĞİTİM MERKEZİ İYİLEŞTİRME PROJESİ | ÜMİT ARAS- ÜMİT ARAS ÖZEL EĞİTİM MERKEZİ | 23498,7 |
| 6 | DİKİŞ VE NAKİŞ DEĞERLERİNİN MODERNİZASYONU | KEMAL YILDIRIM- ŞAMPİYON SPOR YAĞMUR PİKO EVİ | 24655,1 |
| 7 | KAPASİTE GELİŞTİRME PROJESİ | İSFAHAN TURİZM OTELCİLİK DAGCILIK LTD. ŞTİ | 91969,2 |
| 8 | AĞRI GÜNCEL GAZETESİ VE BASKI TESİSLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE TEKNOLOJİK YENİLENME PROJESİ | İSMAİL HAKKI DONDURMACI GÜNCEL MATBAA VE GAZETECİLİK | 95226 |
| 9 | ÜRETİM BANDI MODERNİZASYONU, KAPASİTE ARTIRIMI VE İHRACAT TEŞEBBÜSÜ | ÖZCANLAR HİPERMARKETÇİLİK VE GIDA ÜRÜNLERİ İTHALAT İHRACAT GÜMRÜKLEME PETROL ÜRÜNLERİ İNŞAAT TEKSTİL SANAYİ TİCARET LTD. ŞİRKETİ | 65807,2 |
| 10 | ELGİSAN MEDİKAL İŞ GELİŞTİRME PROJESİ | ELGİSAN MEDİKAL LTD. ŞTİ. | 43465,5 |
| 11 | TEMİZ MUTFAK PROJESİ | VEKİL KOÇ-EVİN GIDA | 47768,2 |
| 12 | İKOSAN TUĞLA FABRİKASININ YENİ PAZAR OLANAKLARININ GELİŞTİRİLMESİ İÇİN YATIRIM PROJESİ | KOTAN TUR. İNŞAAT TAAHHÜT SANAYİ TİC. İTHALAT İHRACAT LTD. ŞİRKETİ | 99614,4 |
| 13 | DOĞUBEYAZIT KANALİZASYON PROJESİ | DOĞUBEYAZIT BELEDİYESİ | 839400 |
| 14 | DOĞUBAYAZIT BELEDİYESİ TERFİ HATTI-DEPO-ŞEBEKE ANA BORUSU İNŞAATI PROJESİ | DOĞUBEYAZIT BELEDİYESİ | 709058 |
| 15 | AĞRI KANALİZASYON ŞEBEKESİ İLAVE KOLLEKTÖR HATTI PROJESİ | AĞRI BELEDİYESİ | 1715295 |

9.2 Ek 2: Ağrı ilinde hibeye hak kazanan projeler, KKYDP

| | | PROJE SAHİBİ | KONUSU |
|---------|----|--|------------------------------------|
| 2. ETAP | 1 | Çay Çiftlik Ürün.San.Tic.Paz.Ltd.Şti. | Soğuk hava deposu |
| | 2 | Yamaç Mak.İnş.İm.Paz.Tic.Ltd. | Kontine Zeytinyağı |
| | 3 | Yamaç Mak.İnş.İm.Paz.Tic.Ltd. | Zeytin İşleme Tesisi |
| | 4 | Şamlıoğlu Top.Mah.Tic.Ltd. | Zeytinyağı Tesisi |
| | 5 | Zekiye-Cem Ergin Adi Ortaklığı | Mısır Kurutma |
| | 6 | Tınaztepe Tar.Hay.Ltd. | Yumurta Paketleme ve Depolama |
| | 7 | S.S.Bolvadin Merkez T.K.K. | Süt Toplama ve Soğutma |
| | 8 | Kadir-Kürşat-Hasan-Fatih ERGUN Adi Ortaklığı | Süt İşleme Tesisi |
| | 9 | Çakıcioğlu Et ürünleri Ltd. | Sucuk İmalathanesi |
| | 10 | 2654 Sayılı Emirdağ Tarım Kredi Kooperatifi | Hububat Saklama ve Depolama |
| | 11 | Koçoğlu Tar.Ürünleri Hay.Ltd. | Karma Yem Tesisi |
| | 12 | Koçoğlu Tar.Ürünleri Hay.Ltd. | Tohum Hazırlama |
| | 13 | Reyhan Kuruyemiş Ltd. | Kuruyemiş Paketleme ve Ambalajlama |
| | 14 | Dehşetliler Yem Gıda Ltd. | Süt ve Süt Ürünleri Üretim Tesisi |
| | 15 | Yılmaz Tarım Ür. Adi Ortaklığı | Ayçekirdeği işleme ve paketleme |
| | 16 | Barış Ltd. | Süt İşleme Tesisi |
| | 17 | Özcanlar Hipermarketçilik Gıda Ür. Ltd | Bakliyat Eleme Paketleme Depolama |
| | 18 | Ferka Tarım Müh. Ltd. | Tohum paketleme |

Kaynak: TEDGEM

9.3 Konu ile ilgili uygulamada olan standartlar

Konu ile ilgili mecburi uygulamada olan standartlar

TS 3782 EN 13206 Termoplastik Kaplama Filmleri-Bahçe Bitkileri Yetiştiriciliği ve Tarımda Kullanılan, Yürürlükte-Tebliğ (Regulatory)

Konu ile ilgili ihtiyari uygulamada olan standartlar

TS 2131 ISO 928 Baharat ve Çeşni Veren Bitkiler- Toplam Kül Tayini, **TS 2133 ISO 930** Baharat ve Çeşni Veren Bitkiler- Asitte Çözünmeyen Kül Muhtevası Tayini, **TS 2137 ISO 1108** Baharat ve Çeşni Veren Bitkiler- Uçucu Olmayan Eter Ekstraktı Tayini, **TS 5062** Yem Bitkileri-Terim ve Tarifler, **TS 5170** Tıbbi ve İtri Bitkiler-Adlandırma, **TS 8882** Baharat, Çeşni Veren ve Tıbbi Bitkiler - Uçucu Yağ Tayini, **TS 10046** Herbaryum Tanzimi Kuralları- Tohumlu

Bitkiler, **TS 10180** Sporlu (Çiçeksiz) Bitkiler-Herbaryum Tanzim Kuralları, **TS 11099** Tıbbi Bitkiler - Sınamedeki (Yaprak ve Meyve), **TS ISO 11269-2** Toprak Kalitesi-Kirleticilerin Toprak Florasına etkilerinin Tayini Kısım 2: Kimyasal Maddelerin Yüksek Bitkilerin Çimlenmesine ve Gelişmesine etkileri, **TS 11282** Süs Bitkileri - İç Mekanlarda Kullanılan - Satış Yerleri - Genel Kurallar, **TS EN 12305** Biyoteknoloji-çevrede uygulamak için değişime uğratılmış organizmalar- genetik olarak değişime uğratılmış bitkilerin amaçlı serbest bırakılmaları için örnek stratejilere rehberlik, **TS EN 12468** Biyoteknoloji- çevrede uygulamak için değişikliğe uğratılmış bitkilerin amaçlı serbest bırakılmaları için izleme stratejilerine rehberlik, **TS 12799** Flora- Envanter Kuralları- Tohumlu Bitkiler ve Eğreltiler, **TS 13084** İş yerleri - Dış mekân bitkileri üretim ve satış yerleri - Genel kurallar, **TS EN 13441** Biyoteknoloji – Araştırma, geliştirme ve analiz laboratuvarları – Genetik yapısı değiştirilmiş bitkilerin kontrollü şartlarda yetiştirilme kuralları. (Kaynak TSE)