



MARDİN BULGURUNUN MARKALAŞTIRILMASI FİZİBİLİTE RAPORU EYLÜL 2021



Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Fizibilite Raporunun Hazırlanması Projesi, Dicle Kalkınma Ajansı'nın 2019 Yılı Fizibilite Desteği kapsamında finanse edilmekte olup, Proje'nin yararlanıcısı Mardin Organize Sanayi Bölgesi Başkanlığı ve Proje ortağı Mardin Artuklu Üniversitesi'dir. Bu fizibilite raporu Prolink International tarafından verilen teknik destek çerçevesinde hazırlanmıştır.

Bu fizibilite raporu'nun içeriği Dicle Kalkınma Ajansı ve/veya Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili sorumluluk Mardin Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü, Mardin Artuklu Üniversitesi ve Prolink International'a aittir.

Etüdü Hazırlayan Birim ve Etüdün Hazırlanış Tarihi:

Proje Sahibi Kurum:

Mardin Organize Sanayi Bölgesi

Proje Ortağı:

Mardin Artuklu Üniversitesi

Müşavir Firma:

Prolink International

(Prolink Uluslararası Danışmanlık Eğitim Org. Dış Tic. Mim. İnş. Bil. San. Tic. Ltd. Şti.)

Fizibilite Raporu Hazırlanış dönemi: Eylül 2020 – Eylül 2021

Etüt Hakkında Yürütücüsü / İletişim Bilgileri

Proje Yürütücüsü: Ahmet Kayaoğlu - Dekan Yrd., Dr. Öğretim Üyesi

E-mail: ahmetkayaoglu@artuklu.edu.tr, **Tel:** +90 482 213 4002

Proje Teknik Destek Ekibi

Prolink International - Proje Teknik Destek Ekibi

Ekip Lideri: Servet SOYUŞEN - Uluslararası Kıdemli Uzman / Danışman / Öğitmen

E-mail: servet.soyusen@prolink.co, **Tel:** +90 850 532 75 06

Mardin Artuklu Üniversitesi - Proje Teknik Destek Ekibi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAYAOĞLU - Mardin Artuklu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Dr. Öğr. Üyesi Erhan POLAT - Mardin Artuklu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Doç. Dr. Yusuf DOĞAN - Mardin Artuklu Üniversitesi Kızıltepe Meslek Yüksekokulu

Dr. Öğr. Gör. Veysi ACIBUCA - Mardin Artuklu Üniversitesi Kızıltepe Meslek Yüksekokulu

Arş. Gör. Yavuz Selim GÜLMEZ - Mardin Artuklu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

YÖNETİCİ ÖZETİ

Bu çalışma, Dicle Kalkınma Ajansı desteği ile Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Projesi Fizibilite Etüdünün yaptırılmasına yönelik olarak Mardin OSB - Mardin Artuklu Üniversitesi ile Dicle Kalkınma Ajansı arasında imzalanan hizmet alım sözleşmesi ve teknik şartname kapsamında hazırlanmıştır.

Tarımın iki temel alanından biri olan bitkisel üretimde sahip olunan potansiyeli etkin kullanmak, planlı üretime geçmek ve tarımsal yeterliliği ve gelişmeyi en üst seviyeye çıkarmak ile birlikte bunu markalaştırıp uluslararası standartlarda sunmaktır. Tarım sektörü, gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun her ülke için ekonomik, sosyal ve politik açıdan önemli bir faaliyetlerdir. Mardin hem coğrafi yapısı ve iklim özellikleri hem de tarımsal ürün çeşitliliği açısından Türkiye'nin önemli tarım şehirlerinden biridir. Tarımsal ürünler içerisinde ise Coğrafi Tescil Belgesi almış Mardin Bulguru, Mardin tarımının başat ürünlerindendir. Mardin topraklarının %95,0'nın üzerinde tarıma elverişli ve kirlenmemiş doğası ile büyük bir potansiyele sahiptir. Mardin ili sahip olduğu sulanabilir arazi varlığı göz önüne alındığında, tarımsal faaliyetler açısından Türkiye'de önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. İşlenen arazilerin önemli bir kısmının ova kesiminde bulunması özellikle yeni teknolojilerin kullanımı açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu durumun tarımsal faaliyetlerin çeşitlendirilmesi bakımından fırsat olarak kullanılması halinde hem ürün çeşitliliği artırılarak yapılan faaliyetlerin riskleri azaltılabilecek hem de bölgede ekonomik değeri yüksek olan ürünlerin üretimi yaygınlaştırılabilecektir.

Bunun yanı sıra il sınırları içinde Mezopotamya Ovası'nın varlığı Mardin'i tarıma dayalı sektörler açısından öne çıkarmaktadır. Mardin ili sahip olduğu arazi varlığı göz önüne alındığında, tarımsal faaliyetler açısından Türkiye'de önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. İşlenen arazilerin önemli bir kısmının ova kesiminde bulunması özellikle yeni teknolojilerin kullanımı açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu durumun tarımsal faaliyetlerin çeşitlendirilmesi bakımından fırsat olarak kullanılması halinde hem ürün çeşitliliği artırılarak yapılan faaliyetlerin riskleri azaltılabilecek hem de bölgede ekonomik değeri yüksek olan ürünlerin üretimi yaygınlaştırılabilecektir

İlin tarihi İpek Yolu'nda bulunması, uluslararası hava limanına ve demir yoluna sahip olması, başta Irak, Suriye ve İran olmak üzere Ortadoğu pazarına yakın olması, entegre tesislerin kurulmasına imkan vermesi, ileri tarım teknikleri kullanılarak yapılan tarım üretimi, tarımsal sanayi için ihtiyaç duyulan ham maddenin karşılanabilir olması, tarıma uygun arazi yapısının bulunması, verimlilik açısından çok önemlidir.

Bu kapsamda Mardin Bulgurunun markalaştırılması çerçevesinde Mardin bulgurunun dünya pazarında yerini en iyi şekilde almasını sağlamak amacıyla bu fizibilite raporu hazırlanmış ve projenin optimum kapasitede çalışmasını sağlayacak bir model raporda sunulmuştur.

Projenin toplam maliyeti 6.587.054,43 TL olarak 2021 birim fiyatları üzerinden hesaplanmıştır. Projenin fayda maliyet oranı 4,74 ve geri ödeme süresi 3 yıl olarak hesaplanmış olup sosyal faydaları da göz önünde bulundurulduğunda kabul edilebilir bir süredir. Proje için yapılan talep ve teknik etüt analizleri olumlu çıkmakta, karlılık hesaplama sonuçları ise gerek ticari gerekse ekonomik açıdan projenin yapılabilir

olduğunu göstermektedir. Nihai hedef olarak Mardin ilinde kurulması planlanan Mardin bulgurunun markalaştırılması çalışması ile tarımsal kalkınmaya yönelik olarak, tarım-sanayi bütünleşmesinin sağlanması ve tarımsal pazarlama altyapısının güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda kurulması planlanan Mardin Bulguru Kooperatifi merkezinde verimliliği ve katma değeri yüksek, sağlıklı ürünler yetiştirilmesi sağlanacaktır.

TANIMLAR VE KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ADNKS	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AGROPARK	Tarım Teknoloji Parkı
AR-GE	Araştırma Geliştirme
BÜGEM	Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi
ÇKS	Çiftçi Kayıt Sitemi
DAP	Doğu Anadolu Projesi
DİKA	Dicle Kalkınma Ajansı
DSİ	Devlet Su İşleri
EFTA	Avrupa Serbest Ticaret Birliği
EPA	Çevre Koruma Kurumu
EPDK	Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu
GEP	Girişimcilik Eğitim Programları
GÖS	Geri Ödeme Süresi
GPDP	Gençlik Projeleri Destek Programı
GSYH	Gayrisafi yurt içi hasıla
IPARD	AB tarafından aday ve potansiyel aday ülkelere destek olmak amacıyla oluşturulan, Katılım Öncesi Yardım Aracı.
İEP	İşbaşı Eğitim Programları,
İKO	İç Karlılık Oranı
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
İVO	İç verimlilik oranı
KDV	Katma Değer Vergisi
KKO	Kapasite Kullanım Oranı
KKYDP	Kırsal Kalkınma Yatırımlarını Destekleme Programı
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
Mardin OSB	Mardin Organize Sanayi Bölgesi
MAÜ	Mardin Artuklu Üniversitesi

MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MEK	Mesleki eğitim kursları,
MYO	Meslek Yüksek Okulu
NBD	Net Bugünkü Değer
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OGG	Odak grup görüşmeleri
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
POLİNASYON	Bitkilerde polenlerin dişi tepciği ile buluşma olayı
SEGE	Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SOP	Sonuç Odaklı Program
SS	Sanayi Sitesi
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TAGEM	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TARMISS	Tarım Makineleri İhtisas Sanayi Sitesi
TEKNOPARK	Teknoloji Geliştirme Bölgesi
TİGEM	Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TKDK	Tarım Kırsal Kalkınma Kurumu
TR3	Mardin, Batman, Şırnak ve Siirt illerini kapsayan bölge
TTSM	Ankara Tohumluk Tescil ve Sertifikasyon Merkez Müdürlüğü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TYP	İŞKUR- Toplum Yararına Programlar
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu
YYM	Yarı yapılandırılmış mülakatlar

A YÖNETİCİ ÖZETİ	1
B ANA RAPOR	
İÇİNDEKİLER	
TANIMLAR VE KISALTMALAR	3
TABLolar	9
ŞEKİLLER.....	11
1. GİRİŞ	13
2. PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI.....	16
i. Projenin Tanımı.....	16
ii. Projenin Kapsamı: Mardin Bulguru Marka Stratejisi.....	19
1) Marka Kimliği Oluşturulması Süreci.....	19
2) Markalaşma Stratejisi	22
3) Marka Bağlılığını Etkileyen Faktörler	27
4) Marka Kimliği Oluşturma	28
5) Marka Farkındalığı	30
6) Marka Çağrışımları.....	31
7) Marka Vizyonu	31
iii. Mardin Bulgurun Markalaşması; mevcut durum ve proje ile yapılacaklar.....	34
3. PROJENİN ARKA PLANI	34
i. Sosyo-ekonomik Durum	34
ii. Sektörel ve/veya Bölgesel Politikalar ve Programlar	37
iii. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat.....	39
iv. Proje Fikrinin Kaynağı ve Uygunluğu.....	45
1) Projenin Sektörel ve/veya Bölgesel Kalkınma Amaçlarına (politika, plan ve programlar) Uygunluğu	45
2) Projenin Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi.....	46
3) Projenin diğer kurum projeleri ile ilişkisi	47
a) Proje ile eşzamanlı götürülmesi gereken diğer kurum projeleri.....	50

b) Projede başka kurum projesi ile fiziki çakışma oluşmamasına yönelik tedbirler	50
4) Projenin İdarenin Stratejik Planı ve Performans Programına Uygunluğu	50
5) Proje Fikrinin Arka Planı ve Gelişimi.....	50
6) Projeye İlgili Geçmişte Yapılmış Etüt, Araştırma ve Diğer Çalışmalar	51
4. PROJENİN GEREKÇESİ	52
i. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Talep Analizi.....	52
ii. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Gelecekteki Talebin Tahmini	67
5. MAL VE/VEYA HİZMETLERİN SATIŞ-ÜRETİM PROGRAMI	68
i. Satış Programı	68
ii. Üretim/İş Programı	68
iii. Pazarlama Stratejisi (fiyatlandırma, tanıtım ve dağıtım).....	71
6. PROJE YERİ/UYGULAMA ALANI.....	72
i. Fiziksel ve coğrafi özellikler	72
ii. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı	77
iii. Sosyal Altyapı	91
iv. Kurumsal Yapılar.....	96
v. Çevresel Etkilerin Ön-değerlendirmesi	96
vi. Alternatifler, Yer Seçimi ve Arazi Maliyeti	96
7. TEKNİK ANALİZ VE TASARIM	97
i. Kapasite Analizi ve Seçimi	97
ii. Alternatif Teknolojilerin Analizi ve Teknoloji Seçimi	98
iii. Seçilen Teknolojinin Çevresel Etkileri, Koruma Önlemleri ve Maliyeti	100
iv. Teknik Tasarım	100
v. Yatırım Maliyetleri	103
8. PROJE GİRDİLERİ	104
i. Girdi İhtiyacı (ham ve yardımcı maddeler)	104
ii. Girdi Fiyatları ve Harcama Tahmini	104
9. ORGANİZASYON YAPISI, YÖNETİM VE İNSAN KAYNAKLARI	105

i.	Kuruluşun Organizasyon Yapısı ve Yönetimi.....	105
ii.	Organizasyon ve Yönetim Giderleri	105
iii.	İnsan gücü İhtiyacı ve Tahmini Giderler.....	106
10.	PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI.....	107
i.	Proje Yürütücüsü Kuruluşlar ve Teknik Kapasiteleri	107
ii.	Proje Organizasyonu ve Yönetim	109
iii.	Proje Uygulama Programı (Termin Planı).....	109
11.	MARDİN BULGURU GZFT (SWOT) VE DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ.....	111
i.	Mardin Bulguru GZFT Analizi	111
ii.	Mardin Bulguru Değer Zinciri Analizi	113
12.	İŞLETME DÖNEMİ GELİR VE GİDERLERİ	114
i.	Üretimin ve/veya Hizmetin Fiyatlandırılması	114
ii.	İşletme Gelir ve Giderlerinin Tahmin Edilmesi	116
13.	TOPLAM YATIRIM TUTARI VE YILLARA DAĞILIMI	117
i.	Toplam Yatırım Tutarı (iç ve dış para olarak).....	117
1)	Arazi Bedeli (kamulaştırma giderleri).....	119
2)	Sabit Sermaye Yatırımı	119
3)	Yatırım Dönemi Faizleri.....	120
4)	İşletme Sermayesi.....	120
ii.	Yatırımın Yıllara Dağılımı	121
14.	PROJENİN FİNANSMANI.....	122
i.	Yürütücü ve İşletmeci Kuruluşların Mali Yapısı.....	122
ii.	Finansman Yöntemi	122
iii.	Finansman Kaynakları ve Koşulları	122
iv.	Finansman Maliyeti	122
v.	Finansman Planı	123
15.	PROJE ANALİZİ	124
i.	Finansal Analiz	124

1) Finansal Tablolar ve Likidite Analizi.....	124
2) İndirgenmiş Nakit Akım Tablosu	124
3) Finansal Fayda-Maliyet Analizi (NBD, İKO vb.)	131
4) Devlet Bütçesi Üzerindeki Etkisi	134
ii. Ekonomik Analiz.....	135
1) Ekonomik Maliyetler ve Faydalar	135
2) Ekonomik Fayda-Maliyet Analizi (ENBD, EİKO vb.).....	136
3) Maliyet Etkinlik Analizi (karşılaştırmalı birim üretim ve yatırım maliyeti)	141
4) Projenin Diğer Ekonomik Etkileri (katma değer etkisi vb.).....	141
iii. Sosyal Analiz.....	143
1) Sosyal Fayda-Maliyet Analizi.....	143
2) Sosyo-kültürel Analiz (katılımcılık, cinsiyet etkisi vb.)	144
3) Projenin Diğer Sosyal Etkileri (istihdama katkı vb.).....	144
iv. Bölgesel Analiz.....	144
v. Duyarlılık Analizi.....	145
vi. Risk Analizi	148
16. EKLER.....	151
i. Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) Raporu.....	151
17. KAYNAKÇA	152

TABLÖLAR

Tablo 1: Diğer Ulusal Politika Belgeleri.....	37
Tablo 2: Bölgesel Yatırımlara Sağlanan Destekler.....	40
Tablo 3: KKYDP- Kırsal Kalkınma Yatırımlarını Destekleme Programı	48
Tablo 4: Mardin İli KOSGEB Destekleri	49
Tablo 5: 2020 Yılı Aylık Ortalama Sıcaklık Değişimi Tablosu.....	74
Tablo 6: 1964- 2019 Yılları Arasındaki İklim Durumu Ölçümlerin Ortalaması	74
Tablo 7: 1964- 2019 arasındaki yağış durumu ölçümlerin ortalaması	75
Tablo 8: Ulusal Hava Kalite İndeksi Kesme Noktaları	76
Tablo 9: Mardin İlinde Sanayi Sektöründe İstihdamın Dağılımı (İlk 10 sektör)	79
Tablo 10: Mardin İli Sanayi Siteleri Doluluk Durumu	79
Tablo 11: Mardin İli Faydalı Model, Marka, Patent ve Tasarım İstatistikleri.....	80
Tablo 12: Mardin Dış Ticaretinde Ülkelerin Payları (%).....	82
Tablo 13: Mardin Dış Ticareti, 2016-2020 (milyon \$)	82
Tablo 14: Mardin İli Sektörel Dış Ticareti, 2020 (\$)	83
Tablo 15: Dünyada Buğday Üretimi (2019/2020).....	85
Tablo 16: Bitkisel Üretimde Mardin'in Türkiye'deki Konumu, 2019 (Ton)	88
Tablo 17: Mardin OSB'nin Ulaşım Akslarına Erişilebilirliği	88
Tablo 18: Cinsiyete Göre Mardin İli Nüfusu (2019)	91
Tablo 19: Mardin İli Nüfus Değişimi (2008-2019).....	91
Tablo 20: Yıllık Bazda Kapasite Seçimi	97
Tablo 21: Mardin Bulguru Kooperatifi Faaliyetleri	99
Tablo 22: Genel Laboratuvar Alet ve Ekipmanları.....	100
Tablo 23: Enstrümantal Analiz Cihazları	103
Tablo 24: Kooperatif Personel Sayısı ve Giderleri	106
Tablo 25: Proje Termin Planı	110
Tablo 26: Mardin Bulguru Potansiyelinin GZFT Analizi	112
Tablo 27: Mardin Bulguru Değer Zinciri Analizi	113

Tablo 28: Ar-Ge Laboratuvarı Hizmetleri ve Birim Fiyatları	114
Tablo 29: Diğer Test Hizmetleri ve Birim Fiyatları	115
Tablo 30: Denetim Gelirleri ve Birim Fiyatları.....	115
Tablo 31: İşletme Gelir ve Giderleri (TL).....	116
Tablo 32: Yatırım Maliyeti (TL)	117
Tablo 33: Markalaşma İşletme Dönemi Giderleri (ilk 3 yıl)	118
Tablo 34: İnşaat Yatırımı Maliyetleri	119
Tablo 35: İşletme Sermayesi Hesabı (TL).....	120
Tablo 36: Yatırımın Yıllara Göre Dağılımı (3 Yıl).....	121
Tablo 37: Öz kaynak, Borçlar	122
Tablo 38: Finansman Planı (Yatırım Dönemi).....	123
Tablo 39: İşletme Giderleri Tablosu	125
Tablo 40: Zirai Karantina, Zirai Mücadele ve Bitki Koruma Laboratuvar Analizleri	127
Tablo 41: Yapılacak Diğer Standard Analizler	127
Tablo 42: Toprak Analizleri ve Benzeri Hizmetler	128
Tablo 43: Laboratuvar Hizmetleri Ortalama Gelir Kalemleri	128
Tablo 44: Nakit Akım Tablosu.....	129
Tablo 45: Finansal NBD Hesaplanması	131
Tablo 46: Finansal İVO Hesaplanması	132
Tablo 47: Amortisman Hesaplaması	133
Tablo 48: Ekonomik NBD Analizi	137
Tablo 49: Ekonomik İVO Analizi	137
Tablo 50: Ekonomik Karlılık Endeksi Analizi	138
Tablo 51: Ekonomik Başa Baş Dönemi Analizi	139
Tablo 52: Ekonomik Geri Ödeme Süresi Analizi	140
Tablo 53: Katma Değer Hesaplaması	141
Tablo 54: Projenin İleri ve Geri Bağlantı Etkileri (Girdi-Çıktı Hesaplaması).....	141
Tablo 55: İKO Duyarlılık Analizi	146

Tablo 56: NBD Duyarlılık Analizi.....	147
Tablo 57: Temel Risklerle İlgili Risk Azaltma Tedbirleri.....	149

ŞEKİLLER

Şekil 1: Kent Kimliğinin Bileşenleri.....	20
Şekil 2: Marka Kimliğinin Bileşenleri	29
Şekil 3: Mardin Bulguru Marka Vizyonu	32
Şekil 4: Marka Yönetim Süreci.....	33
Şekil 5: E-TUYS Yatırım Teşvik Belgesi Alınması İşlem Adımları	42
Şekil 6: GZFT Analizi için Odak Grup Görüşmesi yapılması (Mardin Yay Hotel).....	53
Şekil 7: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	54
Şekil 8: Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı	54
Şekil 9: Katılımcıların Tarımsal Deneyim Süresi (yıl)	55
Şekil 10: Tarım Dışı Gelire Sahip Olma Durumu.....	55
Şekil 11: Hanehalkı Sayısına Göre Yüzde Dağılım (%)	56
Şekil 12: İşlenen Arazilerin Aidiyet Durumu (%).....	56
Şekil 13: İşletmelerde Makarnalık Buğday Üretiminde Tercih Edilen Tohumluk Çeşitleri (%)57	
Şekil 14 : Ürünün Satıldığı Yer	58
Şekil 15 : Depolama Yapılıyor Mu?.....	58
Şekil 16 : Bulgur Tüketicileri İle Yapılan Anket Çalışması Sonuçları	59
Şekil 17: Türkiye Tahıl Ekim Alanları (%).....	67
Şekil 18: Yatırımın Yapılacağı Bölgenin Uydu Görüntüsü	72
Şekil 19: Mardin haritası	73
Şekil 20: Mardin Mezopotamya Ovasından bir görünüş.....	77
Şekil 21: Mardin İli - İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı (%).....	78
Şekil 22: Mardin Bulguru Coğrafi İşaret Tescil Töreni	80
Şekil 23: Dünyada Buğday Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (2019/2020)	86
Şekil 24: Türkiye’de Buğday Üretimi, Arazi-Üretim (dekar-ton)	86

Şekil 25: Türkiye'nin Buğday Dış Ticaret Verileri (2015-2019)	87
Şekil 26: Mardin OSB ile Mardin Havalimanının uydu görüntüsü	89
Şekil 27: Mardin, Yıllara Göre Açık İşler	92
Şekil 28: Mardin, Yıllara Göre İşe Yerleştirme Sayıları	92
Şekil 29: Mardin, Kayıtlı İşsizlerin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	93
Şekil 30: Mardin, Eğitim Düzeylerine Göre Nüfusun Dağılımı	94
Şekil 31: Mardin Artuklu Üniversitesi	94
Şekil 32: Teknolojik Tarım; Veriye Hızlı Erişim Ve Veriyi Yönetme (Temsili).....	98
Şekil 33: Markalaşma Modeli Uzmanlık Alanı Belirleme Süreci	98
Şekil 34: Kooperatif Organizasyonu.....	105
Şekil 35: Mardin Artuklu Üniversitesi	107
Şekil 36: Bulgur Fabrikası Sahipleri İle Odak Grup Görüşmesi (Mardin Yay Hotel).....	111
Şekil 37: Ekonomik Başa Baş Yılı.....	139
Şekil 38: Ekonomik Geri Ödeme Süresi Analizi	140
Şekil 39: Projenin Sektörel Etkisi (Girdi-Çıktı Analizi)	143

1. GİRİŞ

Bu raporun amacı Mardin Bulgurunun markalaşmasını gerçekleştirmek için gerekli çalışmaların yapılması ile Mardin Bulgurunu uluslararası standartlara çıkarıp, pazarlama enstrümanları ile ulusal ve uluslararası erişim sürecini sağlamaktır.

Mardin Organize Sanayi Bölgesi arazisinde yaklaşık 1500 m²'lik alan üzerine yapılması planlanan Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Projesi yerleşkesi ile nihai olarak ildeki bulgurdan elde edilen katma değerın bütün değer zinciri boyunca artmasını sağlamak, ürün verimliliği ve kalitesinin artırılmasını sağlamak, ilin ve bölgenin öne çıkan sektörlerden biri olan Mardin bulguru konusunda araştırma, ürün geliştirme, proje geliştirme, yenilikçi model uygulamaları yapmak ve Mardin'de bulgurunun uluslararası standartlarda geliştirilmesi ve markalaşması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda kurulması planlanan merkez ile Mardin'in "Bulgur sektöründe yenilikler merkezi" olmasını sağlamak amacıyla fizibilite etüdünü yaptırmak ve kurulacak merkezin optimum kapasitede çalışmasını sağlayacak bir model geliştirmek projenin özel amacı olarak belirlenmiştir. Nihai olarak ise Ar-Ge çalışmaları ve üretici birlikleri ile tarımsal kapasitenin geliştirip Mardin Bulguru markası ile Mardin isminin tanınmasına katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Proje ile bölgede öne çıkan Tarım-Gıda konusunda araştırma, proje geliştirme, pazarlama yenilikçi model uygulamalar yapmak ve Mardin'de, bölgede ve ülkemizde tarım-gıda sektörünün gelişmesine destek olmak amacıyla hayata geçirilecektir.

Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer karakteristik özellikleri itibarıyla kökeninin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren fikri ve sınai mülkiyet haklarından biridir. Coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere ikiye ayrılır) ve ürünün gerçek üreticilerine katma bir değer yaratıp ürünün satın alınabilirliğini ve prestijini artırır. Küreselleşen dünyada coğrafi işaretlerin ürün kalitesini garanti edebilme ve ürünün ününü artırma özelliğinden dolayı üretici kimlikleri de belirginleşmektedir. Coğrafi İşaretli ürünler genellikle "markalaşmış" ürünlerden oluşmaktadır ve bu markalar piyasada ek bir değere layık görülebilmektedir. Asimetrik bilgi ve bilgi teorisi açısından coğrafi işaretlerin önemi büyüktür. Üretici ve tüketici arasındaki asimetrik bilgiden kaynaklı piyasa başarısızlıklarının çözümünde ayırt edici olarak kullanılan coğrafi işaretler piyasaların etkin çalışmasına katkıda bulunmaktadır. Bu ürünler ait olduğu yörenin karakteristik özelliklerini taşıdığı için o yörenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmekte ve üretimini canlandırmaktadır. Coğrafi işaret ile tescillendirme sisteminin politik, ekonomik ve turistik faaliyetlerin gelişmesinde çok önemli olması, geleneksel ürünlerin korunması gerektiğinin önemini açıklamakta ve yöresel ürün olarak da adlandırılan geleneksel ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabeti arttırdığını göstermektedir¹.

Mardin Bulgurunun coğrafi işaret tescilinin yapılmasına yönelik çalışmalar da Mardin Kızıltepe Ticaret ve Sanayi Odası'nın önderliğinde tamamlanmış ve tescil onayı yakın zamanda yapılmıştır. Mardin'de Bulgur Sanayicileri Derneği ve Mardin Artuklu Üniversitesi Mardin Bulgurunun Markalaşma sürecine liderlik yapmaktadır.

Mardin OSB bünyesinde kurulacak merkezde temel amaç üniversite ve araştırma merkezlerindeki akademik bilgi ve nitelikli işgücü potansiyelini teknoloji ile harmanlayarak tarımsal ve teknoloji odaklı firmaların oluşması ve gelişmesine katkı sağlanması sonucu üniversite-sanayi işbirliğini artırmaktır. Böylece nitelikli girişimcilere iş imkanları oluşturulacak ve ilin gelişimi desteklenecektir. Bu yönüyle Proje bölgesel ve ekonomik kalkınmada önemli rol

¹ Çakaloğlu, Mısra ve Çağatay, Selim, Coğrafi İşaretler ve Marka Değerine Sahip Ürünlere Yönelik Tüketici Algısı: Finike Portakalı ve Antalya Tavşan Yüreği Zeytini Örnekleri, TEAD, 2017; 3(1): 52-65, Araştırma Makalesi (Research Article)

oynayacaktır. 1500 m²'lik kapalı alanda Projenin sürdürülebilirliği başlangıçta OSB ve üniversite müteveli heyeti üyelerden oluşan Mardin Bulguru Derneği öncülüğünde Mardin Bulguru Kooperatifi teşkil edilecek ve profesyonel bir Kooperatif modeli ile işlemlerine devam edecektir. Parselasyon planları ve değişiklikleri, ifraz, tevhit, yola terk, yoldan ihdas ve ihdas haritaları gibi imar uygulaması ve değişiklik işlemleri kesinleşmiş uygulama imar planına göre Mardin Bulguru Kooperatifi tarafından hazırlanacak ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından onaylanarak yürürlüğe girecektir. Kesinleşmiş uygulama imar planına göre, oluşacak mevcut yapı tarafından hazırlanan ya da hazırlatılan ve Bakanlık tarafından uygun görülen alan tahsisi yapılacaktır

Merkezde kurulacak laboratuvarlar ile tüm bölge ve bölge dışına hizmet edecek ve birçok alanda analiz yapabilecek kapasiteye dolayısı ile ek gelir kaynağına kavuşmuş olacaktır. Kurulacak olan test ve analiz laboratuvarında Toprak ve Su Analizleri, Zirai Analizler ve Hayvansal ürün Analizleri yapılarak sadece Mardin ili değil benzer iklim ve bitki örtüsü çeşitliliğine ve tarımsal kültüre sahip bölgelerde hizmet veren kurum/kuruluşlarla sürekli iletişim halinde olunarak ticari faaliyetler, benzer yeni projelerle iş birliği ortamının ve sürdürülebilir iş birliği imkânı sağlanmış olacaktır. Bunun yanında tarımsal girişimcinin; iş kurma, iş geliştirme, mali danışmanlık gibi konularda girişimcinin doğru kaynaklara yönelmesi için eğitim ve danışmanlık hizmetleri de verilecektir

Risk analizi, projenin uygulanması süresince karşımıza çıkabilecek kontrol edilemeyecek belirsizlikleri ve riskleri öngörmek ve bunları alınacak tedbirler ile en aza indirmek için önemlidir. Proje yatırım aşamasında alınacak olan makine-teçhizatlar, laboratuvar cihazları dövizde endeksli olduğundan döviz fiyatlarındaki artışın %30'u geçmesi durumunda bütçede ilave bir maliyet çıkarma ihtimali bulunmaktadır. Bu durumda proje bütçesi Proje yönetim kurulu tarafından arttırılarak veya proje bütçesindeki kapalı alan büyüklükleri azaltılarak karşılanacaktır. Ayrıca yatırım aşamasında yapım işi sözleşme tarihinin yılın sonbahar aylarına denk gelmesi ve kış döneminin uzun, inşaat yapım süresinin kısa olması sebebiyle yapım sürecinde oluşabilecek riskler mevcuttur. Bu tarzda bir risk oluşması durumunda projenin tamamlanabilmesi için ek süre talep edilerek proje tamamlanabilecektir. Bu riski minimize etmek için alınan tedbir yine projeye ortak kurumlar alınmak suretiyle teknik ekibi güçlü kılarak hazırlık ve uygulama süreçlerinde zaman kaybı yaşamadan tamamlamaktır.

Proje kapsamında planlanan çıktılar şu şekildedir:

- Mardin Bulguru için alınmış olan Coğrafi İşaret belgesinin ticarileştirmesi sağlanacaktır.
- Mardin'de, bulgurdan elde edilen katma değer bütünü zinciri boyunca artmasını sağlanacaktır.
- Mardin Bulguru bölge, ülke ve dünya ölçeğinde yerini alacaktır.
- Mardin Bulguru ulusal ve uluslararası pazarlara önemli kalite ve standartlarda geliştirilip sunulacaktır.
- Mardin bulguru markası üst "marka kimliği" oluşturularak her bir üreticinin kendi markası yanında bu yeni "Mardin bulguru" markasını kullanması sağlanmış olacaktır.
- Mardin geneli önemli oranda olan ve iş arayan işgücü için istihdam alanı oluşturulması,
- Sektörde işletme sayısı, istihdam, çiftçi sayısı, tarım ürünleri üretim miktarı ve birim başı verim artacaktır.
- Tarımda üretim maliyeti düşecektir.

- Gençlerde ve çocuklarda Tarım kültürü gelişecektir.
- Bitki polinasyonu artışı ile bitkisel üretim artacaktır.
- Doğal sağlıklı ve organik tarım ürünleri üretimi artacaktır.
- COVID-19 salgını dolayısıyla oluşabilecek sağlıklı gıdaya erişim riski giderilecektir. Sağlıklı Tarımsal ürünler ulusal ve uluslararası pazarlara sunulacaktır.
- Nitelikli çiftçiler yetişecektir.
- En üst düzeyde bilinçli ve teknolojik tarım oluşturulacaktır.
- İl dışına olan göç azalacaktır.
- Kırsal kesimin gelir düzeyinin ve yaşam memnuniyeti artacaktır.
- Doğal sağlıklı ve organik tarım ürünleri üretimi artacaktır.

Mardin bulgurunun hammaddesi olan buğdayın yetiştirilmesi çerçevesinde tarımsal üretimi tehdit eden dolu, don, sel, kuraklık, fırtına gibi meteorolojik karakterli doğal riskler olasıdır. Bu doğal risklerin yönetiminde öncelik; teknik koruma önlemleri olacaktır ve tarımsal meteoroloji konusunda yapılan çalışmalarla kullanılan erken uyarı sistemleri tarımda doğal afetlerin vereceği büyük maddi ve ekonomik zararları minimize etmekte kullanılabilecektir. Orta ve uzun vadede yaşanacak kuraklık riski karşısında minimum su harcayan sulama sistemlerinin kullanımı çerçevesinde önlemler alınacaktır. Bunların dışında proje ile ilgili risk teşkil eden oluşumlar ve bunların önlenmesi için alınan tedbirler ilgili bölümde ayrıntılı olarak tablo halinde sunulmuştur.

Proje ticari açıdan incelendiğinde, %10,47 indirgeme oranından hesaplandığında, projenin Net Bugünkü Değeri (NBD) 25.535.999,94 TL olarak elde edilmektedir. Projenin yıllık bazda sağladığı İç Verimlilik Oranı (İVO) ise %35,41 olarak bulunmaktadır. Her iki gösterge de projenin yeterince karlı bir yatırım olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, projenin geri ödeme süresi 3 yıl olarak hesaplanmış olup sosyal faydaları da göz önünde bulundurulduğunda makul bir süredir. Projenin fayda-maliyet oranının 1'den büyük olması, kamu faydasını öne alan yatırım projeleri için kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Elde edilen 4,74 oranı, söz konusu projenin olumlu kabul edildiğinin ve belirlenen indirgenme oranının da kullanılmasıyla projenin sürdürülmesinin olumlu bir karar olacağını göstermektedir.

Her ne kadar raporda sabit fiyatlar kullanılmış ve KKO olabildiğince gerçekçi olarak belirlenmeye çalışılmış ise de 15 yıl gibi uzun bir süre içerisinde neler olabileceğini bugünden kestirmek mümkün olamamaktadır. Bu sebeple, fiyatlarda ve KKO'da aşağı veya yukarı dalgalanma olabileceği dikkate alınarak, NBD ve İKO'nun bu dalgalanmalardan nasıl etkileneceğinin belirlenmesi amacıyla duyarlılık analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, tam KKO %11'e kadar düştüğünde veya fiyatlar %85'e kadar indiğinde proje %10,47 iskonto oranı ile karlı bölgede kalmaktadır. Söz konusu KKO ve fiyatların beklenilenden yüksek çıkması durumunda ise karlılık önemli artmaktadır.

Sonuç olarak; proje için yapılan talep ve teknik etüt analizleri olumlu çıkmakta, karlılık hesaplama sonuçları ise gerek ticari gerekse ekonomik açıdan projenin yapılabilir olduğunu göstermektedir. Ancak fiyata karşı duyarlı olan projenin talep yönünü belirleyen pazarlama konusuna gereken önem verilmelidir.

2. PROJENİN TANIMI VE KAPSAMI

i. Projenin Tanımı

Proje Adı	: Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Fizibilite Raporunun Hazırlanması Çalışmaları, TRC3/19/FZD/004
Sektör/Alt Sektör	: Markalaşma, Bilimsel AR-GE faaliyetleri
Proje Sahibi Kuruluş	: Mardin Organize Sanayi Bölgesi
Proje Ortağı Kuruluş	: Mardin Artuklu Üniversitesi
Uygulama Yeri	: Mardin
Uygulayıcı Birim	: Mardin Artuklu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Maliyet ve Temel Kalemler	: 6.587.054,43 TL yapım, tefrişat ve mal alım işi

Mardin Bulgurunun Markalaşmasını gerçekleştirmek için gerekli çalışmaların yapılması ile Mardin Bulgurunu uluslararası standartlarda çıkarıp, pazarlama enstrümanları ile ulusal ve uluslararası erişim sürecini sağlamaktır.

Mardin Organize Sanayi Bölgesi arazisinde yaklaşık 1500 m²'lik alan üzerine yapılması planlanan Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Projesi yerleşkesi ile nihai olarak ildeki Bulgur ürün verimliliği ve kalitesinin artırılmasını sağlamak, ilin ve bölgenin öne çıkan sektörlerden biri olan Mardin Bulguru konusunda araştırma, ürün geliştirme, proje geliştirme, yenilikçi model uygulamaları yapmak ve Mardin'de Mardin Bulgurunun uluslararası standartlarda geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Bu kapsamda kurulması planlanan merkez ile Mardin'in tarımda özellikle Bulgur sektöründe "Yenilikler Merkezi" olmasını sağlamak amacıyla fizibilite etüdünü yaptırmak ve kurulacak merkezin optimum kapasitede çalışmasını sağlayacak model geliştirmek projenin özel amacı olarak belirlenmiştir. Nihai olarak ise Ar-Ge çalışmaları ve üretici birlikleri ile tarımsal kapasitenin geliştirip Mardin Bulguru markası ile Mardin isminin tanınmasına katkıda bulunacaktır. Proje ile bölgede öne çıkan Tarım-Gıda konusunda araştırma, proje geliştirme, pazarlama yenilikçi model uygulamalar yapmak ve Mardin'de, bölgede ve ülkemizde tarım-gıda sektörünün gelişmesine destek olmak amacıyla hayata geçirilecektir.

15 ayda tamamlanması öngörülen proje ile elde edilmesi beklenen çıktılar şu şekildedir:

- Mardin Bulguru için alınmış olan Coğrafi İşaret belgesinin ticarileştirmesi sağlanacaktır.
- Mardin Bulguru bölge, ülke ve dünya ölçeğinde yerini alacaktır.
- Mardin Bulguru uluslararası ve ulusal pazarlara önemli kalite ve standartlarda geliştirilip sunulacaktır.
- Mardin bulguru markası üst "marka kimliği" oluşturularak her bir üreticinin kendi markası yanında bu yeni "Mardin bulguru" markasını kullanması sağlanmış olacaktır.
- Mardin geneli önemli oranda olan ve iş arayan işgücü için istihdam alanı oluşturulması,
- Sektörde işletme sayısı, istihdam, çiftçi sayısı, tarım ürünleri üretim miktarı ve birim başı verim artacaktır.
- Tarımda üretim maliyeti düşecektir.
- Gençlerde ve çocuklarda Tarım kültürü gelişecektir.

- Bitki polinasyonu artışı ile bitki florası korunacak, bitkisel üretim artacaktır.
- Nitelikli çiftçiler yetişecektir.
- En üst düzeyde bilinçli ve teknolojik tarım oluşturulacaktır.
- İl dışına olan göç azalacaktır.
- Kırsal kesimin gelir düzeyinin ve yaşam memnuniyeti artacaktır.
- Doğal sağlıklı ve organik tarım ürünleri üretimi artacaktır.

Bölgede ve Türkiye’de Tarım alanındaki rekabet seviyesinin artırılması noktasında Mardin’in büyük bir kapasiteye sahip olduğu başta bulgur olmak üzere tarım potansiyeli ile TRC3 Bölgesi bölge planı Ekonomik Dönüşüm ve Büyüme eksenı altında 1. hedef olan "*Tarımsal Üretimdeki Rekabet Gücünün Artırılması*", 2. hedef "*Tarımda Kaynakların Etkin Kullanılması*" ve aynı eksen altında yer alan 9. hedef olan "*Ar-Ge, Markalaşma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Geliştirilmesi*" hedeflerine uygun olacak şekilde bölgenin kalkınması ve tarım alanında kurulması planlanan Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Projesi ile Mardin ili ve bölgenin tarımsal potansiyelini harekete geçirerek, tarımsal verimliliği artırılması ve tarımsal ihracata katkı sağlamak projenin genel amacı olarak belirlenmiştir



Bu bağlamda, planlanan projede amaçlanan sektörün üretim altyapısının ve beşeri kaynaklarının geliştirilmesi, Tarımsal Üretimdeki Rekabet Gücünün Artırılması, istihdamın sağlanması, tarım ve hayvancılık potansiyelin artırılması üst ölçekli On Birinci Kalkınma Planı, Güneydoğu Anadolu Bölge Planı, Tarım ve Orman Bakanlığı ilgili stratejileri ile önemli ölçüde uyum sağlamaktadır. Bu plan ve proje ile örtüşen stratejiler aşağıdaki gibidir:

On Birinci Kalkınma Planı projemizi önemli şekilde desteklediği ortaya çıkmaktadır. Planın 2.2.2. Öncelikli Gelişme Alanları, 2.2.2.1. Tarım başlığı altında proje amaçlarına ilişkin aşağıdaki hususlara yer verilmiştir.

416. Maddesinde; Tarımsal araştırma faaliyetlerinde kamu, üniversite, özel sektör ve sanayi kesimi arasındaki koordinasyon ve iş birliği geliştirilerek tarımsal Ar-Ge çalışmalarının etkinliği ve niteliği artırılacaktır.

416.3. Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşması Programı kapsamındaki ilgili üniversiteler başta olmak üzere, Tarım ve Orman Bakanlığı ile iş birliği içerisinde, tarımsal üretim ve verimliliği artırmaya yönelik araştırma faaliyetlerine önem verilecektir.

416.4. Akıllı tarım teknolojileri başta olmak üzere yenilikçi ve çevreci üretim teknikleri geliştirilecek ve desteklenecektir.

407.2. Başta yüksek katma değerli tıbbi ve aromatik bitkilerde olmak üzere, ürün güvenilirliği, çeşitliliği ve üretimini artırmak amacıyla, iyi tarım uygulamaları, organik tarım, sözleşmeli üretim, kümelenme, araştırma, pazarlama ve markalaşma faaliyetleri desteklenecektir.

418.1. Başta kadın ve genç çiftçilere yönelik olmak üzere, üretim maliyetlerinin düşürülmesi teknoloji kullanımı, kaliteli ve sağlıklı ürün üretimi konularında eğitim verilecek, yayım ve sertifika programları ile tarımsal becerinin geliştirilmesine yönelik kurslar düzenlenecektir.

418.2. Akademisyen ve araştırma personelinin eğitim ve yayım programlarına katılımı artırılarak Ar-Ge ve yayım ilişkisi güçlendirilecektir.

418.3. Üretici örgütlerinin eğitim ve yayım hizmeti sağlamaya yönelik kapasiteleri iyileştirilecektir.

409.3. Ürün çeşitliliği ve markalaşma ile uluslararası rekabet edebilirliğin artırılması desteklenecektir.

Dicle Kalkınma Ajansı'nın, Proje 2014-2023 dönemi TRC3 Bölgesi bölge planı Ekonomik Dönüşüm ve Büyüme eksenı altında 1.hedef olan "Tarımsal Üretimdeki Rekabet Gücünün Artırılması", 2.hedef "Tarımda Kaynakların Etkin Kullanılması" ve aynı eksen altında yer alan 9. hedef olan "Ar-Ge, Markalaşma ve Pazarlama Faaliyetlerinin Geliştirilmesi" konuları dikkate alınarak; TRC3 Bölgesinde ana geçim kaynağının tarım ve hayvancılık olduğu gerçeği doğrultusunda, proje; vizyonu olan, tarımsal ürünleriyle rekabet gücü yüksek kapasitesiyle, Mardin Türkiye'nin Ortadoğu, Avrupa, Afrika ve Orta Asya'ya açılan ticaret ve lojistik merkezi konumundadır. Mardin'in sahip olduğu havayolu, demiryolu ve kara yolu bağlantıları ile önemli bir konumda olup tarımda önemli merkez olmaya adaydır.

5488 sayılı Tarım Kanunu'nun tarım politikalarının önceliklerini belirten 6. Maddesinin (a), Tarımsal üretimde verimlilik, ürün çeşitliliği, kalite ve rekabet gücünün yükseltilmesi.

Tarım ve Orman Bakanlığının 2018-2022 Stratejik Planı içerisinde, Orta Vadeli Program ve Mali Plan ile Yıllık Program, Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi ve Kırsal Kalkınma Eylem Planı gibi üst politika belgeleri incelenerek Bakanlık tarafından tespit edilen konular çerçevesinde; Tarım sektörünün Geliştirilmesine ve tarım politikalarının oluşturulmasına yönelik araştırmalar yapılması, Çiftçinin örgütlenmesi ve bilinçlendirilmesi, Tarımsal desteklemelerin etkin bir şekilde yönetilmesi, Bitkisel ve hayvansal üretim çalışmalarına yer verilmekle birlikte 2018 yılı faaliyet raporunda Tarım ve hayvancılık yatırımlarının desteklenmesine ilişkin bakanlar kurulu kararına istinaden desteklenmektedir.

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın faaliyet raporunda bitkisel üretim sektörüne yapılacak her türlü yatırımın öncelikli desteklenecek alan içinde gösterilmektedir.

Yukarıdaki bahsi geçen 11. Kalkınma Planı, Ulusal Strateji Belgeleri, Stratejik Plan verileri ışığında Projemizin ilde, bölgede ve ülkemizde büyük destek gören önemli bir proje olduğunu göstermektedir.

Toplam yatırım tutarı **6.587.054 TL** olan projenin finansman kaynağı %90'nı Dicle Kalkınma Ajansı Güdümlü Proje Desteği veya Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı desteği ile %10'uda Mardin Organize Sanayi Bölgesi eş finansmanı ile karşılanması öngörülmektedir.

ii. Projenin Kapsamı: Mardin Bulguru Marka Stratejisi

Proje Mardin Bulgurunun Coğrafi işaret belgesinin ticarileştirilerek üreticilere katma değer kazandırması ve bu bağlamda Mardin Bulgurunun Markalaşmasına ilişkindir.

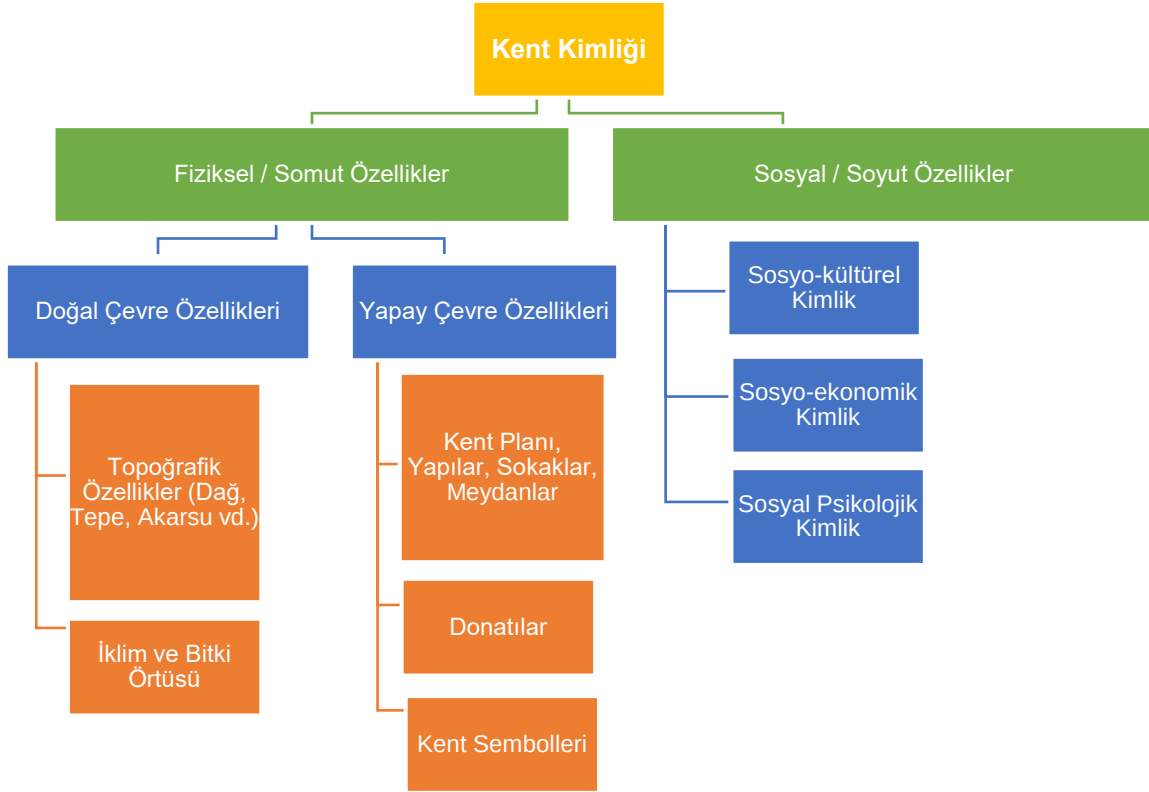
1) Marka Kimliği Oluşturulması Süreci

Mardin Bulguru, Mardin kimliğinin bir parçası olmakla birlikte ürün olarak kendine has bir marka kimliğine de sahip olacaktır. Mardin Bulgurunun marka kimliğinin oluşturulmasında bulgurun şehir kimliği ile özdeşleşmesi söz konusudur.

Kimlik, (identity) genel olarak; özdeşlik, benzerlik, aynılık ve süreklilik anlamlarına gelmekle birlikte belirtici (signifier) bağlamında kendini *bir gruba ait saymak* anlamında kullanılmaktadır. Kentlerin de kendilerine ait kimlikleri vardır. Bu kimlikler sayesinde her kent, nev'i şahsına münhasır bir nitelik kazanır. Her kentin kendine özgü coğrafi konumu, mimarisi, kültürel yapısı, yaşam biçimi, gelenek ve görenekleri ile bir bütünlük arz eder. "Kent Kimliği (Urban Identity) belli bir geçmişi olan, sürekli gelişmeye devam eden ve belli faktörlerle şekillenen kavramlar bütünüdür. Kent kimliğini en çok etkileyen faktörlerin başında o kentin fiziksel, sosyo-ekonomik, kültürel ve tarihsel özellikleri gelmektedir. Kent kimliği kavramı aynı zamanda o kentte ikamet edenlerin yaşadıkları yere yükledikleri anlamlandırma ve değerler kümesi olarak da nitelendirilebilir".

Kent kimliğini oluşturan özellikler aşağıdaki şemadaki gibi özetlense bile bu özellikler arasındaki etkileşimin yönü ve gücü de kent kimliğini oluşturan özellikler arasında sayılabilmektedir. Örneğin, sosyal ve kültürel kimlik doğal çevre ve yapay çevre özelliklerinden güçlü bir şekilde etkilenmekte, sosyo-ekonomik kimlik de, kent planı ve peyzajını önemli ölçüde etkileyebilmektedir.

Şekil 1: Kent Kimliğinin Bileşenleri



Kaynak: Beyhan ve Ünügür (2005)²

Kentler yaşam biçimi açısından birbirlerine benzer görünmelerine ve temel ortak özelliklere sahip olmalarına rağmen, kendi tarihsel gelişim süreci içinde oluşturdukları bazı farklılıkları mevcuttur. Kent kimliği uzun bir zaman dilimi içinde şekillenmektedir. Yer pazarlaması ile kentler için uygun pazarlama stratejileri geliştirilerek, orada yaşayanların ve gelecek yabancıların beklentileri karşılanmaya çalışılır. Kent markalaşması bir yerin değerini ve çekiciliğini arttırmak bakımından önemlidir. Kentsel yaşam kalitesini yükseltmeye ve sürdürülebilir kalkınmaya destek sağlamaktadır. Bir kentin yeme-içme kültürü ile yerel gıda ürünleri kentin marka kimliğinin oluşturulmasına büyük katkı sağlamaktadır.

Kent pazarlaması teoride yer pazarlamasının kapsamına girmektedir. Başlangıçta sadece firmalar tarafından kullanılan pazarlamanın; zamanla ülkeler, bölgeler, şehirler gibi yerler için uygun bir faaliyet olduğuna ve bilim insanları arasında yerlerin, firmaların ürün veya hizmetlerini pazarladığı kadar verimli bir şekilde pazarlanması gerektiğine dair bir fikir birliği oluşmuştur. Özel sektördeki en gelişmiş pazarlama uygulamalarından yararlanılarak yerlerin pazarlanması ile ilgili çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır. Amerikan Pazarlama Derneği'nin sözlüğünde Yer Pazarlaması: "Hedef kitlelerin belirli bir yerle ilişkili ürün veya hizmetlerle ilgili olarak olumlu yönde davranmasını etkilemek için tasarlanmış pazarlama" olarak tanımlanmıştır. Sosyokültürel özellikler toplumsal değerler, dil, inanç, aile yapısı, hayat tarzı, misafirperverlik, cana yakınlık, hoşgörü gibi davranış ve tutum, el sanatları, mutfak kültürü gibi yıllar içinde şekillenmiş unsurlardan, karnaval, festival gibi sürekli olarak düzenlenen

² Beyhan, G. Ş. ve Ünügür, S. M. (2005), 'Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli', İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama ve Tasarım Dergisi, 4(2): 79-87.

etkinliklerden oluşmaktadır. Beşeri çevreler ise kentte yaşamış veya yaşamakta olan kişileri, toplumu, inanç, politika, bilim, sanat, spor gibi konularda iz bırakmış ve tanınmış kişileri kapsamaktadır.³

Gastronomi: Yemeği iyi yeme merakı ve sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi (TDK Sözlüğü) olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi kent sakinlerinin ve ziyaretçilerinin açlık ihtiyacının giderilmesi ve beslenmesi açısından önemli bir konudur. Sağlığa uygun, hijyenik koşullarda hazırlanmış gıdalarla beslenmek sağlık açısından önemlidir. Bir kent insanlar tarafından çeşitli amaçlarla ziyaret edilebilmektedir. Günümüzde yiyecek içecek faaliyetleri ziyaretçiler için başlı başına bir çekim unsurudur. Seyahat firmaları tarafından Gastronomi turları düzenlenmektedir. Gastronomi giderek önemi artan bir sektör haline gelmeye başlamıştır. Gastronomi turizmi sanayisi, yemek rehberlerinden ve restoranlardan başka her çeşit mutfak tecrübelerini de içerisine alır. Bu alanda aşçılık okulları, gastronomi tur operatörleri, yemek kitapları satan dükkânlar, tur rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili etkinlikler, tarla sahipleri ile üreticiler bulunmaktadır.⁴

2004'te kurulan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), şehirler tarafından kendi yetenek ve enerjilerini yönlendirecekleri yaratıcı endüstri sektörü tercihlerine göre seçilebilecek yedi tema etrafında şekillendirilmiştir. Bu temalar edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olarak belirlenmiştir. Hâlihazırda, Yaratıcı Şehirler Ağı'nın 72 ülkeden 180 üyesi bulunmaktadır. 2015'te Gaziantep, 2017'de Hatay, Unesco Yaratıcı Şehirler Ağına, Gastronomi kategorisinden girerek tescilli "Gastronomi Şehri" unvanını kazanmıştır (UNESCO Türkiye)⁵. UNESCO'nun (2014) Yaratıcı Gastronomi Şehri olmak için gereken standartları sağlamaya istekli olan şehirlere yardımcı olmak için hazırladığı rehber niteliğindeki özellikler şunlardır:⁶

- Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristiği olan iyi gelişmiş gastronomi,
- Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulunması,
- Geleneksel mutfakta kullanılan yerel malzemeler,
- Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel pişirme uygulamaları ve yöntemleri,
- Geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisi,
- Gastronomiyle ilgili festivaller, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş çapta hedeflenen tanıtma faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği,
- Çevreye saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin tanıtımı,
- Kamuoyu takdirinin sağlanması, eğitim kurumlarında beslenmenin desteklenmesi ve aşçılık okulları müfredatlarında biyoçeşitlilik koruma programlarının dahil edilmesi.

³ Gök, Ayda, Kent Markalaşmasına Gastronominin Etkisi: Malatya Üzerine Bir Değerlendirme, I. Uluslararası İletişim Ve Yönetim Bilimleri Kongresi Bildirisi, Malatya, Türkiye, 26 - 28 Eylül 2019

⁴ Çağlı, İrmak B.(2012). Türkiye'deki Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

⁵ UNESCO Türkiye, UNESCO Türkiye Millî Komisyonu; <http://www.unesco.org.tr/>

⁶ David Pearson & Thomas Pearson (2017). Branding Food Culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy, Journal of Food Products Marketing, 23:3, 342-355.

- Teknolojik ilerlemelerle gelişen ve çeşitlenen ulaşım ve medya imkânlarıyla seyahat etmek ve dünyanın her yerine tanıtım yapmak kolaylaşmıştır.

Bu gelişmelerle beraber bireylerin farklı yerleri görme ve kültürleri tanıma isteği daha fazla seyahat etmelerine yol açmıştır. Dünyada yaşanmakta olan küreselleşme ile beraber giyim, beslenme gibi konularda tek tipleşme eğilimi görülmekte ve bu durum yerel kültürel mirasın kaybolmasına, zamanla unutulmasına yol açmaktadır. Bir kentin kültürel birikiminin korunması ve gelecek nesillere aktararak yaşatılması önemlidir. Gastronomi kültürü de bunlardan birisidir.

Dünyada İsviçre (çikolata), Hollanda (peynir), Almanya (sosis), İtalya (makarna, pizza, zeytinyağı) gibi yerler, gastronomi ile marka değeri taşımaktadır. Mardin ili için de Mardin bulgurunun kent marka kimliğine katkı sağlayacak gastronomi turizmini destekleyecek ekonomik değeri yüksek bir ürün olduğu değerlendirilmektedir. Mardin bulgurunu içeren yöresel yemekleri yapma bilgi ve becerisine sahip olanlar ile restoran sahipleri arasında iş birliği programlarının geliştirilmesi yararlı olacaktır⁷. Böylece yöresel yemeklerin daha fazla çeşitle ve daha çok noktada sunumu sağlanacaktır. Bu beceriye sahip yöre insanı için de gelir elde etme fırsatı doğacaktır. Ticari kuruluşlar, üniversiteler ve kamu kuruluşlarıyla, özel sektör ve yerel halkın markalaşma sürecinde yer alması ve yerel yöneticilerin konuyla ilgilenerek öncülük etmesi büyük önem taşımaktadır. Kent markalaşması Valilik, belediye, ticaret odası, sivil toplum kuruluşları, medya ve özel sektörün iş birliği içinde üzerine eğilmesi gereken bir konudur.

Mardin için hazırlanan mevcut markalaşma, tanıtım ve turizm konulu çalışmalar kapsamında, gastronomi festivali ve kongresi, gastronomi turizm sempozyumu vb. planlı etkinlikler gerçekleştirilebilir. Kurumsal yapının tesis edilmesi ile kapsamlı bir Markalaşma Stratejisi çerçevesinde bu hususlar detaylı bir şekilde değerlendirilecektir.

2) Markalaşma Stratejisi

Marka, ürünün kimliğini, kökenini, farklılıklarını, nadir bulunur kalitesini ve kalıcılığını sembolize etmektedir. Aynı zamanda marka, kalitenin garantisi anlamına gelmekte yani tüketiciye sunulan özellik, fayda ve hizmetin sürekliliğini ifade etmektedir.

Markalaşmanın temelini bir ürünün farklılaştırılması yoluyla rekabet gücünün artırılması oluşturmaktadır. Farklılaşma sonucu müşterilerin fiyata karşı duyarlılıkları azalacağından bu durum firmalara rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu noktada marka yönetiminde öncelikle ürünü rakiplerinden farklılaştırarak tüketici zihninde kalıcı bir yer edinmek ve satışları arttırmak hedeflemektedir. Markalaşma sürecinde tüm pazarlama aktiviteleri ve iletişim çalışmaları, söz konusu markanın diğerlerinden ayrılması ve diğerlerine göre tercih edilmesi esasına dayandırılmaktadır. Markanın başarısı ve gücü, ürünü farklılaştırma derecesine bağlıdır. Oluşturulan fark tüketiciye önemli bir yarar sağlamalı, farklı bir yolla sunulmalı, tüketicinin bütçesine uygun ve firmaya kar sağlayıcı olmalıdır⁸.

Markalaşma tüketici yanında üreticiler için de pek çok fayda sunmaktadır. Artan üstünlüğün sonucunda oluşan müşteri bağlılığı ve azalan fiyat hassasiyeti üreticiye ürünün pazar payını artırmada önemli bir katkı sağlamaktadır.

Marka, herhangi bir ürün, mal veya hizmetin ekonomik değerini yansıtan, rakiplerinden ve/veya aynı cinsten muadilleriyle ayırt edilmesini sağlayan, bilinirliğini artıran, hedef kitlesi, alıcısı veya ilgilisi sosyal gruplar için tüketici davranışını etkileyen, işaret, damga, özel ad olarak

⁷ Gök (2021)

⁸ Öztürk, 2012

tanımlanabilir⁹. Burada ifade edilen tekil marka bileşenleri, marka kimlikleri ve bunların toplamı ise “marka” olarak ifade edilmektedir.

Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlüğe göre “Marka”, İtalyanca kökenli bir sözcüktür ve “*Resim veya harfle yapılan bir işaret, bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işaret, tanınmış ürün, saygın kişi*” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2019). Fransızcadaki mal veya ürüne ilişkin işaret (marque), İngilizcede aitik ve sahiplik belirtecek ve ayırt edici bir şekilde damga ve işaret, damgalamak veya işaretleme (brand), Almandaki sınai mülkiyet haklarını çağrıştıracak şekilde sınır veya sınır çizgisi anlamında (marc) kullanılmaktadır¹⁰.

Türk Hukuk Sisteminde Marka ve Marka korunmasına ilişkin uzun ve sağlam bir müktesebat bulunmaktadır. Bunlar arasında Avrupa ile benzer niteliklere sahip ilk hukuki düzenleme olarak *Eşya-i Ticariyeye Mahsus Alamet-i Farikalara Dair Nizamnamesi* (1871)'dir. Bu nizamnamenin ardından geçen 135 yılda; *İhtira Beratı Kanunu* (1879), *Sınai Mülkiyetin Himayesine Mahsus Milletlerarası Bir İttihat İhdas Edilmesine Dair Mukavele* (1883), Cumhuriyetin kurulması ile taraf olduğumuz *Sınai Mülkiyetin Korunması için Uluslararası Bir Birlik Oluşturulması Hakkındaki Paris Sözleşmesi* (1925), *Marka Kanunu* (1965), *Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı (WIPO) Kuruluş Anlaşmasına* taraf olunması (1976), 24/6/1994 tarihli *Türk Patent Enstitüsünün Kurulması* ve 6769 sayılı Kanun ile isminin Türk Patent ve Marka Kurumu olarak değiştirilmesi Türkiye’de hukuki ve kurumsal alanda Marka korunmasına ilişkin önemli adımlar olarak dikkat çekmektedir.

Marka ve Marka Korunmasına ilişkin önemli bir hukuki düzenleme olarak 24/6/1995 tarihli ve 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (HKH) 2016 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. Bu HKH 6769 sayılı Kanun ile mülga olmuştur.

22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanun kapsamında marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ve geleneksel ürün adları ile birlikte değerlendirilmekte ve marka’ya ilişkin düzenlemeler içermektedir. 6769 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinde “*Marka, bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlaması ve marka sahibine sağlanan korumanın konusunun açık ve kesin olarak anlaşılmasını sağlayabilecek şekilde sicilde gösterilebilir olması şartıyla kişi adları dâhil sözcükler, şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işareten oluşabilir.*” olarak ifade edilmektedir.

Markanın değeri, o markanın sahip olduğum tüm soyut ve somut varlıkların toplam değeri olarak tanımlanabilmektedir¹¹. Keller (1993), marka değerinin ana bileşenleri olarak marka bilinirliği altında marka farkındalığı ve marka imajını vurgulamıştır. Ayrıca, güven, markaya ilişkin çağrışımlar, etkileme gücü ve marka sadakatini de marka değerinin unsurları olarak ifade etmiştir. Tüketicinin markayı farklı şartlar altında ayırt edilen, tanıma yeteneği olarak ifade edilen marka farkındalığı, tüketicinin algısal ve bilişsel olarak o markaya ilişkin şekillenen değerinin bir unsurudur. Reklamlar marka farkındalığının artırıcı bir işleve sahiptir. Marka farkındalığı, tüketicilerin satın alma kararlarında ve tercihlerinde etkili bir faktördür¹².

Bir markanın bir işletme için değeri, güçlü bir markaya sahip olmanın oluşturduğu bazı piyasa faydalarının kapsamında değerlendirilebilir. Akademik araştırmalar gözden geçirildiğinde marka değerinin işletmeye olan faydaları aşağıdaki şekilde özetlenebilir¹³:

⁹ Kohler, 1991, s. 442

¹⁰ Akyüz, 2009, s. 8

¹¹ Keller, 1993, s. 4-7

¹² Valkenburg & Buijzen, 2005, s. 462

¹³ Hoeffler & Keller, 2003, s. 432

- Ürün performansına ilişkin algıların geliştirilmesi,
- Müşteri bağlılığın artması,
- Rekabetçi piyasa koşullarına ve pazarlama krizlerine karşı daha az kırılganlık,
- Daha büyük kar marjları,
- Fiyat düşüşlerine karşı daha esnek müşteri tepkisi ve fiyat artışlarına karşı esnek olmayan müşteri tepkisi,
- Tedarikçilerle ara kademedeki ticaret, iş birliği ve destek mekanizmalarının geliştirilmesi,
- Pazarlamada iletişim etkinliğinin artırılması,
- İlave lisanslama ve marka yayılma fırsatları

Uluslararası düzeyde markalar üzerinde araştırma yapan şirketler her yıl dünyanın en değerli ve en iyi markaları listeleri yayımlamaktadır. Kimi zaman zaman küresel ölçekte, kimi zaman ise ülkelere has raporlarda dünya ve o ülkenin en kıymetli markaları ilan edilmektedir. Bu tür listeler ve sıralamalar kentler için de yapılmaktadır¹⁴.

Marka şehir olmak kentlere büyük avantajlar sağlamaktadır bu nedenle birçok kent marka haline gelmek istemektedir. Günümüzde bazı şehirler ülkelerden bile daha popüler hale gelmiştir. Örneğin Paris Fransa'dan, Floransa, Venedik ve Roma İtalya'dan daha fazla tanınmaktadır. Ülkelerin tanınması ve gelişmesi bu nedenle marka şehirlere bağlıdır¹⁵.

Şehir markalaşmasında stratejik analiz adımları şunlardır¹⁶;

- Şehrin kaynaklarının ve yeteneklerinin saptanması
- Bu yeteneklerin eşsiz olup olmadıklarının belirlenmesi
- Diğer şehirlerle karşılaştırma yaparak kentin avantaj ve dezavantajlarının saptanması
- Şehrin gelişime açık potansiyelinin rakipleriyle karşılaştırılması
- Başarılı olunabilecek kritik faktörlerin belirlenmesi
- Mardin Bulguru Coğrafi İşaret belgesi, Mardin Bulguru kimliğine önemli bir destek sağlayacaktır böylece Mardin bulguru Marka imajı ile Mardin bulguru üreten büyük çaplı fabrikaların ürettiği ürünleri daha yüksek katma değerlere dönüştürmelerine imkan verecektir.

Markanın Tüketiciler İçin Önemi

Marka, ticari, ekonomik, sosyal ve teknolojik ilerlemeye katkı sağlayan, işletmeler arasında rekabetin önemli bir unsuru haline gelmekle birlikte, sadece işletme, ürün, mal ve hizmet ile

¹⁴ Uyar, Ahmet, Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, Yıl: 2018, Cilt: 1, Sayı: 3, ss.467-479

¹⁵ Aksoy, Temel (2011), "Marka Şehirler", E-Makale, <http://www.temelaksoy.com/marka-sehirler/>

¹⁶ Ülgen, Hayri ve Mirze, S. Kadri (2006), İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 3. Baskı

sınırlanması mümkün olmayan mikro düzeyde ürün, mal, hizmet ve bireyler, mezo düzeyde sektör, iş kolu, meslek grubu, turizm destinasyonu veya şehir, makro düzeyde ise ülkeleri ve belirli teknoloji alanlarını tanımlamakta kullanılan bilinirliğini artıran, ekonomik katkı sağlayan o mal, hizmet, kişi, kent, ülkenin ayırt edici özelliklerini öne çıkartan belirgin hususları ifade etmektedir. Marka faktörünün tüketiciler, işletmeler ve toplumlar için önemi farklılık arz edebilmektedir. Örneğin, bireysel marka tercihlerinde kişisel tatmin öne çıkarken, işletmeler için rekabet avantajı, piyasa hakimiyeti ve yüksek karlılık daha önemli hale gelmektedir. Toplumlar için ise yaşadıkları ülkenin küresel itibarı, bilinirliği öne çıkmaktadır. Küresel piyasada firmalar gerek ürün ve hizmet, gerekse işletme düzeyinde markaları üzerinden rekabet etmektedir. Müşterilerin satın alma kararları vermesinde sadece ürün ve/veya hizmet kalitesi değil, aynı zamanda kendilerine duygusal ve bilişsel olarak kendilerine daha yakın hissettikleri markaları tercih etme eğiliminde oldukları ampirik araştırmalarla kanıtlanmıştır. Müşteriler açısından markaların tercih edilme gerekçeleri şu şekilde sıralanabilir¹⁷.

- Markalar diğer ürünlere göre bilinirliği yüksek olduğu için daha kolay ulaşılabilir konumdadır.
- Markaların müşteriye tatmin düzeyi yüksektir.
- Markalara müşteriler daha fazla güven duyar.
- Markaların gücü arttıkça, bu markalara duyulan güven de yükselmektedir.
- Müşteri, güçlü markayı tercih ettiğinde kendisine değer kattığını, saygınlığını ve statüsünü yükselttiğini hissetmektedir.
- Markalar, işletmeler ile müşteri arasında bağlantı görevini haizdir.
- Güven ve imaj bakımından güçlü markaların, muadili diğer markalar ile kıyaslanma ihtimali düşmektedir.

Günümüzde marka sadece belirli bir amaca yönelik olarak üretilmiş mal veya hizmeti değil, aynı zamanda işletme, sektör hatta ülkeyi de temsil edebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, üretilen mal veya hizmete ilişkin marka bilinirliği, o ürün veya hizmet ile sınırlı kalmamakta, üretici ve sağlayıcı işletmeye doğrudan, sektöre ve o ürünün üretildiği ülke ve topluma da dolaylı olarak kademe kademe pozitif dışsallık sağlamaktadır.

Bir ürün veya hizmet için markalaşma stratejisinin üretici firmaya sağlayacağı katkılar şu şekilde özetlenebilir.

- Yerel veya ulusal bir piyasada güçlü bir marka bulunması, rakiplerin ortaya çıkmasında caydırıcı etkiye bulunabilmektedir.
- Marka gücü arttıkça, işletmenin o ürün veya sektörde pazar payı da yükselmektedir.
- Marka gücüne bağlı olarak yeni ve küresel piyasalara giriş imkanı da artacaktır.
- İşletmenin karlılığını sürdürebilmesi için gerekli kritik müşteri kitlesinin korunmasında markalar en önemli faktörlerdir ve müşterilerin işletmeye olan bağlılığını artırmaktadır.

¹⁷ Erin, Büşra, Türkiye'de İşveren Markasının Önemi ve İşveren Markasının, X Ve Y Kuşağının Beklentisine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019

- İşletmenin yeni ürünlerine ilişkin tutundurma çalışmalarında ve tüketici tarafından talep oluşturmada markaların etkisi yüksektir.
- Marka, yüksek fiyat stratejisini destekleyici en önemli faktörlerdendir.

Markaların sadece ürün ve işletmeye değil, aynı zamanda bir sektörün gelişimi hatta ülke imajının oluşturulmasında da önemli etkileri vardır.

Markalar toplumlar için olumlu ve olumsuz imaj oluşturulmasında etkilidir. Doğru pazarlama stratejisi uygulanmayan markaların sadece kendi toplumlarında değil, hedef pazarlardaki tüketici ve toplumlar üzerinde de itibar kaybı yaşayacağı açıktır. Markalar, aynı zamanda ülkelerin gelişmişlik düzeyinin göstergesi olarak algılanmaktadır. Bir ülkenin markaları piyasa hakimiyeti, kalite ve karlılık bakımından ne kadar güçlüyse, o ülkenin dünyada gelişmişlik algısı da yüksektir. Demir(2018:7)'e göre markaların toplumlar açısından önemi şu şekilde özetlenebilir:

- Markalar ülke ve toplumsal imajın oluşturulmasında ve desteklenmesinde etkilidir.
- Bir marka kendi iç piyasası ve küresel piyasada ne kadar yaygınsa, ürün kalitesinin sürdürülebilirliği o kadar artmaktadır.
- Küresel düzeyde güçlü bir markaya sahip ülkeleri ve toplumların özgüvenleri daha yüksektir.
- Güçlü ve çok sayıda küresel markaya sahip olan ülkelerin Gayri Safi Milli Hasıla ve İstihdam düzeylerinde artış gözlemlenmektedir.
- Güçlü markalara sahip ülkelerin başka markalarının küresel pazara girişlerinde, yeni markalar daha az sorun yaşamaktadır. İyi markaları sayesinde ülke itibarından diğer markalar da fayda sağlamaktadır.

Marka Türleri

Walter Landor'a göre "Üretim fabrikalarda yapılır, fakat markaları ise insanların zihninde inşa ederseniz."¹⁸ Ayırt edici ve ayrı bir epistemolojik kimlik oluşturulmasında önemli bir faktör olan markaya ilişkin sınıflandırma yapmak zordur. Ancak, markanın ticari, ekonomik, bilişsel ve sosyal kimlik oluşumunda etkili olduğu hususları özetlemek gerekirse aşağıdaki yargılara varmak mümkündür:

- Marka hukuki bir güvencedir,
- Marka bir ayırt ediciliği sağlayan bir araçtır,
- Marka bir işletmeyi tanımlayabilmektedir,
- Tüketiciler açısından ürün, işletme, destinasyon vd. herhangi bir alanda edinilmiş ve öğrenilmiş bir imaja sahiptir,
- Marka tercih eden bireyin kişiliğini yansıtır,
- Tüm sektörler ve alt sektörlerde, herhangi bir ekonomik ve sosyal ekosistemde değer üretilen alanlarda markalaşma kaçınılmazdır.

¹⁸ Trout, 2005, s. 30

- Marka o ürün, işletme, destinasyon vd. alan ile ilgili fayda, yarar ve katma değeri çağrıştırır,
- Marka çıktı olabileceği gibi girdi de olabilir. Örneğin, eğitim kurumları ve eğitim programları ile elde edilen kazanımlar farklı bir alanda değerlendirilmek için öğrenilir. Marka bir alanda edinilen bilgi girdi olarak değerlendirilebilir.
- Herhangi bir alandaki ürünün rekabet halinde olunan firmalar tarafından kopyalaması mümkündür, ancak markalar kopyalanamaz. Kopyalanması denendiğinde, kopyalayanı her hukuki hem de itibar yönüyle zor duruma düşürür.
- Ürünlerin zaman göre modası değişebilir, ancak, güçlü markalar her zaman kendisine alıcı bulacaktır.

Piyasadaki konum ve konumlanmalarına göre markalar çeşitli kategorilere ayrılmaktadır¹⁹. (i) Lider Marka: Görsel ve güçlü kurumsal kimlikleri ile kendi segmentlerinde lider konumda olan markalardır. Rakiplerin piyasaya giriş-çıkışlarını önemli düzeyde etkileyebilmektedir. Kimi zaman rakipleri engellemek için kendi yeni rakip markalar oluşturabilirler. (ii) Güçlü Marka: Bir sektörde önde gelen markalardır ve uzun bir geçmişe sahiptirler. Lider olmasalar bile, sektörde itibar gören, kalite ve üstünlük ile anılan markalardır. (iii) Butik Marka: Kısa süre önce ortaya çıkmış, yatırımın hızlı geri dönüşü beklenen markalardır. (iv) Silik Marka: Müşteri kitlesi diğer işletmeler olan, distribütörlük ve bayilik modeliyle iş yapan firmaların tercihidir. Hanehalkı tüketicileri için bilinirlikleri düşüktür. Reklam yerine bayi ağını güçlendirmeyi tercih ederler. (v) Özel Marka: Tüketici segmentasyonu iyi tanımlanmış markalardır. Belirli bir müşteri kitlesine yönelik çalışırlar. O segmentte piyasa liderliğini hedeflerler. (vi) Dünya Markaları: Bu markalar girdikleri her yeni pazarda, rekabet güçleri sayesinde etkili bir konum elde edebilirler. Sadece marka kimliği değil, kurumsal kimlikleri de oldukça güçlüdür²⁰.

3) Marka Bağlılığını Etkileyen Faktörler

Jacoby (1971) marka bağlılığının insan psikolojisine bağlı bir süreç sonucunda gelişen bir davranış olduğunu ileri sürmektedir. Daha önce deneyimlenmiş bir markanın tekrar satın alınmasının ötesinde bir kavram olan marka bağlılığına ilişkin olarak Jacoby & Kyner (1973), marka bağlılığı için altı temel davranışın var olması gerektiğini ifade etmektedir.

- Marka bağlılığı rassal olarak değil, tüketicinin bilinçli tercihi olarak ortaya çıkmaktadır.
- Marka bağlılığı davranışsal bir tepkidir.
- Marka bağlılığı zamanla gelişen bir davranıştır.
- Bireyin önceki deneyimlerine ve tercihine bağlı olarak bir karar alma sürecinden geçmiş kararını yansıtmaktadır.
- Birey tercih ettiği ürün ve markanın alternatiflerini değerlendirmiş, bunlar arasından seçim yapmıştır.
- Bireyin psikolojisine bağlı bir süreçtir.

¹⁹ Ak, 1998, s. 146-149

²⁰ Ries & Ries, 2005, s. 113-118

Marka bağıllılığı sadece davranışsal olarak değil tutumsal olarak da ele alınmaktadır. Yılmaz (2005:s.260)'a göre marka bağıllılığına ilişkin mantıksal (davranışsal) boyut markanın özellikleri, fiziksel nitelikleri, ekonomikliği ile değerlendirilirken, tutumsal (duygusal) boyutu daha çok bireyin sosyal kimliği ve tercih ettiği yaşam tarzına uygunluk ile değerlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle, tutumsal olarak marka bağıllılığı ile bireyin kişiliği ve yaşam şekli arasında güçlü bir bağ kurulmaktadır. Marka bir nevi bireyin kendini ifade şekillerinden birisi olarak da değerlendirilebilir.

Günümüz yönetim anlayışlarında hız, verimlilik ve kalite bilincinin birlikte kazandığı önem, rekabetin dayattığı koşullarla yakından ilişkilidir. Verimlilik ve kaliteyi bir arada sürdürebilecek yöntemlerin de geliştirilmesi zorunluluğu vardır.

Pile (2001: 245)'a göre Başarılı marka iletişimi stratejileri İngilizce'de hepsi de 'C' harfi ile başlayan sekiz husus öne çıkmaktadır. Bunlar; (1) Açık olması (Clarity), (2) Uyumlu olma (Coherence), (3) Tutarlı olma (Consistency), (4) Kontrol (Control), (5) Adanma (Commitment), (6) Dokunma (Contact), (7) Tüketici Güdümünde (Customer Driven) ve (8) İletişim halinde olma (Communication) olarak sıralanmaktadır. Yukarıda zikredilen marka bağıllılığının oluşturulması ve artırılmasına yönelik stratejilerde bu sekiz unsura yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

Marka bağıllılığına ilişkin yapılan araştırmalarda, marka bağıllılığının oluşmasının beş seviyede gerçekleştiği vurgulanmaktadır²¹.

Birinci Seviye; tüketicilerin markaya olan bağıllılığı yoktur ve fiyata karşı esneklikleri yüksektir. Fiyat temel kriterdir.

İkinci Seviye; markanın ilk denemesinden sonra marka farkındalığı oluşmuştur. Markadan memnun olanların tekrar aynı markayı tercih etme ihtimali yükselmiştir. Tecrübe edilen markanın sağladığı faydadan memnuniyet arttıkça, bağıllılık oranı da artmaktadır.

Üçüncü Seviye; yine fiyatın ve diğer maliyetlerin öne çıktığı, alışkanlık sağlanmış olan markanın değiştirilmesinde maliyet, zaman ve fazladan efor sarf etme ihtimali değerlendirilir. Bu ilave alışkanlık sonucu oluşmuş kanaatin değiştirilmesinde etkili olacak güçlü bir ilave fayda beklentisi vardır.

*Dördüncü Seviye'*de duygusal faktörler öne çıkmaktadır. Markanın kullanıcı üzerinde duygusal bağ kurmasını teşvik edecek tecrübe, işaret, kalite algısı vb. unsurların öne çıkması beklenir. Duygusal bağ kurulduğunda, marka bağıllılığı oranı artmaktadır. *Beşinci Seviye;* marka bağıllılığı yüksek bireylerin bulunduğu seviyedir. Bu düzeydeki kullanıcılar markayı tercih ettikleri için kendileriyle gurur duymaktadır. Kullanıcı için marka o kişinin ayrılmaz bir parçası gibi olmuştur. Bu düzeydeki kullanıcılar, markayı ileri düzeyde benimsemekte, dostlarına ve yakınlarına önermekte ve markaya ilişkin sosyal faaliyet içine girebilmektedir. Coğrafi işaret belgesine dayanarak oluşturulacak Mardin Bulguru üst marka kimliğinin tüketicilerde marka bağıllılığı oluşturabilecektir.

4) Marka Kimliği Oluşturma

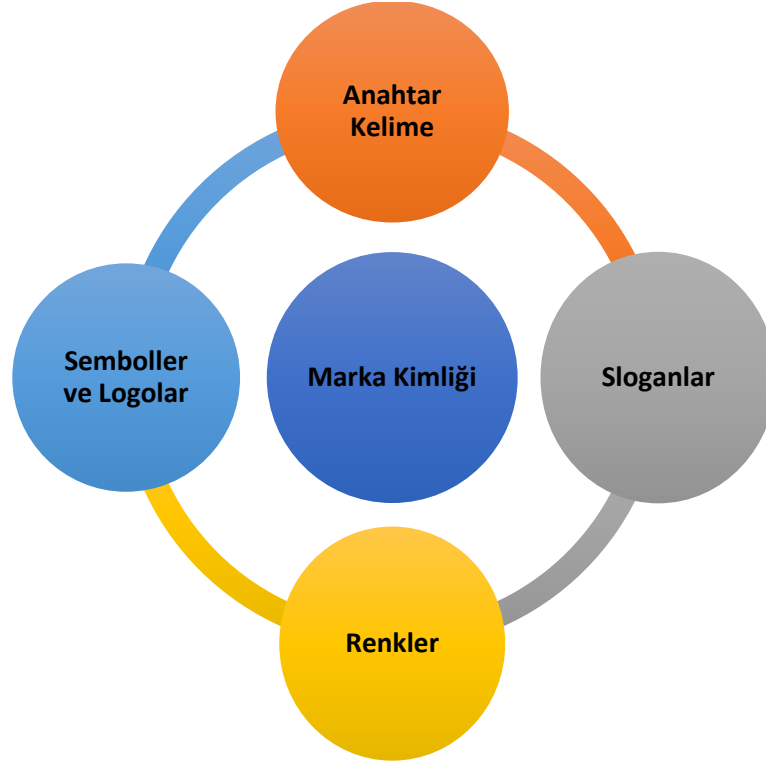
Tüketicileri, rakipleri ve kendisini analiz eden işletme, marka oluştururken öncelikle marka kimliğini net bir şekilde belirlemelidir. Marka kimliği, markaya yön, amaç ve anlam kazandıran, fonksiyonel, duygusal ve kişisel yararları kapsayan teklifler sunarak tüketici ve marka arasında bağ kurmaya yarayan bir kavramdır. Marka kimliği, işletmelerin tüketicilere sundukları tüm hizmetlerin toplamını ifade eder. Bir şehir, işletme veya ürün için marka

²¹ Aaker, 1996; Tosun, 2014, s. 252

kimliği, tüketiciler gözünde nasıl algılandıklarının özüdür. Marka kimliği, Mardin Şehri ve Mardin Bulguru nasıl algılanmak istiyor, müşteriğine ne vaat ediyor ve nasıl bir değeri öneriyor ise bu doğrultuda yerleştirilmelidir.

Marka kimliğini oluşturmak için alt bileşenler üzerinde yaratıcı çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir. Bu bileşenler aşğıdaki şekilde özetlenmiştir²².

Şekil 2: Marka Kimliğinin Bileşenleri



Sahip Olunan Sözcük: Marka adı, hedef pazardaki müşterilere söylendiğinde olumlu bir başka sözcüğü zihinlerinde çağrıştırmalıdır.

Slogan: Pek çok işletme, kendi işletme ya da marka adına, tekrarlanan bir sloganı eklemektedirler. Aynı sloganı tekrar kullanmanın, oluşturulan marka imajına neredeyse hipnotik ve bilinçaltı bir etkisi vardır.

Renkler: Markanın tanınmasına yardım etmek için, bir işletmenin ya da markanın tutarlı bir renk grubu kullanması gerekir.

Semboller ve Logolar: İşletmelerin müşterilerle iletişimlerinde bir sembol ya da bir logo aracılığı ile markalarının ve ürünlerinin kolay hatırlanabilmesi ve diğerlerinden ayırt edilebilmesi için oluşturdukları kurumsal kimlik öğeleridir.

Marka kimliği, marka-tüketici ilişkilerini oluşturacak markaya ilişkin değerlere ve markanın saygınlığına dayalı olarak oluşturulmakta ve marka konumlandırma stratejilerini destekleyecek şekilde uygulamaya konmaktadır.

²² Sezer, Fatma, Gıda Sektöründe yeni ürün markalaşması: Farklı Ürünlerin markalaşmasında Karşılaştırmalı Analiz, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2014

Mardin bulguruna ilişkin geliştirilecek markalaşma stratejisinde alt kriterler ise şu şekildedir.

- Mevcut ürün karması ile uyum
- Patent durumu
- Rakiplerin durumu
- Hedef kitlenin boyutu
- Taşıdığı riskler
- Mevcut dağıtım kanalı yoluyla satılabilme yeteneği
- Stratejik plan ile tutarlılığı
- Kabul edilebilir geri dönüş periyodu
- Büyüme potansiyeli
- Üretim ve makine maliyeti
- Ana teknoloji ile uyumu

Ürünün pazarlanmasında ise pazarlama iletişimi kritik önemi haizdir. Mardin bulguru için geliştirilecek pazarlama iletişim stratejisinde aşağıdaki hususların dikkate alınmasında fayda görülmektedir.

Kiminle iletişim kurulmak istendiğinin kesin ve net olarak bilinmesi,

- Hedef kitle üzerinde nasıl bir etki bırakılmak istendiğinin bilinmesi,
- Mesajın hedef kitle üzerinde arzulanan etkiye ulaşmasını sağlayacak mesajın belirlenmesi,
- Hedef kitleye ulaşmak üzere hangi medya organlarının kullanılacağına belirlenmesi,
- Hedef kitle ile iletişimin ne zaman başlayacağını belirlenmesi gerekir.

Bunlar belirlendikten sonra yapılacak tüm satış faaliyetleri tüketiciye sunum noktalarında bulunan raflardaki ürünün konumu ve raf payı, ek teşhirler, bu noktalardaki ürünü tüketiciye daha iyi algılatmak üzere stant çalışmaları, fiyat ve diğer tutundurma faaliyetleri vb. eş zamanlı olarak yapılmalıdır. Ürün satışı konusunda sadece Mardin ve bölge illeri değil, gastronomi de öne çıkan Gaziantep, Hatay, Adana ve Afyon gibi diğer iller ile İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük kentlerdeki dağıtım kanalları da stratejiye dahil edilecektir.

5) Marka Farkındalığı

Mardin bulguru için oluşturulacak markalaşma çalışmasının amacı ürünün marka değerinin ortaya konması ve değerinin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Marka değerinin oluşturulması ve artırılmasında ise marka farkındalığı ve bilinirliği, markanın algılanan kalitesi ve marka çağrışımları önemli faktörlerdir.

Marka farkındalığı, tüketicinin zihnindeki marka görünüşünün gücüdür. Marka farkındalığının en önemli görünüşü tüketici zihninde ilk sırada bulunabilmektir.” Farkındalık her zaman gündemde olmayı ve sürekli ilk olarak ilk bağlantıyı doğurmayı amaçlar. Marka

farkındalığı, tüketicinin marka için ilk bilinçli adımıdır. Markanın tüketicinin hafızasında bütünüyle var olma durumudur. Bu da marka kimliğini oluşturan marka ismi, logo, semboller, slogan, kişilik özellikleri ve ambalajlama gibi niteliklerinin gücüyle ilgilidir.

Algılanan kalite; beklentiler ile alternatifler arasındaki bir çeşit ilişkidir. Algılanan kaliteyi soyut bir kavram ve marka konusundaki düşüncelerin toplamından kaynaklanan bir olgu olarak tanımlamak mümkündür. Algılanan kalite, markanın algılanması ile ilgilidir ve markanın nasıl algılandığı hakkında bilgi verir. Algılanan kalite tüketicinin ne aldığını ortaya koyan en önemli göstergedir ve bu sebeple marka kimliğinin etkilerinin ölçülmesinde önemli yere sahiptir. Hatta marka kimliği fonksiyonel yararlar ile tanımlandığında, pek çok çalışma göstermiştir ki marka kimliği ile ilgili algıların çoğu algılanan kalite ile ilgilidir. Yapılan çalışmalar, algılanan kalitenin finansal performans üzerinde etkisi olduğunu kanıtlamıştır. Algılanan kalite, fiyatları ve pazar payını arttırarak karlılığı üst düzeye taşımıştır.²³

6) Marka Çağrışımları

Marka çağrışımları duygusal olarak markayla kurulan ilişkidir. Güçlü bir marka oluşturulmak isteniyorsa, tüketicilerin zihninde eşsiz bir kelimeye sahip olunmalıdır. O kelime duyulduğunda veya görüldüğünde hemen o marka akla gelmelidir Etkili bir slogan, içinde hikâyesi bulunan bir reklam, çok sevilen popüler olan bir kişi bu çağrışımları oluştururken kullanılabilir.

Marka isminin çağrışımları olumlu, güçlü, kendine özgü olmalı ve malın niteliklerini, işletmenin değerlerini, kişilik özelliklerini yansıtabilmelidir.

Marka çağrışımları, hem işletmeye hem de tüketicilere çeşitli yollarla değer yaratarak, pazarlama çevresindeki iletişim işlevini sağlaması açısından önem taşımaktadır. Marka çağrışımlarının değer yaratmada kullandığı yollar; bilgi işleme, geri çağırma, hatırlamaya yardımcı olma, farklılaştırma, konumlandırma, satın alma nedeni oluşturma, olumlu duygular, tutum oluşturma ve genişleme için temel oluşturma şeklinde sıralanabilir²⁴.

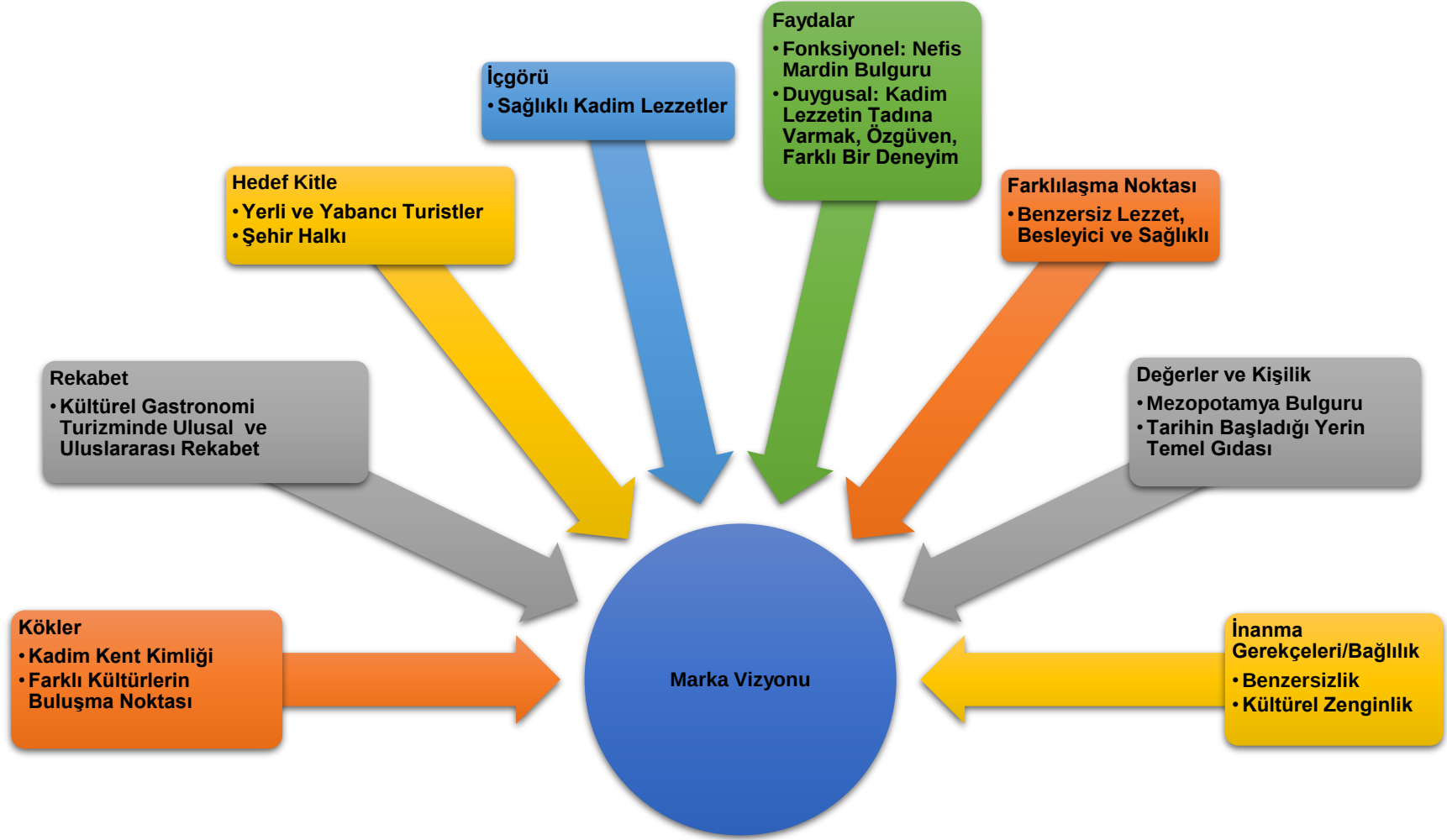
7) Marka Vizyonu

Mardin bulguru için geliştirilen marka vizyonu kökler, rekabet, hedef kitle, içgörü, faydalar, farklılaşma noktası, değerler ve kişilik ve inanma olmak üzere 8 bileşenden oluşmaktadır ve bu vizyon aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

²³ Aaker, David. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press, 1996.

²⁴ Aaker(1996) a.g.e

Şekil 3: Mardin Bulguru Marka Vizyonu



Bir markanın başarılı olabilmesi için her şeyden önce o markanın tüketicinin zihninde net bir şekilde konumlandırılması gerekmektedir. Marka olmak, tüketici bilincinde yer etmek, güven vermek ve bağlılık sağlamak anlamlarına gelmektedir. Bunun için de tüketiciyle sağlıklı iletişim kurmak ve tüketiciye mesajı doğru iletmek gerekir. Ambalaj tasarımları da marka olma yolunda tüketiciyle iletişim kuran en önemli öğelerden biridir. Ambalaj, üzerinde barındırdığı amblem, fotoğraf, resimleme, renk ve tipografi gibi grafik öğeler sayesinde hem söylemek istediklerini iletir hem de farkındalık yaratmak için gerekli olanı sunmayı amaçlar. Bu anlamda ambalaj tasarımı markanın iletmek istediği mesajla doğru orantılıdır.

Marka yönetimi bir süreç yönetimidir ve sürekli olarak geliştirilmesi gerekir. Mardin bulguruna ilişkin marka yönetimi süreci aşağıdaki aşamalara uygun şekilde gerçekleştirilmelidir.

Şekil 4: Marka Yönetim Süreci



iii. Mardin Bulgurun Markalaşması; mevcut durum ve proje ile yapılacaklar

Mardin bulgurunun markalaşması çerçevesinde mevcut durum itibarı ile profesyonel bir çalışma yapılmamaktadır, sadece yazılı ve görsel basında haber şekillinde tanıtımlar yapılmaktadır.

Projenin hayata geçmemesi ile yapılacaklar:

Projenin hayata geçmesi ile birlikte Mardin bulgurunun markalaşması çalışmaları aşağıdaki başlıklarda yapılacaktır;

- Logo ve amblem çalışması, stok yönetim sistemi, web sitesi kuruma
- Ulusal basında yazılı ve görsel tanıtım ve reklam (Gazete ve Ulusal TV Kanalları),
- Büyük İllerde Mardin bulguru tanıtım billboardları.
- Yerel basında tanıtım ilan (Radyo ve gazete)
- Uluslararası e-Ticaret sitelerine entegrasyon (Amazon, Alibaba vb.)
- Uluslararası fuarlara katılım
- Ulusal fuarlara katılım
- Çalışacak personelin pazarlama ve pazar aştırması eğitimleri
- Katalog basımı
- Denetim sertifikasyon, marka ve pazarlama mentör ve danışmanlık desteği
- Uluslararası CE, Avrupa coğrafi işaret belgesi ve benzer sertifikasyon faaliyetleri

Bu yapılacaklar ile ilgili detay bilgiler **Tablo 33**'te verilmiştir.

3. PROJENİN ARKA PLANI

i. Sosyo-ekonomik Durum

Bulgur, son yıllarda dünya genelinde tüketimi gittikçe artan ürünlerin başında gelmektedir. Özellikle sağlık açısından taşıdığı faydalar ve uzun süreli depolanabilmesi, kullanımını daha da cazip hale getirmekte olsa da tüketim açısından hala birçok tahıl bazlı gıda ürününün gerisinde kalmaktadır. Türkiye Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından Mart 2019'da yayımlanan 2018 yılı Hububat Sektörü Raporunda belirtildiği üzere, bulgur üretiminin de içinde yer aldığı hububat üretimi, 2018/2019 döneminde önceki dönemin %1 altında 2,1 milyar ton seviyesinde tahmin edilmektedir. Hububat ürünleri arasında buğday ve arpa üretiminde düşüş kaydedilmiştir. Küresel hububat üretimindeki düşüş; büyük buğday ihracatçı ülkeler olan Rusya ve Avustralya'nın yanı sıra AB'nin önemli üreticileri arasında yer alan Fransa, Almanya ve Polonya'da buğday üretiminin düşmesinden kaynaklanmaktadır. Küresel hububat tüketimi, üretimdeki düşüşe rağmen gıdalık, yemlik ve endüstriyel mısır kullanımındaki artışa bağlı olarak %1 artışla yaklaşık 2,2 milyar ton seviyesine ulaşmıştır. Buğday tüketimi, son yıllarda Asya ve Afrika'da gıda tüketimin büyümesiyle rekor seviyeye ulaşmıştır.

Bulgurun hammaddesi durum buğdayı olduğu için, sadece durum buğdayının yetiştiği ülkelerde bulgur üretimi yapılmaktadır. Bulgur ürünü, dünya ticaretinde 19.04.30 numaralı gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre işlem görmektedir. Özellikle göç yolları vasıtasıyla artan kültürel etkileşim sayesinde dünyada bulgur tüketimi artmaktadır. Dünyanın en büyük bulgur ihracatçıları sırasıyla Türkiye, Belçika, ABD, Almanya ve Fransa'dır. Ülkelerin son 5 yıldaki bulgur ihracatındaki yüzdelik değişimin son 1 yıldaki ihracatlarındaki yüzdelik değişim oranına bakıldığında, en yüksek değeri Türkiye'nin aldığı görülmektedir.

Birleşmiş Milletler bünyesinde faaliyet gösteren Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) verilerine göre, aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere, Türkiye; dünyanın en büyük bulgur üreticisi ve ihracatçısı olarak konumlanmaktadır. 2018 yılında, Türkiye 101.834.000\$ değerinde ihracatta bulunurken, ihraç edilen bulgur miktarı 262,094 ton olmuştur. Bu haliyle, 2018 yılında tüm dünyada yapılan 308,359 ton bulgur ihracatının % 67,7'sini Türkiye gerçekleştirmiştir. 2018 yılındaki dünya bulgur ihracatının %9,2'sini Belçika yapmıştır (ihracat miktarı: 11.916 tondur). Amerika Birleşik Devletlerinin ihracat miktarı 13.258 ton ile toplam dünya ihracatının % 4,1'ine tekabül etmektedir.²⁵

Bulgurun üretilmesinde temel hammadde olan durum buğdayının dünyanın her ülkesinde yetişmemesi nedeniyle; bu karşılamayan veya hiç üretemeyen ülkeler bulgur ithal etmektedir. Komşumuz Irak'ta, bulgur ihtiyacının tamamı Türkiye'den tedarik edilmektedir. Geçmiş yıllarda diğer komşu ülkelerden de Irak'a ihracat gerçekleştirilmiştir ancak günümüzde en güçlü tedarikçi Türkiye'dir. Bu pazardaki en önemli sıkıntı ise para transferi ve otoriter bir devletin olmamasından kaynaklanan güvenlik sorunudur. Irak'ta merkezi hükümetin otoritesinin oturmasıyla birlikte Türk firmaları ve ihracatçıları, bu pazardaki varlıklarını daha güçlü bir şekilde devam ettireceklerdir. Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilen bulgur ihracatında da yine en büyük pay Türkiye'ye aittir. Bu pazarlardaki en büyük rakibimiz ise Fransa olarak görülmektedir. Ortadoğu'ya yapılan ihracatta Türkiye tek söz sahibi ülke konumundadır. Şuanda Irak'a yapılan ihracat, toplam bulgur ihracatındaki en büyük payı oluşturmaktadır. Ancak bu ülkede alım gücünün düşük olmasından dolayı, bulgur satışı düşük kar marjları üzerinden yapılmaktadır. Bunun aksine Avrupa Birliği ülkelerine yapılan ihracatta kar marjı daha yüksektir. Almanya istikrarlı bir bulgur ithalatçısıdır. Almanya'da yaşayan Türk ve bulgur tüketimi yaygın olan diğer Ortadoğu vatandaşları nüfusu da bu ithalatta önemli bir konuma sahiptir. Bunun yanında benzer sebeplerle Belçika'nın yükselen bir bulgur ithalat hacmi vardır.

Dünyada Bulgura olan talep, dünya nüfusunun artması ve küreselleşen dünyanın farklı yemek alışkanlıklarına olan ilgisi ve yüksek "sağlıklı beslenme" sektörünün yükselişiyle birlikte, bulgurun ucuzluğu, besleyiciliği, kolay hazırlanması, farklı yemek türlerinde kullanılabilmesi, uzun süre kullanılabilmesi gibi özellikleriyle paralel olarak sürekli bir artış göstermektedir. Bulgura küresel talebin artmasına neden olan özellikleri aşağıda sıralanmıştır:

- Bulgur, kandaki yağları düşürücü yönü olduğu bilinen posa/lif bakımından oldukça zengin bir gıdadır. Bu yüzden bağırsakların çalışmasında önemli bir role sahiptir. Ayrıca bulgurun glisemik endeksinin düşük olması, kana yavaş karışması ve liflerin tok tutucu özelliğe sahip olması, bulgura kilo kontrolünde de önemli bir rol yüklemiştir.
- Karbonhidrat değeri yüksek, protein değeri düşüktür.
- Bulgurda bulunan B1 vitaminleri, sinir ve sindirim sisteminde önemli rol oynamaktadır. Beriberi hastalığının önlenmesinde bu vitaminin düzenli tüketilmesi gerekmektedir.
- İçerdiği folik asitten dolayı, çocuk ve hamile kadınlar için çok önemli bir gıda maddesidir. Çocukların zeka gelişimine katkı sağlar.
- Doymamış yağa sahiptir ve toplam yağ oranı düşük olduğu için sağlıklı bir besin maddesidir.
- Kolesterol içermez. Bu yönüyle kalp ve damar hastalıkları riskini azaltır.

²⁵ Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), 2019

- Hububat ürünlerinin en büyük dezavantajı olan fitik asit, bulgurun sahip olduğu pişirme ve kurutma işlemlerinden dolayı, bulgurda bulunmaz.
- Yüksek mineral ve selülozdan dolayı besin emilimini hızlandırır, kabızlığı engeller ve bağırsak kanserini önler.
- Radyasyonu emmez ve radyasyona karşı dayanıklıdır. Bu nedenle ülkelerde nükleer savaşımlara karşı, askeri ve sivil amaçlar için stokta tutulan ürünlerdendir.
- Pişirme işlemi esnasında tanenin rüşeymin kısmında bulunan besin maddeleri tane içerisine nüfuz ettiğinden besin değeri, diğer ürünlerden (ekmek, makarna) daha yüksektir.
- Pişirme ve kurutma işlemlerinden dolayı, küf oluşumuna karşı dayanıklıdır ve raf ömrü diğer ürünlerden daha uzundur.
- Birçok farklı yemek ve salata yapımında kullanılabilmesi, kullanım alanı açısından çeşitlilik sunmaktadır.

Bulgurun dünyadaki ana üretim merkezi Türkiye'dir. Komplike bir üretim sürecine sahip olan bulgurun Türkiye'deki üretim süreci, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yayınlanan "Bulgur Tebliği"ne uygun olarak gerçekleştirilmektedir. Ürün kalitesi, hammadde olarak kullanılan buğdayın çeşidi ve kalitesiyle, pişirme yöntemiyle ve kurutma sıcaklıklarıyla bağlantılıdır. Günümüzde modern değirmenlerde üretilen bulgurda, kaliteli durum buğdayı tercih edilmektedir. Bulgur, tercihen makarnalık buğday tanelerinin, haşlanıp kurutulmasından sonra öğütülerek hazırlanmaktadır. Ülkemizde sanayi tipi üretim I. Dünya Savaşı sırasında ordunun ihtiyacını karşılamak maksadıyla Karaman'da başlamış, 1990 yılında sırasıyla Karaman, Gaziantep, Mersin ve Çorum en yüksek üretimi gerçekleştiren illerimiz olmuştur. 1984 yıllarında 722.000 ton olan bulgur üretimi, 1992 yılına gelindiğinde 856.000 tona yükselmiştir. Son 10 yıl içerisinde ülkemizdeki bulgur sektörünün hızla geliştiği ve günümüzde bu sektörün 1.2 milyon tonun üzerinde üretim yaptığı tahmin edilmektedir. Bulgur üretiminin büyük bir kısmı Güneydoğu Anadolu'daki illerde yapılmakta olup sırasıyla Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa, Diyarbakır olmak üzere ayrıca Karaman, Mersin ve Konya illerinde üretim tesisleri mevcuttur. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Organize Sanayi Bölgesinde üretim yapan firma yoğunluğu bulunmaktadır.

Bulgur üretiminin büyük bir kısmı Güneydoğu Anadolu'daki illerde yapılmakta olup sırasıyla Gaziantep, Mardin, Şanlıurfa, Diyarbakır olmak üzere ayrıca Mersin ve Konya illerinde üretim tesisleri mevcuttur. Ülkemizdeki 113 adet bulgur üretim tesisinden 12'si Mardin'de bulunmaktadır. Yurt içi bulgur pazarında ciro toplamı 25 trilyon civarında seyretnmektedir. Sektörde toplam yedi çeşit ürün üretilmektedir: Pilavlık, orta pilavlık, iri pilavlık, köftelik, sefer kitel, aşurelik ve şiş. Ülkemizde en çok tüketimi olan pilav bulgur, onu orta pilavlık ve köftelik takip etmektedir.

Mardin Ovası'nın kırmızı toprağı nedeniyle üretilen bulgur da farklılık göstermektedir. Örneğin diğer bölge bulgurları piştikten sonra beyazlaşıırken, kehribar sarısı bir renk alan Mardin bulgurunun farklı bir rayihası bulunmaktadır. Bölgedeki sert durum buğdayından üretilen Mardin bulguru besin değerleri açısından sağlık için oldukça faydalı bir ürün olarak öne çıkmaktadır. Bu sayede sert durum buğdaylarının altın rengi kaybolmayıp bulgura kendi rengini vermektedir.

Coğrafi İşarete sahip olan Mardin Bulgurunun sadece Mardin ili ve GAP bölgesi değil, Türkiye'nin uluslararası alanda Gastronomi alanında da Markalaşması ve rekabet gücünün artırılmasına katkıda bulunacağı değerlendirilmektedir.

ii. Sektörel ve/veya Bölgesel Politikalar ve Programlar

1990'lara kadar tarım politikası amaçlarının içinde artan nüfusun gıda güvenliğini sağlamak, sektörde verimliliği artırmak, üretimin iklim koşullarına bağımlılığını azaltmak, mal bazında kendine yeterliliği sağlamak, üreticinin gelirini artırmak ve istikrar kazandırmak, sektörün rekabet gücünü artırmak, Markalaşma, kırsal kesimde gelişmeyi sağlamak sayılmıştır. Sonraları listeye gıda güvenilirliği, Avrupa Birliği (AB) üyeliğine adaylık bağlamında tarım ve kırsal kalkınma politikaları ve kurumsal yapıyı AB'ye uyumlu hale getirmek eklenmiştir.

Bu bağlamda 2019-2023 yıllarını kapsayan 11. Kalkınma Planında: "Çevresel, sosyal ve ekonomik olarak sürdürülebilir, ülke insanının yeterli ve dengeli beslenmesinin yanı sıra arz talep dengesini gözeterek üretim yapısıyla uluslararası rekabet gücünü artırmış, markalaşmış, ileri teknolojiye dayalı, altyapı sorunlarını çözmüş, örgütlülüğü ve verimliliği yüksek, etkin bir tarım sektörünün oluşturulması temel amaçtır" (Cumhurbaşkanlığı Strateji Bütçe Başkanlığı, 2019). Amaçların gerçekleştirilmesi için izlenecek politikalar ve uygulamalar bir liste halinde aynı politika dokümanında sunulmuş ve tahıl üreticiliğinin sulu arazilerde teşvik edilmesi vurgulanmıştır.

Bunun dışında projenin diğer temel ulusal politikalar ile ilişkili olduğu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: Diğer Ulusal Politika Belgeleri

Hedef	Üst Politika Belgesi
Tarımsal üretimde verimlilik, katma değer ve kalite artırılması	2014-2023 dönemi TRC3 Bölgesi Bölge planında yer alan tarım başlığı altında 2.1E tedbirinde, 2.3 no'lu öncelikte "Tarımda pazarlama kabiliyetinin artırılacağı ve bunun için de 2.4B tedbirinde "Yöresel ürünlerde markalaşmanın sağlanması" gerekliliği vurgulanmıştır. Uygulanacak olan proje ulusal planlarda belirtilen önceliklerin hayata geçirilmesinde katkı sağlayacak bir projedir.
Tarım sektörünün geliştirilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığının 2018-2022 Stratejik Planı içerisinde, tarım sektörünün geliştirilmesine ve tarım politikalarının oluşturulmasına yönelik araştırmalar yapılması, çiftçinin örgütlenmesi ve bilinçlendirilmesi, tarımsal desteklemelerin etkin bir şekilde yönetilmesi, bitkisel ve hayvansal üretim çalışmalarına yer verilmesi desteklenmektedir. Tarım ve Orman Bakanlığı'nın faaliyet raporunda bitkisel ve hayvansal üretim sektörüne yapılacak her türlü yatırımın öncelikli desteklenecek alan olarak gösterilmektedir.
Bitkisel ve hayvansal üretim ile su ürünleri üretiminin geliştirilmesi	Orta Vadeli Program (2018-2020) Büyüme ve İstihdam Öncelikli Politika ve Tedbirler III. Yüksek Katma Değerli Üretim Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020) - Stratejik amaç 1

Tarım sektörünün geliştirilmesine ve tarım politikalarının oluşturulmasına yönelik araştırmalar yapılması	Orta Vadeli Program (2018-2020) Büyüme ve İstihdam Öncelikli Politika ve Tedbirler I. Makroekonomik İstikrarın Sürdürülebilmesi II. Yüksek Katma Değerli Üretim
Kırsal kalkınma	Orta Vadeli Program (2018-2020) Büyüme ve İstihdam Öncelikli Politika ve Tedbirler I. Makroekonomik İstikrarın Sürdürülebilmesi II. Beşeri Sermaye ve İşgücü Piyasasının Artırılması III. Yüksek Katma Değerli Üretim IV. İş ve Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020) - Stratejik amaç 1, 2, 3, 4, 5
Toprak, su kaynakları ve biyoçeşitliliğin korunması, verimli kullanılmasının sağlanması	Orta Vadeli Program (2018-2020) Büyüme ve İstihdam Öncelikli Politika ve Tedbirler I. Makroekonomik İstikrarın Sürdürülebilmesi Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020) - Stratejik amaç 2
Çiftçinin örgütlenmesi ve bilinçlendirilmesi	Orta Vadeli Program (2018-2020) Büyüme ve İstihdam Öncelikli Politika ve Tedbirler II. Beşeri Sermaye ve İşgücü Piyasasının Artırılması III. Yüksek Katma Değerli Üretim Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020) - Stratejik amaç 1, 4

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2014

Ülkemizin yerleşim profili son yıllarda kentleşme lehine değişme göstermiştir. Kırsal yerleşmelerde ise kentlere göç baskısı artarak devam etmektedir. Kırsal alan yerleşmelerinin temelini teşkil eden köylerin, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda güçlendirilmeleri gerekmektedir. 11. Kalkınma Planı'nda "Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre" başlığı altında Kırsal Kalkınma (2.4.6) bağlamında, 707.2. başta olmak üzere politik tedbirler öngörülmüştür. Bu hedeflere ulaşılması durumunda köyler; bir taraftan kentlerin kaliteli gıdalara erişimine katkıda bulunabilecekler, diğer taraftan insanlar için sağlıklı yaşam seçenekleri olarak varlıklarını sürdürebileceklerdir.

On Birinci Kalkınma Planında demografik dönüşüme vurgu yapılarak, Türkiye'deki genç nüfusun yarattığı fırsat pencerelerinin kullanılması gerektiği vurgulanmıştır. Projenin kırsal potansiyelin değerlendirilmesinde, genç tarım ve eko turizm girişimciliğinin ve istihdamının artırılmasında faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Mardin ili de genç nüfusu önde olan şehirlerimizdendir.

On Birinci Kalkınma Planında projeye ilişkin hususlar şu şekildedir:

416. Tarımsal araştırma faaliyetlerinde kamu, üniversite, özel sektör ve sanayi kesimi arasındaki koordinasyon ve iş birliği geliştirilerek tarımsal Ar-Ge çalışmalarının etkinliği ve niteliği artırılacaktır.

416.4. Akıllı tarım teknolojileri başta olmak üzere yenilikçi ve çevreci üretim teknikleri geliştirilecek ve desteklenecektir.

418.1. Başta kadın ve genç çiftçilere yönelik olmak üzere, üretim maliyetlerinin düşürülmesi, teknoloji kullanımı, kaliteli ve sağlıklı ürün üretimi konularında eğitim

verilecek, yayım ve sertifika programları ile tarımsal becerinin geliştirilmesine yönelik kurslar düzenlenecektir.

iii. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat

Türkiye’de son yarım yüzyılda tarım sektörünün katma değeri yılda ortalama %1,7 büyümüştür. Buna karşılık aynı dönemde nüfusun ve kişi başına gelirin yıllık ortalama büyüme oranları sırasıyla %1,8 ve %2,7 olarak gerçekleşmiştir²⁶. Tarımdaki işgücü kullanımı yapısal dönüşüme uğramış hem göreceli hem de mutlak olarak azalmıştır. Gelir artışı nedeniyle tahıl/bulgur ve yüksek proteinli beslenmeye talep artmıştır. Ülkemizde ve dünyada gıda sektörü kaçınılmaz olarak kalitenin en fazla talep edildiği sektörlerin başında yer almaktadır. İnsanların aldıkları gıdaların kalitesi, hijyen durumları her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü’nün temel kurallarını belirlediği gıdalar ile ilgili bunun yanında bütün ülkelerde yerel düzenlemelerde gerçekleştirilmektedir. Ülkemizde Tarım ve Orman Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığının bu konuda birçok kanun, yönetmelik, tebliği vb. bulunmaktadır. Özellikle Türk Gıda Kodeksi yasal düzenlemelerin temelini oluşturmaktadır.

Fizibilite konusu merkezde üretilecek olan bulgur ürünlerini Türk Gıda Kodeksine uygun olarak; üretici ve tüketici menfaatleri ile halk sağlığını korumak, gıda maddelerinin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretim, hazırlama, işleme, muhafaza, depolama, taşıma ve pazarlanmasını sağlamak üzere gıda maddelerinin özelliklerini belirlemek zorunluluğu bulunmaktadır. Bulgur işletme kayıt esasına göre ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesinin alınması zorunluluğu bulunmamaktadır.

Projemiz Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından 16.12.2003 tarih ve 25318 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) Yönetmeliği kapsamına giren faaliyetlerden değildir.

ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi; Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) tarafından geliştirilen ve gıda güvenliği ile ilgili bir standarttır. ISO 22000 birincil üreticiler, gıda işleyenler, taşıma ve depolama operatörleri, gıda servisleri (ekipman üreticileri, ambalaj materyali, temizlik ajanları, katkı ve bileşen üreticileri gibi ilgili kuruluşlar dahil) gıda zincirinde yer alan ve çalışan sayısı ne olursa olsun tüm kuruluşlar tarafından uygulanabilir. 2005 yılında yürürlüğü girmiştir ve yürürlüğü girdiği tarihten itibaren HACCP ürün güvenilirlik sisteminin yerini alarak gıda üretimine çok yönlü bir boyut kazandırmıştır.

ISO 22000, Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi’nin kurulması esnasında uygulanması gereken şartları tanımlayan ve belgelendirilmesi yapılan standart olmakla birlikte, yayımlanmış olan kılavuz standartlar da vardır ve bunların tamamı ISO 22000 serisi olarak adlandırılmaktadır. ISO 22000 serisinde çok sayıda standart bulunmakla beraber bunlardan ISO/TS 22004, ISO 22000’in uygulama rehberi niteliğindedir. ISO 22000 Standardı, bazı kişilerce aktarıldığı gibi, ISO 9001’in gıda sanayine yönelik uygulamalarını aktaran bir standart değildir. Bununla birlikte, ISO 22000, ISO 9001 ve ISO 14001 ile uyumlu, entegre sistem kurma çalışması için de oldukça idealdir ve HACCP kavramını tamamen kapsayan bir gıda güvenliği standardıdır. ISO 22000 belgesine sahip olabilmek ve belgelendirilmenin yapılabilmesi için akredite olmuş belgelendirme kuruluşlarına başvuru yapılması gerekmektedir.

Yatırım Teşvik Sistemi

Yeni yatırım teşvik belgesi düzenlenmesine ilişkin tüm müracaatlar ile yabancı yatırımcıların Türkiye’de kurdukları şirket ve şubeler tarafından Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na yapılan

²⁶ TÜİK, 2019

bildirimler Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından yönetilen E-TUYS adlı web tabanlı uygulama aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Gümüşhane ili için 6. Bölge destekleri geçerlidir. 5346 Sayılı Kanun kapsamında yatırımlar için arazi desteği verilmektedir. Bu Kanun'da değişiklik yapan 09.07.2008 tarih ve 5784 sayılı Kanunun (2008) 23. Maddesinde yer alan hüküm ile arazi edinimi kolaylaştırılmıştır.

Genel Teşvik Uygulamaları: Teşvik edilmeyen yatırım konuları arasında yer almayan, öngörülen asgari yatırım tutarını sağlayan tüm yatırım türleri için geçerlidir. Genel teşvik uygulamaları kapsamında desteklenen yatırımlar için, KDV istisnası ve Gümrük Vergisi Muafiyeti destekleri sağlanmaktadır.

Yatırım Teşvik Bölgesi olarak 6. Bölge dışında güneş paneli üretim tesisi nerede kurulursa kurulsun 6. Bölge Yatırım Teşviklerinden yararlanma hakkına sahip olacaktır. Öncelikli yatırım alanları olarak sınıflandırılan bu yatırıma ait teşvikler; KDV istisnası, Gümrük Vergisi İstisnası, Vergi İndirimi (Yatırıma Katkı Oranı %50, OSB içi %20), Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği (7 yıl, OSB içi 10 yıl), Gelir Vergisi Stopaj Desteği (6.Bölge), Sigorta primi işçi hissesi desteği (6.Bölge), Faiz Desteği.

Bölgesel Teşvik Uygulamaları: Bölgesel teşvik uygulamalarının temel gayesi; bölgeler arası gelişmişlik seviyesini minimuma indirmektir. Farklı yatırımlar için asgari yatırım miktarları belirlenmiş, asgari yatırım miktarları 1. ve 2. Bölgeler için 1 milyon TL, 3, 4, 5 ve 6. Bölgeler için 500.000 TL'dir. İlaveten, yalnızca 6. Bölge için %38'lik ek bir işgücü maliyeti indirimi uygulanmaktadır.

Büyük Ölçekli Yatırımların Teşviki: Büyük ölçekli yatırımların teşvikinde temel amaç, AR-GE ve teknoloji açısından Türkiye'nin mevcut kapasitesini arttırma ve uluslararası rekabet gücünü sağlamak olarak belirlenmiştir.

Stratejik Yatırımların Teşviki: Stratejik yatırımların teşvikinde temel amaç, özellikle yurt içi üretim kapasitesinin dış alımdan daha az olduğu ara malların veya ürünlerin üretimini yaygınlaştırmaktır. Sabit yatırım tutarı minimum 50 milyon TL tutarındaki yatırımlar bu uygulamadan yararlanabilmektedir.

Sektöre ilişkin teşvikler 20.12.2012 tarih ve 28329 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan (Karar Sayısı: 2012/3305) Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ'de (Tebliğ No:2012/1) Genel Teşvik uygulamalarından yararlanabilmektedir. Yatırımcı, Bulgur yatırımı ile ilgili alınacak makineler için KDV ve gümrük vergisi istisnasından yararlanılması mümkündür.

Tablo 2: Bölgesel Yatırımlara Sağlanan Destekler

Bölgesel Yatırımlara Sağlanan Destek Unsurları		TEŞVİK BÖLGELERİ					
Destek Unsurları		1.Bölge	2.Bölge	3.Bölge	4.Bölge	5.Bölge	*6.Bölge
KDV İstisnası		+	+	+	+	+	+
Gümrük Vergisi Muafiyeti		+	+	+	+	+	+
Vergi İndirimi	Vergi İndirim Oranı	%50	%55	%60	%70	%80	%90
	Yatırıma Katkı Oranı	%15	%20	%25	%30	%40	%50
	Yatırım dönemi vergi indirimi	-	%10	%20	%30	%50	%80

	İşletme vergi indirimi	%100	%90	%80	%70	%50	%20
Sigorta Primi İşveren Hissesi Desteği	Uygulama Süresi	%2	3 Yıl	5 Yıl	6 Yıl	7 Yıl	10 Yıl
	Destek Tutarının Azami Miktarı (Destek Tutarının Sabit Yatırım Tutarına Oranı)	%10	%15	%20	%25	%35	%50
Yatırım Yeri Tahsisi		+	+	+	+	+	+
Faiz Desteği	İç Kredi	-	-	3 Puan	4 Puan	5 Puan	7 Puan
	Döviz/Dövizle Endeksli Kredi	-	-	2 Puan	2 Puan	2 Puan	2 Puan
	Azami Destek Tutarı (Bin TL)	-	-	500	600	700	900
Sigorta Primi Desteği		-	-	-	-	-	10 Yıl
Gelir Vergisi Stopajı Desteği		-	-	-	-	-	+
İnşaat-Yapı Harçları Muafiyeti		+	+	+	+	+	+
Emlak Vergisi Muafiyeti		+	+	+	+	+	+
Damga Vergisi Muafiyeti		+	+	+	+	+	+

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yatırım Teşvik Sistemi, 2020

**Mardin İli 6. Bölge Yatırım Teşviklerinden yararlanma hakkına sahiptir.*

2 Temmuz 2018 tarihinden itibaren yeni yatırım teşvik belgesi düzenlenmesine ilişkin tüm müracaatlar ile yabancı yatırımcıların Türkiye’de kurdukları şirket ve şubeler tarafından Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından yönetilen E-TUYS adlı web tabanlı uygulama aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Yetkilendirme talepleri için başvuru belgeleri “Elektronik Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Bilgi Sistemi Yetkilendirme İşlemi Başvuru Usul Ve Esasları” çerçevesinde “Kayıtlı Elektronik Posta(KEP)” vasıtası ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına KEP adresine gönderilir. Yetkilendirme talebinin Bakanlıkça sonuçlandırılmasının akabinde E-TUYS üzerinden işlem yapmaya yetkili kişiler tarafından sisteme giriş yapıp, işlemler başlatılabilir.

Yatırım teşvik belgesi başvurusunu online yapmak için gereken adımlar aşağıda maddeler halinde aktarılmıştır

- **Nitelikli Elektronik Sertifikası**, başvuru yapmadan önce mutlaka nitelikli elektronik sertifika yani diğer bir deyiş ile elektronik imza sahibi olunması gerekmektedir. Elektronik imza temin edilebilecek çok sayıda firma bulunmakta olup, ilgili firmaların kendi sayfalarından veya doğrudan iletişim kurarak elektronik imza servisi sağlayıcı firmalardan alınmaktadır.
- **E-TUYS** adı verilen Elektronik Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Sistemi adlı online uygulamada işlem yapabilmek için gerekli yetkilendirmenin yapılması. E-TUYS sisteminde bir başvuru yapılabilmesi için öncelikli E-TUYS Yetkilendirme İşlemleri adı verilen bir dizi işlemin online olarak şirketi temsile yetkili kişi tarafından TC kimlik no ve e-devlet şifresi ile giriş yapıp gerekmektedir.
- Yetkilendirme işlemlerinin tamamlanmasının ardından E-TUYS adlı uygulama üzerinden elektronik imza ile yetkili kişi tarafından imzalı Online Yatırım Teşvik Belgesi Başvurusu yapılabilir.

Şekil 5: E-TUYS Yatırım Teşvik Belgesi Alınması İşlem Adımları



Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü

Kurumsal Yapı Önerisi: Kooperatif Modeli

Proje kapsamında kurumsal yapı olarak "Kooperatif Modeli"nin uygun olacağı değerlendirilmiştir. Kooperatif, insan ihtiyaçlarını karşılıklı yardımlaşma yoluyla giderilmesini sağlamak ve ortakların çıkarlarını korumak amacıyla oluşturulan ekonomik kuruluştur. Kooperatifler insanların ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle ve en az maliyetle karşılamak amacıyla kurulan tüzel kişilerdir. Kooperatifler hem kişilerin tek başlarına yapmaya güçlerinin yetmediği işleri bir araya gelerek yapmalarını sağlar hem de toplumun kalkınmasına katkıda bulunur. 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'na göre tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını, işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklar olarak tanımlanmıştır.

Kooperatifçilik ilkeleri ilk olarak 1937 yılında Uluslararası Kooperatifler Birliği (International Cooperative Alliance-ICA) tarafından mutlak ve ikinci derece ilkeler olarak saptanmış ve birlik tarafından mutlak ilkelerin (serbest giriş, demokratik yönetim, işletme fazlalarının oranlı olarak dağıtılması) zorunlu hale getirilmiştir. Uluslararası Kooperatifler Birliğinin 23 Eylül 1995 tarihinde İngiltere'nin Manchester kentinde toplanan 31. Uluslararası Kooperatifler Birliği Kongresi'nde günümüzde uygulanan 7 ilke onaylanmıştır. Bu ilkeler şunlardır:

- Gönüllü teşebbüs,
- Yönetişim
- Katılımcılık
- Özerklik ve bağımsızlık
- Bilgi paylaşımı
- İşbirliği olanaklarının geliştirilmesi
- Sosyal sorumluluk

Kooperatifler, ortaklarının gereksinimlerini ön planda tutarken diğer yandan da içinde bulundukları toplumun çıkarlarını gözetmelidir. Ayrıca kooperatifler, çevrenin korunması için de gereken önlemleri almakla sorumludur. Bu ilkenin bir gereği olarak kooperatifler, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel yönden kalkınmalarını sağlamak ve korumak için de çalışmalıdırlar.

Kooperatiflerin kuruluş amaçları birbirinden farklı olduğundan çeşitleri de bir hayli fazladır. Kooperatifleri birçok kriterle göre sınıflandırmak mümkün olup en önemlileri tarımsal kooperatifler ve tarım dışı kooperatifler.

- Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri
- Tarım Kredi Kooperatifleri
- Tarım Satış Kooperatifleri
- Sulama Kooperatifleri
- Su Ürünleri Kooperatifleri
- Pancar Ekicileri Kooperatifleri

Tarım dışı kooperatifler ortaklarının ihtiyaçlarını karşılamak ve dayanışmayı sağlamak amacıyla kurulan kooperatiflerdir. Bu kooperatifler ortaklarının küçük tasarrufları ve devletten alınan kredi olanaklarıyla onların ihtiyaçlarını kolay yoldan ve daha ucuza karşılamaya çalışır. Bu gruba giren kooperatifler şunlardır:

- Tüketici Kooperatifleri
- Konut Kooperatifleri
- Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri
- Tarım Dışı Hizmet Kooperatifleri
- Taşıma Kooperatifleri
- Küçük Sanat Kooperatifleri
- Ecza Kooperatifleri
- İş Yeri Yapı Kooperatifleri
- Turizm Kooperatifleri

Bu araştırma çerçevesinde kurulması muhtemel kooperatif modeli Tarımsal Kalkınma olarak kurulabilecektir.

Kooperatifler 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu'na göre kurulabilmektedir. Kurulacak girişim, bu Kanun çerçevesinde Tarımsal Kalkınma Kooperatifi kapsamında yer alacaktır. Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin amaçları ise

- Ortakların her türlü bitkisel, hayvancılık, ormancılık konularındaki istihsalini geliştirmek ve ihtiyaçları ile ilgili temin, tedarik, işletme, pazarlama, değerlendirme faaliyetlerinde bulunmak,
- Ortakların ekonomik ve sosyal yönden gelişmelerine yardımcı olmak, iş sahası temin etmek,
- Ortakların ekonomik gücünü arttırmak için tabii kaynaklardan faydalanmak, el ve ev sanatları ile tarımsal sanayiinin gelişmesini sağlayıcı tedbirler almaktır.

Tarımsal Kalkınma Kooperatifi bu amacı gerçekleştirmek üzere ana sözleşmesinde 18 madde halinde yazılı bulunan çalışma konularından ortaklarına faydalı olabilecek herhangi birini/birkaçını seçer ve bu konuda en iyi şekilde hizmet vermeye çalışır.

Ana Sözleşme'nin 7'nci maddesine göre çalışma konuları ise şu şekildedir:

Madde 7- Kooperatif, kuruluş amacına uygun olarak aşağıda belirtilen konularda gerekli gördüklerini seçer.

- a) Tarımda her türlü verimliliği artırıcı tedbirleri almak,

- b)** Bitki, hayvan, orman, su, arıcılık, meyvecilik, bağcılık, sebzecilik, çiçekçilik ve diğer ürünlerin rantabl bir şekilde yetiştirilmesi ile ilgili her türlü teknik faaliyetlerde bulunmak,
- c)** Ortaklarının her türlü ürün ve mamullerinin kalitesini yükseltecek tedbirleri almak, hastalık ve haşerelerle mücadele yapmak ve yaptırmak,
- d)** Ortaklarının üretimle ilgili araç, gereç ve diğer tarımsal girdi ihtiyaçlarını temin etmek, ayrıca, ortakların tarımsal makine, alet ve ekipman ihtiyaçlarına yönelik makine parkını satın alma veya kiralama suretiyle oluşturmak. Kooperatif mülkiyetinde veya ortakların makinelerini ortaklara veya üçüncü kişilere kullandırmak,
- e)** Bitkisel ve hayvansal mahsulleri değerlendirme, işleme, muhafaza ve pazarlama ile ilgili her türlü fonksiyonları yerine getirmek için gerekli çalışmaları yapmak, yaptırmak.
- f)** Her çeşit orman ürününün istihsal, imal, nakil, depolama ve istif işlerinin yapılmasında ortaklarına yardımcı olmak veya bu işleri yapmak, orman idaresince verilecek asli ve tali orman ürünleri ve orman artıklarını değerlendirmek, Orman Kanunu ve ilgili mevzuata göre ortaklarına ormanda iş sağlamak, kredi vermek, özel ağaçlandırma yapmak, yaptırmak,
- g)** Çay ziraatında verimliliği artırmak amacıyla ilgili kuruluşlarla işbirliği yapmak,
- h)** Tabii kaynaklardan faydalanmak, el ve küçük sanatlarla ilgili muhtelif çalışmalarda bulunmak ve bunların pazarlamasını sağlamak,
- ı)** Ortakların finansman ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olmak ve teslim ettikleri mal oranında ve kooperatifin mali imkanları ile orantılı avanslar vermek,
- j)** Tarım ve Orman Bakanlığı ile diğer bakanlıklar, teşekküller ve bankalar tarafından yapılacak teknik ve mali yardımların ortaklara intikalini sağlamak,
- k)** Özel ve Resmi kuruluşlardan temin edilen kredi, hibe ve borç parayı gayeye uygun hizmetlerde kullanmak,
- l)** Kredi alınan banka, kurum ve kuruluşlara kooperatif tüzel kişiliğine ait taşınır ve taşınmaz malları ipotek ettirmek ve ortakları adına kefalette bulunmak,
- m)** Taşınmaz ve taşınır mallar, aylar edinmek, yaptırmak veya gerektiğinde satmak, işletmeleri devralmak, kooperatifin yatırımları için gerekli tesislerin yapılmasına karar vermek,
- n)** Kooperatifin ithalat ve ihracatla ilgili işlemlerini yapmak veya yaptırmak,
- o)** Bina, arazi, arsa vb. alım ve satımı ile kooperatifin mülkiyeti ve tasarrufunda bulunan makine, alet ve malzemeyi kira karşılığı her türlü tarımsal işlerde kullandırmak, bunların bakım ve onarımını sağlamak,
- p)** İşletme araçları, canlı, cansız demirbaşlarla, ortakların gıda maddeleri, ev ve giyim eşyası, yakıt ve akaryakıtlarının alım ve satımını yapmak ve bayiliğini almak,

- r) Ortaklara her türlü sigorta hizmetlerinin sağlanmasında aracılık etmek,
- s) Kooperatif çalışmaları ile ilgili kiralama işlerini yapmak.
- t) Kırsal turizm faaliyetinde bulunmak,
- u) Ortakların sosyal, kültürel ve ulaşım konularındaki ihtiyaçlarına yönelik faaliyette bulunmak, (Ortakların birinci derece yakınları olan anne, baba, eş ve çocukları bu hizmetlerden yararlanır.)
- v) Çevre korumaya yönelik faaliyetlerde bulunmak,
- y) Çalışma konularıyla ilgili şirket kurmak ve kurulmuş olan şirketlere iştirak etmek,
- z) Amaç ve çalışma konularında gazete, dergi, kitap çıkarmak ve her türlü yayın faaliyetlerinde bulunmak ve gerektiğinde seminer, sempozyum, panel, konferans gibi toplantılar düzenlemek.

iv. Proje Fikrinin Kaynağı ve Uygunluğu

Mardin bulguru tarım sektörünün en önemli parçası olmakla birlikte, insanlar için gerekli gıdaları karşılayan, sanayiye hammadde kaynağı oluşturan, nüfusun önemli bir bölümüne istihdam oluşturan ve ülke ekonomisine ciddi katkılar sağlayan stratejik öneme sahip bir üründür. Bu yüzden tüm ülkeler, temel tarım ürünleri alanında kendi ihtiyaçlarını karşılamak ve kendi kendilerine yeterli hale gelmek için özel çaba gösterir. Besinlerin saklanması; besinlerde bulunan fazla suyun uzaklaştırılarak, besinleri bozan küçük canlıların, faaliyet gösteremeyecekleri bir duruma getirilmesidir. Mardin Bulgurunun Markalaşma fikri, temel olarak Mardin bulgurunun uluslararası ve ulusal alanda hakkettiği yeri bulup, bölge ölçeğinde, gerekse ülke ölçeğinde sosyo-ekonomik kalkınmaya katkısını sağlamaktır.

1) Projenin Sektörel ve/veya Bölgesel Kalkınma Amaçlarına (politika, plan ve programlar) Uygunluğu

2014-2023 dönemini kapsayan TRC3 Bölge Planı'nda Mardin Bulgurunun markalaşmasına ilişkin öncelik 2.3 ve 2.9'da gerekli hususlara yer verilmiştir. Mardin Bulgurunun markalaşması TRC3 Bölge Planının 2023 yılı hedefleri arasında yer almaktadır.

Öncelik 2.3. Katma Değeri Yüksek Alanların Bölge'ye Çekilmesi

Bölge'nin üretim yapısına bakıldığında geleneksel üretimin halen baskın olduğu ve tarımdan sanayiye geçişin henüz tamamlanmadığı görülmektedir. Bölge'de en fazla üretim gıda sektöründe yapılmaktadır. Mardin'de un ve bulgur, Batman'da hazır yemek sektörü, Siirt'te süt ve süt ürünleri, Şırnak'ta ise hazır beton ve kömür ön plana çıkmaktadır. İkinci gelişen sektör ise çimento, hazır beton, Bims ve briket üretimidir. Bu sektör ise sanayileşmeden ziyade Bölge'de bulunan hammaddenin zenginliğinden kaynaklanmaktadır. Bölge'de üretilen ürünler düşük teknoloji ve katma değeri çok az olan ürünlerdir.

Öncelik 2.9. İşletmelerin Tanıtım, Markalaşma ve Pazarlama Kapasitelerinin Geliştirilmesi

Tedbir 2.9.2. Bölge'ye özgü ürünlerin markalaştırılması, pazar ve ürün çeşitliliğinin sağlanması

TRC3 Bölgesi Sanayi Envanteri Çalışması sonuçlarına göre Bölge’de faaliyet gösteren alanlar içerisinde, Bölge’nin tarımsal potansiyeline bağlı olarak ‘gıda sektörü’ başı çekmektedir. Bu sektör içinde en fazla öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı yapılmaktadır.

Küreselleşen dünyada, pazarda yer edinebilmek ve varlığını devam ettirmek için firmaların farklılaşip kendine avantaj elde edebilmesinde, markalaşma kaçınılmaz bir hal almıştır. Bu nedenle tek bir dış pazara bağımlı olan ve ürün çeşitlendirmesi sınırlı olan Bölge’de, marka ürünler oluşturmak artık bir zorunluluk olmuştur. Markalaşmanın yanı sıra, dış pazar çeşitliliği ve ürün çeşitliliğinin artırılması da Bölge ürünleri için stratejik değerdedir.

Tedbirin hayata geçmesi için TRC3 Bölgesi’ne özgü ürünlerin (Pervari Balı, Siirt Fıstığı gibi) markalaşip pazarlardaki yerini alması gerekmektedir. Ayrıca markalaşan bu ürünlerin belirlenen kalite ve standartların altında satışlarının yapılmaması için gerekli tedbirlerin alınması son derece önemlidir. Markalaşmaya bağlı olarak inovatif yöntemler ve yenilikçi düşünce ile ürün çeşitliliğini artırmak (baharatlı bulgur vb. ürünlerin üretilmesi) ve farklı dış pazarlara açılmak, Bölge’ye büyük bir dinamizm getirecektir.

2) Projenin Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi

Mardin Artuklu Üniversitesi; Mardin Bulgurunun Markalaşması projesi ile iyi tarım uygulamaları, organik tarım, yenilenebilir enerji kaynakları, işletmelerde gıda güvenliği koruma, teşhis ve tedavi teknolojileri, teşvik ve destekler, düşük maliyetli tarım, işletmecilik, bitkisel üretim teknolojileri, muhafaza ve ambalaj teknolojileri, biyoteknoloji, gıda işletme teknolojileri, sertifikalı ürün kullanımı, teknolojik seracılık, sulama teknolojileri, sürdürülebilir tarım, tarım sigorta eğitimi, silaj, hayvan besleme, hayvan sağlığı ve hijyeni, koruyucu hekimlik, hayvan sigortası, izlenebilirlik, çiftçilere pazarlama eğitimi konularında da öncelikle Mardin’deki çiftçiler olmak üzere Bölgeye hizmet edecek bir hüviyet kazanacaktır.

Bunun dışında Mardin Artuklu Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen diğer proje faaliyetleri aşağıdaki gibidir.

Tarım ve Gıda Kapsamında Gerçekleştirilen Proje Faaliyetleri;

- Diyarbakır ili tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin uluslararası rekabetçilik ve makro düzey kümelenme analizi - Sanayi Bakanlığı SANTEZ Projesi
- GAP eylem planının uygulanmasına yönelik insan kaynakları araştırması - Kalkınma Bakanlığı
- Diyarbakır kadayının tarihçesinin aile işletmeleri bağlamında incelenmesi - Dicle Üniversitesi Yüksek Öğretim Kurumları
- Genç girişimcilere girişimcilik eğitimi – DİKA, KOSGEB
- Proje faaliyetlerinin kamuya tanıtılması ve yaygınlaştırılması amacıyla web sitesi üzerinden destekler sunmaktadır.
- Proje kapsamında çiftçilerin mesleki yeterliliklerinin artırılmasına, ürün geliştirme, satış ve pazarlama konularında önemli ölçüde eğitim ve danışmanlık desteği verilmiştir.

Paydaşlar ile Gerçekleştirilen Faaliyetler

- Eleştirel Düşünme Temelli Uygulamaların Öğrencilerin Matematik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi Proje No: ZGF.18. - Dicle Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
- Çoklu Zeka Kuramına Dayalı Olarak Hazırlanan Çalışma Yapraklarının Ortaokul Öğrencilerinin Matematik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi - Dicle Üni. Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
- "Bazı kısmi diferansiyel denklemlerin analitik çözümleri" - Mardin Artuklu Üniversitesi BAP Birimi
- İletişim Cihazlarının Yapılandırılmasında Matematiksel Modeller Proje No: MAÜ-BAP-17-İİBF-07 - Mardin Artuklu Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
- İkinci Mertebeden Süreksiz Diferansiyel Operatörün Özfonksiyon Sisteminin Frame (Çerçeve) Özellikleri Proje No:118F447 – TÜBİTAK
- Mardin Artuklu Üniversitesi ve Kızıltepe Belediyesi İşbirliği ile ‘Anne Üniversitesi Projesi’, Ev Ekonomisi Dersi Öğretmen - Şırnak Üniversitesi BAP Birimi
- Bir tekstil işletmesinde simülasyon yöntemiyle montaj hattı dengeleme uygulaması - MAÜ – BAP
- Kobilerde sahip yöneticilerin pazarlamaya ilişkin algılarının işletmelerin pazarlama tarzlarıyla ilişkisi – YÖK
- Taşeronlaşmanın inşaat işçileri üzerindeki etkileri – TÜBİTAK
- Türkiye'de mülteciler: Sosyal uyum sorunları – TÜBİTAK
- Kürtlerin Avrupa Birliği'ne oryantasyonu - MAÜ – BAP
- Tekil son değerli geriye doğru stokastik diferansiyel denklemler ve finansal uygulamaları - TÜBİTAK 1001
- Yapay sinir ağları yöntemiyle Diyarbakır ili kent merkezi içme suyu talep tahmini - Dicle BAP
- Bir tekstil işletmesinde simülasyon yöntemiyle montaj hattı dengeleme uygulaması- MAÜ – BAP
- Kriz Döneminde İşletme Yöneticilerinin Yaşadığı Stres Ve Bu Durumun Pazarlama Stratejilerine Etkisinin İncelenmesi - MAÜ – BAP

3) Projenin diğer kurum projeleri ile ilişkisi

Projenin doğrudan ilişkili olduğu bölgesel veya ulusal ölçekte mükerrer bir proje bulunmamaktadır.

Proje; Tarım ve Orman Bakanlığı- Kırsal Kalkınma Yatırımlarını Destekleme Programı (KKYDP), Tarım Kırsal Kalkınma Kurumu (TKDK), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TUBİTAK), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi

Başkanlığı (KOSGEB)'in yürüttüğü Tarım, Hayvancılık, AR-GE ve Mesleki Eğitim projeleri ile büyük ölçekte doğrudan ilişkilidir.

İlgili Diğer Kurumların Projeleri:

KKYDP- Kırsal Kalkınma Yatırımlarını Destekleme Programı (2016-2020)

Uygulayıcı Kurum: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı/Tarım Reformu Genel Müdürlüğü

Ekonomik Yatırımlar Destek Kapsamı:

Tebliğ tarihi, 01/01/2016 - 31/12/2020 tarihleri arasında, kırsal alanda ekonomik ve sosyal gelişmeyi sağlamak, tarım ve tarım dışı istihdamı geliştirmek, gelirleri artırmak ve farklılaştırmak için kadın ve genç girişimciler öncelikli olmak üzere gerçek ve tüzel kişilerin ekonomik faaliyetlere yönelik yatırımlar için yapılacak hibe ödemelerine ilişkin hususları kapsar.

Kimler Başvurabilir: Gerçek ve tüzel kişiler

- Hibeye esas proje tutarı alt limiti en az 30.000 Türk Lirası'dır.
- Proje bütçesi KDV (katma değer vergisi) hariç hazırlanır.

Tablo 3: KKYDP- Kırsal Kalkınma Yatırımlarını Destekleme Programı

Yatırım Konuları	Destek Verilen İller*	Yatırım Tutarı Üst Limiti (TL)	Destekleme Oranı
Ekonomik yatırım konuları			
Bitkisel ürün işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması	39	Yeni tesis 2.000.000	%50
Hayvansal ürün işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması	39		
Su ürünleri işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması	39		
Tarımsal üretime yönelik modern sabit yatırımlar (Büyükbaş, küçükbaş, hindi ve kaz yetiştiriciliği, su ürünleri ve kültür mantarı üretimine yönelik sabit yatırımları kapsar). Kültür mantar üretimi kapsamında sadece tamamlama, kapasite artırımı ve teknoloji yatırımları	39	Kapasite artırımı ve/veya teknoloji yenileme 1.500.000	
Yaş meyve sebze tasnif, paketlenme ve depolama yatırımları hariç bitkisel ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması	42		
Hayvansal ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması konusunda sadece hammaddenin işlenmesi ve günlük en fazla 20 baş hayvan kesim kapasiteli mezbaha,	42	Tamamlama 1.750.000	
Hayvansal ve bitkisel orjinli gübre işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması	81		
Yenilenebilir enerji kullanan yeni seraların yapımı (sadece yeni tesis yapımı)	81		

Soğuk hava deposu yapımı	81		
--------------------------	----	--	--

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı

TÜBİTAK Tarafından Sağlanan Destekler

- Mardin iline akademik destekler kapsamında 1 Ocak 2018 -31 Aralık 2018 döneminde destek sağlanmamıştır.
- Mardin ilinde özel sektöre yönelik destekler kapsamında 1 Ocak 2018 -31 Aralık 2018 döneminde destek sağlanmamıştır.
- Mardin iline bilim insanı destekleri kapsamında 1 Ocak 2018 -31 Aralık 2018 döneminde destek sağlanmamıştır.
- Mardin iline uluslararası işbirliğine yönelik destekler kapsamında 1 Ocak 2018 -31 Aralık 2018 döneminde destek sağlanmamıştır.
- Mardin ilinde bilim ve toplum faaliyetlerine 1 Ocak 2018 -31 Aralık 2018 döneminde 2019 yılı sabit fiyatlarıyla toplam 592.258 TL destek sağlanmıştır.
- Mardin ilinde Bilim Fuarları Destekleme Programı kapsamında 19.400 öğrencinin katkılarıyla 97 okulda, 1.455 bilim fuarı projesi desteklenmiştir.

Tablo 4: Mardin İli KOSGEB Destekleri

Sıra	Veri	2018 Yılı		İl Toplamı (2002-2018 Yılı)	
1	<i>Toplam Destek Tutarı (TL)*</i>	25.342.074		73.903.292	
	Kredi Faiz Gerçekleşme Programları**	Oluşturulan Kredi Hacmi (TL)	KOSGEB Tarafından Karşılanan Faiz Tutarı (TL)	Oluşturulan Kredi Hacmi (TL)	KOSGEB Tarafından Karşılanan Faiz Tutarı (TL)
		19.356.500	1.706.108	209.070.202	105.566.503
2	Diğer Bilgiler	TEKMER/ İşbirliği Protokol Bilgileri	-		
		İŞGEM Bilgileri	-		
		KOSGEB Temsilcilikleri	-		
		Laboratuvar Hizmetleri	-		
		Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri	2018 yılında düzenlenen 49 adet uygulamalı girişimcilik eğitimleri sonucunda 1.532 girişimci adayı Katılım Sertifikası almıştır.		

Kaynak: Mardin KOSGEB İl Müdürlüğü

* KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği kapsamında sağlanan desteklerdir.

** KOSGEB Kredi Faiz Destekleri Yönetmeliği kapsamında sağlanan desteklerdir.

a) Proje ile eşzamanlı götürülmesi gereken diğer kurum projeleri

Proje ile eşzamanlı götürülmesi gereken diğer kurumların projeleri hakkında herhangi bir bilgi bulunmamaktadır

b) Projede başka kurum projesi ile fiziki çakışma oluşmamasına yönelik tedbirler

Projenin uygulanmasını olumsuz yönde etkileyecek başka bir yatırım projesi ile bir fiziki çakışma olmamasına yönelik bir problem ve iş ile ilgili herhangi bir mevzuat, belge, izin, ruhsat vb. sorun bulunmamaktadır.

4) Projenin İdarenin Stratejik Planı ve Performans Programına Uygunluğu

Stratejik planlar; kurumun orta ve uzun vadeli amaçlarını, temel ilke ve politikalarını, hedef ve önceliklerini ve bunlara ulaşmak için izlenecek yol ve yöntemler ile kaynak dağılımını içeren planlardır.

4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu ile organize sanayi bölgelerinin ve OSB Üst Kuruluşunun oluşumunu, organlarını, işleyişini, yönetim ve denetimini düzenleyen hükümler ile bunlarla ilgili kişi ve kuruluşların görev, yetki ve sorumluluklarını belirlenmiştir.

İdare mer'î mevzuat çerçevesinde Stratejik Plan ve Performans Programı hazırlama zorunluluğu olan kurumlar arasında değildir.

5) Proje Fikrinin Arka Planı ve Gelişimi

Projeye ilişkin Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen Kızıltepe Ticaret Borsası yararlanıcı kurum olduğu 19.UR-GE.056 KODLU "*Mezopotamya Güneşi Mardin Bulguru Yeni Pazarlara Açılıyor*" Ur-Ge Projesi İhtiyaç Analizi Raporu Ve Yol Haritası" çalışması hazırlanmıştır.

İhtiyaç analizi raporu Kızıltepe Ticaret Borsası koordinasyonunda "Mezopotamya Güneşi Mardin Bulguru Yeni Pazarlara Açılıyor" UR-GE projesi kapsamında Borsa üyesi firmaların uluslararası rekabetçiliğinin ve ihracat potansiyelinin artırılması amacıyla proje çıktısı olarak hazırlanmıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenen projeye; ortak akıl oluşturarak bir yol haritası hazırlamak, "markalı/coğrafi işaretli" ihracata yönelerek firmaların yeni pazarlara girişini kolaylaştırmak; bunun yanı sıra yerel üretimin geliştirilmesine yönelik ihracatı geliştirmek projenin hedeflenmiştir. Bu bağlamda proje kapsamındaki ihtiyaç analiziyle, 7 firmanın ortak hedefi ve ortak pazarlama faaliyetleri etrafında bir araya gelmeleri ile yurt dışı pazarlamada ortak hareketin yaratılması amaçlardandır.

UR-GE Proje grubuna dahil olan firmalar:

1. İPEK BULGUR İMALAT SAN. VE TİC. A. Ş.
2. KILIÇSAN GIDA İTHALAT İHRACAT SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
3. KURTAYLAR BULGUR SAN. VE TİC. A. Ş.
4. MARŞAH TEKS. GIDA NAK. İNŞ. TARIM PETROL SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
5. MES SÜT MAMÜLLERİ PAZARLAMA TURİZM SAN. VE TİC. A. Ş.
6. ÖNERSAN GIDA TEKSTİL NAK. İNŞ. TARIM SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

7. ÖTER TARIM ÜRÜNLERİ İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET A. Ş.

Yapılan birebir görüşmeler, odak grup çalışmaları, anketler ve analizler neticesinde söz konusu firmalar için hedef pazarlar belirlenmiş, eğitim ihtiyaçları değerlendirilmiş, ziyaret ve alım heyetleri planlanmış ve önceliklendirilmiş, Mardin Bulgurunun yurtdışı ihracatına ilişkin pazarlama stratejileri boyutu tamamlanmıştır.

Bu fizibilite çalışması ile de firmaların, Mardin Bulgurunun sahip olduğu coğrafi işaret avantajını değerlendirerek markalaşma sürecinin hızlandırılması, kooperatif örgütlenmesinin gerçekleştirilmesi ve rekabet gücünün artırılmasına yönelik kurumsal altyapının güçlendirilmesi hedeflenmektedir.

6) Projeye İlgili Geçmişte Yapılmış Etüt, Araştırma ve Diğer Çalışmalar

Bu fizibilite raporu Ülkemizde Bulgur üzerine markalaşmayı yönelik önemli somut girişimlerden biridir. Bu fizibilite ile kurulması planlanan Merkez'e yönelik gelecekte ülkemizde daha somut adımların atılmasını teşvik edecektir.

4. PROJENİN GEREKÇESİ

i. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Talep Analizi

Talep analizi çerçevesinde kullanılan metodoloji:

Talep analizinin formüle edilmesinde Avrupa Birliği ve uluslararası önemi olan teknik kullanılmıştır. Bu yöntem ile yüksek oranda güvenilir veriler ortaya çıkması sağlanmıştır.

- Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar
- Odak Grup Görüşmeleri
- Anket çalışmaları

Mardin ilinde ilgili kamu kurum kuruluşlar, üniversite ilgili bölümleri, Bulgur üretici firmalar, çiftçiler ile Bulgur Tüketicileri ile Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar (YYM) ve Odak Grup Görüşmeleri (OGG) görüşmeler yapılmış ve Anketler uygulanmıştır.

Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar (YYM)

Bu metot ile önemli veriler elde edilmesi sağlanmıştır.

Özellikle, bu mülakatlar ile;

- Nitel ve nicel verilerin sağlanması amaçlanmıştır.
- Mevcut durum ve ihtiyaçların tespit edilmesi
- Bulgur ile ilgili kaliteli ürün geliştirme
- Pazar durumunu öğrenme
- Ürün AR-GE ve ürün saklanması, korunması, uluslararası standartlarda paketlenmesi ve satışı konularında önemli veriler sağlanmıştır.

Hedef kitle olarak aşağıdaki kategorilerdekilerden veriler toplanmıştır.

Kategori I : Kamu kurum kuruluşları, OSB, Dernekler, Birlikler ve Üniversite

Kategori II : Üreticiler - Bulgur Fabrika Sahipleri/Çiftçiler

Kategori III : Tüketiciler

Odak Grup Görüşmesi (OGG)

Seçilmiş I, II, III hedef grupların ayrıntılı olarak kendi bilgi ve fikirlerini belirtmek amacıyla Odak Grup Görüşmesi (OGG) yapılmıştır. Görüşmelerde, tarım ve hayvancılıkla ilgili ildeki ürün yetiştirmedeki yetersizlikler ve mevcut uygulama konularını açığa çıkarmak amacıyla soru sorma ve özetleme teknikleri kullanılmıştır.

Seçilmiş II, III hedef gruplara Anket yapılmıştır. Önemli istatistiki veri elde edilmiştir.

Sonuç olarak yapılan YYM ve OGG görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ile beraber Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı raporları ve mevcut kalkınma planları, Bölgesel plan ve stratejileri incelenmiştir.

Mentör görevlendirmesi:

Mardin'de üretilen ve bölgeye has özellikleri bünyesinde barındıran Mardin bulgurunun markalaşması; Mardin bulguru ürününün katma değerinin artırılmasını, üretim öncesinden satış sonrasına kadar değer zincirinde yer alan tüm paydaşların gelir seviyesinin yükseltilmesini ve bu sayede bölgesel refahın sağlanmasını amaçlaması çerçevesinde Marka Mentörü görevlendirilmiş ve tüm faaliyetleri yürütmüştür.

- Mentör; belirtilen amaçların gerçekleştirilmesine yönelik faaliyetlerin tespit edilmesi çerçevesinde kurumlara ve paydaşlara danışmanlık desteği vermiştir.
- Mentör proje süresince GZFT (SWOT) analizi, odak grup görüşmesi ve toplantı/çalıştay toplantılarına da katılmış olup gerekli danışmanlık hizmetleri vermiştir.

GZFT Analizi için Odak Grup Görüşmesi:

Mardin'de bulunan bulgur değer zincirindeki üreticilerle Mardin bulguru markasını oluşturma konusunda mutabakat sağlanması, işletme sahiplerinin fikirlerinin alınması ve yapılan/yapılacak faaliyetler hakkında bilgi verilmesi amacıyla Mardin bulgurunun GZFT-SWOT analizi (güçlü yönleri, zayıf yönleri, sahip olduğu fırsatlar ve tehditler) yapılmıştır.

Şekil 6: GZFT Analizi için Odak Grup Görüşmesi yapılması



Kaynak: Proje ekibi - Mardin Yay Hotel toplantı salonu, 2020

Toplantıya; Artuklu Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. İbrahim Özcoşar, Mardin OSB Yönetim Kurulu Başkan Vekili Abdulnasır Duyan, Mardin Bulgurcular Derneği Başkanı Faysal Sun, Artuklu Üniversitesi İİBF Dekan Yrd. Dr. Ahmet Kayaoğlu, Uluslararası Kıdemli Danışman Servet Soyuşen, Artuklu Üniversitesi Öğretim Elemanları; Dr. Öğr. Üyesi Erhan Polat, Doç. Dr. Yusuf Doğan, Dr. Öğr. Üyesi Veysi Acıbuca, Arş. Gör. Yavuz Selim Gülmez ve Mardin bulgur değer zincirindeki üreticiler/İşletme sahipleri katılım sağlamıştır.

Makarnalık Buğday Üreticileriyle Anket Çalışması:

Mardin ilinde makarnalık buğday üreticilerinin üretim ve pazarlama esnasındaki sorunlarının tespit edilmesi amacıyla 300 üreticiyle (Örnekleme yoluyla tespit edilen Artuklu, Kızıltepe, Nusaybin ve Derik ilçelerindeki köylerde) anket çalışması yapılmıştır.

Makarnalık Buğday Üreticileri Anket Sonuçları:

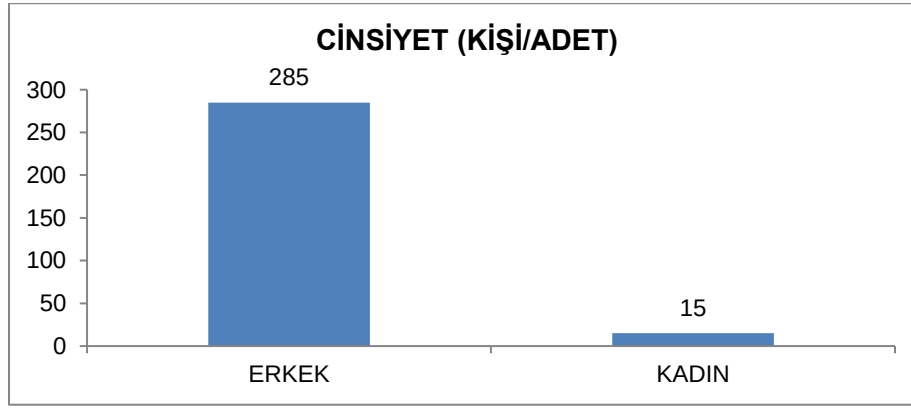
Demografik Bilgiler

Yaş: Ortalama yaş 51,7 en düşük yaş 29 en yüksek 73 olarak tespit edilmiştir.

Cinsiyet:

İncelenen İşletme Sahiplerinin % 95'ini (285 kişi) Erkekler % 5'ini (15 kişi) Kadınlar Oluşturmaktadır

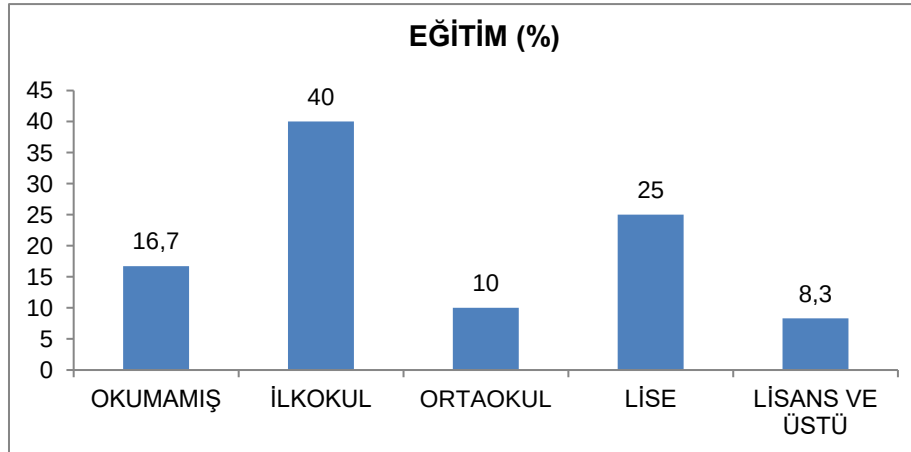
Şekil 7: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı



Eğitim:

İşletme sahiplerinin % 16,7'si hiç eğitim almamış, % 40,0'ı ilkokul, % 10,0'ı ortaokul, %25,0'ı lise ve % 8,3'ü lisans/lisansüstü eğitim seviyesine sahiptir.

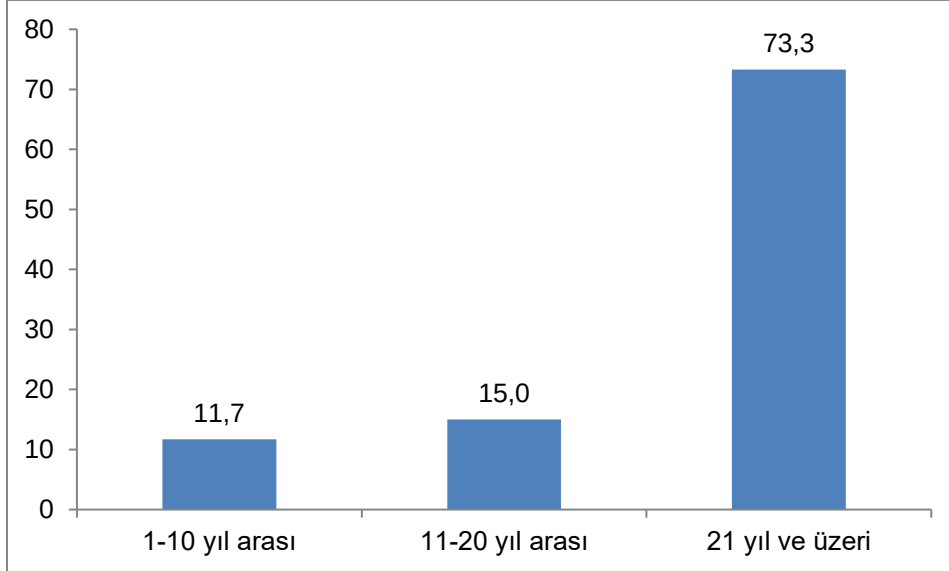
Şekil 8: Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı



Tarımsal Deneyim Süreleri:

İşletme sahiplerinin %11,7'si 1-10 yıl arası, %15,0'ı 11-20 yıl arası ve %73,3'ü 21 yıl ve üzeri tarımsal deneyime sahiptir.

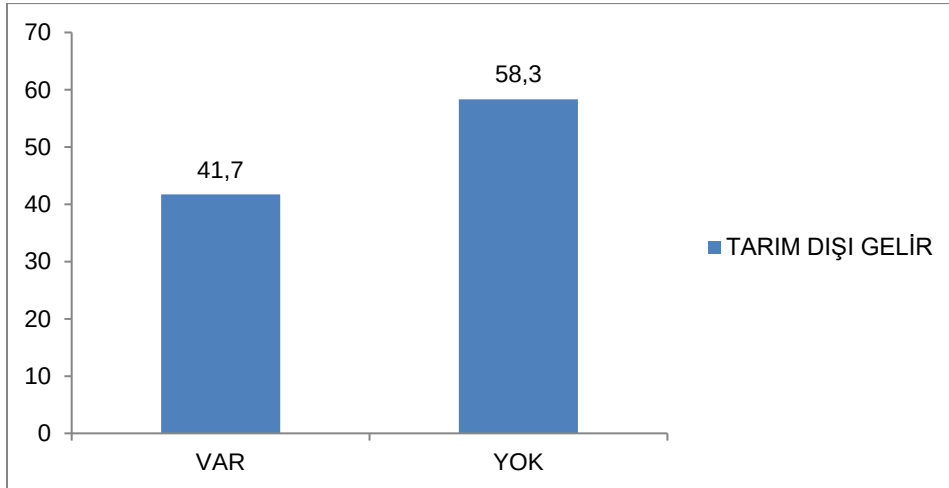
Şekil 9: Katılımcıların Tarımsal Deneyim Süresi (yıl)



Tarım Dışı Gelire Sahip Olma Durumu:

İşletme sahiplerinin % 41,7'sinin tarım dışı geliri(emekli aylığı, yaşlılık maaşı, özel ve kamu sektöründe çalışanlar, güvenlik korucusu... vs.) bulunmaktadır.

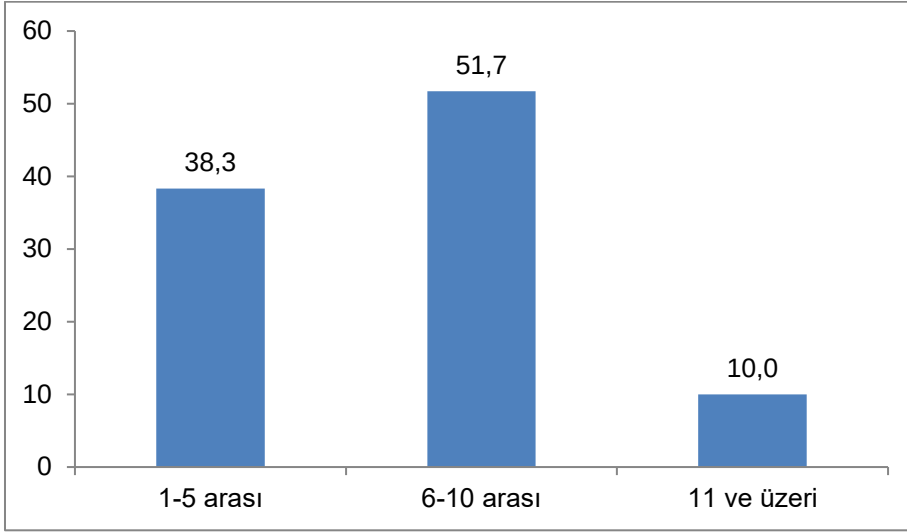
Şekil 10: Tarım Dışı Gelire Sahip Olma Durumu



Hane Halkı Sayısı:

İşletmelerin ortalama hane halkı sayısı 6,6 kişi olarak tespit edilmiştir. Hane halkı 1-5 arası olanlar %38,3, 6-10 arası olanlar %51,7 ve 11 ve üzeri olanlar %10,0 olarak tespit edilmiştir.

Şekil 11: Hanehalkı Sayısına Göre Yüzde Dağılım (%)

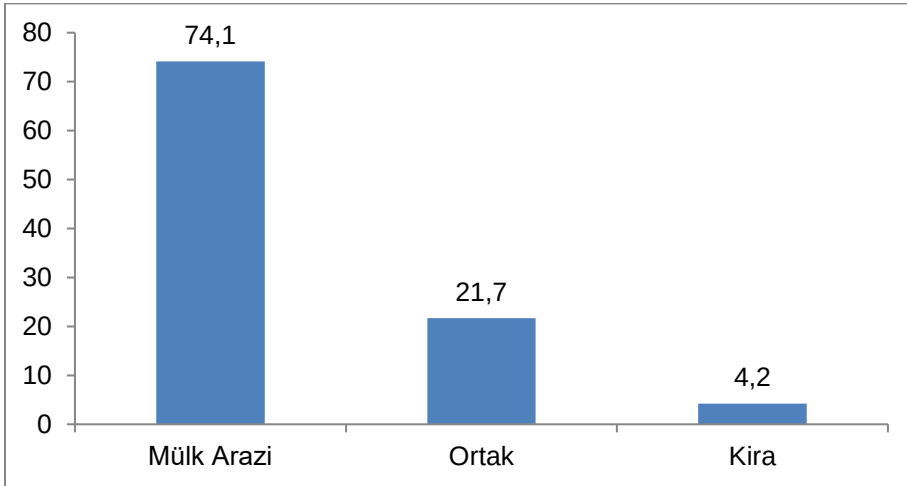


İşletme Bilgileri

İşletmelerin Arazi Varlığı

İncelenen işletmelerde ortalama arazi büyüklüğü 157,8 dekar olarak tespit edilmiştir. Mülk arazilerin oranı %74,1, ortakçılıkla işletilen arazilerin oranı %21,7 ve kiracılıkla işletilen araziler %4,2'dir.

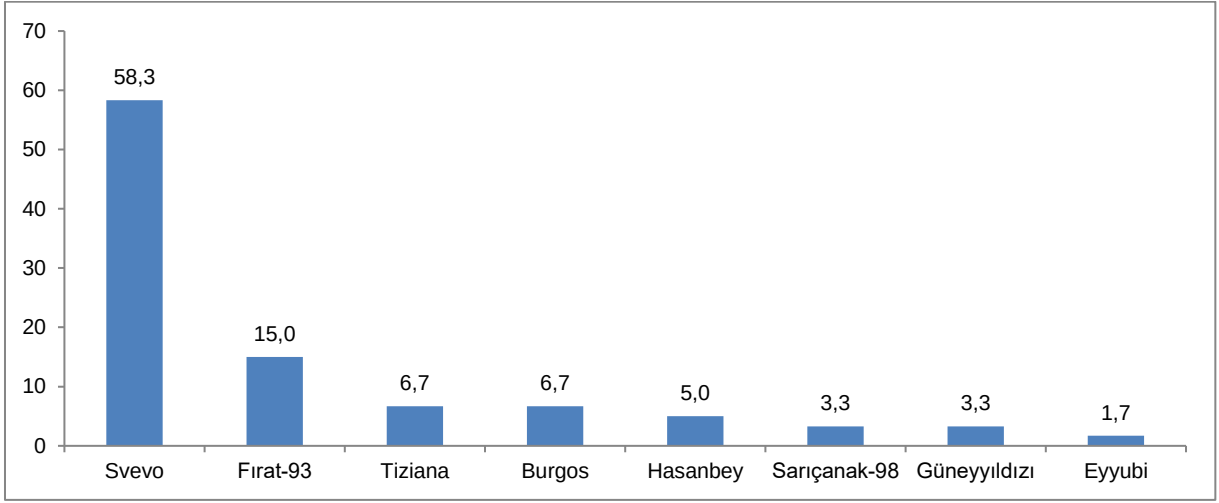
Şekil 12: İşlenen Arazilerin Aidiyet Durumu (%)



Makarnalık Buğday Üretimi ve Verimi:

İncelenen işletmelerin %61,7'sinde makarnalık buğday üretiminde sulama yapılmakta %38,3'ü ise sulama yapmamaktadır. Sulama yapılan alanlarda ortalama verim 544,9 kg/da, susuz alanlarda ise 277,8 kg/da olarak tespit edilmiştir. Üreticilerin tohumluk olarak en fazla tercih ettikleri çeşit; başta bulgur işletmelerinin öncelikli olarak tercih ettikleri çeşit olması, hastalıklar ve yatmaya dayanıklı olması ve bölgeye adapte olması nedeniyle İtalyan menşeli Svevo makarnalık buğday çeşidi olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 13: İşletmelerde Makarnalık Buğday Üretiminde Tercih Edilen Tohumluk Çeşitleri (%)



İşletmelerde Makarnalık Buğday Üretiminde Tercih Edilme Sebepleri araştırılmış olup verilen cevapların sayısı dikkate alınarak **Önem Sırasına Göre** Aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

1. Makarnalık buğday fiyatının daha yüksek olması
2. Makarnalık buğdayın daha kolay pazarlanması
3. Makarnalık buğdayın hastalıklar ve hasat döneminde dökülmeye daha dayanıklı olması
4. Bazı yörelerde işletmenin bulunduğu yerdeki hâkim rüzgarların ekmeklik buğdayda yatma ve tanelerin dökülmesine sebep olması
5. Ürün mısır ekimi öncesi daha avantajlı olması

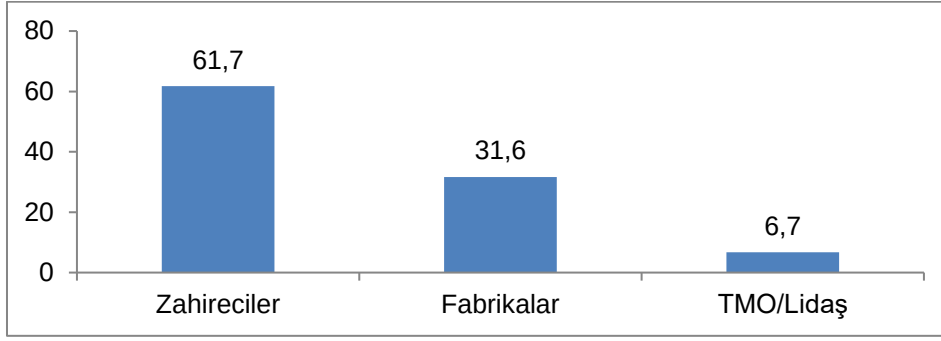
İşletme sahiplerine makarnalık buğday üretimi yaparken karşılaştıkları temel sıkıntıları **önem sırasına göre** sıralamaları istenmiş elde edilen sonuçlar neticesinde ildeki en önemli sıkıntının “enerji ücretlerinin yüksek olması” olarak tespit edilmiştir.

1. Enerji ücretlerinin yüksek olması
2. Tohum fiyatlarının yüksek olması
3. Gübre fiyatlarının yüksek olması
4. İlaç fiyatlarının yüksek olması
5. Tohum temininde sıkıntı yaşanması
6. Yeterli makine ekipman bulunmaması

Buğdayın Satıldığı Yerler:

İşletmelerde elde edilen ürünün en fazla satıldığı yer %61,7 ile zahireciler olduğu tespit edilmiştir.

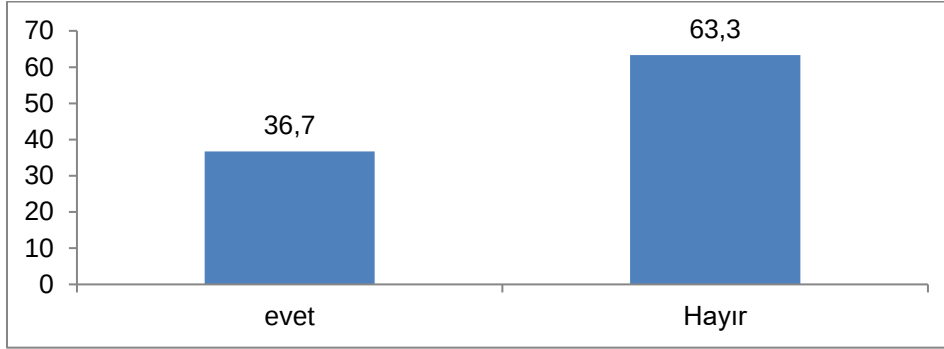
Şekil 14: Ürünün Satıldığı Yer



Üreticilerin Buğdayı Stoklama Durumları:

İncelenen işletmelerin %36,7'si hasat döneminde elde ettiği ürünü stokladığını ifade etmiştir. Depolama yapan üreticilerin % 59,1'i hasat ettiği ürünün tamamını % 31,8'i yarısını ve % 9,1'i yarısından daha azını stokladığını ifade etmiştir.

Şekil 15 : Depolama Yapılıyor Mu?



İşletme sahiplerine göre satışta ürün fiyatına etki eden hususların **önem sırasına göre** sıralanması şu şekildedir.

1. Ürünün kalitesi
2. Destekleme Fiyatı
3. Çeşit adı
4. Ödeme zamanı
5. Satılacak ürün miktarı

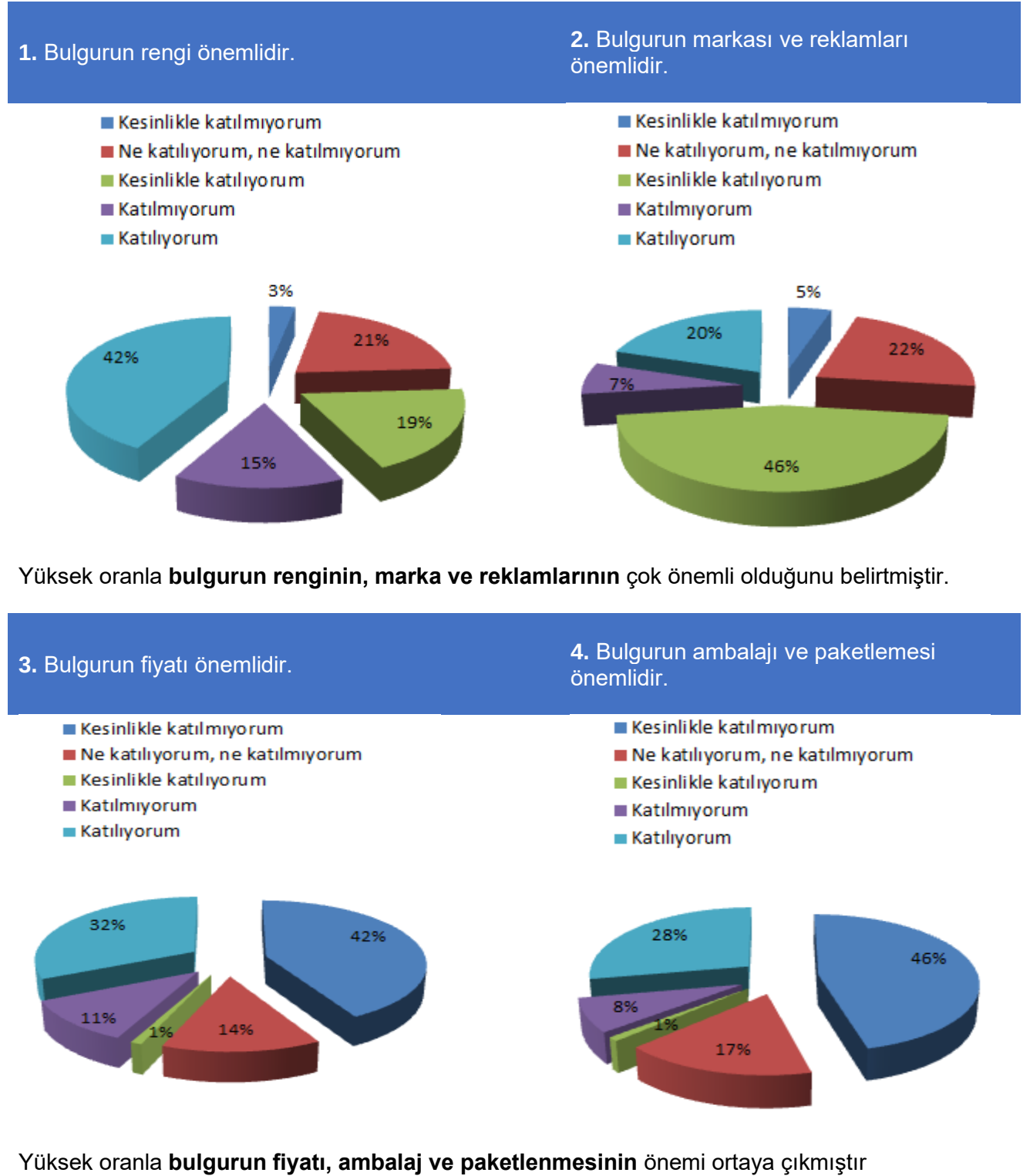
Üreticilerin devletten beklentileri

1. Bölgede enerji ücretlerinin makul bir fiyat seviyesine çekilmesi
2. Bölgeye pozitif ayrımcılık yapılarak bölgemizde ekilen makarnalık buğdaya ek desteklemeler verilmesi
3. Makarnalık buğday tohumu temininde sıkıntı yaşayan üreticilerin sorunlarının çözülmesi

Bulgur Tüketicileri ile Anket Çalışması: bulgur tüketicilerinin bulgur tercihlerinde öne çıkan faktörlerin ve bu faktörlerin ağırlıklarının belirlenmesi amacıyla Mardin, Diyarbakır, Muş ve Bitlis'te 500 kişiye anket çalışması yapılmıştır.

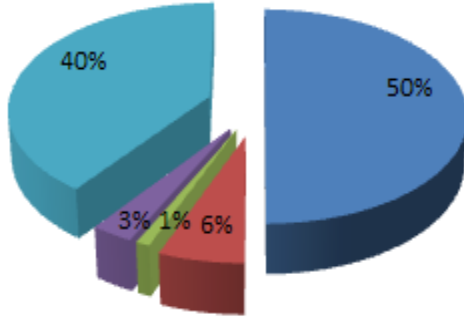
Bulgur Tüketicileri ile yapılan Anket sonuçları:

Şekil 16: Bulgur Tüketicileri İle Yapılan Anket Çalışması Sonuçları



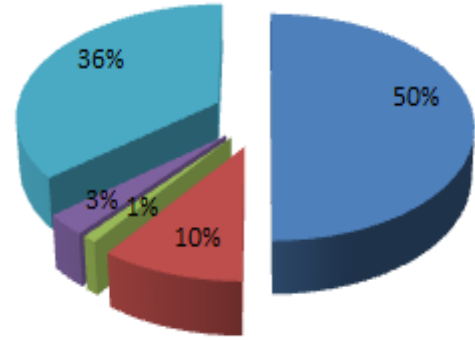
5. Bulgurun tadı/lezzeti önemlidir

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



6. Çevremin önerileri önemlidir

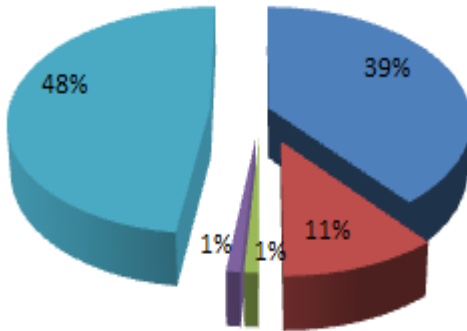
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranla **bulgurun tadı/lezzeti ve Çevremin önerilerinin** önemi ortaya çıkmıştır

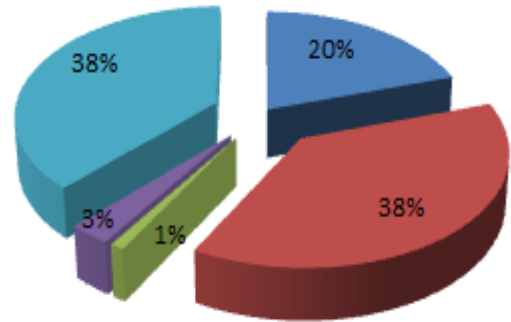
7. Bulgurun hangi buğdaydan üretildiği önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



8. Bulgurun kalite belgesi (TSE, ISO, HACCP vb.) önemlidir.

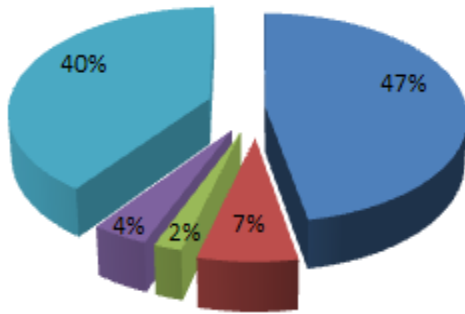
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranla **bulgurun hangi buğdaydan üretildiği ve Bulgurun kalite belgesi** önemi ortaya çıkmıştır

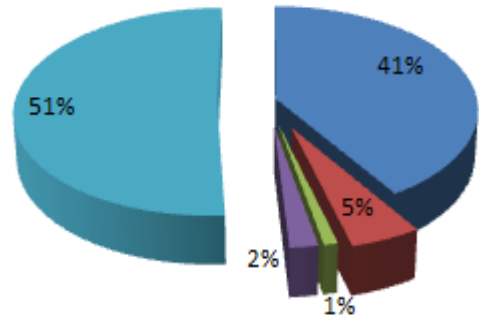
9. Bulgurun besin değeri önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



10. Bulgurun organik üretim olup olmadığı önemlidir.

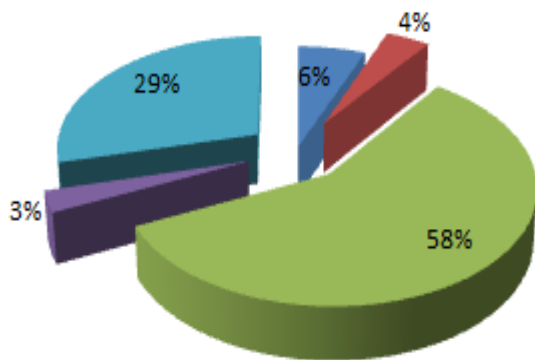
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranla **bulgurun besin değeri ve organik üretim olup olmadığı** önemi ortaya çıkmıştır

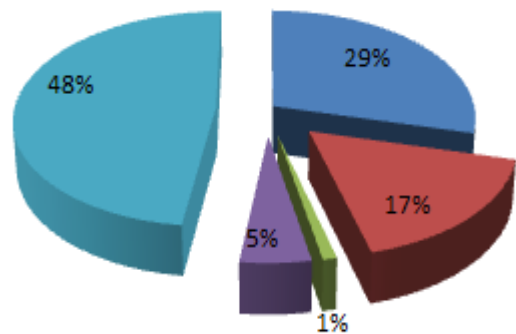
11. Bulgurun yabancı madde (taş, toprak vb.) içermemesi önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



12. Bulgur tanelerinin aynı büyüklükte olması önemlidir.

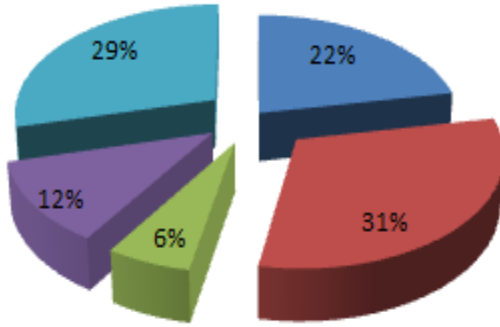
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranla **bulgurun yabancı madde (taş, toprak vb.) içermemesi ve tanelerinin aynı büyüklükte olması** önemi ortaya çıkmıştır

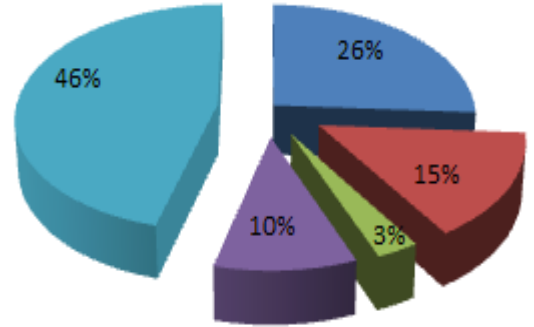
13. Bulgurun üretildiği şehir önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



14. Bulgur tanelerinin şekli önemlidir.

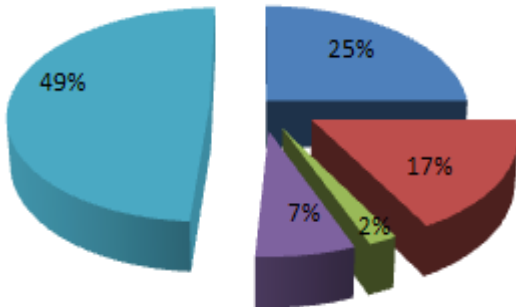
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Orta düzeyde **Bulgurun üretildiği şehrin önemi ve yüksek oranda bulgurun tanelerinin şeklinin** önemi ortaya çıkmıştır

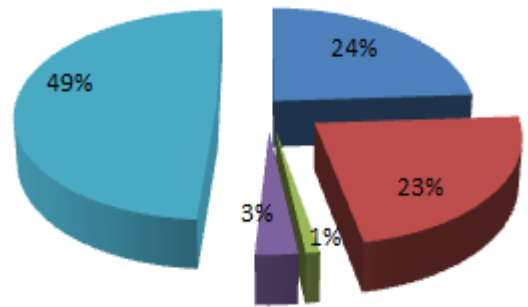
15. Bulgurun pişme kolaylığı önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



16. Bulgurun piştikten sonra taze kalma süresi önemlidir.

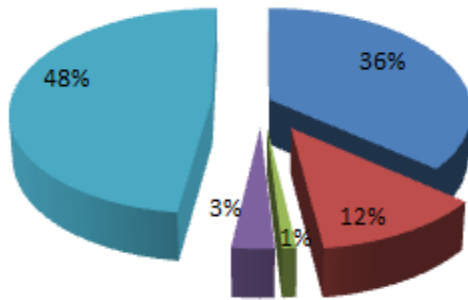
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranda **bulgurun pişme kolaylığı ve piştikten sonra taze kalma süresi** önemi ortaya çıkmıştır

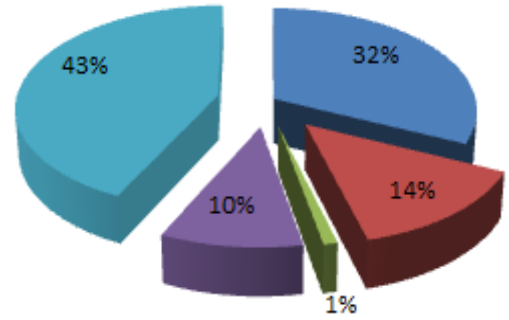
17. Bulgurun şişme kapasitesi önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



18. Bulgurun bir çok noktada satılması önemlidir.

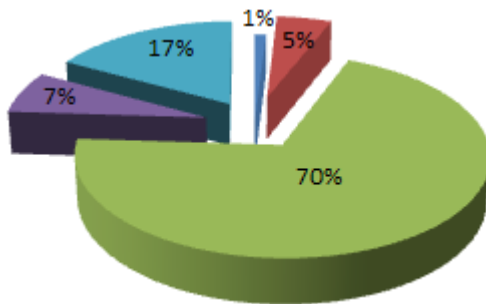
- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranda **bulgurun şişme kapasitesi ve çok noktada satılması** önemi ortaya çıkmıştır

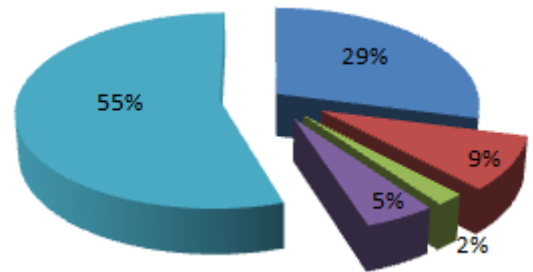
19. Bulgurun temizliği önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



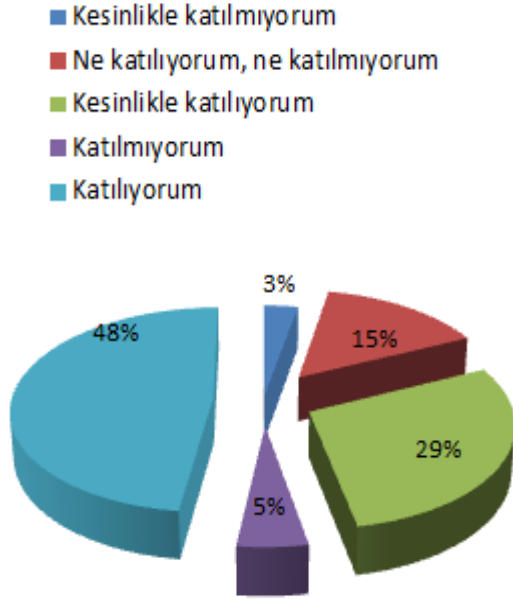
20. Bulgurun paketteki hediye ve promosyanları önemlidir.

- Kesinlikle katılmıyorum
- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum
- Kesinlikle katılıyorum
- Katılmıyorum
- Katılıyorum



Yüksek oranda **bulgurun temizliği ve paketteki hediye ve promosyonlarının** önemi ortaya çıkmıştır

21. Bulgurun pişirim / tattırım yapılması önemlidir.



Yüksek oranda bulgurun pişirim/tattırım yapılmasının önemi ortaya çıkmıştır

Uygulanan anketlerden aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır.

- Ankete katılan tüketiciler bulgurun doğal olanı, yani kehribar renginde olan bulgurun lif ve besin değeri yönünden zengin olduğunu belirtmişlerdir. Bulgurun işlenme oranı arttıkça barsak sağlığını yapılandıran lif, sinir sistemini besleyen B grubu vitaminleri ile demir, çinko, magnezyum gibi önemli mineraller azaldığını ve besin değerini kaybettiğini aktarmışlardır. Besin değeri zengin bulgurun renginden anlaşılacağını ortaya çıkmışlardır.
- Bulgurun pazarlanmasında, tüketim kültürünün etkili bir aracı olarak reklamın önemine vurgu yapıp, etkili reklam ile markanın itibarını sağlanması çerçevesinde kuruma olan güveninde önemli oranda artacağı belirtilmiştir.
- Bulgurun fiyatı; piyasa koşullarına uygun, insanların alım gücüne hitap eden ve sektördeki diğer firmalar ile rekabet edebilecek fiyatlandırma yönteminin belirlenmesinin önemli olduğu belirtilmiştir. Ve aynı zamanda bulgurun piyasa koşullarına uygun ambalaj ve paketlenmesinin önemli olduğu ortaya çıkmıştır.
- Bulgurun tadı/lezzetinin çok önemli olduğu belirtilip, bulgurun kullanım alanının ve yemek gamının geliştirilmesinin ve hangi bulgur türünün, hangi yemeğe daha ve fazla tat ve lezzet katacağının araştırılması ve üretim aşamasında buna dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.
- Sonuç olarak bulgurun rengi, marka ve reklamları, bulgurun fiyatı, bulgurun tadı/lezzeti ve çevre önerileri, bulgurun fiyatı, ambalaj ve paketlenmesinin önemi yapılan anketlerden ortaya çıkmaktadır.

Bulgur üreticileriyle Yarı Yapılandırılmış Mülakat/Anket Çalışması:

Mardin Organize Sanayisinde bulunan bulgur üretici işletmelerin mevcut üretim, pazarlama ve ekonomik sorunlarının tespit edilmesi amacıyla yarı yapılandırılmış mülakatlar/anketlerin uygulanması amacıyla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Bulgur Üreticileri İle Yapılan Odak Grup Görüşmeleri Sonuçları

Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Fizibilite Projesi kapsamında 21/22 Kasım 2020 tarihlerinde Mardin Organize Sanayi Bölgesi'nde faal halde çalışan 12 adet bulgur işletmesi ziyaret edilerek işletme bilgileri, hammadde temini, pazarlama faaliyetleri ile sorun ve beklentileri araştırılarak elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Bulgur Üretici İşletmelere İlişkin Bilgiler

İşletme yöneticilerinin yaşları 29 ile 67 arasında değişmekte olup yaş ortalamaları 46,1 olarak tespit edilmiştir. Yöneticilerin 3 tanesi ilkokul, 1'i ortaokul, 5'i lise ve 3 tanesi lisans/lisansüstü mezundur.

Faaliyet süresi en uzun olan işletme 1996 yılında kurulmuş olup 26 yıl, en yeni olan ise 4 yıl olarak tespit edilmiş, ortalama faaliyet süreleri 13 yıl olarak bulunmuştur. İşletmelerde çalışan sayısı 15 ile 52 arasında olup toplam 327 kişi, ortalama 27,3 kişi olarak tespit edilmiştir. İşletmelerin yıllık bulgur üretim kapasiteleri 454.500 ton, 2019 yılı bulgur üretim miktarları 141800 ton ve kapasite kullanım oranı %31,2 olarak bulunmuştur. 2019 yılında Mardin ilinde üretilen bulgurun %55,6'sının (78800 ton) ihraç edildiği, kalan kısmının ise Türkiye pazarında satıldığı bilgisi alınmıştır. İşletmelerin ihracat yaptığı ülkeler başta Irak olmak üzere AB ülkeleri (Almanya, Fransa) Ortadoğu ülkeleri (Katar, İsrail, Libya, Fas vb.), Kanada ve ABD'dir. Ancak toplam ihracatın yaklaşık %90'ı sadece Irak'a yapılmaktadır.

Odak Grup Çalışmasına Katılan İşletmelerin Hammadde Temini

İncelenen işletmelerin bulgur üretiminde hammadde olarak kullanılan makarnalık buğday ihtiyacı toplamı 205.000 ton ve toplam depolama kapasitelerinin ise 122000 ton olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin tamamının buğday pazarında işyerleri de bulunmakta olup buğday ihtiyaçlarının önemli bir kısmını aracısız olarak çiftçilerden satın aldıkları ayrıca bazı işletmelerin aracı firmalar aracılığıyla ithal buğday kullandıkları ve TMO/LİDAŞ'tan da ürün aldıkları bilgisi alınmıştır.

İşletmelerin tamamında renk, hektolitre, protein gibi özelliklerinin bulgur kalitesini artırması ve bölgede yaygın olarak ekilen çeşit olması nedeniyle İtalyan menşeli Svevo buğday çeşidinin birinci sırada tercih edildiği bilgisi alınmıştır. Söz konusu çeşit dışında Bugrus, Fito, Tizyana, Zühre, Güneyyıldızı, Sümerli ve Fırat-93 gibi makarnalık buğday çeşitlerinin de kullanıldığı bilgisi alınmıştır.

İşletmelerin tamamı Mardin ilinin iklim ve toprak özelliklerinin makarnalık buğday ekilişi açısından elverişli olması ve ekiliş oranının yüksek olması nedeniyle kaliteli makarnalık buğdaylara ulaşmakta sıkıntı yaşamadıklarını ancak diğer illerdeki firmaların Mardin ilinden çok fazla ürün alması ve özellikle 2020 yılında stokçuların artması nedeniyle hasat döneminden sonra fiyatların sürekli yükselmesinden maliyetlerinin arttığını ifade etmişlerdir. Özellikle İç Anadolu bölgesine yakın olan bulgur firmalarının söz konusu bölgelerde düşük fiyatlı hammaddeye daha kolay ulaşmaları nedeniyle de üretim maliyetlerinin Mardin ilindeki firmalara göre daha düşük olması iç piyasada Mardin Bulgurcularının rekabet gücünü azaltmaktadır. Bazı firmalarda depolama kapasitesinin yetersiz olması ve sermaye yetersizliği

nedeniyle hasat döneminde düşük fiyatlardan yeterince hammadde alınamaması önemli sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Bulgurun kalitesine etki eden faktörlerin tespit edilmesi amacıyla firma sahiplerine kaliteli bulgur üretimine etki eden en önemli 3 faktörün ne olduğu sorusu sorulmuş, işletmelerin tamamı kaliteli bulgurun en önemli kriterinin hammadde olarak kullanılan bulgur çeşidi ve kalitesi olduğunu ifade etmişlerdir. İkinci sırada pişirme süresi ile ustanın becerisi gelirken üçüncü faktör ise kurutma şekli olarak tespit edilmiştir. Firma sahiplerinin tamamı doğal olarak kurutulan bulgurun lezzet ve aromasının kurutma kulesinde kurutulan bulgurun kalitesinden daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Pazarlama Faaliyetleri

İncelenen işletmelerin sadece 2 tanesi pazarlama departmanları bulunduğunu ve başta Irak pazarı olmak üzere yurtdışı pazarlarda reklam ve tanıtım faaliyetleri yaptıklarını belirtmiştir. İşletmelerin tamamına yakını en önemli pazarlarının Irak olduğunu yurtiçinde ise Güneydoğu ve Doğu Anadolu illerine ürün sattıklarını ifade ederken bazı işletmelerde yurtiçinde geniş pazarlama ağı bulunan şirketlere fason üretim yapıldığı bilgisi de alınmıştır.

İşletmelerin diğer illerdeki bulgur firmaları ile rekabet güçleri maliyetlerin yüksek olması ve merkezi pazarlara (İstanbul, Ankara, İzmir vb.) uzak olmaları nedeniyle oldukça zayıftır. Ancak özellikle tek bir pazara (Irak) hitap etmeleri nedeniyle işletmeler arasında yıkıcı bir rekabet olduğu bazı işletmelerin kredi, hammadde borcu ve diğer ödemelerini ödeyebilmek için çok düşük fiyatlardan ürün satmaları en önemli pazarlama sorunları olarak ifade edilmiştir. Ancak alternatif pazarlarının olmaması işletmelerin sürdürülebilirliği açısından önemli bir sorun olarak görülmüştür.

Sorun ve Beklentiler

- İşletmelerde üretim maliyetlerini etkileyen diğer önemli etkenler enerji ve yakıt maliyetleridir. Aylık 150.000 TL'ye varan enerji ücretlerinin ödenmesinde sıkıntı yaşanmaktadır.
- İşletmelerin tamamına yakını bulgur ustası bulmakta sıkıntı çektiklerini kalifiye eleman yetiştirilmesi için üniversite ile iş birliği yapmak istediklerini ifade etmiştir.
- Bazı firmalar alternatif pazarlarının olmaması nedeniyle özellikle Avrupa ve Ortadoğu ülkelerinde Mardin Bulgurunun tanıtımı için ortak bir pazarlama sisteminin kurulmasını istemektedir.
- Tüketicilerin bulgur satın almadaki bilinç düzeylerinin geliştirilmesi ve bulgur tüketiminin artırılması için devletin kamu spotları ile kaliteli bulgur tüketimini özendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.
- Bulgurun sarı rengini arttıran gıda boyaları yasak olduğu halde yurtiçindeki bazı firmalarca kullanıldığı denetlemelerin artırılarak, ambalajlarda yazılan protein değerlerinin gerçekliğinin denetlenmesi istenmektedir.
- Merkezi Mardin ilinde bulunan firmalar bankalardan kredi alınırken ipotek olarak gösterilen gayrimenkullerine çok düşük değerler biçildiğinden istenilen miktarda kredi almakta sıkıntı yaşayan işletmeler bulunduğu tespit edilmiştir.
- Ülkemizden düşük gelirli ülkelere yapılan gıda yardımlarında satın alınan gıdaların sürekli belirli firmalardan tedarik edildiği, ilimizdeki firmalardan bu amaçla ürün alınmadığı, söz

konusu gıda tedariklerinde tüm firmaların eşit şekilde faydalanmasının sağlanması önerilmektedir.

- Çiftçilerin kaliteli makarnalık buğday tohumu konusunda bilinçlendirilerek düşük kalitedeki buğday üretiminin önlenmesi önerilmektedir.
- Önceki yıllarda Irak'a yapılan makarna ve yumurta ihracatında bazı firmaların düşük kaliteli ürünler veya bozuk yumurta göndermesi nedeniyle Irak'ın Türkiye pazarından makarna ve yumurta ithalatını belirli bir süre durdurduğu, aynı şekilde bazı bulgur firmalarının da Irak'a gönderdiği bulguru düşük kaliteli buğdaylardan üreterek gıda boyasıyla renklendirdiği bu nedenle Irak'ın bulgur ithalatını da durdurabileceği, söz konusu durumun yaşanmaması için ihraç edilen ürünlerde denetimlerin ve cezaların artırılması gerektiği düşünülmektedir.

Yurtiçi İnceleme-Çalışma Ziyaretleri

Tecrübe paylaşımı amacıyla yararlanıcı kurumdan 3 kişi ve 1 proje uzmanı iyi uygulama örneklerini incelemek üzere Afyon, Bursa ve Kars illerine çalışma ziyaretleri gerçekleştirmiştir.

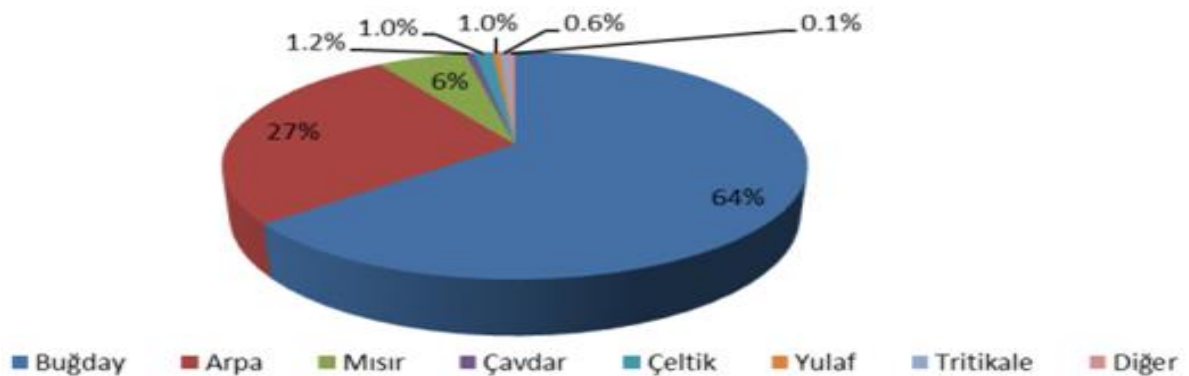
ii. Ulusal ve Bölgesel Düzeyde Gelecekteki Talebin Tahmini

Ülkemiz, geniş bir ürün yelpazesine imkân veren iklim ve ekolojik özellikleri nedeniyle tarımsal üretim açısından avantajlı bir ülkedir ve kendine yeterlilik açısından iyi durumdadır. Üstelik toplam istihdamın %18,4'ü tarım sektöründe yer almaktadır (OECD-2019). Dünya'nın en önemli un ihracatçı ülkelerinden biri Türkiye'dir. Bu yüzden iç tüketimin yanı sıra sektördeki en önemli hububat talebi un fabrikalarından gelmektedir. Ayrıca yem sanayi ve ihracata konu olan beyaz et sektörünün de hububat talebi olmaktadır.

Hububat

Ülkemiz yüzölçümünün %29,5'i (23,09 milyon hektar) tarım yapılabilir özelliktedir. Tarım alanlarımızın nadas alanları hariç %66,6'sı (15,4 milyon hektar) tarla ziraatına ayrılmıştır. Bu alanın da yaklaşık %70'inde (10,77 milyon hektar) hububat ekilmektedir. Hububat ekim alanı içerisinde %64'lük payla ilk sırada buğday, %27'lik payla ikinci sırada arpa ve %5,9'luk payla üçüncü sırada mısır yer almaktadır. Bu ürünleri sırasıyla; çeltik, çavdar, yulaf ve tritikale izlemektedir.

Şekil 17: Türkiye Tahıl Ekim Alanları (%)



Kaynak: TÜİK 2019

Buğday

Buğday üretimi, ülkemizin her bölgesinde yapılmaktadır. Bu nedenle buğday, tarla ürünleri içerisinde ekiliş alanı ve üretim miktarı bakımından ilk sırayı almaktadır. Son 20 yılda buğday ekim alanları 6,8-9,4 milyon hektar arasında, üretimi ise 17,2-22,6 milyon ton arasında değişmiştir. Ülkemizde artan nüfusa paralel olarak buğday talebi de artmaktadır. Ekmek, bulgur, makarna, irmik, bisküvi, nişasta ve diğer buğdaya dayalı unlu mamuller tüketimi dikkate alındığında buğday tüketimimiz 19-19,5 milyon ton seviyelerindedir.²⁷

Bunun dışında tarımsal ürünlerin pazarlanmasında en önemli dağıtım kanallarından biri de kooperatiflerdir. Kooperatiflerin dünyada birçok ürünün pazarlamasında büyük başarılar sağladığı görülmektedir. Örneğin AB'de kooperatiflerin tahıl ve bulgur pazarlamasındaki payı %80'lere kadar ulaşmaktadır. Türkiye'de ise kooperatif geleneği ve gelişiminin durumu tahıl ve bulgur üreticilerinin kooperatifleşmesine olumsuz yansımaları olmuştur. Güçsüz ekonomik yapı ve artırılmayan üye sayısı, kooperatiflerin altyapılarını geliştirmelerine, pazar paylarını artırmalarına ve pazarda rekabet gücü kazanmalarına engel olmuştur. Ayrıca, kooperatifler varlıklarını yeterince hissettiremedikleri için araçlar daha etkili faaliyet göstermektedirler. Bunu önlemek için öncelikle üreticinin bilinçlendirilmesi, örgütlenme talebinin oluşturulması yönünde ciddi çalışmalar başlatılmalıdır. Böylece pazarlama sisteminin başında yer alan üreticilerin örgütlenerek rekabet gücü kazanması ve pazardaki gelişim ve değişimleri izlemesi mümkün olacaktır. Pazardaki diğer kurumların kullandıkları teknoloji, istihdam yapısı, altyapı durumları ve talebi karşılama düzeyleri pazarda kalıcı olmada önemlidir. Nitekim işletmelerin, ticaret borsaları, toptancı haller gibi pazarlama sisteminde faaliyet gösteren birimlerdeki altyapı sorunları modern hizmet sunumunu engellemekte ve gıda güvenliği açısından ciddi riskleri beraberinde taşımaktadır. Pazarda üreticilerin örgütlü olarak yeterince temsil edilmemesi aracı sayısını artırmakta ve yüksek pazarlama marjlarına neden olmaktadır.

Kurulacak tesiste marka yönetimi ve marka inşa çalışmalarının pazarlama fonksiyonunun bir parçası olarak ele alınması önerilmektedir. Aynı zamanda proje yararlanıcısı olan Mardin OSB ile birlikte proje ortağı olan Mardin Artuklu Üniversitesi kurumsal imajından faydalanılarak markanın gücünün arkasında kamu kaynağının olduğunun hissettirilmesi pazarda güvenilirliği artırılmasına katkı sağlayacaktır.

5. MAL VE/VEYA HİZMETLERİN SATIŞ-ÜRETİM PROGRAMI

i. Satış Programı

Proje Coğrafi İşaret Belgesi olan Mardin Bulgurunun markalaşma çalışmalarını kurumsal, kendini çevirebilir bir yapıda gerçekleştirilmesini kapsamaktadır. Kurulacak merkezin maliyetlerini karşılamak üzere laboratuvar hizmetleri, dış ticaret ve ihracat danışmanlığı ile denetim hizmetleri verilmesi öngörülmektedir.

ii. Üretim/İş Programı

Proje markalaşma sürecini kapsamaktadır. Proje kapsamında imalat sanayine yönelik bir üretim gerçekleştirilmeyecektir. Marka inşası için izlenmesi gereken adımlar kısaca aşağıda tanımlanmıştır;

Marka Kararlarının Belirlenmesi

Proje yürütücüsü ve ortakları öncelikli olarak Mardin Bulguru adını belirtmiştir, ön plana çıkarmayı düşünülen ve üzerinde stratejiler uygulayıp geliştirmek istenilen marka ile ilgili çeşitli

²⁷ Yılı Hububat Sektör Raporu, 2019

önemli kararlar alınmıştır. Bu kararlar çerçevesinde markanın adının görsel ile ifade tarzının belirlenmesi önemlidir.

Marka Adının Belirlenmesi

Yapılan araştırma sonuçları, sıradan bir ada sahip olan ürünün orta kaliteli, ilgi çekici bir ada sahip ürün kadar iyi satış rakamı elde edemediğini, adlandırılmış bir ürünün pazar ortamında başarısız olması durumunda üründe değişiklik ya da iyileştirme yapmanın her zaman etkili olmadığını ortaya koymaktadır. Ayrıca marka adı; markanın fonksiyonel ve sembolik bileşenleri ile marka vaadini bütünleştirerek, marka kişiliği ve marka konumlandırma stratejisiyle tüketicinin buluşmasını sağlayan bir unsur, kısaca bir markayı diğerlerinden ayıran en önemli farklılaştırma aracıdır. Mardin Bulgurunun ortaya çıkartacağı marka adı, markanın sunduğu vaatleri aktaran ifade tarzı ya da anlatım biçimi olarak tanımlanmalıdır.

Markaya Ait Görsel İfade Tarzının Belirlenmesi

Tüketicinin satın alma karar sürecini belirleyen en önemli etkenlerden biri, bilindiği gibi markanın çabucak hatırlanması ve tercih edilebilmesinin sağlanmasıdır. Markanın başarısında uygun strateji ve marka adının belirlenmesi kadar tüketiciye markayı hatırlatacak görsel bir ifade tarzı da etkili olur. Amblem bir sembol olarak ifade edilirken; logo, markanın sembol ile bütünleştirilmesi sonucunda ortaya çıkar. Amblem ve logolar, firmaları ve markaları temsil eden, onların özelliklerini yansıtan, anlam yüklü özel tasarlanmış semboller ya da biçimlerdir. Bu doğrultuda markalaşma sürecindeki önemli aşamalardan biri olan markaya ait uygun görsel bir ifade tarzının belirlenmesinde dikkat edilmesi gereken nokta, seçilen görsel ifadede kullanılan çizgiler, karakterler ve renkler ile bunların markaya kattığı anlamlardır.

Mardin Bulguru aynı zamanda Coğrafi Tescil almış nadir ürünlerdendir. Bu nedenle markaya ait görselin belirlenmesi aşamasında Mardin Bulguru kullanılması markanın pazarda tutunmasında kolaylık sağlayacak, görünürlüğünün artmasında yardımcı olacaktır.

Yapılan tüm analiz ve değerlendirmelerin neticesinde;

Dünya nüfusu her geçen gün artmaktadır. Dünyadaki nüfus artış hızı göz önüne alındığında önümüzdeki 25-30 yıl içerisinde dünya nüfusunun 8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Dünya nüfusunda yaşanan hızlı artışla birlikte gıda maddelerine duyulan ihtiyaç da yoğun bir şekilde artmış ve giderek de artmaktadır. Temiz su kaynaklarının giderek azaldığı, tarım yapılacak alanların giderek daraldığı, küresel ısınmanın önemli bir tehdit olduğu günümüz dünyasında en temel insan haklarından biri olan yeterli ve güvenli gıdaya erişim tüm dünya ülkelerinin en önemli öncelikleri arasında yer almaktadır. Özellikle 2020 yılının başından itibaren tüm Dünyayı saran COVID-19 salgını göstermiştir ki tarım sektörü en az enerji veya savunma sektörü kadar önemli bir sektördür. Bu bağlamda insanoğlunun var olabilmesi için ihtiyaç duyulan gıda maddelerinin üretildiği tarım sektörünün önemi daha da artmıştır. Tarım gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun tüm ülkeler için vazgeçilmez bir sektördür. Gelişmiş ülkeler bugün bulundukları noktaya tarıma verdikleri önem sayesinde ulaşmışlardır. Genelde tarım, özelde sebze ve meyve ülkemiz için hayati öneme sahip sektörlerdir. Sonuç olarak; tarım ekonominin anahtar sektörüdür.

Fizibilite hazırlık aşamasında ilgili paydaşlar ile yapılan tüm değerlendirmeler neticesinde Mardin'de Markalaşma çalışmaları ile birlikte buna AR-GE, Uluslararası ve Ulusal Satış ve Pazarlama Birimi bağlı bir merkez ihtiyaç ortaya çıkarılmış olup bu doğrultuda yatırımın hayata geçirilmesi için çalışmaların fizibilitenin tamamlanmasının ardından Mardin OSB ve Mardin Artuklu Üniversitesi işbirliği ile beraber 2021-2022 yatırım programına alınması yönünde gerekli girişimlerin yapılması yönünde görüş birliğine varılmıştır.

Bunun dışında;

- İç ve dış pazarlarda ürünün rekabet şansını artıran en önemli unsurlardan biri de ambalajdır. Bu nedenle kurulacak tesiste ambalajlama ünitesi de eklenerek ambalaj malzemelerinde standardizasyon ile ambalaj malzemelerinin uygun fiyata üretilmesi hedeflenmektedir.
- Bulgur sektöründe kaliteli hammadde temini büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle bilinçsiz ilaç kullanımı özellikle ihracatta büyük sorunlara yol açmaktadır. İlaç kalıntısından kaynaklanan sorunların giderilmesi için, üreticilerin bu konuda bilinçlendirilmesi ve gereksiz kullanımlardan kaçınılması için bilinçlendirme eğitimlerinin eş zamanlı başlatılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır.
- Kalite ve standartlar dış ticaretimizde tarife dışı engeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Bulgur ihracatının başarıya ulaşması için alıcı ülkelerin kalite ve standartlarla ilgili düzenlemeleri yakından takip edilmeli, üreticiler bilgilendirilmelidir.
- Verimden düşmüş arazilerin çağdaş tarım ilkelerine uygun olarak yenilenmesi ve dış pazarlarda tercih edilen yerel Bulgur ıslah yoluyla kalitelerinin artırılması, tesiste kullanılacak AR-GE ve analiz imkanları ile kaliteyi arttıracak önemli bir unsur olarak değerlendirilmiştir.
- Türkiye’de, geniş aile yapısından çekirdek aile yapısına dönüşümün görüldüğü son yıllarda bazı farklı faktörlerin de etkisiyle son tüketici tarafından gıda alım miktarlarının küçülmeye başladığı görülmektedir. Eskiden kışlık erzak olarak büyük miktarlarda gıdalar alınırken, şimdi büyük marketlerin de yaygınlaşmasıyla günlük ya da haftalık tüketime yönelik alımlar olmaya başlamıştır. Projeyi hayata geçirecek Mardin OSB açısından bu durum Türkiye geneli görülen ve daha da belirginleşecek bu değişim dikkate alınarak küçük paketlenmiş ürünlerle marketlere giriş yönünde çalışmalar yapılması önem arz edebilir

Tarım sektörü ülkemizde hem ekonomik açıdan ve hem de sosyal dengelerin sağlanması bakımından önemli bir sektördür. Tüm bunların yanında tarıma dayalı sanayilere hammadde arzı ile de büyük önem taşımaktadır. Tarım sektörü içerisinde Bulgur sektörü, gelişen teknoloji ile artan kaliteli ve standartlaşmış üretim miktarının zamanla ihracat yollarına yönlendirilmesi ile çevre ülkeler dikkate alındığında ileri seviyelerde ihracat gerçekleştirebilecek duruma gelebilir.

Tüm bu bulgu ve veriler analiz edilerek talep tahmin sonuçları çerçevesinde bölgenin özelliklerine göre aşağıdaki alt başlıkları ortaya çıkmıştır.

- Pazarlama
- Ar-Ge Laboratuvar Hizmetleri
- Denetim Hizmetleri
- Dış Ticaret ve İhracat Destek
- Proje / İş Geliştirme

iii. Pazarlama Stratejisi (fiyatlandırma, tanıtım ve dağıtım)

Merkezin vereceği hizmetlerin fiyatlandırması yine bu merkezin bir kooperatif bünyesinde kuruluşunu gerçekleştirecek olan Mardin Bulguru Üreticileri tarafından yapılacaktır. Bu araştırma çalışması çerçevesinde muhtemel hizmetler ve bu hizmetlere ilişkin güncel piyasa fiyatlarına yer verilmiştir. Fiyatlandırmaya ilişkin hususlar işletme gelirlerine ilişkin bölümde yer almaktadır.

6. PROJE YERİ/UYGULAMA ALANI

Proje Yeri

Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Projesi Yerleşkesi; Mardin Organize Sanayi Bölgesinde aşağıda uydu görüntüsü olan bölgenin yaklaşık 1.500 m²'lik kapalı alanında kurulacaktır. Projenin alternatif yer seçeneği olmamaktadır. Proje alanı Mardin Organize Sanayi Bölgesi arazisi olmasından kaynaklı kamulaştırma maliyeti bulunmamaktadır.

Şekil 18: Yatırımın Yapılacağı Bölgenin Uydu Görüntüsü



i. Fiziksel ve coğrafi özellikler

Mardin 889,100 km² yüzölçümü ve 838.778 nüfusu ile 36 55- 38 51 Kuzey Enlemleri ve 39 56-42 54 Doğu Boyamları arasında yer alır. Diyarbakır, Şanlıurfa Batman, Siirt, Şırnak ve Suriye ile sınır komşusudur. Mardin topraklarının %4,8 ini kaplayan dağlar doğu-batı istikametinde uzanır ve ovidan ortalama 600 metre yükseklikte çok geniş bir kütle oluşturur.

Yükselti bazı kesimlerde 1000 metre üzerine çıkar. Dağlar genellikle çıplaktır. Büyük bölümü kalkerli olduğundan çatlaklar ve yarıklar oluşmuştur. Yüzey suları çatlaklardan dibe çekilmekte ve ovalara yakın platolarda yüzeye çıkmaktadır. Killi ve kireçli yapılı topraklarda Mardin, Mazıdağı, Derik, Midyat, Savur ve Nusaybin'in yükseklerinde meşe ağaçlarına rastlanır. Dağların kalkerli kesimleri Hızla aşınarak platolara dönüşmüştür. Bu platolar yer yer yüzeye çıkan lavlarla kaplıdır.

Mardin, mimari, etnografik, arkeolojik, tarihi ve görsel değerleri ile zamanın durduğu izlenimini veren Güneydoğunun şiirsel kentlerinden biridir. Mardin'de, farklı dini inanışlar paralelinde, sanatsal açıdan da tarihi değeri olan camiler, türbeler, kiliseler, manastır ve benzeri dini eserler barındırmaktadır. Mardin, İpek Yolu güzergahında olup, 5 han ve kervansaray mevcuttur.

İLÇELER: Mardin ilinin ilçeleri; Dargeçit, Derik, Kızıltepe, Mazıdağı, Midyat, Nusaybin, Ömerli, Savur ve Yeşilli'dir.

Kızıltepe: Kızıltepe Mardin'in güneybatısında yer alır. Artuklu ihtişamını yansıtan Ulu Camii, Taşköprü, Tarassut Kulesi Şahkullubey Kümbeti, Harzem Harabeleri günümüze kadar ayakta kalan tarihi hazinelerdir.

Mazıdağı: Sümerler devrinden beri mesken olduğu tahmin edilir. 50 metrelik bir tepenin üstünde bulunan Dermetinan Kalesi, Sultan Şeyhmus, Pir Hattap Türbeleri önemli ziyaret yerleridir. Zambırhan ve Asrihan iki mağaraları Taş Devrinden kalmadır.

Midyat: Mardin'in bu çok önemli ilçesi gümüş işçiliğiyle ünlüdür. El sanatları açısından önemli bir yöre olan ilçe turistik açıdan oldukça çekicidir. İlçenin 18 km. doğusunda bulunan Deyrulumur Manastırı M.S.397 yılında inşa edilmiştir.

Nusaybin: Dünyaya ışık tutacak Medeniyetler tarihine yeni bir sayfa açacak Gınnavas Höyüğü buradadır. Morin Şehir Kalıntısı, Morin Kalesi, Dimitros Kalesi, Mor Ambaham Manastırı, Yeni Kale, Şirvan Kalesi, Mor Yakup Kilisesi ve kilisenin 5-6 metre derinlikte bulunan zemin katta Mor Yakup Mezarı, Mor Evgin Manastırı, Mor Yuhanna Kilisesi, Üzüm suyu kanalı, Selman-i Pak, Şeyh Ali Tepesi, Pir Kemal Türbesi, Arap Kışla, Bağdat Köprüsü, Tak-ı Zaferin önemli tarihi yerlerdir. Zeynel Abidin Camisi, Hz. Muhammed' in 13. torunlarından olan Zeynel Abidin ve onun kız kardeşi Zeynep'in türbelerinin bulunduğu ilçenin en önemli camisidir.

Ömerli: Asurlar, Persler, Romalılar, Bizanslılar ve Türk İslam Devletlerinin hakimiyetlerinin bıraktığı antik değerler, Ömerliyi zengin kültür merkezi kılmaktadır. Fafah Kalesi, Beşikkaya Harabeleri, Göllü Harabeleri ve merkezde bulunan Kilise Harabeleri görülmeye değerdir.

Yeşilli: Mardin merkezinin kuzeydoğusunda yer alan Yeşilli, doğanın cömertçe oluşturduğu yemyeşil bir vadinin içinde mesire yerleriyle ün salmıştır. Romalılar devrinde yapılmış su kanalları, çeşmeler, bentler ve değirmenler görülmeye değerdir.

Şekil 19: Mardin haritası



İklim:

Akdeniz iklimine benzer özellikler taşır. Yazlar çok kurak ve sıcak kışları ise bol yağışlı ve ılımandır. Mardin'de kış mevsiminde oluşan yüksek Basınç alanı kış aylarının soğuk geçmesine yol açar. Bir yandan güneydeki Çöl İkliminin etkisi altında bulunması (Basra Alçak Basıncı), diğer yandan kuzeydeki yüksek dağların serin Hava kütlelerinin bölgeye girmesine mani olması sebebiyle ilin ovalık kesiminde yazlar çok sıcak geçer. İlin kuzey kesiminde zaman zaman kara iklimine benzer özellikler görülür.

Mardin'in iklimini ova ve dağ kesimi olarak iki şekilde değerlendirmek mümkündür. İki kesimdeki farklılık yağış, Sıcaklık ve rüzgâr değerlerinde ortaya çıkar. Ova kesiminde yazlar çok sıcak geçer, kışlar ise ılıman ve yağmurludur. Bu kesimde az miktarda ve kalıcı olmayan Kar yağışları görülür. Dağ kesiminde ise yazları ovaya nispeten daha serin, kışlar ise şiddetli rüzgâr, bol yağmur ve kar yağışlı geçer.

Tablo 5: 2020 Yılı Aylık Ortalama Sıcaklık Değişimi Tablosu

MARDİN	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Ort. Sıcaklık (° C)	3.6	4.9	8.7	14	19.9	25.9	30.2	29.8	25.7	18.6	11.8	5.9
Min. Sıcaklık (° C)	-0.5	0.4	3.5	8.3	13.1	18.2	22.3	21.9	17.7	11.8	6.2	1.5
Maks. Sıcaklık (° C)	7.8	9.5	14	19.7	26.7	33.6	38.1	37.8	33.7	25.5	17.5	10.3
Ort. Sıcaklık (° F)	38.5	40.8	47.7	57.2	67.8	78.6	86.4	85.6	78.3	65.5	53.2	42.6
Min. Sıcaklık (° F)	31.1	32.7	38.3	46.9	55.6	64.8	72.1	71.4	63.9	53.2	43.2	34.7
Maks. Sıcaklık (° F)	46.0	49.1	57.2	67.5	80.1	92.5	100.6	100.0	92.7	77.9	63.5	50.5
Yağış / Yağış (mm)	106	97	96	90	48	5	1	0	3	37	66	99

Kaynak: İklim Verileri <https://tr.climate-data.org/asya/tuerkiye/mardin/mardin-288/>

Yılın en kurak ve en yağışlı ayı arasındaki yağış miktarı: 106 mm Yıl boyunca ortalama sıcaklık 26,6 °C dolaylarındadır.

Tablo 6: 1964 - 2019 Yılları Arasındaki İklim Ölçümlerin Ortalaması

MARDİN	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Yıllık
Ortalama Sıcaklık (°C)	2.9	4.1	7.8	13.3	19.4	25.5	29.7	29.6	25.2	18.5	11.0	5.3	16.0
Ortalama En Yüksek Sıcaklık (°C)	5.7	7.2	11.5	17.2	23.8	30.5	34.9	34.6	30.0	22.7	14.4	8.0	20.0
Ortalama En Düşük Sıcaklık (°C)	0.5	1.3	4.5	9.6	14.9	20.1	24.4	24.6	20.7	14.5	8.0	2.8	12.2
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	4.4	5.0	5.9	7.2	9.6	12.1	12.4	11.5	10.2	7.6	5.9	4.3	96.1
Ortalama Yağışlı Gün Sayısı	12.0	10.6	11.5	10.4	7.3	1.5	0.4	0.3	0.7	5.2	7.6	10.9	78.4
Aylık Toplam Yağış Miktarı Ortalaması (mm)	117.2	105.0	97.1	83.2	47.8	6.7	3.1	2.3	4.0	34.4	72.8	111.7	685.3
En Yüksek Sıcaklık (°C)	19.4	19.5	27.5	33.6	35.4	40.0	42.5	42.0	39.3	35.6	26.1	24.1	42.5
En Düşük Sıcaklık (°C)	-13.4	-14.0	-11.7	-5.3	2.6	0.6	11.8	12.8	8.0	-2.5	-9.5	-11.9	-14.0

Kaynak: Meteoroloji Genel Müdürlüğü- Ölçüm Periyodu (1964- 2019)

Tablo 7: 1964 - 2019 arasındaki yağış durumu ölçümlerin ortalaması

Günlük Toplam En Yüksek Yağış Miktarı		Günlük En Hızlı Rüzgar		En Yüksek Kar	
03.02.1982	145.9 mm	01.11.2008	172.1 km/sa	06.03.1959	93.0 cm

Kaynak: Meteoroloji Genel Müdürlüğü- Ölçüm Periyodu (1964- 2019)

Katı, sıvı ve gaz yakıt kullanan tesisler için baca gazı sınır değerlerinin yanında tesis etki alanlarında hava kalitesi sınır değerlerinin de sağlanması önemlidir. Bu anlamda gerekli tedbirlerin alındığı gözlemlenmektedir. Şehirde artan motorlu taşıtlardan kaynaklı egzoz gazları hava kirliliğine etki sağlamaktadır.

Ulusal hava kalitesi indeksi, EPA Hava kalitesi indeksinin 5 temel kirletici indeksi hesaplanmaktadır. Bunlar; Partikül madde (PM10), Kükürtdioksit (SO₂), Azotdioksit (NO₂) ve Ozon (O₃) dur.

Tablo 8: Ulusal Hava Kalite İndeksi Kesme Noktaları

İNDEKS	HKİ	SO ₂ [µg/m ³]	NO ₂ [µg/m ³]	CO [µg/m ³]	O ₃ [µg/m ³]	PM10 [µg/m ³]
		1 Sa. Ort.	1 Sa. Ort.	8 Sa. Ort.	8 Sa. Ort.	24 Sa. Ort.
İyi	0– 50	0-100	0-100	0-5.500	0-120 ^L	0-50
Orta	51 – 100	101-250	101-200	5.501-10.000	121-160	51-100
Hassas	101 – 150	251-500	201-500	10.001-16.000 ^L	161-180 ^B	101-260
Sağlıksız	151 – 200	501-850	501-1.000	16.001-24.000	181-240 ^U	261-400
Kötü	201 – 300	851-1.100	1.001-2.000	24.001-32.000	241-700	401-520
Tehlikeli	301 – 500	>1.101	>2.001	>32.001	>701	>521

Kaynak: T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, <https://sim.csb.gov.tr/>

* L: Limit değeri, B: Bilgi eşiği, U: Uyarı eşiği

Kaynak: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Hava Kalitesi İzleme Sistemi

Yeryüzü Şekilleri

Mardin 11 topraklarının %4,8 ini kaplayan dağlar doğu-batı istikametinde uzanır ve ovidan ortalama 600 metre yükseklikte çok geniş bir kütle oluşturur. Yükselti bazı kesimlerde 1.000 metre üzerine çıkar.

Dağlar:

Dağlar genellikle çıplaktır. Büyük bölümü kalkerli olduğundan çatlaklar ve yarıklar oluşmuştur. Yüzey suları çatlaklardan dibe çekilmekte ve ovalara yakın platolarda yüzeye çıkmaktadır.

Mardin Dağlarının Mazıdağı, Derik, Midyat, Savur ve Nusaybin yörelerine sokulan yüksek kesimlerde meşe ağaçlarından oluşan topluluklara rastlanır. Bu orman parçalarında yer yer Sakız Ağacı, Dişbudak, Söğüt ve Çınar ağaçları da vardır.

Platolar:

Killi ve kireçli yapılı topraklarda Mardin, Mazıdağı, Derik, Midyat, Savur ve Nusaybin'in yükseklerinde meşe ağaçlarına rastlanır. Dağların kalkerli kesimleri Hızla aşınarak platolara dönüşmüştür. Bu platolar yer yer yüzeye çıkan lavlarla kaplıdır.

Vadiler ve Ovalar:

Mezopotamya Ovası'na ve Suriye çölüne egemen bir konumda olan Mardin Dağları, geceleri uçsuz bucaksız bir denizi andıran ovasından yaklaşık 600-1000 m, yükseklikte çok geniş bir kütle oluşturmaktadır. Bu yükselti Mardin Eşiği'dir. Dicle Vadisi ile Kızıltepe, Mardin ve Nusaybin Ovaları mevcuttur.

Büyükdere Vadisi ile Gümüş Çayı Vadisi' nin birleşmesiyle genişleyen taban üzerinde yer alan Kızıltepe Ovası en geniş alandır. Akarsuların taşıdığı alüvyonlarla kaplı Derik, Kızıltepe, Mardin ve Nusaybin Ovaları yakın bir tarihte GAP'la birlikte bolluk ve berekete kavuşmayı beklemektedir. Suriye sınırı boyunca Mardin ve Nusaybin Ovaları(Mezopotamya) uzanır.

Şekil 20: Mardin Mezopotamya Ovasından bir görünüş



Bitki örtüsü

Nusaybin ve Savur yöreleriyle Mardin Dağları'nın vadi boylarında yöre halkınca yetiştirilen Kavak, Badem, Bitim, Ceviz, Sumak, Kiraz ve Mahleplerin dışında il alanına bozkırlar egemen olur.

Akarsu ve Su kaynakları

İl genelindeki başlıca akarsular ve diğer su kaynakları; Gümüş Çayı, Buğur çayı, Çağçağ suyu, Savur çayı Seyhan Deresi, Yeşilli Gülzar Deresi ve Zergan deresidir. Derik ilçesinin Buğur köyü yakınlarında doğan Buğur çayı 53,65 km uzunluğunda olup, akarsuyun tamamına yakını il içerisinde akmaktadır. 103 km uzunluğundaki Çağçağ suyunun tamamı il içerisinde akmaktadır. Savur ilçesinden kaynağını alan 92 km uzunluğundaki Savur çayının 60,5 km lik bölümü il içerisinde akmaktadır. Dicle ve Fırat nehirlerinin kolları il topraklarında koridor oluşturmuştur.

ii. Ekonomik ve Fiziksel Altyapı

Mardin ilinin geleneksel ekonomik yapısı tarım, hayvancılık, ticaret ve son yıllarda gelişme gösteren imalat sanayi ve küçük çaplı el sanatlarına dayalıdır. Mardin diğer illere ve özellikle orta doğu ülkelerine olan yakınlığı ve eski ipek yolu üzerinde bulunması özelliği ile de transit taşıma güzergâhında önemli bir yere sahiptir. İl bu özellikleri ile Güney Doğu Anadolu Bölgesinde sanayi, ticaret ve lojistik yapısıyla önemli bir yer işgal etmektedir. Mardin ili sahip olduğu potansiyele rağmen ülke genelindeki sanayi büyüme oranlarına göre yeterince gelişmemiş, rekabet edebilirlik ve gelişim noktasında yetersiz kalmıştır. Mardin ilinde 1927 yılı sanayi sayımında 881 sanayi işletmesinin varlığı, Mardin sanayicilerini de yeniden imalat sektöründe yatırım yapmaya sevk etmiş ve ilin kalkınmada öncelikli iller arasında yer alması ve yeni teşvik sistemleri ile yatırım olanakları daha cazip hale gelmiştir.

İlde "Mardin Serbest Bölgesi" ve "Mardin Organize Sanayi Bölgesi" adlarında üretim ve sanayi bölgeleri bulunmaktadır. Bölgenin en önemli projesi olan Güneydoğu Anadolu Projesi'nin

tamamlanamaması nedeniyle tarım ürünlerine dayalı sanayi gelişmemiştir. Sanayinin toplam gelir içindeki payı %5,5'tir.

İlde kültür turizmi, inanç turizmi imkânları olmasına karşın Mardin ekonomisinde önemli bir yere sahip değildir.

Düşük GSYİH ve KBGSYİH değerlerine sahiptir. Sektörel katma değer itibarıyla hizmet ağırlıklı bir yapıdadır. Dış ticareti dışsal faktörler sebebiyle kırılgan niteliktedir. Şehrin beşerî sermaye eksikliği, rekabetçiliğini olumsuz etkileyen en önemli faktörlerdendir. İşsizlik oranı da Türkiye ortalamasının epey üstündedir. Fakat Mardin her zaman yüksek cazibeli bir şehir olmuştur. Ticarî açıdan daima dinamik bir yapıdadır. Yüksek bir ziraî ve turistik potansiyele sahiptir.

Mardin İli Sanayi Yapısı:

Kayıtlara göre sanayi işletmelerinin %24'ü İstanbul olmak üzere Bursa %9, Ankara %8, İzmir %5, Konya %5, Kayseri %3, Denizli %2, Kocaeli %2, Adana %2, Tekirdağ %2, Gaziantep %2, Samsun %2, Balıkesir %2, Manisa %2 olmak üzere toplam %74'lük oranı 14 ilimizde bulunmaktadır. Bölgelere göre bir değerlendirme yaptığımızda sanayi işletmelerinin %43'ü Marmara Bölgesinde %20'si İç Anadolu Bölgesinde, %13'ü Ege Bölgesinde, %9'u Akdeniz Bölgesinde, %8'i Karadeniz Bölgesinde, %4'ü Güneydoğu Anadolu Bölgesinde, %3'ü Doğu Anadolu Bölgesinde olduğu görülmektedir. 2018 yılı sonu itibarıyla, Mardin ilinde sanayi siciline kayıtlı sanayi işletme sayısı 486'dır.

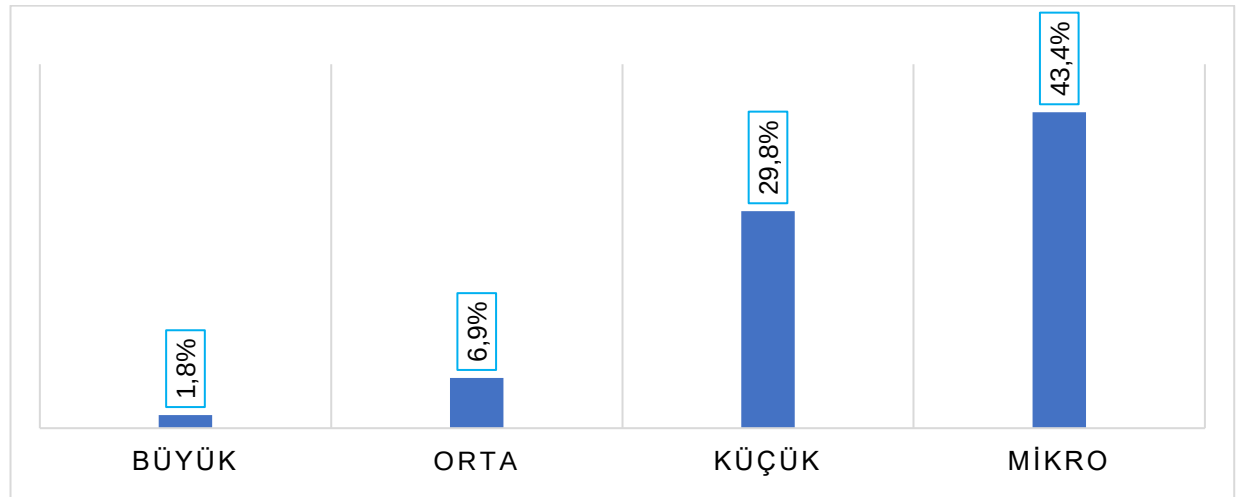
Mardin İli Sanayisi Genel Değerlendirme

Sanayi Sicil Bilgi sistemine kayıtlı işletmelerin ölçek, sektör ve çalışan sayısına göre dağılımı aşağıdaki gibidir:

Ölçek Dağılımı

Mardin ilinde bulunan sanayi işletmeleri çalışan sayısına göre; %43,4 mikro, %29,8 küçük, %6,9 orta ve %1,8 oranında büyük ölçekli işletmelerdir.

Şekil 21 : Mardin İli - İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı (%),



Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Sektörel Dağılım

Mardin ilinde sanayi işletmelerinin sektörel dağılımı incelendiğinde, ilk sırada %44,3 ile Hazır Giyim sektörü gelmektedir. Bu sektörü %21,5 ile Gıda ürünleri imalatı, %14,3 ile Madencilik ve % 12,1 ile Metalik olmayan ürünler imalatı sektörleri takip etmektedir.

Çalışan Sayısı

Tablo 9: Mardin İlinde Sanayi Sektöründe İstihdamın Dağılımı (İlk 10 sektör)

Sektör Adı	Çalışan Sayısı	İl Payı (%)
14-Hazır Giyim	4.897	44,3%
10-Gıda Ürünleri	2.375	21,5%
08-Madencilik	1.587	14,3%
23-Metalik Olmayan Mineral Ürünler	1.338	12,1%
13-Tekstil Ürünleri	427	3,9%
22-Kauçuk ve Plastik Ürünleri	225	2,0%
31-Mobilya İmalatı	214	1,9%
Toplam	11.063	100,0%

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2018)

Mardin İlinde Sanayi Bölgeleri

Organize Sanayi Bölgeleri(OSB); Mardin ilinde 1 adet sicil almış OSB bulunmaktadır.

Devam eden OSB'ler;

- Mardin İl. Organize Sanayi Bölgesi : (Sicil no:318)
- Midyat Organize Sanayi Bölgesi (Müteşebbis heyetinin oluşturulması aşamasındadır.)
- Nusaybin Organize Sanayi Bölgesi

Sanayi Siteleri; Mardin ilinde 544 işyeri içeren 3 adet sanayi sitesi hizmete sunulmuştur.

Tablo 10: Mardin İli Sanayi Siteleri Doluluk Durumu

Sıra	Sanayi Sitesi Adı	İşyeri Sayısı	Faal İşyeri	Doluluk Oranı (%)
1	Mardin SS	190	180	95%
2	Kızıltepe SS	200	200	100%
3	Nusaybin SS	154	154	100%
Toplam		544	534	98%

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji bakanlığı 2018

Mardin İli Ar-Ge ve Yenilik Kapasitesi

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından sanayinin teknoloji düzeyinin artırılmasına yönelik AR-Ge desteği, Teknogirişim Sermayesi Desteği, Teknolojik Ürün Yatırım Desteği, Teknolojik Ürün Deneyim Belgesi, SanTez Projeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Teknolojik Ürün Tanıtım ve Destek Programına ilişkin birçok faaliyet yürütülmektedir.

Tablo 11: Mardin İli Faydalı Model, Marka, Patent ve Tasarım İstatistikleri

Başvuru Sayıları	2002-2017	2018	2018 Yılı TR Payı (%)	2002-2017 Dönemi TR Payı (%)
Faydalı Model	17	2	0,074	0,038
Marka	2672	414	0,390	0,230
Patent	21	2	0,027	0,040
Tasarım	92	6	0,016	0,017
Dosya	48	5	0,065	0,046

Kaynak: Sanayi ve Teknoloji bakanlığı 2018

2018 yılı itibarıyla ilden yapılan toplam patent başvurusu sayısı 2018 yılında sadece 2'dir. Ayrıca geçen yıllardan tescilli yapılmış 6 adet coğrafi işaret bulunmaktadır. Mardin Bulguru da 2017 yılında Coğrafi İşaret Tescilini gerçekleştirmiştir.

Mardin Bulguru Coğrafi İşaret Tescil Bilgileri


Coğrafi işaretin türü: Menşe Adı
Dosya Numarası: C2017/013
Başvuru Tarihi: 16.02.2017
Tescil Numarası: 463
Tescil Tarihi: 16.10.2019
Ürün Grubu: İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
İl: Mardin
Başvuru Yapan/Tescil Ettiren: Kızıltepe Ticaret ve Sanayi Odası
Durum: Tescilli
Adres:
Yeni Mah. 529 Sok. Dünderlar İş Merkezi Toprak B. Kat:2 No:2 Kızıltepe MARDİN

Şekil 22 : Mardin Bulguru Coğrafi İşaret Tescil Töreni



Mardin İli Dış Ticaret Yapısı

Mardin ilinde aktif olan gıda, nakliye, taş ve toprağa dayalı sanayiye katma değeri yüksek metal, makine ve teçhizatı imalatı sanayisi gelişme göstererek klima, güneş kolektörleri, dikişli borular, tarım makineleri, jant, motor döküm parçaları, metal borular ve kablo ürünler ileri teknoloji ile üretilerek iç ve dış piyasaya sunulmaktadır.

Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatta 1. sırada yer alırken, teşvik yasası ve ilin ucuz iş gücü potansiyeli tekstil sanayinin yatırımlarını artırmış ve ihracatta 2. büyük sanayi sektörü olarak yerini almıştır.

Çelik Sanayi ihracatta 3. sırada yer almaktadır. Mazıdağı Fosfat Tesislerinde devam eden çalışmalarla, bu sanayi sektörünün de ilin ve ülkenin ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Mardin ilinde yapılan ihracatın önemli bir kısmı Ortadoğu Ülkelerine yapılmakta olup bu ülkelere yapılan ihracatın en büyük oranı (2018 yılı-%88,94) Irak'a yapılmaktadır.

Irak'ı takiben Suriye, İran, Suudi Arabistan Ülkeleri bulunmaktadır. Yapılan ihracatın büyük çoğunluğu Gıda Ürünleri, Giyim Eşyası ile Tarım ve Hayvancılık alanlarını kapsamaktadır.

Mardin ilinde yapılan ithalatın en büyük oranı (2018 yılı- %52,84) Rusya Federasyonu'na ait olup Cezayir, ABD, Yunanistan bu ülkeyi takip etmektedir.

Yapılan ithalatın büyük çoğunluğu Tarım ve Hayvancılık ile Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri alanlarını kapsamaktadır

Mardin İlinin ilk 10 Ülke bazında dış ticareti aşağıdaki gibidir.

Tablo 12: Mardin Dış Ticaretinde Ülkelerin Payları (%)

İhracat		İthalat	
Irak	88,94%	Rusya Federasyonu	52,84%
Suriye	4,42%	Cezayir	10.09%
İran	1,07%	ABD	6,37%
Suudi Arabistan	1,03%	Yunanistan	4.94%
BAE	0,64%	Kazakistan	4,7%
Mısır	0,39%	Ukrayna	3,87%
Polonya	0,33%	Norveç	2,85%
St. Kitts ve Nevis	0,27%	Çin	2,65%
Kırgızistan	0,24%	Venezuela	2,15%
Lübnan	0,19%	Irak	1,12%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (2021)

Mardin'in dış ticareti son 5 yılda önemli artış göstermiştir. İlin toplam dış ticareti 2016 yılındaki 971,5 milyon \$ düzeyinden 2020 yılı sonu itibarıyla 1 milyar 277,7 milyon \$ seviyesine yükselmiştir. 2020 itibarıyla ilin toplam ihracatı 914 milyon \$, ithalatı ise 364 milyon \$ düzeyindedir.

Tablo 13: Mardin Dış Ticareti, 2016-2020 (milyon \$)

Dönem	İhracat	İthalat	Toplam Dış Ticaret
2016	877,9	93,5	971,5
2017	910,9	148,5	1.059,4
2018	870,0	225,6	1.095,6
2019	791,1	414,8	1.205,9
2020	913,5	364,2	1.277,7

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (2021)

İlin Dış Ticarete Konu Olabilecek Potansiyeli

Mardin ili için 2020 yılı itibarıyla dış ticarete öne çıkan sektörler aşağıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan görüleceği üzere ilin ihracatta ve dış ticarete en güçlü olduğu alan **Gıda Ürünleri ve İçecek** sektörüdür. Bu sektördeki toplam dış ticaret 370 milyon dolar düzeyindedir.

Tablo 14: Mardin İli Sektörel Dış Ticareti, 2020 (\$)

Sektör ISIC Rev.3 Kodu	Sektör	İhracat	İthalat	Toplam
15	Gıda ürünleri ve içecek	370.101.613	348.382	370.449.995
1	Tarım ve hayvancılık	26.967.119	190.380.903	217.348.022
23	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar	1.836.965	148.491.043	150.328.008
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat	142.238.213	5.485.994	147.724.207
18	Giyim eşyası	118.624.873	28.289	118.653.162
17	Tekstil ürünleri	36.374.268	8.025.171	44.399.439
26	Metalik olmayan diğer mineral ürünler	39.339.812	329.747	39.669.559
24	Kimyasal madde ve ürünler	36.087.488	2.728.850	38.816.338
27	Ana metal sanayi	28.495.525	753.735	29.249.260
21	Kağıt ve kağıt ürünleri	25.586.554	598.611	26.185.165
25	Plastik ve kauçuk ürünleri	17.524.365	445.339	17.969.704
36	Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler	14.020.041	494.980	14.515.021
51	Atık ve hurdalar	10.829.669	2.893.836	13.723.505
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazlar	12.425.000	395.278	12.820.278
20	Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler	9.902.071	125.577	10.027.648

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (2021)

İlin Yatırım Potansiyeli ve Öne Çıkan Sektörler

İlde potansiyel değerlere yönelik yatırımların başında güneş enerjisi yatırımı gelmektedir. Son yıllarda sanayi ve teknoloji alanında yaşanan büyük gelişmelerle birlikte, endüstriyel ve kentsel girdilerden biri olan enerji kullanımı giderek artmıştır. Enerjinin fazla kullanımı sonucunda doğal kaynaklar hızla tükenmeye, çevre kirlenmeye ve enerji için yüksek miktarda para ödenmeye başlanmıştır.

Dünyada ve ülkemizde enerji arzının büyük bölümünü karşılayan petrol başta olmak üzere, fosil yakıt rezervlerinin sınırlı olması ve belli coğrafyada yoğunlaşması enerji arz güvenliğini riske sokabilmekte ya da önemli dışa bağımlılık sorunları yaratabilmektedir. Bir yılda yeryüzüne ulaşan güneş enerjisi dünyadaki toplam fosil yakıt rezervlerinden elde edilebilecek enerjinin yaklaşık 160 katıdır. Temiz olmanın yanı sıra dünya için sonsuz bir enerji kaynağı olarak kabul edilen güneş enerjisinin dünyadaki kullanımını geliştiren teknoloji ile birlikte yaygın bir hale gelmiştir.

Ülkemiz coğrafi konumu nedeniyle sahip olduğu güneş enerjisi potansiyeli bakımından şanslı bir durumdadır. Güneşli gün sayısı nedeniyle ülkemizde güneşlenme değerleri en fazla olan illerin başında Mardin ili gelmektedir. Yıllık güneşlenme süresi ortalama 3000 saatten fazladır. Doğal gaz, fuel-oil gibi petrol ürünlerine dayalı enerji santralleri ile rüzgâr ve güneş enerji santralleri değerlendirilebilir yatırımlardandır.

Mardin İli İçin Diğer Uygun Yatırım Alanları Şunlardır:

- Turizm sektörü için yapılacak yatırımlar
- Sebze ve Meyvelerin işlenmesi ve saklanması
- Et besiciliği
- Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişasta ürünlerinin imalatı
- Fırın ve unlu mamuller imalatı (Bisküvi, kakao, çikolata, şekerleme)
- Mobilya üretimi
- Elektrikli teçhizat imalatı (elektrik motoru, jeneratör ve transformatör)
- Seracılık
- İçecek imalatı (Su işleme tesisi)
- Makarna üretim tesisi
- Et ve et mamulleri üretim tesisi
- Tekstil ve giyim eşyası imalatı (halı, kilim, giyim eşyası)
- Maden işletmeciliği
- Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı (zirai ilaçlar, sabun ve temizlik ürünleri)
- Kauçuk ve plastik ürünleri imalatı
- Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri imalatı (çatal, bıçak ve ev aletleri)

Yurt İçi Talebi Karşılamaya Yönelik Kısa Vadeli Yatırım Alanları:

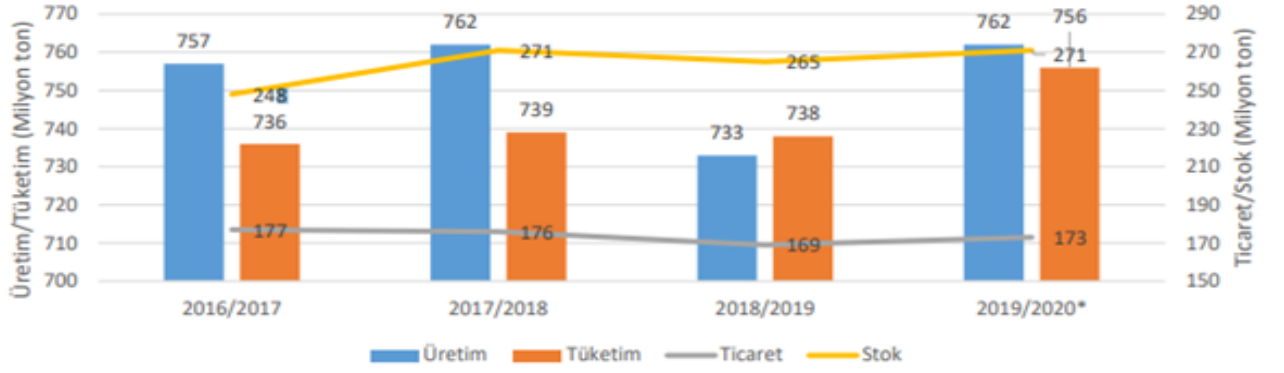
- Bilgisayar Donanımları ve Yazılımları Ticareti
- Elektrik motorları ve jeneratör
- Elektronik tel (Kablo ve fiber optik)
- Hazır giyim
- Boya baskı ve apre tesisi
- Örne eşya
- Prefabrik yapı elemanları
- PVC Profil doğrama ve PVC Boru
- Soğuk hava deposu
- Temizlik malzemeleri üretimi
- Petrol ürünleri işleme
- Kimyasal maddeler
- Bitkisel yağ üretimi
- Çelik ve polietilen boru üretimi
- Çuval ve iplik imalatı

Buğday ve Bulgur Üretimindeki Potansiyeli

Dünyada insanlığın ve medeniyetin gelişiminde buğday üretiminin çok büyük etkisi olmuştur. Buğday, pirinçten sonra dünyada en yaygın ve ihtiyaç duyulan gıda maddesi olarak binlerce yıldır önemini korumaya devam etmektedir.

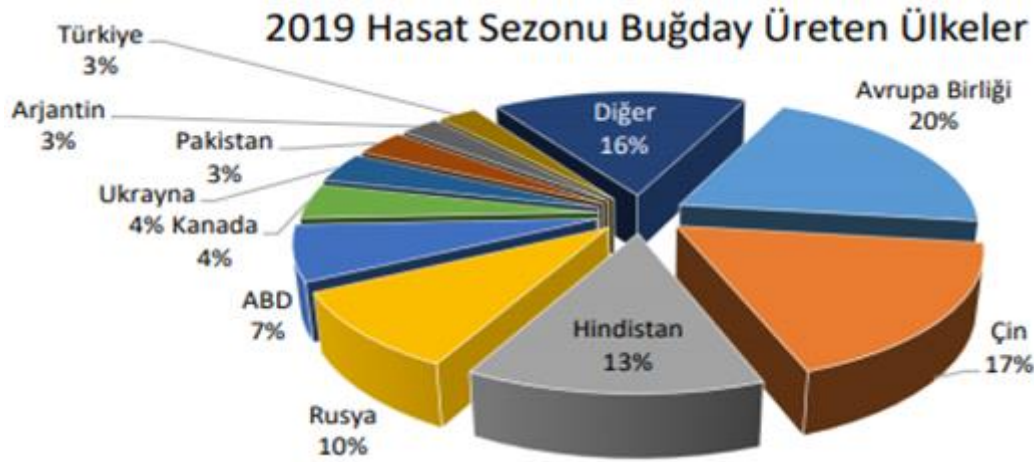
Buğday'da 2019/2020 sezonunda üretim geçen yıla göre yaklaşık 30 milyon ton artmıştır. Ülkeler üretim artışı ile geçen yıl azalan stoklarını tamamlamaya yönelmişlerdir. Rusya'daki üretim artışı ve düşük fiyattan dolayı ülkenin ihracatı önemli ölçüde yükselmiştir. Genel olarak ihracatçı ülke fiyatları güçlü talep artışı ile Aralık ayı boyunca artış göstermiştir. ABD fiyatları, Çin ile yapılan ticaret görüşmeleri sonrası kısmı olarak yükselmiştir. Arjantin'in fiyatları, hükümetin buğday, mısır ve soya fasulyesi üzerindeki ihracat vergilerini artırma kararı öncesinde güçlü ihracat satışlarına dayanarak yükselmiştir. Avustralya'nın fiyatları üretim düşüşüne bağlı olarak daha da artmıştır. Kanada'nın fiyatları güçlü uluslararası talebe dayanarak yükselmiştir.

Tablo 15: Dünyada Buğday Üretimi (2019/2020)



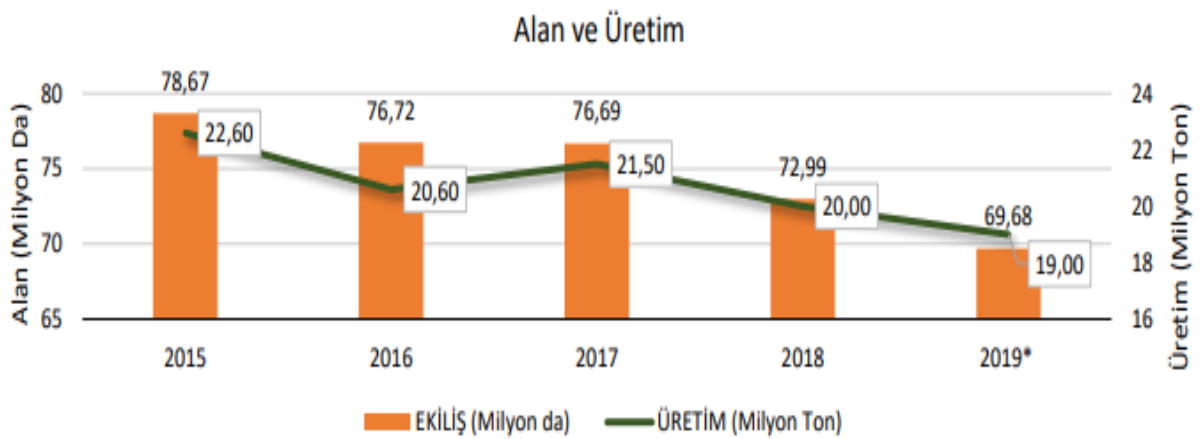
Kaynak: IGC, *Tahmin

Şekil 23: Dünyada Buğday Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (2019/2020)



Kaynak: IGC, *Tahmin

Şekil 24: Türkiye’de Buğday Üretimi, Arazi-Üretim (dekar-ton)



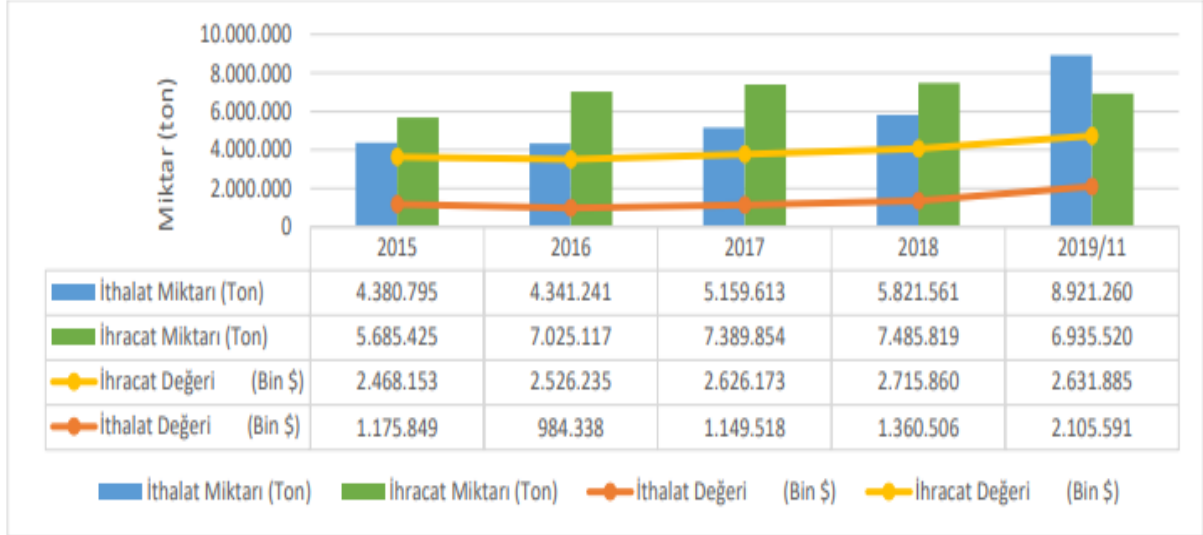
Kaynak: TÜİK, Tarımsal Üretim İstatistikleri (2020)

Geçmiş sezon kuraklığa bağlı yaşanan üretim azalması, döviz kurunda yaşanan dalgalanma, 2019 hasat sezonu için buğday üreticisinin alternatif ürünlere yönelmesine sebep olmuştur.

İklimsel şartların normal gitmesine ve bölge ülkelerindeki üretim artışına rağmen ülkemizde üretim 19 milyon ton gerçekleşmiştir.

2020 yılı için ilk değerlendirmelere göre ekiliş alanlarında geçen yıla göre kısmi bir artış öngörülmektedir. Ekilişlerden sonra ülke genelinin yağışsız geçmesi çıkışları yavaşlatmış olsa da Kasım sonu, Aralık ve Ocak ilk haftasında gerçekleşen yağışlar ve sıcaklıkların mevsim normallerinin üzerinde seyretmesiyle birlikte günlük hububat gelişimi istenilen seviyeye ulaşmıştır.

Şekil 25: Türkiye'nin Buğday Dış Ticaret Verileri (2015-2019)



Kaynak: TÜİK, Tarımsal Üretim İstatistikleri (2020)

Ülkemizde buğday üretimi kendi ihtiyacımıza yetecek düzeydedir. Bununla birlikte ithalatlar mamul madde ihracatına yönelik Dâhilde İşleme Rejimi (DİR) kapsamında yapılmaktadır. Son 18 yılda 59 milyon ton buğday ithalatına karşılık 73 milyon ton buğday karşılığı mamul madde (un, makarna, bulgur, irmik, bisküvi) ihracatı yapılmıştır. Değer olarak bakıldığında ihracatımız ithalatımızdan net 12 milyar \$ fazladır.

Mamul madde ihracatındaki artış ve bu artışa bağlı olarak sanayicinin ham madde ihtiyacının artması, sezona stoklarının boş girilmesi ithalatı artırmıştır. Ayrıca DİR kapsamındaki ithalat rejiminin (önce ithalat sonra ihracat şeklinde) değiştirilmesi ve ithalatın ihracat gibi aylara düzgün yayılmaması, sektörün elinde bulundurduğu eski Dâhilde İşleme İzin Belgelerini kullanmaları ve sezon başında uygun fiyatlardan faydalanarak hızlı bir ithalat yapılması bu yılki ithalatı artırmış olup sezon sonunda mamul madde ihracatının artacağı öngörülmektedir. Ayrıca 2019 yılı itibarıyla ülke stoklarında geçen yıla oranla 1,5 milyon tona yakın bir artış olduğu tahmin edilmektedir.

Mardin'in Gıda ve Tarım Alanındaki Sunduğu Yatırım Fırsatları

Tarım sektörü verileri:

Toplam tarım alanı: 3 Milyon 140 Bin dekar (Yüzölçümünün %36)

ÇKS'ye kayıtlı Çiftçi Sayısı (2020) : 23.000 Kişi

Mardin sahip olduğu kapasite ile tarım için çok elverişli bir konumdadır.

Mardin'i Tarımda Öne Çıkaran Hususlar:

- Verimli tarım arazilerinin olması,
- İklim koşullarının polikültür tarıma uygun olması, yılda 2 hatta 3 ürün üretimine uygun olması,
- Sulamanın bölgeye ulaşmasıyla alternatif bitkilerin yetiştirilmeye başlanması, GAP sulama projesiyle Sulanan arazilerin artacak olması,
- Tarım için gerekli genç iş gücünün bulunması,
- İlin tarihi İpek Yolunda bulunması, uluslararası hava limanına sahip olması, başta Irak, Suriye ve İran olmak üzere Ortadoğu pazarına yakın olması,
- Yüksek sayıda büyükbaş ve küçükbaş hayvan varlığımız ile, entegre tesislerin kurulmasına imkan vermesi,
- İleri tarım teknikleri kullanılarak yapılan tarım ve hayvancılık üretimi, tarımsal sanayi için ihtiyaç duyulan ham maddenin karşılana bilir olması,
- İlimizin yenilenebilir enerji olanaklarına sahip olması (güneşlenme süresinin fazla olması),
- Organik tarıma uygun arazi yapısının bulunması, verimlilik açısından çok önemlidir,
- Endüstriyel bitkileri yetiştirme bakımından verimli tarım arazilerinin bulunması.

Tablo 16: Bitkisel Üretimde Mardin'in Türkiye'deki Konumu, 2019 (Ton)

Ürün Adı	Türkiye Üretimi (Ton)	İl Üretimi (Ton)	Türkiye Üretimi İçindeki Payı (%)
Buğday	19.000.000	625.047	3,29%
Mısır (Dane)	6.000.000	421.130	7,02%
Arpa	7.600.000	69.099	0,91%
Pamuk (Kütlü)	2.200.000	65.365	2,97%
Mercimek (Kırmızı)	310.000	40.396	13,03%
Diğer	28.725.101	30.828	0,11%
Genel Toplam	63.835.101	1.251.865	1,96%

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı (2019)

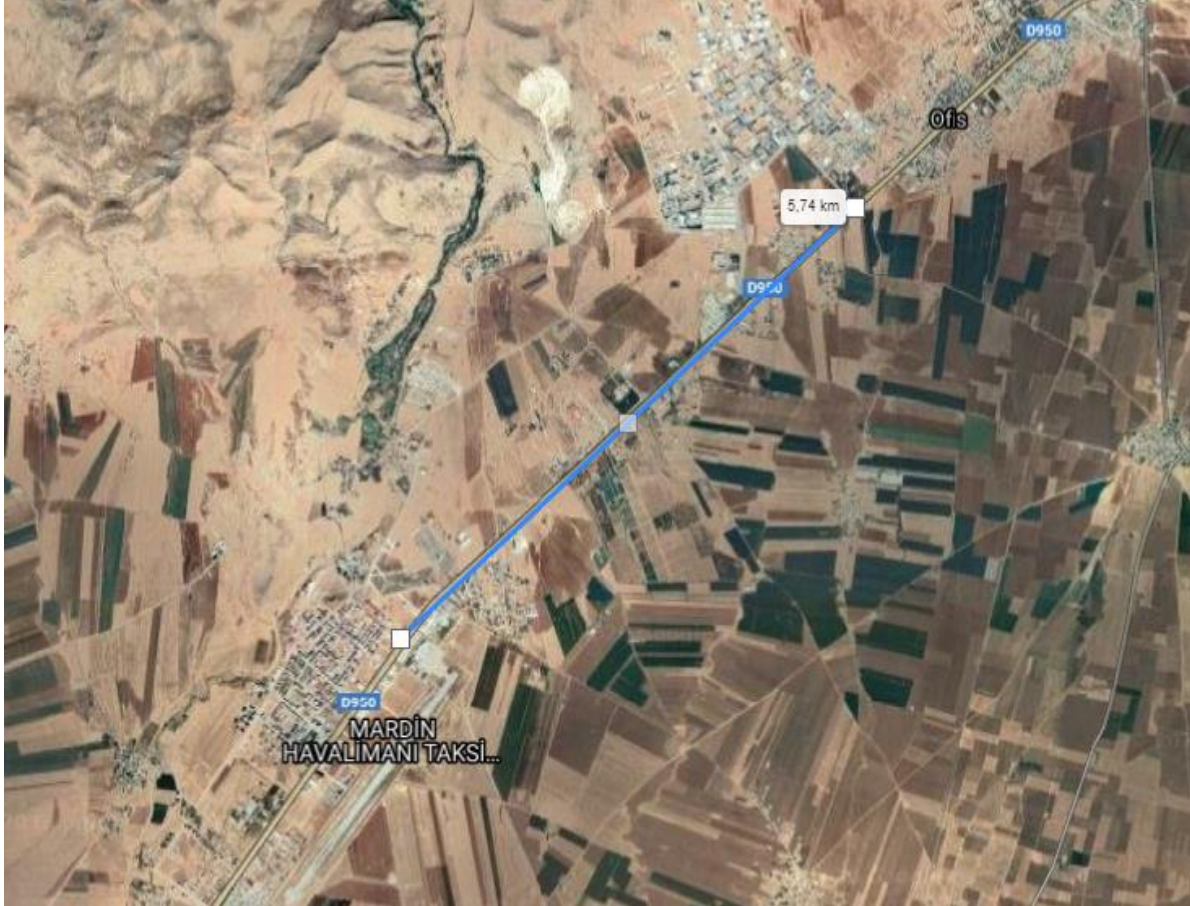
Ulaşım: Mardin Karayolları, Demiryolları ve Havayolu imkanlarına sahip önemli bir ticaret merkezi olmuştur, Bu ulaşım imkanları Mardin'i ekonomik bakımdan güçlendirmiştir.

Kızıltepe ve Nusaybin ilçelerinden geçen doğu-batı yönündeki karayolu, ildeki en önemli karayoludur. Şanlıurfa ve Şırnak illerinden bu yolla ulaşılabilir.

Tablo 17: Mardin OSB'nin Ulaşım Akslarına Erişilebilirliği

Mesafeler	Yaklaşık uzaklık
Mardin OSB – Mardin Havalimanı	5,74 km
Mardin OSB – Mardin Demiryolu Tren Garı	3,5 km
Mardin OSB – Karayolu Bağlantısı	Hemen bitişiğindedir

Şekil 26: Mardin OSB ile Mardin Havalimanının uydu görüntüsü



Haberleşme sistemi: Teknik destek, geliştirme, altyapı faaliyetleri Türk Telekom tarafından sağlamaktadır.

Elektrik: Mardin ili geneli elektrik dağıtım, teknik destek, geliştirme, tamirat vb. konularda DEDAŞ (Dicle Elektrik Dağıtım A.Ş) görev almaktadır

Su: Mardin Merkez ve ilçeleri için İçme suyu önemli ölçüde Beyazsu deresinden temin edilmektedir. Arazi sulaması için önemli ölçüde kuyu suyu kullanılmaktadır, bu çerçevede yazın elektrik enerjisi kullanımında sorunlar oluşmakta olup uzun süreli elektrik kesintileri olabilmektedir. OSB ise kendi bölgesindeki su ihtiyacını kendi açtığı kuyulardan karşılanmaktadır. OSB'yi besleyen kuyularından sanayide 130 litre (130lt/sn) su aktarılmaktadır. 2011 yılında İçme suyu şebekesi yenilenmiştir.

Aşağıdaki tabloda analiz sonucu açıklanan içme suyunun uygun standartlarda olduğu görülmektedir.



T.C.
MARDİN SU VE KANALİZASYON İDARESİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
İŞLETMELER DAİRESİ BAŞKANLIĞI
Laboratuvar Hizmetleri Şube Müdürlüğü
İÇMESUYU ANALİZ RAPORU

SAYI : 97886056-021.99/ 08

RAPOR TARİHİ: 11.04.2019

KONU : Kimyasal ve Bakteriyolojik Su Analizi.

Numunenin Alındığı İl	MARDİN
Numunenin alındığı İlçe	Mazıdağı
Numunenin alındığı Mahalle	Atalar
Numune Suyunun Adı	Şebeke
Numunenin Geliş Sebebi	Kontrol İzleme
Numunenin Miktarı	500 cc
Numunenin Laboratuara Geliş Tarihi	11.04.2019
Analizin Başlama Ve Bitiş Tarihi	Kim. Analiz: 11.04.2019 – 11.04.2019 Mik. Analiz : 11.04.2019-12.04.2019

Açıklama:

Numune tarafımızca alınmış olup, kurumumuz tarafından numune kabul kriterleri talimatı'na uygun olarak kabul edilmiştir. Bu rapordaki sonuçlar yukarıda belirtilen numune için geçerlidir. Bu rapor Laboratuvarın yazılı izni olmadan kısmen kopyalanıp çoğaltılamaz. Kurumumuzun yazılı izni olmadan başka kuruma verilemez. İmzasız ve mühürlü raporlar geçersizdir.

	PARAMETRELER	Metot - Cihaz	Mevzuat Limiti	Analiz Sonuçları	Durum
Bakteriyolojik Parametreler	Escherichia Coli (kob/100 ml)	TS EN ISO 9308-1	0	0	UYGUN
	Koliform bakteri (kob /100 mL)	TS EN ISO 9308-1	0	0	UYGUN
Fiziksel Parametreler	Ph	Dijital ölçer problu hach HQ440d	[6.5< pH <9.5]	7.29	UYGUN
	İletkenlik (20 C'de iS / cm) (µS / cm)	Dijital ölçer problu hach HQ440d	[0 - 2500]	670	UYGUN
	Sıcaklık (°C)	Dijital ölçer problu hach HQ440d	[12 - 25]	18	UYGUN
	Tat (TKEDY)	Fiziksel	-	UYGUN	UYGUN
	Bulanıklık (NTU)	Turbidimetre TU5200	[0,0-1,0]	0.3	UYGUN
	Koku (TKEDY)	Fiziksel	-	UYGUN	UYGUN
	Renk (TKEDY)	Fiziksel	[1-20]	19	UYGUN
Kimyasal Parametreler	Amonyum (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[0,0 - 0,5]	0.02	UYGUN
	Kalsiyum (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[100 - 200]	123	UYGUN
	Magnezyum (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[0,5 - 50]	28	UYGUN
	Sertlik (°dH) Alman	Spektrofotometrik DR 3900	[1 - 20]	20	UYGUN
	Toplam sertlik (°F) Fransız	Spektrofotometrik DR 3900		35	UYGUN
	Nitrit (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[0,0 - 0,5]	0.01	UYGUN
	Demir (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[0,2 - 60]	0.40	UYGUN
	Klorür (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[25 - 600]	17	UYGUN
	Nitrat (mg/L)	Spektrofotometrik DR 3900	[0 – 50]	8.2	UYGUN
	Florur	Spektrofotometrik DR 3900	0-1.5	1.09	UYGUN
	Kurşun	Spektrofotometrik DR 3900	0-10	0.12	UYGUN
	Siyanür	Spektrofotometrik DR 3900	0-50	0.006	UYGUN
	Bakır	Spektrofotometrik DR 3900	0-2	0.131	UYGUN
	Sülfat	Spektrofotometrik DR 3900	25-250	10	UYGUN

DEĞERLENDİRME	Numune Suyunun yapılan analizi sonucunda 17.02.2005 tarih ve 25730 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik" uyarınca EK-2 Tablo A hükümlerine göre ve TS. ISO 9308-1 Yöntemine göre UYGUNDUR.
----------------------	---

Kaynak: Mardin Su Kanalizasyon İdaresi

Doğalgaz: Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu'nun (EPDK) 4646 Sayılı Doğalgaz Piyasası Kanunu çerçevesinde Akmercan Mardin Doğal Gaz Dağıtım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. tarafından doğalgaz dağıtımı sağlanmaktadır.

iii. Sosyal Altyapı

Mardin nüfusu: Mardin nüfusu $\uparrow$ %1,16 artışla bir önceki yıla göre 9.583 artmıştır. Mardin nüfusu 2019 yılına göre 838.778'dir. Bu nüfus, 420.923 erkek ve 417.855 kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise: %50,18 erkek, %49,82 kadındır.

Tablo 18: Cinsiyete Göre Mardin İli Nüfusu (2019)

İl	Kadın Nüfusu	Erkek Nüfusu	Toplam Nüfus
Mardin	417.855	420.923	838.778

Tablo 19: Mardin İli Nüfus Değişimi (2008-2019)

Yıl	Mardin Nüfusu	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2019	838.778	420.923	417.855
2018	829.195	417.000	412.195
2017	809.719	406.320	403.399
2016	796.237	400.475	395.762
2015	796.591	400.478	396.113
2014	788.996	395.968	393.028
2013	779.738	391.422	388.316
2012	773.026	388.736	384.290
2011	764.033	384.735	379.298
2010	744.606	371.019	373.587
2009	737.852	370.911	366.941
2008	750.697	378.451	372.246
2007	745.778	373.067	372.711

Kaynak: TÜİK 2019

Sağlık:

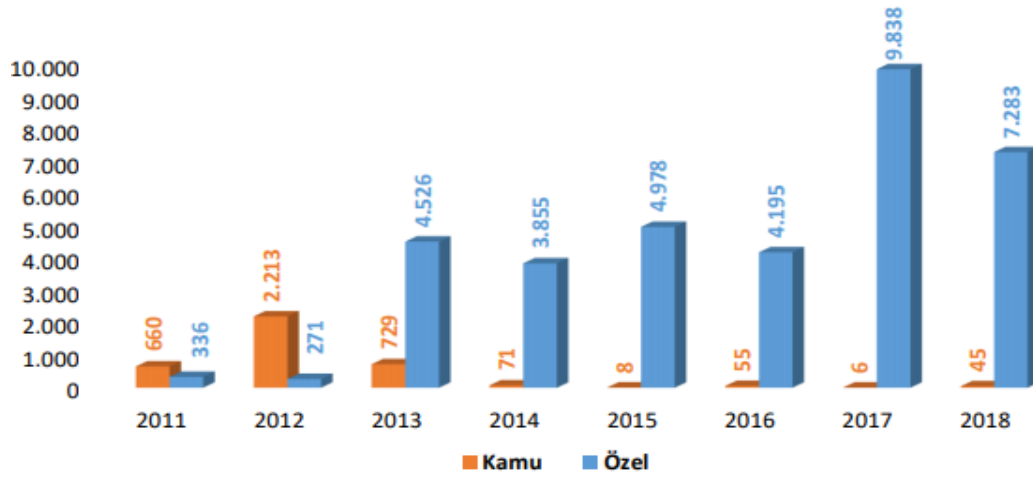
Mardin ilinde Sağlık Bakanlığı'na bağlı 11 hastane bulunmaktadır. Mardin şehir merkezinde Mardin Devlet Hastanesi, Mardin Kadın Doğum ve Çocuk Hastanesi ve Mardin Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi bulunmaktadır. Derik ilçesinde Derik Devlet Hastanesi, Dargeçit ilçesinde Dargeçit Devlet Hastanesi, Kızıltepe ilçesinde Kızıltepe Devlet Hastanesi, Mazıdağı ilçesinde

Mazıdağı İlçe Hastanesi, Midyat ilçesinde Midyat Devlet Hastanesi, Nusaybin ilçesinde Nusaybin Devlet Hastanesi, Ömerli ilçesinde Ömerli İlçe Entegre Hastanesi, Savur ilçesinde Savur İlçe Entegre Hastanesi sağlık hizmeti sağlamaktadır. Özel kurum olarak Mardin şehir merkezinde 1 hastane hizmet vermektedir.

İşgücü:

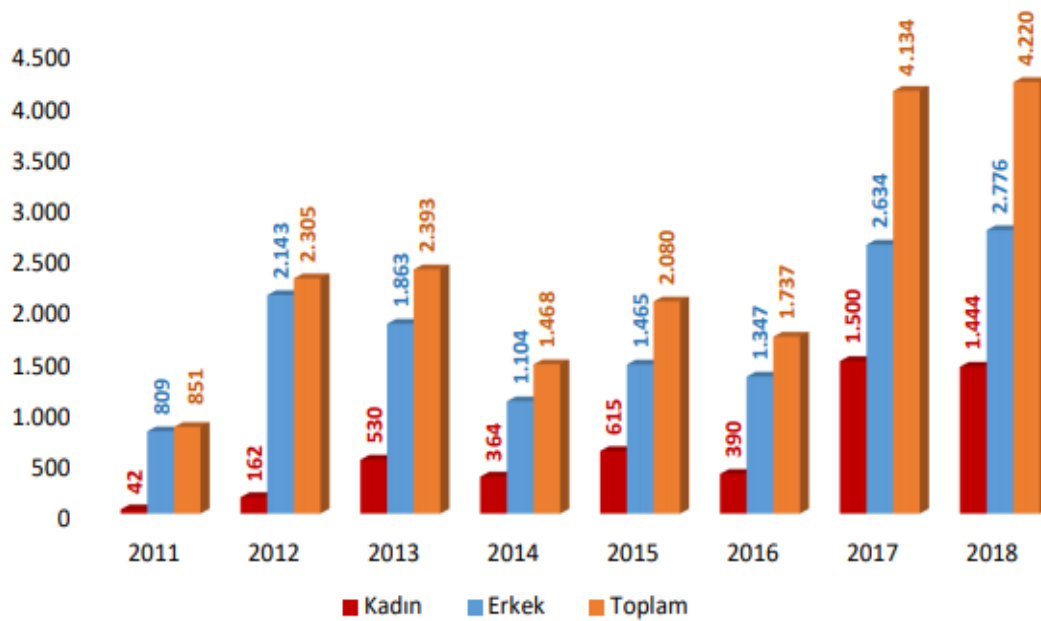
Mardin kayıtdışı istihdamın önde olduğu illerden birisidir. Tarımda kayıtdışılık oranı %90'ları bulabilmektedir. Ancak, son yıllarda ilin sanayi altyapısındaki gelişim ile birlikte kayıtlı istihdam sayısı da artmaktadır. Sanayi altyapısındaki gelişim ile birlikte özel kesimin sanayi istihdam talebi de artış göstermektedir. Mardin güncel İşgücü temel göstergeler aşağıdadır;

Şekil 27: Mardin, Yıllara Göre Açık İşler



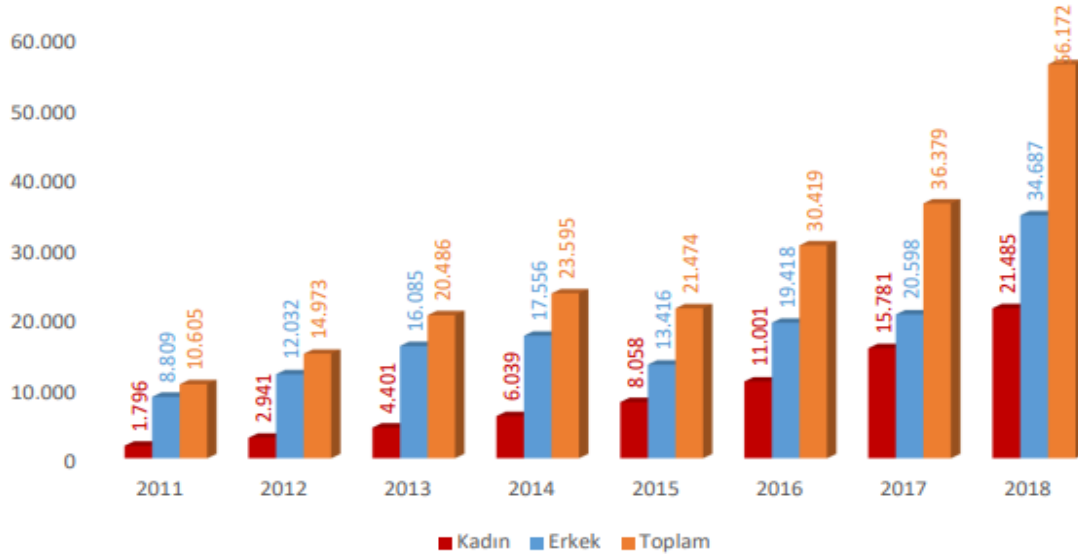
Kaynak: İŞKUR, 2018

Şekil 28: Mardin, Yıllara Göre İşe Yerleştirme Sayıları



Kaynak: İŞKUR, 2018

Şekil 29: Mardin, Kayıtlı İşsizlerin Cinsiyete Göre Dağılımı



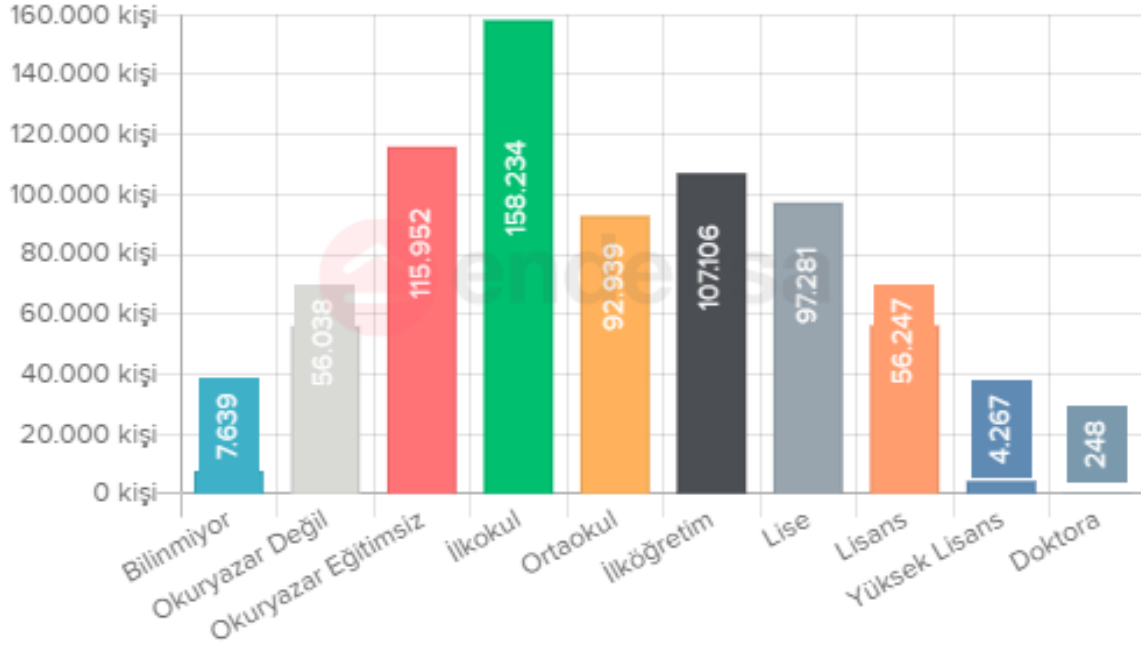
Kaynak: İŞKUR, 2018

2011 yılında Mardin ilinde İŞKUR'a kayıtlı 10 bin 605 işsiz bulunmaktadır. Kayıtların 8 bin 809'u erkek, 1.796'sı ise kadınlardan oluşmaktadır. 2018 yılında ise toplam 56 bin 172 kişi işsiz olarak kayıtlarda yerini almıştır. Yıllar itibariyle toplam kayıtlı işsiz sayısında artış eğilimi dikkati çekmektedir. Ayrıca 2015 yılındaki düşüşün nedeni ise 2015 yılı içinde kayıtlı işsiz sorgulamalarında SGK kayıtlarının baz alınması yöntemine geçilmesidir. Bu gelişme, sayesinde İŞKUR olarak işsizlerin işgücündeki durumlarını anlık olarak takip edilebilme imkanına erişmiştir.

Yıllar itibariyle kadın ve erkek dağılımları incelendiğinde dikkati çeken nokta, İŞKUR'a kayıtlı kadınların sayısındaki önemli artıştır. 2011 yılında Mardin'de 1.796 kayıtlı işsiz kadın bulunmakta iken bu sayı 2018 yılında önemli ölçüde artarak 21 bin 485'e yükselmiştir. Bu artışta İŞKUR'un sunmuş olduğu hizmetleri hem nitelik hem de nicelik olarak iyileştirmesi çok önemli bir faktördür.

Mardin ilinde mesleklere göre kayıtlı işsiz sayıları incelendiğinde en fazla kayıtlı işsiz olduğu ilk 10 mesleğin başında Beden İşçisi (Genel) mesleği yer almakta olup bu meslekte Mardin ilinde Kuruma kayıtlı 22 bin 742 işsiz bulunmaktadır. Bu rakam Mardin ilindeki toplam kayıtlı işsiz sayısının yüzde 40,5'ini oluşturmaktadır. Bu mesleği Temizlik Görevlisi, Beden İşçisi (Temizlik) ve Makineci (Dikiş) meslekleri takip etmiştir. Kadın kayıtlı işsizlerde en çok Beden İşçisi (Genel), Temizlik Görevlisi, Beden İşçisi (Temizlik), Makineci (Dikiş), Büro Memuru (Genel), Büro İşçisi, Sekreter, Satış Danışmanı / Uzmanı gibi mesleklerin yanı sıra Çocuk Gelişimi Meslek Elemanı ve Ön Muhasebeci gibi mesleklerde de kayıtlı işsiz bulunmaktadır. Aktif İşgücü Programları İŞKUR, aktif işgücü piyasası programları aracılığıyla istihdamın korunmasına ve artırılmasına, işsizlerin mesleki niteliklerinin geliştirilmesine, işsizliğin azaltılmasına ve özel politika gerektiren kişi ve grupların işgücü piyasasına kazandırılmasına yardımcı olmakta ve işsizlikten istihdama geçişi kolaylaştırmaya çalışmaktadır. Aktif işgücü piyasası programları içerisinde bulunan mesleki eğitim kursları, işbaşı eğitim programları ve girişimcilik eğitim programları ile işgücüne nitelik kazandırmaktadır. (Kaynak: İŞKUR - İşgücü Piyasası Araştırma Raporu 2019)

Şekil 30: Mardin, Eğitim Düzeylerine Göre Nüfusun Dağılımı



Kaynak: www.endeksa.com, 2021

İldeki bulunan Üniversiteler: 1 adet Üniversite bulunmaktadır. Diyarbakır yolu üzerinde, Mardin şehir merkezinde yer alan Mardin Artuklu Üniversitesi 2007 yılında kurulmuş ve 2007-2008 döneminde eğitim öğretime başlamıştır.

Mardin Artuklu Üniversitesi 8 fakülte, 1 yüksekokul, 3 meslek yüksekokulu, 2 enstitü yer almaktadır. Üniversite akademisyenleri ile birçok alanda proje yürütme beceri ve deneyimine sahiptir.

Şekil 31: Mardin Artuklu Üniversitesi



Türkiye’de üniversite- sanayi iş birliğinin gerekliliğini ve önemini vurgulamak adına 11. Kalkınma Planında, “Markalaşma; üniversite sanayi iş birliğini, işletmeler arası ortak Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerini ve yenilikçi girişimciliği en üst düzeye çıkarmak üzere etkinleştirilecektir” ifadesi yer almaktadır.

Mardin Bulgurunun Markalaşmasıyla Türkiye Sanayi Stratejisi 2015- 2018 Eylem Planında 6. Politikasında “Ülkemizin uluslararası ticaret ve yatırım kapasitesini arttırmaya yönelik çalışmalar yürütülecektir” ifadesi yer almaktadır. Bu politika altında sürdürülebilir ihracat artışının sağlanmasına yönelik, yenilikçi fikirler ve Ar-Ge’ye dayalı katma değeri yüksek, markalı ürün ve hizmetlerin üretim ve pazarlama süreçlerinin desteklenmesinden söz edilmektedir. 8. Politikasında ise bölgesel gelişmeye katkı sağlamak üzere sanayi politikalarının geliştirilmesi gerektiğini ve ülke genelinde yenilik kapasitesinin artırılması adına sanayi yatırım alanlarının oluşturulması gerektiğine değinilmiştir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı).

Projenin hayata geçmesi ile 11. Kalkınma Planında belirtildiği gibi “Üretim ve ihracatımızın yüksek katma değerli ve teknoloji yoğun bir yapıya kavuşması için yapısal bir dönüşüm meydana gelecektir.

Bu dönüşüm, Ar-Ge faaliyetleri ile tarımsal sanayi sektörünün, küresel değer zincirindeki konumu açısından da önem taşımaktadır. Bu çerçevede, bilim ve teknolojiyi ekonomik ve sosyal faydaya dönüştürmeye yönelik gerekli araç ve kurumlar sistematğinde önemli gelişmeler kaydedilecektir.

Projenin Doğrudan ve Dolaylı Etkileri

- Mardin Bulguru bölge, ülke ve dünya ölçeğinde yerini alacaktır.
- Mardin Bulguru uluslararası ve ulusal pazarlara önemli kalite ve standartlarda geliştirilip sunulacaktır.
- Mardin Bulgurunun marka değeri artacaktır.
- Mardin geneli önemli oranda olan ve iş arayan işgücü için istihdam alanı oluşturulması,
- Sektörde işletme sayısı, istihdam, çiftçi sayısı, tarım ürünleri üretim miktarı ve birim başı verim artacaktır.
- Tarımda üretim maliyeti düşecektir.
- Gençlerde ve çocuklarda tarım kültürü gelişecektir.
- Bitki polinasyonu artışı ile bitkisel üretim artacaktır.
- Doğal sağlıklı ve organik tarım ürünleri üretimi artacaktır.
- COVID-19 salgını dolayısıyla oluşabilecek sağlıklı gıdaya erişim riski giderilecektir. Sağlıklı Tarımsal ürünler ulusal ve uluslararası pazarlara sunulacaktır.

iv. Kurumsal Yapılar

Mardin Organize Sanayi Bölgesi

Mardin Organize Sanayi Bölgesi Valilik ve Mardin Sanayici ve İşadamları Derneği ile 1976 yılında 3000 dönüm alan üzerinde kurulmuştur. Türkiye de Belediye, Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları gibi başka Sivil Toplum Örgütlerinden destek almadan kurulan belki de ilk OSB'dir. Kuruluşu her ne kadar çok eskiye dayansa da sanayi tesislerinin yoğun olarak kurulması 1990 yılından sonrasına dayanmaktadır. Hâlihazırda doluluk oranı %100'dür. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında ilave alan çalışmaları desteklenmektedir.

Bu yatırımlar sonucunda Mardin'e Ortadoğu'nun en büyük pazarı olan II. Buğday Pazarı kurulmuştur. Bu da ihracat rakamlarındaki artışla açıkça görülmektedir. Son yıllarda ihracatta büyük bir sıçrama yaşanmaktadır. İhracat son 10 yıl içerisinde büyük bir sıçrama göstermiş ve 1 milyar dolara ulaşmıştır.

Mardin OSB, ülkemizin dünyada özellikle Avrupa'nın Ortadoğu pazarına açılmasında dikkati çeken coğrafi konumu kapsamında Ortadoğu ülkelerinden ikisine (Suriye-Irak) sınır kenti olması nedeni ile ülke içinde de avantajlı bir konumdadır.

Mardin OSB'de 207 sanayi parseli mevcuttur. 141 firma üretimde, 13 tesis proje aşamasında 13 tesis inşaat aşamasında, 23 tesis ise faaliyetlerine geçici olarak ara vermiştir. Ayrıca 73 adet Gıda Ürünleri, 4 adet Tekstil, 5 adet kimyasal ürünleri ve kozmetik, 4 adet Plastik, 6 adet Mobilya ve 49 adet diğer sektörler olmak üzere toplam 141 adet sanayi tesisi üretimdedir. Bu fabrikalar toplam 3750 ile 4500 arası bir istihdam sağlanmaktadır. Fabrikalarda çalışan yaklaşık 4000 ve 138 fabrikanın lojistik ve nakliye hizmetleri de Mardin ilindeki girişimler tarafından sağlanmaktadır.

v. Çevresel Etkilerin Ön-değerlendirmesi

Projemiz hali hazırda altyapı ve üst yapı imkanlarına sahiptir. Bu anlamda yer seçimi titizlikle ve bilinçli şekilde seçilmiştir.

Projemiz ile ilgili herhangi katı/sıvı/gaz vb. atık bulunmamaktadır, herhangi bir çevresel kirlilik ile ilgili bir durum söz konusu değildir. Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda ÇED muafiyet kapsamındadır.

vi. Alternatifler, Yer Seçimi ve Arazi Maliyeti

Mardin Bulgurunun Markalaştırılması çerçevesinde Kurulması planlanan merkez Mardin OSB içinde yaklaşık 1.500 m²'lik alanda kurulacaktır. Bu alan Mardin OSB'in kendi mülkiyeti olup herhangi bir kamulaştırma bedeli gerektirmediği gibi hali hazırda alt yapı ve üst yapı imkanlarına sahiptir. Vazgeçilen tarımsal tarım üretim gelirleri bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu yer titizlikle seçilmiştir.

7. TEKNİK ANALİZ VE TASARIM

i. Kapasite Analizi ve Seçimi

Kapasite seçiminde referans alınan varsayımlar:

- Hesaplamalarda kullanılan iskonto oranı, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası güncel reeskont işlemlerine uygulanan faiz oranına paralel olarak %10,47 olarak varsayılmıştır.
- Tarımsal laboratuvar tahlillerinde aylık 290 adet analiz yapılacağı varsayılmıştır.
- Danışmanlık hizmetleri kapsamında aylık 40 işletmeye/çiftçiye/kuruma danışmanlık hizmeti verileceği varsayılmıştır.
- Merkez Bankası verileri baz alınarak tahmin edilen yıl sonu enflasyon oranı %8,4 olarak varsayılmıştır.
- Mardin Bulgurunun yurt dışı piyasasına ilk 10 yıl %70'ini kurulacak markalaşma merkezi üzerinden satacağı varsayılmıştır.
- Mardin'e gelen yerli ve yabancı turist ve yatırımcıların %30'nın, Merkezi ziyaret edeceği ve İldeki ziyaretçi sayısının yıllık %7 oranında artacağı varsayılmıştır.

Proje için tahmin edilen talep düzeyine uygun olarak seçilen proje kapasitesi aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 20: Yıllık Bazda Kapasite Seçimi

Ortalama Gelir Kalemleri	Ortalama Birim Fiyat (TL)	Yıllık Adet
Ar-Ge - Laboratuvar Gelirleri	388	1.500
Zirai Analizler	500	600
Toprak ve Su Analizi	313	900
Denetim Hizmetleri	320	900
Denetim Gelirleri	320	900
Pazarlama Hizmetleri/Coğrafi işaret belgesi kullanma hakkından elde edilecek pazarlama geliri	1.581,700	1.000
Proje/iş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri	3.500	50
Toplam		

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından açıklanan verilere göre, imalat sanayinde 2019 yılı ortalama kapasite kullanım oranı (KKO) %75,9 olarak hesaplanmıştır. 2020 yılı ortalaması ise COVID-19 salgının da etkisi ile son 8 aylık ortalama %70,1 iken gıda ürünleri imalatında %71,3 olarak gerçekleşmiştir.²⁸

Kurulması öngörülen tesisin odak faaliyeti markalaşma olduğundan tesisin kuruluş yılından itibaren 8 personel ile tam kapasite hizmet verebileceği değerlendirilmiştir.

²⁸ TCMB, Veri Yönetimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü, 2020

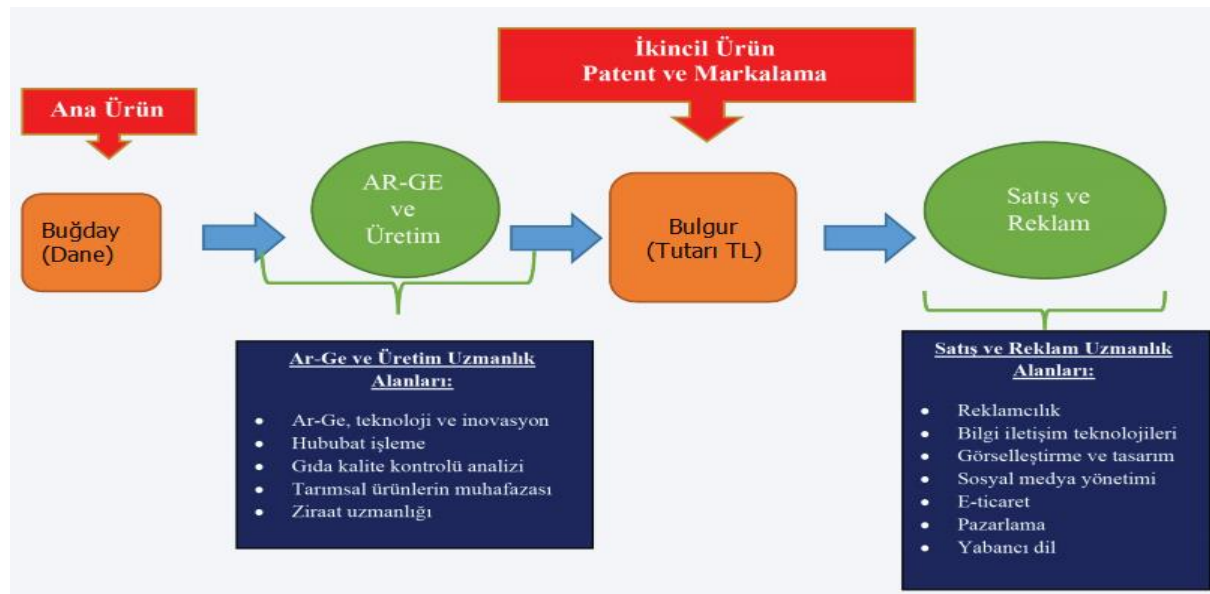
ii. Alternatif Teknolojilerin Analizi ve Teknoloji Seçimi

Merkez bünyesinde kurulacak laboratuvar, teknolojik sera ve toprak kullanım şartları, kullanım süreleri araştırma ve geliştirme faaliyeti çalışma konusuna göre çeşitlilik gösterecektir. Bu kapsamda merkez içerisinde Ar-Ge faaliyeti yapmak üzere başvuran firmanın talep ve istekleri bölge tarafından değerlendirilecektir. Üniversite bu sebeple bir Ar-Ge Bilim Kurulu oluşturacaktır. Ar-Ge bilim kurulu, girişimcinin Ar-Ge konusuna göre üniversitelerden, araştırma enstitülerinden ilgili araştırmacıların ve diğer kamu kurumlarından temsilcilerinin katılımı ile oluşacaktır. Bilim Kurulu teknoloji Geliştirme Bölgesinde Ar-Ge faaliyeti yapacak girişimcinin Ar-Ge kolunu ve gereksinimlerini uzmanlık alanları kapsamında değerlendirecek ve bir raporla kurul sekreteryasına sunacaklardır. Bilim kurulu sekreteryası Merkez yönetim ekibi tarafından yürütülecektir.

Şekil 32: Teknolojik Tarım; Veriye Hızlı Erişim Ve Veriyi Yönetme (Temsili)



Şekil 33: Markalaşma Modeli Uzmanlık Alanı Belirleme Süreci



Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Merkezi tasarımı tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21: Mardin Bulguru İmalatçıları (veya Üreticileri) Kooperatifi Faaliyetleri

Mardin Bulgurunun Markalaştırılması Faaliyetleri		Adet	Alan (m ²)
Ar-Ge Birimi (Laboratuvarlar)	Yetiştirme Teknikleri, Tarımsal Üretim Teknikleri	1	220,00
	Bitki Koruma, Teşhis ve Mücadele	1	220,00
Pazarlama Birimi	Marka Pazarlaması, Ürün pazarlaması, Yurt içi pazarlama stratejileri geliştirme	1	80,00
Dış Ticaret ve İhracat Destek Birimi	Dış Ticaret- Pazar Araştırması, Pazarlama	1	80,00
Denetim Birimi	Üretim ve satış kanallarında ürün kalitesini ve marka imajını koruyacak şekilde Marka ve Coğrafi İşaret yönergesine uygunluğun denetimi	1	80,00
Proje / İş Geliştirme Birimi	Mardin Bulgurunun markalaşma sürecini destekleyecek projelerin geliştirilmesi, fon araştırması yapılması, projelendirme ve proje yürütme faaliyetleri	1	80,00
Diğer Ortak Üniteler	Tarımsal Mekanizasyon ve Sulama Teknolojileri Geliştirme	2	220,00
	Ürünü Uluslararası Standartlara Göre Geliştirme Teknikleri	2	150,00
TOPLAM			1.500,00

Merkez içerisinde kurulacak olan laboratuvarlarda kullanılacak ürün geliştirme sürecine yönelik olarak tasarlanan ideal bir laboratuvarda bulunması gereken Alet-Ekipmanlara ilişkin uzun liste teknik tasarım kısmında verilmiştir. Bu alet ve ekipmanların kademeli olarak tedarik edilmesi öngörülmektedir.

iii. Seçilen Teknolojinin Çevresel Etkileri, Koruma Önlemleri ve Maliyeti

Seçilen teknolojilerin çevreye yönelik su ve elektrik kullanımı dışında ilave bir maliyeti bulunmamaktadır. Laboratuvar test ve analiz ekipmanları olduğundan enerji sarfiyatları da düşük düzeydedir.

iv. Teknik Tasarım

Kurulacak tesislerde Ar-Ge ve test laboratuvarları için gerekli alet ekipmanlara ilişkin uzun liste aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 22: Genel Laboratuvar Alet ve Ekipmanları

Sıra No	Cihaz Adı	Tavsiye Edilen Marka	Kullanım Alanı	Adet
1	Etüvler	BINDER Fanlı Etüv- FD115 litre	Kuru madde analizi	1
2		BINDER Fanlı Etüv- FD720 litre	Kuru madde analizi	1
3	Ham Kül Analiz Fırını	Thermo Scientific M110	Ham kül analizi	1
4	Laboratuvar değirmenleri	RETSCH- ZM-200	Yoğun Tahılların öğütülmesinde	1
5		RETSCH- SK-300	Kaba Tahılların öğütülmesinde	1
6	Saf Su Cihazı	Stakpure OMNIATAP 6	Genel laboratuvar amaçlı	1
7	Hassas Terazi	Sartorius 0.0001 g	Genel laboratuvar amaçlı	2
	Elektronik Hassas Terazi	0.001g	Genel laboratuvar amaçlı	2
8	Hassas Terazi (20 kg'a kadar tartım yapabilen)	Sartorius 0.01 g	Genel laboratuvar amaçlı	2
9	Polarimetre	ATAGO-AP 300	Nişasta analizi	1
10	Isıticılı manyetik karıştırıcı	DLAB-MS-H280-PRO	Çözelti hazırlama	2
11	Ultrasonik su banyosu	ISOLAB	Tanen analizi	1
12	Çalkalamalı su banyosu	JSR-JSSB-30T	Nişasta analizi	1
13	Normal Su Banyosu		Kültür çalışmalarında deney tüplerinin ısıtmak için	2
14	pH metre	WTW-INOLAB 7110	pH ölçümü	2
15	Çeker Ocak 150 cm	QALITEC	Kimyasal gazların uzaklaştırılması	2
16	Hızlı nem tayin cihazı	OHAUS – MB120	Hızlı nem tayini	1
17	Vorteks	DLAB-MX-S	Seyreltme ve karıştırma	1
18	Pipet seti	Brand	Genel laboratuvar amaçlı	2
19	Dispenser	Brand	Genel laboratuvar amaçlı	1

Sıra No	Cihaz Adı	Tavsiye Edilen Marka	Kullanım Alanı	Adet
20	Otomotik kabin desikatör	SICCO Super-Star	Genel laboratuvar amaçlı	1
21	Buzdolapları	Evermed – LR	Genel laboratuvar amaçlı	2
22	Derin dondurucu	Empero EMP.140.80.02	Genel laboratuvar amaçlı	2
	Derin dondurucu (-86 derece)		Genel laboratuvar amaçlı	1
23	Laboratuvar tipi bulaşık makinası	Empero EMP.1000	Genel laboratuvar amaçlı	1
24	Otoklav	Nüve NC 40M	Sterilizasyon amaçlı	2
25	Su banyosu	Nüve NB 20	Besi yeri ön ısıtma	2
26	İnkübatör	Nüve EN120 / Ankom	İnkübasyon amaçlı	2
27	Soğutmalı İnkübatör	Nüve ES120	İnkübasyon amaçlı	2
28	Dijital Normal Terazi		Numune ve ürün tartımları	2
29	Alkol tabancası		Kimyasal maddelerin karıştırılması	2
30	Gıda Termometresi		Gıda örneklerinde sıcaklık ölçümü için	2
31	Cam mezür (100 ml'lik)		Örnek analizlerinde kullanılmak üzere	30
32	Pipet Pompası		Örnek vakumlamak için	4
33	Otomatik Pipet		Kimyasal madde alımı ve nakli	6
34	Petri Kabı		Mikrobiyolojik besi yeri oluşturmak için	20
35	Otomatik titratör	SI Analytic Titroline 5000	Otomatik pH titrasyonu	1
36	Infrared Termometre		Tahıllarda ve yemeklik tane ürünlerde yapılacak olan çalışmalarda fizyolojik parametrelerden olan bitki örtüsü sıcaklığını belirlemede kullanılacaktır.	1
37	Dijital Termometre		Ortamin sıcaklığını ölçmek için kullanılacaktır.	2
38	Leaf Area Index Cihazı		Tahıllarda birim alandaki yaprak alanına belirleyip bu durumun tane verimi ve kalitesi ile ilişkisini belirlemede kullanılacaktır.	1
39	Dualex		Bayrak yaprak Klorofil içeriğini ve nitrojen miktarını ölçmede kullanılacaktır.	1
40	Dijital Kumpas	Mitutoyo -150 mm ölçü, 0.02 hassasiyet		2
41	Isıticılı Torba Mühür Cihazı	HS -120V 60 Hz. 260 W		1
42	Mikroskop	SOIF BK5000-L Binoküler Laboratuvar Mikroskobu -IOS Plan Achromat-LED		2
43	Binoküler Mikroskop		Tanı ve teşhiste kullanılacaktır.	1

Sıra No	Cihaz Adı	Tavsiye Edilen Marka	Kullanım Alanı	Adet
44	Bilgisayar		Laboratuvar analiz çalışmaları için	2
45	Printer		Çıktı ve raporlama için	2
46	Santrifüj	HETTICH – LB.H. HEMO210 (24 örneklik)	Genel Laboratuvar amaçlı	2
47	Blender seti	ISOLAB	Homojenizasyon amaçlı	1
48	Et pH metresi	WTW-INOLAB 7110	pH ölçümü	1
49	Sıcaklık ayarlı karıştırıcı		Manyetik karıştırıcılar, geniş dairesel tablası üzerine konabilen cam kaplar içindeki sıvıların oluşturulan manyetik alan etkisiyle karıştırılmasını ve tablet içindeki ısıtıcılar sayesinde ısıtılmasını sağlamak için kullanılacaktır.	2
50	Saf su cihazı (en az 10 lt. saat kapasiteli)		Çalışmalarda kullanılacak suyu saflaştırmak için kullanılacaktır.	1
51	Kül fırını (en az 40 adet kroze sığabilen)		Yapılan çalışmalarda numunelerin mineral madde içeriklerinin belirlenmesi için kullanılacaktır.	1
52	Orbital çalkalayıcı		Bir test tüpü içindeki solüsyonu çalkalamak için kullanılacaktır.	1
53	Ec Metre		Solüsyondaki besin maddesi miktarını ölçmek için kullanılacaktır.	1
54	Laboratuvar Slaj Makinesi		Silaj yapımı amacıyla kullanılacak bitkisel materyali uygun parka büyüklüklerinde laboratuvar ortamında parçalayabilmek için kullanılacaktır.	1
55	Otomatik Çalkalayıcı (Stuart SSM4)		DNA izolasyonu için kullanacak	1
56	Buz Üretim Cihazı (Scot Sman AF80)		PCR ürünü hazırlamak için kullanacak	1
57	Soğuk Raklar		DNA izolasyonu ve PCR ürünü için kullanacak	4
58	Pipet Uçları		DNA izolasyonu ve PCR ürünü için kullanacak	4
59	Ependorf Tüpleri (1.5, 2)		DNA izolasyonu için kullanacak	4
60	Vakum Pompası		Böcek kültürü sağlanması	1
61	Elek (Toplama Kabı, 125, 250, 500, 1000, 2000 mikronluk)		Böcek kültürünün sağlanması, biyolojik dönemlerin ayrılmasında, yumurta elemelerinde kullanılacaktır.	1
62	İklimlendirme Odası (Rafsistemli, Işık, Sıcaklık ve Nem Kontrollü)-10 m ²		Bitki yetiştirmek ve depolanmış ürün zararlıları kültürünü sağlamak ve uygulama dersleri için canlı böcek stoku bulundurmak için kullanılacaktır.	1
63	Havan		Bitki materyalini öğütme işleminde kullanılacaktır.	48
64	Laminar Hava Akışlı Kabin (HEPA Filtreli)		Doku kültüründe kullanılacaktır.	1
65	İklim kabini 1000-1500 lt		Bitkilerin fenolojisini kontrollü şartlarda takip etmek vs.	1
66	Bunzen Bek		Doku kültüründe kullanılacaktır.	1

Sıra No	Cihaz Adı	Tavsiye Edilen Marka	Kullanım Alanı	Adet
67	Barkot yazıcı (Argox OS-214 PLUS barkot)		Tohum hazırlığı ve hasat için kullanılacaktır.	1

Tablo 23: Enstrümantal Analiz Cihazları

Sıra No	Cihaz Adı	Tavsiye Edilen Marka	Kullanım Alanı	Adet
1	Otomatik Gaz Üretim Sistemi	ANKOM-RF Gas Production System - RFS	Rumen sindirilebilirliği, mikrobiyal sentez etkinliği, metan gazı salınımı	1
2	Daisy Incubator	ANKOM- D200	In vitro sindirilebilirlik	1
3	Fiber Analiz Cihazı	ANKOM-2000	Ham lif analizi	1
4	Thermal Cyler (PCR)		Polimeraz zincir reaksiyonu ile DNA'nın belirli bir bölgesinin tüp içinde çoğaltılması için kullanılan cihazdır. Genetik modifiye organizmaların oluşturulması, tespit edilmesi ve diğer genetik analizler için de kullanılır.	1
5	Yatay Elektroforez Sistemi		Polimeraz zincir reaksiyonu (PZR) sonrası DNA fragmentlerinin büyüklüğüne göre ayrılması ve tanımlanması için kullanılan cihazdır.	1
6	Bin tane sayım cihazı		Tahılların (buğday, arpa, Tritikale) bin tane ağırlıklarının belirlenmesi çalışmalarında kullanılacaktır.	1
7	Öğütme değirmeni (un)		Buğday, arpa ve tritcale numunelerinin öğütülüp un haline getirilmesi için kullanılacaktır.	1
8	Sedimentasyon cihazı		Ekmeklik buğdayda protein kalitesini belirlemede kullanılacaktır.	1
9	Uçucu yağ Tayin cihazı ve ekleri		Tıbbi bitki uçucu yağ analizlerinde kullanılacaktır	1
10	Ham yağ analiz cihazı (soxhlet ekstraksiyon cihazı)		Yağ bitkilerinin analizi için kullanılacaktır	1
11	Jel Görüntüleme Cihazı- Bilgisayarlı (Gel DocxRT Moleculer Imajer)		PCR ürününü görüntülemek için kullanacak	1

v. Yatırım Maliyetleri

Proje kapsamında Kooperatif bünyesinde hizmet verecek merkez için inşaat maliyeti 1.026.954,20 TL ve makine ve ekipman tutarı da 1.012.403,57 TL olmak üzere toplam 2.089.357,77 TL'si sabit yatırım maliyetine ihtiyaç duyulmaktadır. Toplam yatırım tutarı ise 6.587.054,43 TL olarak hesaplanmıştır. Bu yatırım Mardin ilinde yapılacaktır. Yatırım kalemlerine ilişkin detay bilgiler bölüm 13'te verilmiştir.

8. PROJE GİRDİLERİ

i. Girdi İhtiyacı (ham ve yardımcı maddeler)

Proje üretime yönelik bir proje olmadığı için imalat kalemlerini içermemektedir. Böylece insan kaynakları dışında sürekli bir girdi ihtiyacı bulunmamaktadır. Kurulacak merkezin ofis ve laboratuvar ihtiyaçları sarf malzemeler kalemi kapsamında yer almaktadır.

ii. Girdi Fiyatları ve Harcama Tahmini

İşletme giderleri ve insan kaynakları kalemlerine ilişkin maliyetler bölüm 12’de detaylı bir şekilde verilmiştir.

9. ORGANİZASYON YAPISI, YÖNETİM VE İNSAN KAYNAKLARI

i. Kuruluşun Organizasyon Yapısı ve Yönetimi

Proje kapsamında kurulacak kurumsal yapı kooperatif statüsünde olacaktır. Bölgede etkili bir sivil toplum kuruluşu olan ve bünyesinde 12 bulgur fabrikasını işleten firmaların olduğu Mardin Bulgurcular Derneği üyeleri bu kooperatifin kurulmasına öncülük yapacaktır.

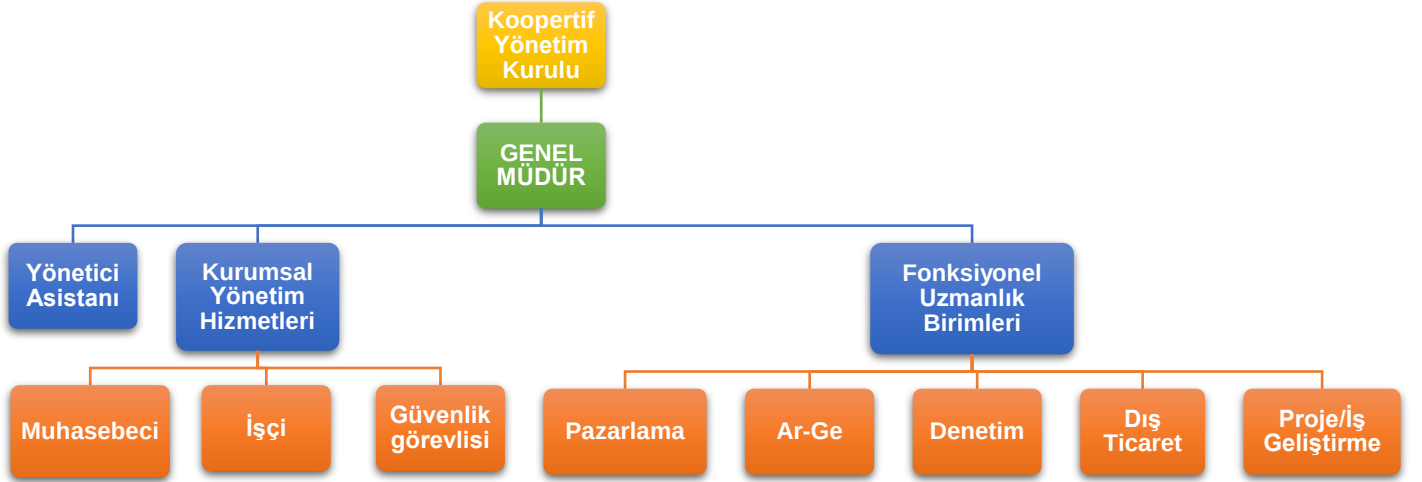
Kooperatif bünyesinde

1. Pazarlama Birimi
2. Ar-Ge Birimi
3. Denetim Birimi
4. Dış Ticaret ve İhracat Destek Birimi
5. Proje Geliştirme Destek Birimi

olmak üzere 5 farklı fonksiyonel birimin yer alması öngörülmüştür.

ii. Organizasyon ve Yönetim Giderleri

Şekil 34: Kooperatif Organizasyonu



Yönetim giderleri İşletme Dönemi Gelir ve Giderleri bölümünde belirtilmiştir.

iii. İnsan gücü İhtiyacı ve Tahmini Giderler

Projenin yatırım ve işletme dönemi için insan kaynakları planlaması aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 24: Kooperatif Personel Sayısı ve Giderleri

Personel İhtiyacı	Personel Sayısı	Aylık Net Maaş (TL)	Aylık Brüt Maaş (TL)	Yıllık Brüt Maaş (TL)
Genel Müdür	1	5.000	7.490	89.883
Dış Ticaret ve Pazarlama Uzmanı	1	3.500	5.056	60.677
Denetim Uzmanı	1	3.500	5.056	60.677
AR-GE Uzmanı	1	3.500	5.056	60.677
Muhasebeci	1	3.500	5.056	60.677
Yönetici Asistanı	1	2.850	4.090	49.077
İşçi	1	2.850	4.090	49.077
Güvenlik Görevlisi	1	2.850	4.090	49.077
TOPLAM	8	27.550	39.985	479.823

10. PROJE YÖNETİMİ VE UYGULAMA PROGRAMI

i. Proje Yürütücüsü Kuruluşlar ve Teknik Kapasiteleri

Mardin Bulgur Üreticileri Kooperatifi; projeni hayata geçmesi ile Mardin Organize Sanayi Bölgesi ile Kızıltepe TSO öncülüğünde ve Mardin Artuklu Üniversitesi Teknik Danışmanlığında Mardin Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren bulgur üreticisi işletmelerin üye olduğu bir kooperatif kurulacaktır. Bu kooperatifin temel amacı “Mardin Bulgurunun Coğrafi İşaret Belgesi” referansı ile Mardin Bulgurunun markalaştırılması ve ilişkili faaliyetlerin gerçekleştirilmesi olacaktır.

Mardin Organize Sanayi Bölgesi; Mardin Organize Sanayi Bölgesi Valilik ve Mardin Sanayici ve İşadamları Derneği ile 1976 yılında kurulmuştur. Türkiye de Belediye, Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları gibi başka Sivil Toplum Örgütlerinden destek almadan kurulan belki de ilk OSB’dir. Kuruluşu her ne kadar çok eskiye dayansa da sanayi tesislerinin yoğun olarak kurulması 1990 yılından sonrasına dayanmaktadır. Organize Sanayi Bölgemizde 207 sanayi parseli mevcuttur. 141 firma üretimde, 13 tesis proje aşamasında 13 tesis inşaat aşamasında, 23 tesis ise faaliyetlerine geçici olarak ara vermiştir. Ayrıca 73 adet Gıda Ürünleri, 4 adet Tekstil, 5 adet kimyasal ürünleri ve kozmetik, 4 adet Plastik, 6 adet Mobilya ve 49 adet diğer sektörler olmak üzere toplam 141 adet sanayi tesisi üretimdedir. Bu fabrikalarımızda toplam 3750 ile 4500 arası bir istihdam sağlanmaktadır.

Mardin Artuklu Üniversitesi, 5662 Sayılı "Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Kanununda ve Yükseköğretim Kurumları Öğretim Elemanlarının Kadroları Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Genel Kadro ve Usulü Hakkında Kanun Hükmünde Kararnameye Ekli Cetvellerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile kurulan ve 28 Mayıs 2007 tarihinde onaylanan, 17 yeni üniversiteden biridir. 2007 – 2008 eğitim-öğretim yılında öğrenci alınarak 1104 öğrenci ile eğitim-öğretime başlamıştır. Mardin Artuklu Üniversitesi, bulunduğu şehrin, bölgenin sosyal ve kültürel ortamına katkıda bulunmayı, ülkedeki ve Ortadoğu'daki üniversiteler arasında köprü oluşturmayı hedeflemektedir.

Şekil 35: Mardin Artuklu Üniversitesi



Mardin Artuklu Üniversitesi; Mardin Bulgurunun Markalaşması projesi ile İyi tarım uygulamaları, Organik tarım, Yenilenebilir enerji kaynakları, İşletmelerde gıda güvenliği Koruma, teşhis ve tedavi teknolojileri, Teşvik ve destekler, Düşük maliyetli tarım, İşletmecilik, Bitkisel üretim teknolojileri, Muhafaza ve ambalaj teknolojileri, Biyoteknoloji, Gıda işletme teknolojileri, Sertifikalı ürün kullanımı, Teknolojik seracılık, Sulama teknolojileri, Sürdürülebilir tarım, Tarım sigorta eğitimi, Silaj, Hayvan besleme, Hayvan sağlığı ve hijyeni, Koruyucu hekimlik, Hayvan sigortası, İzlenebilirlik, Çiftçilere pazarlama eğitimi, konularında da öncelikle Mardin'deki çiftçiler olmak üzere Bölgeye hizmet edecek bir hüviyet kazanacaktır.

Bunun dışında Mardin Artuklu Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen diğer proje faaliyetleri aşağıdaki gibidir.

Tarım ve Gıda Kapsamında Gerçekleştirilen proje Faaliyetleri;

- Diyarbakır ili tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin uluslararası rekabetçilik ve makro düzey kümelenme analizi - Sanayi Bakanlığı SANTEZ Projesi
- Diyarbakır kadayıfının tarihçesinin aile işletmeleri bağlamında incelenmesi - Dicle Üniversitesi Yüksek Öğretim Kurumları
- GAP eylem planının uygulanmasına yönelik insan kaynakları araştırması - Kalkınma Bakanlığı
- Genç girişimcilere girişimcilik eğitimi – DİKA, KOSGEB
- Proje faaliyetlerinin kamuya tanıtılması ve yaygınlaştırılması amacıyla web sitesi üzerinden destekler sunmaktadır.
- Proje kapsamında çiftçilerin mesleki yeterliliklerinin artırılmasına, ürün geliştirme, satış ve pazarlama konularında önemli ölçüde eğitim ve danışmanlık desteği verilmiştir.

Paydaşlar ile Gerçekleştirilen Faaliyetler

- "Bazı kısmi diferansiyel denklemlerin analitik çözümleri" - Mardin Artuklu Üniversitesi BAP Birimi
- Bir tekstil işletmesinde simülasyon yöntemiyle montaj hattı dengeleme uygulaması - MAÜ – BAP
- Bir tekstil işletmesinde simülasyon yöntemiyle montaj hattı dengeleme uygulaması - MAÜ – BAP
- Çoklu Zeka Kuramına Dayalı Olarak Hazırlanan Çalışma Yapraklarının Ortaokul Öğrencilerinin Matematik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi - Dicle Üni. Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
- Eleştirel Düşünme Temelli Uygulamaların Öğrencilerin Matematik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi Proje No: ZGF.18. - Dicle Üni. Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi
- İkinci Mertebeden Süreksiz Diferansiyel Operatörün Özfonksiyon Sisteminin Frame (Çerçeve) Özellikleri Proje No:118F447 – TÜBİTAK
- İletişim Cihazlarının Yapılandırılmasında Matematiksel Modeller Proje No: MAÜ-BAP-17-İİBF-07 - Mardin Artuklu Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi

- Kobilerde sahip yöneticilerin pazarlamaya ilişkin algılarının işletmelerin pazarlama tarzlarıyla ilişkisi – YÖK
- Kriz Döneminde İşletme Yöneticilerinin Yaşadığı Stres Ve Bu Durumun Pazarlama Stratejilerine Etkisinin İncelenmesi - MAÜ – BAP
- Mardin ilinde yaşayan vatandaşların Avrupa Birliği'ne oryantasyonu - MAÜ – BAP
- Mardin Artuklu Üniversitesi ve Kızıltepe Belediyesi İşbirliği ile 'Anne Üniversitesi Projesi', Ev Ekonomisi Dersi Eğitmen - Şırnak Üniversitesi BAP Birimi
- Taşeronlaşmanın inşaat işçileri üzerindeki etkileri – TÜBİTAK
- Tekil son değerli geriye doğru stokastik diferansiyel denklemler ve finansal uygulamaları - TÜBİTAK 1001
- Türkiye'de mülteciler: Sosyal uyum sorunları – TÜBİTAK
- Yapay sinir ağı yöntemiyle Diyarbakır ili kent merkezi içme suyu talep tahmini - Dicle BAP

ii. Proje Organizasyonu ve Yönetim

Proje için ayrı bir yönetim organizasyonu öngörülmemiştir. Kooperatifin kurulması ile teşkil edilecek yönetim organizasyonu projenin daha kurumsal bir şekilde yönetilmesini gerçekleştirecektir. Kooperatif Genel Müdürü proje yöneticisi olarak görev yapacaktır.

iii. Proje Uygulama Programı (Termin Planı)

Mardin'de kurulması planlanan Proje Merkezi'nin kurulum çalışmalarının 15 aylık bir sürece yayılacağı öngörülmektedir. Aşağıdaki tabloda aylar bazında yapılacak temel çalışmalara yer verilmiştir.

Tablo 25: Proje Termin Planı

TERMİN PLANI		AYLAR																	
No	Faaliyet	1.ay	2.ay	3.ay	4.ay	5.ay	6.ay	7.ay	8.ay	9.ay	10.ay	11.ay	12.ay	13.ay	14.ay	15.ay		36.ay	
1	Kurucu heyetin belirlenmesi																		
2	Yasal kurulumun gerçekleşmesi																		
3	Belirlenen alanın ilan edilmesi																		
4	Kooperatifin kurulması																		
5	Etüt, proje ve mühendislik çalışmalarının yapılması																		
6	Mal alımı ve bina inşaatları için teknik ve idari şartnamelerin hazır hale getirilmesi																		
7	İhalelerin ilan edilmesi																		
8	Bina-İnşaat çalışmalarının yapılması																		
9	Makine-teçhizat ve Laboratuvarların kurulması																		
10	İdari yapılanmanın hazır hale getirilmesi / personel alımının gerçekleşmesi																		
11	Mardin Bulgurunun Marka Tanıtım ve pazarlama çalışmaları, eğitim, teknik gezi, fuar vb.																		

11. MARDİN BULGURU GZFT (SWOT) VE DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ

i. Mardin Bulguru GZFT Analizi

Mardin OSB'deki bulgur fabrikası sahipleri ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Bulgur markasının yaratılması ve sürdürülebilir bir şekilde devam edebilmesi ve markadan doğrudan kazanç elde etmesi, mevcut beklentiler üzerine bulgur üreticilerinin fizibilitenin mevcut çalışması ve ana başlıklar üzerine mutabık kalınmıştır.

Şekil 36: Bulgur Fabrikası Sahipleri İle Odak Grup Görüşmesi



Kaynak: Proje ekibi - Mardin Yay Hotel toplantı salonu, 2020

Mardin Bulguruna ilişkin GZFT analizi sonuçları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 26: Mardin Bulguru Potansiyelinin GZFT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
- Mardin Bulgurun Coğrafi İşaret Belgesinin olması - Mardin Bulgurunun önemli bir kaliteye sahip olması - Mardin'deki gıda endüstrisi, ildeki mevcut tarımsal ürün çeşitliliği sebebi ile önemli üretim ve ihracat potansiyeline sahip olması - Mardin'in uygun iklim koşulları ve ekolojik özelliklere sahip olması - Mardin'in tarımsal üretim kapasitesinin yüksek oluşu - Mardin'de kırsal kesimde yaşayan genç nüfusun fazla olması nedeniyle tarımsal alanda oluşturulacak yeni istihdam kaynaklarına yönelik işgücü potansiyelinin yüksek olması	- Mardin Bulgurunun markalaşmamış olması - Standart kalitede ve sürekli hammadde temininde yaşanan güçlükler - İlde sözleşmeli tarımın yaygınlaştırılamaması - Desteklemelerin pazarlama aşamasında örgütlenmeyi özendirme gücünün yetersizliği - Tarımsal arazilerin sulama güçlüklerinin olması ve hala yeteri düzeyde çözülmemesi - İl'de paketlenme ve ambalajlama çalışmalarının yeterli düzeyde olmaması - Ulusal ve uluslararası piyasalara erişim sıkıntısı, tanıtım ve pazarlama yetersizliği
FIRSATLAR	TEHDİTLER
- Mardin Bulgurunun markalaşması - İlgili düzeyi yüksek genç nüfusun yeni markalaşmaya açık olması - Turizm sektöründeki büyümenin bulgur sektöründeki tüketimi de artırması - İhracat yapılabiliğinin yüksek olması, sektörün tüm gıda sektöründe ihracat payının yüksek olması - Tüketici bilincinin artması - Dağıtım sisteminde zincir mağazaların sayısının artması - Üretici örgütlerine yönelik vergi indirimleri ve finansman kolaylarının artması	- Tarımdaki istikrarsız mevzuat ortamının gıda sektörünü de etkilemesi - Yüksek enerji ve hammadde (çiftçi maliyetleri) maliyetlerinin yiyecek ve içecek üreticilerinin performanslarını olumsuz etkilemesi - Üretim maliyetlerinin iklim koşullarına bağlı olarak değişmesi - En önemli ihracat pazarı olan AB, ETA (Avrupa Ekonomik Alanı) ve EFTA(Avrupa Serbest Ticaret Birliği) ülkelerine uzak olunması dolayısıyla nakliye ücretinin rakip olan ülkelere oranla %10-20 daha fazla olması - Kamu ve özel sektör işbirliğinin eksik olması ve kırsalda yeni istihdam alanlarının oluşturulamaması

ii. Mardin Bulguru Değer Zinciri Analizi

En büyük üretici 7 işletmeyi kapsayan değer zinciri analizi sonuç tablosu aşağıda sunulmuştur.

Tablo 27: Mardin Bulguru Değer Zinciri Analizi

	İpek Bulgur	Kılıçsan Gıda	Kurtaylar Bulgur	Marşah Gıda	Mes Süt Bulgur	Önersan Bulgur	Öter Bulgur
Sektörde faaliyet gösterdiği süre (Yıl)	29	10	9	17	25	4	21
Çalışan sayısı (Kişi)	49	12	17	45	21	18	32
Teknolojik altyapısı (Yerli – İthal)	Yerli	Yerli	Yerli	Yerli	Yerli	Yerli	Yerli
Tedarik durumu (Bölgeden (B)- Bölge dışından (BD))	B	B	B	B	B	B	B
Üretim miktarı (Ton)	72.000	13.092	12.632	15.000	21.800	8.409	9.460
Kapalı alan (m ²)	11.000	2.670	4.020	2.200	2.244	2.500	2.500
Toplam alan büyüklüğü (m ²)	34.000	4.200	12.434	16.000	6.477	12.544	4.000
İhracat yaptığı ülke sayısı	3	1	3	4	3	1	1

Kaynak: Kızıltepe Ticaret Borsası, “Mezopotamya Güneşi Mardin Bulguru Yeni Pazarlara Açılıyor” Ur-Ge Projesi İhtiyaç Analizi Raporu Ve Yol Haritası,2020

12. İŞLETME DÖNEMİ GELİR VE GİDERLERİ

i. Üretimin ve/veya Hizmetin Fiyatlandırılması

Kooperatif bünyesinde kurulacak merkezin vereceği hizmetlere ilişkin birim fiyatlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 28: Ar-Ge Laboratuvarı Hizmetleri ve Birim Fiyatları

Zirai Karantina, Zirai Mücadele ve Bitki Koruma Laboratuvar Analizleri	Birim Fiyat (TL)
Karantina Analizleri (İhracat, İthalat) (Her bir numune için)	1.065,00
Karantina Nematod Analizi (İç ve dış karantina) (Her bir numune için)	219,00
İç Karantina ve Sertifikasyon Amaçlı Nematod, Bakteri, Virüs ve Fungus Analizleri (Her bir numune için 2 etmene kadar)	425,00
İç Karantina ve Sertifikasyon Amaçlı Nematod, Bakteri, Virüs ve Fungus Analizleri (Her bir numune için 3 etmene kadar)	625,00
İç Karantina ve Sertifikasyon Amaçlı Nematod, Bakteri, Virüs ve Fungus Analizleri (Her bir numune için 4 etmen ve üzeri)	813,00
Bitki Koruma Ürünleri Deneme Denetlemesi	725,00
Hastalık, zararlı ve yabancı ot yönünden mikroskopik teşhis	340,00
Kültüre alınarak mikroskopik teşhis	400,00
Topraktan hastalık teşhisi	315,00
Tohumda yabancı ot teşhisi	400,00
Serolojik yöntemler ile her bir örnekte yapılan ilk analiz (Aynı örnekte gerçekleştirilen sonraki her bir analiz için 50 TL ilave edilir) (Virüs, bakteri ve fungus)	270,00
Moleküler yöntemler ile her bir örnekte yapılan ilk analiz (Aynı örnekte gerçekleştirilen sonraki her bir analiz için 100 TL ilave edilir) (Virüs, bakteri, fungus ve zararlı)	450,00
Nematod analizi	245,00

Tablo 29: Diğer Test Hizmetleri ve Birim Fiyatları

YAPILACAK DİĞER STANDARD ANALİZLER	Birim Fiyat (TL)
Standart Toprak Verimlilik Analizi Paket 1 (Saturasyon, Tuz, pH, Kireç, Fosfor, Potasyum, Organik Madde)	100,00
Standart Toprak Verimlilik Analizi Paket 3 (Saturasyon, Tuz, pH, Kireç, Fosfor, Potasyum, Organik Madde, Demir, Mangan, Çinko, Bakır)	20,00
Standart Sulama Suyu Analizi (pH, EC, Ca, Ca+Mg, Na, K, B, CO ₃ , HCO ₃ , Cl, SO ₄)	200,00
Standart Toprak Fiziği Analizi (Bünye, Tarla Kapasitesi, Solma Noktası, Hacim Ağırlığı)	245,00
Standart Yaprak Analizi (Toplam N, P, K, Ca, Mg, Fe, Mn, Zn, Cu)	150,00
Standart Organik Materyal Analizi (Nem, Yanma Kaybı, pH, EC, Toplam N, P, K, Ca, Mg, Fe, Mn, Zn, Cu)	545,00
Standart Tuzlu, Alkali Toprak Analizi (pH, EC, Ca, Mg, Na, K, B, CO ₃ , HCO ₃ , Cl, SO ₄ , KDK)	720,00

Tablo 30: Denetim Gelirleri ve Birim Fiyatları

Hizmet Türü	FİYATI (KDV Dahil)
Eğitim/Seminer Katılım Belgesi Ücreti (HİEBİS sisteminden katılan Bakanlık Personeli Hariç)	50,00 TL/kişi
Tahıl Kalite Analizi (Hasat Sonrası BI)	160,00 TL/adet
Tahıl Analizi (Hasat Sonrası BI.)	150 TL/adet
Deneme – Denetleme (Hasat Sonrası BI.)	350 TL/adet
Hasat Sonrası Raporlama (fizyolojik hastalık vb.) (Hasat Sonrası BI)	350 TL/adet
Ticari Depolama	40 krş/kg
Bahçe Kontrolü ve Teknik Rapor	1.000,00 TL/adet
Laboratuvarda Uygulamalı Eğitim	150,00 TL/kişi/gün
Doku Kültürü Uygulamalı Eğitim (HİEBİS sistemi hariç)	350,00 TL/kişi
Tohumluk Misel Analizi	100,00 TL/adet
Tohumluk Misel Üretimi	8,00 TL/kg

ii. İşletme Gelir ve Giderlerinin Tahmin Edilmesi

İşletme gelir ve gider hesaplamalarına esas kümülatif tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 31: İşletme Gelir ve Giderleri (TL)

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	...	2036	2037
İşletme Giderleri	845.865	932.566	1.028.154	1.133.540	1.249.728	1.377.825	...	3.007.618	3.315.899
Personel Ücret Ödemeleri	479.823	529.005	583.228	643.009	708.917	781.581	...	1.706.094	1.880.969
Elektrik-Su Giderleri	8.506	9.378	10.339	11.399	12.567	13.855	...	30.245	33.345
Tamir-Bakım	54.934	60.565	66.773	73.617	81.163	89.482	...	195.327	215.348
Isınma/Yakıt	16.875	18.605	20.512	22.614	24.932	27.488	...	60.002	66.152
Satış ve Pazarlama Giderleri	65.170	71.850	79.215	87.334	96.286	106.155	...	231.723	255.475
Genel Giderler	52.171	57.519	63.414	69.914	77.080	84.981	...	185.503	204.517
Beklenmeyen Giderler	26.067	28.739	31.685	34.932	38.513	42.460	...	92.686	102.186
Amortisman	142.319	156.906	172.989	190.720	210.269	231.822	...	506.038	557.907
İşletme Gelirleri	3.208.100	3.528.910	3.881.801	4.269.981	4.696.979	5.166.677	...	11.075.231	12.182.754
Ar-Ge - Laboratuvar Gelirleri	581.700	639.870	703.857	774.243	851.667	936.834	...	2.008.186	2.209.005
Zirai Analizler	300.000	330.000	363.000	399.300	439.230	483.153	...	1.035.681	1.139.250
Toprak ve Su Analizi	281.700	309.870	340.857	374.943	412.437	453.681	...	972.505	1.069.755
Denetim Gelirleri	288.000	316.800	348.480	383.328	421.661	463.827	...	994.254	1.093.680
Pazarlama Hizmetleri/Coğrafi işaret belgesi kullanma hakkından elde edilecek pazarlama geliri	1.581.700	1.739.870	1.913.857	2.105.243	2.315.767	2.547.344	...	5.460.457	6.006.503
Proje/İş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri	175.000	192.500	211.750	232.925	256.218	281.839	...	604.147	664.562
Net Nakit Akımı	1.211.315	1.445.424	2.853.647	3.136.441	3.447.252	3.788.853	...	8.067.613	8.866.855

13. TOPLAM YATIRIM TUTARI VE YILLARA DAĞILIMI

i. Toplam Yatırım Tutarı (iç ve dış para olarak)

Yatırımın uygulanması sırasında edinilen ve faydalı ömrü boyunca kullanılacak maddi ve maddi olmayan unsurların para birimiyle değeri sabit yatırımı oluşturur. Sabit yatırım tutarını oluşturan ana kalemler; Etüt Giderleri, Mühendislik ve Proje Giderleri, Lisans-Patent-Know How vb. Teknoloji Ödemeleri, Arazi Bedeli, Arazi Düzenlemesi, Hazırlık Yapıları, İnşaat İşleri Giderleri, Ulaştırma Tesislerine İlişkin Harcamalar, Ana Tesis Makina ve Donanım Giderleri, Yardımcı İşletmeler Makina ve Donanım Giderleri, Taşıma ve Sigorta Gideri, İthalat ve Gümrükleme Gideri, Montaj Giderleri, Taşıt Araçları, Genel Giderler, İşletmeye Alma Giderleri, Beklenmeyen Giderler ve Yatırım Dönemi Faizleridir. Bu bölümde belirtilmiş unsurlar tablo şeklinde belirtilmiştir.

Tablo 32: Yatırım Maliyeti (TL)

Yatırım Kalemi	Maliyet (TL)
A-Arsa Yatırımı	0,00
B-Sabit Tesis Yatırımı	2.089.357,77
<i>İnşaat/Tesisler</i>	<i>1.026.954,20</i>
<i>Makina ve Teçhizat</i>	<i>1.012.403,57</i>
<i>Montaj Giderleri</i>	<i>50.000,00</i>
<i>Navlun ve Sigorta</i>	<i>0,00</i>
<i>Taşıtlar ve Demirbaşlar</i>	<i>0,00</i>
<i>İthalat ve Gümrükleme Giderleri</i>	<i>0,00</i>
C- Diğer Giderler	3.651.831,89
<i>Etüt-Proje</i>	<i>97.104,00</i>
<i>Mardin Bulgurunun Markalaşması, Pazarlama Faaliyetleri</i>	<i>3.452.760,00</i>
<i>İşletmeye Alma Giderleri</i>	<i>0,00</i>
<i>Genel Giderler</i>	<i>81.574,31</i>
<i>Beklenmeyen giderler</i>	<i>20.393,58</i>
Yatırım Tutarı (A+B+C)	5.741.189,66
<i>D - İşletme Giderleri (1 Yıllık)</i>	<i>845.864,77</i>
Toplam Yatırım Tutarı (A+B+C+D)	6.587.054,43

Markalaşma yatırım kalemine ilişkin alt yatırım kalemleri sırasıyla aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 33: Markalaşma İşletme Dönemi Giderleri (ilk 3 yıl)

İLGİLİ KALEMLER	TUTAR	Süre (yıl)	Yıllık Harcama
Logo ve Amblem Çalışması, Stok Yönetim Sistemi, Web Sitesi kuruma	60.000,00	3	20.000,00
Ulusal Basında Yazılı ve Görsel Tanıtım Ve Reklam (5 Gazete, 5 Ulusal TV Kanalı), Büyük İllerde Mardin Bulguru Tanıtım Billboardları.	1.845.000,00	3	615.000,00
Yerel basında tanıtım ilan (Radyo ve gazete)	84.000,00	3	28.000,00
Uluslararası e-Ticaret Sitelerine Entegrasyon (Amazon, Alibaba vd.)	395.760,00	3	131.920,00
Uluslararası Fuarlara Katılım (10 Katılım)	360.000,00	3	120.000,00
Ulusal Fuarlara Katılım(10 Katılım)	105.000,00	3	35.000,00
Çalışacak Personelin Pazarlama ve Pazar Aştırması Eğitimleri (10 Eğitim X 5 Gün)	252.000,00	3	84.000,00
Katalog Basımı (10.000 adet)	81.000,00	3	27.000,00
Denetim Sertifikasyon, Marka ve Pazarlama Mentör ve Danışmanlık Desteği	180.000,00	3	60.000,00
Uluslararası CE, Avrupa Coğrafi İşaret Belgesi ve Benzer Sertifikasyon Faaliyetleri	90.000,00	3	30.000,00
TOPLAM	3.452.760,00	3	1.150.920,00

Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından 1 Eylül 2020 tarihli ve 31231 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Emlak Vergisi Kanunu Genel Tebliği (Seri No:77) ile 2021 yılında uygulanacak bina metrekare normal inşaat maliyet bedelleri tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında inşaat maliyetlerinin hesaplanmasında söz konusu tebliğde ifade edilen ilgili birim maliyetler dikkate alınmıştır. 1.500 m² toplam kapalı alana sahip hizmet binası maliyeti ise **1.026.954,20** TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 34: İnşaat Yatırımı Maliyetleri

Birimler	Emlak Vergisi Kanunu Genel Tebliği/İlgili Sınıflandırma	Alan (m²)	Birim m² maliyeti (TL)	Toplam İnşaat Maliyeti (TL)
Ar-Ge Birimi (Laboratuvarlar)	Fabrika, İmalathane Binası, Sosyal Binalar, Betonarme Karkas - 2.sınıf	440,00	649,85	285.934,00
Pazarlama Birimi	İdare Binası - Betonarme Karkas - 2.sınıf	80,00	812,91	65.032,80
Dış Ticaret ve İhracat Destek Birimi	İdare Binası - Betonarme Karkas - 2.sınıf	80,00	812,91	65.032,80
Denetim Birimi	İdare Binası - Betonarme Karkas - 2.sınıf	80,00	812,91	65.032,80
Proje/İş Geliştirme Birimi	İdare Binası - Betonarme Karkas - 2.sınıf	80,00	812,91	65.032,80
Diğer Ortak Üniteler-1	Fabrika, İmalathane Binası, Sosyal Binalar, Betonarme Karkas - 2.sınıf	440,00	649,85	285.934,00
Diğer Ortak Üniteler-2	Fabrika, İmalathane Binası, Sosyal Binalar, Betonarme Karkas - 2.sınıf	300,00	649,85	194.955,00
TOPLAM		1.500,00	684,64	1.026.954,20

1) Arazi Bedeli (kamulaştırma giderleri)

Arazi maliyeti olarak kamulaştırma bedelleri ve kamulaştırma sonrası arazide yapılacak iyileştirmelerin maliyeti bulunmamaktadır.

2) Sabit Sermaye Yatırımı

- Etüt-Proje, Mühendislik ve Kontrollük Giderleri
- Lisans, Patent, Know-How vb. Giderleri
- Arazi Düzenleme ve Geliştirme Giderleri (peyzaj vb.)
- Hazırlık Yapıları (şantiye vb.)
- İnşaat Giderleri (toprak işleri, altyapı, üstyapı, sanat yapıları vb.)
- Çevre Koruma Giderleri
- Ulaştırma Tesislerine İlişkin Giderler
- Makine-donanım giderleri
- Taşıma, Sigorta, İthalat ve Gümrükleme Giderleri
- Montaj Giderleri

- Taşıt Araçları
- Genel Giderler
- İşletmeye Alma Giderleri
- Beklenmeyen Giderler

3) Yatırım Dönemi Faizleri

Yatırım dönemi faiz giderleri finansal hesaplarda iskonto oranına dahil edilmiştir.

4) İşletme Sermayesi

İşletme sermayesi brüt ya da net olarak tanımlanır. Brüt işletme sermayesi döner değerler toplamını ifade eder. Net işletme sermayesi ise döner değerler ile kısa vadeli yabancı kaynaklar arasındaki farktır.

Yatırımın mal veya hizmet üretebilmesi için hammadde, yardımcı madde, elektrik, yakıt, su, insan gücü gibi kaynaklar ile, ayrıca ürettiği mal veya hizmeti pazara ulaştırıp satmak için gereksinim duyacağı harcamalar belirtilecektir.

Tablo 35: İşletme Sermayesi Hesabı (TL)

Mardin Bulgur Kooperatifi: Markalaşma Merkezi	1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl	4. Yıl	5. Yıl	6. Yıl	15. Yıl
Kapasite Kullanımı	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Personel Ücret Ödemeleri	479.823	529.005	583.228	643.009	708.917	781.581	1.880.969
Elektrik-Su Giderleri	8.506	9.378	10.339	11.399	12.567	13.855	33.345
Tamir-Bakım	54.934	60.565	66.773	73.617	81.163	89.482	215.348
Isınma/Yakıt	16.875	18.605	20.512	22.614	24.932	27.488	66.152
Satış ve Pazarlama Giderleri	65.170	71.850	79.215	87.334	96.286	106.155	255.475
Genel Giderler	52.171	57.519	63.414	69.914	77.080	84.981	204.517
Beklenmeyen Giderler	26.067	28.739	31.685	34.932	38.513	42.460	102.186
Amortisman	142.319	156.906	172.989	190.720	210.269	231.822	557.907
Toplam	845.865	932.566	1.028.154	1.133.540	1.249.728	1.377.825	3.315.899

ii. Yatırımın Yıllara Dağılımı

Yatırım sözleşme imzalanmasının akabinde 36 ayda tamamlanacaktır.

Tablo 36: Yatırımın Yıllara Göre Dağılımı (3 Yıl)

	Toplam	2022	2023	2024
Toplam Yatırım Giderleri	5.741.190	3.439.350	1.150.920	1.150.920
Sabit Yatırım Giderleri	2.089.358	2.089.358		
İnşaat	1.026.954	1.026.954		
Makine-Teçhizat	1.012.404	1.012.404		
Montaj	50.000	50.000		
Markalaşma	3.452.760	1.150.920	1.150.920	1.150.920
Diğer Giderler	199.072	199.072		

14. PROJENİN FİNANSMANI

i. Yürütücü ve İşletmeci Kuruluşların Mali Yapısı

Proje yürütücüsü Mardin OSB'dir. Proje yürütücüsü Mardin OSB münhasıran gelir kaynağı ve kendi mali tabloları (bilanço/gelir tablosu) olmadığından bu bölüm boş bırakılmıştır.

ii. Finansman Yöntemi

Finansman yöntemi %10 öz kaynak ve %90 sübvansiyon(kamu transferi) şeklindedir.

iii. Finansman Kaynakları ve Koşulları

Projenin finansmanı için öngörülen finansman kaynaklarının (öz kaynak, hibe desteği, iç kredi, dış kredi, bütçe vb.) belirtildiği bölümdür. Toplam yatırım tutarı ve 1 yıllık işletme giderleri ile hesaplanan tutar ifade edilmiştir.

Tablo 37: Öz kaynak, Borçlar

Öz Kaynak	(TL)
Miktarı	658.705,44
Hibe Kaynak	(TL)
Miktarı	5.928.348,98
Faiz Oranı	0%
Öz kaynak Payı	10%

Borçlar	(TL)
Yatırım Kredisi	
Miktarı	0
Faiz Oranı	0%
Payı	0%
İşletme Kredisi	
Miktarı	0
Faiz Oranı	0%
Payı	0%

iv. Finansman Maliyeti

Finansman ihtiyacı ve bunu finanse edecek olan kaynakların ve değerlendirme sonuçları aşağıda yer alan tabloda ifade edilmektedir. Projenin toplam finansman ihtiyacı 6.587.054,43 TL'dir ve bunun %90'lık kısmına karşılık gelen 5.928.348,98 TL'lik kısmının Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı veya Dicle Kalkınma Ajansı GÜdümlü Proje desteği ile finanse edilmesi beklenmektedir. Herhangi bir kredi kullanımı olmadığı için finansman maliyeti sıfır olarak kabul edilmiştir.

v. Finansman Planı

Hibe programları ile desteklenen projeler, donör kuruluşun finansman şartlarına göre finanse edilmektedir. Örneğin, projenin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı CMDP programı tarafından kabul edilmesi ve desteklenmesi durumunda projenin tamamı program hibesi ile desteklenebilmekte ve projede öngörülemez maliyet artışları nedeniyle projenin riske girmesi durumunda proje destek tutarı %50 oranında artırılabilir. GÜDÜMLÜ Proje desteği kapsamında desteklenmesi durumunda ise projenin ön ödemesi %40'a kadar çıkabilmektedir. Finansman planı projenin destekleneceği hibe programı belirlendikten sonra açıklığa kavuşacaktır.

Yatırımın ilk üç yılında Markalaşmaya ilişkin yatırım faaliyetleri yürütülecektir. Yatırıma ilişkin 1, 2, 3 ve n. yıldaki yıllık finansman planı tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 38: Finansman Planı (Yatırım Dönemi)

Finansman İhtiyacı	1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl		Toplam
Sabit Tesis Yatırımı	2.089.358				2.089.358
Finansman Giderleri					
Sabit Yatırım Toplamı					
İşletme Sermayesi Yatırımı	845.865				845.865
Markalaşma Faaliyetleri	1.150.920	1.150.920	1.150.920		3.452.760
Diğer	199.072				199.072
TOPLAM FİNANSMAN İHTİYACI					
FİNANSMAN KAYNAKLARI					
Öz Kaynaklar: Mardin OSB	658.705				6.587.054
Dış Kaynak: CMDP veya GÜDÜMLÜ Proje Desteği	5.928.349				
TOPLAM FİNANSMAN KAYNAKLARI	6.587.054				

15. PROJE ANALİZİ

i. Finansal Analiz

Projenin finansmanı aşamasında yabancı kaynak kullanılmayacaktır. Bu nedenle, sermaye maliyeti olarak “fırsat maliyeti” dikkate alınmıştır. Proje finansmanında kullanılacak olan sermayenin fırsat maliyeti olarak da %10 oranı dikkate alınmıştır.

İskonto Oranı

Hesaplanan indirgenme oranının yüksek olması, yatırımın gerçekleştirilmesini güçleştirmekte, düşük olması ise kaynak kullanımında israfa yol açmaktadır. İndirgenme oranı, projeden beklenen en yüksek kazanç oranını ifade ettiğinden, yapılacak olan yatırım kararlarında hem işletme açısından tutarlı sonuçlara varılmasına katkı sağlamaktadır.

Tablo 46’de yer alan Gelir-Gider Tablosu (TL)’nda hesaplanan nakit akışlarının net bugünkü değer (NBD) ve iç verimlilik oranı (İVO) hesaplamaları Tablo 46’de yer almaktadır. Bu tabloda gelecek yıllarda elde edilecek nakit akışlarının net bugünkü değerini (NBD) hesaplamak için yatırımcı bir kamu kurumu olan Mardin Artuklu Üniversitesi olduğu için “İndirgenme (iskonto) oranı” olarak ağırlıklı ortalama %10,47 uygulanmıştır.

Ekonomik Ömür

Yatırımın faydalı ömrü 15 yıl olarak belirlenmiştir.

Yenileme Yatırımları

İlerleyen 15 yıl içerisinde, bazı makine - ekipmanlarda verimlilik kaybı ya da teknolojik değişimler nedeniyle yenileme yatırımı yapılması ihtiyacı duyulabilecektir.

Enflasyon Oranı

Merkez Bankası verileri baz alınarak tahmin edilen yıl sonu enflasyon oranı %8,4 olarak tahmini belirlenmiş ancak hesaplamalara dahil edilmemiştir.

1) Finansal Tablolar ve Likidite Analizi

Projenin finansmanı kamu kaynakları ile transfer ödeneğinden karşılanacağından finansal tablolar ve likidite analizi eklenmemiştir.

2) İndirgenmiş Nakit Akım Tablosu

İndirgenmiş nakit akış tabloların elde edilebilmesi için işletme giderleri ve gelirlerinin tespit edilmiş olması gerekmektedir.

İşletmeye ilişkin gider tablosu aşağıda sunulmuştur.

Tablo 39: İşletme Giderleri Tablosu

Mardin Bulgur Kooperatifi: Markalaşma Merkezi	1. Yıl	2. Yıl	3. Yıl	4. Yıl	5. Yıl	...	15. Yıl
Kapasite Kullanımı	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Personel Ücret Ödemeleri	479.823	529.005	583.228	643.009	708.917	781.581	1.880.969
Elektrik-Su Giderleri	8.506	9.378	10.339	11.399	12.567	13.855	33.345
Tamir-Bakım	54.934	60.565	66.773	73.617	81.163	89.482	215.348
Isınma/Yakıt	16.875	18.605	20.512	22.614	24.932	27.488	66.152
Satış ve Pazarlama Giderleri	65.170	71.850	79.215	87.334	96.286	106.155	255.475
Genel Giderler	52.171	57.519	63.414	69.914	77.080	84.981	204.517
Beklenmeyen Giderler	26.067	28.739	31.685	34.932	38.513	42.460	102.186
Amortisman	142.319	156.906	172.989	190.720	210.269	231.822	557.907
Toplam	845.865	932.566	1.028.154	1.133.540	1.249.728	1.377.825	3.315.899

İşletme Birimleri ve Gelirleri

Kurulacak Kooperatif'te aşağıdaki 5 alanda hizmet verilecektir.

1. Pazarlama Hizmetleri
2. Dış Ticaret ve İhracat Danışmanlığı
3. Denetim Hizmetleri
4. Proje/İş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri
5. Ar-Ge Birimi (Laboratuvar) Hizmetleri

Mardin'in ekonomisinde önemli bir yer tutan Mardin Bulgurunun markalaştırılması ile tarım sektöründe verimliliği artırma açısından önemli bir yer alacak olan kurumsal yapı bünyesinde idari yönetim ofisler, laboratuvar ve ortak birimler kapalı alanda hizmet verecek olup 1.500 m² kapalı alana sahip olacaktır.

1. **Pazarlama Hizmetleri:** Marka pazarlaması, ürün pazarlaması, yurt içi pazarlama stratejileri geliştirme, reklam ve pazarlama danışmanlığı
2. **Dış Ticaret ve İhracat Danışmanlığı:** Dış Ticaret- Pazar Araştırması, Yurtdışı Tanıtım ve Pazarlama
3. **Denetim Hizmetleri:** Üretim ve satış kanallarında ürün kalitesini ve marka imajını koruyacak şekilde Marka ve Coğrafi İşaret yönergesine uygunluğun denetimi
4. **Proje/İş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri:**
 - Mardin Bulgurunun markalaşma sürecini destekleyecek projelerin geliştirilmesi, fon araştırması yapılması, projelendirme ve proje yürütme faaliyetleri
 - İş planları hazırlık danışmanlığı
 - Teknoloji danışmanlığı
 - Mali danışmanlık
 - Patent hizmetleri
 - Proje Danışmanlığı
5. **Ar-Ge (Laboratuvar) Hizmetleri**

Kurulacak olan Merkez'de yapılması planlanan laboratuvar çalışmaları ve hizmetleri **aşağıdaki tablolarda** sunulmuştur.

Tablo 40: Zirai Karantina, Zirai Mücadele ve Bitki Koruma Laboratuvar Analizleri

Zirai Karantina, Zirai Mücadele ve Bitki Koruma Laboratuvar Analizleri
Karantina Analizleri (İhracat, İthalat) Her bir numune için
Karantina Nematod Analizi (İç ve dış karantina) Her bir numune için
İç Karantina ve Sertifikasyon Amaçlı Nematod, Bakteri, Virüs ve Fungus Analizleri
Bitki Koruma Ürünleri Deneme Denetlemesi
Hastalık, zararlı ve yabancı ot yönünden makroskopik teşhis
Kültüre alınarak mikroskopik Teşhis
Topraktan hastalık teşhisi
Tohumda yabancı ot teşhisi
Serolojik yöntemler ile her bir örnekte yapılan ilk analiz (Aynı örnekte gerçekleştirilen sonraki her bir analiz için 50 TL ilave edilir) (Virüs, bakteri ve fungus)
Moleküler yöntemler ile her bir örnekte yapılan ilk analiz (Aynı örnekte gerçekleştirilen sonraki her bir analiz için 100 TL ilave edilir) (Virüs, bakteri, fungus ve zararlı)
Nematod analizi

Tablo 41: Yapılacak Diğer Standard Analizler

Yapılacak Diğer Standart Analizler
Standart Toprak Verimlilik Analizi Paket 1 (Saturasyon, Tuz, pH, Kireç, Fosfor, Potasyum, Organik Madde)
Standart Toprak Verimlilik Analizi Paket 3 (Saturasyon, Tuz, pH, Kireç, Fosfor, Potasyum, Organik Madde, Demir, Mangan, Çinko, Bakır)
Standart Sulama Suyu Analizi (pH, EC, Ca, Ca+Mg, Na, K, B, CO ₃ , HCO ₃ , Cl, SO ₄)
Standart Toprak Fiziği Analizi (Bünye, Tarla Kapasitesi, Solma Noktası, Hacim Ağırlığı)
Standart Yaprak Analizi (Toplam N, P, K, Ca, Mg, Fe, Mn, Zn, Cu)
Standart Organik Materyal Analizi (Nem, Yanma Kaybı, pH, EC, Toplam N, P, K, Ca, Mg, Fe, Mn, Zn, Cu)
Standart Tuzlu, Alkali Toprak Analizi (pH, EC, Ca, Mg, Na, K, B, CO ₃ , HCO ₃ , Cl, SO ₄ , KDK)

Tablo 42: Toprak Analizleri ve Benzeri Hizmetler

2021 Yılı
Eğitim/Seminer Katılım Belgesi Ücreti (HİEBİS sisteminden katılan Bakanlık Personeli Hariç)
Tahıl Kalite Analizi (Hasat Sonrası Bl)
Tahıl Analizi (Hasat Sonrası Bl.)
Deneme – Denetleme (Hasat Sonrası Bl.)
Hasat Sonrası Raporlama (fizyolojik hastalık vb.) (Hasat Sonrası Bl)
Ticari Depolama
Bahçe Kontrolü ve Teknik Rapor
Laboratuvar Uygulamalı Eğitim
Doku Kültürü Uygulamalı Eğitim (HİEBİS sistemi hariç)
Tohumluk Misel Analizi
Tohumluk Misel Üretimi

Tablo 43: Laboratuvar Hizmetleri Ortalama Gelir Kalemleri

Laboratuvar Hizmetleri Ortalama Gelir Kalemleri		
	Toprak ve Su Analizi	Zirai Analizler
Ortalama Analiz Bedeli	313 ₺	500 ₺
Adet	120	170

Tablo 44: Nakit Akım Tablosu

	Toplam	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037
Toplam Yatırım Giderleri	5.741.190	3.439.350	1.150.920	1.150.920													
Sabit Yatırım Giderleri	2.089.358	2.089.358															
İnşaat	1.026.954	1.026.954															
Makine-Teçhizat	1.012.404	1.012.404															
Montaj	50.000	50.000															
Markalaşma	3.452.760	1.150.920	1.150.920	1.150.920													
Diğer Giderler	199.072	199.072															
İşletme Giderleri			845.865	932.566	1.028.154	1.133.540	1.249.728	1.377.825	1.519.052	1.674.754	1.846.417	2.035.674	2.244.331	2.474.375	2.727.998	3.007.618	3.315.899
Personel Ücret Ödemeleri			479.823	529.005	583.228	643.009	708.917	781.581	861.694	950.017	1.047.394	1.154.752	1.273.114	1.403.608	1.547.478	1.706.094	1.880.969
Elektrik-Su Giderleri			8.506	9.378	10.339	11.399	12.567	13.855	15.276	16.841	18.568	20.471	22.569	24.882	27.433	30.245	33.345
Tamir-Bakım			54.934	60.565	66.773	73.617	81.163	89.482	98.654	108.766	119.914	132.205	145.756	160.696	177.168	195.327	215.348
Isınma/Yakıt			16.875	18.605	20.512	22.614	24.932	27.488	30.305	33.411	36.836	40.612	44.774	49.364	54.424	60.002	66.152
Satış ve Pazarlama Giderleri			65.170	71.850	79.215	87.334	96.286	106.155	117.036	129.032	142.258	156.839	172.915	190.639	210.180	231.723	255.475
Genel Giderler			52.171	57.519	63.414	69.914	77.080	84.981	93.692	103.295	113.883	125.556	138.425	152.614	168.257	185.503	204.517
Beklenmeyen Giderler			26.067	28.739	31.685	34.932	38.513	42.460	46.813	51.611	56.901	62.733	69.164	76.253	84.069	92.686	102.186
Amortisman			142.319	156.906	172.989	190.720	210.269	231.822	255.584	281.781	310.663	342.506	377.613	416.319	458.991	506.038	557.907

	Toplam	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037
İşletme Gelirleri			3.208.100	3.528.910	3.881.801	4.269.981	4.696.979	5.166.677	5.683.345	6.251.679	6.876.847	7.564.532	8.320.985	9.153.084	10.068.392	11.075.231	12.182.754
Ar-Ge - Laboratuvar Gelirleri			581.700	639.870	703.857	774.243	851.667	936.834	1.030.517	1.133.569	1.246.926	1.371.618	1.508.780	1.659.658	1.825.624	2.008.186	2.209.005
Zirai Analizler			300.000	330.000	363.000	399.300	439.230	483.153	531.468	584.615	643.077	707.384	778.123	855.935	941.529	1.035.681	1.139.250
Toprak ve Su Analizi			281.700	309.870	340.857	374.943	412.437	453.681	499.049	548.954	603.849	664.234	730.657	803.723	884.095	972.505	1.069.755
Denetim Gelirleri			288.000	316.800	348.480	383.328	421.661	463.827	510.210	561.231	617.354	679.089	746.998	821.698	903.867	994.254	1.093.680
Pazarlama Hizmetleri/Coğrafi İşaret belgesi kullanma hakkından elde edilecek pazarlama geliri			1.581.700	1.739.870	1.913.857	2.105.243	2.315.767	2.547.344	2.802.078	3.082.286	3.390.514	3.729.566	4.102.522	4.512.775	4.964.052	5.460.457	6.006.503
Proje/İş Geliştirme Danışmanlık Hizmetleri			175.000	192.500	211.750	232.925	256.218	281.839	310.023	341.025	375.128	412.641	453.905	499.295	549.225	604.147	664.562
Net Nakit Akımı			1.211.315	1.445.424	2.853.647	3.136.441	3.447.252	3.788.853	4.164.293	4.576.925	5.030.431	5.528.858	6.076.654	6.678.709	7.340.394	8.067.613	8.866.855

İndirgenmiş Nakit Akım tablosunun oluşturulmasına esas teşkil eden fayda-maliyet analizleri aşağıda sunulmuştur.

3) Finansal Fayda-Maliyet Analizi (NBD, İKO vb.)

Finansal fayda maliyet analizlerinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası politika faiz oranı (18 Mart 2021 itibarıyla) %19 referans alınmıştır. Yatırımın 15 yıllık finansal net bugünkü değeri 12.876.741,65 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 45: Finansal NBD Hesaplanması

	Sabit Yatırım Giderleri(TL)	Toplam İşletme Giderleri (TL)	Toplam İşletme Gelirleri (TL)	Net Nakit Akım(TL)	Yıllara Göre İndirgeme Oranı	İndirgenmiş Net Nakit Akımı (TL)
Yatırım	3.439.349,66			-3.439.349,66	1,00	-3.439.349,66
1	1.150.920,00	845.864,77	3.208.100,00	1.211.315,24	1,19	1.017.911,96
2	1.150.920,00	932.565,90	3.528.910,00	1.445.424,10	1,42	1.020.707,65
3		1.028.153,91	3.881.801,00	2.853.647,09	1,69	1.693.399,31
4		1.133.539,68	4.269.981,10	3.136.441,42	2,01	1.564.045,32
5		1.249.727,50	4.696.979,21	3.447.251,71	2,39	1.444.568,66
5 Yıllık NBD						3.301.283,24
6		1.377.824,57	5.166.677,13	3.788.852,56	2,84	1.334.215,36
7		1.519.051,59	5.683.344,84	4.164.293,25	3,38	1.232.289,01
8		1.674.754,38	6.251.679,33	4.576.924,95	4,02	1.138.146,32
9		1.846.416,70	6.876.847,26	5.030.430,56	4,79	1.051.193,11
10		2.035.674,41	7.564.531,99	5.528.857,57	5,69	970.880,52
10 Yıllık NBD						9.028.007,58
11		2.244.331,04	8.320.985,19	6.076.654,15	6,78	896.701,60
12		2.474.374,97	9.153.083,70	6.678.708,73	8,06	828.188,06
13		2.727.998,41	10.068.392,08	7.340.393,67	9,60	764.907,38
14		3.007.618,24	11.075.231,28	8.067.613,04	11,42	706.460,04
15		3.315.899,11	12.182.754,41	8.866.855,30	13,59	652.476,99
15 Yıllık NBD						12.876.741,65

Yatırımın 15 yıllık iç verim oranı %19 iskonto değeri ile %35,41 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 46: Finansal İVO Hesaplanması

Dönem (Yıl)	Sabit Yatırım Giderleri(TL)	Toplam İşletme Giderleri (TL)	Toplam İşletme Gelirleri (TL)	Net Nakit Akım(TL)
Yatırım	3.439.349,66			-3.439.349,66
1	1.150.920,00	845.864,77	3.208.100,00	1.017.911,96
2	1.150.920,00	932.565,90	3.528.910,00	1.020.707,65
3		1.028.153,91	3.881.801,00	1.693.399,31
4		1.133.539,68	4.269.981,10	1.564.045,32
5		1.249.727,50	4.696.979,21	1.444.568,66
6		1.377.824,57	5.166.677,13	1.334.215,36
7		1.519.051,59	5.683.344,84	1.232.289,01
8		1.674.754,38	6.251.679,33	1.138.146,32
9		1.846.416,70	6.876.847,26	1.051.193,11
10		2.035.674,41	7.564.531,99	970.880,52
11		2.244.331,04	8.320.985,19	896.701,60
12		2.474.374,97	9.153.083,70	828.188,06
13		2.727.998,41	10.068.392,08	764.907,38
14		3.007.618,24	11.075.231,28	706.460,04
15		3.315.899,11	12.182.754,41	652.476,99
15 Yıllık İVO				35,41%

Tablo 47: Amortisman Hesaplaması

	Seçilen Amortisman Oranları	Toplam Tutar	2	3	4	5	6	7	8	9	10	25	Amorti edilen kısım
İnşaat İşleri	4,0%	1.026.954											
Mak-Teçhizat	10,0%	1.012.404											
<i>İnşaat İşl.</i>			41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	41,078	1.026.954
<i>Mak-Teçh.</i>			101.240	101.240	101.240	101.240	101.240	101.240	101.240	101.240	101.240	0	1.012.404
Toplam			142.319	142.319	142.319	142.319	142.319	142.319	142.319	142.319	142.319	41.078	2.039.358

4) Devlet Bütçesi Üzerindeki Etkisi

Devlet bütçesi üzerinde Merkezi Yönetim Bütçe Kanunu Ek 17’de yer alan Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına tahsis edilen transfer ödenekleri üzerinde 5.928.348,98 TL’lik bir kalem oluşturacaktır. Ancak, bu transfer ödeneğinin hangi alt bütçe kaleminde (CMDP veya Kalkınma Ajansları Bütçesi) olacağı projenin hangi program kapsamında destekleneceğine bağlı olarak değişebilecektir.

ii. Ekonomik Analiz

Projenin ekonomik analizi yapılırken basitleştirilmiş Katma Değer Analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu analizin basit olarak adlandırılmasının nedeni proje kalemleri yerli ve yabancı diye ayrılarak ulusal katma değerler hesaplanmamıştır. Bunun bir nedeni proje maliyetlerinin yerli-yabancı ayrımındaki güçlük, diğer bir nedeni de makine teçhizatın önemli bir kısmının yerli piyasalardan temin edilebileceği varsayımdır. Dolayısıyla Net Katma Değer hesabında net kar, vergiler, faiz giderleri ve işçilik giderleri toplanarak, proje için toplam katma değer elde edilmiştir. Bu değere amortisman eklenerek de brüt katma değer bulunmuştur.

Ekonomik fayda maliyet analizlerinde iskonto oranı 12 aylık enflasyon oranı olan %10,47 referans alınmıştır. Bu yöntemle elde edilen değerler %10,47 iskonto oranı ile indirgenerek net ve brüt indirgenmiş katma değerler bulunmuştur. Elde edilen bu değerlerin yatırım tutarına bölünmesiyle de projenin ekonomik ömrü boyunca sağladığı toplam “hasıla/sermaye” oranı bulunmuştur. Bu değer projenin ekonomik ömrüne bölünerekten projenin sağladığı yıllık karlılık oranı ekonomik açıdan elde edilmiştir.

1) Ekonomik Maliyetler ve Faydalar

Projenin ekonomik maliyetlerine ilişkin hesaplamalar finansal analiz kısmında işletme giderleri başlığı altında ifade edilmiştir.

Parasallaştırılamayan Önemli Fayda ve Maliyetler

- Mardin Bulguru teknolojik tarım ve AR-GE faaliyetleri ile uluslararası standartlarda önemli bir marka olacaktır.
- Mardin Bulguru uluslararası ve ulusal pazarlara önemli kalitede geliştirilip sunulacaktır.
- Mardin’in tarım ürünlerinin marka değeri artacaktır.
- Sektörde işletme sayısı, istihdam, çiftçi sayısı, tarım ürünleri üretim miktarı ve birim başı verim artacaktır. Tarımda üretim maliyeti düşecektir.
- Gençlerde ve çocuklarda Tarım ve hayvancılık kültürü gelişecektir.
- Mardin Tarım şehri olarak bölge, ülke ve dünya ölçeğinde yerini alacaktır.
- COVID-19 salgını dolayısıyla oluşabilecek sağlıklı gıdaya erişim riski giderilecektir.
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının tarımsal sanayide kullanılmasını teşvik edecek olması,
- Sanayinin gelişmesine katkı sağlayarak ilin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sağlamasıdır.

Yatırımın ekonomik faydalarının diğer imalat sanayi ve üretime yönelik projeler ile kıyaslandığında düşük olması beklenen bir durumdur. Kurulacak merkezin daha çok Mardin Ekonomisi, Mardin gıda sanayi ve Mardin turizm sektörü için kamusal niteliği haiz hizmet verecek bir yapı olması göz önüne alındığında yatırımın sadece kendini çevirebilecek düzeyde gelirlere sahip olması bile önemli bir kazanım olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, ekonomik fayda maliyet analizlerinde hesaplanan değerlerin diğer yatırım proje fizibilitelerine göre daha düşük değerler alması projenin dolaylı ve ileri bağlantı etkileri değerlendirildiğinde projenin önemsiz veya yatırım için uygun olmadığı anlamını içermemektedir.

2) Ekonomik Fayda-Maliyet Analizi (ENBD, EİKO vb.)

Ekonomik Net Bugünkü Değer Analizi

NBD= (İşletme Dönemi nakit akımının bugünkü değeri)-(yatırım tutarı nakit akımının bugünkü değeri) şeklinde yorumlanabilir. NBD, yatırılan sermayenin ne kadar üzerinde bir getiri sağlandığını gösterir.

$$NBD = \frac{NNG_1}{(1+k)^1} + \frac{NNG_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{NNG_n}{(1+k)^n} - I_0$$

NBD hesaplamasında öncelikle nakit girişlerinin bugünkü değeri bulunmalıdır. %4,72 indirgeme oranına göre ekonomik İVO, NBD, Fayda-Maliyet Oranı değerleri ve Geri Ödeme Süresi hesaplamaları aşağıda verilmiştir.

İç Verim Oranı

Yatırımın ekonomik ömrü boyunca oluşacak nakit akışlarını bugünkü değere indirgeyen orandır. İKO'nun mevcut faiz oranından yüksek olması, yatırımın kabul edilebileceği anlamına gelir. Yatırım alternatifleri arasından seçim yapılırken İKO'su yüksek olan tercih edilir.

Fayda-Maliyet Oranı/ Karlılık Endeksi

Ekonomik fayda/maliyet analizi, fayda/maliyet oranına göre hesaplanmaktadır. Projeyi yatırımcı kuruluş açısından ele alan ticari analizde, ticari karlılığın maksimize edilmesi tek amaçtır. Ticari analizde fayda ve maliyetler, cari piyasa fiyatları ile hesaplanır. Fayda/maliyet oranı 1'in üzerinde olduğu dönemler yatırımın getirisinin daha yüksek olduğu zaman dilimlerini ifade etmektedir. Projenin faydalarının bugünkü değerinin maliyetlerin bugünkü değerine oranıdır. Aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır.

$$B = B_0 + \frac{B_1}{1+r} + \frac{B_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{B_T}{(1+r)^T}$$
$$C = C_0 + \frac{C_1}{1+r} + \frac{C_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{C_T}{(1+r)^T}$$

B: Fayda
C: Maliyet
r: İndirgenme oranı

Fayda maliyet oranı için kabul edilebilirlik kriteri oranın 1'i aşmasıdır. Bunun anlamı B-C > 0 olmasıdır.

Başa Baş Noktası / Yatırımın Geri Dönüş Süresi

Bir işletmenin toplam satışları ile toplam giderlerinin birbirine eşit olduğu dolayısıyla henüz karın oluşmadığı noktaya başa baş noktası (kara geçiş noktası) denir.

Başa baş noktası = sabit giderler / (tam kapasite kazancı-değişken giderler)

Gelir-Gider tablosundan net kar + amortisman + faiz gideri yıllar itibarıyla toplamalarının yatırım tutarına eşit olduğu yıl, projenin geri dönüş ödeme süresini göstermektedir.

Toplam yatırım tutarı/(vergi sonrası kar + amortisman + faiz)

Yatırımın 15 yıllık NBD değeri **25.535.999,94** TL'dir. Hesaplamaya esas veriler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 48: Ekonomik NBD Analizi

	Sabit Yatırım Giderleri(TL)	Toplam İşletme Giderleri (TL)	Toplam İşletme Gelirleri (TL)	Net Nakit Akım(TL)	Yıllara Göre İndirgeme Oranı	İndirgenmiş Net Nakit Akımı (TL)
Yatırım	3.439.349,66			-3.439.349,66	1,00	-3.439.349,66
1	1.150.920,00	845.864,77	3.208.100,00	1.211.315,24	1,10	1.096.510,58
2	1.150.920,00	932.565,90	3.528.910,00	1.445.424,10	1,22	1.184.422,32
3		1.028.153,91	3.881.801,00	2.853.647,09	1,35	2.116.738,46
4		1.133.539,68	4.269.981,10	3.136.441,42	1,49	2.106.006,77
5		1.249.727,50	4.696.979,21	3.447.251,71	1,65	2.095.324,18
5 Yıllık NBD						5.159.652,66
6		1.377.824,57	5.166.677,13	3.788.852,56	1,82	979.680,47
7		1.519.051,59	5.683.344,84	4.164.293,25	2,01	886.829,42
8		1.674.754,38	6.251.679,33	4.576.924,95	2,22	802.778,51
9		1.846.416,70	6.876.847,26	5.030.430,56	2,45	726.693,69
10		2.035.674,41	7.564.531,99	5.528.857,57	2,71	657.819,94
10 Yıllık NBD						15.477.738,00
11		2.244.331,04	8.320.985,19	6.076.654,15	2,99	595.473,83
12		2.474.374,97	9.153.083,70	6.678.708,73	3,30	539.036,69
13		2.727.998,41	10.068.392,08	7.340.393,67	3,65	487.948,48
14		3.007.618,24	11.075.231,28	8.067.613,04	4,03	441.702,25
15		3.315.899,11	12.182.754,41	8.866.855,30	4,45	399.839,10
15 Yıllık NBD						25.535.999,94

15 yıllık dönemde yatırımın iç verim oranı %35,41'dir.

Tablo 49: Ekonomik İVO Analizi

Dönem (Yıl)	Sabit Yatırım Giderleri(TL)	Toplam İşletme Giderleri (TL)	Toplam İşletme Gelirleri (TL)	Net Nakit Akım(TL)
Yatırım	3.439.349,66			-3.439.349,66
1	1.150.920,00	845.864,77	3.208.100,00	1.017.911,96
2	1.150.920,00	932.565,90	3.528.910,00	1.020.707,65
3		1.028.153,91	3.881.801,00	1.693.399,31
4		1.133.539,68	4.269.981,10	1.564.045,32
5		1.249.727,50	4.696.979,21	1.444.568,66
6		1.377.824,57	5.166.677,13	1.334.215,36

7		1.519.051,59	5.683.344,84	1.232.289,01
8		1.674.754,38	6.251.679,33	1.138.146,32
9		1.846.416,70	6.876.847,26	1.051.193,11
10		2.035.674,41	7.564.531,99	970.880,52
11		2.244.331,04	8.320.985,19	896.701,60
12		2.474.374,97	9.153.083,70	828.188,06
13		2.727.998,41	10.068.392,08	764.907,38
14		3.007.618,24	11.075.231,28	706.460,04
15		3.315.899,11	12.182.754,41	652.476,99
15 Yıllık İVO				35,41%

Yatırım 4'üncü yılda karlılık endeksi (fayda/maliyet oranı) 1'in üzerinde değer almakta ve yatırım yapılabilir duruma gelmektedir.

Tablo 50: Ekonomik Karlılık Endeksi Analizi

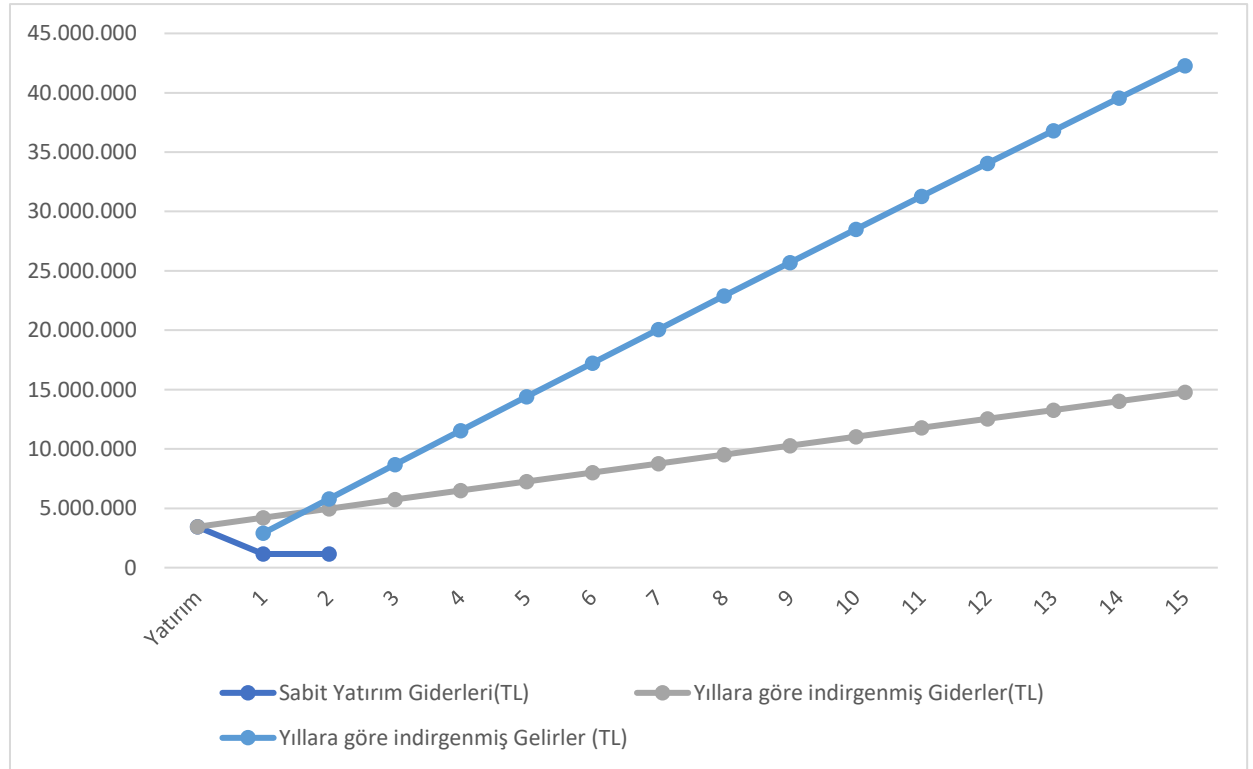
Dönem (Yıl)	Net Nakit Akım(TL)	Yıllara Göre İndirgeme Oranı	İndirgenmiş Net Nakit Akımı (TL)
Yatırım	-3.439.349,66	1,00	-3.439.349,66
1	1.211.315,24	1,19	1.096.510,58
2	1.445.424,10	1,42	1.184.422,32
3	2.853.647,09	1,69	2.116.738,46
4	3.136.441,42	2,01	2.106.006,77
5	3.447.251,71	2,39	2.095.324,18
5. Yıl KE			1,9599
6	3.788.852,56	2,84	2.084.690,47
7	4.164.293,25	3,38	2.074.105,43
8	4.576.924,95	4,02	2.063.568,83
9	5.030.430,56	4,79	2.053.080,47
10	5.528.857,57	5,69	2.042.640,14
10. Yıl KE			3,6249
11	6.076.654,15	6,78	2.032.247,63
12	6.678.708,73	8,06	2.021.902,72
13	7.340.393,67	9,60	2.011.605,20
14	8.067.613,04	11,42	2.001.354,87
15	8.866.855,30	13,59	1.991.151,53
15.Yıl KE			4,7439

Yatırım ekonomik olarak 3'üncü yılda başa baş noktasına gelmektedir.

Tablo 51: Ekonomik Başa Baş Dönemi Analizi

Dönem (Yıl)	Sabit Yatırım Giderleri(TL)	Toplam İşletme Giderleri (TL)	Yıllara göre indirgenmiş Giderler(TL)	Toplam İşletme Gelirleri (TL)	Yıllara göre indirgenmiş Gelirler (TL)	Yıllara Göre İndirgeme Oranı
Yatırım	3.439.350		3.439.350			1,00
1	1.150.920	845.865	4.205.046	3.208.100	2.904.046	1,10
2	1.150.920	932.566	4.969.217	3.528.910	5.795.737	1,22
3		1.028.154	5.731.867	3.881.801	8.675.125	1,35
4		1.133.540	6.492.998	4.269.981	11.542.263	1,49
5		1.249.728	7.252.613	4.696.979	14.397.202	1,65
6		1.377.825	8.010.715	5.166.677	17.239.995	1,82
7		1.519.052	8.767.308	5.683.345	20.070.693	2,01
8		1.674.754	9.522.394	6.251.679	22.889.348	2,22
9		1.846.417	10.275.976	6.876.847	25.696.010	2,45
10		2.035.674	11.028.057	7.564.532	28.490.731	2,71
11		2.244.331	11.778.640	8.320.985	31.273.563	2,99
12		2.474.375	12.527.729	9.153.084	34.044.554	3,30
13		2.727.998	13.275.326	10.068.392	36.803.756	3,65
14		3.007.618	14.021.434	11.075.231	39.551.219	4,03
15		3.315.899	14.766.056	12.182.754	42.286.993	4,45
Başabaş Yılı 3. Yıl						

Şekil 37: Ekonomik Başa Baş Yılı

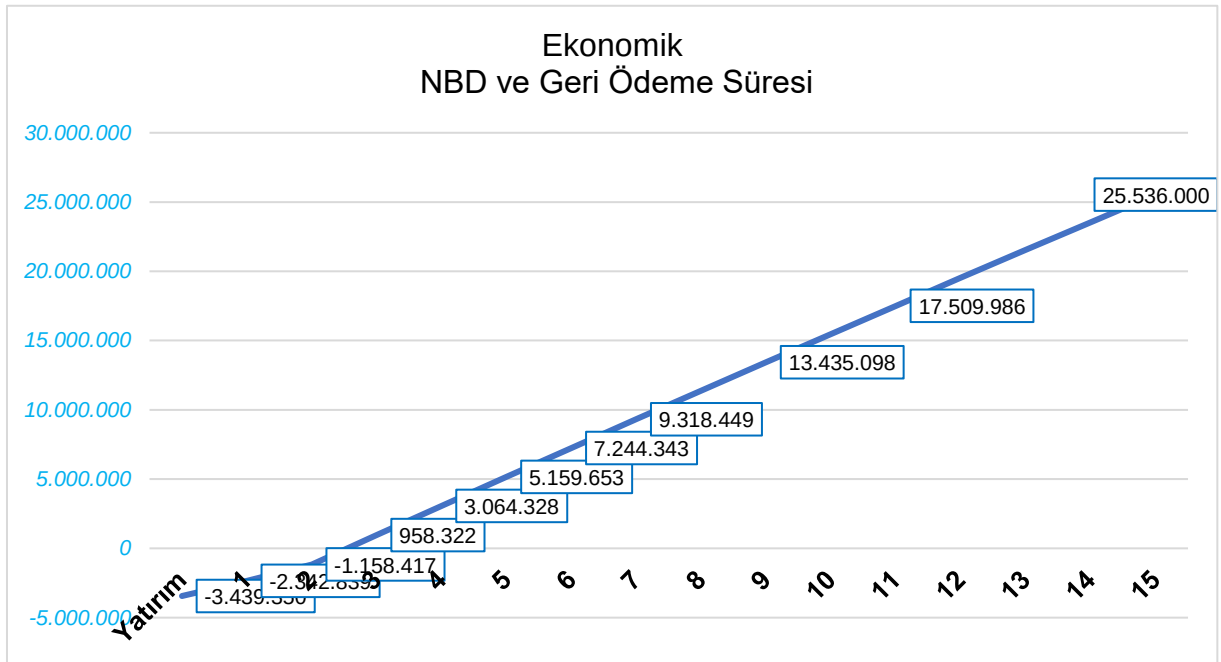


Yatırımın geri ödeme süresi 3 yıl olarak hesaplanmıştır.

Tablo 52: Ekonomik Geri Ödeme Süresi Analizi

	İndirgenmiş Net Nakit Akımı (TL)	Net Nakit Akımı Kümülatif Toplamı	İndirgenmiş Net Nakit Akımı Kümülatif Toplamı	Dönem	Net NBD Kümülatif Toplamı
Yatırım	-3.439.350	-3.439.350	-3.439.350	Yatırım	-3.439.350
1	1.096.511	1.211.315	1.096.511	1	-2.342.839
2	1.184.422	2.656.739	2.280.933	2	-1.158.417
3	2.116.738	5.510.386	4.397.671	3	958.322
4	2.106.007	8.646.828	6.503.678	4	3.064.328
5	2.095.324	12.094.080	8.599.002	5	5.159.653
6	2.084.690	15.882.932	10.683.693	6	7.244.343
7	2.074.105	20.047.225	12.757.798	7	9.318.449
8	2.063.569	24.624.150	14.821.367	8	11.382.017
9	2.053.080	29.654.581	16.874.448	9	13.435.098
10	2.042.640	35.183.438	18.917.088	10	15.477.738
11	2.032.248	41.260.093	20.949.335	11	17.509.986
12	2.021.903	47.938.801	22.971.238	12	19.531.888
13	2.011.605	55.279.195	24.982.843	13	21.543.494
14	2.001.355	63.346.808	26.984.198	14	23.544.848
15	1.991.152	72.213.663	28.975.350	15	25.536.000

Şekil 38: Ekonomik Geri Ödeme Süresi Analizi



3) Maliyet Etkinlik Analizi (karşılaştırmalı birim üretim ve yatırım maliyeti)

Fizibilitede Fayda Maliyet Analizi ve Katma Değer Analizi yöntemi kullanılmıştır. Projesi için fayda maliyet oranı; **4,74** olarak hesaplanmıştır. Oranın 1'den büyük olması projenin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir.

4) Projenin Diğer Ekonomik Etkileri (katma değer etkisi vb.)

Projeye ilişkin katma değer hesaplaması aşağıda verilmiştir. Katma değer hesaplamasında TÜİK Ulusal Hesaplar Sistemindeki katma değer hesaplama yöntemi referans alınmıştır. Bu yöntemle göre işletme artığı (net kar) ile işgücü ödemeleri toplanmakta, bu değerden vergi ve faiz ödemeleri çıkarılmaktadır.

Tablo 53: Katma Değer Hesaplaması

Dönem (yıl)	2	3	4	5	...	15
Net Nakit Akışı	-3.439.350	1.211.315	1.445.424	2.853.647	3.136.441	3.447.252
İşçilik	0	479.823	529.005	583.228	643.009	708.917
Faiz Ödemeleri		0	0	0	0	0
Vergiler (Amortismanına tabi)		0	0	0	0	0
NET KATMA DEĞER (TL) (Net Nakit Akışı + İşgücü Ödemeleri EKSİ Faiz,Vergi Ödemeleri)	-3.439.350	1.691.138	1.974.429	3.436.875	3.779.450	4.156.169
Amortisman	0	142.319	142.319	142.319	142.319	142.319
BRÜT KATMA DEĞER	-3.439.350	1.833.457	2.116.748	3.579.194	3.921.769	4.298.488

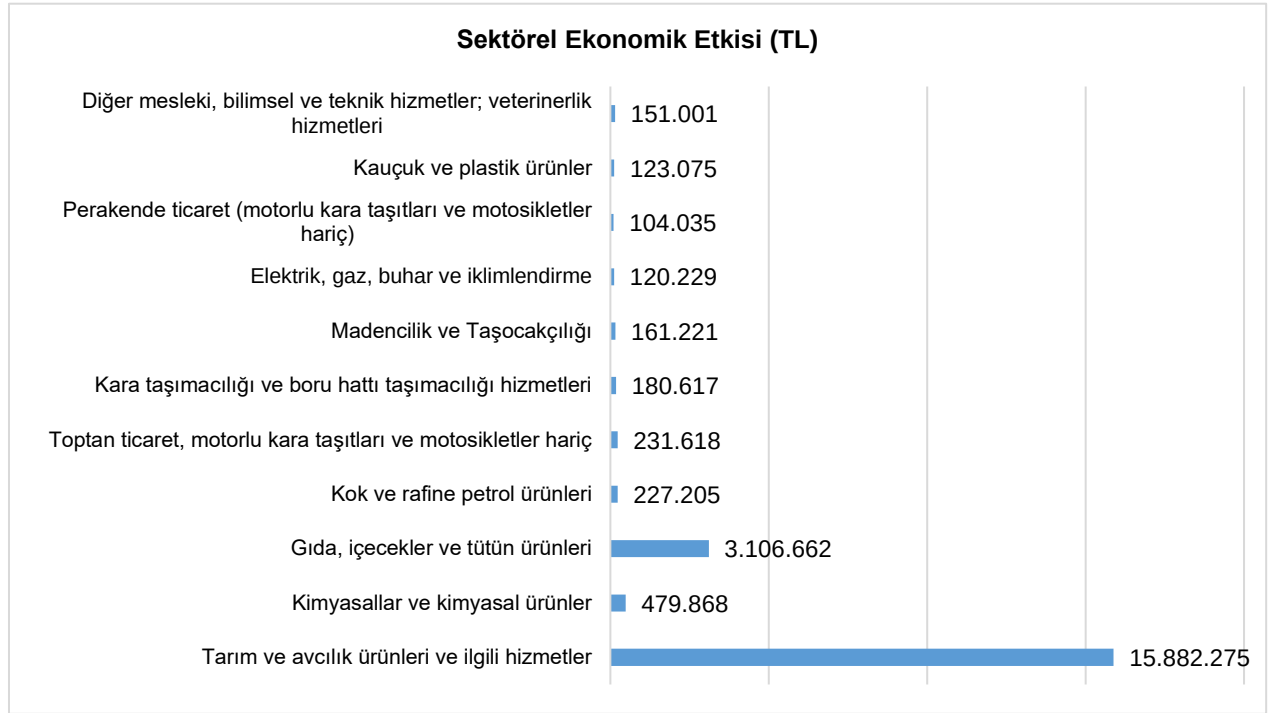
Diğer Ekonomik Etkileri

Projenin diğer ekonomik etkilerinin hesaplanmasında 2017 yılında TÜİK tarafından yayımlanan Türkiye Girdi Çıktı Tablolarından yararlanılmıştır. Türkiye I-O tabloları 12 sektör altında toplulaştırılmış, Leontief ters matris katsayıları hesaplanmış, ileri ve geri bağlantı çarpanları tespit edilmiş bu çarpanlar göre projenin kümülatif ekonomik etkisi analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre projenin ileri ve geri bağlantı etkileri ile toplam ekonomi etkisi 20.808.886 TL düzeyindedir.

Tablo 54: Projenin İleri ve Geri Bağlantı Etkileri (Girdi-Çıktı Hesaplaması)

	Sektör Kodu	Sektör	Geri Bağlantı	İleri Bağlantı	Toplam İleri ve Geri Bağlantı Etkisi	Ekonomik Etkisi (TL)
1	A01	Tarım ve avcılık ürünleri ve ilgili hizmetler	1,205567	1,205567	2,411135	15.882.275
11	C20	Kimyasallar ve kimyasal ürünler	0,070921	0,001929	0,072850	479.868
5	C10-C12	Gıda, içecekler ve tütün ürünleri	0,047303	0,424329	0,471632	3.106.662
10	C19	Kok ve rafine petrol ürünleri	0,033946	0,000547	0,034493	227.205
29	G46	Toptan ticaret, motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç	0,030280	0,004882	0,035163	231.618
31	H49	Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı hizmetleri	0,025727	0,001693	0,027420	180.617
4	B	Madencilik ve Taşocakçılığı	0,023555	0,000921	0,024475	161.221
24	D35	Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme	0,017226	0,001027	0,018252	120.229
30	G47	Perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,009129	0,006665	0,015794	104.035
13	C22	Kauçuk ve plastik ürünler	0,005564	0,013121	0,018684	123.075
50	M74_M75	Diğer mesleki, bilimsel ve teknik hizmetler; veterinerlik hizmetleri	0,004452	0,018472	0,022924	151.001
41	K64	Diğer	0,004162	0,002075	0,006237	41.080
Toplam			20.808.886			

Şekil 39: Projenin Sektörel Etkisi (Girdi-Çıktı Analizi)



Proje ile Tarım ve Hayvancılık sektöründe araştırma – geliştirme (Ar-Ge), üretim, tarımsal ve hayvansal ürünler uluslararası standartlarda geliştirilmesi, analiz, danışmanlık, eğitim, tanıtım ve pazarlama alt yapısı oluşturulacak, birim alanda alınacak kaliteli ürün ve sonrasında hizmet ile katma değeri yüksek ürün üretimi gerçekleştirilecektir.

iii. Sosyal Analiz

1) Sosyal Fayda-Maliyet Analizi

Yatırım projelerinden doğan sosyal fayda ve maliyetlerin tespit edilmesi işlemi, sosyal fayda-maliyet analizinin ilk aşamasında yapılmaktadır. Gerçekleştirilmesi planlanan yatırım projeleri, amaçlarına uygun olarak fayda sağlamalarının yanı sıra doğal olarak bazı maliyetlerin de doğmasına neden olmaktadır. Yatırım projesinin ülke ekonomisine yapmış olduğu katkı projenin faydalarını ifade ederken, bu faydaları gerçekleştirmek için kaynakların başka kullanım alanlarından çekilmesi sonucu vazgeçilen fayda ise projenin maliyetlerini oluşturmaktadır. Sağlıklı bir analiz yapılabilmesi için, ortaya çıkan fayda ve maliyetlerin tamamının tespit edilerek analize dahil edilmesi, en uygun projenin seçimi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Aynı zamanda, farklı yatırım projeleri ulusal ekonomi açısından değerlendirilirken, dikkate alınması gereken toplumsal amaçlara ulaşılmasına imkan sağlayacak ve bu amaçlara ulaşılmasını engelleyecek unsurlar proje maliyet ve faydaları içinde ölçülmek durumundadır.

Gerçekleştirilen yatırım projelerinde ortaya çıkan faydalar, direkt olarak yatırımı yapan birimlerle ilgili olabileceği gibi yatırımla ilgisi olmayan bazı kesimler üzerinde de etki doğurabilmektedir. Doğrudan faydalar, proje ile üretilen mal ya da hizmeti bizzat kullananların sağladığı faydalarken, dolaylı faydalar ise o mal ya da hizmeti bizzat kullananların dışındaki kesimlerin sağladığı faydalardır. Bir proje ile üretilen ürün ya da hizmet piyasada değerlendirilebiliyorsa para ile ifade edilebilen fayda, piyasada fiyata konu olmuyorsa para ile ifade edilemeyen fayda olarak nitelendirilmektedir.

Projenin sosyal maliyet olarak nitelendirilebilecek olumsuz bir faktörü içermediği desteklemediği değerlendirilmektedir.

2) Sosyo-kültürel Analiz (katılımcılık, cinsiyet etkisi vb.)

Toplumsal gruplar bazında sağlanacak faydalar ise şu şekildedir;

İlde yaşayan nüfus: Mardin Bulgurunun markalaşması çalışması ile Tarımsal teknoloji, Ar-Ge ve yenilikçilik kapasitesinin gelişimine ivme kazandıracak ve bu gelişim ilin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlayacaktır. Bu gelişimden öncelikli olarak ilde yaşayan nüfus (kadın, erkek, çocuk, genç, yaşlı vb.) fayda sağlayacaktır.

İlde tarımsal sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler: Bu proje ile, hizmet ve sanayi sektörüne başarılı, sürdürülebilir işletmelerin kazandırılması ilde teknoloji, Ar-Ge ve yenilikçilik kapasitesinin gelişimine, ilin katma değeri yüksek üretime geçişine ve rekabet gücünün artmasına ciddi katkılar sağlayacaktır. İlde bu gelişimden fayda sağlayacak gruplardan birisi de ilde halihazırda faaliyet gösteren mevcut tarımsal ve hayvansal üretici birlikleri, çiftçiler, hizmet ve tarımda dayalı sanayi işletmeleridir.

İlimizdeki çiftçiler, bilinçli ve teknolojik imkanlarından faydalanıp tarım alanında elde edecekleri ürün kalitesiyle ve bu ürünlerini Mardin Bulguru markası kapsamında satacakları pazarlar bulmaları ile sosyo-ekonomik durumları önemli düzeyde iyileşecektir.

3) Projenin Diğer Sosyal Etkileri (istihdama katkı vb.)

Proje sonucunda ortaya çıkacak faydalar kısa ve orta-uzun vadeli faydalar olmak üzere 2 başlık altında analiz edilmiştir.

Kısa vadede oluşması beklenen faydalar şu şekildedir;

- İstihdama katkı sağlayacaktır.
- Bölgede sosyal yaşamın kalitesi artacaktır.
- Bölge cazibe merkezi haline gelecektir.
- Bölgede gayrimenkul değerleri artacaktır.
- Bölgedeki üniversitelerde Ar-Ge'de yetişmiş ciddi bir uzman potansiyeli oluşacaktır

Orta-uzun vadede ortaya çıkması beklenen faydalar şu şekildedir

- Ülke ileri teknoloji üreten markalaşan rekabet eden sürdürülebilir Ar-Ge ve İnovasyon faaliyetine sahip olacaktır.
- Ülkeye, bölgeye, kişiye katma değer sağlayacaktır.
- Vergiler gelirleri artacaktır.
- İstihdam artacaktır.
- Döviz girdisi artacaktır.
- İkame marka ürün üretme kapasitesi gelişecektir.
- Toplumsal refah ve huzur artacaktır.

iv. Bölgesel Analiz

Projenin bölgesel kalkınma ve/veya gelişmişlik farklarının giderilmesi hususunda öngörülen herhangi bir etkisinin olması durumunda bu bölümde söz konusu etkilere yer verilecektir.

Proje ile birlikte bölge kurum ve kuruluşların, Enstitülerin, üniversitelerin aktivitesi artacaktır. Seminerler, toplantılar, kongreler, fuarlar, sanayi ile iş birliği yapan öğretim üyeleri, girişimcilerin

fikirlerinden oluşacak ürünler, proje çalışanlarının yaşam tarzı ile gelişecek sosyal yaşam, ticaret ve sosyo-kültürel iş birliğinin oluşturacağı katkı, ilin ve bölgenin gelişimine destek olacaktır. Marka yaratmada, kalite ve verimlilik ile küresel rekabette aday bölge olacaktır. Bölgedeki üniversite başta olmak üzere Projenin hayata geçmesiyle ve işletilmesinde görev alan tüm kurumların kurumsal devamlılığı ve kurumsal kapasitesi ile birlikte insan kaynağı ve uzmanlık kapasitesini geliştirecektir. İlin, Bölgenin ve Türkiye'nin sahip olduğu tarımsal kapasitesini benzer projeler ile ulusal ve uluslararası alanda en uygun şekilde ortaya koyacak ve ciddi bir kazanç sağlayacaktır. Mardin'de hayata geçmesi planlanan projesi ülkemizde önemli olabilecek bir projedir ve diğer il / bölgeler için rol model olacaktır.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 2017 yılında güncellenen "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması" raporuna göre Mardin 6. Kademe iller arasında 81 il arasında ise 74'üncü sırada gelmektedir. Ancak Mardin'in ülkemizin en önemli tarım ve hayvancılık potansiyeline sahip illerinden olmasına rağmen bugüne kadar bu önemli kapasiteyi istenilen düzeyde kullanamamıştır. Projemizle Mardin'in rekabetçiliğine olumlu katkılar sağlayarak ilin markalaşma becerisi, yenilikçilik, ticaret becerisi ve üretim potansiyelini aşağıda belirtilmiş olan alt parametrelerini desteklemek suretiyle geliştirecektir.

Yatırım ile desteklenecek Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi parametreleri;

- İlde kullanılan kredi miktarı
- İlde tahakkuk eden vergi miktarı
- İl merkezinde kayıtlı firmalar tarafından gerçekleştirilen ihracat toplamı
- İldeki toplam kamu yatırımı
- Bir önceki yıla göre kapanan şirket sayısındaki değişim
- İldeki dış ticaret yapan firma sayısı toplamı

Bu projenin hayata geçmesi ile bölgede yenilikçilik ve AR-GE çalışmaları artacak olup bu durum bölge ekonomisine katkıda bulunacaktır. Planlanan yatırım, ilin sosyal gelişmişliğine de katkı sağlayacaktır. Sosyal gelişmişlik indeksinde yer alan "Hizmetler sektöründe çalışanlar oranı" ve "İşsizlik oranı" parametrelerinde iyileştirme sağlayacaktır. Elde edilecek gelir artışı ise ilin sosyal gelişmişlik indeksinde "Fert başına genel bütçe geliri", "Vergi gelirlerinin ülke içindeki payı" ve "Tarımsal üretimin ülke içindeki payı" parametrelerinde üst sıralara yükselmesini sağlayacaktır.

v. Duyarlılık Analizi

Ticari karlılık göstergelerinin tespitinde Dünya Bankası'nın kullandığı İç Karlılık Oranı (İKO) ve Net Bugünkü Değer (NBD) kriterlerinin hesaplanması esas alınmıştır. Benzer şekilde nakit akım tablolarının hazırlanmasında da aynı yaklaşımlar kullanılmıştır. Hesaplanan değerler satış fiyatlarının ve kapasite kullanım oranlarının değişebileceği dikkate alınarak duyarlılık analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz kapsamında oluşturulan tablolar ve yapılan hesaplamalar aşağıdaki tablolarda verilmektedir.

Duyarlılık analizi birim satış fiyatı, satış tutarı, ana girdi maliyetleri, projenin termini veya indirgeme oranı gibi bir değişkende olabilecek olası değişimlerin, diğerleri sabit kalmak kaydıyla, analize esas alınan ölçüt (net bugünkü değer, iç karlılık oranı, geri ödeme süresi, katma değer etkisi, kara geçiş analizi vb. herhangi bir ölçüt) üzerindeki etkisini görebilmek için yapılır.

Bu çalışmada karlılığı etkileyen en önemli kalemler; ürün satış fiyatları ve kapasite kullanım oranları, ana karlılık göstergeleri NBD ve İKO olduğu için, bunların değişim senaryolarına göre duyarlılık analizi yapılmıştır.

Yapılan duyarlılık analizinde en duyarlı 2 parametrenin ortalama satış fiyatı ve doluluk oranı olduğu tespit edilmiştir. Analizde tek bir değişken değerindeki değişimlerin ekonomik olarak etkileri test edilmiş, her aşamada sadece bir değişken değeri değiştirilerek değişim karşısındaki NBD değişimi incelenmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir;

Tablo 55: İKO Duyarlılık Analizi

İKO	Fiyatlar									
	%14	%90	%92	%94	%96	%98	%100	%105	%110	%120
	%60	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16
	%62	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16	%16
	%80	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15
	%90	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15	%15
	%100	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14
	%110	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14	%14

Tablo 56: NBD Duyarlılık Analizi

KKO	Fiyatlar									
	25.535.999,94	%85	%90	%92	%95	%100	%105	%110	%115	%120
	%50	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121	35.0632.121
	%80	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894	32.579.894
	%95	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132	27.687.132
	%100	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94	25.535.999,94
	%105	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674	24.468.674
	%110	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509	23.345.509

Yapılan analiz sonucunda, tam KKO %50'e kadar düştüğünde veya fiyatlar %85'e kadar indiğinde proje %10.47 iskonto oranı ile karlı bölgede kalmaktadır. Söz konusu KKO ve fiyatların beklenilenden yüksek çıkması durumunda ise karlılık önemli ölçüde artmaktadır.

vi. Risk Analizi

Projede başarısızlığa yol açabilecek en temel risk unsuru ülkenin ekonomik görünümünde yaşanacak olumsuz durumlardır.

Bunun dışında;

- **Dövizde Dalgalanma Riski:** Proje maliyetleri belirlenirken projede yapılacak yapıların betonarme prefabrike olarak yapılacağı ve bu yapı sınıfı için belirlenen birim maliyet esas alınarak maliyet ortaya konmuştur. Ancak projenin hayata geçmesi sürecinde enflasyon döviz artışına bağlı olarak birim maliyetlerde meydana gelecek artışla birlikte sabit yatırım tutarı öngörülenin üzerine çıkabilir.
- **Yangın Riski:** Yanıcı özelliği olan ambalajlama maddelerinin ve bitmiş ürünlerin varlığı yangın riskini artırmaktadır.
- **Planlanan Bütçeyle Tamamlanamama Riski:** Projenin belirlenen sürede planlanan sabit yatırım tutarı ile tamamlanamaması
- **Doğal Afet Riski:** Mardin'in orta düzey deprem kuşağına yakın olması doğal olarak orta düzeyde de olsa bir deprem riski mevcuttur.
- **Küresel Korona Virüsü Salgını:** Son dönemde korona virüsü nedeniyle küresel boyutta yapılacak kısıtlamalar ve ihracat noktasında yaşanabilecek sorunlar nedeniyle sektörde meydana gelebilecek muhtemel daralmadan dolayı üretimde dalgalanmalar yaşanabilir.

Tablo 57: Temel Risklerle İlgili Risk Azaltma Tedbirleri

NO	KATEGORİ	TANIMLAMA	RİSK FAKTÖRÜ	RİSK DÜZEYİ	MÜDAHALE YÖNETİMİ
1	Mali Risk	Projenin belirlenen sürede planlanan sabit yatırım tutarı ile tamamlanamaması	Proje maliyetleri belirlenirken projede yapılacak merkezin betonarme olarak yapılacağı ve bu yapı sınıfı için belirlenen birim maliyet esas alınarak maliyet ortaya konmuştur. Ancak projenin hayata geçmesi sürecinde enflasyon döviz artışına bağlı olarak birim maliyetlerde meydana gelecek artışla birlikte sabit yatırım tutarı öngörülenin üzerine çıkabilir.	Orta Risk	1.Projenin belirlenen yatırım süresi içerisinde tamamlanması durumunda mal alım ve hizmet sözleşmelerinin esnek olarak hazırlanması 2. Proje maliyetleri belirlenirken öngörülmeven maliyet kalemi eklenerek olası sapmalar minimize edilmiştir.
2	Mali Risk	Proje bütçesinin proje yürütücüsü tarafından tek başına karşılanamaması	COVID-19 salgını nedeniyle ekonomide meydana gelen daralmaya bağlı olarak sağlanacak finansmanda kısıtlamaya gidilmesi riski mevcuttur.	Orta Risk	1. Mardin Valiliği Yatırım İzleme Koordinasyon Başkanlığı'nın eş finansmanı öz kaynaklardan sağlaması, 2.Ajans tarafından açılacak hibe programlarına proje hazırlanması
3	Yönetim Riski	Yönetimin projeye verdiği önemin azalması	Projeyi hayata geçirme noktasında iradeyi ortaya koyan yöneticinin değişmesi durumunda projenin hayata geçirilememesi riski bulunmaktadır.	Düşük Risk	1. Projenin hayata geçirilmesi için Dicle Kalkınma Ajansı ile görüşerek projenin GDP desteği kapsamında yatırıma alınması 2.Yatırımın il genel meclisinde onaylatılarak bütçe ayrılması 3.Projenin ilde ve bölgede oluşturacağı etkilerin artırılması 4. Projenin tanıtımına yönelik çalışmaların yürütülmesi

NO	KATEGORİ	TANIMLAMA	RİSK FAKTÖRÜ	RİSK DÜZEYİ	MÜDAHALE YÖNETİMİ
4	Doğal Afet Riski	Deprem Riski	Mardin’de orta düzey deprem riski bulunmaktadır.	Orta Risk	1.Yapılacak Binaların deprem yönetmeliğine uygun projelendirilmesi 2. Betonarme prefabrike yapıların mukavemet, kiriş-kolon bağlantı sistemleri gibi testlerden geçirilmesi
5	Yangın Riski	Yangın Riski	Yanıcı özelliği olan ambalajlama maddelerinin ve bitmiş ürünlerin varlığı yangın riskini artırmaktadır.	Orta Risk	1.Sensörlü yangın müdahale sisteminin oluşturulması 2.İşletmede personelin eğitilmesi 3.Acil durum eylem planlarının hazırlanması 4. Yapıların betonarme prefabrike olarak yapılması
6	Üretim riski	Hammadde temininde çiftçiler ile anlaşılabilmesi	Çiftçilerin gerek rekolte azlığı gerekse araçlarla sezon öncesinde yapacakları peşin ticaretin üretimi aksatma riski mevcuttur.	Düşük Risk	1.Çiftçiler ve çiftçi temsilcisi kuruluşlar ile sezon öncesi yılbaşında sözleşme imzalanacak, alınacak hammadde miktarı önceden sözleşmeye bağlanacaktır.

16. EKLER

i. Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) Raporu

Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED), gerçekleştirilmesi planlanan projelerin çevreye olabilecek olumlu veya olumsuz etkilerinin belirlenmesinde, olumsuz yöndeki etkilerin önlenmesi ya da çevreye zarar vermeyecek ölçüde en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin, seçilen yer ile teknoloji alternatiflerinin belirlenerek değerlendirilmesinde ve projelerin uygulanmasının izlenmesi ve kontrolünde sürdürülecek çalışmaları ifade eder.

Projemiz çevre dostu doğayı koruyan bir projedir; doğaya zarar veren koruyucu ve büyüme düzenleyen katkı maddeler, sentetik gübreler ve radyasyon içeren üretim teknikleri ve bilinçsiz uygulamaların önüne geçen tarımsal üretimde doğayı olumlu yönde geliştiren ve üretime yönlendiren bir projedir.

Projemiz Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından 16.12.2003 tarih ve 25318 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED) Yönetmeliği kapsamına giren faaliyetlerden değildir.

17. KAYNAKÇA

- Aaker, David. Building Strong Brands. New York: The Free Press, 1996.
- Aksoy, Temel (2011), "Marka Şehirler", E-Makale, <http://www.temelaksoy.com/marka-sehirler/>
- Aktaş, İlbaş, Yalçın, Şahin; Kızılötesi Işınımlı Bir Kurutucuda Kuruma Davranışlarının Deneysel İncelenmesi; 2013.
- Aydın, Z., 2018. Çağdaş Tarım Sorunu, Ankara. İmge Kitabevi
- Banchero, J.T., Badger, W.L., Kimya Mühendisliğine Giriş: Ünit operasyonlar, (Çev: Çataltaş,İ.),İstanbul, 1973
- Bayır R., Albayrak, A., Uzman Sistem Denetimli Arı Kovanı Tasarımı ve Gerçekleştirilmesi, Arı Bilimi Dergisi, Kasım 2012, Cilt 12 (4): 122-135 , <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/143481>
- Beyhan, G. Ş. ve Ünügür, S. M. (2005), 'Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli', İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama ve Tasarım Dergisi, 4(2): 79-87.
- Billings, L.L., Thiessen, M. and Witwicki, N., 2004. Value Chain Guidebook, A Process for Value Chain Development, Agriculture and Food Council of Alberta Value Chain Initiative, Canada
- Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), 2019
- Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, www.sbb.gov.tr
- Çağlı, Irmak B.(2012). Türkiye'deki Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çakaloğlu, Mısra ve Çağatay, Selim, Coğrafi İşaretler ve Marka Değerine Sahip Ürünlere Yönelik Tüketici Algısı: Finike Portakalı ve Antalya Tavşan Yüreği Zeytini Örnekleri, TEAD, 2017; 3(1): 52-65, Araştırma Makalesi (Research Article)
- David Pearson & Thomas Pearson (2017). Branding Food Culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy, Journal of Food Products Marketing, 23:3, 342-355.
- Dicle Kalkınma Ajansı, 2014-2023 TR33 Bölgesi Bölge Planı
- Dinler, Z., 2012. Bölgesel İktisat (9. Basım), Bursa. Ekin Kitabevi
- Doğanay, H., Zaman, S. (2013). Türkiye Turizm Coğrafyası. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Doymaz I., "Drying Kinetics of Black Grapes Treated with Different Solutions", Journal of Food Engineering, Vol. 76, Issue 2, pp. 212-217, 2006
- Durmuş, E., Yiğit, A., 2014. Türkiye'nin Tarım Yörelere ve Bölgeleri, Ankara. Nobel Yayınları
- Emir, G. (2018). Amasra'da Ev Pansiyonculuğu Algısı ve Uygulama Sorunları. (Yayımlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Er, C., Başalma, D., 2008. Organik Tarımdaki Gelişmeler, Ankara. Nobel Yayın Dağıtım
- Erin, Büşra, Türkiye'de İşveren Markasının Önemi ve İşveren Markasının, X Ve Y Kuşağının Beklentisine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019

FAO (2018) Food and Agricultural Organization (Gıda ve Tarım Teşkilatı)

Garg, H.P., Kumar, R., "Developments in solar drying", In: Proceedings of the Second AsianOceania Drying Conference (ADC 2001), Batu Feringhi, Pulau Pinang, Malaysia, pp. 297–319, 2001

Gök, Ayda, Kent Markalaşmasına Gastronominin Etkisi: Malatya Üzerine Bir Değerlendirme, I. Uluslararası İletişim Ve Yönetim Bilimleri Kongresi Bildirisi, Malatya, Türkiye, 26 - 28 Eylül 2019

Gültekin, R.E., Uçar, A. (2011). Traditional Akseki Houses And Cultural Heritage Tourism. International Journal of Energy and Environment, 5(5), 661-668.

GÜNDER, Güneş Enerjisi Bilgilendirme Kılavuzu, 2018, <https://www.gunder.org.tr/files/Gunes-Enerjisi-Bilgilendirme-Kilavuzu.pdf>, son erişim tarihi: 10.10.2020

Güngör, A. ve Özbalt, N., Endüstriyel kurutma sistemleri, TMMOB, MMO, III. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi Bildiriler Kitabı, 1997

Hawlder, M.N.A., Domatesin Kurutma Karakteristikleri, J. of Food. Eng, 1991

Hayat Oksijen, <http://www.hayatoksijenresort.com/kabakdagi/>

<http://www.fao.org/home/en/> (Erişim Tarihi: 15.06.2019)

IO Türkiye, <https://ioturkiye.com/2017/06/tarimin-gelecegi-akilli-tarim-sistemleri/>

İleri, M. S. (2018). Türkiye Tarım Makinaları Sektörü Sektör Raporu. Ankara: TARMAKBİR.

Karacaer, S. (2012). Ev Pansiyonculuğunun Kırsal Turizm İşletmeleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Gelveri Örneği. 2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 143-153. Düzenleyen Aksaray Üniversitesi, Aksaray. 20-22 Eylül 2012.

Mardin Artuklu Üniversitesi, 2019

Mardin Milli Eğitim İl Müdürlüğü, 2019

Mardin Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü, 2019

OECD. (2015). Agricultural Policy Monitoring and Evaluation 2015. Paris: OECD Publishing.

OECD/FAO. (2017). OECD FAO Agricultural Outlook 2017-2026. Paris: OECD Publishing.

Ogura, H., Ishida, H., Yokooji, R., Kage, H., Matsuno, Y. and Mujumdar, A.S., Experimental Studies On A Novel Chemical Heat Pump Dryer Using A Gas-Solid Reaction, Drying Technology

Okuyucu, A., Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaniye İlçe Merkezi Örneği. Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 4 (1), 37-51.

Orhan, F. (2019). Kültürel Coğrafya Özellikleri ve Turistik Potansiyeli Açısından Geleneksel Artvin Evleri. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yatırım Teşvik Sistemi, Yatırımlarda Devlet Yardımları

Serpen,Ü., Jeotermal Enerjinin Türkiye Ve Dünyada Kullanımı, www.mmo.org.tr

Sertkaya Doğan, Ö. (2009). Ecotourism Activities In Turkey And The Example Of Kirazlı Village

Sezer, Fatma, Gıda Sektöründe yen ürün markalaşması: Farklı Ürünlerin markalaşmasında Karşılaştırmalı Analiz, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2014

Tarım ve Orman Bakanlığı – SGB, Buğday Tarım Ürünleri Piyasa Raporu 2020

Tarım ve Orman Bakanlığı, 2018-2022 Stratejik Plan

Tarım ve Orman Bakanlığı, Mevzuatlar

TCMB, Veri Yönetişimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü, 2020

TE-TA Teknik Tarım, Akıllı Sürü Yönetim Sistemleri, sor erişim tarihi: 22/12/2020; https://www.te-ta.com.tr/detaylar/1/haberler/1046/bilgisayarli_ve_bagimsiz_suru_yonetim_sistemleri.aspx

Trademap, www.trademap.com

TÜİK (2020)Türkiye İstatistik Kurumu Verileri. <http://www.tuik.gov.tr/>

Türkiye Hububat Sektör Raporu, 2019

Türkiye İhracatçılar Meclisi Sektör Raporu, 2019 Soysal, Y. 2004. Microwave Drying Characteristic of Parsley Biosystems Engineering

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB). (2013). Türkiye Tarım Sektörü Raporu. Ankara: TOBB.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TOBB

TÜSİAD. (Kasım 2014). Gıda, Tarım ve Hayvancılık Rekabet Gücü Temel Bulgular. Ankara:TÜSİAD.

UNESCO Türkiye, UNESCO Türkiye Millî Komisyonu; <http://www.unesco.org.tr/>

Uyar, Ahmet, Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, Yıl: 2018, Cilt: 1, Sayı: 3, ss.467-479

Ülgen, Hayri ve Mirze, S. Kadri (2006), İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 3. Baskı



DİCLE KALKINMA AJANSI (DİKA)

Yenişehir Mahallesi Kızıltepe Cad., No: 6/1,
Artuklu / MARDİN, Tel: +90(482)2121114,
www.dika.org.tr, info@dika.org.tr

MARDİN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

Mardin OSB, Ofis OSB Mah. 24. Sk. No:2,
Artuklu / MARDİN, Tel: +90(482)2151114,
www.mardinosb.org.tr, osbmardin@hotmail.com

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ

Artuklu Yerleşkesi, Diyarbakır Yolu, 47200,
Artuklu / MARDİN, Tel: +90(482)2134002,
www.artuklu.edu.tr, bilgiedinme@artuklu.edu.tr