

Defne İşleme ve Paketleme Tesisi Ön Fizibilitesi
Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı

T.C. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı
“Defne İşleme ve Paketleme Tesisi Ön Fizibilitesi”

İC Danışmanlık ve Eğitim Ltd. Şti.— www.innocentric.com.tr
T: +903124343366 E: info@innocentric.com.tr

Mayıs 2018



innoCentric Danışman Ekibi

Barış Cihan BAŞER

baris@innocentric.com.tr

Arife YILMAZ

arife@innocentric.com.tr

Osman Arda MUTLU

arda@innocentric.com.tr

İşbu rapor, innoCentric - İC Danışmanlık ve Eğitim Ltd. Şti. tarafından, Defne İşleme ve Paketleme Tesisi Ön Fizibilitesi Projesi kapsamında hazırlanmıştır. Bu raporun içeriğinin tüm sorumluluğu innoCentric - İC Danışmanlık ve Eğitim'e aittir ve hiçbir şekilde T.C. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın görüşlerini yansıttığı düşünülemez. Bu projenin yararlanıcısı "T.C. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı"dır ve raporun basım, çoğaltım, yayma ve işleme hakları T.C. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'na aittir.

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ 6

TABLolar LİSTESİ 7

YÖNETİCİ ÖZETİ..... 8

YÖRESEL ÜRÜNLER VE BÖLGE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMİ..... 10

YÖRESEL ÜRÜNLER..... 10

COĞRAFİ İŞARET NEDİR? 10

BÖLGESEL EKONOMİ AÇISINDAN YÖRESEL ÜRÜNLER..... 11

Markalaşma..... 11

Rekabet avantajı 12

Bölgenin ekonomisi ve sosyal yapısını güçlendirme 13

Köken bağlantısı..... 13

Ortak koruma sağlar 13

COĞRAFİ İŞARET KORUMASIYLA YÖRESEL ÜRÜN DEĞER ZİNCİRİNİN GÜÇLENMESİ 14

YÖRESEL ÜRÜNLER NASIL KORUNUR? 15

COĞRAFİ İŞARET KORUMASI 15

GELENEKSEL ÜRÜN ADI..... 17

COĞRAFİ İŞARETLERİN DENETİMİ 17

Coğrafi İşaretlerin Ticarete Kullanımı..... 17

ORTAK MARKA 18

GARANTİ MARKASI..... 19

Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi 19

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE YÖRESEL ÜRÜNLERİN KORUNMASI 20

BAŞARILI YÖRESEL ÜRÜN ÖRNEKLERİ 22

FETA PEYNİRİ 22

KOLOMBİYA KAHVESİ..... 23

ARGAN YAĞI (FAS)..... 26

TAŞKÖPRÜ SARIMSAĞI (TÜRKİYE) 28

DEFNE BİTKİSİ 31

DEFNE TEKNİK ÖZELLİKLERİ.....	31
TR81 BÖLGESİNDE YETİŞEN DEFNENİN ÖZELLİKLERİ.....	33
TR81 BÖLGESİNDE DEFNE YETİŞTİRİLEN YERLER.....	36
TR81 BÖLGESİNDE DEFNENİN BÖLGE EKONOMİSİNE KATKISININ ARTIRILMASI	37
<u>DEFNE ENDÜSTRİSİ</u>	39
DÜNYA DEFNE TİCARETİ	41
TÜRKİYE DEFNE TİCARETİ	43
DEFNE VE GENEL OLARAK BAHARAT ÜRÜNLERİNDE PAZAR TRENDLERİ	49
ENDÜSTRİYEL KULLANIM.....	50
ET ENDÜSTRİSİ	50
GIDA İŞLEME ENDÜSTRİSİ	50
GIDA DIŞI SEKTÖRLER.....	51
PERAKENDE SEKTÖRÜ	51
CATERİNG SEKTÖRÜ	52
<u>DEFNE İŞLEME VE KURUTMA TESİSİ ÖN FİZİBİLİTE</u>	53
DEFNE ÜRETİMİ	53
DEFNE KURUTMA	54
DEFNE ÜRETİM FORMLARI	54
KURULUŞ YERİ SEÇİMİ	55
İŞLETME MODELİ	58
ÜRETİM SÜRECİ.....	59
ÜRÜNLER	60
HAMMADDE.....	61
PAZARLAMA MODELİ.....	62
HEDEF PAZARLAR VE POTANSİYEL MÜŞTERİLER.....	64
DAĞITIM KANALLARI	65
KALİTE SERTİFİKASYONU	68
DEFNE STANDARTLARI.....	70
DEFNE LOJİSTİĞİ.....	71
ÖNERİLEN İŞLETME ORGANİZASYONU	72
POTANSİYEL İSTİHDAM YARATMA KAPASİTESİ VE İSTİHDAM MODELİ	72
KURUTMA YÖNTEMİ KULLANILARAK ÜRETİLEBİLECEK DİĞER ÜRÜNLER.....	74
FİNANSAL ANALİZ.....	76

GÜNLÜK 20 TON YAŞ DAL İŞLEME KAPASİTELİ TESİS İÇİN FİNANSAL FİZİBİLİTE	76
Personel Giderleri.....	76
Üretim için Makina ve Ekipman Yatırımları	78
Arsa Yatırımı	78
İnşaat Maliyeti	79
Kurulum, İşletmeye Alma, Tefrişat, Donanım ve Diğer Maliyetler	79
İşletme Maliyetleri	80
Hammadde.....	81
İşletme Gelirleri	81
Finansal Projeksiyon ve yatırım geri dönüş süresi (20 ton kapasite)	82
GÜNLÜK 40 TON YAŞ DAL İŞLEME KAPASİTELİ TESİS İÇİN FİNANSAL FİZİBİLİTE	83
Personel Giderleri.....	83
Üretim için Makina ve Ekipman Yatırımları	85
Arsa Yatırımı	86
İnşaat Maliyeti	86
Kurulum, İşletmeye Alma, Tefrişat, Donanım ve Diğer Maliyetler	87
İşletme Maliyetleri	87
Hammadde.....	88
İşletme Gelirleri	89
Finansal Projeksiyon ve yatırım geri dönüş süresi (40 TON KAPASİTE).....	90
KULLANILABİLECEK TEŞVİKLER	91
YATIRIM – KURULUM SÜRECİ İÇİN TEŞVİKLER	91
PAZARLAMA – İŞ GELİŞTİRME SÜRECİ İÇİN TEŞVİKLER.....	92
İHRACATA HAZIRLIK SÜRECİNDE TEŞVİKLER	93
POTANSİYEL RİSKLER.....	94
<u>EK – 1 POTANSİYEL MÜŞTERİLER LİSTESİ.....</u>	95

Şekiller Listesi

Şekil 1: AB’de Yöresel Ürün Koruma Türleri	20
Şekil 2: Feta Peyniri	23
Şekil 3: “Juan Valdez” Karakterinin Yer Aldığı Kolombiya Kahvesi Logosu	24
Şekil 4: Argan Yağı Üreten Faslı Kadınlar	27
Şekil 5: Argan için Mahreç İşareti Başvurusu	28
Şekil 6: Taşköprü Sarımsağı	30
Şekil 7: Taşköprü Sarımsağı Ortalama Satış Fiyatları	30
Şekil 8: Türkiye’de Defne Yetişen Bölgeler	33
Şekil 9: Defne Bitkisinin (laurus nobilis L) TR81 Bölgesi itibarı ile Yayılış Haritası	36
Şekil 10: Endüstriyel Defne Ürünleri Örnekleri ve Güncel Piyasa Fiyatları	40
Şekil 11: Zencefil, Safran, Zerdeçal, Kekik, Defne Yaprakları, Köri ve Diğer Baharat Önde Gelen İhracatçılar ve Son 5 Yılda İhracatın Değişimi, 2016, Bin Dolar	42
Şekil 12: Zencefil, Safran, Zerdeçal, Kekik, Defne Yaprakları, Köri ve Diğer Baharat Önde Gelen İthalatçılar ve Son 5 Yılda İthalatın Değişimi, 2016, Bin Dolar	43
Şekil 13: Türkiye’nin Defne Yapağı İhracatı (Bin Dolar) ve İlk 10 Ülkeye İhracat Performansı, 2014-2017	45
Şekil 14: Türkiye’nin Defne Yapağı İthalatı (Bin Dolar) ve İlk 10 Ülkeye İthalat Performansı, 2014-2017	46
Şekil 15: Defne Üretim Zinciri	53
Şekil 16: Tesis Yeri Seçimi	56
Şekil 17: Alaplı OSB 2017 Paftası	57
Şekil 18: Önerilen İşletme Modeli	58
Şekil 19: Defne Paketleme Yöntemleri ve Güncel Piyasa Fiyatları	60
Şekil 20: Defne ve Genel Olarak Baharat ve Ot Ürünleri Dağıtım Kanalları	66
Şekil 21: TR81 Bölgesi Odun Dışı Orman Ürünleri Üretim Miktarları (2017)	75

Tablolar Listesi

Tablo 1: Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Yönelik Mevzuat	15
Tablo 2: Amblem Kullanım Alternatifleri	18
Tablo 3: Türkiye'den AB'de Koruma İçin Başvurusu Yapılan Yöresel Ürünler	21
Tablo 4: Defne Bitkisi Kuru Gövde Sürgün ve Kuru Yaprak Oranlarının Toplama Yöresi İtibarı İle Karşılaştırılması	35
Tablo 5: Batı Karadeniz Bölgesi Defnesi Özelliklerinin Diğer Bölgelerle Karşılaştırması	35
Tablo 6: Zonguldak Bölgesi Yıllar İtibarı İle Defne Yapağı Üretimi	36
Tablo 7: 2017 Yılı Zonguldak ve Çevre Bölgeler Defne Üretim Miktarları	37
Tablo 8: Defne ve Defne Ana Ürünleri GTİP Kodları	39
Tablo 9: Türkiye'de Bölgeler İtibarı Defne Yapağı Üretim ve Gelir Miktarları (2017 Yılı)	44
Tablo 10: Türkiye'nin Defne Yapağı İhracatında Ülke Bazında Ortalama Birim Fiyat, 2013-2017	47
Tablo 11: Zonguldak Bölgesi 2018- 2023 Yılları İtibarı ile Defne Üretimi Projeksiyonu (Ton)	61
Tablo 12: Türkiye İçin Önemli Defne İhracat Pazarları	64
Tablo 13: Dünyada Önemli Defne Yapağı Alıcı Ülkeler	64
Tablo 14: Öngörülen Dolaylı İstihdam	73
Tablo 15: Türkiye Genelinde Defne Bitkisi ve Bazı Önemli Odun Dışı Orman Ürünlerinin Yayılış Alanı ve Verimi	75

Yönetici Özeti

Dünyada uluslararasılaşma ve etnik gıdaların tüketimine yönelim, baharatlara artan bir ilgi yaratmıştır. Günümüzde tüketiciler mutfakları için geniş bir baharat yelpazesine erişebilir durumdadırlar. Üstelik doğal beslenmeye yönelik baharat ve bitki kullanımı artırmaktadır; çünkü bu ürünler yapay katkı maddeleri yerine tercih edilmekte, tamamen doğal malzemeler olarak kabul edilmektedirler. Son dönemde gelişen bir başka trend ise sağlıklı yaşam tarzına artan ilgidir. Sağlıklı gıda tüketimine yönelim de hızlanmıştır. Örneğin, bitkisel çaylar ve aromalar giderek daha popüler hale gelmiştir. Organik gıda pazarı büyümektedir. Ancak organik ürünlere yönelim ve organik tüketim verilerine ve trendlere bakıldığında, otlar ve baharatlar için önemli fırsatların ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

Defne bitkisi de, baharat ürünleri arasında değerli bir yere sahip, uluslararası ticarete önemli bir potansiyeli olan bir üründür. 2016 yılında dünyada “zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda ihracat 700 milyon doların üzerinde gerçekleşmiştir. Bu ürün grubunda en önemli ihracatçılar Türkiye ve Hindistan’dır. 2017 yılında iki ülke de 107 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmişlerdir. 2016 yılında dünya ihracatının %18’ini Hindistan (92 bin ton), %16’sını Türkiye (34 bin ton) gerçekleştirmiştir. Son 5 yılda bu ürün grubunun ihracat miktarı artmamasına rağmen ihracat değeri yıllık ortalama %5 büyümüştür. Hindistan’ın ortalama ürün fiyatı 1.400 dolar/ton iken Türkiye’den ihraç edilen ürünlerin ortalama birim fiyatı 3.245 dolar/ton’dur. Bu ülkelerin ardından önemli ihracatçılar arasında sırasıyla Almanya, Güney Afrika, ABD, Hollanda, İspanya ve Çin gelmektedir.

Gıda, kozmetik ve parfüm sanayiinin vazgeçemediği bitkilerden olan defne, dünyanın birçok ülkesine Türkiye’den gönderilmektedir. Türk defnesi, segmentinde bilinirliği yüksek ve tercih edilen, yüksek ürün algısına sahip doğal bir üründür. Türkiye, 2017 yılında “zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda 107 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. International Trade Center verilerine göre bu miktar içinde 36 milyon doların üzerindeki kısım sadece “defne yaprağı” ürününe aittir. 2016 yılında ihracat 40 milyon doların üzerinde gerçekleşmiştir.

Yapılan çalışmada, öncelikle yöresel ürünler ve bu ürünlerle bölge ekonomilerinin güçlendirilmesi hususu incelenmiş, Türkiye ve dünyadan başarılı örnekler değerlendirilmiştir. Özel olarak da defne bitkisi, TR81 bölgesinde defne ve ayırdedici özellikleri, defnenin yöresel ürün olarak değerlendirilerek özgün ve katma değerli hale getirilmesine yönelik öneriler ortaya konulmuştur.

Defne işleme ve paketleme tesisi için ön fizibilite gerçekleştirilmiş bu kapsamda, TR81 Bölgesi defne potansiyeli, planlanan tesis ve iki etap üretim modeline göre yapılabilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bu analizler; günlük 20 ve 40 ton defne yaprağı işleme kapasitesine göre 2 etaplı değerlendirilmiştir. Tesisin kurutma yöntemiyle faaliyet göstermesi önerilmekte, kurutulmuş defne yapraklarını balya ya da kutu (seçilmiş yapraklar) olarak satışa sunması öngörülmektedir. Kuruluş yeri olarak Alaplı OSB önerilmiş, işletme modelinde ise özellikle defne hasadı ve işleme arasındaki sürenin kısaltılması ile artan ürün kalitesi, korunmuş ekolojik alanda yetişmiş kaliteli defne, sınıflandırılmış ürün, müşteriler için artan pazarlık gücü ve yerli toptancının sistemden çıkarılması gibi unsurlar üzerine şekillenecek bir değer modeli geliştirilmiştir.

Pazarlama temel kanalları için fuar katılımı, UR-GE Projelerine katılım, ticari internet siteleri üyelik (Alibaba, amazon, herbco vb), müşteri ziyaretleri tanımlanmıştır. Uluslararası ticaret verileri değerlendirilerek spesifik hedef pazar tespiti yapılmıştır. Defne işleme ve paketleme tesisinin öncelikli olarak **Vietnam, ABD, Polonya, İspanya ve BAE** pazarlarına *öncelikli olarak* odaklanması önerilmektedir. Bu pazarlar önemli alıcılardır ve ithalatları büyüme eğilimini sürdürmektedir. Bu pazarlarda potansiyel müşteriler listesi de rapora eklenmiştir. Ürünlerin uymak zorunda olduğu kalite standartları, lojistik ve depolamada uyulması gereken kurallar da raporlanmıştır. Tesis organizasyonu ve istihdam yaratma potansiyeli de değerlendirilmiş; 20 ton kapasite ile çalışıldığında 44, 40 ton kapasite ile çalışıldığında 59 çalışan öngörülmüştür. Dolaylı istihdam etkisi değerlendirildiğinde ise; 20 tonluk kapasite ile faaliyet gösterecek tesisin 200 ile 400 arası orman köylüsüne, 40 tonluk kapasite ile çalışıldığında ise 400-800 arası orman köylüsüne değer yaratacağı öngörülmektedir. Tesisin defne dışı işleyebileceği ürünler ve bu ürünler için üretime eklenmesi gereken süreçler de ilgili bölümde özetlenmiştir. Rapor, üretim makine ve ekipmanlarının da değerlendirildiği finansal analizlerle desteklenmiştir. Bu analizlere göre; defne işleme ve paketleme tesisinin günlük 20 ton kapasite ile çalışıldığında 3. yıl ortalarında, 40 ton kapasite ile çalışıldığında ise 3. yılın başında başabaş noktasına ulaşacağı öngörülmektedir. Öngörülen; defne yaprağının başta Zonguldak olmak üzere çevre illerin orman köylüleri ve kooperatiflerinden temin edilmesidir. Mevcut defne üretim kapasitesi 8000 tona yakındır. Bu kapasitenin önümüzdeki dönemlerde 12.000 tonun üzerine çıkacağı Orman Bölge Müdürlüğü projeksiyonlarında sunulmaktadır. Bu ölçeğin çevre iller de göze alındığında bölge içinde mevcut ve bu rapor ile öngörülen kapasitedeki üretimleri karşılamak için yeterli olduğu not edilmelidir.

Yöresel Ürünler ve Bölge Ekonomisi için Önemi

Yöresel Ürünler

Afyon mermeri, Kayseri pastırması, Malatya kayısı, İran halısı, Yafa portakalı, Parmigiano peyniri, Fransa şampanya köpüklü şarabı, Meksika tekila içkisi ve daha birçok ürün, ait olduğu coğrafi alanla özdeşleşmiş, o bölgeye özgü iklim, üretim, tarım, kültür, el işçiliği gibi bazı özellikler nedeniyle bilinir hale gelmiş ürünlerdir. Yöreye özgü kaynakların katkısı nedeniyle ürünlerin kalitesine, içeriğine, tüketici üzerindeki etkilerine yönelik gelişmiş algılar, zamanla markaya benzer bir bilinirlik yaratmakta, müşterinin ürüne yönelik güven ve beklentilerini yükselterek piyasada tercih edilebilir hale gelmelerine yol açmaktadır. Rekabetçilik açısından değerlendirildiğinde, yöresel ürünlerin, müşteri üzerinde **köken**, **kalite**, **güvenilirlik** ve **sürdürülebilirlik** algısını daha kolay elde etmesi, önemli rekabet avantajlarını da beraberinde getirmektedir.

Coğrafi İşaret Nedir?

Yöresel ürünlerle elde edilen bu önemli rekabet avantajının sınai haklarla korunması için coğrafi işaret sistemi kullanılmaktadır. Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren ad veya işaretlere “coğrafi işaret” denir.

Coğrafi işaretler, geleneksel bilginin bir ürün ile şekillendirildiği, paketlenildiği, alındığı ve satıldığı bir boyuttadır. Ürünün kalitesi, geleneksel üretim metodu ve coğrafi kaynağı arasında kurulan sıkı bağı simgeleyen bir güvencedir.

Coğrafi işaretler, ayırt edici özelliği ile ön plana çıkan ve bulunduğu bölge ile özdeşleşen doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerine verilen işaretlerdir. Yöresel ürünler, örneğin meyve, taş, maden diğer yörelerde üretilenlerden farklı olabilir veya bir yörede üretilmekten dolayı (halı, kilim, kumaş, çini vb.) ün kazanmış olabilir. Bu ürünlerin üzerinde o yörenin adının kullanılması, tüketiciler tarafından o ürünün benzerlerinden farklı özelliklere sahip olduğu şeklinde algılanabilir. Tüketiciler, söz konusu yöre adıyla satılan ürünleri o yörenin adına duydukları güvenle, aynı türdeki diğer ürünlere tercih edebilirler.

Coğrafi işaretler çeşitli ürün gruplarını kapsar. Örneğin tarım ürünleri en sık kullanılan alanlardandır. Örnek olarak; peynir (Fransa'nın Roquefort bölgesinde üretilen “Rokfor”), zeytinyağı (İtalya'nın belirli bir bölgesinde üretilen “Toskana”) veya çay (Hindistan'da yetişen “Darjeeling”) verilebilir. Aynı zamanda coğrafi işaretler şaraplar ve alkollü içkiler için de sıkça kullanılmaktadır. Örnek olarak, İskoçya menşeli “İskoç Viskisi” verilebilir. Coğrafi işaretlerin kullanımı tarım ürünleri ya da alkollü

içkiler ile sınırlı olmamaktadır. Aynı zamanda coğrafi işaretler bir ürünün, ürünün kaynaklandığı yerde bulunan özel üretim becerileri ve gelenekleri gibi insani faktörler nedeniyle oluşan özel niteliklerini de vurgulayabilir. Anılan menşe yeri bir köy, kasaba, bölge veya şehir olabilir. Örnek olarak “Switzerland” veya “Swiss”, İsviçre’de yapılan ürünler ve özellikle saatler için birçok ülkede coğrafi bir işaret olarak tanınmaktadır.

Bölgesel Ekonomi Açısından Yöresel Ürünler

Bölgelerin ekonomilerinin gelişmesi, yöresel üreticilerin yerel kaynakları daha iyi değerlendirmesi, yerel istihdamın artırılması ve hayat şartlarının gelişmesi, bölgenin marka kimliğinin desteklenmesi açısından yöresel ürünler, dolayısıyla da coğrafi işaretle korunmaları süreci kritik önem taşır. Çoğu Avrupa ülkesinde bölge ekonomilerinde coğrafi işaretler konusu; Bölgelerin ekonomik gelişmesi, katma değeri ve istihdamının gelişmesine sağladığı etkiler kadar; tarım, turizm, küçük/orta ölçekli işletmeler gibi bölge ekonomisinin alt unsurlarını da doğrudan etkilemesi nedeniyle özellikle desteklenir.

Belli bir yöreye özgü olma özelliği nedeniyle bölge kültürünün ve özgünlüğünün de önemli parçası olan yöresel ürünler; coğrafi işaretler olarak tescillenerek ulusal bazda korunabilir.

Dünya çapında markalaşmış, beğeni kazanmış, tüketicinin bilincinde kalite, eşsizlik, nadirlik gibi hususlarla özdeşleşmiş, dolayısıyla da yüksek fiyatla pazarda konumlandırılmış çoğu ürün aslında coğrafi işaretler olarak tescillenmiş, belli bir bölgeye özgü ürünlerdir. Günlük kullanımda oldukça popüler olan birçok ürün; üretim bölgesinin ekonomisine büyük katkılar sağlarlar. Örneğin Parmesan peyniri, Şampanya içkisi, Bordo şarabı, Tekila içkisi şeklinde bildiğimiz ürünler aslında birer coğrafi işaretlerdir. Yani, bu ürünlerin üretim sürecinin (coğrafi işaret koruma türüne göre) ya *tamamı* ya da *bir bölümü* belli bir bölgede geçmektedir.

Dolayısıyla, Dünya çapında bilinen ve tercih edilen bu ürünler, Bölge üreticilerinin diğerlerine kıyasla daha katma değerli çalışmasını sağladığı gibi, Bölgenin sosyoekonomik şartlarının da iyileşmesine katkı sağlamaktadır.

Üstelik Bölgede bu ürünle ilgili üreticilerin yığılması, sektörün değer zincirinin de Bölge etrafında konumlanmasını ve yatırımların artmasını da sağlamaktadır. Bu konuda ambalaj üreticileri, pazarlama firmaları, markalaşma danışmanlıkları, ürün-süreç kalitesini geliştirme konusunda ar-ge sunucuları gibi birçok değer zinciri unsuru Bölgede toplanması örnek gösterilebilir.

MARKALAŞMA

Son yıllarda coğrafi işaretler konusu hem ulusal hem de bölgesel ekonomiler bazında oldukça önem kazanmıştır. Coğrafi işaretlerle sağlanan yasal haklar değerlendirildiğinde, tıpkı “marka”larda

olduğu gibi, tüketicilere ürünün anlatılması sürecinde yada küresel pazara ürünün tanıtılması sürecinde kritik rol oynadığı gözlemlenmektedir.

Markalaşma bir süreçtir. Bir ürüne kişilik kazandırma sürecidir. Marka sadece bir ürünün üstündeki isim veya amblem değil o firmanın yaratıcı fikirlerini, pazardaki yerini, projelerini ve konumunu oluşturan en önemli unsurdur. Yöresel ürünler bazında değerlendirdiğimizde ise, markalaşmayı; yöresel ürünle ilgili kalite, güven, özgünlük, nadirlik gibi rekabetçi unsurların tüketicilere anlatılabilmesi, ayırdediciliğin ve tercih edilebilmenin sağlanabilmesi süreci olarak tanımlanabilir.

Coğrafi işaretleri kullanarak küresel pazarda büyük başarı elde eden ülkeler, diğerleri için de örnek oluşturmaktadır. Yöresel ürünleri uluslararası pazarda talep edilen, rekabetçi ürünler haline getirerek hem kırsal kalkınmayı tetiklemek, hem de üreticilerin yaşam şartlarının iyileştirmek için birçok çalışma yürütülmeye başlanmıştır. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerde, Birleşmiş Milletler kuruluşları desteğiyle, birçok benzer proje, günümüzde küresel pazarda şansını aramaya başlamıştır.

Çoğu zaman marka korumasına benzese de, yöresel ürünler coğrafi işaretlerle korunduğunda tüketicilere bir ürünün belli bir yerde üretildiğini ve üretim yeri sebebiyle belli özelliklere sahip olduğunu anlatmaktadır. *Coğrafi işaret, ürünlerini anılan coğrafi işaret tarafından belirtilen yerde yapan ya da ürünleri tipik niteliklere sahip tüm üreticiler tarafından kullanılabilir.* Örnek olarak, “Switzerland” İsviçre saatlerinin resmi üretim standartları ile uyumlu üretim yapan tüm İsviçreli saat üreticileri tarafından kullanılabilir, ama “Rolex” yalnızca Rolex saat üreticisi tarafından kullanılabilir.

REKABET AVANTAJI

Yöresel ürünlerin bir diğer özelliği “özcün-tek” (*unique*) olmasıdır. Coğrafi işaret, ürünün, belirtilen bölgeden geldiğine dair “güvenilirlik” ve “otantik”liğin belgesi niteliğindedir. Dolayısıyla bu unsurlar, özellikle pazarlama aşamasında önemli avantajlar sağlar.

Ayrıdedilebilmek ve çok farklı alternatifler arasında “özcün”lüğüyle öne çıkma avantajı sağlayan coğrafi işaretler, kalite ve fiyat konusunda da üreticiyi koruyan seçenekler sunar. Yani, coğrafi işaretler için, kalite garantisi ve sunulan diğer unsurlar nedeniyle daha yüksek fiyat belirlenebilir. Kalite kriterlerinin coğrafi işaret tescili sürecinde belirlenmiş olması nedeniyle, Dünyanın önde gelen satış-dağıtım zincirlerine daha kolay adapte olunup, ürün sunulabilir.

Günümüz piyasasında, özellikle gıda ve tarım ürünlerinde oldukça sanayileşmiş, özgünlüğünü yitirmiş fabrikasyon ürünler için alternatif arayan tüketicilere, ayırt edicilik ve kalite konusunda mesaj veren coğrafi işaretler, bu yönüyle, büyük markalar kadar ayırt ediciliğe sahiptir.

BÖLGENİN EKONOMİSİ VE SOSYAL YAPISINI GÜÇLENDİRME

Coğrafi işaretlerin bölgesel/yöresel ürünler olması dolayısıyla yöresel ekonomiye ve sosyal hayata katkıları da yüksektir.

“Bölgesel”, “yerel” ürün olması, sadece iş, istihdam yaratma, turizm, tarım gibi sektörleri güçlendirme etkisi yaratmakla kalmaz. Bunun yanında Bölgenin bilinirliğinin ve marka değerinin yükselmesiyle bir kalite ve algı yükselişi de sağlar.

Başarılı coğrafi işaret örneklerinde, uzun yıllar bilinen ve talep edilen bir Bölgesel marka yaratmanın, Bölge üreticileri arasında kültür değişikliğine yol açtığı, kaliteyi koruma ve sürdürme konusunda bir kültürel baskı oluşturduğu gözlemlenmiştir.

Aynı zamanda, başarılı bir ürüne sahip olmak, Bölgenin itibarını kuvvetlendirdiğinden, Bölge nüfusunu hem tarihi hem de kültürel değerlerini daha iyi sahiplenmeye itmektedir.

KÖKEN BAĞLANTISI

Yöresel ürünlerin ticarileştirilmesi ve bu süreçte coğrafi işaret korumasının kullanılmasının kültürel değerlerin ekonomik değerlere dönüştürülmesinde rolü büyüktür. Bölgeden sunulan ürün ve hizmetlerin maddi değere dönüşmesini ve diğer kültürler tarafından sunulan yöresel ürünlerle ticaretini sağlar. Müşteriler gözünde, bu coğrafi işarete ait ürünün, belirttiği bölgeden geldiğine dair güveni oluşturarak önemli rekabet avantajı sağlar.

Bir ürün için belirli bir kalite sembolü haline gelmiş yer adlarının koruma altına alınmasında, o yöre ya da bölge halkı açısından büyük faydaları vardır. Piyasada, bir ürüne büyük bir rekabet gücü kazandıran bu işaretlerin koruma altına alınmasında ise, söz konusu ürünün üreticileri açısından çok büyük fayda vardır.

ORTAK KORUMA SAĞLAR

Coğrafi işaretler, yöresel ürün konusunda çalışan tek bir üreticiyi değil, coğrafi işaret tescilinde belirtilen kriterleri sağlayan tüm üreticileri korur. Bunun yanında, herkes coğrafi işaret korumasından faydalanamaz. Belli bir “özgün”lük olması önşarttır.

Ancak, başarılı ticarileştirme ve ürünü küresel pazarlara taşıma sürecinde güçlü destekler alınması gereklidir. Bu süreç uzun yıllar alan, büyük yatırım ve iyi yönetim gerektiren bir süreçtir. Aynı zamanda yasal korumanın da en başta sağlanmış olması avantaj getirir.

Coğrafi işaretlerin diğer sınıai haklardan üstünlüğü tek bir üreticiyi değil, belirli şartlar altında belli bölgede üretim yapan kişilerin tümünü birden – kolektif olarak - korumasıdır. Çünkü coğrafi işaret alansal, yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir anlamda anonimliğe sahip olup, sağladığı hak belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz.

Coğrafi İşaret Korumasıyla Yöresel Ürün Değer Zincirinin Güçlenmesi

Coğrafi işaret koruması ile hem ulusal hem de uluslararası seviyelerde korunabilecek yöresel ürünler, bu yolla hem özgünlüklerini, hem de marka değerlerini sürdürülebilirlik konusunda büyük avantajlar elde ederler. Bu süreçte kritik unsur “kalite” ve “sürdürülebilirlik”tir. Sayılan başarılı coğrafi işaret ürünlerinin tümünün ortak noktası, kalite konusunda yıllarla sağlanan gelişme ve aynı ürünü alan üreticilerin aynı kaliteye ulaşabilme konusunda hissettikleri “güven”dir.

Bölge ekonomisinin yöresel ürünlerle daha da güçlenmesi, sadece tarım, gıda ya da yöresel ürünün ait olduğu sektörü (örneğin el işleri, alkollü içecekler, tekstil gibi) değil, turizm, kırsal kalkınma, tarım başta olmak üzere bölgede faaliyet gösteren diğer sektörleri de destekler.

Örneğin yazılım ve otomasyon üreticileri, yöresel ürünlerin kalitesinin korunması ve sürdürülmesi sürecinde rol alabilirler. Pazarlama ve tanıtım firmaları uluslararasılaşma ve markalaşma sürecinde coğrafi işaret üreticilerini destekleyebilirler.

Coğrafi işaretler, özgün ve “tek” olmaları özelliğinin yanında, güçlü bir “kültür” ve “tarih”i de simgelemektedirler. Uluslararası anlamda milyar dolarlık büyük pazarları ifade eden coğrafi işaretler, özellikle gelişen ülke ekonomileri tarafından büyük ilgi görmektedir.

Gelişen ekonomiler kadar, gelişmekte olan ülkelerin en ücra köşelerinde bile yöresel ürünler üretilmektedir. Bu noktada, coğrafi işaretler konusunu iyi anlamak, başarı hikayelerini ve bu başarının ortaya konulmasında önemli ipuçlarını ortaya koymak önemlidir.

Binlerce yöresel ürün, ne Şampanya ne Parmesanla elde edilen büyük ölçekli başarıya ulaşamamaktadır. *Hatta bazı yöresel ürünler Bölge ekonomilerini güçlendirmek yerine doğru stratejilerle yönetilmediklerinden dolayı yük getirmektedirler.* Tüm bilgiler ışığında, yöresel ürünlerin coğrafi işaret olarak korunmalarıyla başlayacak bir “ticarileştirme” stratejisi, Bölgedeki tüm aktörlerin uzlaşması ve işbirliğinin sağlandığı bir ortamda, ekonomik başarıya ulaşmak konusunda ilk adım olacaktır.

Yöresel Ürünler Nasıl Korunur?

Yöresel ürünlerin özgünlüğünün ve kalitesinin tescili, sürdürülmesine dair önlem alınması açısından en uygun koruma coğrafi işaret tescilidir. Coğrafi işaret kavramı ürünlerin kültürel ve geleneksel özelliklerinin ve ayrıca “yerelliğin” çok daha fazla vurgulandığı bir sınai hak türüdür. Bunun yanında, başarılı bir şekilde ticarileştirilmiş, katma değeri yüksek ve yöresel/özgün ürünlerin alternatif sınai haklarla da korunabildiği gözlemlenmektedir. Yerelliği, özgünlüğüyle öne çıkan, ticari potansiyel sergileyen ürün grupları için ilgili tüm sınai hakları içeren bir portföy oluşturulması en doğru seçenektir.

Coğrafi İşaret Koruması

Yöresel ürünlere ait sınai hakların tescili ve korunması sürecinde kullanılacak en önemli enstrüman “Coğrafi İşaret” tescilidir. Coğrafi işaretlere ilişkin mevzuat Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından uygulanmaktadır. Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretler sadece Türkiye sınırları içinde geçerlidir. Yurtdışında koruma için her ülkede, ülke mevzuatına göre başvuru gerekir.

Tablo 1: Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Yönelik Mevzuat

Kısa Adı	
Sınai Mülkiyet Kanunu	22.12.2016 Tarihli ve 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu
SMK'nın Uygulanmasına Dair Yönetmelik	24.04.2017 Tarihli Resmi Gazete’de Yayımlanan 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik
Amblem Yönetmeliği	Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği
Mülga Coğrafi İşaretler KHK	555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu

Yöresel ürünün coğrafi işaret olarak tescili ile ününden herhangi bir biçimde yarar sağlayacak kullanımlar veya yöresel ürünleri andıran ya da çağrıştıran ürünlerle ilgili olarak coğrafi işaretin ticari kullanımı önlenir. *Yöresel ürünlerin coğrafi işaret olarak tescil edilmesiyle birlikte tüketicide haksız biçimde ürünün başka yer kaynaklı olduğu izlenimini bırakan kullanımı veya korunan yöresel ürünün adının tercümesinin kullanımı veya 'stilinde' 'tarzında' 'tipinde' 'türünde' 'yöntemiyle' 'orada üretildiği biçimde' veya benzeri diğer açıklama veya terimlerle birlikte kullanımı önlenir.* Ayrıca, ürünün iç-dış ambalajında, tanıtım-reklamında veya ürünle ilgili herhangi bir yazılı belgede doğal, esas nitelik ve özellikleri ile menşei konusunda yanlış veya yanıltıcı herhangi bir açıklama veya

belirtiye yer verilmesi önlenir. Yöresel ürünün menşei konusunda halkı yanıltabilecek biçimde ambalajlanması veya yanılgı yaratabilecek herhangi bir şekilde sunulması önlenir.

Ülkemizde coğrafi işaretlerle ilgili düzenleme, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile 10/01/2017 tarihinde son halini almıştır. Kanun'da coğrafi işaret, temel olarak benzerlerinden farklılaşmış ve bu farkı kaynaklandığı yöreye borçlu olan bir yöresel ürün adını ifade eder. Bu anlamda coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işarettir.

Coğrafi işaretler; menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılır.

Menşe Adı:

Bir ürünün

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge veya çok özel durumlarda ülkeden kaynaklanması,
- Tüm veya esas nitelik veya özellikleri bu yöre, alan veya bölgeye özgü doğa ve beşeri unsurlardan kaynaklanması,
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması durumunda "menşe adını" belirtir.

Mahreç İşareti:

Bir ürünün

- Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanması,
- Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş olması,
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması durumunda "mahreç işareti" göstergesini belirtir.

Görüldüğü üzere, iki coğrafi işaret türündeki ayırım; üretim süreçlerinin tamamının ya da bir kısmının belirtilen bölgede gerçekleşmesi üzerine yapılır.

Bu konuda, ülkemizden örnek vermek gerekirse; Trabzon ekmeği ya da Isparta Halısı mahreç işaretleridir. Yani, Bölge dışında da üretilebilirler. Ancak, coğrafi işaret başvurusunda belirtilen birkaç sürecin (ya da üretim girdilerinin) mutlaka Bölgeden temin edilmesi gereklidir. Menşe adına örnek olarak verilebilecek Eskişehir Lületaşı'nın verilebilir. Bu ürünün tüm üretim sürecinin Bölgede gerçekleşmesi gereklidir.

Coğrafi işaretlerin diğer sınai mülkiyet haklarından farkı; tek bir üreticiyi değil, belirli şartlar altında üretim yapan üreticilerin tümünü korumasıdır. Coğrafi işareti, tescilde belirlenen kriterlere uygun üretim yapan tüm üreticiler kullanabilir. Coğrafi işaret; yöresel, bölgesel, ülkesel genelliğe, bir

anlamda anonimliğe sahip olabilir. Coğrafi işaretle sağlanan koruma belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz.

Geleneksel Ürün Adı

Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar, aşağıdaki şartlardan en az birini sağlaması halinde geleneksel ürün adı olarak tanımlanır:

- Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması.
- Geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması.

Geleneksel ürün adına örnek olarak, baklava, lokum, hoşmerim, pastırma vb. ürünler verilebilir.

Coğrafi İşaretlerin Denetimi

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı başvurularının en önemli kısımlarından biri de denetim bölümüdür. Denetimin nasıl yapılacağı ve ürünün hangi özelliklerinin kontrol edileceği ile denetim dönemleri (üretim, pazarlama, saklama, ambalajlama aşamaları gibi) ve denetleme kriterleri konusunda açıklayıcı bilgilerin başvuru formunda yer alması gerekir. Başvuru formunun denetim kısmında tescil başvurusu yapan kişinin oluşturduğu denetim mercii tarafından ürünün üretimi ve pazarlanması ve ayrıca amblemin kullanımı denetlenir.

Merci, üretim süreçlerini sürekli kontrol eder. Denetim işlemi için konu ile ilgili uzman ve tarafsız kurum veya kuruluşlarla işbirliği yapılabilir. Bunun yanı sıra piyasa denetimi yetkili kurum veya kuruluşlarca merci denetiminden bağımsız olarak yapılmaktadır. 11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu ile diğer kanunlarda yer alan coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının denetimine ilişkin hükümler saklıdır. Tescilli coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları sicilde belirtilen şartlara uygun olan ürünlerin üretimi veya pazarlamasında faaliyet gösterenler tarafından kullanılır. Bu kişiler, tescil ettirene, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adına yönelik üretim ve pazarlama faaliyeti gösterdiklerine dair bildirimde bulunmakla yükümlüdür. Coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının kullanımının denetimi; tescilli coğrafi işaretleri ve geleneksel ürün adlarını taşıyan ürünlerin üretimi, piyasaya arzı veya dağıtımı aşamalarında veya ürün piyasada iken kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimine ayrıca amblem kullanımının denetimine ilişkin her türlü faaliyeti kapsar.

COĞRAFI İŞARETLERİN TİCARETTE KULLANIMI

Tescil edilmiş coğrafi işaretin veya geleneksel ürün adının kullanım hakkına sahip olan kişiler, söz konusu coğrafi işaret veya geleneksel ürün adını amblem ile birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanır. Coğrafi işaretler bakımından amblemin kullanılması zorunludur.

Ürünün niteliği gereği, amblem ile birlikte coğrafi işaretin veya geleneksel ürün adının ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda, amblem ile tescilli işaret veya ad, kullanım hakkına sahip olanlar tarafından işletmede kolayca görülecek şekilde bulundurulur.

Tablo 2: Amblem Kullanım Alternatifleri

Menşe Adı	
Mahreç İşareti	
Geleneksel Ürün Adı	

Ortak Marka

Ortak markalar ortak bir kişilik adına, mesela ticari ortaklıklar veya üretici birlikleri adına tescil edilirler. Birliğe üyelik ortak markayı kullanım hakkını verir. Bu şekilde bir üyelik, ürünün ortak marka için geçerli coğrafi alan ve üretim teknikleri gibi standartlara uyum sağlamasına bağlıdır.

Ortak marka sahibi olan Dernek/Birlik, bir yönetmelikle markayı kullanacak işletmelerin uyması gereken standartları belirler. Ortak markaların en sıklıkla belli bir bölgeye özgü ürünlerin tanıtımı için kullanılır. Yerel üreticiler arası işbirliğinin gelişmesi sürecinde önemli destek sunan ortak marka sistemi, yerel işletmelerin aynı vizyona dönük olarak ortak strateji çerçevesinde hareket etmeleri için de bir çerçeve sunar. Bu yönüyle bölgesel gelişme açısından ortak markalar önemli bir mekanizma olarak değerlendirilirler.

KOBİ işbirliği kuruluşları, şemsiye organizasyonlar, üyelerine ait ürünlerin standardını korumak ve geliştirmek, bu süreçte de ürünlerin tanıtımını yapmak amacıyla ortak marka tesciline yönelebilirler. Ortak marka kullanan işletmeler, ürünlerin üzerine kendi markalarını hala basabilirler. Bu yolla ürünlerini hem farklılaştırıp ayırdedicilikten feragat etmeden tanıtılabilmekte, aynı zamanda ait oldukları Bölge, grubun ortak markasını kullanarak müşteriler tarafından tercih edilme avantajından da faydalanabilmektedirler.

Garanti Markası

Garanti markası, marka sahibinin kontrolü altında, bu markayı kullanmaya yetkili kılınmış birçok işletme tarafından, üretilen ürün veya hizmetin ortak özelliklerini, üretim usullerini, coğrafi kaynaklarını ve kalitesini garanti etmeye yarayan markalardır. 'Garanti Markası'nı 'Ortak Marka' türünden ayıran en belirgin fark, belirlenmiş standartları sağlayan bütün işletmelerce kullanılır olmasıdır. Oysa ortak marka, belirli işletmelerce kullanılan markalardır.

ULUSAL COĞRAFI İŞARET STRATEJİ BELGESİ

2015–2018 dönemini kapsayan Eylem Planına ilişkin Kurul Kararı 4 Temmuz 2015 tarihli 29406 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Eylem Planı ile coğrafi işaretlerin ulusal ve uluslararası alanda etkin şekilde korunması için toplumca benimsenmiş bir coğrafi işaret sistemi oluşturmak ve coğrafi işaretli ürünlerden elde edilen katma değer artırılması suretiyle kalkınma sürecine destek sağlanması amaçlanmaktadır. Coğrafi İşaretler konusunda ülkemizdeki mevcut durumun tüm yönleriyle ortaya koyulduğu ve dünyadaki uygulama örneklerine de yer verilen eylem planında belirlenen amaç doğrultusunda ortaya koyulan beş hedef şöyledir:

- Ülke ihtiyaçları doğrultusunda, ulusal ve uluslararası gelişmelere paralel şekilde mevzuat ve uygulamaların geliştirilmesi,
- İlgili kurumlarda coğrafi işareti destekleyecek yönde kurumsal kapasitenin iyileştirilmesi, coğrafi işaretlere ilişkin bilimsel çalışmaların teşvik edilmesi, kurumlar arası koordinasyonun güçlendirilmesi,
- Toplumun her kesiminde coğrafi işaretlere ilişkin bilinç ve farkındalığın artırılması,
- Başvurunun hazırlanma sürecinden başlanarak, bilimsel kriterler içeren ve etkin işleyen bir denetim sisteminin oluşturulması,
- Coğrafi işaretli ürünlerin katma değerinin yükseltilmesi amacıyla pazarlama stratejilerinin etkinliğinin artırılması.

Avrupa Birliği'nde Yöresel Ürünlerin Korunması

Avrupa Birliği (AB) nezdinde menşee adı (designation of origin) ve mahreç işareti (geographical indication) korumasını konu alan coğrafi işaret tescilinin temeli 1992 tarih ve 2081/92 sayılı Tüzüğe dayanmaktadır.¹ Bu Tüzük yerini 2006 tarihinde 510/2006 sayılı Tüzüğe bırakmıştır.² Avrupa Birliği'nde Tarım ve Kırsal Kalkınma başlığı altında Kalite Politikası kapsamında ele alınan Coğrafi İşaretler, PDO (menşee adı), PGI (mahreç işareti) ve TSG (geleneksel özellik) olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir.

Şekil 1: AB'de Yöresel Ürün Koruma Türleri

	<p>— PDO—Menşee Adı —</p> <p>Menşee adı (Protected Designation of Origin - PDO), belirli bir teknik bilgi kullanılarak belirli bir coğrafi alanda üretilen, işlenen ve hazırlanan tarım ürünlerini ve gıda maddelerini kapsar.</p> <p>Örneğin: Prosciutto di Parma (Parma jambonu)</p>
	<p>— PGI—Mahreç İşareti —</p> <p>Mahreç işareti (Protected Geographical Indication - PGI), coğrafi alanla yakından bağlantılı tarım ürünlerini ve gıda maddelerini kapsar. Ürünün üretim, işleme veya hazırlama aşamalarından en azından birisi söz konusu alanda gerçekleştirilir. Ör: Scotch Beef (sığır eti) - Birleşik Krallık (İskoçya).</p>
	<p>— TSG—Geleneksel Özellik —</p> <p>Geleneksel özellik (Traditional Speciality Guaranteed – TSG) korumasında ise, üretim araçlarında veya üretimin bileşiminde geleneksel karakter öne çıkar. Ör: Mozzarella (peynir) - İtalyan geleneği.</p>

¹ Council Regulation (EEC) No 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31992R2081>

² Council Regulation (EC) No 510/2006 of 20 March 2006 on the Protection of Geographical Indications and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuffs, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2006R0510:20080529:EN:PDF>

Yöresel ürünlerin AB’de de korunabilmesi için öncelikle ait oldukları ülkenin kurumlarınca tescil edilmiş olmaları gerekmektedir. Ulusal otoritelerce incelenen başvurular, ulusal bazda bir yayın- itiraz aşamasına tabi tutulurlar. Hakkında gerekli değerlendirme yapılan ve uygun görülen başvurular daha sonra AB Komisyonuna iletilir. Başvuruları 12 ay içinde incelemek zorunda olan Komisyon, başvuruların ilan edilmesine karar verirse AB Resmi Gazetesinde yayınlar.

510/2006 sayılı AB Tüzüğü, koruma kapsamındaki ürünleri de sınırlamaktadır. Korumadan faydalanabilecek ürünler iki grup halinde belirtilmektedir. Gıda maddeleri olarak tanımlanan ürünler: buralar, bitki özlerinden yapılan içecekler; ekmek, hamur işleri, kekler, şekerlemeler, tatlılar ve diğer fırıncılık ürünleri; doğal zambak (gums) ve reçineler; hardal macunu (mustard paste); makarna; tarım ürünleri grubu ise: kuru ot-saman (hay); uçucu yağlar; mantar; cochineal (gıda katkı maddesi olarak kullanılan hayvansal bir tür boya maddesi); çiçekler ve süs bitkileri; yün; wicker (sepet örmede kullanılan saz, sepetçisöğüdü); scutched flax (keten lifi) olarak sayılmaktadır. Ayrıca canlı hayvanlar, et ve süt hammadde olarak kabul edilerek, bu hammaddelerden elde edilebilecek peynir, salam, sosis gibi ürünler de korumadan yararlanabilmektedir.

Yöresel ürünlerin AB içinde korunabilmesi için önemli bir gereklilik denetim mekanizmasıdır. Son Yönetmelik coğrafi işareti taşıyan ürünlerin piyasaya sürülmesinden önce, EN 45011 veya ISO/IEC Guide 65 sayılı standartlara göre akredite olmuş bağımsız ve tarafsız kuruluşlarca denetlenmiş olması zorunlu hale gelmiştir. Bu zorunluluk, hem üye hem de üye olmayan ülkeler için 1 Mayıs 2010 tarihinden itibaren geçerlidir.

Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere 2018 yılı itibariyle Türkiye’den Avrupa Birliği’ne koruma için başvurusu yapılmış 14 ürün bulunmaktadır. Bunların arasında sadece Antep Baklavası PGI (mahreç işareti), Malatya Kayısı ve Aydın İnciri de PDO (menşe işareti) olarak tescillenmiştir. Diğer başvuruların tescil süreci devam etmektedir.

Tablo 3: Türkiye’den AB’de Koruma İçin Başvurusu Yapılan Yöresel Ürünler

Dosya Numarası	Ürün Adı	Durumu	Türü
TR/PDO/0005/02391	Bayramiç Beyazı	Başvuru	PDO (menşe)
TR/PDO//0005/02379	MİLAS ZEYTİNYAĞI	Başvuru	PDO (menşe)
TR/PDO/0005/02318	Antepfıstığı/Antep fıstığı	Başvuru	PDO (menşe)
TR/PDO/0005/01221	Malatya Kayısı	Tescil	PDO (menşe)
TR/PGI/0005/2310	Kayseri Mantısı	Başvuru	PGI (mahreç)
TR/PGI/0005/2311	Kayseri Pastırması	Başvuru	PGI (mahreç)

Dosya Numarası	Ürün Adı	Durumu	Türü
TR/PGI/0005/2312	Kayseri Sucuğu	Başvuru	PGI (mahreç)
TR/PDO/0005/02217	Taşköprü Sarımsağı	Başvuru	PDO (menşe)
TR/PDO/0005/01116	Aydın İnciri	Tescil	PDO (menşe)
TR/PDO/0005/01362	Aydın Kestanesi	Başvuru	PDO (menşe)
TR/PGI/0005/01260	İnegöl Köfte	Başvuru	PGI (mahreç)
TR/PGI/0005/0781	Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası	Tescil	PGI (mahreç)
TR/PGI/0005/01029	Afyon Sucuğu	Başvuru	PGI (mahreç)
TR/PGI/0005/01030	Afyon Pastırması	Başvuru	PGI (mahreç)

Kaynak: Avrupa Komisyonu DOOR Veritabanı³

Başarılı Yöresel Ürün Örnekleri

Yöresel ürünler sadece kültürel olarak buldukları yöreyi temsil etmek fonksiyonu sağlamazlar. Bunun yanında en önemli katkılardan biri, bölge ekonomisi ve istihdamı için sağladığı katkılardır. Özellikle bilinirliği artan, tercih edilen, kalitesi ve üretim süreçleri konusunda tüketicinin ikna edildiği yöresel ürünler bölge ekonomilerini olumlu etkilerler. Sadece turizm ve istihdamı değil, yeni yatırımcının çekilmesi, kültürel ve tarihi değerlere sahip çıkma ruhunun gelişmesi, bölge markasının güçlendirilmesi, gelenekselleşmiş üretim metotlarının sürdürülebilirliğinin garanti altına alınması gibi birçok faydanın elde edilebilmesinin ilk yolu yöresel ürünlerin doğru stratejilerle korunması ve ticarileştirilmesine bağlıdır.

Feta Peyniri

Binlerce yıldır, Doğu Akdeniz bölgesindeki insanlar keçi ve koyun sütünden elde edilen bir beyaz peynir üretmiş ve salamurada saklanmışlardır. Bu peynirin ilk ortaya çıktığı zaman tam olarak belli

³ <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

olmasa da, bazı akademisyenler 8.000 yıl öncesine kadar gidebileceğini savunmaktadır. Bu peynirlerin en ünlü çeşitlerinden biri Yunanistan'dan Feta peyniridir.

Yunanistan, dünyanın en büyük Feta peyniri tüketicisidir ve Avrupa Birliği'nde yıllık tüketimin yüzde 85'inden fazlasını gerçekleştirmektedir. Üretimin büyük oranı iç pazara aittir. Yunanistan, küresel Feta peynir ihracatının yüzde 30'undan azını gerçekleştirmektedir. Yunanistan, 2011'den bu yana Feta peyniri ürün ihracatında artış yaşamasına rağmen diğer Avrupa ülkeleri bu ürünün ihracatında Yunanistan'ı önemli ölçüde geride bırakmıştır. Birçok tüketici için “Feta” kelimesi, tuzlu suda saklanan farklı türde beyaz, kıtır peynirler için genel bir isim haline dönüşmüştür.

1930'larda Yunanistan, uzun süredir geleneksel tekniklere uygun olarak üretilmesini sağlamak için Feta peyniri için üretim kuralları belirlemiştir. 1988'de de ürünler coğrafi işaret olarak koruma altına alınmıştır. 1992'de AB'de menşe işareti olarak ürünün korunması için başvuru yapılmıştır. Yunanistan'daki 313025/1994 sayılı Bakanlar Kurulu kararına göre, feta peynir üretimi için kullanılan süt, Batı Makedonya, Orta Makedonya, Doğu Makedonya, Trakya, Epirus, Selanik, Orta Yunanistan bölgelerindeki koyun ve keçilerden gelmelidir.

Şekil 2: Feta Peyniri



Kolombiya Kahvesi

Kolombiya ekonomisinin en önemli ürünlerinden biri kahvedir. 560.000'in üzerinde istihdam sağlayan sektörle Kolombiya, Dünyanın 2. Büyük kahve üreticisidir. Avrupa, ABD ve Japonya başta olmak üzere birçok ülkeye ihraç edilen ürünün ticari olarak değerlendirilmesi 19. Yüzyıla dayanır.

Kolombiya Kahve Federasyonu⁴ 1927’de örgütlenerek, Kolombiya’nın en büyük sektörel sivil toplum kuruluşlarından birini kurmuştur.

Şekil 3: “Juan Valdez” Karakterinin Yer Aldığı Kolombiya Kahvesi Logosu



Kahvenin markalaştırılması sürecinde, Federasyon, önemli danışmanlık desteklerinden faydalanmıştır. Özellikle ABD’de yerleşik bir reklam ajansının yardımıyla yaratılan kurgu karakter “Juan Valdez” ile tipik bir kahve üreticisi görüntüsüyle 1960ların televizyonlarında en iyi kahve çekirdeklerini seçerken gösterildiği reklamlar hazırlanmıştır. Özellikle tüketicilerin Kolombiya Kahvesinin volkanik topraklı, bol yağmurlu, ideal iklim koşullarında yetiştirilmiş ve özenle işlenmiş ürünler olduğu algısının oluşturulmasının hedeflendiği reklamlar büyük başarıya ulaşarak ürünün tüm Dünyaya yayılması, yeni pazarlara girilmesi sürecinde önemli katkılar sunmuştur.

2004 yılında, ürünün küresel pazarlarda bilinirliğinin değerlendirildiği bir piyasa araştırmasına göre, önemli müşterilerde, özellikle ABD, Kanada ve İspanya’da bilinirlik oranı %90’ların üzerine çıkmıştır.

2004 yılında Kolombiya’da coğrafi işaret olarak tescil edilen ürün, 2007’de ise mahreç işareti olarak AB’de tescil edilmiştir. Kahve Federasyonu, sadece coğrafi işaretle kalmamış, ürün tanıtımı için geliştirilen alt markalar için de marka tescili yolunu kullanmıştır. Bu markaların sadece yerel değil, uluslararası tescilleri de gerçekleştirilmiştir.

Kahve Federasyonu, zamanla büyüyerek 2600’ün üzerinde çalışana sahip önemli bir organizasyon haline gelmiştir. Federasyon, özellikle kahve konusunda araştırma-geliştirme çalışmalarını koordine ederek, ürün kalitesinin sürdürülebilirliği için tedbirler de almıştır. Federasyonun ana görevleri arasında:

- İnovasyon ve teknoloji transferi: Federasyon, Cenicafe isimli bir araştırma merkezi kurmuştur. Bitkilerin veriminin geliştirilmesi, zararlılarla mücadele ve bitki hastalıklarının kontrolü, etkinliğin ve işçilik veriminin artırılması gibi çalışma alanları bulunan Merkez,

⁴ Colombian Coffe Growers Federation (FNC), <http://www.federaciondecafeteros.org/>

- know-how geliştirme, sektördeki ve teknolojideki yeniliklerin Kolombiya Kahve Üreticilerine aktarılması ve kalite uygulamalarının desteklenmesi konusunda faaliyet göstermektedir.
- Kahve bitkisi yenileme programı: Kahve üreticilerinin kahve bitkisinden optimum faydayı elde edebilmeleri için gerek mali gerek ayni destekler sunulmaktadır. Örneğin, 2011 yılında 117.000 hektarlık bir alanda yaşlanan kahve bitkilerini yenilemek için çalışmalar gerçekleştirilmiştir.
 - Satınalma garantisi ve kahvenin pazarlanması: 36 kahve kooperatifinin ve 540 dağıtım noktasının sağladığı imkanlarla Federasyon, kahve üreticilerine tüm ürünlerinin satın alınması ve bu süreçte şeffaf ve adil bir fiyatlama yapılacağı garantisini verebilmektedir.
 - Kalite ve katma değer artırılması: Federasyon, bitkilerin, haşere-zararlıların ve bitki hastalıklarının doğru yönetilmesi konusunda sürekli bilinçlendirme kampanyaları gerçekleştirmektedir. Kalite kontrol her süreçte Federasyon tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında, katma değeri yüksek alt ürün grupları geliştirilmiştir. Örneğin Buencafe dondurulup havası alınarak kurutulmuş Kolombiya kahvesi, Juan Valdez kavrulmuş kahvesi gibi alt markalarla yüksek katma değerli ürün grupları geliştirilmiştir.
 - Tanıtım ve reklam kampanyaları: Kolombiya kahvesinin bilinirliğini korumak için reklam kampanyaları düzenlenmektedir. Juan Valdez kampanyasının yanısıra %100 Kolombiya Kahvesi ve üçgen logonun tanıtımı kampanyaları bunlara örnek olarak verilebilir.

Federasyon, faaliyetlerini gerçekleştirmesi sürecinde önemli işbirliklerinden faydalanmış, yerli ve yabancı birçok kaynağı aktive etmiştir. Kolombiya Hükümeti'nin desteğine ek olarak IADB, UNDP, KfW, USAID, Sara Lee, Nespresso, Nestlé, AECID, Mitsubishi, Hollanda Hükümeti, EFICO, GTZ, FUNDESO ve Costa Coffee Foundation gibi uluslararası kurumlar ve şirketlerle işbirlikleri geliştirilmiştir.

Federasyonun sektör için önemli yönlendiricilerden biri olması için üyelerini küresel dalgalanmalardan korunması sürecinde güçlü kararlar verebilmesi önemlidir. Bu nedenle Federasyon yönetimi demokratik ilkelerle belirlenmesi prensibi hep gözetilmiştir. Kolombiya Kahvesinin 1960lardan itibaren küresel bir marka gibi konumlandırılması ve yönetilmesi profesyonel yardımlar alınması, reklam ve tanıtım konusunda yatırım yapılması süreci Federasyon tarafından yönlendirilmiştir. Federasyon bir deprem ülkesi olan Kolombiya'da kahve üretiminin ve üreticilerinin en az seviyede etkilenmesinden, çevresel etkilerin yol açması muhtemel üretim sorunlarına kadar bütün hususları değerlendirmektedir. Çalışmalarının karşılığında, örneğin

2013'te 100.000 hektarlık alanda hasat yapılabilmiş, verim üst düzeye çıkmıştır.⁵ Federasyon, Dünyada petrolden sonra en önemli ticaret unsurlarından biri olan kahvenin ticarileştirilme ve markalaşma sürecinin doğru yönetilmesi kadar, elde edilen konumun sürdürülebilmesi ve geliştirilmesi konusunda faaliyet göstermektedir.⁶

Argan Yağı (Fas)

Argan ağacı, Fas'ın güneybatı bölgesinde yetişen bir ağaçtır. Bu bölgedeki insanlar çok eski tarihlerden beri bu ağacın tohumlarından elde edilen yağı çıkarmakta ve gerek yemeklerde gerekse de yüz ve saç bakımı için kullanmaktadırlar. Ürünün zamanla artan popülerliği birçok ülkenin bu verimli ağacın ürünü ve faydalarını öğrenmesine ve geniş kütlelerce kullanımını sağlamıştır. Sadece Fas'ın güneybatı bölgesinde yetişen bu ağacın boyu 10 metre kadardır. Çevresi de 15 metreyi bulmaktadır. 150-200 yıllık ömürleri vardır. Yaprakları zeytini andırmaktadır.⁷

Fas argan yağının popüleritesive karlılık potansiyeli o kadar dikkat çekici olmasından dolayı Fas Devleti de bu potansiyeli etkin kullanma amacıyla adımlar atmıştır. Argan ormanları UNESCO tarafından 2020 yılına kadar biyosfer rezervi olarak ilan edilmiştir, ormanların genişletilmesi ve argan yağı üretimini artırmak için çaba sarf edilmektedir.

Argan ağacının yetişebildiği bir diğer coğrafya olan İsrail de kendi argan ormanlarını geliştirmek için faaliyetler göstermektedir. Bu, İsrail için oldukça zor bir çalışmadır; çünkü Fas, argan ormanları için en iyi koşullara sahiptir. İsrail ikliminin argan ağacının gelişmesi için gerekli olan eşsiz büyüme koşullarına sahip olup olmadığını veya çabalarının başarısız olup olmayacağını zaman gösterecek.

Fas kadınlarının kendilerine has yöntemlerle ayrıştırarak ürettiği argan yağı, yörenin en büyük gelir kaynağını oluşturmaktadır. Üretim yapıldığı ve UNESCO tarafından koruma altına alınan yöre, doğal bir sit alanı niteliği taşımaktadır. Argan yağının üretiminde 10 metreye kadar ulaşan ağaçlar büyük birer zeytini andıran meyveleri toplanıp, taşla kırıp yumuşak iç kısmı ayıklanır. İç çekirdekler

⁵ BBC, Colombia coffee industry looking to the future, <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-21148832>

⁶ TED Case Study, Coffee Market and Colombia, American University, <http://www1.american.edu/ted/coffecolombia.htm>

⁷ Argan Oil World, Setting a Geographical Indication on Argan Oil, <http://arganoilworld.org/setting-a-geographical-indication-on-argan-oil/>

kavrulur ve elle öğütülür. Öğütülen çekirdek içleri suyla karıştırılıp, yağı çıkarılmaktadır. 1 litre argan yağı elde etmek için 30 kg. argan meyvesi ve 12 saatlik bir çalışma gerekmektedir.

Şekil 4: Argan Yağı Üreten Faslı Kadınlar



Argan yağının üretimi yüksek işçilik gerektiren bir süreçtir. Faslı Berberi kadınlar ürünü işleme sürecinde yüzyıllardan beri gelen geleneksel bilgileri kullanırlar. Argan yağı üretim sürecindeki en önemli sorun da bu aşamadır, üretim emek yoğunudur. Çekirdeklere (daha sonra argan yağına işlenir) ulaşmak için argan tohumlarının dış kabuklarını kırmak zordur, dış kabuğun kırılması bir fındığın kırılmasından 15 kat daha zordur. Çekirdeklerin ekstraksiyonu elle yapılmalıdır, çünkü mekanik bir çıkarma aracı henüz keşfedilmemiştir. Herkesin bildiği gibi, sürecin mekanize edilmesi aslında mümkün olmayabilir. Ancak bu aslında Fas ekonomisi için iyi haberdir; çünkü el ile çıkarma işleminin Faslı argan yağının nasıl yapılması konusunda uzman olan Fas vatandaşları için önemli bir ekonomik kaynaktır. Fındığa göre 16 kat daha sert olan argan, taşların arasında ezilir. En zor süreçlerden birisi bu ezilmedir, bu konuda geliştirilen makinelerden iyi performans elde edilemediğinden, üretim süreci hala elle ve geleneksel yöntemlerle sürdürülmektedir.

Arganın endüstriyel kullanımı tütün veya diğer endüstriyel bitkiler gibi ekonomik potansiyel taşıyor olması birçok ülkenin bu ürüne yönelmesi, ithal ederek işlemesine yol açmıştır. Başlangıçta ürünlerini çekinmeden uluslararası pazarlara sunan Fas üreticileri, bitkinin tek sahipleridir ve ürünün popülerliği arttıkça önemli rekabet avantajı elde etmişlerdir.

Ürünün bölgeden kaynaklanan özgün nitelikleri, Fas'ı coğrafi işaret konusunda koruma başvurusu yapmaya yöneltmiştir. Fas, Ekim 2011'de Avrupa Komisyonu'na mahreç işareti (PGI) elde etmek üzere başvuruda bulunmuştur. Onaylandığı takdirde Afrika kökenli ilk coğrafi işaret olacak olan argan başvurusunda ürünün bölgede yetişmesinden kaynaklanan eşsiz özellikler vurgulanmış, bu

⁸ Argan yağı üreten iki Berber kadın, Fas, Afrika. Fotoğraf: imageBROKER / Alamy

yolla tüketici için üretimde belli standartların korunduğu konusunda güveninin kazanılması sağlanmıştır. Bu yolla ürünle birlikte geleneksel bilginin de korunabilmesi sağlanacaktır.

Arganın tesciliyle Fas'ın elde edeceği ekonomik avantajlar sadece ürün ihracatıyla sınırlı değildir. Bu yolla, herhangi bir ülkede arganın işlenmesiyle elde edilecek argan yağı vb ürünlerin hammaddesinin Fas'tan temin edilmesi zorunlu olacaktır. Ayrıca, argan üreticileri Avrupa birliği nezdinde tescilli bir coğrafi işarete sahip olmaları nedeniyle AB pazarına daha rahat ulaşabileceklerdir. Üçüncü ve en önemli katkılardan biri de, tescille birlikte denetimin de zorunlu olması ve bu yolla geleneksel üretim yöntemi ve kalite standartlarının sürdürülebilirliğinin garanti altına alınacak olmasıdır. Bu standartlara uymayan sahte argan ürünleri için de yasal önlem alınması kolaylaşmaktadır.⁹

Arganın Avrupa Birliğinde geçerli coğrafi işaret olarak başvurulması bile Fas ekonomisi için sıçrama noktası olmuştur. Argan konusunda araştırma ve geliştirme çalışmaları başlatılmış uluslararası oyuncular Fas'la ilişkiler geliştirmişlerdir. Bu işbirlikleri arasında JICA (Japanese International Cooperative Agency), GTZ (the Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) yer almaktadır.

Şekil 5: Argan için Mahreç İşareti Başvurusu

Dossier Number	Country	Name	App Type	Date	Status:
<input type="text"/>	MA - Morocco	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
MA/PGI/0005/00906	Morocco	Argane	PGI	14/10/2011	Applied

10

Kaynak: Avrupa Komisyonu, Tarım ve Kırsal Kalkınma, 2018

Taşköprü Sarımsağı (Türkiye)

Taşköprü sarımsağı 2010 yılında Taşköprü Belediye Başkanlığı tarafından coğrafi işaret olarak tescillenmiş bir üründür. Ürün, pembe beyaz kabuklu, acı, kışa da dayanıklı olan sarımsak ihracata elverişlidir. İç ve dış piyasada en fazla aranan türlerden biridir. Taşköprü sarımsağı diğer sarımsak çeşitlerine oranla, yetiştirildiği toprağın fiziksel ve kimyasal özelliklerinden selenyum içermesinden¹¹ ve hormon müdahalesine uğramamış olmasından dolayı kendine has yoğun

⁹ WIPO, Protecting Society and the Environment with a Geographical Indication, 2014, <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=2656>

¹⁰ DOOR Veritabanı, <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

¹¹ Süleyman TABAN, Kastamonu Taşköprü Yöresinde Yetiştirilen Sarımsak. Bitkisinin Selenyum İçerikleri ve Bazı Toprak Özellikleri. Arasındaki İlişkiler, <http://ucmaz.home.uludag.edu.tr/PDF/ziraat/2013-27%281%29/M5.pdf>

kokusu, aroması, tadı ve boyutu gibi önemli üstünlüklere sahiptir. Türkiye'de sarımsak üretiminin en yoğun yapıldığı yer Kastamonu ilinin Taşköprü ilçesidir. Raf ömrü uzun tadı ve kokusu keskindir.

Taşköprü sarımsağı, yüksek kuru madde içeriği (%37), keskin tat ve kokusuyla dikkat çekmektedir. Farklı bölgelerde yetiştirilmek istendiğinde beklenen özellikleri taşımayan Taşköprü sarımsağı yetiştirildiği topraktan gelen yüksek mineral (özellikle selenyum yönünden çok zengin içeriğe sahip) ve vitamin bileşenleriyle, tıbbi açıdan da en değerli sarımsak olarak kabul edilmektedir.¹² Coğrafi sınırları: Kastamonu ili Taşköprü ilçesine bağlı bulunan köyler ve yerleşim birimleri olan ürün hakkında 2012 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından “Taşköprü Sarımsak Paneli” düzenlenmiştir.¹³

2008 yılında 18.000 ton olan Taşköprü Sarımsağı üretimi zamanla azalarak 2012 yılında 10.000 bin ton seviyesinin altına düşmüştür. Taşköprü Sarımsağı'nın kendine has özelliklerinin önemine rağmen Çin sarımsağının daha yüksek miktarlarda ürün vermesi dolayısıyla yöredeki çiftçi zamanla Taşköprü Sarımsağı yerine Çin sarımsağını tercih etmeye başlamış ve bunun sonucunda da Taşköprü Sarımsağı yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Yerel tohumun korunması ve gelecek nesillere aktarılması için bu durumun önüne geçilmesi amacıyla yörede birçok çalışma yapılmıştır.

Taşköprü Sarımsağı'nın tarihinde Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından coğrafi işaret olarak tescil edilmesi ve bu tescil kapsamında sağlanan hukuki hakların getirdiği avantajlar dolayısıyla özel sektör Taşköprü Sarımsağı'na yönelik özel bir proje gerçekleştirme kararı almıştır.

Reis Gıda ve METRO Toptancı Market'in ortak yürüttüğü projede Taşköprü Sarımsağı üreticilerine pazar sağlanarak, sürdürülebilir tarımı ve yerel değerlere sahip çıkmanın önemini üreticilere anlatılması hedeflenmiştir. Bu noktada üreticiye Taşköprü Sarımsağı ürettikleri takdirde mallarının alınacağı sözü verilmiş üreticilere bu konuda motivasyon sağlanmıştır. Bölgede doğaya ve çalışanlara karşı sorumlu, sürdürülebilir ve izlenebilir bir tarım yapılması konusunda yardımcı olunmuştur. Üreticiler ilk olarak Taşköprü sarımsağı coğrafi işaret tesciline uygun yerli tohum kullanmaya başlamışlardır. Daha sonra üreticilere nasıl daha fazla verim elde edecekleri, toprağa, böceğe nasıl daha az zarar verecekleri konusunda eğitimler verilmiştir. En sonunda da ürünleri için dünya standartlarındaki kaliteli üretimin göstergesi olan ve ürünün tüm Avrupa pazarında satılabilmesini sağlayan GLOBAL G.A.P. sertifikası almaları istenmiştir. Üretim aşaması

¹² Metro Toptancı Market, 2014, <http://www.metro-tr.com/public/cografi-isaret>

¹³ TC. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, http://www.kuzka.org.tr/dosya/taskopru_sarimsak_paneli_bildiri_kitabi.pdf

tamamlandığında ürünler belirtilen özel sektör firmaları tarafından satın alınmıştır. Böylece üretici daha fazla kazanmıştır. Verilen bu sertifika ve eğitimlerle birlikte üretici uluslararası bir sistemin içerisine dâhil olmuştur. Böylece 4 yıllık bir süreçte, Taşköprü Sarımsağı üretici sayısı 2870'den 3490'a, üretim miktarı 9800 tondan 17640 tona ve birim fiyatı 9 TL'den 16,5 TL'ye çıkmıştır.

Taşköprü Sarımsağı'nın eskiden olduğu gibi yılın 12 ayı bulunabiliyor olması için halen çalışmalar sürmektedir. Ayrıca, sektörün ve bölgenin medyaya daha etkin tanıtılabilmesi için medya mensupları için geziler düzenlenmiştir.

Şekil 6: Taşköprü Sarımsağı¹⁴



Yerli sarımsak tohumu projesinin yanısıra 2014 yılında iyi tarım uygulamaları konusunda girişimler başlatılmıştır. Bu süreçte TÜBİTAK ve üniversitelerle işbirliği yapılarak çiftçinin bilgilendirilmesi sağlanmıştır.

Bu çalışmaları izleyen yıllar içinde Taşköprü Sarımsağının perakende satış fiyatı 2 katına yaklaşık oranda yükselmiş, üretici çıkış fiyatları da %34 oranında yükselmiştir.

Şekil 7: Taşköprü Sarımsağı Ortalama Satış Fiyatları

YIL	TAŞKÖPRÜ FİYATI (TL)	SATIŞ FİYATI (TL)	PERAKENDE SATIŞ FİYATI (TL)
2014	4,58	6,52	9,00
2015	4,48	9,01	13,00
2016	6,04	12,66	17,00
2017	6,13	11,27	16,50

¹⁴ Taşköprü Belediyesi, Foto Galeri, <http://www.taskopru.bel.tr/wp-content/uploads/2015/05/a-0.jpg>

Defne Bitkisi

Bilimsel olarak *Laurus Nobilis* olarak bilinen defne yaprakları, Akdeniz bölgesinde rastlanan küçük bir ağacın yapraklarıdır. Küresel iklim değişiklikleri nedeniyle, defne ağaçlarının dünyadaki mevcudiyeti azalmaktadır. Defne yapraklarının çeşitli türleri, Kaliforniya defne yaprağı, körfez defnesi, Endonezya defne yaprağı, Hint defne yaprağı, Batı Hint defne yaprağı ve Meksika defne yaprağıdır. Tarihten beri mutfak ve tıbbi uygulamalar için kullanılırlar. Ayrıca balık sosları, güveç, çorba, et ve şekerlemelerde kullanılırlar. Yaprakların yanı sıra meyveler, narkotik, uyarıcı ve özellikleri içerir.

Yaprak uçucu yağı güçlü bir antioksidandır. Defne yaprağı uçucu yağı 1,8 sineol (ökaliptol), 1-p-menten-8-etil asetat, linalol, sabinendir. Yapraklar % 1,3 uçucu yağ içerir. Bu uçucu yağ % 45 ökaliptol, % 12 diğer terpenler, % 3-4 seskiterpenler, % 3 metil öjenol ve diğer pinenler, felandren, linalol, geraniol ve terpinol içerir. Meyvesi % 30 yağ, % 1 uçucu yağ içerir (terpenler, seskiterpenler, alkoller ve ketonlar).

Yapraklardan çıkarılan yağlar ayrıca baharatlarda ve gıdada tatlandırıcı olarak kullanılır. Defne yaprağı ayrıca hipoglisemik, anti ürojenik, anti-bakteriyel ve anti-fungal özelliklere de sahiptir.

Defne yaprakları, kendine özgü aroması ve kokusu dolayısıyla yemek pişirmede kullanılır. Yemekten önce yapraklar pişmiş yiyeceklerden çıkarılmalıdır. Yapraklar genellikle, Akdeniz mutfağında çorba, güveç, börek ve patlıcan ve Brezilya mutfağında fasulyede kullanılır. Taze yapraklar çok yumuşaktır ve toplandıktan ve kurutulduktan birkaç hafta sonrasına kadar tam lezzetini geliştiremezler.

Defne Teknik Özellikleri

Akdeniz Defnesi, Defnegiller (*Lauraceae*) familyasının tropik ve subtropik bölgelerde yetişen *Laurus* cinsine mensup bir tür olup, varyetesi yoktur. Bu cinsin diğer bir türü ise Kanarya adalarında yetişmekte olup *Laurus canariensis* adını almaktadır.

Akdeniz Defnesi değişik dillerde farklı isimler almakta ve İngilizce (Sweet bay, Laurel, Roman Laurel); Fransızca (Laurier franco, Laurier des poêtes); Almanca (Edler, kırbeer); İtalyanca (Lauro franco, Laure regio, Alloro, Lauro regale, Lauro poetica); Türkçe (Defne, Tefne, Teynal, Tenel) denmektedir.

Akdeniz Defnesi çoğunlukla ağaççık, bazen de 10 m ye kadar boylanabilen yuvarlak tepeli sık dallı bir ağaçtır. Gövdenin koyu gri, siyaha yakın düzgün kabuğu vardır. Taze sürgünler yeşil, sonraları kırmızı siyah ve tüysüzdür. Yapraklar dar eliptik bir yapıdadır, her iki uca doğru sivrilmiştir. Boyları 5-10 cm arasında değişmektedir. Kenarları hafif dalgalıdır. Üst yüzü parlak koyu yeşildir. Kısa ve

kaim bir sapı vardır. Taze yapraklar ince, açık yeşil damarlı, kırmızıya çalan sarı renkte, daha sonra açık yeşil olup, aromatik kokusu azdır.

Çiçekler yaprakların koltuğunda yan durumlu ufak demetler halinde bulunur. Çiçek çevresi yeşilimsi renkte, 4 parçalıdır. Erkek çiçeklerin çoğunda 10 -12 tane etamin bulunur. Dişi çiçeklerde körelmiş 4 etamin (staminoid) görülür. Ovaryum kısa saplı, tek gözlü ve bir tohum tomurcukludur.

Bir teşbih tanesi büyüklüğünde ve yumurta biçiminde olan üzüksü meyve önceleri yeşil, olgunlaşınca koyu siyah renktedir. Uzunluğu en fazla 2 cm ye ulaşır. Meyveler yapraklardan daha çok yağ ihtiva eder (yağ oranı % 26,2'dir). Meyveler Eylül sonu ve Ekim ayı içerisinde olgunlaşır ve parlak mavimtrak siyah bir renk alır.

Akdeniz Defnesinin esas vatanı Küçük Asya ile Balkanlardır. Fakat daha Antik Devirde buralardan Akdeniz'in bütün kıyılarına götürülmüştür. Bugün Akdeniz'in karakteristik bitkilerinden birisini teşkil eder. Akdeniz bölgesinin kıyı şeridini içerisine alan birinci zonunu (Lauretum) isimlendirir.

Akdeniz Defnesi Türkiye'nin güneyinde Hatay'dan başlayarak Kuzeydoğu Karadeniz'e kadar bütün kıyılarda doğal olarak bulunur. Yayılış alanı olarak Akdeniz ikliminin hüküm sürdüğü yerleri ve Portekiz, İspanya, İtalya, Yugoslavya, Yunanistan ve Afrika'nın güney sahil bölgelerini vermektedir.

Birçok Akdeniz ülkesinin yanı sıra Rusya'nın Karadeniz kıyılarında da kültüre alınarak yetiştirilmektedir. Ege ve Akdeniz bölgelerinde subtropik iklimin etkisini gösterdiği oranda içerilere kadar da yayılmaktadır.

Defne, bazı yerlerde 600-800 metreye kadar çıkar. İlman yerlerde yazları sıcak çevrelerde yetişir. Toprak istekleri fazla değildir. Akdeniz Defnesi Balkanlarda ve özellikle Akdeniz çevresi memleketlerinde İspanya ve Fransa'nın güneyinde, İtalya'da Korsika adasında, Kuzey Afrika'da bulunmaktadır. Türkiye'de Akdeniz kıyılarında, Ege ve Marmara çevresinde Karadeniz bölgesinin ılıman yerlerinde yerli olarak bulunur. İsrail ve Kıbrıs'ta da görülür. Akdeniz Defnesi Çanakkale Gelibolu yarımadası, Balıkesir, Bandırma, Erdek, Kirazlı Manastır'da 200m yükseklikte, İstanbul Terkoz'da, Bursa'da Armutlu Kaplıcasında, Zonguldak Fenerbümü tepesi 60m yükseklikte Kastamonu, inebolu, Sinop, Samsun, Devrenbahçe'de 20 metre yükseklikte Trabzon'da ve Rize'ye 33 km mesafede İzmir'de, Aydın, Muğla, Köyceğiz, Sandras dağı, Pangudüz tepede 1200 m Antalya'nın kuzeybatısında Korkuteline 45 km uzaklıkta 500 metre yükseklikte, Alanya'da, Mersin Turunçlu'da 300 metre yükseklikte, Maraş, Andırın ve Çatak'm 13 km güneyinde bulunabilmektedir.

Şekil 8: Türkiye’de Defne Yetişen Bölgeler



Kaynak: Defne Eylem Planı 2016-2020, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü

TR81 Bölgesinde Yetişen Defnenin Özellikleri

Batı Karadeniz bölgesinde geniş bir yayılış alanı bulan defne meyve ve yaprağının bölgesel yayılışı, hammadde potansiyeli, hammaddenin özellikleri, hammadde hazırlama teknikleri ve endüstriyel ölçekte değerlendirilebilirliğinin araştırılması önemli özelliklere sahip, ihraç edilebilir bir ürün olmasından dolayı önemlidir. Batı Karadeniz Bölgesinde doğal olarak yaygın bir yayılış gösteren Defne (*Laurus nobilis* L.) bitkisinin kullanım alanları değerlendirildiğinde ise; kurutulmuş yaprakların gıda endüstrisinde tatlandırıcı ve baharat olarak, özellikle et ve balık konservelerinde, zeytin depolanmasında, üzüm ve incir gibi kurutulmuş meyvelerin tazeliğini ve lezzetini korumak amacıyla ambalajlamada kullanıldığı gözlemlenmektedir. Yapraklardan elde edilen uçucu yağın ise gıda endüstrisinde tat ve çeşni verici olarak, ayrıca parfümeride geniş kullanım alanı bulmaktadır. Meyvelerinden elde edilen sabit yağ ise gıda, içki, ilaç, kimya ve kozmetik sanayiinde kullanılır.

TR81 Bölgesinde yetiştirilen defne bitkisinin teknik özelliklerinin ortaya konulması amacıyla daha önce Bartın Orman Fakültesi’nde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada defne sahalarında yaprak ve meyve veriminin hektarda tespit edilmesi ve bunun bölgeye yansıtılması için basit örnekleme istatistik yöntemi uygulanmıştır. Çalışmaya konu olan Batı Karadeniz’de defnenin bölgelere göre yayılış yaptığı toplam alanlar hektar olarak ilgili Orman İşletme Müdürlükleri verilerinden ve arazi çalışmalarından belirlenmiştir. Deneme alanlarında defnenin; mersin, şimşir, kocayemiş ve akçakesme türü ağaç ve ağaçcıklarla karışık bulunduğu gibi saf olarak da bulunduğu gözlemlenmiştir. Deneme alanları tespit edilirken bu kriterlere dikkat edilmiş ve defne ağacının

sahadaki yayılışını yoğunluk olarak en iyi temsil edecek 20x20 metre ebadında 400 m² lik alanlar belirlenmiştir. Bu alanların sayısı, defnenin bölgedeki toplam yayılış alanına göre yörelere dağıtılmıştır.

Belirli kuruluğa getirilmiş defne meyveleri tartımları alındıktan sonra havanda ezilmiştir. Havanda kalmış olabilecek yağ hekzanla yıkanarak yağlar alınarak bir miktar hekzan konularak yıkanma sağlanmış ve havanda kalmış olan hassasiyeti sağlanmıştır. Meyve numunesi sabit tartıma getirilmiş kapta kurutma fırınında 1 saat süre ile 105±2°C'de bekletilmiş ve dışarı alınarak desikatöre konulmuş ve daha sonra sabit tartımları alınmıştır. Bu işlem 3 kez tekrarlanmıştır. Belli miktardaki kurutulmuş meyvelerdeki yağ soxhlet aygıtında hekzan fazına alınmıştır. Bu işlemi takiben elde edilen yağda kalan hekzan rotary evaporatörde uçurularak defne yağı saf olarak elde edilmiştir.

400 m²'lik deneme alanlarında toplanan meyvelerin miktar olarak veriminden hareket edilerek 1 hektar alanda üretime konu olabilecek ortalama meyve miktarı bulunmuştur. Bu hesaplamalarda Batı Karadeniz Bölgesinde 1 hektar sahada 2117 kg meyve veriminin olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında Bartın yöresi için toplam yılda 959.000 kg defne meyve üretimi gerçekleştirilebilmesi mümkün olacağı öngörülmüştür. Bölgede üretimi yapılabilecek olan defne meyvesinin modern bir tesiste işlenmesi ile yaklaşık %20 yağ elde edilebileceği değerlendirilmiştir. Bu defne meyve yağı miktarı da bölgedeki toplam üretime göre yaklaşık 192.000 kg'dır.

Ancak defne yaprak üretimi için 3lü rotasyonun uygulanacağı alanlar değerlendirildiğinden toplam bulunan miktarın üçte biri yıllık envanter olarak tespit edilmiştir. Bu kriterlere bağlı olarak 1 hektar saha için 15.680 kg/hektar yaş yaprak veriminin olduğu tespit edilmiştir. Bartın yöresi için toplam yöre bazında 8.984.640 kg defne yaş yaprak envanteri bulunmaktadır. Defne yaprak üretimi üçlü rotasyon şeklinde yapılacağından Bartın yöresi için yıllık toplam yaş yaprak miktarı 2 994 880 kg olarak tespit edilmiştir.

Batı Karadeniz Sinop ve Bartın yörelerindeki defne sahalarından ağustos ayında elde edilen kuru gövde ile kuru yaprak oranlarının toplam ağırlığa oranla sonuçları, defne bitkisinin yaprak verimini belirlemek amacı ile İsrail defne sahalarından aynı toplama zamanında yapılan deneme sonuçlarının karşılaştırılması yapılmıştır. Batı Karadeniz bölgesi defnesi sürgün gövdesinin toplam sürgün ağırlığına oranla İsrail defne plantasyonlarından elde edilen sonuçlardan daha büyük olduğu, bunun aksine defne bitkisinin kuru yaprak oranının ise daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni ise olarak Batı Karadeniz bölgesinde vejetatif dönemin uzun ve generatif büyümenin kısa olmasıdır. Buna bağlı olarak yaprak bünyesinde vejetatif büyümeye bağlı olarak nem miktarı fazla olacak dolayısı ile kuru yaprak ağırlığına etki edecektir.

Tablo 4: Defne Bitkisi Kuru Gövde Sürgün ve Kuru Yaprak Oranlarının Toplama Yöresi İtibarı İle Karşılaştırılması

Sürgün Yaşı	Kuru Sürgün Gövdesi (Toplam Sürgün Ağırlığına Oranla %)			Kuru Yaprak (Toplam Sürgün Ağırlığına Oranla %)		
	Bartın	Sinop	İsrail	Bartın	Sinop	İsrail
1	33	33	25	20	22	30
2	34	35	26	22	24	31

Defne meyvesi sabit yağında sabunlaşma sayısı yüksek olup Batı Karadeniz bölgesinin farklı yörelerinden alınan meyve numunelerinden elde edilen sabit yağlarda yapılan analiz sonuçlarına göre de sabunlaşma sayısı yüksek bulunmuştur. Yağ gliseritlerinde molekül ağırlığı küçüldükçe, sabunlaşma sayısı büyümektedir. Batı Karadeniz bölgesi defne meyve sabit yağına ait fiziko-kimyasal özellikler ile yağ verimi (hekzan çözücülü soxhalet ekstraksiyonu) değerleri, Hatay ve Mersin ili Silifke yöresinden temin edilen defne meyvesi değerleri ile karşılaştırılmıştır.

Tablo 5: Batı Karadeniz Bölgesi Defnesi Özelliklerinin Diğer Bölgelerle Karşılaştırması

Özellikler	Karşılaştırma Yapılan Bölgeler						
	Hatay	Silifke (1)	Silifke (2)	Sinop	Kastamonu	Bartın	Zonguldak
Yağ Verimi(%)	22	24	34	16.82	15.54	16.38	14.32
Yoğunluk	0.9097	0.9139	0.9125	0.8464	0.8325	0.8975	0.8140
Asit Sayısı	17.4	8.9	21.9	14.3	12.46	13.20	11.57
Sabunlaşma Sayısı	187.1	177.6	179.4	183.6	173.2	179.4	169.7

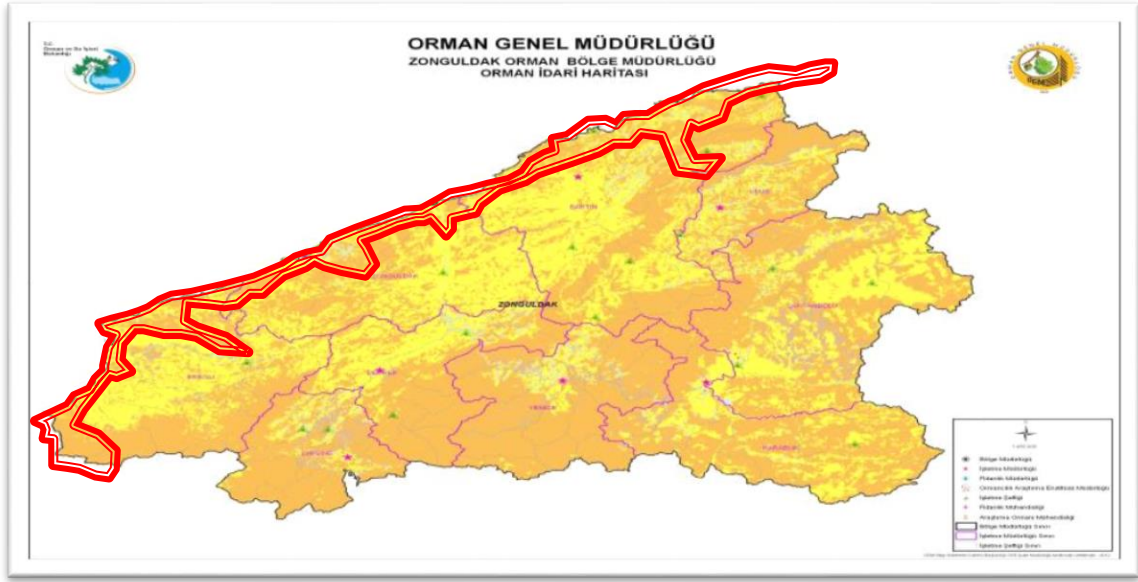
Defne yaprağı yaş halden naturel %8 kuruluğa gelirken Batı Karadeniz Bölgesi için tespit edilen %65 oranında bir ağırlık kaybına uğramaktadır. Defne yaprağı işleme ameliyesi emek yoğun teknoloji kullanımını zorunlu kılmaktadır. Genelde tesis sahasına aktarılan yaş defne yaprakları hemen uygun şekilde istiflenerek ve havalandırılarak, direk güneş ışınlarına maruz bırakılmadan gölgede kurutulur. Kuruma süresi yaprakların yağı kusmaması için mümkün olduğunca hızlı olmalıdır. Yaprakların nakliyesi de oldukça önemlidir. Uzun mesafe taşımalarında renk kararır ve yaprağın kalitesi etkilenir.

Karadeniz Bölgesinde nem oranı yüksek ye güneşlenme süresi kısa olduğu için suni kurutma önerilmektedir.

Yapraklar kurutma fırınından çıkarıldıktan sonra su ile temas etmemelidir. Su ile temasında eterik yağ miktarı değişebilir, aldehitler azalabilir ve oksitlenme olabilir. Yaprakların kırılmaması ve katlanmaması gerekir.

TR81 Bölgesinde Defne Yetiştirilen Yerler

Şekil 9: Defne Bitkisinin (*laurus nobilis L*) TR81 Bölgesi itibarı ile Yayılış Haritası



Zonguldak Orman Bölge Müdürlüğü'nün sınırları içerisinde Defne Bitkisinin yayılışı; Kuzeydoğuda Bartın ili Kurucaşile ilçesi Kapısuyu – Başköy bölgesinden başlayıp, güneybatı istikametinde Akçakoca ilçesi sınırına kadar sahil boyunca ağırlıkta olmak üzere, iç kısımda ise Bartın ili Kumluca, Kozcağz beldeleri istikametindedir. Defne bitkisi bu sınırlar dahilinde 17.081 Ha sahada yayılış göstermektedir. Bu alanda 122.103 ton dallı defne yaprağı envanteri yapılmıştır. Bölgede Defne bitkisinin kapladığı alanın toplam ormanlık alanına oranı % 2,8'dir.

Tablo 6: Zonguldak Bölgesi Yıllar İtibarı İle Defne Yaprakı Üretimi

YILLAR	MİKTAR (TON)	DEĞER (TL)
2010	62	
2011	95	7.634,0 TL
2012	117	9.402,0 TL

2013	128	10.287,0 TL
2014	1.338	107.530,0 TL
2015	3.204	257.500,0 TL
2016	5.675	456.200,0 TL
2017	7.906	635.552,0 TL

Tablo 7: 2017 Yılı Zonguldak ve Çevre Bölgeler Defne Üretim Miktarları

BÖLGE	MİKTAR (TON)
Zonguldak	7906
Kastamonu	1113
Sakarya	3439
Sinop	214

TR81 Bölgesinde Defnenin Bölge Ekonomisine Katkısının Artırılması

Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan ve 2016-2020 yıllarını kapsayan Defne Eylem Planı doğal defne alanlarından yapılan yaprak ve tohum faydalanmalarının sürdürülebilir nitelikte olması, üretim maliyetlerinin düşürülmesi, üretimde yaşanan değer kayıplarının azaltılması, defne ürünlerinin kullanım miktarının ülke genelinde yaygınlaştırılması ve orman köylüsünün gelirlerinin artırılması hedeflerini belirlemiştir. Bu bağlamda ulusal ölçekte kaliteli defne yaprağı üretimi yapılabilen alanların rehabilitasyonu, korunması ve bakımı, artan sabit yağ ihtiyacının karşılanabileceği tohumluk defne alanlarının geliştirilmesi, defne alanlarında transport ve makinalı çalışma imkanlarının artırılması, kaynak yöneticilerinin, toplayıcıların ve paydaşların eğitimi, iç tüketim imkanlarının geliştirilmesi maksadı ile tanıtım çalışmaları planlanmıştır.

Defne için ulusal bazda planlanan eylemler, bölgesel olarak da detaylandırılmıştır. Zonguldak bölgesi için 2020 yılına kadar defne alanlarının rehabilitasyonu, defne alanlarında transport olanaklarının artırılması ve 350 kişinin kaynak yöneticileri ve mahalli toplayıcıların eğitimi programına katılımının sağlanması hedeflenmiştir.

Bu plana ek olarak defnenin TR81 bölge ekonomisine “yöresel ürün” olarak tanımlanarak katkılarının artırılması için;

- Defne verilerinin ortak veri havuzunda toplanması ve tüm paydaşların erişimine açık olması
- Defne üretim, koruma, sürdürülebilirlik konularını içeren bilgilendirici yayınlar hazırlanması
- Yöresel ürün konusunda bölgeye yönelik bilgilendirmeler ve defne ve özgün yönlerinin vurgulandığı bilgilendirme oturumları düzenlenmesi
- Yöresel ürün başarı örneklerine çalışma ziyaretleri düzenlenmesi
- Fuar katılımları
- Tescillenerek korunma seçeneklerinin incelenmesi
- Yeni yatırımların teşviki
- Bölgede defne potansiyeli ve sürdürülebilirliği konusunda eğitimler
- Defne çalışmaları ile bölge ve defne özelliklerinin ulusal paydaşlara da tanıtılması.

Defne yaprağı konusunda ticari veritabanlarında aktif firmaların “Türk defnesi, Akdeniz defnesi, Hint defnesi” gibi tanımları kullanarak; ürünlerin rakip ürünlerden farkının ortaya konulması ve kalite belirteci olarak da köken bilgilerinin sunulduğu, köken bilgisinde sadece ülke değil, yetiştirildiği bölgeye varan bilgilerin müşterilere sunulması rekabet avantajı elde edildiği görülmektedir. Bu bağlamda defne ürünü için, köken belirten bir koruma alınması, bölgede faaliyet gösteren tüm üreticilere ürün üzerinde amblem kullanma hakkı sunacak, ürünleri konusunda köken belirtebilme ile fiyat avantajı elde edebilme imkanı verecektir. Bu süreçte ulusal stratejilere uyum da gözetilmelidir. Defne eylem planı bu konuda “Türk defnesi” gibi ulusal bir koruma alınması stratejisi hedeflenmemektedir, bu nedenle “Batı Karadeniz Defnesi” gibi bölgesel koruma seçenekleri değerlendirilebilir. Ancak bu girişimlerin katma değer üzerindeki etkileri orta ve uzun vadede gözlemlenebilecektir. Defne için ana müşteri yurtdışı pazarlar olması nedeniyle tanıtım ve markalaşma konusunda özellikle önemli son tüketicilerin yoğunlaştığı, etnik mutfaklara yönelim ve mutfakta yenilikçi denemelerin yaygın olduğu ülkelerde, özellikle de Batı Avrupa ve ABD’ye tanıtım yatırımları yapılması önemlidir.

Defne Endüstrisi

Defne yaprağı üretimi ormancılık sektörü içerisinde odun dışı orman ürünleri içinde yer almaktadır. Odun dışı orman ürünleri “orman içi ve açıklıklarında yetişen, insanların ve diğer canlıların kendi ihtiyaçlarını karşılamak veya ticaretleri ile gelir sağlamak suretiyle yararlandıkları her türlü hayvansal ve bitkisel ürünler” olarak tanımlanmaktadır. Defne yaprağı üretimi ise gıda sanayi içinde değerlendirilmektedir. Harmonize sistem nomanklatörü esas alınarak hazırlanmış Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunda (GTİP) bu ürünler aşağıda belirtilen GTİP numaralarında düzenlenmiştir.




Tablo 8: Defne ve Defne Ana Ürünleri GTİP Kodları

GTİP Kodu	Ürün Açıklaması
0910.99.50.00.00	Defne Yaprakları
1515.90.40.00.00	Defne yağı, ham yağlar, teknik ve sınai amaçla kullanılanlar
1515.90.51.00.00	Defne yağı, diğerleri, katı halde net ağırlığı 1 kg. veya daha az olan hazır ambalajda olanlar
1515.90.59.00.00	Defne yağı, katı hallerde, diğer şekillerde ambalajlanmış olan, akışkan
1515.90.60.00.00	Defne yağı, ham yağlar, teknik ve sınai amaçla kullanılanlar
1515.90.99.00.00	Defne yağı, katı hallerde, diğer şekillerde ambalajlanmış olan, akışkan
33 01 29 61 90 19	Diğer uçucu yağlar

Defne yaprağı pazarı büyüyen bir pazardır. Pazarın büyümesini yönlendiren başlıca faktörler arasında mutfak kullanımı için artan talep ve Asya-Pasifik ve Akdeniz bölgelerinde sağlık yararları konusunda bilincin yaygınlaşması verilebilir. Hızla artan tüketim, defnenin gıda ve içecek endüstrisinde, kozmetik pazarlarında, esas olarak saç sağlığı iyileştirme ürünlerinde kullanımından kaynaklanmaktadır. Piyasada yer alan diğer ilaç ve nutrasötik ürünler sayıca fazla olsa da artık tüketiciler bu tür kimyasallar içeren ürünlerin fazlaca kullanımından kaygı duymakta ve sağlık bilinci artmaktadır. Defne yaprağının tüketicilerce rağbet gören faydaları arasında diyabetin kontrol edilmesi, etkili sindirim ve besin alımının kolaylaştırılması ve solunum rahatsızlıklarının hafifletilmesi, ağrı ve eklem iltihabının azaltılması, stres hormonu seviyesinin düşürülmesine yardımcı olması gibi özellikleri bulunmaktadır. Defne yaprağı yağı, güçlü aroması nedeniyle aromaterapide de kullanılmaktadır. Bu ailenin farklı bitkileri arasında zehirli olabilecek insanlar arasındaki karışıklık gibi birkaç defne yaprağı piyasası kısıtlaması vardır.

Defne yan ürünleri ise defne yağının kozmetik sektöründe değerlendirilmesiyle elde edilen şampuan, sabun, ilaç gibi ürünlerdir. Ev kullanımlarında da defne yaprağı çayı, suyu gibi kullanımları bulunmaktadır.

Şekil 10: Endüstriyel Defne Ürünleri Örnekleri ve Güncel Piyasa Fiyatları

Ürün	Örnek Görsel	Notlar	Güncel Piyasa Fiyatları
Defne yaprağı		Toptan satıştır. Karton kutular, jüt kumaş balyalar şeklinde sıkıştırılmış yada hafif sıkıştırılmış kutulardadır. Aracı yada büyük markalara satılır.	Ortalama Fiyat: 2,5 dolar/kg. (50 kg'lık jüt balya) Ortalama Fiyat: 5,5 dolar/kg. (20kg'lık karton kutu, seçilmiş)
Paketlenmiş defne yaprağı		Mutfak ve yemek pişirme amaçlı, paketlenmiş ürünler. Son kullanıcıya satılır. Özelleşmiş ürünler köken belirtir, Sicilya, Hint, Türk defnesi gibi.	Ortalama Fiyat: 10 dolar/150-170gram
Öğütülmüş defne		Mutfak ve yemek pişirme amaçlı, paketlenmiş ürünler. Son kullanıcıya satılır.	Ortalama Fiyat: 5-6 dolar/100 gram

Ürün	Örnek Görsel	Notlar	Güncel Piyasa Fiyatları
Defne yağı		Aromaterapi ve diğer iyileştirici etkileri üzerine satış. Son kullanıcıya ve koyu renkli şişelerde satış.	Ortalama Fiyat: 10 dolar/10ml

Dünya Defne Ticareti

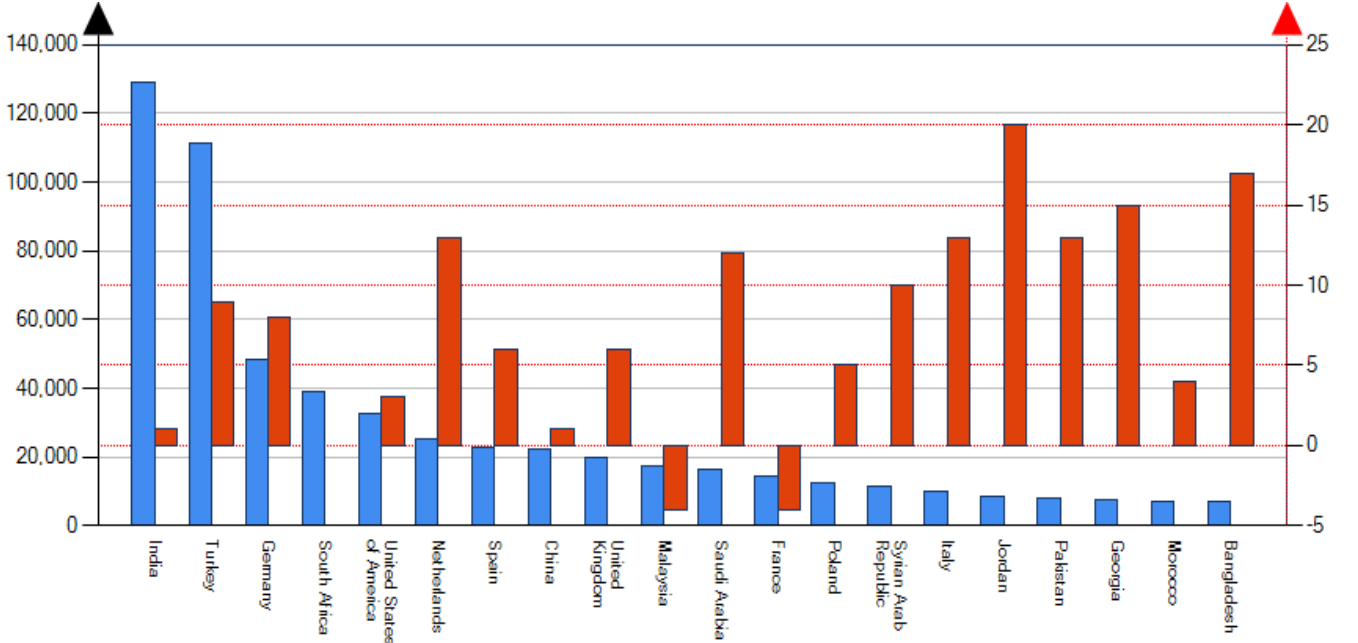
Defne yaprakları ve yağları ticareti uluslararası ticaret veritabanlarında farklı gruplar altında organize edilmiştir. Defne yaprağı, ticaret sınıflandırmasında diğer bazı baharatların da yer aldığı “091099 - Zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda yer almakta, spesifik olarak da “091099500000” olarak kodlanmaktadır. Defne yağı da “151590 - Diğer bitkisel sabit yağlar” grubunun altında “151590400000002 - Defne yağı, ham yağlar, teknik ve sınai amaçla kullanılanlar, 151590510000002 - Defne yağı, diğerleri, katı halde net ağırlığı 1 kg. veya daha az olan hazır ambalajda olanlar, 151590590000002 - Defne yağı, katı hallerde, diğer şekillerde ambalajlanmış olan, akışkan, 151590600000002 - Defne yağı, ham yağlar, teknik ve sınai amaçla kullanılanlar, 151590910000002 - Defne yağı, katı hallerde, diğer şekillerde ambalajlanmış olan, akışkan” grupları altında yer alır.

Defne ticaretine ilişkin kümülatif veri 2016 yılına ait olmasına rağmen ülke verileri 2017 yılında güncellenmiştir. 2016 yılında dünyada “zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda ihracat 700 milyon doların üzerinde gerçekleşmiştir. Bu ürün grubunda en önemli ihracatçılar Türkiye ve Hindistan’dır. 2017 yılında iki ülke de 107 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmişlerdir. 2016 yılında dünya ihracatının %18’ini Hindistan (92 bin ton), %16’sını Türkiye (34 bin ton) gerçekleştirmiştir. Son 5 yılda bu ürün grubunun ihracat miktarı artmamasına rağmen ihracat değeri yıllık ortalama %5 büyümüştür. Hindistan’ın ortalama ürün fiyatı 1.400 dolar/ton iken Türkiye’den ihraç edilen ürünlerin ortalama birim fiyatı 3.245 dolar/ton’dur.

Bu ülkelerin ardından önemli ihracatçılar arasında sırasıyla Almanya, Güney Afrika, ABD, Hollanda, İspanya ve Çin gelmektedir.

Son 5 yılda Fransa ve Malezya baharat ihracatı daralırken Güney Afrika ihracatı aynı seviyede seyretmiştir. Son 5 yılda ihracatta önemli bir büyüme sergileyen ülkeler ise Ürdün, Bangladeş, Gürcistan, Pakistan, İtalya, Suudi Arabistan, Hollanda ve Suriye'dir.

Şekil 11: Zencefil, Safran, Zerdeçal, Kekik, Defne Yaprakları, Köri ve Diğer Baharat Önde Gelen İhracatçılar ve Son 5 Yılda İhracatın Değişimi, 2016, Bin Dolar¹⁵

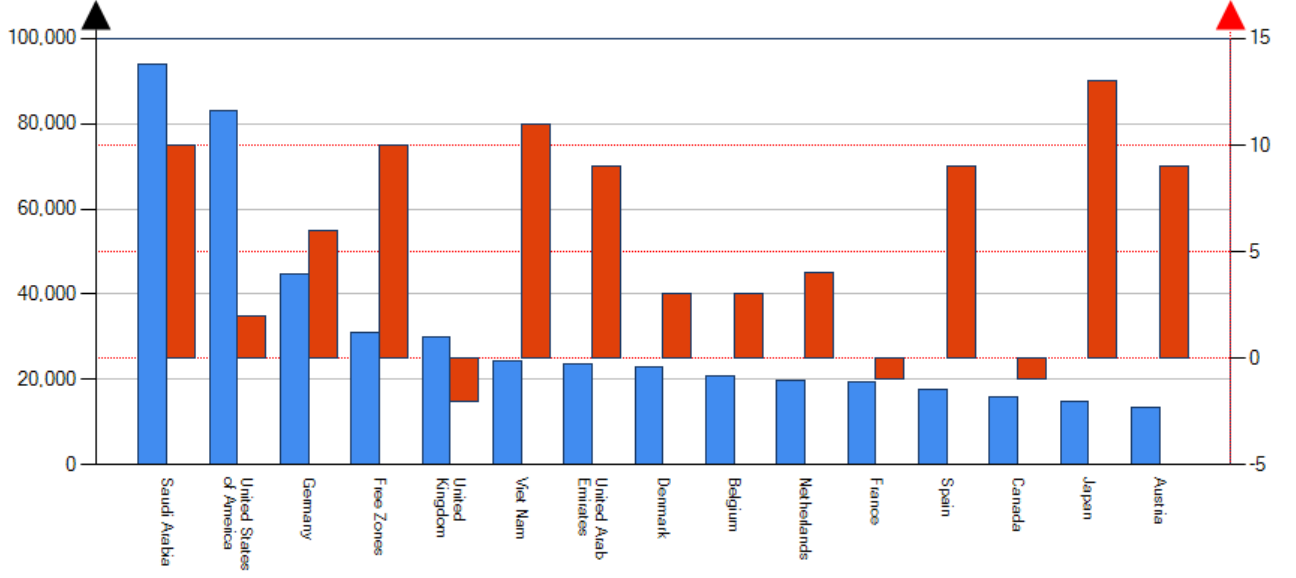


Kaynak: International Trade Center, 2018

Defnenin de yer aldığı “Zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda önemli ithalatçılar ise Suudi Arabistan, ABD, Almanya ve Serbest Bölgelerdir. Son 5 yılda satınması en hızlı artan ülkeler ise Japonya, Vietnam, BAE, Suudi Arabistan ve Serbest Bölgelerdir. Bu grupta son 5 yılda ithalat yıllık ortalama %10 ve üzerinde büyümüştür. İngiltere, Fransa ve Kanada önemli ithalatçılar arasında yer almasına rağmen pazar büyük ölçüde olmasa da daralma sergilemektedir.

¹⁵ * Mavi sütun ihracat tutarı (Bin Dolar), kırmızı sütun son 5 yıldaki değişim oranı (%)

Şekil 12: Zencefil, Safran, Zerdeçal, Kekik, Defne Yaprakları, Köri ve Diğer Baharat Önde Gelen İthalatçılar ve Son 5 Yılda İthalatın Değişimi, 2016, Bin Dolar



Kaynak: International Trade Center, 2018

Türkiye Defne Ticareti

Türkiye, tıbbi ve aromatik bitkiler bakımından dünyanın en zengin ülkelerinden birisidir. Türkiye florasında doğal olarak yetişen yaklaşık 12.000 kadar bitkiden 3.750 tanesi endemiktir. Endemikler başta olmak üzere Türkiye'de doğal olarak yetişen yüzlerce bitki türünün tıbbi ve aromatik değeri çok yüksektir Türkiye'de yaklaşık 500 kadar bitki türünden geleneksel tıp uygulamaları kapsamında faydalanılmaktadır. Ancak ticareti yapılanların sayısı 350 kadar olup, bunlardan 140'nın ihracatı da yapılmaktadır. Türkiye'de ticareti yapılan tıbbi ve aromatik bitkilerin bir kısmı doğadan toplanarak ve bir kısmı da kültürü yapılarak üretilmektedir. Adaçayı, ardıç, biberiye, çöven, defne, ihlamur, ısırgan otu, kantaron, karabaşotu, kuşburnu, mahlep, meyan kökü, mersin, oğul otu, papatya, salep, sumak, tarhun ve yabani kekik ile bazı soğanlı, yumrulu ve rizomlu bitkiler doğadan toplanan önemli bitkilerdir. Kültürü yapılarak üretilen tıbbi ve aromatik bitkiler ise kekik başta olmak üzere adaçayı, thyme, nane, rezene, papatya, biberiye, anason, dereotu, ekinezya, fesleğen, kimyon, hardal, haşhaş, kapari, keten, kırmızıbiber, kişniş, lavanta, safran, susam, ve yağ gülüdür.

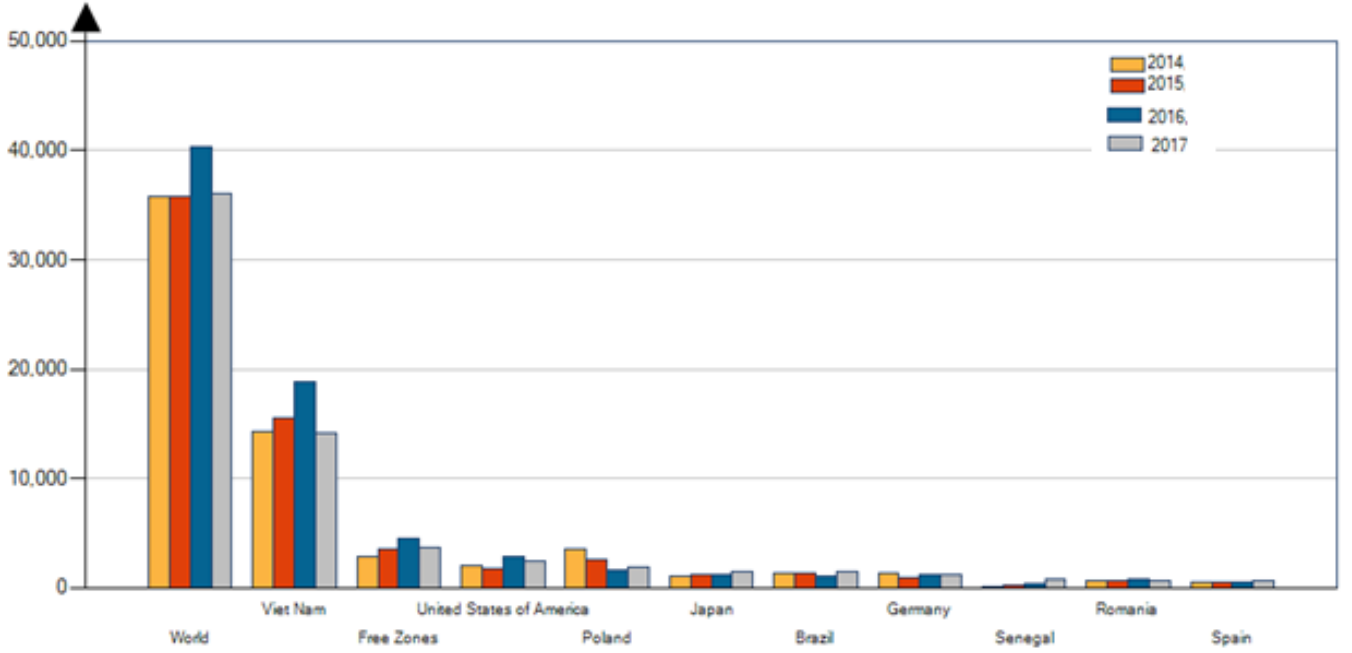
Gıda, kozmetik ve parfüm sanayiinin vazgeçemediği bitkilerden olan defne, dünyanın birçok ülkesine Türkiye'den gönderilmektedir. Türk defnesi, segmentinde bilinirliği yüksek ve tercih edilen, yüksek ürün algısına sahip doğal bir üründür.

Tablo 9: Türkiye'de Bölgeler İtibari Defne Yapağı Üretim ve Gelir Miktarları (2017 Yılı)

BÖLGE	ÜRETİM MİKTARI (TON)	GELİR (TL)
ZONGULDAK	7.906	632.552,0
SAKARYA	3.439	275.162,0
BURSA	3.189	254.798,0
MERSİN	2.597	486.270,0
ADANA	2.589	207.132,0
K.MARAŞ	1.679	134.351,0
ANTALYA	1.624	129.919,0
MUĞLA	1.423	113.767,0
KASTAMONU	1.113	91.796,0
İSTANBUL	809	150.060,0
AMASYA	627	50.215,0
BALIKESİR	307	24.709,0
İZMİR	298	25.633,0
SİNOP	214	21.146,0

Türkiye, 2017 yılında “zencefil, safran, zerdeçal (curcuma), kekik, defne yaprakları, köri ve diğer baharat” grubunda 107 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. International Trade Center verilerine göre bu miktar içinde 36 milyon doların üzerindeki kısım sadece “defne yapağı” ürününe aittir. Ancak bu veriler dış ticaret gümrük sınıflandırmaları üzerine geliştirildiği unutulmamalıdır. 2016 yılında ihracat 40 milyon doların üzerinde gerçekleşmiştir.

Şekil 13: Türkiye'nin Defne Yapağı İhracatı (Bin Dolar) ve İlk 10 Ülkeye İhracat Performansı, 2014-2017¹⁶



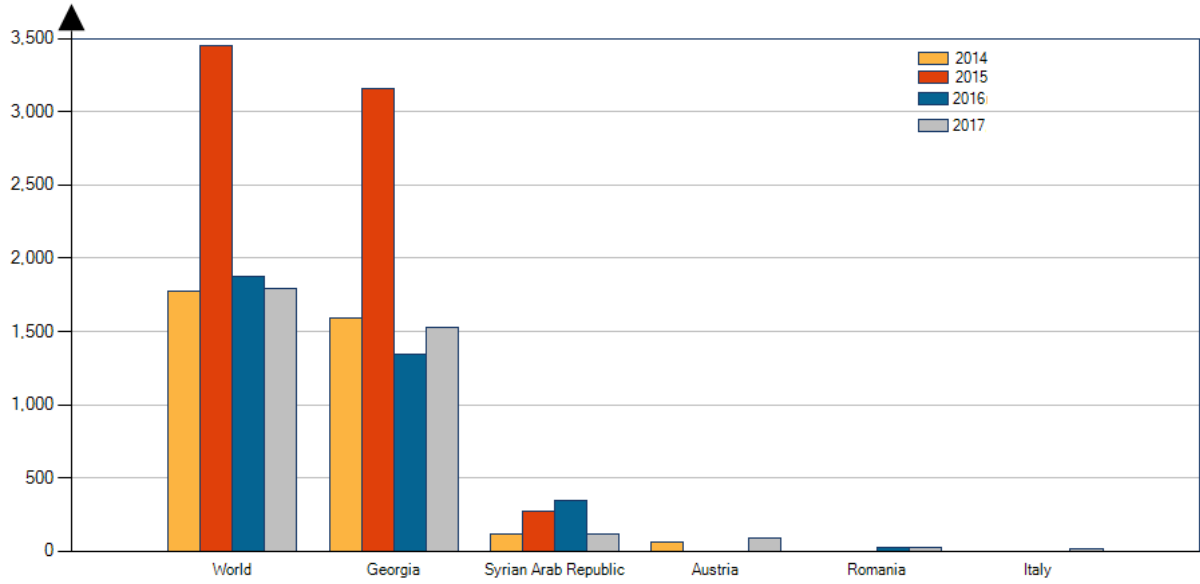
Kaynak: International Trade Center, 2018

Türkiye'nin en önemli defne yapağı ihracat pazarı Vietnam'dır. Bu pazarı Serbest Bölgeye¹⁷ kayıtlı ihracat izlemekte, ardından ABD, Polonya, Japonya, Brezilya gelmektedir. 2017 yılında Türkiye'nin defne yapağı ihracatı 12.700 tonun üzerindedir ve ortalama birim fiyat 2,84 dolar/kg olarak gerçekleşmiştir. Bu ihracatın 6.711 tonu Vietnam'a, 753 tonu ABD'ye gerçekleştirilmiştir. Birim fiyatın ortalamasının üzerinde gerçekleştiği pazarlar ise Polonya (4,31 dolar/kg), Japonya (5,06 dolar/kg), Almanya (3,68 dolar/kg)'dır. Vietnam'a ihraç edilen defne yapraklarının birim fiyatı 2,12 dolar/kg olmuştur. En önemli ihracat pazarımız Vietnam'ın baharat ihracatında önemli pazarları ise Japonya, İngiltere, ABD ve Avustralya'dır.

¹⁶ İlk sütun Türkiye'nin Dünyaya toplam ihracatını göstermektedir. Ülkeler sırasıyla Vietnam, Serbest Bölgeler, ABD, Polonya, Japonya, Brezilya, Almanya, Senegal, Romanya ve İspanya'dır.

¹⁷ Serbest Bölgeler: Antalya, Atatürk Havaalanı, İstanbul Deri, Ege, Mersin, Trakya, Trabzon, Mardin, Menemen Deri, Yumurtalık, Rize, Samsun, Kayseri, Avrupa, Gaziantep, Bursa, TÜBİTAK Teknoloji, Kocaeli, Denizli

Şekil 14: Türkiye'nin Defne Yaprağı İthalatı (Bin Dolar) ve İlk 10 Ülkeye İthalat Performansı, 2014-2017¹⁸



Kaynak: International Trade Center, 2018

Türkiye Gürcistan ve Suriye ağırlıklı defne yaprağı ithalatı gerçekleştirmektedir. 2015 yılında en yüksek orana (3,5 milyon dolar) ulaşan ithalat 2017 yılında 1,7 milyon doların üzerinde gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin ihraç ettiği defne ürünlerinde ortalama birim fiyat incelendiğinde ise 2013 yılında ortalama 3,02 dolar/kg olan birim fiyatın yıllarla gerileyerek 2017 yılında 2,84 dolar/kg'ya indiği görülmektedir. Ülke bazında pazarlar ve bu pazarlardaki ortalama birim fiyatlar değerlendirildiğinde ise ihracatın büyük bölümünün gerçekleştiği Vietnam pazarında birim fiyatın 2017 yılında 2,15 dolar/kg gerçekleştiği, serbest bölgeye satılan ürünlerde birim fiyatın ortalama 6,29 dolar/kg'ye ulaştığı, ABD'ye gönderilen defne yapraklarında birim fiyatın 2017'de ortalama 3,31 dolar/kg gerçekleştiği görülmektedir.

¹⁸ İlk sütun Türkiye'nin toplam ithalatını göstermektedir. Ülkeler sırasıyla Gürcistan, Suriye, Avusturya, Romanya, İtalya'dır.

Tablo 10: Türkiye'nin Defne Yaprağı İhracatında Ülke Bazında Ortalama Birim Fiyat, 2013-2017

Hedef Ülkeler	2013	2014	2015	2016	2017	İhracat Değeri (Bin Dolar)	2017 İhracat Miktarı (kg)
	Birim fiyat (Dolar/kg)						
İhracat Miktarı (kg)	10.690.892	12.271.936	12.723.657	14.190.887	12.708.650		
Dünya Ortalaması	3,02	2,92	2,82	2,84	2,84	36.059	12.708.650
Vietnam	2,15	2,09	2,13	2,15	2,12	14.201	6.711.626
Serbest Bölge	5,09	5,72	5,98	6,76	6,29	3.651	580.890
ABD	3,20	3,19	3,56	3,93	3,31	2.491	753.461
Polonya	6,14	5,77	4,85	4,74	4,31	1.962	455.556
Japonya	5,15	5,47	4,63	5,20	5,06	1.449	286.306
Brezilya	3,06	2,76	2,73	2,69	2,55	1.420	557.110
Almanya	4,85	4,30	4,55	3,78	3,68	1.263	343.174
Senegal	2,25	2,26	2,22	2,39	2,28	773	339.488
Romanya	4,84	4,80	4,41	4,72	5,55	725	130.525
İspanya	3,81	4,49	3,87	4,47	3,89	701	179.979
Güney Kore	3,88	4,03	4,16	4,03	4,23	529	125.005
Avusturya	8,05	7,47	7,41	7,64	8,38	524	62.520
BAE	2,51	2,44	2,37	2,45	2,34	461	196.857
Mali	2,81	2,76	2,43	2,63	2,61	449	172.000
Çin	2,27				2,12	403	190.000
Filipinler	2,34	2,15	2,20	2,26	2,17	396	182.210
Güney Afrika	3,01	3,13	3,07	3,14	2,99	375	125.266
Arjantin	4,59	3,67	3,83	4,20	3,97	351	88.420
İngiltere	3,97	4,76	5,49	4,19	5,81	321	55.226
Fransa	2,86	3,22	2,96	3,16	3,16	314	99.455
Ukrayna	2,88	3,68	4,10	5,90	5,97	291	48.720
Hong Kong	2,35	3,10	2,33	3,19	2,23	282	126.510
Hollanda	4,16	3,88	2,78	2,71	3,04	281	92.491

Hedef Ülkeler	2013	2014	2015	2016	2017	İhracat Değeri (Bin Dolar)	2017 İhracat Miktarı (kg)
Birim fiyat (Dolar/kg)							
İsrail	2,72	2,22	2,58	2,69	2,35	162	69.072
Sırbistan	3,35	2,93	2,70	3,07	3,65	160	43.841
Latvia	3,05	2,91	3	2,69	2,55	148	58.130
Kanada	3,84	4,84	4,68	4,76	4,47	142	31.734
Belçika	4,59	5,05	5,05	3,52	4,83	133	27.550
Çek Cumhuriyeti	8.8	5.66	5.78	8.16	5.96	122	20.462
Peru	3.09	3.18	3.75	3.29	3.54	119	33.600
İtalya	2.34	2.41	2.01	2.05	2.42	114	47.040
Avustralya	4.05	4.17	4.00	3.92	3.85	111	28.810

Kaynak: International Trade Center, 2018



Defne ve Genel Olarak Baharat Ürünlerinde Pazar Trendleri

Defne ürün grubunun da yer aldığı baharat ve otlar için etkileyen önemli eğilimler şu şekilde sıralanabilir:

- Uluslararasılaşma ve etnik gıdaların tüketimine eğilimi baharatlara artan ilgi yaratmıştır. Günümüzde tüketiciler mutfakları için geniş bir baharat yelpazesine erişebilir durumdadırlar.
- Tüketiciler tarafından baharat ve bitki kullanımı artmaktadır; çünkü bu ürünler yapay katkı maddeleri yerine tamamen doğal malzemeler olarak kabul edilmektedirler.
- Tüketiciler sağlıklı yaşam tarzına ilgilerini artırmışlardır ve sağlıklı gıda tüketimine yönelim de hızlanmıştır. Örneğin, bitkisel çaylar ve aromalar giderek daha popüler hale gelmiştir.
- Organik gıda pazarı büyümektedir. Süpermarket zincirlerinin organik baharatlar ve otlara yönelimi nispeten küçüktür. Ancak organik ürünlere yönelim ve organik tüketim verilerine ve trendlere bakıldığında, otlar ve baharatlar için önemli fırsatların ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

Defne de dahil olmak üzere otlar ve baharatlar için aşağıdaki ürün segmentlerinde artan talebin sürüklediği önemli bir talep fırsatı ortaya çıkmaktadır:

- Pizza, soslar ve diğer hazır yiyecekler gibi kullanıma hazır yemekler,
- Sağlık-gıda sektörü, örneğin organik baharatlar ve otlar ve bitkisel çaylar.
- Karışık baharat ve otların yeni özgün çeşitleri

Otlar ve baharatların popülaritesi bölgeden bölgeye büyük ölçüde değişir. Örneğin, Güney Fransa, İspanya ve İtalya'nın Akdeniz bölgeleri çok düşük oranda kuru ot tüketmektedir, ancak bahçelerden veya dağlarda hasat edilen yabani bitkilerden çok fazla taze ürün kullanmaktadır. Birçok Akdeniz yemeğini tatlandırmak için baharat yerine taze sebze kullanır.

Ortalama tüketici tarafından kullanılan baharatlar hala oldukça gelenekseldir, ancak Kuzey Avrupa ve daha fazla kentsel nüfus içeren bölgelerde baharat ve otlar konusunda yeni eğilimler gelişmiştir.

Tüm baharat ve otlar pazarındaki son kullanıcılar üç segmente ayrılabilir. Hemen hemen tüm pazarlarda, en büyük oran, baharat ve bitkilerin toplam kullanımının %55-60'ı (ve hatta bazı baharat türlerinde daha fazla), sanayi sektörü tüketimine aittir. Perakende sektörü % 35-40 ve catering sektörü de % 10-15 oranında tüketmektedir. Çoğu pazarda, oran, kullanıma hazır baharat karışımlarının artan popülaritesinin artmasıyla birlikte sanayi sektörüne daha yüksek kullanıma

doğru yönelmektedir. Bir başka trend ise, iştah açıcı gıdaların tüketiminin artmasıdır ve bu da gıda lezzetini korumak ve geliştirmek için baharat ve bitkilere talebi artırır.

Üreticilere göre, çeşitli kültürel mutfakların artan farkındalığı, baharat satışını artırmaya yardımcı olmaktadır. Tüketiciler evde baharatlarla deney yapmaya, farklı mutfaklara ait yemekleri pişirmeye başlamışlardır: Örneğin, restoranlarda "keşfettikleri" tatları evde pişirmeye yönelmektedirler. Bu eğilim de etnik baharat ve etnik karışımların satışı artırmaktadır.

Endüstriyel kullanım

Baharat ve bitkilerin ev kullanımından çok endüstriyel kullanıma kayması gözlemlenmektedir. Baharatlar özellikle et, balık, konserve ürünleri, soslar, çorbalar, unlu mamuller ve diğer hazır ve elverişli yiyeceklerin işlenmesinde kullanılır. Çoğu durumda, et endüstrisi, çeşitli baharatların en büyük kullanıcısıdır. İçecek endüstrisi gibi sektörler de, alkollü içecekler ve likrlerde anason ve ardı gibi baharatla, meşrubatlarda zencefil kullanırlar. Zencefil bisküvide de kullanılır. En lezzetli ürünlerde ve soslarda biber ve hardal kullanılırken, nane şekerlemelerde kullanılır.

Catering sektörüne de hizmet eden gıda üreticileri; örneğin et üreticileri, kasaplar, fırıncılar gibi şirketlere baharat karışımları hazırlama baharat ve otların endüstriyel kullanımı için örnektir. Özellikle pişirme ve et işleme endüstrilerinde kullanılmak üzere daha çok işlevli karışımlar yapma eğilimi artmıştır. Doğrudan kullanılmasının yanı sıra, baharatlar ve bitkiler ve bunların türevleri (ztler, yağsız esanslar ve uçucu yağlar) sadece daha karmaşık lezzet verici maddelerin bileşenleri olan baharat ve bitkiler de birçok lezzet bileşiğinin girdisidir. Defnenin de dahil olduğu baharat ve otların endüstriyel kullanımı olgun bir pazar olmasına rağmen, önümüzdeki yıllarda daha fazla büyümesi beklenmektedir.

Et endüstrisi

Et endüstrisi, belirli soslara ya da popüler tariflere (rneğin yaz aylarında baharatlı barbekü, şavurma ya da cajun'lu et lezzetleri) uygun önceden hazırlanmış baharatlı et eşitleri sunmaktadır. Uzman baharat şirketleri, et ve ekmek fabrikaları ve şekerlemeciler için kullanıma hazır baharat karışımları üreterek et ve pastane işletmelerine giderek daha fazla yardımcı olmaktadır. Ayrıca, kasaplar ve süpermarketler özel baharat ve bitki karışımları üretebilmekte, satabilmektedirler. Baharat karışımları küçük poşetlerde çeşitli etlerle ve hatta balıkla birlikte paketlenilmektedir.

Gıda işleme endüstrisi

Bu endüstri, baharat ve otlar ticaretinde en önemli olanıdır. Kendi zel tariflerine ve kalite şartlarına göre baharatlar, otlar ve karışımları satın alır. Baharat reticilerince sağlanan hizmet, sadece baharat veya otların ticareti değil, aynı zamanda tuz, sarımsak tozu, limon, susuz sebzeler ve diğer

tatlandırıcılar gibi diğer maddeleri içeren bileşenlerin hazırlanmasına da genişletilmiştir. Karışımların başlıca endüstriyel kullanıcıları arasında atıştırmalıklar, çorbalar, soslar, derin dondurucu ve fırında pişirilmiş yemekler ve ikram ürünleri üreticileri bulunur. Tüketiciler artık patatesleri ve sebzeleri tavada kızartmak, geleneksel olarak onları kaynatmak yerine, bu yemekler için kullanıma hazır sos karışımlarını kullanarak lezzetlendirmeyi tercih etmektedirler. Perakende pazarı çok hızlı büyüyen bir segment haline gelmiştir. Her türlü yabancı mutfak için çeşitli sos karışımları bulunmaktadır. Önümüzdeki yıllarda bu segmentin daha da büyümesi beklenmektedir, çünkü bu özel karışımlar ev kullanıcılarının ihtiyaçlarını tam olarak karşılamaktadırlar. Tüketiciler, her seferinde farklı bir lezzetle pişirilebilen veya kızartılabilen patatesleri ve sebzeleri ile keyif alabildikleri çeşitliliği sağlarlar.

Gıda dışı sektörler

İlaç ve parfümeride, çoğunlukla baharat ve otların kaynağı ülkelerde üretim de yapılmaktadır. Baharatlar ve bitkiler esas olarak uçucu yağları ve oleoresin üretimi için kullanılmaktadır. Uçucu yağlar ve oleoresinler sadece gıda işleme endüstrisinde kullanılmaz, aynı zamanda tatlandırıcı ve parfüm endüstrisinde de önemli bileşenlerdir. İlaç endüstrisinde, nane, tıbbi tabletlerde ve karışımlarda kullanılırken, kapsicum (tohumlar) termo-plasterler için veya kas ağrısına karşı kremler veya jeller için kullanılır. Genel olarak, baharat ve otlar kullanan alternatif ilaçlar dünyada popülerlik kazanmıştır. Özellikle çocuk tıbbi genellikle hoş bir tada sahip olmak için tasarlanmıştır, bu nedenle tattaki değişiklikler, tıbbi uygulamalarda baharat ve otların kullanımında daha fazla tetikleyebilmektedir.

Perakende sektörü

Her ülkenin kendi mutfağı vardır ve baharat ve otların sıklıkla kullanıldığı mutfaklar genellikle egzotik mutfaklar olarak değerlendirilir. Egzotik yemeklerin kabulü ülkeler ve kültürlere göre farklılık gösterir. Örneğin bazı AB ülkelerindeki tüketiciler daha kolay bir şekilde uluslararası mutfaklara açıkken, diğerleri kendi (zengin) geleneksel mutfaklarını tercih etme eğilimindedir. İngiltere ve Hollanda'da egzotik Asya gıdalarının ve benzer baharatlarının tüketimi, büyük göçmen nüfusların varlığı nedeniyle yüksektir; Çinli, Hint, Endonezya ve Tayland restoranları giderek artan sayıda insan tarafından ziyaret edilmektedir. Baharat ve otlarda en büyük AB perakende pazarları, nüfus büyüklükleri nedeniyle Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya ve İtalya'dır.

Dünyada baharat ve ot tüketicileri beş grupta incelenir:

- Tembel akşam yemekleri - çok çeşitli mutfaklardan zevk alan, çok yemek yiyen, evde hazır gıdaları kullanan ve muhtemelen tam zamanlı çalışan kişiler. Genellikle 16 ve 40 yaşları arasındadır. Bu grup son birkaç yılda hızla artmıştır.

- Geleneksel - aile için geleneksel sade yemekler pişirenler, yemek tarifleri kitaplarını kullanır, TV yemek programlarını seyreder, eski tariflerini yeni lezzetlerle güçlendirmeyi ister, markalı ürünler seçer ve markaya sadıktır. Bu kategori son birkaç yıldır azalmaktadır.

- Tembel geleneksel - geleneksel olarak sınıflandırılmış gruba benzerler, ancak zorunlu olduklarında yemek yaparlar. Aile üyeleri nadiren birlikte yemek yerler ve kolay pişen yiyecekler yerler. Bu grubun sayı olarak artması muhtemeldir.

- Egzotik - bu grup yemek yapmayı ve denemeyi sever; yeni trendleri takip eder, marketlerde yemekler için yeni ürünler ararlar. Genellikle eğlence ve sağlıklı beslenme ile bir araya getirilmiş, çok çeşitli mutfakları denerler. Genellikle 30 ila 39 yaşları arasındadır. En popüler yemekleri Asya (Endonezya, Hint ve Tayland) yemekleridir. Bu grubun sayı olarak artması muhtemeldir.

- Deneysel - bu grup genel olarak yemek sever ve yeni mutfaklar ve deneyimler arar. Etnik yemekleri sever, en son trendleri takip ederler, sıklıkla dışarıda yemek yemeye ve sağlıklı beslenmeye ilgi gösterirler.

Baharat ve otların perakende satışını esas olarak, egzotik yemeklerin tadını çıkaran ve yemek ve yemek pişirme alışkanlıklarında yenilikçi olan deneysel tüketiciler yönlendirmektedir. Çeşitli ülkelerde dönemsel yaşanan ekonomik krizler ev yemeklerine olan ilginin artmasına neden olur.

Catering sektörü

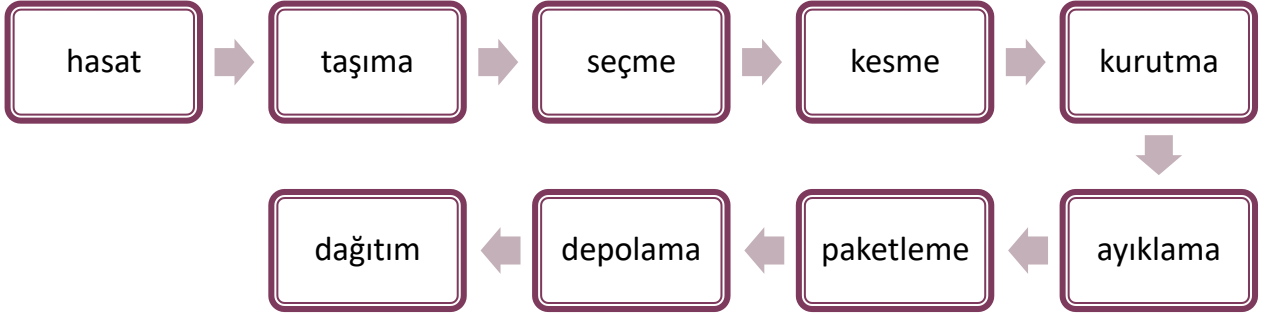
İkram (catering) sektörünün kullandığı baharat miktarı nispeten küçüktür, ancak evin dışında yemeklerin tüketilmesi için artan sosyal eğilimi göstermesi açısından önemlidir. Çalışan kadınların (ve dolayısıyla daha yüksek gelire sahip hanelerin), yalnız yaşayanların ve evde yemek hazırlamak için fazla zaman harcamak istemeyenler kantinler, fast-food, paket servis ve restoranlara yönelmektedirler.

Defne İşleme ve Kurutma Tesisi Ön Fizibilite

Defne Üretimi

Defnenin endüstriyel olarak işlenmesinin en önemli aşaması kurutma işlemidir. Bu işlem hem lojistiği kolaylaştırır hem de ürün kalitesinin korunması, ürüne özgün yönünü sağlayan koku, uçucu yağ gibi özelliklerin de korumaya alınmasını sağlar.

Şekil 15: Defne Üretim Zinciri



Bitkisel bir ürünün kurutulmasının en önemli amaçlarından biri, kuruluğun muhafaza edilmesi şartıyla belirli hava şartlarında ürünü uzun süre dış etkilerden koruma ile küflenme ve çürüme etkisini önlemektir. İkincisi ise yapısındaki kimyasal maddelerin zamanla reaksiyonları sonucu ürün bünyesindeki bozunmayı önlemektir. Belirli şartlarda kurutulma işlemi uygulanan defnede nem ve mikrobiyal gelişme ile diğer reaksiyonlar sınırlandırılarak zararsız seviyeye indirgenmektedir. Böylece bu uygulama sonucu ürünün lezzeti, hoş kokusu ve besin değerinin korunması yüksek oranda sağlanır. Depolama, ambalajlama ve nakliye açısından ise tasarruf sağlar.

Bitkisel ürünlere, kullanım yerine ve işleme merkezine ulaşmadan önce ya doğrudan doğruya güneş etkisinden uzak, belli bir hava akımının olduğu sundurmalar altında doğal kurutma yada insan etmenlerinin aktif olduğu, özel donanımları gerektiren kurutma fırınlarında suni kurutma uygulanmaktadır. Her iki kurutma şeklinde bitkisel ürünün etrafındaki havanın sıcaklığı, hava hareketi ve bağıl nem gibi faktörler önemli olmaktadır. Doğal kurutmada bu faktörlere etki etmek imkansız olup, yörenin coğrafi mevki, rüzgar şekli, güneşli ve yağışlı günleri, gece ve gündüz ile mevsimleri direk etkilidir. Suni kurutmada ise bu faktörlere, kurutmada istenen şiddete ve istenilen kuruluk derecesine kadar ulaşmada teknik müdahale yapılmaktadır.

İdeal bir kurutma için kurutulacak malzemenin kalitesinin korunması, kurutma giderlerinin düşürülmesi ve kurutma süresinin kısaltılması amaçları aksamadan yerine getirilmelidir. Kurutma için ürünün kullanım amacına göre istenen kuruluk derecesi son derece önemli bir unsurdur. Bununla birlikte suni kurutma ile kaliteli ürün elde edilmekte, piyasa isteklerine kısa sürede ulaşılmakta ve kurutma kaybı daha düşük olmaktadır.

Doğal kurutmanın suni kurutmaya nazaran daha ekonomik olduğu düşünceyi yaygın olmasına karşın, doğal kurutmada sürenin uzunluğu, ölü sermaye, uzun süre açıkta bekleme sonucu bitkisel ve hayvansal zararlılara açık olma gibi faktörler belirgin bir kalite değeri ve kurutma kaybına yol açmaktadır. Ayrıca açık piyasa isteklerine zamanında cevap verilmesi açısından sıkıntı yaratmaktadır.

Defne Kurutma

Gıda muhafaza yöntemleri gıda güvenliği açısından çok önemlidir ve ürüne uygun olmayan koruma ve muhafaza metodu tercih etmek ürün kalitesinde ve besin değerinde kayıplar yaratabilmektedir. Kurutma meyve ve sebzelerin bünyesindeki %80-95 oranlarındaki suyun %10-20 oranlarına düşürülerek uzun süre dayanmasını sağlama işlemidir. Ancak bu sırada tat, görünüş, renk, besin değeri gibi kalite özellikleri mümkün olduğunca az değişmelidir. 4 tür kurutma yapılabilir; güneşte kurutma, suni kurutma, kombine kurutma, dondurarak kurutma. Defne kurutmada en yaygın kullanılan sistem suni kurutma da denilen, kurutma tesislerinde dışarıdan alınan havanın bir ısıtıcı yardımıyla ısıtıldıktan sonra kurutulacak gıda maddesiyle temas ettirilmesiyle yapılan kurutma işlemidir.

Endüstriyel bir süreç olan kurutma işlemi gıda sanayinde ve farklı sektörlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle meyve ve sebze ürünlerinde tercih edilen bu yöntem ile daha az enerji harcanmakta, azalan kütle ile taşıma kolaylaşmakta, daha uzun raf ömrüne sahip ve daha yoğun besin değeri olan ürünler elde edilmektedir. Sıcaklık uygulamaları ve geleneksel açık havada kurutma yöntemi ile büyük oranda zarar gören vitaminler, mineral maddeler gibi bileşenlerin farklı kurutma sistemleri kullanılarak yüksek korunumları sağlanabilmektedir. Örneğin, solar kurutucular, hava üfleli kurutucular, vakum kurutucular, mikrodalgalı kurutucular, dondurarak kurutma yapan sistemler ve birlikte kullanımları tercih edilen yöntemler arasında yer almaktadır. Endüstriyel olarak kolaylıkla uygulanabilen bu kurutma sistemleri, tüketiciye yüksek kaliteli ve benzer ürünler sunmaktadır.

Defne Üretim Formları

Kuru defne yaprağı tüketici formları şu şekildedir:

- Hand Pick: Ayıklama ve sınıflama elle yapılır, boy 4-7cm olup özel siparişler için uygulanmaktadır.
- Hand Select: Yaprak ayıklama elle yapılır, rengi kaybolmamış ve böcek yeniğı olmayan yapraklar için uygulanır.
- Semi Select: Bantlı taşıyıcı makinede defne çöpleri temizler, rengi bozulmuş, hastalıklı yapraklar ayklanır, boyut önemli değildir.

- FAQ: Diğer kalite sınıflarına uymayan kötü kaliteli mamuller preslenip çuvallanır.
- Ground Leaf: Baharat maksatlı üretilen öğütölmüş kuru defne yapraklarını kapsar.

Kuruluş Yeri Seçimi

Kuruluş yeri, işletmenin ana faaliyetlerini gerçekleştireceği ve uzun yıllar sürdüreceği coğrafi konum anlamına gelir. Kuruluş yeri seçimi, işletme tipine, firmanın üreteceği mal ya da sunacağı hizmete, yer alacağı pazarın koşullarına, kapasite büyüklüğüne, dolayısıyla talebe bağlı değişkenlik gösteren stratejik bir karardır. Kuruluş yeri seçimi işletme verimliliğini, performansı, tedarik kolaylığını ve karlılığı etkiler. Karar aşamasında ekonomik, sosyal, doğal, psikolojik, fizyolojik ve politik faktörler göz önünde bulundurularak en uygun ve objektif karara varmak işletmenin ileriki zamanlarda karşılaşması olası sorunları minimuma indirecektir. Önemli karar verme kriterleri; hammadde, taşıma giderleri, iş gücü, pazar koşulları, enerji, yakıt ve su tüketimi, devlet teşvikleri, vergiler, toplum yapısı ve arazi özellikleridir.

Kuruluş yerini seçerken ilk kıstas işletme türüdür. Ürün ya da hizmet sağlayıcısı olmak yer seçimi kararını ciddi yönde etkiler. Kuruluş yeri seçiminde girdileri tedarik etme koşulları, yani hammaddeye yakınlık, tedarikte süreklilik, elverişli fiyat unsurlarını göz önünde bulundurmamak temel koşullardan biridir. Örneğin gıda sektöründe faaliyet gösteren bir işletme temel hammaddeyi tarımsal ürünlerden sağlıyorsa ürünün yetiştirildiği bölgeye yakın yer seçimi yapar. Uzun süreli depolamaya elverişsiz, çabuk bozulan ya da depolama, taşıma ve dağıtım maliyetleri yüksek ürün grupları tüketim pazarına yakın ya da içinde kurulmalıdır.

Günümüzde ulaştırma koşullarında yapılan iyileştirmeler her ne kadar maliyetleri büyük ölçüde düşürse de hammadde taşımada ya da ürünün üretim yerinden satış merkezlerine taşınmasında maliyetler önemlidir. Her birim için lojistik maliyetleri hesaplanarak satış fiyatının içindeki yüzdesini belirlemek ve buna göre kuruluş yeri seçimi yapmak işletme kararını büyük ölçüde etkileyecektir.

Kuruluş yeri seçiminde şüphesiz ki en önemli faktörlerden biri de insan gücünü sağlamanın kolaylığıdır. Özellikle emek-yoğun sanayi ya da imalat sektörlerinde nitelikli ve ucuz insan gücüne ulaşım şirket maliyetlerinde büyük bir gider avantajı sağlar. İnsan gücü kısıtlı bölgelerde ayrıca eğitim ya da kurs olanakları da sınırlı olacağından yanlış karar sonucu işletme, çalışan bulma ve eğitim yatırımını karşılamaya razı olmak durumundadır.

Su, yakıt ve enerji faktörü de kuruluş yeri seçiminde bazı işletmeleri yakından ilgilendirir. Örneğin, demir çelik, seramik, çimento, kağıt, otomotiv üretimi yapan işletmelerin en büyük gider kalemlerinden biri enerjidir. Bu sebeple enerji kaynaklarına yakınlığı önem arz etmektedir. Ayrıca su kaynakları, alt yapı elverişliliği de kuruluş aşamasında dikkat edilmesi gereken unsurlardır. Atık

üreten işletmeler için yer seçimi, atık transfer maliyetleri açısından da ek olarak değerlendirilmesi gereken bir etmendir.

Faaliyet yeri seçmede bir diğer faktör arazinin üretime ya da hizmete uygun olup olmadığının tespit edilmesidir. Örneğin kışın yolların kapanması ulaşımda aksama yaratır, engebeli arazi, tesis kurulumunda ya da genişletilmesinde inşaat maliyetlerini yükseltir. İklim koşulları tarımsal üretimde kesintilere ya da bazı ürünlerin korunmasında ve depolanmasında ek maliyetlere sebep olabilir. Bunun dışında kötü iklim koşulları çalışan performansını da etkiler.

Bilindiği üzere devlet tarafından bazı bölgeler teşvik için önceliklidir. Ya da tam tersi çevresel ya da toplumsal bir takım sebeplerle üretimin engellenmesi ya da sınırlandırılması mümkündür. Kuruluş aşamasında vergi teşvikleri, yasal engeller, özel prosedürler, kredi avantajları, yatırım teşvikleri araştırılmalı, olanaklar avantaja dönüştürülmelidir.

Teknolojik gelişmeler kuruluş yerinin seçim sonuçlarında değişikliklere sebep olsa da bahsedilen temel faktörler her zaman göz önüne alınmalı, müdahale edilmesi sınırlı, katlanılması gereken giderler minimuma indirilmelidir.

Şekil 16: Tesis Yeri Seçimi

Kriter-Önem düzeyi/ İlçenin İlgili Kriteri Karşılama Düzeyi	Hammadde			Lojistik		İnsan Kaynağı	Enerji	Arazi	Devlet
	Defne Yakınlığı	Defne Sürekliliği	Defne Fiyatı	Liman	Yol/Ulaşım imkânları	İnsan Kaynağı Varlığı	Enerji Maliyeti	OSB varlığı	Teşvikler
Zonguldak (il merkezi)									
Kilimli									
Alaplı									
Çaycuma									
Devrek									
Gökçebey									
Karadeniz Ereğli									
Kozlu									

çok yüksek
yüksek
ortalama
düşük
çok düşük

Tesis yeri alternatifleri, yukarıda verilen kriterler ışığında değerlendirildiğinde, defne kurutma ve paketleme tesisinin en önemli yer seçim kriterinin hammaddeye ulaşım, yakınlık, süreklilik ve fiyatı

olduğu öne çıkmaktadır. Veriler karşılaştırmalı değerlendirildiğinde ise Zonguldak Bölgesinde Ereğli ve Alaplı bölgeleri öne çıkmaktadır.

Defne bitkisinin bölge içindeki yayılışı, lojistik özellikleri ve özellikle defne yaprağının 3 gün içinde işlenmesi gerekliliği incelendiğinde TR81 Bölgesinde defne yetiştirilen bölgeler haritasında da görüldüğü üzere bölgenin iki ayrı şekilde üretim olarak değerlendirilmesi gereklidir. Mevcut durumda şu an Bartın ilinde kurulu bulunan bir defne yaprağı işleme tesisi üretime devam etmektedir. Bu nedenle yayılışı bölge kıyı şeridinde geniş olan defne yaprağı işleme tesisinin yukarıda açıklanan sebeplerle Zonguldak ilinin batı tarafında oluşturulması daha verimli olacaktır. Ayrıca edinilen bilgiler ışığında Zonguldak'ın Ereğli, Alaplı ve batısına doğru Akçakoca'ya kadar orman içi defne sahalarında üretime açılmayan defne sahaları da mevcuttur. Ayrıca Düzce Akçakoca ve Sakarya Karasu bölgelerinin de üretime katıldığı düşünülürse bu bölgenin defne yaprağı değerlendirilmiş olacaktır.

Söz konusu yerlerde tesis yapılmasına uygun kiralık veya sahiplenmeli arsa bulunmaktadır. Ayrıca Alaplı Organize Sanayi Bölgesinde müsait parseller bulunduğu bilgisi verilmiştir.

Alaplı OSB Gökhasan Köyü mevkiinde, Alaplı İlçe merkezine 4,5 km, Kdz. Ereğli İlçe merkezine 10 km, Kdz.Ereğli Organize Sanayi Bölgesi ile sınır olan, Ereğli-Alaplı karayoluna 3 km uzaklıkta bulunmaktadır. Kdz. Ereğli Organize Sanayi Bölgesinin hemen bitişiğinde, Erdemir T.A.Ş. fabrikasına 9 km, Kdz. Ereğli Tersanelerine 3 km uzaklıkta bulunmakta olup sanayisi yoğun olan bir bölgede bulunmaktadır. İlçe 42/45 kuzey enlemi ile 31/25 doğu boylamında yer almaktadır. 46.372 nüfusu olan Alaplı İlçesi batıda Düzce ili Akçakoca ilçesine, doğuda ise Kdz. Ereğli ilçesine sınırdır. İklimi İstanbul'la aynıdır. OSB altyapı çalışmaları gerçekleştirilmektedir.

Şekil 17: Alaplı OSB 2017 Paftası



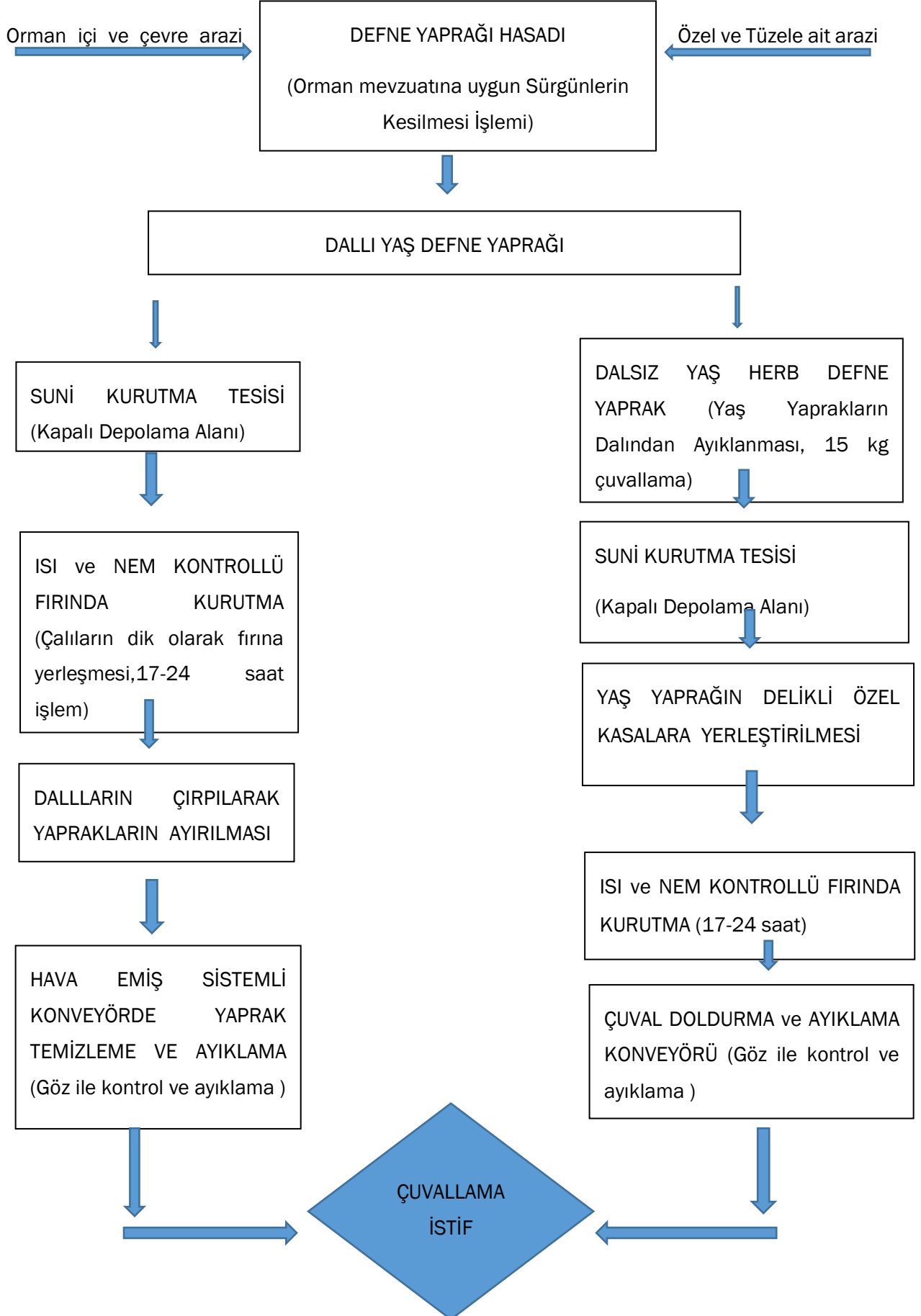
İşletme Modeli

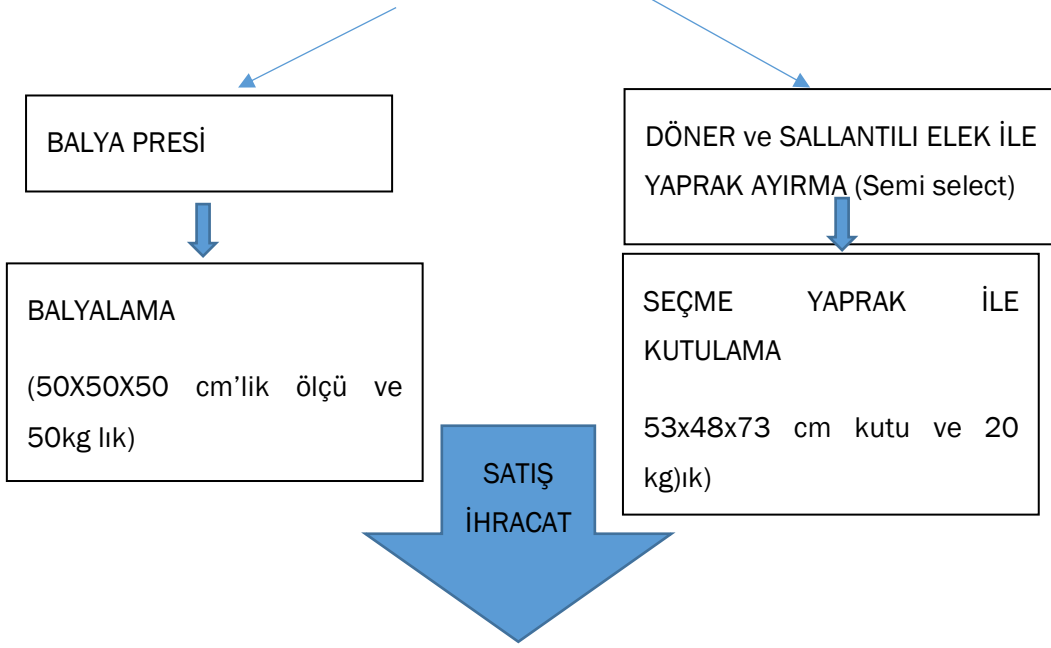
Şekil 18: Önerilen İşletme Modeli

<i>Temel Ortaklıklar</i> <ul style="list-style-type: none">Defne Toplayan Köylüler ve KooperatiflerOrman Bölge Müdürlükleri	<i>Kilit Faaliyetler</i> <ul style="list-style-type: none">Tedarikçi ilişkileri ve satınalma yönetimiTedarik koordinasyon ve lojistiğiPazarlama, reklamÜretim (kurutma ve paketlenme)	<i>Değer Yapısı</i> <ul style="list-style-type: none">Yurtdışındaki baharat ithalatçıları<ul style="list-style-type: none">Defne hasadı ve işleme arasındaki sürenin kısaltılması ile artan ürün kalitesiKorunmuş ekolojik alanda yetişmiş kaliteli defneSınıflandırılmış ürünArtan pazarlık gücüYerli toptancının sistemden çıkarılması	<i>Müşteri İlişkileri</i> <ul style="list-style-type: none">Sosyal medyaMüşteri ziyaretleriMüşterilerin fabrikayı ziyaretleriOnline talepleri izleme ve geri dönüşler	<i>Müşteri Segmentleri</i> <ul style="list-style-type: none">Yurtdışındaki baharat ithalatçıları
	<i>Kilit Kaynaklar</i> <ul style="list-style-type: none">Bölgedeki defne üretim potansiyeli ve yüksek yenilenme hızıOrman köylüleri		<i>Kanallar</i> <ul style="list-style-type: none">Fuar KatılımıURGE ProjeleriTicari internet siteleri üyeliği (Alibaba, amazon, herbco vb)Müşteri ziyaretleriKurumsal Kimlik oluşturulmasıOnline sunulan ücretsiz CRM yazılımları	
<i>Maliyet Yapısı</i> <ul style="list-style-type: none">Defne yaprağı alımİşçilikPazarlama		<i>Gelir Kaynakları</i> <ul style="list-style-type: none">Defne yaprağıSınıflandırılmış ürün (ebatlar, kalite)Online satışTürk defnesi marka değeri		

Üretim Süreci

BALYALIK VE KUTULUK İŞLENMİŞ DEFNE YAPRAĞI ÜRETİM AKIŞ ŞEMASI





Ürünler

Defne işleme ve paketlenme tesisinin defne yaprağını 2 paketlenme formunda piyasaya sürmesi öngörülmektedir.

1. Kutulama: Seçme yapraklardan 20 kg'lık kutularda sunulan defne yaprakları
2. Balyalama: Kurutulmuş defne yapraklarından 50 kg'lık jüt balyalar.

Şekil 19: Defne Paketleme Yöntemleri ve Güncel Piyasa Fiyatları



	2,5 dolar/kg. (50 kg'lık jüt balya) ¹⁹
	Ortalama Fiyat: 5,5 dolar/kg. (20kg'lık karton kutu, seçilmiş)

Hammadde

Tesiste kullanılacak hammaddenin en önemlisi defne yaprağıdır. Öngörülen; defne yaprağının başta Zonguldak olmak üzere çevre illerin orman köylüleri ve kooperatiflerinden temin edilmesidir. Mevcut defne üretim kapasitesi 8000 tona yakındır. Bu kapasitenin önümüzdeki dönemlerde 12.000 tonun üzerine çıkacağı Orman Bölge Müdürlüğü projeksiyonlarında sunulmaktadır. Bu ölçeğin çevre iller de göze alındığında bölge içinde mevcut ve bu rapor ile öngörülen kapasitedeki üretimleri karşılamak için yeterli olduğu not edilmelidir.

Tablo 11: Zonguldak Bölgesi 2018- 2023 Yılları İtibarı ile Defne Üretimi Projeksiyonu (Ton)

Yıllar	Üretim(Ton)	Orman Köylüsü Tahmini Kazanç (TL)	Köylü Gelir Artış Oranı (%)
2017	8.082	13.000	
2018	12.000	19.300	48
2019	15.000	24.120	24
2020	17.500	28.148	16
2021	19.000	30.560	8
2022	21.000	33.778	10
2023	23.000	36.995	9

Kaynak: Zonguldak Orman Bölge Müdürlüğü Verileri(2018).

¹⁹ İnternet kaynaklı toptan satış sitelerinde sunulan ortalama fiyatlar kullanılmıştır. (alibaba, amazon, herbc, realfoods, thesourcebulkfoods vb.)

1 Eylül - 31 Nisan arası defne hasadı yapılmaktadır. 2017 yılı ve 2023 yılları arasında bölge içi mevcut ve yeni üretime açılacak defne sahalarında %184 oranında üretim artışı olası görülmektedir.

Pazarlama Modeli

Defne işleme ve paketlenme tesisinin pazarlama faaliyetlerini temel pazarlama faaliyetleri üzerine proaktif tanıtım/reklam faaliyetlerinin de eklenmesi, sosyal medya ve internetin etkin kullanımı ile de güçlendirilmesi üzerine şekillendirilmiştir.

Pazarlama temel kanalları

- Fuar Katılımı
- URGE Projeleri
- Ticari internet siteleri üyeliği (Alibaba, amazon, herbco vb)
- Müşteri ziyaretleri

Olarak belirlenmiştir.

- Sosyal medya: Günümüzde tüketiciler, müşteriler, satınalmacılar sosyal medyayı etkin kullanmakta, çoğu işletme faaliyetlerini duyurmak için sosyal medya imkanlarını etkin kullanmaktadır. Firmanın orta ve uzun vadede marka kimliğini beslemesi, ürün görselleri, ticari başarılar, firma duyuruları, iş duyuruları gibi birçok iletişim unsurlarını sosyal medya ile gerçekleştirilebilir. Sosyal medya yönetiminde de profesyonel dil kullanılmalı, firma ve görseller temiz ve cazip seçilmeli, birebir iletişimlerde firmanın temsil edildiği dikkate alınmalıdır.
- Müşteri ziyaretleri: Defne endüstrisinde aktörler kısıtlıdır. Özellikle firmanın kendisini iyi tanıtmak, üretimini, üretim kalitesi, kalitenin sürdürülebilirliği, bölgedeki defne gibi özellikleri iyi anlatabilmek için büyük alıcılar, komisyoncular olmak üzere yurtdışı potansiyel müşteriler öncelikli olmak üzere özel ziyaretler gerçekleştirilmesi gereklidir.
- Müşterilerin fabrikayı ziyaretleri: Sektör firmaları, sürdürülebilir müşteriler elde edebilmenin koşullarından birinin büyük müşterilerin tesisi ziyaret etmeleri, defne üretim sahalarını ve bu sahalarda defnenin çevresel koşullarının sergilenebilmesi için öncelikle ihracat müşterileri olmak üzere potansiyel müşterileri ve kilit paydaşlarını dönem dönem tesiste ağırlamalıdır.
- Online talepleri izleme ve geri dönüşler: Firmanın kredibilitesi için internet üzerinden ulaşan talepleri doğru filtrelemesi ve zamanında dönüş yapabilmesi önemlidir. Web sitesi, üye olunan web sitelerinden yönlendirilen talepler, sosyal medyadan iletilen talep ve şikayetler yönetilmeli, kayıt altında tutulmalı ve interaktiflik korunmalıdır.

Bu faaliyetleri gerçekleştirilmesi sürecinde kullanılacak kanallar ise:

- UR-GE projeleri: Ekonomi Bakanlığı tarafından ihracata yönelmiş firmaların sürdürülebilir ihracat pazarlarına açılması, yeni ve riskli pazarları deneyebilmeleri, iş geliştirme yapabilmeleri amacına sağladığı ve oldukça rağbet gören bir destektir. Ancak bu destek firmalara değil işbirliği kuruluşlarına sunulmaktadır. Firma da kendi sektörüne en yakın UR-GE projesine dahil olarak hem ihracata hazırlanma süresinde ihtiyaç duyacağı temel eğitim ve danışmanlıkları oldukça uygun fiyata ve üstün nitelikte elde edebilecek, hem de 3 yıl boyunca ihracat pazarlarında iş geliştirme amaçlı ticaret heyetlerine ve eşleştirme toplantılarına çok düşük maliyetlerle katılım sağlayabilecek, yurtdışından alım heyetlerinin tesisi ziyaret etmelerini ve bu süreçte de organizasyon hizmetleri ve maliyetlerinin de devlet tarafından desteklenmesini sağlayabilecektir.
- Fuar Katılımları: Fuarlara gerek stand açarak gerekse fuar ziyaretleri gerçekleştirerek katılım sağlanması ve bu yolla sektörün yeni oyuncusunun, üretim potansiyeli, kalite vb özelliklerinin önde gelen alıcılara tanıtılması için proaktif girişimler gerçekleştirilmesidir. Bu süreçte gerek Ekonomi Bakanlığı gerekse KOSGEB, İhracatçı Birlikleri kaynakları iyi değerlendirilmeli, ticari heyetler, önemli fuar ve eşleştirme etkinlikleri izlenmelidir. Fuarlar, eşzamanlı olarak da sektörel eşleştirme etkinliklerinin gerçekleştirildiği faaliyetlerle desteklenmektedir. Bu etkinlikler de firmanın birebir tanıtımı için etkin kullanılmalıdır.
- Ticari internet siteleri üyeliği (Alibaba, amazon, herbcö vb.): Defne üreticileri gerek toptan gerekse perakende satışta belli internet sitelerinde aktif yer almaktadırlar. Bu sitelerde yapılan ön araştırmalarda Türk defnesinin de itibarlı bir ürün segmenti olduğu gözlemlenmektedir. Firmanın da bu sitelerde aktif üyelikleriyle, ürün portföyleri yer alması hem kısıtlı sayıdaki büyük alıcıların dikkatini çekmesini sağlayacak, hem de işletmeye reaktif bir tanıtım imkanı sunacaktır. Potansiyel alıcılarla daha az riskle ve maliyetle tanışabilme imkanı da yine bu siteleri profesyonelce kullanmakla mümkün olacaktır. Ticari sitelere üyeliklerde Ekonomi Bakanlığı destekleri değerlendirilmeli, özellikle İhracatçı Birlikleri ve duyurular yakından takip edilmelidir. (örneğin alibaba.com üyeliği için Ekonomi Bakanlığı %80 destek sağlamaktadır)
- Kurumsal Kimlik Oluşturulması: Firmanın orta ve uzun vadede bilinirliğinin en önemli unsuru kurumsal kimliğidir. Bu kimliğin unsurları marka, web sitesi, tanıtım materyallerinden işletme temsilcisinin kartvizitine kadar uzanır. Sosyal medya hesapları da kurumsal kimliğin parçasıdır. İşletme, öncelikle doğru marka ve ticari unvan seçimiyle çıkacağı yolda marka tesciliyle ticari risklerinden birini azaltmalıdır. Marka üzerine geliştirilecek kurumsal tanıtım materyalleri kadar slogan ve web sitesi de önemlidir ve tümü bir bütün olarak tasarlanmalıdır. Bu süreçte KOSGEB destekleri değerlendirilebilir.

Yukarıda sıralanan faaliyetlerin İşletme Müdürü tarafından gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

Hedef Pazarlar ve Potansiyel Müşteriler

Türkiye'nin defne yaprağı ihrac ettiği önemli pazarlar ve dünyada büyük alıcılar ve komisyoncuların yoğunlaştığı ülkeler değerlendirilerek hedef pazar önerileri belirlenmiştir.

Türkiye için önemli defne ihracat pazarları:

Tablo 12: Türkiye İçin Önemli Defne İhracat Pazarları

Vietnam
ABD
Polonya
Japonya
Brezilya
Almanya
Senegal
Romanya
İspanya
Güney Kore
Avusturya
BAE

Tablo 13: Dünyada Önemli Defne Yaprağı Alıcı Ülkeler

Ülke	Son 5 Yılda İhracat Oranında Ortalama Değişim (%)
Suudi Arabistan	10
ABD	2
Almanya	6
İngiltere	-2
Vietnam	11
BAE	9
Danimarka	3
Belçika	3
Hollanda	4

Fransa	-1
İspanya	9
Kanada	1
Polonya	9

Bu veriler ışığında defne işleme ve paketleme tesisinin öncelikli olarak **Vietnam, ABD, Polonya, İspanya** ve **BAE** pazarlarına *öncelikli olarak* odaklanması önerilmektedir. Bu pazarlar önemli alıcılardır ve ithalatları büyüme eğilimini sürdürmektedir. Hedeflenen ülkelere Türkiye'nin ihracatında birim fiyatlar değerlendirildiğinde Vietnam ve BAE için Türkiye ortalamasının altında birim fiyat verilmektedir. Diğer ülkeler ise daha nitelikli ürün talep eden katma değerli pazarlardır. Önerilen, bir alıcıya yoğunlaşmak yerine riski azaltan kombinasyon yapılmasıdır. Bu ülkelerde defne ve genel baharat ithalatı yapan önemli ithalatçı firmaların listesi Ek-1'de sunulmaktadır.

Dağıtım Kanalları

Defne ürünleri, genel baharatlar ve otlarla aynı ticaret yapısına ve dağıtım kanallarına sahiptir. Ticaretin büyük kısmı büyük broker ve tüccar/ithalatçı aracılığıyla girmektedir.

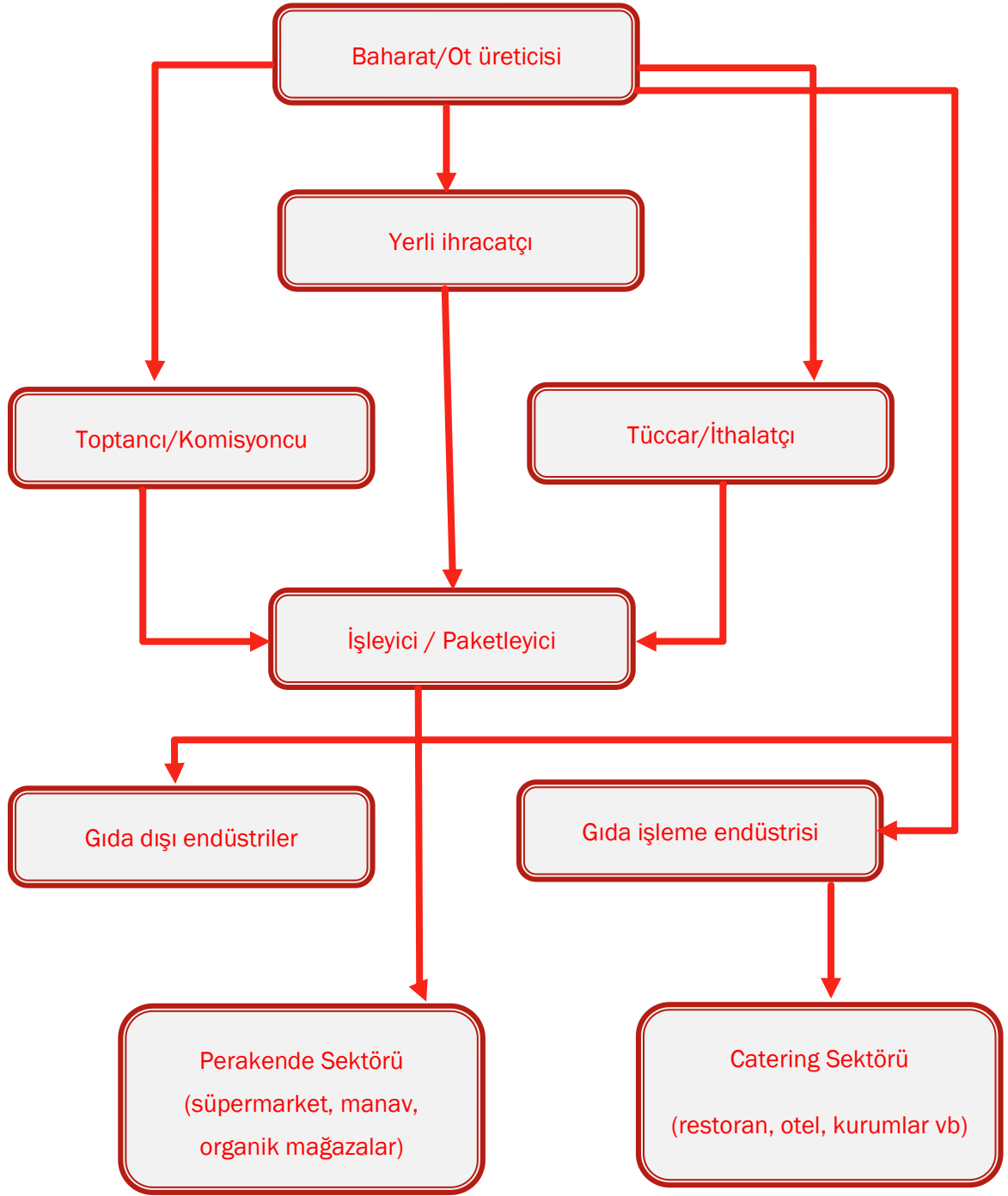
Geçtiğimiz yıllarda, gelişmekte olan ülkelerdeki orta ölçekli ve büyük üreticiler/ihracatçılar ve pazarları tüketen öğütücüler/işlemciler arasındaki doğrudan ticaret daha yaygın hale gelmiştir. Hem ithalatçılar hem de işlemciler, yüksek kaliteli, yüksek hacimli ve tutarlı ürünleri bir araya getirenlerle uğraşmak yerine, birçok küçük üreticiyle uğraşmaktan giderek uzaklaşıyor.

Tipik olarak, baharat ve otların dağıtımı ile ilgili ana aktörler şunlardır:

- Acenteler/Komisyoncular
- Trader/İthalatçılar
- Öğütücüler/işlemciler
- Son kullanıcılar (çoğunlukla sanayi sektörü)

Yukarıda açıklanan farklı tüccar türleri arasındaki fonksiyonel ayrımlar, ticaretin yapısal değişiklikleri ve Batı Avrupa'daki broker ve tüccarların sayısındaki düşüş nedeniyle son yıllarda bulanıklaşmıştır. Farklı ticari işlem türleri genellikle bir şirkette aynı anda gerçekleştirilir.

Şekil 20: Defne ve Genel Olarak Baharat ve Ot Ürünleri Dağıtım Kanalları



Baharat ve bitki pazarındaki pazar liderleri Alman Fuchs, Unilever ve McCormick'tir. Dünya çapındaki lider baharat ve otlar şirketi ABD merkezli McCormick & Co, Inc. şirkettir. Bu çokuluslu şirket, üretimin güçlü olduğu ülkelerde yan kuruluşlara sahip olmanın yanı sıra baharat ve bitkilerin "küresel kaynak kullanımını" gerçekleştirmektedir. McCormick'in çeşitli AB üye ülkelerinde faaliyetleri vardır. Diğer büyük baharat ve ot şirketleri, İngiliz Pepper & Spice (İngiltere), Sillevoldt, Euroma (Hollanda), Almanya'dan Karl Ostmann ve Gewürzmühle Nesse, İtalya'da Furzzi, Finlandiya'da Paulig, İsveç'te ve Norveç'te Nordfalks ve Dirach, Danimarka'da Danske Krydderie ve Avusturya'daki Kotanyi'dir.

Komisyoncular

Komisyoncular, alıcılar ve satıcılara bir araya getirilen aracılar, verdikleri hizmet için komisyon alırlar. Baharatlar ve otlar, fiziksel olarak komisyoncular tarafından alınmaz, depolanmaz. Müşteriler ticaret şirketleri olabilir, ancak çoğunlukla büyük üreticilerdir. Özellikle bir tüccar ya da ithalatçı iyi tanınmadığı durumlarda ticari riski azaltmak için aracı olarak görev alırlar. Bazı durumlarda komisyoncular, satış temsilcisi veya satın almacı olarak belirli bir grubu temsil eder.

Tüccarlar / İthalatçılar

Tüccarlar kendi hesabına ithalat yapar ve baharat üreticilerine ve doğrudan ana kullanıcılara ürün satarlar. Ağırlıklı olarak büyük miktarlarda işlenmemiş baharat alırlar ve belli bir kar oranıyla yeniden satarlar. İthalatçı, ithalat, taşıma ücretleri, boşaltma ücretleri ve yerel teslimat ve depo maliyetleri gibi ithalat ile ilgili tüm maliyetlerden sorumludur. Daha büyük ithalatçılar, diğer AB ve Kuzey Amerika pazarlarına ihraç etmeden önce baharat ve bitkileri temizler ve öğütürler. Küçük tüccarlar, bazı ot ve baharatları doğrudan ithal ederler, ancak daha küçük miktarlarda daha özel ürünler için daha iyi şartlar ve teslimat şartları sunan daha büyük tüccarlardan da satın alırlar. Bu küçük tüccarlar, baharat ve bitkileri gıda ticaretinde ve gıda dışı kanallarda karıştırıcılara, paketleyicilere ve son kullanıcılara dağıtır. Baharatlar için başlıca ticaret merkezleri New York, Rotterdam, Londra, Hamburg ve Singapur'dur. Organik ürün tüccarları genellikle tamamen otlar ve baharatlar yerine daha geniş bir organik ürün yelpazesinde uzmanlaşırlar.

İşleyici / Paketleyici

İşleyici ve paketleyiciler, ham baharat satın alır ve temizlik, öğütme ve perakende / catering sektörü için paketleme yaparlar. Belirli alanlarda endüstriyel kullanıcılara dağıtım için merkezi depoları vardır veya doğrudan süpermarketlerin veya kurumsal kullanıcıların dağıtım merkezlerine teslim ederler. İthalatçılar/tüccarlar aracılığıyla satın alma yapsalar da, büyük işleyici/paketleyiciler baharatlarını ve bitkilerini doğrudan üreticilerden/ihracatçılardan da almaktadırlar. Bu ikinci kanal, yıl boyunca belirli baharatların tedarik ve satın alınmasını sağlar. Bir aracından satın almak geç teslimat riskini, bireysel üreticilerden gelecek kötü hasat / tedarik ve kalite problemlerini azaltır.

Son kullanıcılar

En büyük kullanıcı grubu gıda işleme endüstrisidir. Ürünleri işleyici / paketleyicilerden veya doğrudan ithalatçı / ticaret şirketlerinden ve bazı (nadir) durumlarda doğrudan yabancı üreticilerden satın alırlar. Bazı endüstriler düzenli tedariki sağlamak ve kalite standartlarını ve ilgili baharat ve bitkilerin özelliklerini korumak için yabancı üreticilerle ortak düzenlemeler yapmaktadır. Diğer bir son kullanıcı grubu ise, ya baharatları ve otları doğrudan işleyici / paketleyicilerden veya gıda endüstrisinden işlenmiş gıda ürünlerinden satın alan catering sektörüdür. Buna restoranlar, oteller ve kurumlar dahildir (hastaneler, okullar vb.). Perakende sektörü işlenmiş gıda ürünlerinin yanı sıra baharat ve otlar da satın almaktadırlar.

İşleyici / paketleyiciler, süpermarketleri bitki ve baharatları raflarında sergilerken genellikle soslara ve çorbalara yakın olarak konumlama konusunda ikna ederler. Organik otlar ve baharatlar da genellikle aynı yerde veya bazen farklı organik raf alanlarında sunulur. Son yıllarda süpermarketler, çeşitli hazır gıda veya baharatla kullanmaya uygun ürünlerin yanında baharat ve otlar sergilemeye başlamıştır. Bunun örnekleri salata sosları ile görüntülenen salata çeşnileri veya taze etlerin yanında yer bulan et baharatlarıdır. Tamamlayıcı ürünlerin ortak olarak sergilenmesi için kullanılan bu yöntem, aynı zamanda ıslak ve kuru pişirme sosları tedarikçileri tarafından da kullanılmaktadır. Süpermarketlerdeki bu tür sergilemeler satışları da önemli oranda artırır. Son yıllarda süpermarketlerin büyük çoğunluğu çok daha uygun fiyatlı ve kendi markalarıyla satışa sunulan ürün gruplarına yönelmişlerdir. Bu durum baharat ve ot üreticileri için de kar marjları üzerinde aşağıya doğru baskı yaratmaya başlamıştır. Çünkü büyük süpermarketlerin (bazen çoklu zincirleri temsil eden) satın alma organizasyonları sektördeki en güçlü satın alma unsurlarıdır.

Bağımsız marketler, şarküteriler, özel mağazalar ve organik mağazalar (kasaplar, fırıncılar, baharat mağazaları vb.) baharat ve otlar sektöründe küçük bir paya sahiptir. Ancak, organik pazarda, sağlıklı gıda, doğal gıda ve özel organik mağazalar çok daha büyük bir rol oynamaktadır. Etnik dükkânlar büyük etnik topluluklara arz ettikleri için ilgi çekicidir. Küçük bir pazar payına sahip olsalar bile, daha yüksek kar marjları sundukları ve süpermarketlerin özel etiketleri ile rekabet etmedikleri için, işleyici / paketleyicilerden için önemli müşterilerdir. Otlar açık pazarlarda da bulunabilir.

Kalite Sertifikasyonu

Baharat üreticileri, defne üreticileri dahil olmak üzere özellikle Avrupa pazarında sıklıkla kullandıkları bir belgelendirme sistemleri arasında ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi; ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve Global GAP gelmektedir. Bunun yanında helal ve/veya organik sertifikaları, Avrupa Baharat Organizasyonu sertifikası da firmanın özellikle yüksek katma değerli Avrupa ve Ortadoğu pazarında rekabetçiliğini geliştirecektir.

ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi; müşteri beklentileri, ihtiyaçları ve mevzuat şartlarını karşılama yolu ile müşteri memnuniyetinin artırılmasını öngören dünyaca kabul görmüş bir kalite yönetimi sistemi biçimidir. Kuruluşun organizasyonel yapısından müşterilerinin memnuniyet seviyesine, toplanan verilerin analiz edilmesinden süreçlerin etkin yönetimine, iç denetimlerden ürün tasarımına, satın almadan satışa kadar pek çok noktada Kalite Yönetim Sistemi koşullarını belirler. ISO 9001 Standardı, esas olarak bir kontrol mekanizmasıdır. Bu standardın amacı, hata ve kusurları azaltmak, ortadan kaldırmak ve daha önemlisi oluşabilecek hata ve kusurları önlemektir. Standart, direk olarak ürün ve hizmet kalitesiyle ilgili değil, yönetim sisteminin kalitesi ile ilgilidir. Buradaki temel varsayım, etkin bir Kalite Yönetim Sistemi oluşturulması ve uygulanması halinde müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak kaliteli ürün ve hizmetler üretilceğidir.

- Etkin bir kalite yönetim sistemi için minimum şartları belirtir.
- Şartları geneldir, ölçek fark etmeksizin her sektör için uygulanabilir.
- Neyin nasıl yapılacağını değil yapılacağını söyler.

ISO 22000 Standardı'nın temel yaklaşımı, tüketicinin gıda kaynaklı hastalıklara maruz kalmaması için geliştirilmiş, gıda zinciri içerisindeki tüm prosesleri altyapı, personel ve ekipman gibi tüm etkileyenleriyle birlikte kontrol altında tutan önleyici bir sistemin kuruluşlarda uygulanmasıdır. Kuruluşlarda Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi uygulamaları üretim kontrolü, ürün kontrolü, ekipman kontrolü; bakım ve genel hijyen uygulamaları; personel ve ziyaretçi hijyeni; taşıma, depolama, ürün bilgisi; eğitim, tedarikçi seçimi ve değerlendirmesi; eğitim, iletişim ve benzeri konuları kapsamaktadır. Üründe proses (süreç) hatalarından kaynaklanabilen, tolere edilemeyecek risklerin odaklarını belirleyen, ürün kalitesini ve tüketici sağlığını güvenceye alan sistem temel hedeftir. Ürün, tasarım, üretim ve kalite kontrolde gıda güvenliği denetimleri, potansiyel tehlikeyi belirleyici ve çözümleyici rol oynamaktadır. Temelde ISO 22000 sadece gıda güvenliğini değil, duyuşal ve besleyici kalitedeki artışı da sağlayıcı rol oynarken endüstriyel üretimde, servis ve hizmet uygulamalarında da kalite güvencesinin de temel ve vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır. Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi'nde üretim ve sonrasında herkese sorumluluk verilmekte ve daha çok katılım ile iyi bir motivasyon sağlanmaktadır. Ayrıca kaynaklar daha etkin kullanılıp, kayıplar azaltılarak verimlilik artırılmakta ve işletme toplam kalite sistemine doğru yönelebilmektedir. Gıda endüstrisinde her birim kendi kontrolü altında iken gıda güvenliğini sağlayacak koşulları gerçekleştirmelidir. Ön gereksinim programları (Prerequisite Programmes-PRPs), Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi'nin sağlam temellere oturmasını sağlayan programlardır. Geleneksel olarak GMP, GHP, GLP, GAP ve benzer diğer kavramlar çerçevesinde gerçekleştirilen bu koşullar ve uygulamaları, günümüzde etkin HACCP planlarının hazırlanmasında ve uygulanmasında, güvenilir gıda üretiminde ön gereksinim olarak kabul edilmektedir. Ön gereksinim programları, güvenli gıda üretimindeki temel çevresel ve üretim koşullarının kontrol altına alınmasını sağlamaktadır. Yaygın olarak kullanılan bazı ön gereksinim programları GMP, GHP, GAP olarak sıralanabilir.

GLOBALGAP standartları, tüketicinin talep ettiği asgari güvenlik şartlarını tanımlayan standartlardır. Tüketiciler, satın aldıkları gıdaların;

- Mikrobiyolojik, fiziksel ve kimyasal açıdan zararlı olmadığından,
- Üretimleri esnasında çevreye ve doğal dengeye zarar verilmediğinden,
- Yasal şartlara uygun olarak üretildiğinden ve
- Üretimde görev alan kişilerin sağlık ve güvenliklerinin sağlanması için gerekli tüm tedbirlerin alındığından emin olmak istemektedirler.

Helal Standardı, insanların sağlıklı, güvenilir ve helal ürünlere ulaşabilmesini kolaylaştıracak yöntemler geliştirmek amacıyla hazırlanmış bir standarttır. Helal Standardı, tamamen bilimsel gerçekler üzerine kurulmuş, hem güvenilir ve temiz ürün hem de İslam dinince kabul edilen helal ürün üretmek ve tüketmek için temel teşkil eden bir kaynaktır. Helal Standardı, ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı baz alınarak hazırlanmıştır. Helal belgesini sadece gıda ürünlerine verilmiş bir sertifika olarak düşünmemek gerekmektedir. Aynı zamanda ürünlerin paketlenmesi, etiketlenmesi, taşınması, servis ve lojistik faaliyetlerine ilişkin özellikleri de içine aldığı unutulmamalıdır. Helal belgesi hem üreticiye hem de tüketiciye güvenilirlik açısından birçok faydası bulunmaktadır.

Defne Standartları

Türkiye’de defne yaprağının üretim ve sınıflandırılması TSE tarafından 1985 yılında hazırlanan 1017 sayılı “Defne Yapracağının Standardizasyonuna göre yapılır. TSE standartlarına göre, defne yaprakları “Ekstra”, “Birinci Sınıf”, “Sıra Malı”, “Kalburaltı” olarak dört sınıfa ayrılmaktadır.

Ekstra sınıfta yaprak boyu en az 25 mm en çok 100 mm, yaprak eni en az 20 mm en çok 45 mm olmalıdır. Birinci sınıfta; kırık yaprak, yırtık yaprak ve yaprak kırığı en fazla %15, lekeli yaprak %10, yaprak pulu %5 ve yabancı madde %1 oranında bulunabilir. Yaprak boyutu ile ilgili herhangi bir sınırlama yoktur.

Sıra malında; kırık yaprak ve yaprak kırığı en fazla %40, yırtık yaprak ve lekeli yaprak sınırsız, yaprak pulu %15 ve yabancı madde %2 oranında bulunabilir. Defne meyvesi ve yaprağının işlenmesi sonunda elde edilecek defne yağı ve defne esansının Türkiye’de standardı bulunmamaktadır. Defne paketlerinin içinde hayvan pisliği, böcek, kurt, küf, taş parçaları, çamur, tel ve ip parçaları, zehirsiz bile olsa yabancı tohum, meyve ve bitki parçaları bulunmamalıdır.

Defne Lojistiği

Defne yaprakları, mukavva kartonları (23 kg) ve jüt kumaş balyaları (50 - 66 kg) içinde taşınır. Gemi, kamyon, demiryolu ile taşınabilir. Ürünlerin, ambalajın ve konteynerlerde limitlere uygun olarak standart kaplar kullanılabilir. Nemli havalarda (yağmur, kar), kargo, küf oluşumuna yol açabileceğinden, neme karşı korunmalıdır. Defne yaprakları çok kırılğan olduğundan, uygun özenle taşınmalıdır. Serin, kuru, iyi havalandırma koşullarında saklanmalıdır. Güvenli taşımayı sağlamak için, ambalajlar nakliye sırasında, nakliye sırasında kayma, kayma ve çarpma yapamayacak şekilde istiflenmeli ve emniyet altına alınmalıdır.

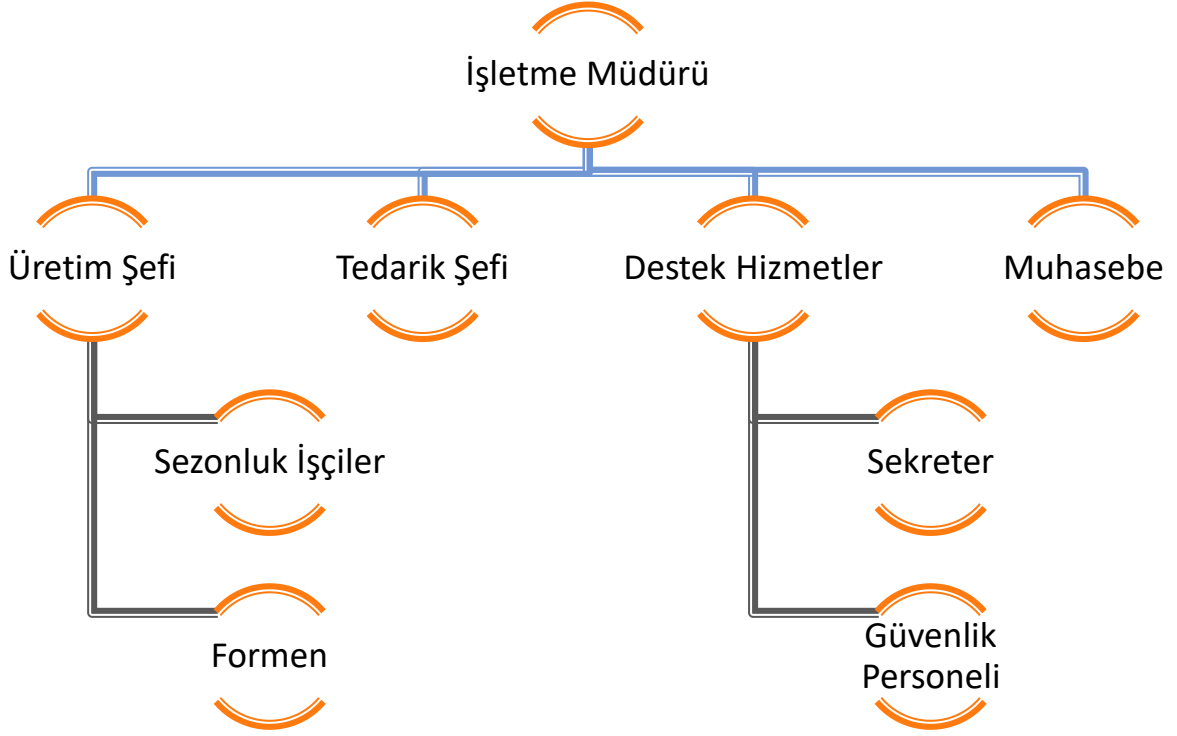
Defne yaprakları belirli sıcaklık, nem/nem ve havalandırma koşulları (depolama ortamı koşulları) gerektirir. Uygun seyahat sıcaklığı aralığı 5-25 °C'dir. Defne yaprakları, yolculuk sırasında en düşük sıcaklıklara sahip ve kuru olan alanlarda taşınmalıdır. Her halükarda, güverte veya konteyner yoğun tropikal güneş tarafından şiddetle ısıtıldığı ve 25 °C üstünde sıcaklıklarda hava güvertesinin altındaki depolama veya konteynerlerde nakliye durumunda güvertenin en üst katında taşınmaktan kaçınılmalıdır. Bu sıcaklığın üstünde ürünün uçucu yağları kaybolabilir ve kendi kendine ısınma riski vardır. 25 °C'den itibaren kokuda belirgin bir artış gözlemlenebilir.

Defne yaprakları nem/rutubete duyarlı veya nem bırakan ürünlerden uzak tutulmalıdır. Geminin ya da konteyner duvarlarının kargoyu etkilemesini önlemek için, kargo yığını ile gemi tarafı ya da konteyner duvarı arasında açık bir boşluk bırakmaya özen gösterilmelidir. Ürün " kurutulmuş" ise, nakliye sırasında havalandırması gerekmez. Küflenmenin önlenmesi için, istifleme alanı serin, kuru ve özellikle de havalandırması kolay olmalıdır.

Defne yaprakları, havalandırma olmayan, ancak biyokimyasal, mikrobiyal ve diğer ayrışma süreçlerinin devam ettiği ürünler sınıfına aittir. Yüksek nem içeriği ve aşırı yüksek sıcaklıklar kendi kendine ısınma riski oluşturur. Defne yaprağı güçlü, hoş bir kokuya ve acı, baharatlı bir tada sahiptir. Baharatları taşırken, yağlar, tanenler ve acılığını veren unsurlar gibi diğer bileşenler baharatların kalitesini ve kokusunu belirledikleri için, uçucu yağların içeriğini mümkün olan en yüksek oranda muhafaza etmek önemlidir. Uçucu yağlar kolayca buharlaşır ve baharatların baharat etkisi azalır. Ortam sıcaklığı ne kadar yüksekse, uçucu yağlar o kadar uçucudur. Defne yaprakları durumunda, 25 °C'nin üzerindeki sıcaklıklarda belirgin bir koku artışı kaydedilebilir. Kolay uçucu hale gelmiş uçucu yağlar nedeniyle, baharatlar her zaman birbirinden ayrı olarak ve yabancı kokuları (örneğin kahve veya çay) kolayca emen gıda maddelerinden uzakta tutulmalıdır.

Defne yaprakları çok kırılğandır ve darbeler gibi etkiler genellikle ciddi hasara yol açar. Ürünün %15 kadarı parçalara ayrılabilir. Defne yaprakları ağır mallarla birlikte yüklenmemelidir. Defne yaprakları fareler, böcekler ve güveler (kurutulmuş meyve ve kakao güveleri) ve akarlar tarafından istila edilebilir.

Önerilen İşletme Organizasyonu



Potansiyel İstihdam Yaratma Kapasitesi ve İstihdam Modeli

Öngörülen istihdam 20 ton kapasite için 44 kişi, 40 ton kapasite için 59 kişidir.

Pozisyon	Sayı
İşletme Müdürü	1
Üretim Şefi	1
Tedarik Şefi	1
Muhasebe Sorumlusu	1
Formen	3
Güvenlik Personeli	3

Pozisyon	Sayı
Sekreter	1
Destek Hizmetleri	3
Sezonluk İşçi	20 ton kapasite için: 30 40 ton kapasite için: 45

Kurulması planlanan tesisin Bölgede istihdama indirekt katkıları düşünüldüğünde, işletmeye hammadde sağlayan orman köylüleri ve bu köylü aileleri için sağlanan ekonomik katkılar değerlendirilmelidir. Öngörülen defne işleme ve paketleme tesisinin 2 aşamalı kapasite planları gerçekleştirilmiştir. Bu planlar değerlendirildiğinde; tesis 20 ton günlük kapasite ile çalıştığında 200'den 400 orman köylüsüne kadar; 40 ton günlük kapasite ile çalıştığında ise 400 ile 800 orman köylüsü arasında ekonomik katkı sağlayacaktır.

Tablo 14: Öngörülen Dolaylı İstihdam

	Günlük 20 ton kapasite çalışıldığında	Günlük 40 ton kapasite çalışıldığında
Günde 50 kg defne toplandığında	200 orman köylüsü	400 orman köylüsü
Günde 75 kg defne toplandığında	300 orman köylüsü	600 orman köylüsü
Günde 100 kg defne toplandığında	400 orman köylüsü	800 orman köylüsü

Yaratılacak dolaylı istihdam için öngörülen kazanç ise; kg başına 50 kuruştan değerlendirilmelidir. (2018 yılı için)

Kurutma Yöntemi Kullanılarak Üretilebilecek Diğer Ürünler

Kurutulmuş gıdalar diğer yöntemlerle dayandırılanlardan farklı olarak besin öğeleri açısından yoğunlaştırılmış bir nitelik kazanmışlardır. Ayrıca kurutma birçok metoda nazaran daha ucuz bir muhafaza yöntemi olup, daha az işçilik, daha az ekipman, ürünlerin depolanma ve taşınmasında da daha az masraf gerekmektedir. Kurutulmuş ürünler gerek kurutulmuş olarak tüketilmekte, gerekse cipsler, hazır çorba, bebek maması, hazır yemekler gibi farklı alanlarda kullanılmaktadır.

Kurutma yöntemi ile meyveler, sebzeler, baharatlar, odun dışı orman ürünleri ve bazı tıbbi ve aromatik bitkiler üretilir. Bazı ürünler kurutma öncesi yıkama, doğrama, hatta kükürtleme gibi prosesler gerektirmektedirler. Örneğin kurutulacak sebzelere sebzenin özelliğine göre ayıklama, yıkama, kabuk soyma, doğrama, haşlama, soğutma, kükürtleme vb. ön işlemler uygulanması gerekebilir. Rengin esmerleşmemesi için haşlama ve kükürtleme önemlidir. Yine sebzenin türüne göre sıcak su ya da buharda haşlama gerekebilir. Meyve kurutma işlemi de temel olarak yıkama, yabancı maddelerden ayırma, boylama, meyvenin cinsine göre kabuk soyma, bölme, dilimleme, doğrama, çekirdek çıkarma, gerektiğinde haşlama, alkali çözeltilere bandırma, kükürtleme gibi ön işlemler gerektirir. Bazı sebze ve meyvelerin de kurutma işleminden sonra fumige edilmeleri (Meyve ve sebzeleri zararlılara karşı korumak üzere kapalı ortamda metil bromid vb. maddeler yakılarak yapılır. 100 m³ hacim için 2-3 kg metil bromid kullanılır. Fumigasyon süresi 24 saattir. Fumigasyon ambar koşullarına göre tekrarlanabilir.) gerekebilir.

Örnekler:

- Meyveler:
 - Elma, armut, kayısı, incir, dut, şeftali, kavun, üzüm, vişne, erik, kiraz, kivi gibi.
- Sebzeler:
 - Domates, biber, patlıcan, turp, kabak gibi.
- Baharatlar:
 - Defne yaprağı, nane, tarçın, kekik, ıhlamur, adaçayı gibi.
- Odun dışı orman ürünleri ve tıbbi aromatik bitkiler:
 - Mantar türleri, adaçayı, fesleğen, papatya, kuşburnu, hibiskus, zeytin yaprağı, lavanta, safran, gül gibi.

Özellikle, mantar ve ıhlamur hem bölge ve çevresinden temin edilme imkanının yüksekliği, hem de defne müşterilerinin de ilgi alanlarına girebilecek ürünler olmaları nedeniyle boş sezonlarda değerlendirilmek üzere önerilmektedir. Bu ürünler için üretim ekipmanları da yeterlidir. Üretim miktarları ve önümüzdeki dönemler için üretim projeksiyonları da değerlendirme için uygun alternatifler olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 15: Türkiye Genelinde Defne Bitkisi ve Bazı Önemli Odun Dışı Orman Ürünlerinin Yayılış Alanı ve Verimi

Bitki Türü	Yayılış Alanı (Ha)	Verim Miktarı (Ton)
DEFNE (<i>Laurus nobilis</i>)	128.600	103.706,0
KEKİK (<i>Thymus, Origanum</i>)	284.754	23.746,0
KESTANE (<i>Castanea, Sativa</i>)	65.808	40.388,0
FISTIK ÇAMI (<i>Pinus pinea</i>)	60.870	48.445,0
ADAÇAYI (<i>Salvia spp.</i>)	27.257	2.024,0
LADEN (<i>Cistus spp.</i>)	138.405	61.499,0
KEÇİBOYNUZU (<i>Ceratonia siligua</i>)	27.049	4.397,0
MERSİN (<i>Myrtus comminus</i>)	23.412	12.676,0
IHLAMUR (<i>Tilia spp.</i>)	12.640	868,0

Şekil 21: TR81 Bölgesi Odun Dışı Orman Ürünleri Üretim Miktarları (2017)

Odun Dışı Ürün	Zonguldak	Bartın	Karabük	Toplam
Defne Sürgünü	986,29	7024		8010,29
Kestane	1500	200		1700
Ihlamur			100	100
Yosun			5	5
Kızılcık meyvesi	9	12		21
Kızılcık sürgün	22			22
Şimşir Sürgünü		14	6	20

Kaynak: Zonguldak Orman Bölge Müdürlüğü Verileri(2018).

Finansal Analiz

Günlük 20 ton yaş dal işleme kapasiteli tesis için finansal fizibilite

PERSONEL GİDERLERİ

İşletmenin tedarik, üretim ve pazarlama faaliyetlerinin eksiksiz yürütülebilmesi amacı ile 9 adet İK pozisyonu tanımlanmış olup bunlar işletmenin faaliyetlerine kritik katkı seviyelerine göre 5 seviyeye ayrılmıştır. İlk iki seviye beyaz yaka personel, diğer seviyeler mavi yaka personel için ayrılmıştır.

Pozisyon	Görev	Çalışma Süresi	Seviye	Adet
İşletme Müdürü	Yönetim, Pazarlama, İhracat, insan kaynakları, üretim planlama, internet sitesi	12 ay	1	1
Üretim Şefi	Üretim operasyonu, kalite kontrol, bakım/onarım	12 ay	2	1
Tedarik Şefi	Satınalma	12 ay	2	1
Muhasebe Sorumlusu	Ön muhasebe işlemleri, ödeme ve tahsilat takibi	12 ay	2	1
Formen	Bakım/Onarım, operatör, üretim formen	12 ay	3	3
Güvenlik Personeli	3 vardiya esasına göre çalışacak	12 ay	5	3
Sekreter	Ofis İşleri	12 ay	4	1
Destek Hizmetleri	Temizlik, Yemek, Şoför	12 ay	5	3
Sezonluk İşçi	Üretim	8 ay	5	30

İşçilik maliyetlerini düşürmek amacı ile tedarik, üretim ve pazarlama faaliyetlerinin aksamadan yürütülmesini sağlayacak personel daimi pozisyonlarda tanımlanmıştır. Üretim için gerekli Üretim Müdürü ve Formenlerin dışındaki personel sezonluk işçi olarak düşünülmüştür.

Nitelik	Seviye	Aylık Maliyet		
		Taban	Tavan	Ortalama
Beyaz Yaka	Seviye 1	₺10.000,00	₺15.000,00	₺12.500,00
	Seviye 2	₺4.000,00	₺6.000,00	₺5.000,00
Mavi Yaka	Seviye 3	₺2.500,00	₺3.500,00	₺3.000,00
	Seviye 4	₺2.500,00	₺3.000,00	₺2.750,00
	Seviye 5	₺2.388,66	₺2.384,66	₺2.384,66

Her seviye için personel maliyetleri yukarıdaki tabloda verilmiştir. Seviye 5, en düşük ücretin verildiği seviye olup, asgari ücret baz alınmıştır. Asgari Ücret 2.029,50 TL'dir. Gelir vergisi hesaplamasında; 193 Sayılı G. V. Kanununun 32 maddesi uyarınca işçinin, bekar ve çocuksuz olduğu ve sadece kendisi dikkate alınarak, asgari geçim indirimi (152,21 TL) uygulandığında, net ele geçen asgari ücret 1.603,12 TL'dir. İşverene Maliyet ise SGK Primi (%15,5 İşveren Payı) ve İşveren İşsizlik Sigorta Primi (%2) eklendiğinde 2.384,66 TL olmaktadır. 5510 sayılı Kanunun 81.maddesinin (i) bendine göre, bentde belirtilen şartları sağlayan işverenlere, SGK primi işveren payında 5 puanlık indirim öngörüldüğünden hesaplamalar buna göre yapılmıştır. Gerekli şartları sağlamayan işverenler için, SGK primi işveren payı %20,5'dir.

Pozisyon	Adet	Aylık Ortalama Birim Maliyet	Ay	Yıllık Ortalama Birim Maliyet	Yıllık Ortalama Toplam Maliyet
İşletme Müdürü	1	₺12.500,00	12	₺150.000,00	₺150.000,00
Üretim Şefi	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00
Tedarik Şefi	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00
Muhasebe Sorumlusu	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00
Formen	3	₺3.000,00	12	₺36.000,00	₺108.000,00
Güvenlik Personeli	3	₺2.384,66	12	₺28.615,92	₺85.847,76
Sekreter	1	₺2.750,00	12	₺33.000,00	₺33.000,00
Destek Hizmetleri	3	₺2.384,66	12	₺28.615,92	₺85.847,76
Sezonluk Üretim Elemanı	45	₺2.384,66	8	₺19.077,28	₺858.477,60
Genel Toplam					₺1.215.013,92

İşletmenin yıllık personel gideri 1.215.013,92 TL olarak hesaplanmıştır. Bu miktar işgücü piyasasındaki değişimlere göre revize edilmelidir.

ÜRETİM İÇİN MAKİNA VE EKİPMAN YATIRIMLARI

Makine ve Ekipman	Adet	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Dal parçalama ve yongalama makinası	2	40.000	80.000
Silo ve yakıt kazanı (komple)	1	1.250.000	1.250.000
Sallantı tambur elek	1	60.000	60.000
Geniş Bant ayıklama ve çuvallama konveyörü (hava emmeli)	1	175.000	175.000
Baskül	2	4.500	9.000
Tek bant ayıklama ve çuvallama konveyörü	1	85.000	85.000
Forklift	1	175.000	175.000
Jeneratör 600W	1	50.000	50.000
Kurutma fırını yaprak ürün sepeti	200	50	10.000
Kurutma fırını sepet taşıma ekipmanı	30	400	12.000
Hidrolik balya pres	1	90.000	90.000
Hava kanalı	1	15.000	15.000
Pnomatik tesisat (komple)	1	35.000	35.000
Toz tutucu filtre	1	30.000	30.000
Kalite kontrol ve paketlenme ünite	1	50.000	50.000
50 m ³ 'lük komple kurutma fırını ünitesi (tesisat izolasyonu, konstrüksiyon, elektrik tesisat, kontrol paneli, fırın karkası)	5	97.000	485.000
Genel Toplam			2.611.000

ARSA YATIRIMI

Organize Sanayi Bölgeleri Uygulama Yönetmeliğine göre OSB'lerde yer alan firmalar parsellerindeki inşaat alanlarını yüzde 70'e, engebeli yerlerde ise yüzde 75'e çıkarabilmektedir.

Organize sanayi bölgesinde 1 m² arsa bedeli 40 TL'dir. Buna ek olarak 1 m² için 13-15 TL katkı payı alınmaktadır. 10 Haziran 2011 tarihinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından arsa tahsisleri ile ilgili olarak yapılan düzenleme ile Alaplı OSB'de % 90 oranında arsa teşviği sağlanması

karara bağlanmıştır. Bu kapsamda arsa payı 4 TL olmaktadır. Böylece toplam 1 m² Organize Sanayi Bölgesinde ödenecek tutar 19,00 TL olacaktır.

Yer	m ²	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Alaplı OSB	8.000	19,00	152.000

Organize Sanayi Bölgeleri dışarısında yapılacak yatırımlar için 8.000 m² büyüklükte arsa bulunamaması, altyapı eksiklikleri, ulaşım sorunları, belediye harçları vb gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle yatırımın Organize Sanayi Bölgesinde yapılması tavsiye edilmektedir.

İNŞAAT MALİYETİ

Senelik 4.800 ton yaş dal işleme kapasitesine sahip tesis için gerekli alan 5.600 m² olarak öngörülmüştür. Bu alanın 4.000 m²'si üretim için ayrılan nitelikli fabrika alanı, 800 m²'si yükleme boşaltma için ağırlıklı kullanılacak olan üstü kapalı alan, 800 m²'si de ofis ve sosyal tesis alanıdır.

İnşaat maliyetleri Mimarlık Ve Mühendislik Hizmet Bedellerinin Hesabında Kullanılacak 2017 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri Hakkında Tebliğ baz alınarak hesap edilmiştir. Maliyet cetveli ait olduğu yılın mayıs ayında yayınlanmaktadır. Bu hesapların yapıldığı Nisan 2018 itibarı ile 2018 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri henüz açıklanmamıştır. Ancak %15 civarında artışlar olacağı öngörülmektedir. Söz konusu öngörü Kullanılacak 2017 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetlerine yansıtılmıştır.

Yapının Tanımı	Yapının Sınıfı	m ²	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Nitelikli üretim alanı	III. Sınıf A Grubu	4.000	798,10	3.192.400
Üstü kapalı alan	I. Sınıf B Grubu	800	227,70	182.160
Ofis ve Sosyal Tesis	VI. Sınıf A Grubu	800	1.014,30	811.440
Genel Toplam				4.186.000

KURULUM, İŞLETMEYE ALMA, TEFRİŞAT, DONANIM VE DİĞER MALİYETLER

İşletmenin 2 adet 8-10 ton taşıma kapasitesine sahip kamyon ihtiyacı bulunmaktadır. Sezon dışı zaman da dikkate alındığında 1 adet kamyonun demirbaş olarak alınması ve diğeri için gerekli olduğu zamanlar hizmet alımı yapılması öngörülmüştür. Hizmet alımında hammadde tedarikini aksatabilecek durumların yaşanması halinde ikinci kamyon için de 190.000 TL bütçe ayrılmalıdır.

Maliyet Kalemi	Fiyat (TL)
Taşıma ve sigorta giderleri (Ekipmanın tesis mahaline getirilmesi, sigorta vb)	20.000
Montaj (Makinaların ihtiyaç duyduğu tesisat ve altyapının hazırlanması)	100.000
Taşıt Araçları ve Demirbaş Giderleri 1 adet kamyon, 1 adet pick-up, ofis mobilyaları, telefon santrali, bilgisayarlar, bilgisayar programları, yazıcı, fotokopi vb	495.000
Genel giderler (Yatırım dönemine ait haberleşme, seyahat, sigorta, personel eğitimi, yönetim giderleri vb)	40.000
Beklenebilecek farklar (kur farkı, zam vb)	70.000
Kurumsal kimlik	8.000
Genel Toplam	733.000

İŞLETME MALİYETLERİ

Maliyet Kalemi	Yıllık Gider (TL)
Bakım Onarım Giderleri	23.000
Sigorta Giderleri	23.000
Yemek	84.000
Ofis Kırtasiye	9.600
Elektrik (sezonda günlük 410 kw, sezon dışı günlük 50 kw tüketim öngörülmüştür. 1 kw = 0,4151 TL)	43.337
Su	4.000
Doğalgaz	4.800
Telefon	9.000
İnternet	1.800
Mazot	68.000
Muhasebe ve Müşavirlik Hizmetleri	9.000
Pazarlama Faaliyetleri	65.000
Kutu, Bez vb	16.000
Genel Toplam	360.537

HAMMADDE

İşletmenin günlük yaş dal işleme kapasitesi 20 ton, sezonluk yaş dal işleme kapasitesi 4.800 ton olarak planlanmıştır.

Günlük yaş dal işleme kapasitesi - ton	20
Günlük yaş dal işleme kapasitesi - kg	20.000
Yıllık yaş dal işleme kapasitesi (sezon 8 ay) - ton	4.800
Yıllık yaş dal işleme kapasitesi (sezon 8 ay) - kg	4.800.000
Ortalama yaş dal alış fiyatı (%6 talep artışından doğan rekabet etkisi dahil) - TL	0,50
Yaş dal ormaniye bedeli - TL/kg	0,10
Yaş dal toplam maliyeti - TL/kg	0,60
Günlük toplam yaş dal maliyeti - TL	12.000
Yıllık toplam yaş dal maliyeti (sezon 8 ay) – TL	2.880.000

2018 yılı fiyatlarına göre 1 yıl içerisinde işletmenin temel girdisi olan yaş dal için harcanacak bedel 2.880.000 TL'dir.

İŞLETME GELİRLERİ

Günlük 20 ton (20.000 kg) yaş dal işleme kapasitesi olan işletmenin, yıllık toplam kuru defne yaprağı üretimi 960.000 kg olarak gerçekleşecektir.

İşletme tüm üretimini 50 kg'lık bez balya veya 20 kg'lık mukavva kutularda ihraç edecektir. Mevcut durumda uluslararası pazardaki talep dikkate alındığında ürünlerin yaklaşık 4/5'inin bez balyalarda, 1/5'inin ise mukavva kutularda ihraç edileceği öngörülmüştür.

Kuru yaprak balya satış fiyatı - USD/kg	2,2
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - USD/kg	5,0
USD Kuru - TL	4,0
Kuru yaprak balya satış fiyatı - TL/kg	8,8
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - TL/kg	20,0

Yıllık kuru yaprak üretimi - kg	960.000
50 kg'lık bez balyalarda ihracat miktarı - kg	768.000
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat miktarı - kg	192.000
50 kg'lık bez balyalarda ihracat değeri - TL	6.758.400
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat değeri - TL	3.840.000
Yıllık toplam ihracat değeri – TL	10.598.000

FINANSAL PROJEKSİYON VE YATIRIM GERİ DÖNÜŞ SÜRESİ (20 TON KAPASİTE)

	2018 yılı için birim fiyat	Yıllık ortalama artış oranı	1. yıl	2.yıl	3. yıl
DEVİR	-		₺0	₺11.954.167	-₺5.304.067
YATIRIM GİDERLERİ	₺7.682.000		₺10.689.198	₺1.554.042	₺371.285
Üretim için Makine Ekipman Yatırımları	₺2.611.000	15,36	₺3.012.050	₺0	₺0
Arsa Yatırımı	₺152.000	10,00	₺167.200	₺0	₺0
İnşaat Maliyeti	₺4.186.000	15,66	₺4.841.528	₺0	₺0
Kurulum, İşletmeye Alma, Tefrişat, Donanım ve Diğer	₺733.000	15,66	₺847.788	₺0	₺0
Kredi Faiz Gideri (yıllık %15)			₺1.820.633	₺1.554.042	₺371.285
İŞLETME GİDERLERİ	₺4.455.551		₺2.793.201	₺5.899.602	₺6.789.371
Personel Gideri	₺1.215.014	13,48	₺919.199	₺1.564.660	₺1.775.576
Hammadde	₺2.880.000	15,66	₺1.665.504	₺3.852.644	₺4.455.968
İşletme Maliyetleri	₺360.537	15,66	₺208.499	₺482.299	₺557.827
İŞLETME GELİRLERİ	₺10.598.000		₺1.528.232	₺14.103.744	₺14.103.744
İşletme Gelirleri	₺10.598.000	15,36	₺1.528.232	₺14.103.744	₺16.270.079
YIL SONU			-₺11.954.167	-₺5.304.067	₺3.805.356

Üretim sezonu Ağustos-Eylül Aylarında başladığından, işletmenin söz konusu aylarda üretime başlayacak şekilde faaliyete geçirilmesi başabaş noktasını öne çekmek için kritik önem arz etmektedir. İnşaat, makina siparişleri, montaj ve işletmeye alma için ortalama 7-8 ay gereklidir. Bu nedenle makina ekipman siparişlerinin en geç 2019 Ocak ayı içerisinde verilmesi tavsiye edilmektedir.

2019 sezonunda 4 aylık bir üretim yapılabilir. Ancak üretimin sorunsuz yapılabilmesi ve daimi personelin yeterli teknik kapasiteye ulaşabilmesi için makine ve ekipman montajı süresince daimi personelin istihdam edilmiş olması gereklidir. Bu nedenle daimi personel gideri 2019 yılı için 2/3 oranında alınmıştır. Sezonluk işçi gideri ise 1/2 oranında alınmıştır.

Yıllık ortalama artış oranları son 5 yılın ortalaması alınarak belirlenmiştir. Personel gideri için artış oranı hesaplanırken Asgari Ücret artış oranı dikkate alınmıştır. Hammadde ve işletme maliyetleri ise ÜFE artış oranı dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Satış karşılığı para girdisi 3 ay gecikmeli olarak hesaplanmıştır.

Günlük 40 ton yaş dal işleme kapasiteli tesis için finansal fizibilite

PERSONEL GİDERLERİ

İşletmenin tedarik, üretim ve pazarlama faaliyetlerinin eksiksiz yürütülebilmesi amacı ile 9 adet İK pozisyonu tanımlanmış olup bunlar işletmenin faaliyetlerine kritik katkı seviyelerine göre 5 seviyeye ayrılmıştır. İlk iki seviye beyaz yaka personel, diğer seviyeler mavi yaka personel için ayrılmıştır.

Pozisyon	Görev	Çalışma Süresi	Seviye	Adet
İşletme Müdürü	Yönetim, Pazarlama, İhracat, insan kaynakları, üretim planlama, internet sitesi	12 ay	1	1
Üretim Şefi	Üretim operasyonu, kalite kontrol, bakım/onarım	12 ay	2	1
Tedarik Şefi	Satınalma	12 ay	2	1
Muhasebe Sorumlusu	Ön muhasebe işlemleri, ödeme ve tahsilat takibi	12 ay	2	1
Formen	Bakım/Onarım, operatör, üretim formen	12 ay	3	3
Güvenlik Personeli	3 vardiya esasına göre çalışacak	12 ay	5	3
Sekreter	Ofis İşleri	12 ay	4	1
Destek Hizmetleri	Temizlik, Yemek, Şoför	12 ay	5	3

Pozisyon	Görev	Çalışma Süresi	Seviye	Adet
Sezonluk İşçi	Üretim	8 ay	5	45

İşçilik maliyetlerini düşürmek amacı ile tedarik, üretim ve pazarlama faaliyetlerinin aksamadan yürütülmesini sağlayacak personel daimi pozisyonlarda tanımlanmıştır. Üretim için gerekli Üretim Müdürü ve Formenlerin dışındaki personel sezonluk işçi olarak düşünülmüştür.

Nitelik	Seviye	Aylık Maliyet		
		Taban	Tavan	Ortalama
Beyaz Yaka	Seviye 1	₺10.000,00	₺15.000,00	₺12.500,00
	Seviye 2	₺4.000,00	₺6.000,00	₺5.000,00
Mavi Yaka	Seviye 3	₺2.500,00	₺3.500,00	₺3.000,00
	Seviye 4	₺2.500,00	₺3.000,00	₺2.750,00
	Seviye 5	₺2.388,66	₺2.384,66	₺2.384,66

Her seviye için personel maliyetleri yukarıdaki tabloda verilmiştir. Seviye 5, en düşük ücretin verildiği seviye olup, asgari ücret baz alınmıştır. Asgari Ücret 2.029,50 TL'dir. Gelir vergisi hesaplamasında; 193 Sayılı G. V. Kanununun 32 maddesi uyarınca işçinin, bekar ve çocuksuz olduğu ve sadece kendisi dikkate alınarak, asgari geçim indirimi (152,21 TL) uygulandığında, net ele geçen asgari ücret 1.603,12 TL'dir. İşverene Maliyet ise SGK Primi (%15,5 İşveren Payı) ve İşveren İşsizlik Sigorta Primi (%2) eklendiğinde 2.384,66 TL olmaktadır. 5510 sayılı Kanunun 81.maddesinin (ı) bendine göre, bentde belirtilen şartları sağlayan işverenlere, SGK primi işveren payında 5 puanlık indirim öngörüldüğünden hesaplamalar buna göre yapılmıştır. Gerekli şartları sağlamayan işverenler için, SGK primi işveren payı %20,5'dir.

Pozisyon	Adet	Aylık Ortalama Birim Maliyet	Ay	Yıllık Ortalama Birim Maliyet	Yıllık Ortalama Toplam Maliyet
İşletme Müdürü	1	₺12.500,00	12	₺150.000,00	₺150.000,00
Üretim Şefi	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00

Pozisyon	Adet	Aylık Ortalama Birim Maliyet	Ay	Yıllık Ortalama Birim Maliyet	Yıllık Ortalama Toplam Maliyet
Tedarik Şefi	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00
Muhasebe Sorumlusu	1	₺5.000,00	12	₺60.000,00	₺60.000,00
Formen	3	₺3.000,00	12	₺36.000,00	₺108.000,00
Güvenlik Personeli	3	₺2.384,66	12	₺28.615,92	₺85.847,76
Sekreter	1	₺2.750,00	12	₺33.000,00	₺33.000,00
Destek Hizmetleri	3	₺2.384,66	12	₺28.615,92	₺85.847,76
Sezonluk Üretim Elemanı	45	₺2.384,66	8	₺19,077,28	₺858.477,60
Genel Toplam					₺1.501.173,12

İşletmenin yıllık personel gideri 1.501.173,12 TL olarak hesaplanmıştır. Bu miktar işgücü piyasasındaki değişimlere göre revize edilmelidir.

ÜRETİM İÇİN MAKİNA VE EKİPMAN YATIRIMLARI

Makine ve Ekipman	Adet	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Dal parçalama ve yongalama makinası	2	40.000	80.000
Silo ve yakıt kazanı (komple)	1	1.600.000	1.600.000
Sallantı tambur elek	2	60.000	120.000
Geniş Bant ayıklama ve çuvallama konveyörü (hava emmeli)	1	175.000	175.000
Baskül	2	4.500	9.000
Tek bant ayıklama ve çuvallama konveyörü	1	85.000	85.000
Forklift	1	175.000	175.000
Jeneratör 750w	1	60.000	60.000
Kurutma fırını yaprak ürün sepeti	300	50	15.000
Kurutma fırını sepet taşıma ekipmanı	50	400	20.000
Hidrolik balya pres	2	90.000	180.000
Hava kanalı	1	25.000	25.000
Pnomatik tesisat (komple)	1	45.000	45.000
Toz tutucu filtre	1	30.000	30.000
Kalite kontrol ve paketlenme ünite	1	50.000	50.000

Makine ve Ekipman	Adet	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
50 m3'lük komple kurutma fırını ünitesi (tesisat izolasyonu, konstrüksiyon, elektrik tesisat, kontrol paneli, fırın karkası)	10	97.000	970.000
Genel Toplam			3.589.000

ARSA YATIRIMI

Organize Sanayi Bölgeleri Uygulama Yönetmeliğine göre OSB'lerde yer alan firmalar parsellerindeki inşaat alanlarını yüzde 70'e, engebeli yerlerde ise yüzde 75'e çıkarabilmektedir.

Organize sanayi bölgesinde 1 m² arsa bedeli 40 TL'dir. Buna ek olarak 1 m² için 13-15 TL katkı payı alınmaktadır. 10 Haziran 2011 tarihinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından arsa tahsisleri ile ilgili olarak yapılan düzenleme ile Alaplı OSB'de % 90 oranında arsa teşviği sağlanması karara bağlanmıştır. Bu kapsamda arsa payı 4 TL olmaktadır. Böylece toplam 1 m² Organize Sanayi Bölgesinde ödenecek tutar 19 TL olacaktır.

Yer	m ²	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Alaplı OSB	10.000	19,00	190.000

Organize Sanayi Bölgeleri dışarısında yapılacak yatırımlar için 10.000 m² büyüklükte arsa bulunamaması, altyapı eksiklikleri, ulaşım sorunları, belediye harçları vb gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle yatırımın Organize Sanayi Bölgesinde yapılması tavsiye edilmektedir.

İNŞAAT MALİYETİ

Senelik 9.600 ton yaş dal işleme kapasitesine sahip tesis için gerekli alan 7.000 m² olarak öngörülmüştür. Bu alanın 5.000 m²'si üretim için ayrılan nitelikli fabrika alanı, 1.000 m²'si yükleme boşaltma için ağırlıklı kullanılacak olan üstü kapalı alan, 1.000 m²'si de ofis ve sosyal tesis alanıdır.

İnşaat maliyetleri Mimarlık Ve Mühendislik Hizmet Bedellerinin Hesabında Kullanılacak 2017 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri Hakkında Tebliğ baz alınarak hesap edilmiştir. Maliyet cetveli ait olduğu yılın mayıs ayında yayınlanmaktadır. Bu hesapların yapıldığı Nisan 2018 itibarı ile 2018 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri henüz açıklanmamıştır. Ancak %15 civarında artışlar olacağı öngörülmektedir. Söz konusu öngörü Kullanılacak 2017 Yılı Yapı Yaklaşık Birim Maliyetlerine yansıtılmıştır.

Yapının Tanımı	Yapının Sınıfı	m ²	Birim Fiyat (TL)	Toplam Fiyat (TL)
Nitelikli üretim alanı	III. Sınıf A Grubu	5.000	798,10	3.990.500
Üstü kapalı alan	I. Sınıf B Grubu	1.000	227,70	227.700
Ofis ve Sosyal Tesis	VI. Sınıf A Grubu	1.000	1.014,30	1.014.300
			Genel Toplam	5.232.500

KURULUM, İŞLETMEYE ALMA, TEFRİŞAT, DONANIM VE DİĞER MALİYETLER

İşletmenin 2 adet 8-10 ton taşıma kapasitesine sahip kamyon ihtiyacı bulunmaktadır. Yapılan fiyat araştırmasında 190.000 TL'lik ortalama fiyat alınmıştır. Opsiyon ve model değişiklikleri maliyetlerin artmasına yol açacaktır.

Maliyet Kalemi	Fiyat (TL)
Taşıma ve sigorta giderleri (Ekipmanın tesis mahaline getirilmesi, sigorta vb)	20.000
Montaj (Makinaların ihtiyaç duyduğu tesisat ve altyapının hazırlanması)	120.000
Taşıt Araçları ve Demirbaş Giderleri 1 adet kamyon, 1 adet pick-up, ofis mobilyaları, telefon santrali, bilgisayarlar, bilgisayar programları, yazıcı, fotokopi vb	695.000
Genel giderler (Yatırım dönemine ait haberleşme, seyahat, sigorta, personel eğitimi, yönetim giderleri vb)	40.000
Beklenebilecek farklar (kur farkı, zam vb)	75.000
Kurumsal kimlik	8.000
Genel Toplam	958.000

İŞLETME MALİYETLERİ

Maliyet Kalemi	Yıllık Gider (TL)
Bakım Onarım Giderleri	25.000
Sigorta Giderleri	25.000
Yemek	92.000
Ofis Kırtasiye	9.600

Maliyet Kalemi	Yıllık Gider (TL)
Elektrik (sezonda günlük 760 kw, sezon dışı günlük 50 kw tüketim öngörülmüştür. 1 kw = 0,4151 TL)	78.400
Su	4.800
Doğalgaz	5.600
Telefon	9.000
İnternet	1.800
Mazot	84.000
Muhasebe ve Müşavirlik Hizmetleri	9.000
Pazarlama Faaliyetleri	75.000
Kutu, Bez vb	20.000
Genel Toplam	419.200

HAMMADDE

İşletmenin günlük yaş dal işleme kapasitesi 40 ton, sezonluk yaş dal işleme kapasitesi 9.600 ton olarak planlanmıştır.

Günlük yaş dal işleme kapasitesi - ton	40
Günlük yaş dal işleme kapasitesi - kg	40.000
Yıllık yaş dal işleme kapasitesi (sezon 8 ay) - ton	9.600
Yıllık yaş dal işleme kapasitesi (sezon 8 ay) - kg	9.600.000
Ortalama yaş dal alış fiyatı (%6 talep artışından doğan rekabet etkisi dahil) - TL	0,53
Yaş dal ormaniye bedeli - TL/kg	0,10
Yaş dal toplam maliyeti - TL/kg	0,63
Günlük toplam yaş dal maliyeti - TL	25.140,00
Yıllık toplam yaş dal maliyeti (sezon 8 ay) - TL	6.048.000

2018 yılı fiyatlarına göre 1 yıl içerisinde işletmenin temel girdisi olan yaş dal için harcanacak bedel 6.048.000 TL'dir.

İŞLETME GELİRLERİ

Günlük 40 ton (40.000 kg) yaş dal işleme kapasitesi olan işletmenin, yıllık toplam kuru defne yaprağı üretimi 1.920.000 kg olarak gerçekleşecektir.

İşletme tüm üretimini 50 kg'lık bez balya veya 20 kg'lık mukavva kutularda ihraç edecektir. Mevcut durumda uluslararası pazardaki talep dikkate alındığında ürünlerin yaklaşık 4/5'inin bez balyalarda, 1/5'inin ise mukavva kutularda ihraç edileceği öngörülmüştür.

Kuru yaprak balya satış fiyatı - USD/kg	2,2
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - USD/kg	5,0
USD Kuru - TL	4,0
Kuru yaprak balya satış fiyatı - TL/kg	8,8
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - TL/kg	20,0
Yıllık kuru yaprak üretimi - kg	1.920.000
50 kg'lık bez balyalarda ihracat miktarı - kg	1.536.000
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat miktarı - kg	384.000
50 kg'lık bez balyalarda ihracat değeri - TL	13.516.800
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat değeri - TL	7.680.000
Yıllık toplam ihracat değeri - TL	21.196.800

FINANSAL PROJEKSİYON VE YATIRIM GERİ DÖNÜŞ SÜRESİ (40 TON KAPASİTE)

	2018 yılı için birim fiyat	Yıllık ortalama artış oranı	1. yıl	2.yıl
DEVİR	-		₺0	-₺16.018.974
YATIRIM GİDERLERİ	₺9.969.500		₺14.199.884	₺2.082.467
Üretim için Makine Ekipman Yatırımları	₺3.589.000	15,36	₺4.140.270	₺0
Arsa Yatırımı	₺190.000	10,00	₺209.000	₺0
İnşaat Maliyeti	₺5.232.500	15,66	₺6.051.910	₺0
Kurulum, İşletmeye Alma, Tefrişat, Donanım ve Diğer	₺958.000	15,66	₺1.108.023	₺0
Kredi Faiz Gideri (yıllık %15)			₺2.690.681	₺2.082.467
İŞLETME GİDERLERİ	₺7.968.373		₺4.875.669	₺10.584.493
Personel Gideri	₺1.501.173	13,48	₺1.135.687	₺1.933.167
Hammadde	₺6.048.000	15,66	₺3.497.558	₺8.090.552
İşletme Maliyetleri	₺419.200	15,66	₺242.423	₺560.774
İŞLETME GELİRLERİ	₺21.196.800		₺3.056.579	₺28.208.552
İşletme Gelirleri	₺21.196.800	15,36	₺3.056.579	₺28.208.552
YIL SONU			-₺16.018.974	-₺477.382

Üretim sezonu Ağustos-Eylül Aylarında başladığından, işletmenin söz konusu aylarda üretime başlayacak şekilde faaliyete geçirilmesi başabaş noktasını öne çekmek için kritik önem arz etmektedir. İnşaat, makina siparişleri, montaj ve işletmeye alma için ortalama 7-8 ay gereklidir. Bu nedenle makina ekipman siparişlerinin en geç 2019 Ocak ayı içerisinde verilmesi tavsiye edilmektedir.

2019 sezonunda 4 aylık bir üretim yapılabilecektir. Ancak üretimin sorunsuz yapılabilmesi ve daimi personelin yeterli teknik kapasiteye ulaşabilmesi için makine ve ekipman montajı süresince daimi personelin istihdam edilmiş olması gereklidir. Bu nedenle daimi personel gideri 2019 yılı için 2/3 oranında alınmıştır. Sezonluk işçi gideri ise 1/2 oranında alınmıştır.

Yıllık ortalama artış oranları son 5 yılın ortalaması alınarak belirlenmiştir. Personel gideri için artış oranı hesaplanırken Asgari Ücret artış oranı dikkate alınmıştır. Hammadde ve işletme maliyetleri ise ÜFE artış oranı dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Satış karşılığı para girdisi 3 ay gecikmeli olarak hesaplanmıştır.

Kuru yaprak balya satış fiyatı - USD/kg	2,5	2019	4,65
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - USD/kg	5,5	2018	4,05
USD Kuru - TL	4,0	2017	3,64
Kuru yaprak balya satış fiyatı - TL/kg	10,0	2016	3,02
Seçilmiş kuru yaprak kutu satış fiyatı - TL/kg	22,0	2015	2,72
Yıllık kuru yaprak üretimi - kg	1.920.000	2014	2,19
50 kg'lık bez balyalarda ihracat miktarı - kg	1.536.000	2013	1,90
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat miktarı - kg	384.000		

50 kg'lık bez balyalarda ihracat değeri - TL	15.360.000
20 kg'lık mukavva kutularda ihracat değeri - TL	8.448.000
Yıllık toplam ihracat değeri - TL	23.808.000

Kullanılabilecek Teşvikler

Zonguldak bölgesel teşvik sisteminde 3. Bölge olarak sınıflandırılmıştır. Yatırım OSB içinde gerçekleştirildiğinde teşvikler 4. Bölge için belirlenen oranlarda kullanılabilecektir. Bu kapsamda, kurulacak defne işleme ve paketleme tesisi aşağıdaki desteklerden yararlanabilecektir.²⁰

Yatırım – Kurulum Süreci için Teşvikler²¹

Katma Değer Vergisi İstisnası:

Teşvik belgesi kapsamında yurt içinden ve yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat ile belge kapsamındaki yazılım ve gayri maddi hak satış ve kiralama için katma değer vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.

Gümrük Vergisi Muafiyeti:

Teşvik belgesi kapsamında yurt dışından temin edilecek yatırım malı makine ve teçhizat için gümrük vergisinin ödenmemesi şeklinde uygulanır.

Vergi İndirimi:

Gelir veya kurumlar vergisinin, yatırım için öngörülen katkı tutarına ulaşınca kadar, indirimli olarak uygulanmasıdır. (Zonguldak'ta gerçekleştirilecek yatırımlarda OSB içinde yatırıma katkı oranı %25, vergi indirimi oranı %60, OSB dışında yatırıma katkı oranı %20, vergi indirimi oranı %50)

²⁰ Defne işleme ve paketleme tesisi "Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı" grubunda değerlendirilmiştir. 3. Bölgede bu sektör desteklenmektedir, teşviklerden yararlanmak için asgari yatırım tutarı 1 milyon TL'dir.

²¹ Bu süreçte Zonguldak'ta yatırım gerçekleştiren bir girişimci için yönlendirici bilgi <http://zonguldakyatirim.com/assets/ytesvik/index.html> adresinde sunulmaktadır.

Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği:

Teşvik belgesi kapsamı yatırımla sağlanan ilave istihdam için ödenmesi gereken sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmının Bakanlıkça karşılanmasıdır. (Zonguldak'ta gerçekleştirilecek yatırımlarda OSB içinde 5 yıl destek, OSB dışı yatırımlarda 3 yıl)

Faiz Desteği:

Faiz Desteği; bölgesel teşvik uygulamaları (3., 4., 5., ve 6. Bölgelerde), öncelikli yatırımlar, stratejik yatırımlar ile AR-GE ve çevre yatırımları kapsamında desteklerden yararlanacak yatırımlar için teşvik belgesi kapsamında kullanılan en az bir yıl vadeli yatırım kredileri için sağlanan bir finansman desteği olup, teşvik belgesinde kayıtlı sabit yatırım tutarının %70'ine kadar kullanılan krediye ilişkin ödenecek faizin veya kâr payının belli bir kısmının Bakanlıkça karşılanmasıdır. (Zonguldak'ta gerçekleştirilecek yatırımlarda TL kredisinde 3 puan, döviz kredisinde 1 puan)

Yatırım Yeri Tahsisi:

Teşvik belgesi düzenlenmiş büyük ölçekli yatırımlar, stratejik yatırımlar, öncelikli yatırımlar ve bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için, Maliye Bakanlığınca belirlenen usul ve esaslara göre yatırım yeri tahsis edilmesi şeklinde uygulanmaktadır.

Pazarlama – İş Geliştirme Süreci için Teşvikler**İş Seyahatleri:**

Yurtdışında müşteri bulma amaçlı iş seyahatlerinin ulaşım masrafları, görüşme gerçekleştirilen her günün konaklama ve araç kiralama giderlerinin %70'ini geri alınır. İki çalışan için seyahat başına 5.000 ABD Doları ve tam 10 seyahat için destek alınabilir.

Fuar Katılımı:

2017 yılında yapılan düzenleme sayesinde en kolay ve en çok kullanılan destektir. Ekonomi Bakanlığının belirlediği fuarlara katılım sağlanabilir. Her fuar için Bakanlıkça belirlenen bir metrekare ücreti üzerinden hesaplanan tutar geri alınır. Fuarlara iki şekilde katılım sağlanabilir; milli ve bireysel katılım. Bu fuarlarda bir ekibin parçası olarak yerleri, standları ve temayı belirleyen ve Bakanlıkça yetkilendirilen organizatörlerle anlaşılıp stand parası organizatöre ödenir. Milli katılım fuarına bireysel olarak da katılım sağlanabilir. Bireysel katılımımda ise destek için belirlenen fuarlar arasında seçilen fuar için o fuarın organizatörüyle anlaşma yapılır. Fuarın ardından 3 ay içinde bağlı olunan İhracatçı Birliklerine başvurulur.

Sektörel Ticaret Heyetlerine Katılım:

Şirketten ticaret heyetine katılacak 2 kişinin masraflarının %50'si Ekonomi Bakanlığı tarafından karşılanır. Bakanlıkça belirlenen hedef veya öncelikli ülkelere gidildiğinde destek oranı %60'tır. Bu heyetleri Ticaret/sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri organize ettiğinden bu kurumların çağrıları takip edilmelidir.

E-Ticaret Sitelerine Üyelik:

E-ticaret sitelerindeki üyelik giderlerinin %80'ini Ekonomi Bakanlığı karşılamaktadır. Bu destek Ticaret/Sanayi Odası ya da ihracatçı birlikleri (işbirliği kuruluşu) aracılığıyla kullanılmaktadır. Firma işbirliği kuruluşunun oluşturduğu firma grubuna dahil olmalıdır. grubunla birlikte e-ticaret sitelerine üyeliğini iş birliği kuruluşu gerçekleştirir. Üye olunan bir e-ticaret sitesi için 3 yıl süresince, her yıl için 2.000 ABD Dolarına kadar destek alınabilir. Farklı tiplerden istendiği kadar e-ticaret sitesi için destek alınabilir.

Hedef Pazar Araştırması:

Bir yıl içerisinde istenildiği kadar rapor hazırlatabilir, hazır raporları satın alınabilir. Ekonomi Bakanlığı bu harcamalarının %60'ını, her yıl 200 bin dolara kadar karşılamaktadır. Bu araştırmalar ihracat için faaliyet planlarını oluştururken pazarları, hedef bölgeleri ve sektörleri hakkındaki en güncel ve kapsamlı bilgileri içerir. Mesela, potansiyel müşterilerin iletişim bilgileri, rakiplerin pazardaki fiyatlandırması, belli bir ülke ya da pazarda ürün satabilmek için gereken koşulları öğrenilebilir.

İhracata Hazırlık Sürecinde Teşvikler

UR-GE Desteği:

Üyesi olunan işbirliği kuruluşlarının sektörü ihracatını artırmak için yürüteceği bir projede yer alınabilir, 3 yıl süresince farklı faaliyetlere katılabilir ve masrafların %75'i Ekonomi Bakanlığı'ndan karşılanabilir. Projeler kapsamında ilk olarak ihtiyaç analizi yapılır ve rekabet gücü kazanmak için yapılması gerekenler ve ihracat yapılabilecek pazarlar için uzmanları tarafından tespit edilir. Sektöre özgü konularda eğitim& danışmanlık faaliyetlerine katılım sağlanır.

Pazara Giriş Belgeleri Desteği:

Akredite edilmiş kurum ve/veya kuruluşlardan alınacak kalite, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretler ile ilgili harcamaları %50 oranında ve şirket başına yıllık en fazla 250.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir.

Potansiyel Riskler

1. İklim değişikliği, çevre vb sorunlarla defne sürdürülebilirliğinin riske uğraması
2. Özsermayesi güçlü, büyük rakiplerin yıkıcı fiyat rekabeti
3. Bölgede hammadde alış fiyatlarının beklenenin üzerinde yükselmesi
4. Sezon dışı zamanda ticari kazanç sağlayacak alternatif üretim yapılamaması
5. Orman köylülerinin kooperatifleşerek üretime yönelmesi
6. İşgücü piyasasında daralma
7. Özellikle satınalma ve pazarlama fonksiyonlarını yürütecek nitelikli personel istihdam edilememesi.

EK – 1 Potansiyel Müşteriler Listesi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
ARCADIE http://www.arcadie.com	50-99	Fransa	MEJANNES LES ALES
LABORATOIRE D HERBORISTERIE GENERALE http://www.epices-rabelais.com	10-19	Fransa	AUBAGNE
NAGOT BUSIGNIES SOCHAR http://www.nagot-busignies.fr	50-99	Fransa	HALLENNES LEZ HAUBOURDIN
PROCHIMIA OUEST http://www.prochimia.fr	0-9	Fransa	VALLET
SANIERE COURTAGE	0-9	Fransa	MARSEILLE 01
SARL REFLETS DES ILES	0-9	Fransa	POULLAN SUR MER
SOCOHERB SAS http://www.socoherb.fr	0-9	Fransa	MARSEILLE 14
SOLIVINS http://www.solivins.fr	0-9	Fransa	LES SORINIERES
AKO GmbH AKO The Spice Company! http://www.ako-spice.com	20-49	Almanya	Ronnenberg
ENES Gewürze GmbH http://www.enes-spices.com	0-9	Almanya	Geesthacht
Jost Bauer Food Ingredients GmbH http://www.jostbauer.de	0-9	Almanya	Norderstedt
Worlée NaturProdukte GmbH http://www.worlee.de	250-499	Almanya	Hamburg
Santa Maria A/S http://www.santamaria.dk	50-99	Danimarka	Brøndby
Wiik & Co. A/S http://www.wiik.dk	10-19	Danimarka	Glostrup
Caldic Ibérica, S.L. Http://Www.Caldic.Es	20-49	İspanya	Barberà del Vallès
Juan Martínez Pérez, S.L. Http://Www.Stacatalina.Net	10-19	İspanya	Murcia
La Campana Http://Www.Lacampana1800.Com	50-99	İspanya	Llíria
Paprimur, S.L. Http://Www.Paprimur.Es	20-49	İspanya	Fortuna
3a Nutrition (Vietnam) Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
3a Pharmaceutical Company, Ltd	1010	Vietnam	Ho Chi Minh
3fmart Corporation - 3fmart	6	Vietnam	Ho Chi Minh
7p Joint Stock Company	20	Vietnam	Ho Chi Minh
A Long Trading Company Limited	80	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
A&T Trading Joint Stock Company	10	Vietnam	Ha Noi
A1 Vietnam Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Acn Trading And Services Company Limited	12	Vietnam	Ha Noi
Agrexport Hanoi Hochiminh City	520	Vietnam	Ho Chi Minh
Agribank Tourist Trading Company	165	Vietnam	Vung Tau
Agricare Vietnam Company Limited - Agricare Vietnam Co. Ltd	30	Vietnam	Ha Noi
Agricultural Forestry And Fishery Import Export Company Limited - Agrimexco	170	Vietnam	Ho Chi Minh
Agricultural Products Company Ii-Hanoi Branch	450	Vietnam	Ha Noi
Agriculture Products Export Import Co. No 3	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Agro Tourist Trading Company	200	Vietnam	Vung Tau
All Chemicals Co., Ltd - All Chems Co., Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
All Chemicals Co.,Ltd - All Chems Co Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Alliance Distribution Joint Stock Company	32	Vietnam	Ho Chi Minh
Aloe Trading Co., Ltd	250	Vietnam	Ho Chi Minh
An & D Company Limited	20	Vietnam	Ha Noi
An An Phu Co.,Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
An Dai Viet Joint Stock Company	110	Vietnam	Ho Chi Minh
An Giang Agriculture And Foods Import-Export Joint Stock Company - Afifex	1300	Vietnam	Tan An
An Nam Fine Food Co., Ltd - An Nam Fine Food	250	Vietnam	Ho Chi Minh
An Nam Food Co Ltd	120	Vietnam	Ho Chi Minh
An Nam Food Co., Ltd	110	Vietnam	Ho Chi Minh
An Phu Import Export Corporation	12	Vietnam	Ho Chi Minh
An Phu Service Production Company - Asc	20	Vietnam	Ho Chi Minh
An Viet Anh Trading Service Engineering Company Limited - A Vi A Co., Ltd	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Anh Duc F.C Trading & Service Co.,Ltd	20	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Anh Duc F.C Trading & Service Co.,Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Anh Thao Production Trading Service Agricultural Products Company Limited	5	Vietnam	Hai Duong
Anh Trang Import Export And Trading Company Limited - Tradimex Anh Trang Co., Ltd	5	Vietnam	Ha Noi
Animex Saigon Joint Stock Company	70	Vietnam	Ho Chi Minh
Anova Milk Joint Stock Company	86	Vietnam	Ho Chi Minh
Anova Trade Corporation	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Anti Co Ltd - Viethoney	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Apis Corporation - Apis Corp	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Asia Global Commodities Development Company Limited	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Asia Medical Company Limited - Amco Co.,Ltd	25	Vietnam	Ha Noi
Asia Production Investment Joint Stock Company	0	Vietnam	Ha Noi
Au Viet Nutrition Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Ava Food Shareholding Company	0	Vietnam	Bien Hoa
Ba Dinh Foodstuff Technology Company Limited - Ba Dinh Foods Co Ltd	50	Vietnam	Ha Noi
Ban Than Cultural Center	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Bang Linh Entertainment And Sport Joint Stock Company - Blensp.,Jsc	100	Vietnam	Ha Noi
Bao Khanh One Owner Company Limited	6	Vietnam	Long Xuyen
Bao Long Engineering Co Ltd	40	Vietnam	3
Beerplaza Vietnam Company Limited	12	Vietnam	Ha Noi
Ben Thanh Tourist Service Joint Stock Company	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Binh Dinh Food Joint Stock Company	100	Vietnam	Quy Nhon
Binh Duong Import Export Trading Company	132	Vietnam	Thu Dau Mot
Binh Tay Small Industry And Handicraft Production Service Co	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Blue Ocean Im-Export Co.,Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Blueseas Beverage Company Limited	20	Vietnam	Ha Noi
Bot Mi Thu Duc Company Limited	70	Vietnam	Ho Chi Minh
Branch Of Ha Thanh Company Limited	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Branch Of Saigon Trading Group - Coastal Fisheries Development Corporation	1083	Vietnam	Ho Chi Minh
Brova Company Limited	10	Vietnam	Haiphong
Camau Agricultural Products & Foodstuff Import-Export Joint Stock Company - Agrimexco	500	Vietnam	Ca Mau
Can Tho Salt Trading Company	74	Vietnam	Can Tho
Cantho Food Co	259	Vietnam	Can Tho City
Cdn Production Trading Corporation - Cdn Production Trading Corp	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Chat Hung Food Company Limited	3	Vietnam	Ho Chi Minh
Chrtoworld Co Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Chuong Duong Beverages Joint Stock Company - Cdbeco	470	Vietnam	Ho Chi Minh
Ckl (Vietnam) Corporation - Ckl Vietnam	250	Vietnam	Thu Dau Mot
Classic Fine Foods Company Limited	120	Vietnam	Ho Chi Minh
Coca-Cola Southeast Asia Inc	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Cong Ty Xnk Rau Qua	161	Vietnam	Ho Chi Minh
Cotimex Danang Jsc	800	Vietnam	Da Nang
Creative Marketing Thoughts Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Ctc Nutrition Solutions Vietnam Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Dai Hung Cuong One Member Company Limited	6	Vietnam	Mong Cai City
Dai Loi Trading Service And Import Export Company Limited - Dai Loi Co.,Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Dai Phong Trading Company Limited	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Dai Thuan Corporation	350	Vietnam	Nha Trang
Dartanviet Joint Stock Company	200	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Dak Lak Agricultural Materials And Food Joint - Stock Company	210	Vietnam	Dak Lak
Dakao Trading-Service Company Limited	9	Vietnam	Ho Chi Minh
Daklak Investment - Export Import Joint Stock Company	97	Vietnam	Buon Me Thout
Danang Territorial Import Export Joint Stock Company	177	Vietnam	Da Nang
Department Store Company - Desexim	160	Vietnam	Ho Chi Minh
Dhn Holdings Corporation	25	Vietnam	Ha Noi
Dinh Phong Investment Development Trading Service Joint Stock Company	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Dksh Viet Nam Company Limited	3396	Vietnam	Ho Chi Minh
Dksh Vietnam Company Limited - Hanoi Branch - Dksh	0	Vietnam	Ha Noi
Do Ha Pharmaceutical Company Limited	100	Vietnam	Ha Noi
Do Quan Pharmaceutical Company Limited - Doq Pharma	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Dong A Trading Service Private Enterprise	25	Vietnam	Ho Chi Minh
Dong Nai Import Export Processing Agricultural Products And Foods Company	1500	Vietnam	Bien Hoa
Dong Nai Joint Stock Company Of Agricultural Material - Docam	70	Vietnam	Bien Hoa
Dong Thap Muoi Import-Export Joint Stock Company - Gedosico	150	Vietnam	Ho Chi Minh
Dongthap Trading Corporatio	100	Vietnam	Cao Lanh
Du Hoa Phu Quy Import Export Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Dua-Dua Company Limited	40	Vietnam	Ha Noi
Duc Minh Foodstuff Technology And Agricultural Products Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Duong Anh Trading I&E Vietnam Joint Stock Company	0	Vietnam	Ha Noi
Duy Khoi Production Trading & Service Private Enterprise	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Duyen Anh Trade Company Limited	50	Vietnam	Ha Noi
Echo Vietnam Company Limited - Echo Co., Ltd	100	Vietnam	Ha Noi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Efelcorp Health Care Uk Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Elan & Co Trading Joint Stock Company - Dart Chocolate	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Essential Oils & Products Company - Enteroil	60	Vietnam	Nghia Do
Far East Agriculture And Food Company	3	Vietnam	Ho Chi Minh
Food & Chemicals Company Limited	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Food And Industrial Materials Joint Stock Company	70	Vietnam	Ha Noi
Food Inco Company	50	Vietnam	Da Nang
Foodinco Investment And Trading Joint Stock Group	200	Vietnam	Da Nang
Four Wealth International Trading Company Limited - Four Wealth International Trading Co.,Ltd	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Fruit Vegetable Export Import Joint Stock Company - Vegetexco Ho Chi Minh City	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Future Generation Company Limited	25	Vietnam	Ha Noi
G&M International Company Limited - G&M Co., Ltd	30	Vietnam	Ha Noi
G.B.C.O Production Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Galaxy Agricultural Product Food Processing Company Limited	15	Vietnam	Ho Chi Minh
Galaxy Trading Development Company Limited	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Gate Engineering Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
General Company Of Food And Service - Genecofov	565	Vietnam	Ho Chi Minh
General Ii Import - Export Joint Stock Company	400	Vietnam	Ho Chi Minh
General Trading Joint Stock Company	140	Vietnam	Ho Chi Minh
Gentraco Corporation	160	Vietnam	Can Tho
Gfc Manufacturing - Trading & Service Joint Stock Company	30	Vietnam	Can Tho
Gia Lai Trading Joint Stock Company - Comexim	134	Vietnam	Gia Lai
Gia Thai Co., Ltd	15	Vietnam	Ho Chi Minh
Givaudan Singapore Pte Ltd	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Global Focus Connection Company Limited	5	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Golden Dragon Co., Ltd	120	Vietnam	Thu Dau Mot
Golden Sand Trading And Consulting Corporation	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Good Food Company Limited	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Green Commodities Trading Company Limited	5	Vietnam	Ho Chi Minh
H.N Fashion Producing - Trading - Service Company Limited	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Ha Anh General Export Import Co	120	Vietnam	Ha Noi
Ha Long 86 Trade And Import Export Joint Stock Company - Ha Long 86 Tie Jsc	20	Vietnam	Haiphong
Ha Thang Trading Investment Joint Stock Company	15	Vietnam	Ha Noi
Ha Thanh General Trading Co.,Ltd	20	Vietnam	Ha Noi
Hai Gia Co., Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Hai Phong Trading Service Company - Hachimex	150	Vietnam	Haiphong
Haiphong Ship Chandler Trading Tourist & Services Corporatio - Hai Phong Shipchanco	106	Vietnam	Haiphong
Haiphong Trading And Import Export Co - Tradimexco	242	Vietnam	Haiphong
Haiphong Trading Co - Hatravimex	270	Vietnam	Minh Khai Ward
Handicraft - Agricultural - General Production And Import - Export Joint Stock Company - Hagimex Jsc	20	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Agricultural Development And Investment Co.,Ltd	7000	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Agricultural Produce And Foodstuff Import Export One Member Company Limited	200	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Food Trading Processing Export Import Company	200	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Foodstuff Company - Hfc	630	Vietnam	Ha Noi
Hanoi General Export Import Joint Stock Company - Geleximco., Jsc	6000	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Import Export And Investment Corporation	430	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Import Export And Investment Corporation - Thu Do Manufacture And Import Export Enterprise	0	Vietnam	Ha Noi
Hanoi Material Technic Service And Import Export Company	40	Vietnam	Ha Noi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Harmony Technologies Company Limited	32	Vietnam	Ha Noi
Hasamex Import Export International Corporation Joint Stock Company	12	Vietnam	Ha Noi
Hatay Import Export Corporation	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Hbk Trading And Services Company Limited	10	Vietnam	Ha Noi
Hiep Quang Trading Services Company Limited	60	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoa Binh Company Limited	150	Vietnam	Ha Noi
Hoa Dao Trade Joint Stock Company - H.D.T Jsc	55	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoa Hop Asia Food Company Limited - Hhafco	4	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoa Phat Trading And Services Company Limited - Hoa Phat Traseco.,Ltd	4	Vietnam	Hai Duong
Hoa Phong Company Limited	50	Vietnam	Lao Cai
Hoan Duong Trading And Manufacturing Joint Stock Company	120	Vietnam	Ha Noi
Hoan Hao Food Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoang Cam Trading Manufacturing Co., Ltd	150	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoang Dat Company Limited	30	Vietnam	Binh Phuoc
Hoang Duong Pharma Company Limited	30	Vietnam	Ha Noi
Hoang Ha Production And Trading Company Limited	6	Vietnam	Ha Noi
Hoang Lam Trading And Foods Technology Joint Stock Company	50	Vietnam	Ha Noi
Hoang Lan Trading Company Limited	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoang Le Trading Company Limited - Hoang Le Co.,Ltd	200	Vietnam	Ha Noi
Hoang Mai Produce And Trading Company Limited	300	Vietnam	Ha Noi
Hoang Minh Trading & Production Company Limited - Hoang Minh Tp Co., Ltd	10	Vietnam	Ha Noi
Hoang Phi Hotel - Travel - Services Company Limited - Branch Of Hoang Phi Hotel - Travel - Services Company Limited - Queen Central Apartment Sa	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Hoang Tien Co Ltd	20	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Hong Thuy Trade And Investment Consultancy Company Limited	30	Vietnam	Ha Noi
Ht Vietnam Development And Investment Joint Stock Company	50	Vietnam	Ha Noi
Hung Thai Company Limited	10	Vietnam	Haiphong
Hung Thinh Producing & Trading Co.,Ltd	12	Vietnam	Ho Chi Minh
Huong My Trading Co Ltd	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Huong Thao Jute Import Export And Trading Company Limited	5	Vietnam	Ha Noi
Huong Thuy Manufacture Service Trading Corporation	1300	Vietnam	Ho Chi Minh
Huu Nghi Food Joint Stock Company	3046	Vietnam	Ha Noi
Hypo Health Care Ltd	15	Vietnam	Ha Noi
I T A L Trade Company Limited - I T A L Trade Co., Ltd	25	Vietnam	Ho Chi Minh
Ich Cong Commercial - Service Joint Stock Company	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Ifss - International Food Supply And Service Company Limited - Ifss	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Import Export, International Cooperation & General Investment Corporation	0	Vietnam	Ho Chi Minh
In No Pha Cosmetic Pharmaceutical Co.,Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Industrial Export-Import Joint Stock Company - Inexim	34	Vietnam	Ho Chi Minh
International Caphe Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
International Fine Foods Co Ltd	10	Vietnam	Ha Noi
International Nutrition A/S	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Intimex Group Joint Stock Company	1000	Vietnam	Ho Chi Minh
Intimex Group Joint Stock Company - Branch - Tay Ninh	40	Vietnam	Tay Ninh
Intimex Nghe An - Intimex	25	Vietnam	Vinh
Japfa Comfeed Binh Thuan Company Limited	350	Vietnam	
Jupiter Trading And Distribution Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Kao Vietnam Company Limited	650	Vietnam	Ho Chi Minh
Kato Sangyo Vietnam Company Limited - Ksv	15	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Khang Nga Joint Stock Company	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Khanh Hoa Pharmaceutical Joint Stock Company	520	Vietnam	Nha Trang
Khanh Vinh Trading & Service Co Ltd	26	Vietnam	Ho Chi Minh
Khoi Thinh Service Trade Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Ki Mon Trading Service Company Limited	6	Vietnam	Ho Chi Minh
Kim Linh Service And Trading Company Limited	40	Vietnam	Ha Noi
Kim Ma Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Kim Yen Import Export Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Kizuna Joint Stock Company - Kizuna Jsc	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Ky Thuat Moi Co.,Ltd. - Ktm Co, Ltd.	50	Vietnam	Ho Chi Minh
La Vie Limited Liability Company - Lavie Company Limited - Ho Chi Minh Branch	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Lam Dong Agricultural Supply Company Limited	15	Vietnam	Da Lat
Lamdong Import Export Co	50	Vietnam	Da Lat
Lan Chi Trading And Services Company Limited	35	Vietnam	Ha Noi
Lap Duc Trading Service Production Company Limited - Lap Duc Co.,Ltd	150	Vietnam	Ho Chi Minh
Le Ha Chemicals Company Limited - Lehachem	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Le May Production Trading And Service Co.,Ltd - Le May Production, Trading And Service Company Limited - Hanoi Branch	0	Vietnam	Ha Noi
Lien Minh Services And Trading Company Limited - Lien Minh Co., Ltd	15	Vietnam	Ha Noi
Linh Thanh Group Joint Stock Company	15	Vietnam	Ho Chi Minh
Loc Thien Vietnam Joint Stock Company	5	Vietnam	Ho Chi Minh
Long An Water Supply Sewerage Joint Stock Company - Lawaco	118	Vietnam	Tan An
Lotus Trading Company Limited	300	Vietnam	Ho Chi Minh
Ly Gia Vien Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Machinery Import - Export Company	50	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Manh Cam Company Limited	3	Vietnam	Ha Noi
Matourimex Corporation (Ho Chi Minh City Branch)	13	Vietnam	Ho Chi Minh
May Trading Company Limited	0	Vietnam	Ha Noi
Mead Johnson Nutrition (Vietnam) Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Mechanical Products Export Import Company Limited - Mecanimex Co.,Ltd	310	Vietnam	Ha Noi
Mesa Asia Pacific Trading Services Company Limited	2500	Vietnam	Ha Noi
Minh Hung Agricultural Materials Trading And Service Co., Ltd	23	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Nam Company Limited	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Nhat Commercial & Produce Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Nhat Tan Trading Service Company Limited	5	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Phong Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Sao Company Limited	30	Vietnam	Ha Noi
Minh Thai Loc Company Limited - Minh Thai Loc Co., Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Thanh Company	485	Vietnam	Ho Chi Minh
Minh Tien Coffee Private Enterprise	100	Vietnam	Ha Noi
Miwon Vietnam Limited	1000	Vietnam	Viet Tri
Modern Life Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Nam Do Joint Stock Company	42	Vietnam	Ho Chi Minh
Nam Linh Pharmaceutical And Chemical Company Limited	70	Vietnam	Ho Chi Minh
Nam Phuong Import - Export Service Company Limited.	70	Vietnam	Ha Noi
Nam Son Trading Company	30	Vietnam	Ha Noi
Nam Viet Do Co., Ltd - Navido Co., Ltd	25	Vietnam	Ho Chi Minh
National Starch And Chemical (Vietnam) Company Limited	0	Vietnam	Binh Duong
New Asia Manufacturing Trading Service Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
New Aspen Trading Co., Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Newviet Dairy Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Nghe An Container Joint Stock Company - Vinhconship	95	Vietnam	Vinh
Nghe An Food Joint Stock Company - Naprod	100	Vietnam	Vinh
Nghe An General Agriculture Import Export Corporation	150	Vietnam	Vinh
Nghe An Highland Trade Investment And Development Company	454	Vietnam	Vinh
Nghi Son Aquatic Product Import Export Company Limited - Nghi Son Co.,Ltd	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Nghi Thanh Pharmaceuticals Joint Stock Company	35	Vietnam	Ha Noi
Nghia Anh Trading General Company Limited - Nghia Anh General Trade Co.,Ltd	30	Vietnam	Lao Cai
Nghiem Phoi Phuong Enterprise	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Nguyen Phuong International Service Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Nhat Huong Company Limited	21	Vietnam	Ho Chi Minh
Nhat Lam Trading & Import Export Company Limited	600	Vietnam	Ha Noi
Nhat Linh Butra Company Limited - Nhat Linh Butra Co., Ltd	20	Vietnam	Ha Noi
Nhat Thanh Import Export Joint Stock Company	5	Vietnam	Ha Noi
Nhung Nhu Joint Stock Company	18	Vietnam	Ho Chi Minh
Northern Industry And Construction Development Corporation - Vilaconic	180	Vietnam	Vinh
Northern Investment Building And Trading Joint Stock Company	40	Vietnam	Ha Noi
Novaco Pharmaceutical Joint Stock Company - Novaco., Jsc	20	Vietnam	Ha Noi
Obig Vietnam Company Limited	7	Vietnam	Ha Noi
Ocean Agriculture Forest Products Joint Stock Company - Oac	30	Vietnam	Ha Noi
Olam Vietnam Limited - Dak Nong Factory	2435	Vietnam	Gia Nghia
Otran Mien Nam Corporation - Otran Mien Nam Corp	30	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Pacific Food Technology Joint Stock Company	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Path Company Limited - Path Co., Ltd	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Perfect Trading Total International Company Limited - Perfetto Co.,Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Petec Coffee Joint Stock Company - Coffee Petec Jsc	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Petrolimex International Trading Joint Stock Company - Pitco	225	Vietnam	Ho Chi Minh
Petrolimex Trading And Transport Co., Ltd - Ptt	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Phan Nguyen Export Import And Trading Investment Company Limited	3	Vietnam	Ha Noi
Phan Thiet Aroma Company Limited	50	Vietnam	Phan Thiet
Phoenix Corporation	40	Vietnam	Ha Noi
Phong Dinh Food Company Limited	44	Vietnam	Can Tho
Phu Sinh Saigon Agricultural Products Import Export Joint Stock Company - Psagrimex Corp	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Phu Sy Milk Joint Stock Company - Phu Sy Milk Jsc	25	Vietnam	Ho Chi Minh
Phu Thai Food Viet Nam Company Limited	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Phu Thinh Import - Export And Production Joint Stock Company	20	Vietnam	Ha Noi
Phu Toan Import- Export Trading Investment Joint Stock Company	13	Vietnam	Ha Noi
Phuc An Khang Company Limited	7	Vietnam	Ha Noi
Phuc Sinh Corporation	150	Vietnam	Ho Chi Minh
Phuda Tea Company	1520	Vietnam	Viet Tri
Phuoc An Company Limited	20	Vietnam	Ha Noi
Phuong Anh Co Ltd	80	Vietnam	Kim Lien A Area
Phuong Duy Company Limited	200	Vietnam	Can Tho
Phuong Ho Company Limited	6	Vietnam	Ho Chi Minh
Phuong Nga Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Phuong Nhung Group Company Limited	50	Vietnam	Ha Noi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Phuong Quan Production Co.,Ltd - Phuong Quan Co.,Ltd	400	Vietnam	Ho Chi Minh
Phutung Gsf Joint Stock Company	120	Vietnam	Ha Noi
Potential Technology Co., Ltd - P Tech Co Ltd	16	Vietnam	Ho Chi Minh
Primatek Equipment System And Technology Joint Stock Company	0	Vietnam	Ha Noi
Quang Binh Import And Export Joint Stock Company	110	Vietnam	Haiphong
Quang Dung Company Limited	65	Vietnam	Ho Chi Minh
Quang Minh Corporation Joint Stock Company	1500	Vietnam	Ha Noi
Quang Thang Trading Co.,Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Quang Xuan Corporation	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Quangninh Shipchandler Joint Stock Corporation	200	Vietnam	Ha Long
Quick Quick Company Limited	42	Vietnam	Ho Chi Minh
Red Sun International Company Limited - Redsun International Co.,Ltd	80	Vietnam	Ho Chi Minh
Red Tea Trading & Tourism Company - Red Tea Company	175	Vietnam	Ha Noi
Red Tea Trading & Toursim Company	100	Vietnam	Ha Noi
Rica International Co., Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
S.K Food Technology Co Ltd	70	Vietnam	Ho Chi Minh
S.K Food Technology Company Limited	90	Vietnam	Ho Chi Minh
Sac Mau Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Saha Vietnam Company Limited - Viet Thai Phat Co., Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Sai Gon Gia Dinh Co.,Ltd	5	Vietnam	Ho Chi Minh
Sai Gon Sundries Investment And Trading Joint Stock Company	250	Vietnam	Ho Chi Minh
Sai Gon Xanh Trading And Service Joint Stock Company	40	Vietnam	Ho Chi Minh
Saigon Agriculture Product And Foodstuffs Export-Import Joint Stock Company - Agrexport Saigon	44	Vietnam	Ho Chi Minh
Saigon Co.Op Distribution Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Saigon Daklak Company - Sadaco	1000	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Saigon Intimex Joint Stock Company	28	Vietnam	Ho Chi Minh
Saigon Investment Import Export Group Corporation	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Saigon Tourist Import Export Joint Stock Company	130	Vietnam	Ho Chi Minh
San Miguel Pure Foods (Vn) Company Limited	478	Vietnam	Binh Duong
Sang Trading And Pharmaceutical Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Sao Nam Technology Development Joint Stock Company	30	Vietnam	Ha Noi
Sea Products Import And Export Trading Company	67	Vietnam	Ho Chi Minh
Shin Toa Trading Co Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Sim Ba Trading Co., Ltd	90	Vietnam	Ho Chi Minh
Sk Trading And Service Company	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Smarc Chemicals Trading Company Limited - Smarc Chemicals Trading Co.,Ltd	5	Vietnam	Ho Chi Minh
Snb Kidden World Company Limited	100	Vietnam	Ha Noi
Sojitz Vietnam Co.,Ltd - Sojitz Vietnam Company Limited - Branch In Hanoi	0	Vietnam	Ha Noi
Sojitz Vietnam Company Limited	57	Vietnam	Ho Chi Minh
Song Khang Export Import Commercial Service Company Limited - Song Khang	25	Vietnam	Ho Chi Minh
Song Nguyen Dong Tien Company Limited	7	Vietnam	Ho Chi Minh
Southern Feed Trading And Produce Joint Stock Company	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Southern Nutrition Food Company Limited - Snfood Co., Ltd	160	Vietnam	Tan An
Sovina Company Limited	20	Vietnam	Ha Noi
Spry Asia Vietnam Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Success Import Export Joint Stock Company	18	Vietnam	Ho Chi Minh
Success Import Export Joint Stock Company - Scimex	12	Vietnam	Ho Chi Minh
Sucreries De Bourbon Tay Ninh Ltd	300	Vietnam	Tay Ninh
Sundries And Labour Protection Facilities Company	140	Vietnam	Ha Noi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
T.M.A Co., Ltd	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Tagida Incorporated - Tagida	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Bach Duong Trading Company Limited	55	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Hung Commercial Services Co L Td	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Khoa Distribution Corporation	250	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Loi My Trading Company Limited	17	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Ngoc Lan Trading Company Limited - NI Co., Ltd	16	Vietnam	Ha Noi
Tan Nhat Huong Trading Co.,Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Tan Trading - Service Company Limited	6	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Thanh Company Limited	320	Vietnam	Yen Bai
Tan Thanh Loi Trading Import-Export One Member Company Limited - Tan Thanh Loi Co., Ltd	12	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Thanh Pharmaceutical And Trading Corporation	60	Vietnam	Ha Noi
Tan Uc Viet Company Limited	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Tan Uc Viet Production Trading Corporation - Tuv Corp	230	Vietnam	Ho Chi Minh
Tct Import Export Company Limited - Tct Imex Co., Ltd	20	Vietnam	Ha Noi
Techno-Agricultural Supplying Joint Stock Company - Tsc	640	Vietnam	Can Tho
Thai Binh Duong International Trading Development Joint Stock Company	18	Vietnam	Ha Noi
Thai C.O.R.P Co., Ltd	5	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Corp International (Vietnam) Co.,Ltd - Tci	400	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Hoa Vietnam Group Joint Stock Company	150	Vietnam	Ha Noi
Thai Kien Company Limited	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Nguyen Company Limited	60	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Phan Pho Trading Company Limited	11	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Tai Trading Co Ltd	80	Vietnam	Ho Chi Minh
Thai Thinh Hoang Production And Trading Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Thanh Hoa Import Export Joint Stock Company - Imexco Thanh Hoa	300	Vietnam	Thanh Hoa
Thanh Thanh Cong Trading Joint Stock Company	125	Vietnam	Binh Duong
Thao Minh Chau Production - Trading Company Limited	200	Vietnam	Ho Chi Minh
Thao Nguyen Co Ltd - Tnc Co Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Thao Nguyen Company Limited	300	Vietnam	Ba Ria - Vung Tau
The Duy Trading - Service & Production Private Enterprise	50	Vietnam	Ho Chi Minh
The Food Pros Co Ltd	25	Vietnam	Ho Chi Minh
The Hanoi International Commercial Export Import Service Company - Haneco	30	Vietnam	Ha Noi
The Hanoi Trading And Services Corporation	180	Vietnam	Ha Noi
The Hanoi Trading And Services Corporation - Service Hanoi	181	Vietnam	Ha Noi
The Hoa International Study And Service Trading Company Limited - The Hoa Trading Services & International Study Company Limited	50	Vietnam	Haiphong
The Import Export International Cooperation & General Invts	0	Vietnam	Ho Chi Minh
The Tay Nguyen Coffee Investment Import - Export Joint Stock Company	230	Vietnam	Buon Me Thout
The Vietnam National General Export Import Joint Stock Company No.1	400	Vietnam	Ha Noi
The Vietnam National General Export Import Joint Stock Company No.1 - The Vietnam National General Export Import Joint Stock Company No.1- Ho Chi Minh Branch	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Thien An Joint Stock Company	400	Vietnam	Ho Chi Minh
Thien An Phat Services Trading Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Thien Hong Food Processing Joint Stock Company	200	Vietnam	Ha Noi
Thien Khanh Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Thien Phu Loc Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Thien Thien Phat Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Thien Vuong Foods Joint Stock Company	25	Vietnam	Ha Noi
Thu Hien Import-Export And Investment Company Limited	300	Vietnam	Ho Chi Minh
Thua Thien Hue Import Export And Investment Joint Stock Company	500	Vietnam	Hue
Thuan Phat Import-Export Joint Stock Company	50	Vietnam	Ha Noi
Thuathien-Hue Import Export Co - Unimex Hue	126	Vietnam	Hue
Thunder Mark Vietnam Company Limited	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Tien Hoang Mong Cai Limited Company	20	Vietnam	Mong Cai
Tien Thinh Phat Import Export Company Limited - Tien Thinh Phat Imexco	0	Vietnam	Haiphong
Tiens Vietnam Co., Ltd	200	Vietnam	Hai Duong
Tieu Phuong Company Limited	15	Vietnam	Ho Chi Minh
Tin Nghia Coporation	1400	Vietnam	Bien Hoa
Tin Nghia Import-Export Company - Timexco	800	Vietnam	Bien Hoa
Tin Phuong Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Tmt Trading Company Limited	95	Vietnam	Ho Chi Minh
Toan Gia Cuong Trading Company Limited	7	Vietnam	Ho Chi Minh
Toan Gia Hiep Phuoc Trading & Food Processing Company Limited - Togico	114	Vietnam	Ho Chi Minh
Toan Ky Trading Service Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Tourism Service And Trade Company	100	Vietnam	Ha Noi
Toyota Tsusho Vietnam Company Limited - Toyota Tsusho Vietnam Company Limited - Branch In Ho Chi Minh	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Trang Nghiem Production Trading And Service One Member Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Transportation Company And Transportation Agency	200	Vietnam	Ha Noi
Trung An Viet Han Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Trung Minh Thanh Food Company Limited - Tmt Foods Co., Ltd	100	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Trung Minh Thanh Trading Company Limited - Tmt Co.,Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Trung My Transportation Trading Company Limited	15	Vietnam	Ho Chi Minh
Trung Nam Wheat Factory/Thuan An Food Industry Company - Tafoco	65	Vietnam	Thu Dau Mot
Truong Xuan Thinh Corporation - Txt	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Trust Partner Service And Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Tuyen Ky Foods Company Limited	49	Vietnam	Ho Chi Minh
United Food Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
United Vision Producing And Trading Company Limited	30	Vietnam	Ho Chi Minh
Van Huy Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Van Phat International Wine And Food Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Van Thinh Phu Trading - Services - Producing Co Ltd	100	Vietnam	Ho Chi Minh
Vegetable & Fruit Import Export Co.3	60	Vietnam	Ho Chi Minh
Vi Bien - Akuruhi Trading And Service Company Limited	300	Vietnam	Ho Chi Minh
Vi Na Dai Viet Import Export Company Limited	20	Vietnam	Bien Hoa
Viet Cafe Trading Company Limited	39	Vietnam	Ho Chi Minh
Viet Life Trading And Services Joint Stock Company	60	Vietnam	Ha Noi
Viet Lotus Foods Processing Company Limited	300	Vietnam	Ho Chi Minh
Viet My Agricultural Commodities Company Limited	30	Vietnam	Ha Noi
Viet My Agricultural Products Company Limited	14	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Healthy Company Limited - Vietnam Healthy Co.,Ltd	20	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Hp Export Import Joint Stock Company	30	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Imexco Trading Joint Stock Company	300	Vietnam	Ha Noi
Vietnam National Coffee Corporation - Branch - Ho Chi Minh City	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Viet Nga Trung Co Ltd	70	Vietnam	Ha Noi
Viet Thai International Joint Stock Company - Viet Thai International Joint Stock Company - Branch	0	Vietnam	Ho Chi Minh

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Viet Thinh Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Viet Thinh Vuong Company Limited	35	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietbeverage Joint Stock Company - Vietbeverage.,Jsc	20	Vietnam	Ha Noi
Vietnam General Of Agricultural Materials Corporation Limited	70	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Glass Group Company Limited - Vietnam Glass Group Co.,Ltd	15	Vietnam	Haiphong
Vietnam Global Vision Enterprise Company Limited - Vietnam Global Vision Manufacture Trading And Service Company Limited - Ho Chi Minh City B	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietnam International Trade And Investment Corporation - Vimatcorp	50	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Intimex Joint Stock Corporation	1600	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Kirin Acecook Beverage Co.,Ltd	280	Vietnam	Thu Dau Mot
Vietnam Livestock Corporation - Joint Stock Company - Vietnam Livestock Corporation - Joint Stock Company - Branch	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietnam Marine Technical Materials Import Export & Supply Co	180	Vietnam	Ha Noi
Vietnam National Animal And Poultry Products Import Export	45	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietnam National General Import Export Corp 2	158	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietnam National Import Export Corp With Laos - Vilexim	100	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Northern Food Corporation Ltd	6500	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Phamarceutical Investment Joint Stock Company - Vpico., Jsc	1500	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Royal Joint Stock Company	60	Vietnam	Ha Noi
Vietnam Southern Food Corporation	10000	Vietnam	Ho Chi Minh
Vietnam Sugar Cane And Sugar Cooperation 2 - Vinasugar 2	6000	Vietnam	
Vietrust Co Ltd	100	Vietnam	Ha Noi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Vilexim Import - Export And Co-Operation Investment Joint Stock Company - Ho Chi Minh Bran - Vilexim Ho Chi Minh	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Vina Siam Food Co.,Ltd	50	Vietnam	Ho Chi Minh
Vinagra Co Ltd	7	Vietnam	Ho Chi Minh
Vinarich Pte Ltd	0	Vietnam	Ho Chi Minh
Vinh Ha Food Processing And Construction Joint Stock Company - Vhf	178	Vietnam	Ha Noi
Vinh Hung Thuan Service Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Vung Ro Port One Member Company Limited - Branch	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Wili Company Limited - Wili Co.,Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
World Wine Company Limited	20	Vietnam	Ho Chi Minh
Worldwide Freight Forwarding & Trading Co Ltd	10	Vietnam	Ho Chi Minh
Xuan An Nutrition Food Company Limited	120	Vietnam	Ho Chi Minh
Xuan Hong Production Trading Company Limited	10	Vietnam	Ho Chi Minh
African And Eastern (Near East) (Bvi) Limited - A & E	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Al Tahir International F Z E	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Jabel Ali
Apollo International (Fzc)	20	Birleşik Emirlikleri	Arap Deira
Ast Metals (Llc)	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
B.M.A. International Fze	290	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Bma International Fze	6500	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Chef Middle East (L.L.C)	800	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Cosaco Limited	6	Birleşik Emirlikleri	Arap Sharjah

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Culligan International Emirates Llc - Culligan	200	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Danish General Trading Company L L C	50	Birleşik Emirlikleri	Arap Deira
Degremont Middle East L L C	60	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Dohler Middle East	6	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Ducros Gulf Industries	20	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Ed & F Man Gulf Dmcc	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Food Specialities (L.L.C)	22	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Fun Fashion Fzco Llc	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Grasim Industries Ltd - B I M C	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Gulf Food Industries Company (California Garden) - G.F.I	350	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Gulf Refining Company	60	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Hasan & Kazroonı General Trading L L C	12	Birleşik Emirlikleri	Arap Deira
Heinz Middle East F Z E	15	Birleşik Emirlikleri	Arap Jabel Ali
Khimji Ramdas & Sons	4000	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Kundan International Fze	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Ajman
Liberty Commodities	3	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Louis Dreyfus Commodities Mea Trading Dmcc - Ldc	75	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Market Development Agency	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Jabel Ali
Master Links (L.L.C)	6	Birleşik Emirlikleri	Arap Deira
Nestle Dubai Manufacturing L.L.C	500	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Nestle Middle East Fze	380	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Nichimen Middle East Fze	18	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Orkila Fze	15	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Panasia International Fzco	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Pepsi Cola International Ltd (Representative Office)	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Red Bull Asia Fze	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Red Bull Fze	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Ruchi Gulf Fze	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Rudolf Wild Gmbh & Company Kg (Rep Office) Dubai Branch	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
S C International Company	3	Birleşik Emirlikleri	Arap Jabel Ali
Solvochem Fzco	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Solyman Services (Uk) Limited.	60	Birleşik Emirlikleri	Arap Sharjah
Speedway Food Stuff Trading L L C	2	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Spinneys Abu Dhabi - L L C	1300	Birleşik Emirlikleri	Arap Abu Dhabi

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Storck Middle East & Africa	50	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Sucden Middle East	50	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Tayseer Arar Trading Co Llc	167	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Trans Pacific Industries Fze	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Transfert Fzco	6	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Tritan International Fze	10	Birleşik Emirlikleri	Arap Jabel Ali
Unilever Gulf Fze	400	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Universal Impex Corporation F Z E	6	Birleşik Emirlikleri	Arap Ajman
Wrigley Middle East Fzco	0	Birleşik Emirlikleri	Arap Dubai
Adler Schiffe Polska Sp Z O O	12	Polonya	Szczecin
Ag Foods Sp Z O O	10	Polonya	Miedzyrzecze Gorne
Ajinomoto Polonya Sp Z O O	220	Polonya	Warszawa
Alfa Laval Polska Sp Z O O - Alfa Laval	48	Polonya	Warszawa
Almi Polska Sp Z O O	34	Polonya	Tychy
Armada Business Park Sp Z O O	5	Polonya	Lodz
Aromatic Polska Sp Z O O	2	Polonya	Lodz
Aryzta Polska Sp Z O O	352	Polonya	Grodzisk Mazowiecki
Austropol Soki Sp Z O O	10	Polonya	Strzeszow
Avalon Foods Sp Z O O	27	Polonya	Rumia
Avo Werke Sp Z O O	16	Polonya	Kobierzyce
Backaldrin Polska Sp Z O O	43	Polonya	Warszawa
Backerei Dahlhoff Polonia Sp Z O O	51	Polonya	Katowice

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Bakels Polska Sp Z O O	20	Polonya	Lodz
Belinda Sp Z O O - Belinda	35	Polonya	Jarocin
Bella Italia Pl Sp Z O O	40	Polonya	Warszawa
Bero Polska Sp Z O O - Bero	5	Polonya	Gdynia
Binder International Warszawa Sp Z O O [W Likwidacji]	400	Polonya	Warszawa
Bonduelle Polska S A	300	Polonya	Warszawa
Bunge Polska Sp Z O O	23	Polonya	Kruszwica
Carrefour Polska Sp Z O O	17000	Polonya	Warszawa
Cartos Sp Z O O	10	Polonya	Pszczyna
China Silk (Polonya) Co Ltd Sp Z O O	10	Polonya	Warszawa
Cp Kelco Polonya Sp Z O O	2	Polonya	Warszawa
Credin Polska Sp Z O O	120	Polonya	Sobotka
Csk Food Enrichment Polonya Sp Z O O	14	Polonya	Torun
Csm Polska Sp Z O O - Csm	27	Polonya	Warszawa
Curt Georgi Przedsiębiorstwo Usługowo Handlowe Grzegorz Jalouski	2	Polonya	Komorow
Dalsi Sp Z O O	73	Polonya	Ozarow Mazowiecki
Danisco Polonya Sp Z O O - Danisco	20	Polonya	Poznan
Desmin Sp Z O O - Desmin	34	Polonya	Mlawa
Dohler Polska Sp Z O O	18	Polonya	Mogielnica
Dohler Sp Z O O	130	Polonya	Mogielnica
Domina Sp Z O O	85	Polonya	Szczecinek
Dr Oetker Polska Sp Z O O	750	Polonya	Gdansk
Dsm Food Specialties Polonya Sp Z O O	5	Polonya	Mszczonow
Dystrybucja Integrator Sp Z O O Spolka Komandytowo Akcyjna [W Likwidacji] [W Upadlosci	1750	Polonya	Poznan
E D & F Man Commodities Sp Z O O	16	Polonya	Warszawa
Ecoval Polska Sp Z O O [W Likwidacji]	7	Polonya	Warszawa
Eden Springs Sp Z O O	400	Polonya	Dabrowa Gornicza

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Equus Polska Sp Z O O	8	Polonya	Garbow
Eurial Polska Sp Z O O	11	Polonya	Krakow
Eurocash S A	9344	Polonya	Komorniki
Eurovita Sp Z O O	76	Polonya	Poznan
Evora Sp Z O O	50	Polonya	Sulecin
Farutex Sp Z O O - Farutex	600	Polonya	Szczecin
Food & Coe Sp Z O O	5	Polonya	Bialystok
Fultom Sp Z O O - Fultom	50	Polonya	Oborniki
G C Hahn And Co Technika Stabilizowania Sp Z O O	10	Polonya	Przemierowo
Givaudan Polska Sp Z O O	20	Polonya	Warszawa
Globalmalt Polska Sp Z O O	47	Polonya	Bydgoszcz
Goodmills Polska Grodzisk Wielkopolski Sp Z O O	50	Polonya	Grodzisk Wielkopolski
Gympi Sp Z O O	24	Polonya	Warszawa
Havi Logistics Sp Z O O	300	Polonya	Warszawa
Henglein Gmbh Polska Sp Z O O - Henglein Polska Sp Z O O	40	Polonya	Katowice
Herbalife Polska Sp Z O O	30	Polonya	Raszyn
Hipp Polska Sp Z O O	90	Polonya	Warszawa
Hj Heinz Polska Sp Z O O	110	Polonya	Krobia
Hoogwegt Polonya Sp Z O O - Hoogwegt	25	Polonya	Warszawa
Hugli Food Polska Sp Z O O	30	Polonya	Lodz
I D C Polonia S A - I D C Polonia	53	Polonya	Libertow
Inflight Service Polonya Sp Z O O	35	Polonya	Warszawa
Interfood Polska Sp Z O O	28	Polonya	Warszawa
International Flavors & Fragrances (Polonya) Sp Z O O	16	Polonya	Warszawa
Ireks Prokopowicz Sp Z O O	23	Polonya	Zakrzew
J J Darboven Polonya Sp Z O O	60	Polonya	Rumia
Jan Piekarcz Sp Z O O	10	Polonya	Warszawa

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Jeronimo Martins Polska S A	37000	Polonya	Kostrzyn
Jonas Polska Sp Z O O	10	Polonya	Warszawa
K + S Polska Sp Z O O	26	Polonya	Poznan
Kalle Nalo Polska Sp Z O O	16	Polonya	Lodz
Komplet Polska Sp Z O O	200	Polonya	Tarnowo Podgorne
Konvin Sp Z O O	20	Polonya	Grojec
Kotanyi Polonia Sp Z O O	60	Polonya	Warszawa
Kuk Polska Sp Z O O	7	Polonya	Poznan
Lesaffre Ingredients Services Polska Sp Z O O	40	Polonya	Legnica
Lidl Sp Z O O - Lidl	350	Polonya	Tarnowo Podgorne
Lindt & Sprungli (Polonya) Sp Z O O	50	Polonya	Warszawa
Martin Bauer Polska Sp Z O O - Martin Bauer	177	Polonya	Witaszyce
Master Martini Polska Sp Z O O	15	Polonya	Modlniczka
Meggle Polska Sp Z O O	7	Polonya	Warszawa
Mgi Polska Sp Z O O	77	Polonya	Tarnowo Podgorne
Mieszko Bis Sp Z O O	40	Polonya	Warszawa
Moguntia Indasia Sp Z O O	14	Polonya	Suchy Las
Multeafil Sp Z O O	182	Polonya	Dobrzyca
Nestle Waters Polska S A	1000	Polonya	Warszawa
Nordzucker Polska S A - Nordzucker	330	Polonya	Opalenica
O K Owocowe Koncentraty Sp Z O O	75	Polonya	Przeworsk
Okechamp Plus Sp Z O O	51	Polonya	Poznan
Olam Polska Sp Z O O	20	Polonya	Warszawa
Pepsi Cola General Bottlers Polonya Sp Z O O	2000	Polonya	Warszawa
Pepsi Cola General Bottlers Polonya Sp Z O O - Pepsi Cola General Bottlers Polonya Sp Z O O Oddzial Znin	0	Polonya	Znin
Pfeifer & Langen Marketing Sp Z O O	22	Polonya	Poznan
Phoenix Pharma Polska Sp Z O O	67	Polonya	Warszawa

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Phytopharm Dobrzyca Sp Z O O	370	Polonya	Dobrzyca
Podravka Polska Sp Z O O - Podravka	217	Polonya	Kostrzyn Nad Odra
Polska Woda Sp Z O O	90	Polonya	Ozorkow
Poznalec Sp Z O O - Poznalec	2	Polonya	Poznan
Przedsiğbiorstwo Rol Ryz Sp Z O O	48	Polonya	Gdynia
Puratos Polska Sp Z O O	94	Polonya	Kostrzyn
Red Bull Sp Z O O	139	Polonya	Warszawa
Royal Brinkers Polska Sp Z O O	70	Polonya	Poznan
Sca Pr Polska Sp Z O O	219	Polonya	Tarnowo Podgorne
Segafredo Zanetti Polonya Sp Z O O	100	Polonya	Bochnia
Slodownia Soufflet Polska Sp Z O O	37	Polonya	Poznan
Smet Chocolates Polonya Sp Z O O	25	Polonya	Dobroszyce
Steinhauser Polska Sp Z O O [W Upadlosci]	48	Polonya	Warka
Svz Tomaszow Sp Z O O	140	Polonya	Tomaszow Lubelski
Swedeponic Polska Sp Z O O	50	Polonya	Grodzisk Mazowiecki
Sylvan Polska Sp Z O O	20	Polonya	Dopiewo
Tata Global Beverages Polska Sp Z O O	100	Polonya	Warszawa
Tate & Lyle Polonya Sp Z O O	5	Polonya	Lodz
Tchibo Coffee Service Polska Sp Z O O	60	Polonya	Warszawa
Tecwill Polska Sp Z O O	5	Polonya	Gdansk
Teekanne Polska Sp Z O O	100	Polonya	Krakow
Tekila Sp Z O O - Tekila	40	Polonya	Ostrzeszow
Tilton Sp Z O O	25	Polonya	Gorzow Wielkopolski
Trawis Sp Z O O	24	Polonya	Kamienna Gora
Tychydis Sp Z O O	130	Polonya	Tychy
Uniferm Polska Sp Z O O	23	Polonya	Poznan
Viking Malt Sp Z O O	30	Polonya	Sierpc
Vog Polska Sp Z O O - Vog	58	Polonya	Skierniewice

Firma Adı	Çalışan Sayısı	Ülke	Şehir
Warszadis Sp Z O O	159	Polonya	Warszawa
Wild Polska Sp Z O O	108	Polonya	Ilawa
Wr Grace Sp Z O O	0	Polonya	Warszawa
Zaklad Handlu Cukrohurt Sp Z O O	51	Polonya	Ropczyce
Zaltech Polska Sp Z O O	23	Polonya	Rzeszow
Zywiec Zdroj S A - Zywiec Zdroj	300	Polonya	Wegierska Gorka
Aliocor LT SRL SC	50-99	Moldova	Chişinău
Condiprod-Com SRL http://www.condimente.md	10-19	Moldova	Chişinău
Cvin-Com SRL http://www.cvincom.md	250-499	Moldova	Ialoveni
Daniela-Bujor SRL	20-49	Moldova	Hînceşti
Exclusiv Market SRL	0-9	Moldova	Chişinău
Ferex SRL	50-99	Moldova	Chişinău
Forward International SRL	50-99	Moldova	Chişinău
Rodals SRL http://www.rodals.md	50-99	Moldova	Chişinău
VAV Trading http://www.vav.md	100-249	Moldova	Bălţi
Anders Mattsson Agentur AB http://www.mattsson-agentur.se	0-9	İsveç	Askim
KåKå AB http://www.kaka.se	100-249	İsveç	Lomma
Sultan-Kaffe Rosteri AB http://www.sultankaffe.com		İsveç	Tollarp