

Uluslararası Yumurta Komisyonu'nun düzenlediği ve ilki 7-9 Nisan 2013 tarihleri arasında Madrid'te yapılan konferansta Türkiye'yi YUM-BİR adına Genel Sekreter Dr. Hüseyin Sungur temsil etti.

6



31 Ekim-
3 Kasım 2013
Antalya

12



Öğrenemediklerimiz...

Sorunlar, örgütlenme ve pazarlama yaklaşımı üzerine odaklanarak çözümlenebilir.

18



HABER

BÜLTENİ



YUMURTA

YUMURTA ÜRETİCİLERİ
MERKEZ BİRLİĞİ

www.yum-bir.org • www.kirankazanir.org • www.facebook.com/yumbir

Mayıs 2013

Sayı: 14

Yumurta fiyatı düşüyor vatandaşa yansımıyor!

GIDA GÜVENLİĞİ

**En güvelinir üretici:
Yumurtacı Tavuk**



8

Dr. Hüseyin SUNGUR



Geçen yıl ortalama 18 kuruş olan yumurtanın üreticiden çıkış fiyatının, bu sene 13 kuruşa düştüğü ancak marketlerin bunu tüketiciye yansıtmadığı öne sürüldü.

3



MAKALE

**Dünyada ve
Türkiye'de Yumurta
Pazarlama
Kanalları**

14

Yudum İKİ YAKIN / Yum-Bir Gen. Sk. Yrd.



SAĞLIK

Yumurtalar sadece beyazından ibaret değildir!

**Yumurta Sarısı:
Altın Besin
Ögesi**

16



HABER

**AB Girişimi IMI, antibiyotik
direnci sorununa çözüm
olabilir**



13

YUM-BİR Genel Başkanı Derya Pala: İhracat pazarlarını artırmaya çalışıyoruz

YUMURTA SEKTÖRÜNDE KISIR DÖNGÜ

Üretim fazlası nedeniyle fiyatların düştüğü, karlılığın eridiği yumurta sektörü çıkış yolunu ihracatta arıyor. Üretim fazla olduğu için ihracat pazarlarını artırmaya çalışan yumurta sektörü bu kez de ihracat pazarları arttığı için üretimini artırmaya devam ediyor.

4



TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Başkanı Petek Ataman, sağlıklı yumurta için gerekli olan koşulları anlattı...



Köy Yumurtası Organik mi?

Ülkemizde ürünleri organik olmadığı halde organikmiş izlenimi uyandıranlar, akıl karıştırıcı biçimde ve piyasa değerinin çok üzerinde fiyatla ürünlerini pazarlamaktadır.

19

İŞ HAYATI

Kendi Özgeçmişiniz



N. Serdar PAÇALI 22

ACAR ECZA GRUP

**BAŞARININ MERDİVENLERİNİ,
1988'DEN GÜNÜMÜZE EMİN
ADIMLARLA TIRMANIYORUZ.**

Güvenli ilaç ve biyolojik ürünler dağıtım zincirinde, uluslar arası depolama ve dağıtım kurallarını uygulayarak, alanında lider olmanın bilinci ile, istikrarlı bir şekilde büyümek ve üstün hizmet anlayışı, başarıma arzusu, sonuç ve çözüm odaklı bir bakışla müşterilerimizin ve çalışanlarımızın yanında olmaya devam etmekteyiz.

ACAR ECZA DEPOSU
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

İpekyol Cad. No:85 / ŞANLIURFA
Tel: 0414 312 80 11 (pbx)
Fax: 0414 313 35 36

SEYHAN
ECZA DEPOSU

SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

Reşatbey Mah. Fuzuli Cad. Esin
Apt. Altı No: 31/A, ADANA
Tel: 0322 457 34 36
Fax: 0322 453 23 13

EGE ECZA DEPOSU
İLACI TIBBİ MALZEME SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Osmangazi Mah. İbrahim Ethem
Cad. No:72/A Bayraklı - İZMİR
Tel: 0232 341 13 73
Fax: 0232 341 55 48

SEYMEN
ECZA DEPOSU LTD. ŞTİ.

Plevne Cad. Aslanağzı Sk. No:3/A-2
Gölveren, ANKARA
Tel: 0312 350 98 98 (pbx)
Fax: 0312 349 51 51



Yumurta fiyatı düşüyor vatandaşa yansımıyor!

Geçen yıl ortalama 18 kuruş olan yumurtanın üreticiden çıkış fiyatının, bu sene 13 kuruşa düştüğü ancak marketlerin bunu tüketiciye yansıtmadığı öne sürüldü.

Yumurta Üreticileri Merkez Birliği (YUM-BİR) Genel Sekreteri Hüseyin Sungur yaptığı açıklamada, dünya yumurta üretiminde 10. sırada yer alan, 100 bin civarında kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam sağlayan Türk yumurta sektörünün, bin 100 ticari işletme, 3 bin kümes, 15,6 milyar üretim adedi ve 351 milyon Dolar ihracat rakamlarıyla, sürekli büyüme eğiliminde olduğunu söyledi.

Canlı kullanılmasından dolayı üretime giriş çıkışın en az 5-6 ay gerektirmesi ve bu nedenle pazarda arz talep dengesi oluşturmamanın zorluğuna dikkati çeken Sungur, yumurta ürünleri sanayisinin gelişmemesi ve 21 günlük tüketim süresi nedeniyle stoklama şansı olmamasını da sektörün yüz yüze bulunduğu diğer sorunlar arasında saydı.

Sungur, yumurta üretiminin iç tüketim ve ihracata bağlı her yıl arttığını belirterek, buna karşılık başta yem olmak üzere, yumurta maliyetinin de artış gösterdiğini, geçen yıl maliyeti bölgelere göre 16-17 kuruş/adet civarında seyreden yumurtanın, ortalama 18 kuruştan satıldığını kaydetti.

Aralık ayında 18-19 kuruş olan bir yumurtanın satış fiyatının, yılın ilk dört ayında ortalama 14-15 kuruş civarında seyrettiğine, geçen ayın son haftasında ise 13-14 kuruşa kadar düştüğüne işaret eden Sungur, "Bu veriler de göstermektedir ki üreticiler, 4 aydır zarar etmektedir. Buna ilave olarak bahar aylarıyla birlikte köy yumurtası üretiminin

artması ve tüketimde sıcaklara bağlı olarak yaşanan düşüşler, fiyatları daha da aşağı çekmektedir. Uzun yıllar fiyat ortalaması bize göstermektedir ki mayıs, yumurta fiyatlarının en düşük seyrettiği aydır" diye konuştu.

Olması gerekenin çok altındaki yumurta fiyatlarının normal seviyesine yükselmesi, tüketici tarafından zam olarak algılanmakta ve üreticiler, fırsatçılıkla suçlanmaktadır. Başka bir deyişle belirsizlik içinde çok değerli bir besin olan yumurtayı üretmeye çalışan üreticiler, bir taraftan zararına satışların bedeline katlanırken, diğer taraftan tüketiciler tarafından yanlış anlaşılmaktan üzüntü duymaktadır.

"Marketler, fiyat artışlarını aynı hafta yansıtıyor ama..."

Hüseyin Sungur, yumurta sektörü açısından iki konunun hep sıkıntı yarattığını dile getirerek, şöyle devam etti:

"Bunlardan ilki, yumurta/yem fiyatı değeridir. Yumurta üretici fiyatları 2007-2012 yılları arasında yaklaşık yüzde 41 civarında artarken, aynı yıllar arasında yem fiyatları

yüzde 77 oranında artmıştır. İkincisi ise üretici/tüketici fiyat endeksidir. Üretici ve tüketici fiyatları arasında, tüketici aleyhine genellikle yüzde 35-40'lık fiyat farkı oluşmaktadır. Üreticiler yumurtasını ucuza satarken, tüketici, araçların ilave kazancını da ödemek zorunda kalıyor. Marketler, fiyat artışlarını aynı hafta yansıtıyor fakat düşüşleri ya hiç yansıtıyor ya da birkaç hafta sonra kısmi yansıtıyor. Yumurta sektörünün geleceği açısından bu iki çelişkinin giderilmesi gerekmektedir."

Yumurta üreticilerinin, güçlü bir pazarlama ağına sahip olmamaları ve yumurtanın raf ömrü kısıtlılığı nedeniyle ürünlerini günlük pazarlamaya çalıştığına işaret eden Sungur, bu nedenle üreticilerin maliyete göre fiyat belirleme şansı bulunmadığını belirtti.

Sungur, üreticilerin doğal beklentisinin, fiyatların temmuz ayından itibaren normal seyrine dönmesi ve maliyetlerin üstüne çıkması olduğunu ifade ederek, "Ne var ki olma- sı gerekenin çok altındaki yumurta fiyatlarının normal seviyesine yükselmesi, tüketici tarafından zam olarak algılanmakta ve üreticiler, fırsatçılıkla suçlanmaktadır. Başka bir deyişle belirsizlik içinde çok değerli bir besin olan yumurtayı üretmeye çalışan üreticiler, bir taraftan zararına satışların bedeline katlanırken, diğer taraftan tüketiciler tarafından yanlış anlaşılmaktan üzüntü duymaktadır" dedi.





YUM-BİR Genel Başkanı Derya Pala: İhracat pazarlarını artırmaya çalışıyoruz

YUMURTA SEKTÖRÜNDE KISIR DÖNGÜ

Yumurta sektöründe kısır döngü yaşanıyor. Üretim fazlası nedeniyle fiyatların düştüğü, karlılığın eridiği yumurta sektörü çıkış yolunu ihracatta arıyor. Üretim fazla olduğu için ihracat pazarlarını artırmaya çalışan yumurta sektörü bu kez de ihracat pazarları arttığı için üretimini artırmaya devam ediyor.

Yumurta sektöründe kısır döngü yaşanıyor. Üretim fazlası nedeniyle fiyatların düştüğü, karlılığın eridiği yumurta sektörü çıkış yolunu ihracatta arıyor. Üretim fazla olduğu için ihracat pazarlarını artırmaya çalışan yumurta sektörü bu kez de ihracat pazarları arttığı için üretimini artırmaya devam ediyor. Hedef pazar olarak Ortadoğu ve Afrika ülkelerini zorlayan Türk yumurta sektörü ihracat pazarlarına bu yıl Katar, Bahreyn, Ürdün, Angola, Cibuti, Kuveyt, BAE, Kongo gibi yeni ülkeler ekledi.

Yumurta Üreticileri Merkez Birliği (YUM-BİR) Başkanı Derya Pala, Türk yumurta sektöründe yaşanan kısırdöngüye dikkat çekti. Üretim fazlası olduğu için ihracat pazarlarını artırmaya çalıştıklarını belirten Pala, "İhracat pazarları arttıkça da üretici üretimi artırıyor. İnanılmaz bir kısırdöngüye döndü. Yeni bir pazar bulduğumuzda sevinecek miyiz, endişelenecek miyiz bilmiyorum. Şu anki üretim artışı ciddi anlamda ihracatta dayalı bir üretim artışı" dedi. Pala, işletmelerin artık üretimi artırmaya dönük değil çok farklı konularda yatırım yapması gerektiğini savundu. Verimliliği artırmaya yönelik yatırımlar yapılması gerektiğini vurgulayan Pala, sözlerine şöyle devam etti: "Maalesef işletmelerde onun çok hesabı yapılmıyor. Sektörde dönemsel zarar çok alışılmış. Üretim artışı yapılırken de belli bir hedef ve plan çerçevesinde yapılmıyor. Kimse küçük kalmak istemiyor. Karlılık gibi bir hedefe göre üretim yapılmadığı için buna dönük yatırımlar

da yapılmıyor. Belki işletmenin verimliliğini olumsuz etkileyen faktörler var. Kafes sistemiyle ilgili olabilir, yem mekanizmasıyla, işletmeyle ilgili, hastalıkla ilgili sıkıntılar, hijyenle ilgili dikkat edilmeyen şeylerden kaynaklı çok küçük kar kayıpları olabilir. Dolayısıyla her işletmenin bireysel karlılığını artırmaya çalışması lazım." Yumurta fiyatları anlamında kış dönemini kötü geçirdiklerini söyleyen Pala, fiyatların aralık- ocak ayından beri düşüş eğiliminde olduğuna dikkat çekti.

Yumurtada düşük fiyat endişesi

İhracatta da miktar anlamında değil ancak fiyat anlamında düşüş olduğuna işaret eden Pala, "Sorun tamamen iç piyasadaki üretim fazlasından kaynaklanıyor. Şu anda en büyük boy yumurtanın fiyatı 16 kuruş. Ama sıkıntılı bölgelerde bu fiyat 13-14 kuruşlara düşüyor. Ortalama maliyet ise 16-16,5 kuruş civarında. Üretici şu anda maliyet ve maliyetin altında satış yapıyor. Mayıs-haziran gibi havaların ısınmasıyla tüketimin azaldığı dönemlerde beklediğimiz fiyatlar. Şimdi böyle olursa o dönemde fiyatların daha da düşmesinden endişe ediyoruz.

Yerli Damızlık Üretecek İşletmelere destek verilsin

Ankara Tavukçuluk Araştırma Enstitüsü'nün yerli ırklarla ilgili ciddi çalışmaları olduğunu hatırlatan Derya Pala, 3 ırk üstünde önemli çalışmalar olduğunu belirterek, "Ancak sahada sonuçlarının görülebilmesi için damızlık firmalarının bu anaçları alıp bunlardan üretilen civcivleri piyasaya vermesi lazım. Dolayısıyla damızlık işletmelere yerli damızlık ırkları kullandığı vakit bu yatırımlara sıfır faizli kredi desteği verilse bu son derece güzel olur. Ama öbür tarafta zaten bu ithali teşvik edecek. Zaten yüzde 25 üre-

tim fazlası var. 0 zaman neye

bu kredi veriliyor. Arz

fazlası sıkıntıyı daha da

büyütüyor. Politik açıdan

baktığınızda üretim gittikçe

artıyor, ihracat gittikçe artıyor.

Ama bir de karlılığa bakarsanız sektörün

karlılığı artmıyor aksine azalıyor. Dolayısıyla

hükümet tarafından baktığınızda

fiyat düşük, enflasyonu körüklemiyor.

Ama tek bakış açısıyla varılacak bir sonuç değil. Büyük

olasılıkla üretimin artışını

teşvik etmek için krediler

veriliyor. Sektöre de yüzde

50 sübvansiyonlu yatırım

kredileri, işletme kredileri

veriliyor. Bunlar birliklerin

elde ettiği ciddi sonuçlarla, hükümete

sunacağı projelerle belirlense iş çok daha sağlıklı olacak"

dedi. Pala, sanayiye yönelik B tipi yu-





murta ihracatının Yunanistan'a devam ettiğini, bu yıl 500 milyon dolar koydukları ihracat hedefine yeni pazarlarla ulaşmayı planladıklarını söyledi. Türk yumurta sektörü ile ilgili yeni bir anket çalışması yaptıklarını hatırlatan Pala, Türkiye'deki işletme büyüklükleri hakkında ise şu bilgileri verdi: "Bin 100 işletmede yaklaşık 70 milyon civarında tavuk olduğunu tahmin ediyoruz. Türkiye'deki işletmelerin yüzde 64'ü 100 binin altında, yüzde 12'si 20 binin altında, yüzde 16'sı 100-200 bin arasında, yüzde 14'ü 200-500 bin arasında, yüzde 4'ü 500-1 milyon, yüzde 1'i 1-1.5 milyon, yüzde 1'i 1.5-2 milyon, 3 milyon üzerinde de 1 tane işletme var."

İran'da yapılan kur ayarlaması ihracatımızı vuruyor

Pala, iç talepte çok fazla azalma olmadığını ancak yurtdışında özellikle Irak pazarına İran ve Ukrayna gibi başka ülkelerden ucuz yumurta girdiğine dikkat çekti. Özellikle İran'da ciddi bir devalüasyon olduğu için çok düşük fiyatlarla yumurta verildiğini anlatan Pala, "Miktar ve ihracat rakamları anlamında bir düşüşe neden oldu. Ancak göreceli bir düşüş var. Bazı haftalarda Irak

pazarına İran'dan yumurta çok girdiği zaman bizdeki rakam düşüyor. İhracatımızda çok düşüş yok çünkü başka pazarları zorluyoruz. Sadece Irak pazarında miktar olarak düşüş var. Total ihracatımızda düşüş olmuyor" dedi.

Arz fazlası üretim planlamasıyla aşılr

Pala, yumurtada yaşanan arz fazlasının üretim planlamasıyla aşılabileceğini savundu. Beklentilerinin Birlikler Yasası ile ilgili düzenlemelerin yapıp AB ülkelerinde yürüyen sistem gibi üretim planlaması, pazarlamanın birlikler üzerinden yapılmasına ihtiyaç olduğunu savunan Pala, "Üreticilerin birlik üyesi olmaktan kaynaklı çıkarı olmadığı sürece birlikleri güçlendirmek mümkün değil. AB ülkelerinde birlikler devletle özel sektör arasında ciddi bir köprü oluşturuyor. Tarım Kredi Kooperatifleri ve Ziraat Bankası aracılığıyla sübvansiyonlu kredileri çıktı. Yine üretime destek var. Damızlık yumurtada damızlık işletmelerine sıfır faizli krediyle destek var. Yani biz üretim fazlası bir ülke iken ve üretimin ana kaynağı damızlık iken damızlığa o anlamda ihtiyaç yok. Ama yerli damızlık üretecek işletmelere bu anlamda destek verilsin" dedi.

“Türkiye’de Bin 100 işletmede yaklaşık 70 milyon civarında tavuk olduğunu tahmin ediyoruz. Türkiye’deki işletmelerin yüzde 64’ü 100 binin altında, yüzde 12’si 20 binin altında, yüzde 16’sı 100-200 bin arasında, yüzde 14’ü 200-500 bin arasında, yüzde 4’ü 500-1 milyon, yüzde 1’i 1-1.5 milyon, yüzde 1’i 1.5-2 milyon, 3 milyon üzerinde de 1 tane işletme var.”



Uluslararası Yumurta Komisyonu Madrid Toplantısı Yapıldı



Uluslararası Yumurta Komisyonunun yılda 2 kez düzenlediği konferansların ilki 7-9 Nisan 2013 tarihleri arasında Madrid'te gerçekleştirilmiştir. Konferansa her kıtadan ve değişik ülkelerden, ülke veya firma temsilcisi olarak 350 delege katılmış ve toplam 17 bildiri sunulmuştur. Konferansta Türkiye'yi Ülke üyeliği bulunan YUM-Bir adına Genel Sekreter Dr. Hüseyin Sungur temsil etmiştir.

Uluslararası Yumurta Komisyonu; Dünya yumurta üreticileri adına sosyal bir sorumluluk üstlenmiş ve hedefini; çevreye gözeterek, insan ve hayvan ihtiyaçlarını dengelemek olarak ifade etmektedir. Komisyon misyonunu;

1. Güvenli ve yüksek kaliteli protein üretmek,
2. Artan dünya nüfusu beslemek ve gıda güvencesine katkı sunmak
3. Besin seçeneği sunmak
4. Çevreyi gözetmek
5. Kanatlı sağlığını ve refahını güvenceye almak, olarak tanımlamaktadır.

Uluslararası Yumurta Komisyonunun yılda 2 kez düzenlediği konferansların ilki 7-9 Nisan 2013 tarihleri arasında Madrid'te gerçekleştirilmiştir. Konferansa her kıtadan ve değişik ülkelere, ülke veya firma temsilcisi olarak 350 delege katılmış ve toplam 17 bildiri sunulmuştur. Konferansta Türkiye'yi Ülke üyeliği bulunan YUM-Bir adına Genel Sekreter Dr. Hüseyin Sungur temsil etmiştir.

Konferansa sunulan bildirilerde öncelikli olarak dünya yumurta üretiminde kıtalar arası farklılaşmalar, pazarlama, uluslararası yumurta ticareti, Çin'de görülen kuş gribi salgını ve diğer ülkelere yayılma riski, kuş gribi aşısı üretiminde kaydedilen yenilikler, küresel kanatlı hastalıkları, hayvan refahı uygulamalarının Avrupa Birliği yumurta üretimine etkileri,

yem ve gıda fiyatlarındaki artışların yumurta sektörüne etkileri, Dünya Ticaret Örgütü gibi çok taraflı ve ikili uluslararası anlaşmaların yumurta sektörüne yansımalarının ne olacağı ile yumurta likit yumurta üretiminde enzim kullanımı yoluyla fonksiyonlarının artırılması, şeker ve yağın işlenmiş yumurtadan uzaklaştırılması yöntemleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. **Öte yandan Avrupa Birliğinde yaşanan at eti skandallarının yumurta tüketimine olumlu etkilerine değinilmiş, gelişmiş ülkelerde nüfus artış hızının azalmasına ve yaşlanmasına bağlı olarak yumurta tüketiminin azaldığı, gelişmekte olan ülkelerde ise tam tersine yumurta tüketim potansiyelinin arttığı ifade edilmiştir.** Konferansa üzerinde durulan diğer bir önemli konu ise risk iletişimi ve kriz yönetimidir. Yumurtaya dönük yanlış algılamaları doğruya çevirmek, kuş gribi gibi muhtemel krizleri doğru yönetmek ve, küresel ölçekte ortak akıl geliştirme konuları ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Konferansta sunulan bildirilerin yanı sıra, Uluslararası Yumurta Komisyonunun faaliyetleri hakkında da bilgi verilmiştir. Komisyon(IEC), Dünya Hayvan Sağlığı Örgütü(OIE) ve Kodeks Alimentarius'a gözlemci statüsü ile üye olmuş ve yumurta sektörünü ilgilendiren birçok konuda ortak çalışmalar başlatmıştır. Küresel Gıda Güvenliği inisiyatifi



International Egg Commission

IEC Madrid 2013 Conference

7th-9th April, Madrid, Spain

çalışmalarına da katılan komisyon yumurta üreticilerinin yaklaşımlarını platformda paylaşmıştır. Dünya Gıda ve Tarım Örgütü(FAO) ile işbirliği protokolü imzalayan Komisyon FAO'nun katkıları ile dünya yumurta gününün kutlanmasını tüm ülkelere yaymayı ve yumurtanın besleyici değerini küresel ölçekte anlatmayı planlamaktadır. Ayrıca Komisyon Güney Afrika'da 9 ülkede yumurta üretici örgütleri vasıtasıyla, üye ülke üreticileri arasında iletişimi artırmak istemektedir. **Öte yandan komisyon bünyesinde Yumurta Besin/Besleme Konsorsiyumu oluşturulmuştur. Konsorsiyumunun amacı farklı ülkelerde yumurta ve sağlık üzerine yapılmış bilimsel çalışmaları derlemek, network oluşturmak ve üyeleri ile paylaşmaktır.** İlk adım olarak Konsorsiyum, değişik ülkelerde yumurta endüstrisinde sağlık/beslenme alanında çalışan ve destek veren uzmanları belirleyecektir. Bu sayede uzmanlar arası diyalog kurulacak ve elde edilen bilgiler internet sitesi üzerinden paylaşılacaktır. Kuruluşunun ilk haftalarında 20 ülke Konsorsiyumunda yer almak istediğini belirtmiştir.

Konferansa gerek katılımcılar gerekse konuşmacılardan bazıları Türk Yumurta sektörünün gelişmesinden ve ihracatta yaptığı gelişimden sıkça söz etmişlerdir. Ancak konferansa özel firmalardan katılım sağlamamış olmasını yadırgamışlardır.





Uluslararası Yumurta Kongresi'nin Ardından...



7-9 Nisan 2013-Madrid- Madrid'de düzenlenen Uluslararası Yumurta Komisyonu (IEC) toplantısının iz bırakan/kalıcı mesajları; küreselleşme, sürdürülebilirlik ve Asya'nın giderek artan önemidir.

Kongrenin son günü yumurta işleme ve ekonomi konuları değerlendirilmiştir. 2050 yılında dünya nüfusunun 9 milyar olacağı öngörüldüğünde, daha fazla gıda üretilmesi gerektiği ve talep arttıkça gıda fiyatlarının yükseleceği vurgulanmıştır.

Katılımcılar, gelecek 10 yıllık dönemde gıda fiyatlarında oluşacak değişimleri ve bu değişimlerin yumurta ve yumurta ürünlerini nasıl etkileyeceğini tartışmışlardır. Katılımcılardan Prof. Dr. Hans-Wilhelm Windhorst küresel yumurta üretimi ve yumurta pazarına ait son istatistik verilerini özetlemiş, diğer katılımcılar ise sürdürülebilir yumurta üretimi gerekliliğinden söz etmişlerdir.

Prof. Dr. David Hughes önümüzdeki 40 yıl içerisinde en büyük nüfus artışının Afrika ve Asya'da gerçekleşeceğini belirtmiş ve Afrika'nın nüfusunun 1 milyardan 2 milyara çıkacağı, Asya nüfusunun 4,1 milyardan 5,1 milyara yükseleceği bir dünyada bu durumun parlak bir gıda pazarlama fırsatı mı yoksa sosyal bir problem mi olduğu sorusunu vurgulamıştır. Hughes'a göre önümüzdeki 20 yıl gıda fiyatlarını belirleyecek en önemli etken Asya'dır ve Asya'nın yükselen ekonomisinde yüksek protein içerikli gıdalara büyük talep bulunması yumurta endüstrisi için iyi bir fırsattır. Asya'daki büyük popülasyonun, özellikle Çin Halk Cumhuriyetinin gıda tercihi, dünyanın gıda hammaddesi, kalitesi ve fiyatı üzerine etkili olacaktır. Profesör Windhorst'un istatistiksel açıklamaları da Profesör Hughes'un açıklamalarını desteklemektedir. Profesör Windhorst'a göre Asya Dünya genelindeki yeni yumurta üretim merkezidir. Global yumurta üretiminin %57,8'i Asya'da, bu oranın %37,8'i ise Çin'de üretilmektedir. Asya'nın yumurtanın gelişmekte olan ülkeler ile az gelişmiş ülkeler için önemli bir protein kaynağı olduğunun bilincine varması, yumurta üretimi üzerindeki baskınlığını artırmasına sebep olmuştur. Bu kapsamda 2040 yılında Asya'nın küresel üretimin %70'ini gerçekleştirmesi beklenmektedir.

Diğer taraftan Profesör Windhorst'un araştırmaları küresel yumurta ticaretinde farklı bir tablo ortaya koymuştur. Hayvan refahı kapsamında yumurtacı tavukların barındırılması konusunda yapılacak değişikliklere karşı olmalarına rağmen Avrupa Birliği (AB) talimatı ile bu durumla karşı karşıya kalan AB yumurta üreticileri halen dünya yumurta ticaretinde büyük söz sahibidir.

Konferansa İspanya'dan katılan Maria del Mar Fernandez Poza, katılımcılarla İspanya'daki yumurta üreticilerine yumurtacı tavukları barındırma mevzuatı ile ilgili verdikleri dersleri paylaşmıştır. Maria del Mar, ilk başta durumun oldukça ürkütücü olduğunu, AB üreticilerinin işletmelerinin yapılacak değişiklikler sonrasında ayakta kalıp kalamayacağı konusunda endişeleri bulunduğunu belirtmiştir. Ancak kanunun uygulamaya başlaması ile birlikte değişikliklerin yapıldığını ve üreticilerin zenginleştirilmiş barındırma sistemini keşfettiklerini eklemiştir. Yapılan değişikliklerin İspanya'ya büyük maliyete ve tartışmalara mal olduğunu ancak şimdi endüstrinin halkın güvenini kazandığını, endüstrinin hayvan refahını önemseyen, tüketici ihtiyaçlarını karşılayan ve uygun fiyata kaliteli ürün üreten bir endüstri olarak algılandığını belirtmiştir.

Uluslararası Yumurta Komisyonu'nun bir sonraki Konferansı 22-26 Eylül 2013 tarihinde Cape Town- Güney Afrika'da gerçekleştirilecektir

Uluslararası Yumurta ve Beslenme Konsorsiyumu Kuruldu

Uluslararası Yumurta Komisyonu (International Egg Commission/ IEC) dünya çapındaki yumurta ve beslenme uzmanlarını bir araya getirerek iletişim ağı kurabilmek için Uluslararası Yumurta ve Beslenme Konsorsiyumu'nu (International Egg Nutrition Consortium) kurmuştur. Konsorsiyumun kuruluşunun esin kaynağı Amerika Birleşik Devletlerindeki Yumurta ve Beslenme Merkezidir. (The Egg Nutrition Center) Hali hazırda birçok ülke yumurtanın sağlık için olan yararını anlatan, eğitici bilgiler veren platformlar bulunmaktadır. Bu platformların bazıları ABD'deki gibi tam teşekküllü beslenme araştırma merkezleri (Yumurta ve Beslenme Merkezi) olabildiği gibi gerektiğinde bilgisine başvurulacak uzmanlardan hizmet satın alma şeklinde de olabilmektedir. Her iki şekilde de ülkeler arası uzmanlar arasında iletişim kurulması sınırlıdır.

Uluslararası Yumurta ve Beslenme Konsorsiyumu sayesinde, Konsorsiyum üyeleri sağlık, beslenme, ileri araştırma ve bilgi paylaşımı konularında birbirleriyle iletişim halinde olabileceklerdir. Kaynak paylaşımı ve gereksiz bilgi kirliliğinden kurtulma daha kolay bir şekilde gerçekleşecektir. Diğer ülkeler ile irtibat halinde olunması yasal mevzuatların hazırlanmasında, yanlış anlaşmaların çürütülmesinde veya var olan bilginin paylaşılmasında veya yeni araştırmalar yapılmasında fayda sağlayacaktır.

Konsorsiyumun: Fikir ve kaynak paylaşımı, araştırma, eğitim programlarının hazırlanması, kriz zamanlarında bilgi sağlanması, çalışmalarında tekrarlanmaların önlenmesi, Uluslararası uzmanların belirlenmesinde, fayda sağlaması beklenmektedir.

İlk adım olarak Konsorsiyum, değişik ülkelerde yumurta endüstrisinde sağlık/ beslenme alanında çalışan ve destek veren uzmanları belirleyecektir. Bu sayede uzmanlar arası diyalog kurulacak ve elde edilen bilgiler internet sitesi üzerinden paylaşılabilir. Kuruluşunun ilk haftalarında 20 ülke Konsorsiyumda yer almak istediğini belirtmiştir.

Konsorsiyum hakkında bilgi almak veya Konsorsiyuma katılarak bu yeni oluşumun içerisinde yer almak isteyenler Uluslararası Yumurta Komisyonu Ofisi ile irtibata geçebilirler.

cassy@internationalegg.com



En Güvenilir Üretici: Yumurtacı Tavuk

Dr. Hüseyin SUNGUR / YUM-BİR Genel Sekreteri

Yumurta, tavuk metabolizmasının ürettiği, hem kendi üremesi için hem de insan beslenmesi için gerekli mucize bir üründür. Bu yüzden asırlardır “Yumurta mı tavuktan çıkar, tavuk mu yumurtadan” sorusu hep tartışılmıştır. Bu sorunun cevabı yemek tarihinde gizlidir. Yemek tarihine göre M.Ö 5. Yüzyılda Yunanistan ve İtalya’da tavuktan önce kazlar, ördekler ve beç tavukları yumurtlamakta ve kuluçkaya yatmaktaydılar. **Tavuktan önce var olan yumurtalar nadiren yenmektedir. Yemek tarihinin bu tezi günümüz bilim adamlarınca da doğrulandı. Prof. Dr John Brookfield açıklamaları ile doğrulanmış oldu. Brookfield bugün tavuk olarak adlandırılan türün, bir yumurta içinde embriyo olarak yaşadığını söyleyerek, yumurta içinde büyüyen ileride tavuk haline gelecek organizmanın tavukla aynı DNA’ya sahip olduğunu kaydetti. İngiliz Bilim felsefesi uzmanı Papineau’ da Brookfield’in bu görüşüne destek verdi.**



Yumurta, kümeslerde üretim yaygınlaşana kadar beslenme düzeninin bir parçası değildi. Tavuk türünün çiftlikte yetiştirilmeye başlanması, üreme döngüsünü bozmadan yumurtanın “**beslenme düzenine**” girmesini sağlamıştır. Yumurta, tavuğun içinde, tavuk da yumurtanın içinde olduğuna göre hangisini üreteceğimizi ihtiyaçlarımız belirliyor. Hangisine talep varsa onu üretiyoruz. Yumurtalar doğrudan tüketildiği gibi sayısız yemeğin hazırlanmasında malzeme olarak kullanılır ve yumurtadan birçok ürün elde edilebilir. Yumurta Tebliğinde yumurta ürünleri; “**kabuğundan ayrılmış tüm yumurta, yumurta sarısı, yumurta akı veya karışımlarından elde edilen, diğer gıda maddeleri ile de kombine edilebilen; tekniğine uygun şekilde üretilmiş, en az %50 oranında yumurta içeren sıvı, konsantre edilmiş, kuru koagüle edilmiş, kristalleri**” şeklinde tarif

edilmektedir. Gıda üretiminin çeşitlenmesine bağlı olarak yumurtanın tüketim şekli de değişmeye başlamış, pastörize sıvı yumurta ve yumurta tozu kullanımı artmıştır. Yumurta, gıda teknolojisinde önemli bir fonksiyonel bileşendir. Örneğin emülgatör etkisi nedeniyle mayonez yapımında, parlaticı etkisi nedeniyle unlu mamullerin yüzeyinde, bağlayıcı etkisi nedeniyle omler ve krep yapımında, kıvam arttırıcı etkisi nedeniyle terbiye yapımında yaygın olarak kullanılır. Öte yandan yumurta sarısı lipitlerinden olan lesitin(E 322) önemli bir gıda katkı maddesidir.

Bu girizgâhtan sonra, yılda 300 yumurta üreten en dürüst üre-

tici olan yumurtacı tavuktan ve anne sütünden sonra en değerli besin olan yumurtadan bahsedebiliriz. Yumurta bir insanın ihtiyaç duyduğu birçok besin maddesini kendi doğal ambalajı içinde saklayan bir gıdadır. Yumurta aynı zamanda birincil üründür. Süte su katılabilir, bala şeker karıştırılabilirsiniz ama yumurtaya hile yapamazsınız. Bu tabii ki yumurtanın gıda güvenliği açısından hiç risk taşımadığı anlamına gelmez. Bu yazıda kısaca yumurtanın kalitesi ve güvenliği konularına değinilecektir.

Kalite, bir gıdanın tüketici tarafından beğenilmesini veya reddini belirleyen özelliklerini ifade eder. Yumurta kalitesi ise iç ve dış kalite ölçütlerini kapsar. Dış kalite; kabuk temizliği, yapısı ve yumurtanın şeklini ifade eder. Yumurtanın oluşumu ve yumurtlama sırasında bazı bozukluklar meydana gelebilir. Yumurta üretiminde kusurlu yumurtaların bulunması, istenmeyen bir durumdur. Bu tür yumurtaların damızlık ve sofralık olarak kullanılması mümkün olmadığı için işletmelerde ekonomik kayıplara ve kalite sorunlarına neden olur. Yumurtanın aşırı yuvarlak, aşırı uzun ve ince yassı şekilli olması, ince kabukluluk, kabuksuzluk, pütürlü ve benekli kabuk belli başlı dış kusurlardır. İç kalite ise yumurta akının temizliği ve akışkanlığı, hava boşluğunun çapı, yumurta sarısının şekli ve dayanıklılığını ifade eder.

Yumurtanın kalitesi ve güvenliği ancak sağlıklı kanatlıların güvenilir yemlerle beslenmesi ile sağlanabilir. Bu koşullar ulusal mevzuat ile de güvence altına alınmıştır. Yumurtanın ambalajlama, etiketleme, işaretleme, taşıma, depolama ve hijyen koşulları 2008 yılında yayımlanan Türk Gıda Kodeksi “**Yumurta ve Yumurta Ürünleri Tebliği**” ve 2011 yılında yayımlanan ve 2013 yılında yürürlüğe giren “**Hayvansal Ürünlerde Özel Hijyen Yönetmeliği**” ile belirlenmiş bulunmaktadır. Tavuk beslemesinde kullanılacak yemler ise 2011 yılında yayımlanan “**Yem Hijyeni ve “Yemlerin Piyasaya Sunumu ve Kullanımı” yönetmelikleri hükümlerine göre üretilme zorundadır.**

Türk gıda kodeksine göre yumurtalar A ve B sınıfı olarak değerlendirilir ve sadece A sınıfı yumurtalar doğrudan insan tüketimine sunulabilir. B sınıfı yumurtalar ise, A sınıfı yumurtanın özelliklerini karşılayamayan ve yumurta ürünlerinin hazırlanmasına uygun kabuklu yumurtayı ifade eder. Yumurta tebliğinde ve 1068 sayılı tavuk yumurtası standardında kaliteyi ifade etmek için temiz yumurta, ekstra taze yumurta, kırık yumurta, çatlak yumurta, kuluçkalık yumurta, kuluçkalanmış yumurta, pastörizasyon, yabancı madde, yumurta kabuğu, anormal şekilli yumurta, bozuk ve çürük yumurta, lekeli yumurta tanımlamaları kullanılır.

Bütün teknik tanımlamalara rağmen tüketici talepleri kalite kıstası olarak önem taşır. Tüketicilerin ise daha çok yumurtanın kabuğunun temiz ve düzgün olmasına akının kıvamına ve sarının rengine önem verirler. Kalite kusurları gözle fark edilebildiği için, kusurlu yumurtaların pazara sunulması beklenmez.

Gıda güvenliği açısından yaklaştığımızda muhtemel iki sorundan bahsedilebilir. Bunlardan ilki katkı kalıntı sorunu, diğeri de Salmonella bulaşısıdır.

Yumurta bazen Salmonella denenilen bir bakteriye konaklık edebilir.

Salmonella insan ve hayvanların sindirim sistemi florasında bulunabilen bir





Yumurta bir insanın ihtiyaç duyduğu birçok besin maddesini kendi doğal ambalajı içinde saklayan bir gıdadır. Yumurta aynı zamanda birincil üründür. Süte su katılabilir, bala şeker karıştırılabilirsiniz ama yumurtaya hile yapamazsınız.

bakteridir. Yaklaşık 2300 tipi vardır. Bazı tipleri tamamen zararsız olduğu gibi, Salmonella Enteritidis ve Salmonella Typhimurium gibi bazı tipleri de gıdalarda yüksek oranda bulunduklarında hastalık yapabilir, zehirlenmeye yol açabilir. Bu yüzden tüm kanatlı işletmelerinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından salmonella tarama programı yürütmektedir. Salmonella bakterisi, normal pişirme şartlarında etkisiz hale gelir, 70 °C'nin üzerinde yaşama şansı yoktur.

Yumurtalardaki kalıntılar, yumurtacı tavuklara ilaç uygulanması veya bulaşanlar vasıtasıyla oluşur. Bunlar; ilaçların yasadışı veya etikette belirtilen miktarların üzerinde kullanılması, yem karışımları hazırlanırken istem dışı olarak çapraz bulaşmaya maruz kalmış yemlerin kullanılması, yanlış etiketlenmiş yemlerin kullanılması, yem bileşenlerinin veya suyun pestisit, kimyasallar veya ağır metaller ile bulaşık olması şeklinde sıralanabilir. Ancak ülkemizde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının 2008 yılından bu yana “**Canlı Hayvanlar ve Hayvansal Ürünlerde Belirli Maddeler ile Bunların Kalıntılarının İzlenmesi İçin Alınacak Önlemlere Dair Yönetmeliği**” kapsamında diğer hayvansal ürünlerin yanı sıra yumurtada da; hangi seviyede olursa olsun tüketici sağlığını tehlikeye sokan ve gıdalarda hiçbir seviyede bulunmaması gereken farmakolojik aktif maddeleri, sülfonamidler ve kinolonları da içeren antibakteriyel maddeleri ve Nitroimidazoller de içeren antikoksidiyalleri izlenmektedir. AB tarafından da onaylanan “**Ulusal Katkı Kalıntı İzleme Programı**” sonuçları Türk yumurtasında herhangi bir kalıntı sorunu olmadığını göstermektedir. Bu güven nedeniyledir ki, Avrupa Birliği 2012 yılından itibaren ülkemizden B sınıfı yumurta ithal etmeye başlamıştır.

Yemlerde kullanımı yasak maddeler kadar bulaşanlar da önemlidir. Gıda kodeksi bulaşanlar tebliği ve yemlerde istenmeyen maddeler tebliği ile mikotoksin ve dioksin limitleri belirlenmiştir. Yumurta ve yumurta ürünlerinde izin verilen en yüksek dioksin 3 pg/g yağ, dioksin ve dioksin benzeri PC'lerin toplamı ise 6 pg/g yağdır.



YUMURTADA DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER!

Yumurta, önemli bir gıda maddesi olduğu kadar; kolay bozulabilen, yanlış uygulamalar karşısında kolaylıkla risk etmeni haline gelebilecek bir gıda maddesidir. Bu yüzden üretimden tüketime kadar olan her aşamada bazı hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir:

- Kalıntı sorunu yaşanmaması için tedavide sadece yumurtacı tavuklara özgü Bakanlık izinli antibiyotiklerin kullanılması, endikasyon dışı kullanımların engellenmesi, antibiyotik kullanımının kayıt altına alınması için Bakanlık ve işletmelerde gerekli alt yapının oluşturulması,
- Veteriner sağlık ürünlerinin kalite denetimlerinin üretim ve ithalattan, kullanım aşamasına kadar etkin bir şekilde sürdürülmesi,
- Yem katkı maddelerinin ruhsat şartlarına ve beyana uygunluğunun denetlenmesi ve ilaç denetimlerin artırılması,
- Yumurtaların pazarda kalma süresinin yumurtlama tarihinden itibaren 21 gün, tüketilme süresinin 28 gün olduğuna dikkat edilmesi,
- Yumurta kabukları üzerinde; kolayca görülebilir, okunaklı ve en az 2 mm yükseklikte olacak şekilde işletme ve kümes numarasının bulunmasına dikkat edilmesi,
- Çiğ yumurta ve iyi pişmemiş yumurta tüketilmemesi,
- Kırık yumurtaların satın alınmaması ve gıda maddesi üretiminde kullanılmaması,
- Yumurtaların serin ortamlarda muhafaza edilmesi,
- Yumurta ile temas eden madde ve malzemelerin, başka gıda maddeleri ile temas etmeden önce mutlaka yıkanması,
- Yumurtaların yıkanmadan saklanması,
- Aşağıdaki etiket bilgilerinin tüketiciler tarafından incelenmesi,
 - o Üreticinin ve paketleyicinin adı ve adresi,
 - o İşletme numarası,
 - o İşletme onayı,
 - o Yumurtaların sayısı ve/veya ağırlığı
 - o Üretim tarihi veya periyodu
- Raf ömrünün 28 gün olduğunun bilinmesi,
- Yumurta ile temastan sonra eller mutlaka iyice sabunla yıkanması .



TARIM VE SANAYİ A.Ş

Feed Safety for Food Safety®

Certified according to:

DIN ISO 9001:2008;

DIN ISO 22000;

GMP; HACCP



MINTOX® PLUS

AFLATOXIN B₁, B₂, G₁ VE G₂, ZEOARALENONE, T₂, DON,
OKRATOXIN, FUMONINISIN AND CITRININ TOXIN BINDER

Sen Tarım ve Sanayi A.Ş
Çanakkale Yolu Üzeri 12.KM
Bandırma - Balıkesir
Tel :0 266 727 10 60 (pbx)
www.sentarim.com.tr
bilgi@sentarim.com.tr





Tarım ve Sanayi A.Ş

Feed Safety for Food Safety®

Certified according to:

DIN ISO 9001:2008;

DIN ISO 22000;

GMP; HACCP



POULTRY MINERAL® OLIGOLEMENT COMPLEX FOR POULTRY



Sen Tarım ve Sanayi A.Ş

Çanakkale Yolu Üzeri 12.KM
Bandırma - Balıkesir
Tel: 0 266 727 10 60(pbx)
www.sentarim.com.tr
bilgi@sentarim.com.tr



Yum-Bir Yumurta Zirvesi'ne hazırlanıyor

Son yıllarda Türk yumurta sektörü gösterdiği gelişim ile dünyada dikkat çekmekte ve dünya yumurta üretimindeki konumunu korumaktadır. Sektörümüz 2012 yılı itibariyle, 15 milyar âdeti aşan üretim ve 351 milyon Dolar ihracat rakamlarıyla, sürekli büyüme eğilimindedir. Ekonomik krizler, yeni mevzuatlar, kanatlı sağlığı, hayvan refahı ve yeni gıda güvenliği yaklaşımları, yem ve yumurta fiyatları, tüketici talepleri, yumurta üretimine büyük etkiler yapıyor. Hepimiz biliyoruz ki bu etkiler gelecekte de artarak devam edecek ve üretim süreçlerini etkileyecektir.

- Maliyetleri nasıl düşürebiliriz?
- Tavuk hastalıkları ile nasıl baş edebiliriz?
- Taze, güvenli yumurtayı, uygun fiyatla tüketiciye nasıl ulaştırabiliriz?
- Yumurta tüketimini nasıl artırabiliriz?
- Birlikteliğimizi nasıl güçlendirebiliriz?

Yum-Bir olarak tüm bu sorulara cevap aramak, çözüm yollarını tartışmak, yeni gelişmeleri paylaşmak ve "Dünya Yumurta Günü"nü beraber kutlamak üzere 31 Ekim-3 Kasım 2013 tarihlerinde Antalya'da ilkini düzenlediğimiz "Yumurta Zirvesi"nde sizleri aramızda görmekten büyük mutluluk duyarız.

YUM-BİR



Gelin
yumurtaları
sepete beraber
koyalım.



AB'de hayvanlar üzerinde kozmetik deneylere yasaklama yürürlüğe girdi

Hayvanlar üzerinde test edilen kozmetik ürünlerinin Avrupa Birliği'nde satışına getirilen yasak, 11 Mart itibariyle yürürlüğe girdi. Artık hayvanlar üzerinde test edilen kozmetik ürünleri AB'de pazarlanamayacak.

Avrupa Komisyonu'ndan yapılan açıklamada, yasağın yürürlüğe girmesiyle birlikte AB Konseyi ve Avrupa Parlamentosu'nun 2003 yılında belirlediği takvime saygı gösterildiği ve bir yandan tüm dünyada hayvan hakları desteklenirken, bu alandaki araştırmalara da daha fazla destek sağlanacağı belirtildi.

Avrupa Komisyonu'nun sağlık ve tüketici güvenliğinden sorumlu üyesi Tonio Borg, 'Bugün pazarlama yasağının yürürlüğe girmesi, Avrupa'nın hayvan haklarına verdiği değere ilişkin önemli bir mesajdır. Komisyon, alternatif metodların geliştirilmesini desteklemeye ve Avrupadaki yaklaşımımızı benimsemeleri için üçüncü ülkelerle temasta olmaya devam edecektir. Bu, Avrupa'nın kozmetikte tüketici güvenliğinden ödün vermeden gerçekleşecek sorumlu bir inovasyonda örnek oluşturması için bir fırsat' dedi.

Komisyon'un alternatif yöntemlerin araştırılması için 2007-2011 yılları arasında 238 milyon Euro kaynak ayırdığı belirtilen açıklamada, bu yöntemlerin bulunması için çalışmaların devam etmesi gerektiği belirtildi.

Avrupa'da hayvanlar üzerinde kozmetik ürünlerinin denenmesi 2004 yılından bu yana, kozmetik ürünü içeriklerinin denenmesi ise 2009 yılından bu yana yasak. Bu ürünlerin AB'de pazarlanmasına 2009 yılında getirilen yasağın yürürlüğe girme tarihi ise 11 Mart 2013'e ertelenmişti.

Kaynak: <http://www.euractiv.com.tr/gida-ve-saglik>



AB girişimi IMI, antibiyotik direnci sorununa çözüm olabilir'



İngiltere Sağlık Bakanlığı Başdanışmanı Prof. Dr. Sally Davies, bakterilerin antibiyotiklere direncinin giderek artmakta olduğuna dikkat çekti ve AB'nin İnovatif İlaçlar Girişimi'nin (IMI) bu soruna çözüm sunabileceğini söyledi.

Davies, antibiyotiklere dirençli bakterilerle ilgili uyarılarda bulunarak, bu konunun ulusal güvenlik açısından terör kadar ciddi bir tehdit olarak değerlendirilmesi gerektiğini söyledi.

The Guardian gazetesine konuşan Davies, antibiyotik aracılığıyla mücadele olasılığının ortadan kalkması halinde, basit enfeksiyonların bile 20 yıl içinde ölümcül hale gelebileceğini söyledi ve bunun, halk için 'feci bir tehdit' oluşturacağını ifade etti.

Meseleyi 'saatli bomba' olarak değerlendiren Davis, İngiltere hükümetine konuyu önümüzdeki ay Londra'da düzenlenecek G8 zirvesinde gündeme getirme çağrısında bulundu.

Davies, 'Eğer harekete geçmezsek, tıpkı on dokuzuncu yüzyılda olduğu gibi, basit operasyonlar sonucu ortaya çıkan enfeksiyonların bizi öldürebildiği bir ortama geri döneceğiz. Kanser tedavilerinin ve organ nakillerinin büyük kısmını gerçekleştiremeyeceğiz' dedi.

Davies, devletlerin, antibiyotik üretimini kârlı görmeyen ilaç şirketlerine yeni ilaçlar geliştirmeleri için destek olması gerektiğini söyledi.

Başdanışman'a göre sorun; hastaların yüksek tansiyon ve diyabet gibi hastalıklar için her gün ilaç kullanırken antibiyotikleri yalnızca bir ya da iki hafta için kullanmaları, bu sebeple antibiyotiklerin daha az kârlı olması ve geliştirilmesine önem verilmesi.

AB girişimi 'ideal platform'

Davies, 'pazarın çökmesinin' önüne geçmek için, yeni ilaçların geliştirilmesine destek olan AB yapılanması 'İnovatif İlaçlar Girişimi'ne (IMI) işaret etti.

İki kanadını sektör ve Avrupa Komisyonu'nun oluşturduğu 2 milyar Euro'luk girişimde, antimikrobiyal direnç için de ayrılmış 200 ile 400 milyon Euro'luk kaynak bulunuyor. Bu konu için 'Kötü Mikroplar için Yeni İlaçlar' (ND4BB) adlı bir program başlatıldı.

IMI Genel Direktörü Michael Goldman EurActive'e yaptığı açıklamalarda, antibiyotik araştırmalarını yeniden canlandırmak için tüm araştırma camiasının birlikte çalışması gerektiğini söyledi.

Goldman, bir özel-kamu ortak girişimi olarak IMI'nin ideal platform olduğunu belirtti.

Goldman, antibiyotiklerin araştırılması ve geliştirilmesi için yeni bir model ortaya koymasını beklediği, 194.6 milyon Euro'luk 'Combacte' projesine dikkat çekti.

Proje, akademik araştırmacıların sektörden bilim insanlarıyla birlikte çalışarak, bilgilerini ve deneyimlerini bir araya getirmesini ve böylece yeni yeni etkili ilaçlar bulunma şansını artırmayı hedefliyor.

Projenin hedeflediği şeylerden biri de geliştirmenin her aşamasında etkin, yüksek kalitede, çok uluslu deneyler yapabilecek Avrupa çapında bir klinik deney ağı oluşturmak. 'Translocation' adlı, 29.3 milyon Euro'luk bir başka proje ise antibiyotiklerin bakterilere nüfuz etmesi için yeni yollar bulmayı hedefliyor.

Doğru zamanlama

Goldman, yeni antibiyotikler geliştirme faaliyetlerinin önünde, hiçbir kurumun tek başına üstesinden gelemeyeceği bazı bilsel ve yasal engeller bulunduğunu söyledi.

Goldman, antibiyotiklerin nasıl işlediği, bakterilerin nasıl direnç kazandığı ve bakterilerin savunma mekanizmalarını aşmak için hangi moleküler mekanizmalardan faydalanabileceğinin daha iyi anlaşılmasına bir an önce ihtiyaç bulunduğunu söyledi.

Yeni antibiyotikler için klinik deneylerin yürütülmesi de bazı yasal sebepler açısından sorunlu bir konu ve yeni antibiyotiklerin diğer ilaçlara göre daha etkin olmasını sağlamak için geniş bir hasta havuzuna ihtiyaç duyuluyor.

IMI Genel Direktörü, 'Bunlar da, yeni antibiyotiklerin klinik deneylerini yürütme maliyetlerinin son derece yüksek olduğunu gösteriyor. Aynı zamanda bazı antibiyotiklerin az sayıda hasta tarafından kullanılacağı göz önünde bulundurulduğunda, geliştirme maliyetleri zaman zaman potansiyel yatırım getirisini geçiyor. Başka bir deyişle antibiyotik geliştirmek, artık ilaç firmaları için finansal açıdan yapılabilir bir şey değıl ve bu alanda yalnızca birkaç ilaç firması kaldı' dedi.

Goldman, son otuz yılda piyasaya yalnızca iki yeni sınıf antibiyotiğın sürülmüş olması sebebiyle Davies'in zamanlamasının da iyi olduğunu belirtti ve 'Zaman açısından durum kritik. Eğer harekete geçilmezse, toplumu, doktorların ellerinde enfeksiyonları tedavi etmek için çok az seçenek bulunan bir durumun içine sokacağız' şeklinde konuştu. *Henriette Jacobsen / 13.03.2013*

Kaynak: www.euractiv.com.tr/gida-ve-saglik



Dünyada ve Türkiye'de Yumurta Pazarlama Kanalları

Yudum İKİ YAKIN (Uzm. Veteriner Hekim)

Yum-Bir Genel Sekreter Yardımcısı

Tüm hayvansal ürünler gibi yumurta da tabiatı gereği kısa sürede besleyici özelliklerini kaybeden, raf ömrü uzun olmayan bir gıda maddesidir. Diğer taraftan birçok ülke damızlık ve hammadde temininde dışa bağımlı bile olsa, yumurta üretiminde kendi iç üretimini gerçekleştirmektedir. Bu nedenlerle dünyada üretilen yumurtaların çok küçük bir yüzdesi küresel pazarda ticarete söz konusu olmaktadır. Üretilen kanatlı etinin 1/10'u uluslararası ticarete konuyken, bu oran yumurtada %2'dir. Ticarete konu olan %2'lik yumurta pazarında büyük çoğunluk sofralık yumurtaya, kalan kısım ise likit yumurta ve yumurta tozuna aittir. Küresel pazardaki yumurtaların 2/3'ü ise Avrupa Birliği'nde (AB) ticarete konu olmaktadır. AB'nde üye ülkelerin tarım politikaları gerek ekonomi gerekse siyasi anlamda ortak bir çerçevede yürütülmektedir. Ortak Tarım Politikası (OTP) olarak adlandırılan bu uygulamanın amaçları; kaliteli, ucuz ve sürekli hammadde temininin sağlanması, üretimde kendi kendine yeter hale gelmesi, arzda ve üretimde sürekliliği sağlayarak fiyat istikrarsızlığının önlenmesi ve piyasalarda kararlılık sağlanmasıdır. Bu kapsamda hazırlanan 2771/75 sayılı AB Direktifi yumurta için Avrupa piyasalarında geçerli olacak tek bir fiyat belirlenmesi; üreticilere destek sağlanması, üretimin denetim altına alınması, üçüncü ülkelerle ticaretin düzenlenmesi, ithalat-ihracat vergileri gibi konuları kapsamaktadır. Direktif kapsamında müdahale alımı, garanti edilmiş fiyatlar ve doğrudan ödeme gibi fiyat destek mekanizmaları bulunmamaktadır. Piyasa fiyatları doğrudan arz/ talep dengesini yansıtmaktadır. Ancak herhangi bir kriz durumunda arzın azalmasına bağlı oluşabilecek Pazar dengelerindeki değişikliklere karşı uygulanacak tedbirler 1010/2006 sayılı AB Direktifi ile belirlenmiştir.

AB uygulamalarından farklı olarak kendine özgü pazarlama kanalları oluşturmuş ülkelerde vardır. Kısaca İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri,



Yumurta Konseyleri; gelirlerini ihracat kazanımları yolu ile devletten ve aidat yolu ile üyelerinden elde etmekte ve bu gelirleri haksız rekabeti önlemek, kamu yararına sektörel gelişimi sağlamak amacıyla stratejik plan hazırlamak, piyasadaki yumurta ve yumurta ürünlerinin talebini artırmaya yönelik çalışmalar yapmak, bilimsel araştırmaları desteklemek, tüketici bilgisini artırmaya yönelik kampanyalar düzenlemek ve en önemlisi sektördeki kota uygulamalarının güncellenmesi konularında çalışmalar yapmak alanlarında kullanmaktadır.

Avustralya ve Kanada örneklerinden bahsetmek istiyorum.

Avustralya'da yumurta pazarlama aracı şirket yoluyla olmaktadır. Avustralya Yumurta Anonim Şirketi (Australian Egg Corporation Limited) yumurtaların iç ve dış pazara satışından sorumludur.

İngiltere'de 1986 yılından günümüze dek süregelen İngiliz Yumurta Sanayi Konseyi (British Egg Industry Council/ BEIC) İngiliz gıda mevzuatındaki uygulama esasları (British Lion Quality Code of Practice) kapsamında üretilen yumurtaların (%85) uygun fiyatlı ve sürekli satışından yani pazarın devamlılığında sorumludur. Amerika Birleşik Devletleri'nde Amerikan Yumurta Konseyi (American Egg Board/ AEB), Kanada'da İngiliz Kolumbiyası Yumurta Konseyi (British Columbia Egg Board) kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarından sektör paydaşlarını bünyesinde barındıran kuruluşlardır. Devletin uyguladığı kanunlar ve kendilerine verilen yetkiler kapsamında üreticiye sağlıklı, ucuz ve sürekli ürün temininin sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu çerçevede ürünün hijyen kriterlerinden kalitesine, üretim miktarına, işletmelerin kapasite büyüklüğünden, sektöre yapılacak yeni yatırımlara, ürünün iç ve dış pazarda sürekli alıcı bulabilmesi dolayısıyla arz ve talep dengesizliği yaşanmadan üreticilerin tüketicinin lehine ürün pazarlaması için gerekli koşulları belirlemektedirler. Pazarlama ağının sürekliliğini sağlayan bu kuruluşlar

herhangi bir kriz anında veya arz/talep arasındaki dengenin bozulduğu durumlarda belirledikleri kota uygulamaları ile piyasalarda oluşacak fiyat istikrarsızlığının önüne geçmektedirler. Böylelikle üretimde, tüketimde ve pazarlamada süreklilik sağlanmaktadır.

Bahse konu Konseyler gelirlerini ihracat kazanımları yolu ile devletten ve aidat yolu ile üyelerinden elde etmekte ve bu gelirleri haksız rekabeti önlemek, kamu yararına sektörel gelişimi sağlamak amacıyla stratejik plan hazırlamak, piyasadaki yumurta ve yumurta ürünlerinin talebini artırmaya yönelik çalışmalar

yapmak, bilimsel araştırmaları desteklemek, tüketici bilgisini artırmaya yönelik kampanyalar düzenlemek ve en önemlisi sektördeki kota uygulamalarının güncellenmesi konularında çalışmalar yapmak alanlarında kullanmaktadır. Özetle Konseyler yumurta ve yumurta ürünleri politikalarına yön vermektedir.

Ülkemizdeki yumurta üreticilerin en çok zorlandığı alan pazarlamadır ve iki konu sıkıntı yaratmaktadır. Bunlardan ilki yumurta/yem fiyatı paritesidir. Yumurta üretiminde maliyetlerinin %70' ini yem giderleri oluşturmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yem fiyatlarının yüksek seyretmiştir. Yumurta fiyatlarındaki artış ise hep yem fiyatlarının gerisinde kalmaktadır. Bir diğer sıkıntılı konu ise üretici/tüketici fiyat endeksidir. Üretici ve tüketici fiyatları arasında tüketici aleyhine genellikle %35-40 oranında fiyat farkı oluşmaktadır. Üreticiler yumurtasını ucuza satarken, tüketici araçların ilave kazancını da ödemek zorunda bırakılmaktadır. Bu çelişkilerin sebebi yumurta pazarlama kanallarının zayıflığı ve arz/talep dengesinin sağlanamamasıdır.

Ülkemizde de üreticilerin örgütlenmesine imkan veren yasalar mevcuttur. 26 Haziran 2004 tarihinde kabul edilen 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu; üretimi talebe göre planlamak, ürün kalitesini iyileştir-



mek, kendi mülkiyetine almamak kaydıyla pazara geçerli norm ve standartlara uygun ürün sevk etmek ve ürünlerin ulusal ve uluslararası ölçekte pazarlama gücünü artırıcı tedbirler almak üzere tarım üreticilerinin, ürün veya ürün grubu bazında bir araya gelerek, tüzel kişiliği haiz tarımsal üretici birlikleri kurmalarını sağlamaktır. Ne var ki yasa ürünlerin mülkiyete alınmasına izin vermediği için ortak pazarlama mümkün olamamaktadır.

Diğer bir örgütlenme şekli ise Ürün Konseyleridir. 25 Nisan 2006 tarih ve 26148 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren 5488 sayılı Tarım Kanunu'nun 11.maddesine göre, ulusal tarım politikaları çerçevesinde çalışmalar yapmak üzere ürün bazında üreticiler, tüccarlar, sanayiciler ve/veya bunların oluşturdukları birlikler ile kamu ve araştırma kurumları, meslek odaları ve dernekler bir araya gelerek tüzel kişiliği haiz ürün konseyleri kurulabilmektedir. Bu kapsamda piliç eti ve yumurta üretimini de kapsayan Kanatlı Konseyi kurulma imkanı vardır. Ancak yumurta sektörü Birlikler yoluyla örgütlenmiş olduğu ve henüz kurumsallaşmasını tamamlayamadığından olsa gerek Konsey kurma girişiminde bulunulmamıştır. Sektörün diğer paydaşları da çeşitli platformlarda tartışmakla birlikte henüz ortak bir fikre varamamışlardır. Öte yandan üreticiler Konseyin yumurta sektörünün esas ihtiyacı olan pazarlama problemine çözüm getireceğine inanmamaktadır.

Hali hazırda yumurta pazarlamasına dönük üreticilerimizin ortaklığında oluşmuş bazı kooperatif ve şirketler bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak kendi kontrolü altında üretim yapan, ortaklarının yumurtasını iç ve dış pazarda satan Çorum Yumurta A.Ş., damızlık, kuluçka tesislerine ve yem fabrikasına sahip Kayseri Tavukçuluk Sanayi ve Ticaret A.Ş ve Başmakçı 2.Nolu Tavukçuluk Kooperatifi gösterilebilir.

Pazarlama sorununa uygun çözüm üretebilmek için ülkemiz yumurta sektörünün yapısı hakkında bilgi sahibi olmak önemlidir. Yumurta Üreticileri Merkez Birliği tarafından hazırlanan ve 360 yumurta işletmecisi tarafından cevaplandırılan anket sonuçlarına göre, ticari yumurtacı işletmelerin %64'ü 100 binin altında bir kapasiteye sahip küçük işletmelerden oluşmaktadır. Orta ölçekli işletme olarak adlandırabileceğimiz 100-500 bin kapasiteye sahip işletmelerin oranı ise %30'dur. Türkiye ölçeğinde büyük sayılabilecek 500 binin üzerinde kapasiteye sahip işletme oranı ise sadece % 6'dır. Üreticilerimizin büyük çoğunluğu yumurtalarını toptancı şirketlere pazarlamakta, yerel market ve bakkallara satmakta, bazı üreticiler ise ulusal market zincirlerine yumurta tedarik etmektedir. Birkaç yörede ise de satışlarını doğrudan tüketiciye yapan üreticiler bulunmaktadır. Satış ağındaki bu dağınıklık çoğunlukla üreticilere pazarlama konusunda sıkıntı yaşatmaktadır. Pazarlama ve markalaşma alanındaki yetersizliklere rağmen sektörde devam eden kontrolsüz kapasite artışı, hali hazırda süregelen maliyet/fiyat dengesizliği sorununun büyümesine neden olmaktadır. Diğer taraftan üreticiler yeni mevzuatlara uyum için ilave yatırımlara ihtiyaç duymakta ve gerekli öz kaynağı bulmakta zorluklar yaşamaktadır.

Tarım ve Gıda Örgütü (Food and Agriculture Organization/ FAO)



verilerine göre 2030 yılında gelişmekte olan ülkelerde kişi başı yumurta tüketiminin 6,5 kg.' dan 8,9 kg.' a yükseleceği ve 89,9 milyon ton olarak gerçekleşecek yumurta üretiminin 69 milyon tonunun gelişmekte olan ülkeler tarafından üretileceği öngörülmektedir. Günümüzde hızlı büyüme kapasitesine sahip dünya gıda pazarında rekabet edebilirlik sadece kalitesi ve ucuz hammadde temini ile değil, sürekli ve istikrarlı bir Pazarlama ağı ve Pazar ile gerçekleşmektedir. Türkiye yumurta sektörünün küresel pazarda rekabet gücü kazanması sektörde örgütlenme ve istikrarlı piyasa oluşumu ile gerçekleşecektir. Bu çerçevede üreticilerin desteklenebilmesi için var olan oluşumların eksiklikleri tespit edilmeli, gerektiğinde yürürlükte olan mevzuat uygulamalarında düzenlemelere gidilmeli ve sektörün küresel pazarda etkin rol oynaması sağlanmalıdır.

Kaynaklar:

1. Kanatlı Yöneticileri için Referans İstatistikler 2012-www.WATTagNet.net
2. Türkiye'de Ticari Yumurta Fiyatları ve Etkili Faktörler- Tavukçuluk Araştırma Dergisi
3. Yumurta Pazarlama- Yumurta Üretim ve Pazarlama Klavuzu- FAO Tarım servisi Dergisi - ISSN 1010-1365
4. Amerikan Yumurta Konseyi Yıllık Raporu 2011
5. İngiliz Kolumbiyası Yumurta Pazarlama Konseyi Yönetmeliği - 2 Mayıs 2010
6. Yumurta ve Kümes Hayvanları Ortak Piyasa Düzeni Alt Çalışma Grubu Raporu- Kasım 2005
7. Yumurta Üreticileri Merkez Birliği Yumurta Tavukçuluğu Verileri- 2012
8. Yumurta Üreticileri Merkez Birliği Yumurta Haber Bülteni- Eylül 2010





Yumurta Sarısı: Altın Besin Ögesi

Yumurtalar sadece beyazından ibaret değildir!

Yumurta genellikle kahvaltı ve protein ile bağdaştırılsa da, birçok kişi yumurtanın besleyici özelliklerinin bilincinde değildir. Yumurta vücudun ihtiyaç duyduğu önemli vitamin ve minerallerin kaynağıdır. Bu vitamin ve minerallerin büyük bölümü ise yumurta sarısında bulunur ve anne karnındaki bebeğin gelişiminden, yaşlılardaki beyin fonksiyonlarının korunmasına kadar yaşamımızdaki birçok anda aktif rol oynarlar.

Günde 1 yumurta tüketimi, kolesterol hakkında bilgi veren kılavuzlarda ve özellikle günlük öğünlerinde düşük kolesterolü gıdalar tüketmesi gereken kişilerin diyetinde yer almaktadır. Amerikan Kalp Vakfı 1 adet orta boy yumurtayı 1 doların altındaki sağlıklı yiyecekler listesine eklemiş ve böylelikle yumurtayı ucuz ve lezzetli bir gıda maddesi olarak nitelemiştir.

Yumurta Sarısı Tüketilmezse Neler Kaybedilir?

70 kalorilik bir yumurta değişik yüzdelerde 13 vitamin ve mineral içerir. Yumurtanın beyazı bazı yüksek kaliteli proteinleri, riboflavin ve selenyum içerir ancak yumurtanın sarısını tüketmediğiniz zaman aşağıda yer alan besin öğelerini de tüketmemiş olursunuz.

Protein

Vücut dokuları ve sağlık için hayati öneme sahiptir, özellikle kaslar için gerekli temel yapı taşıdır. Kırmızı et, balık, kanatlı eti, süt ürünleri, baklagillerde protein kaynağıdır. Burada unutulmaması gereken yumurtanın yüksek kaliteli protein içermesidir. Temel amino asitlerin tamamını içeren diğer kaynaklar soya ve hayvansal proteinlerdir.

Vitamin D

Kemik sağlığı için kalsiyumla birlikte çalışır, bağışıklık sisteminin güçlenmesini ve hücre büyümesini düzenler. Yumurta sarısı dışında D vitamini somon ve ton balığında, zenginleştirilmiş portakal suyu ve sütte bulunur.

Colin

Gebelik döneminde bebeğin beyin gelişimi ve tüm hücrelerin fonksiyonları için temel gereksinimdir. Kırmızı et, tavuk ciğeri, karnabahar ve mezgıt balığında da bulunur.

Vitamin B-12

Sinir fonksiyonlarında, enerji metabolizmasında, kırmızı kan hücreleri ve DNA sentezi için gereklidir. Balık, kırmızı et, süt ve zenginleştirilmiş kahvaltılık tahıllarda da bulunur.

Folik Asit

Hücre bölünmesi ve büyümesi için gerekli olup, doğumsal defektlerin önlenmesinde etkilidir. Zenginleştirilmiş tahıl ürünleri, fasulye ve ıspanakta da bulunur.

Vitamin A

Bağışıklık sistemi destekler, göz sağlığı ve hücre büyümesinde etkilidir. Kırmızı et, süt, patates, ıspanak, havuç ve kavunda da bulunur.

Vitamin B-6

Bağışık sistemi için önemli bir vitamin olmakla birlikte, sinir iletimi sentezinde ve protein metabolizmasında kritik öneme sahiptir. Kırmızı et, fasulye ve zenginleştirilmiş kahvaltılık tahıllarda da bulunur.

Demir

Hücre büyümesi, bağışıklık sisteminin desteklenmesi ve oksijenin vücut içerisinde taşınması için gereklidir. Kırmızı et, ton balığı, zenginleştirilmiş tahıllar ve fasulyede de bulunur.

Tiamin

Kalp, kas ve sinir sistemi için gereklidir. Zenginleştirilmiş ekmek ve unla, kırmızı et ve baklagillerde de bulunur.

Vitamin E

Antioksidan etkisi ile hücre zedelenmesinin engellenmesine yardımcı olur. Yağlar, baklagiller ve tohumlarda bulunur.

Selenyum

Antioksidan etkisi ile hücre zedelenmesinin engellenmesine yardımcı olur ve tiroit fonksiyonunu düzenler. Brezilya fıncığı, balık, kanatlı ve kırmızı ette de bulunur.

Fosfor

Sağlıklı DNA oluşumu için şarttır. Aynı zamanda kemik yapısı için önemlidir. Süt ve diğer süt ürünleri ile kırmızı et, balık, kanatlı eti ve baklagillerde bulunur.

Çinko

Gebelik ve çocukluk dönemindeki normal gelişimi ve büyümeyi destekler, yara iyileşmesinde, koku ve tat alma duyarısının gelişmesinde ve bağışıklık sistemi için önemlidir. İstiridye, kırmızı et, kanatlı eti, deniz ürünleri ve fasulyede de bulunur.

Yumurta genellikle yüksek kalorili ve doğmuş yağ asidi içeren gıdalar ile birlikte tüketildiği için dikkatli tüketilmeli gibi bir algı oluşmuştur. Oysa yumurta hemen hemen tüm sebzelerle ve meyvelerle birlikte tüketilebilir. Sağlıklı sofralar için güveç, kiş ya da salata gibi yumurtalı tariflerin yanına sebze ekleyebilirsiniz. Besleyici bir öğün için tarifimiz aşağıda yer almaktadır:

Kek şeklinde İtalyan Omleti (Muffin Frittata)

10 dakikada hazırlanıp, 20 dakikada pişen ve 6 kişilik bir servis oluşturabileceğiniz Frittata, içine özgürce malzeme koyabileceğiniz bir yumurta yemeğidir ve içeriğini ne kadar zenginleştirirseniz o kadar doyurucu olur. Ne kadar da kabartabilirsiniz o kadar kek görümlü olur. Sadece kahvaltıda değil diğer öğünlerde de sıcak ya da soğuk olarak servis edilebilir. Unutmayın yumurta ne kadar çırpılırsa omletimiz o kadar kabarık olacaktır!

Malzemeler:

- 6 yumurta
- ½ bardak su
- ¼ çay kaşığı tuz



- 1/8 çay kaşığı karabiber
- 1 bardak dilimlenmiş Cheddar Peyniri
- ¾ bardak doğranmış kabak
- ¼ bardak doğranmış dolmalık kırmızıbiber
- 2 yemek kaşığı doğranmış kırmızı soğan

Yapılışı:

- Fırın 175 °C 'ye ısıtılır. Bir kaba yumurtalar kırılır, içerisine süt, tuz ve karabiber eklenir, çırpılır. Hazırlanan karışımın içerisine peynir, kabak, kırmızı biber ve kırmızı soğan eklenir, hepsi karıştırılır.
- Elde edilen karışım 12 adet kek kalıbının içerisine paylaştırılır. (her kalıbın içi ¼ oranında doldurulmalıdır)
- 175 °C'ye ısıtılmış fırında 20 dakika pişirildikten sonra 5 dakika soğumaya bırakılır ve ılık servis edilir.

www.eggnutritioncenter.org, www.mutfaksirlari.com



Yumurtanın Faydaları

G ünümüzde anneler çocuklarını doğduğundan itibaren 6ay süreyle su dahi vermeden yalnızca (eğer yeterliyse) anne sütüyle besleyebilirler. Ancak çok değil 10-15 sene evvel doktorlar anne sütünün çocuk için çokta gerekli olmadığını, inek sütünün de yerini alabileceği belirtilmiş, hatta anne sütünün az demir içerdiği de iddia edilmişti. Görüldüğü gibi bazen gerçeklerin ortaya çıkması zaman oluyor.

Son zamanlardaki yumurtanın faydaları çalışmaları da bize acaba yumurta da aklanacak mı sorusunu sorduruyor. Uzun yıllardır yumurta ile alınan kolesterolün kan kolesterol seviyesini artırdığını, artmış kan kolesterol seviyesinin de kalp riskini artırdığı savunuldu.

Çok fazla satüre edilmiş yağlı yiyecekler yediğimizde karaciğerimiz bunu damarlarımızı tıkama ihtimali olan kolestrole dönüştürür. Fakat yeni çalışmalar yumurtanın kan kolesterol düzeyini yükseltecek düzeyde kolesterol ihtiva etmediğini gösterdi.

Yapılan araştırmalarda hala pek çoğumuz yumurtayı haftada bir kaç kereden fazla yememiz gerektiğini düşünüyor. Pek çok bilim adamına göre ise yumurta ve yüksek kan kolestrolü arasındaki ilişki hala kanıtlanmaya muhtaç.

Kalp sağlığı; Avrupa beslenme dergisinde yapılan araştırmalarda obez hastaların günlük öğünlerinde 2 adet yumurta yediklerinde kendileri gibi obez olan ve zayıflamaya çalışanlara göre daha fazla kilo kaybettikleri ve kolestrol düzeylerinin de daha düşük olduğu tespit edildi.

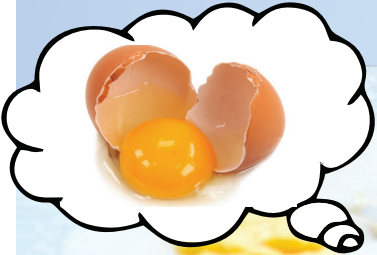
Multiple Skleroz; Yumurta vitamin D yönünden zengin bir besindir. Oxford üniversitesinde yapılan yeni çalışmalarda, vitamin D düzeyi ile bağışıklık hastalıkları arasında ilişki olduğunu gösterdi. Aynı zamanda bu vitamin kemik sağlığı ve kalp sağlığı üzerine de etkili.

Göz Sağlığı; Yumurta sarısının lütein ve zexantin gibi antioksidanlar tarafından çevrelendiği, bununda katarakt riskini ve yaşlılığa bağlı maküler dejenerasyonu azalttığı Kanadalı araştırmacılar tarafından gösterilmiştir.

Diyabet; Yumurta, kritik önemdeki diyabetin ortaya çıkmasını engelleyen ve kan şeker düzeyini dengeleyen lösin içerir.

Enerjik Yapar; Yumurta, demirin vücuda alımını artırır, böylelikle hemoglobin yapımında rol alan demir vücuda alınarak, sizi dinç tutacak olan oksijen, vücudunuzdaki tüm hücrelere alyuvarlarınız içindeki bu hemoglobin ile ulaştırılır.

Beyin; Bilim adamları, yumurtadaki kolinin beyinin sinir iletimini artırdığını, besinlerle fazla alınamayan kolin sonucunda hafızamızın zayıfladığını gösterdi.





Öğrenemediklerimiz...

Türkiye pazarındaki yumurta tüketimi gelişmiş ülkelerin 1/3 oranına denk gelmektedir. Bu rakamların gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılması mevcut pazarın iki kat büyütülmesi anlamına gelmektedir ki bu da ancak pazarlama fonksiyonundan en geniş anlamda yararlanılması becerisine bağlıdır.

Hasan KONYA /Konya
Yumurta Üreticileri Birlik
Başkanı

Birlik çalışmaları, yumurta üreticisi olan işletmelerin büyük bir kısmının, pazarlama sorunlarının varlığını hissettiğini göstermektedir. Bu sorunun çözümü için şimdiye kadar yapılan girişimler, işletmelerin bireysel çabaları ile yürütüldüğünden ya da örgütlenme faaliyetlerindeki başarısızlıklarından dolayı, kapsamlı ve kalıcı etkiler oluşturamamıştır. **Bu durumda, örgütlenme kültürü ve örgütlenme ile ortaya çıkacak olan sinerjinin pazarlama sorunlarının çözümünde en üst düzeyde etkili olabileceği anlayışının, yumurta üreticisi işletmeler tarafından anlaşılması ve öğrenilmesi, çözümler geliştirmede önemli bir belirleyici olacaktır.**

Tecrübelerden elde edilen veriler, pazarda yaşanan ve önemli sorunlardan biri olarak, üreticilerin düşük fiyata engel olamamalarını göstermektedir. Görünürdeki bu problemin arkasındaki koşullar analiz edildiğinde; yaşanan ekonomik krizler öncesinde Konya'da ki üreticilerin Türkiye ihtiyacının %36 sına kadar üretim yaptıkları, günümüzde ise bu oranın %15 le re gerilediği görülmektedir. **Gerek maliyetlerin yüksekliği, gerek verimlilik düşüklüğü ve gerekse mevcut Pazar büyüklüğü, üreticilerin rekabet gücünü olumsuz etkilemekte ve işletmeler bu koşullarda ayakta kalmayı başaramamaktadırlar. Bu durumda gerçekleştirilmesi gereken temel hedefler; maliyetleri düşürmek ve mevcut pazarı büyütme-ktir.**

Maliyetleri düşürebilmek için; girdileri satın almak yerine üretebilmek, daha gelişmiş üretim teknolojilerini kullanabilmek, ürünü soğuk hava depolarında korunabilir kılmak temel görevlerdir. Fakat bu önerilerin yapılabilirliği, küçük kapasiteli birçok işletme halinde piyasada yer almak yerine, güçlerin birleştirildiği büyük organizasyonlara dönüşebilmeye bağlıdır. Bu durum, aynı zamanda, fiyatın belirlenmesinde söz sahibi olabilmenin de temelidir. Çözüm için sunulan öneriler arasında en fazla bir anonim şirket bünyesinde birleşme fikri destek bulmuştur. Yöredeki küçük üreticilerin bir araya gelerek güçlü bir anonim şirket bünyesinde faaliyetlerini sürdürmeleri yaşanan sorunların çözümünü mümkün kılacaktır. Çünkü profesyonel yönetici desteğine sahip böyle bir şirket güçlü finansal yapısı ile girdi üretimini,

etkin pazarlama sistemlerinin kurulabilmesini ve piyasa fiyatının oluşumunu etkileyebilme gücüne sahip olabilecektir. Yumurta üreticilerinin, yaygın biçimde, üretim teknolojilerini yenileyebilmele-
rinin de bu yolla mümkün olabileceği söylenebilir. Bu çözüm önerisinin hayata geçirilebilmesi için öncelikle örgütlenme kültürünün işletmeler tarafından öğrenilmesi gerekir.

Maliyetlerin düşürülmesi çalışmaları açısından unutulmaması gereken nokta, toplam maliyetlerin %70' ini yem maliyetlerinin oluşturduğudur. Sorunun en kritik kısmı; ülkedeki sosyo politik ve sosyo ekonomik koşulların (destekleme alımları gibi) yem maliyetlerinin dünya ortalamasının çok üstünde kalmasına neden olması ve bu durumun değişebilmesi için de ancak uzun vadeli yapısal değişimlerin gerekmesidir. Kısaca ülkedeki yapısal sorunlar çözülmeden bu konuda da önemli bir aşama sağlanamayacaktır.

Dolayısıyla, diğer bir alternatif olan mevcut pazarın büyütülmesi yaklaşımı, hem kısa vadede yapılabilecek hem de uzun vadeli avantajlar yaratabilecek bir alternatifi temsil etmektedir. Pazarın büyütülmesi ise, doğrudan, talep artışının sağlanması anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, tüketici davranışlarında yumurta tüketimine yönelik olumlu değişiklikler yaratılmalıdır.

Tüketici davranışlarının şekillendirilmesinde pazarlama fonksiyonunun sahip olduğu büyük gücü en üst düzeyde açığa çıkarabilmek; tüketiciye hitap eden en etkin mecraların kullanılması ve en etkili kampanyaların düzenlenebilmesi ile mümkündür ki bu nokta üretici işletmelerin bireysel olarak yapabildiklerini aşan bir durumdur. Dolayısıyla, hedef Pazar üzerinde kuvvetli ve kalıcı etkilerin yaratılabilmesi ancak üretici işletmelerin ortak bir organizasyonu ile gerçekleştirilebilecektir. Söz konusu organizasyon, tüm toplumu kuşatacak büyük kampanyaların yapılabilmesi ve sürdürülebilmesi için gereken parasal kaynak sıkıntısını giderebileceği gibi, gerek yasal otoriteler ve gerekse pazardaki gelişmeleri etkileme gücüne sahip çeşitli kurumlar karşısında ortak bir davranış birliğinin ve bir sinerji gücünün yaratılmasında da önemli bir potansiyele sahiptir. Böyle bir organizasyon sektördeki inisiyatifin, araçlarda değil, doğrudan üreticilerde olmasını sağlayacaktır.

Kısaca, Türkiye pazarındaki yumurta tüketimi gelişmiş ülkelere 1/3 oranına denk gelmektedir. Bu rakamların gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılması mevcut pazarın iki kat büyütülmesi anlamına gelmektedir ki bu da ancak pazarlama fonksiyonundan en geniş anlamda yararlanılması becerisine bağlıdır.

Diğer bir ifadeyle, bu doğrultuda yapılacak faaliyetlerin sonucunu belirleyecek temel faktör pazarlama faaliyetlerinin ötesinde, ulaşılacak, pazarlama etkinliğidir. Bu da kaynakların bir araya getirilerek aynı hedefe yönlendirilmesi ve üretici işletmeler arasında davranış birliğinin yaratılmasına bağlıdır. **Dolayısıyla üretici işletmelerin yumurta pazarındaki problemleri, ancak çok uzun vadede çözülebilecek olan "hammadde maliyeti sorunu" üzerinde vakit kaybederek değil, geniş bir vizyonun ifadesi olan "örgütlenme" ve**

"pazarlama" yaklaşımı üzerinde odaklanarak çözülebilecektir. "Örgütlenme" ve "pazarlama" yaklaşımlarının, aynı zamanda "hammadde maliyeti sorununu" da çözebilecek bir potansiyel taşıdığı üretici işletmelere öğretilmelidir.



TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Başkanı Petek Ataman, sağlıklı yumurta için gerekli olan koşulları anlattı...

Köy Yumurtası Organik mi?

Yaratılan bilgi kirliliği nedeniyle organik ürünler dışındaki ürünlerin, özellikle gelişen teknolojiye bağlı olarak gelişmiş tekniklerin kullanımıyla üretilen ürünlerin sağlığa zararlı olduğuna inandırılmış ve klasik yöntemlerle üretilen ürünlerden korkar hale getirilmiş bir tüketici grubu var. Hal böyle olunca, organik ürünlere yönelim de çok artıyor, bu hassasiyeti kullanmaya çalışanlar da çıkıyor. Ülkemizde ürünleri organik olmadığı halde organikmiş izlenimi uyandıranlar, akıl karıştırıcı biçimde ve piyasa değerinin çok üzerinde fiyatla ürünlerini pazarlamaktadır.”

TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Başkanı Petek Ataman, tavuk ve yumurtanın, klasik veya organik hangi yöntemle yetiştirilmiş olursa olsun, “güvenli” kabul edilebilmesi için yasalarla oluşturulan kurallara uygun üretilmesi ve tüketiciye ulaşması gerektiğini belirtti.

AA muhabirinin, “Organik”, “Free Range (Serbest gezinen)”, “Doğal Besi”, “Doğal” ve “Köy” ibareleriyle satışa sunulan tavuk eti ve yumurtayla ilgili sorularını yanıtlayan Ataman, organik tarımın, tarım ve veteriner ilaçları ile kimyasal gübrelerin kullanımından kaynaklı kalıntı ve çevre kirliliği sorununu çözmek amacıyla ortaya çıktığına dikkati çekti.

Ataman, bu nedenle organik üretimde kullanılan tohumdan yeme, toprağın yapısından hayvan barınağı/kafesin özelliklerine kadar her şeyin kurala bağlandığını söyledi.

Ağırlıklı biyolojik mücadele yöntemleri kullanılması nedeniyle organik ürünlerde, kuralına uygun üretildiğinde kalıntı riski bulunmadığını kaydeden Ataman, “Bu açıdan, sağlıklı ürünlerdir. Ancak bu ürünler, mikrobiyolojik bulaşlar, hastalık etmenleri içermeleri açısından daha az riskli değildir. Diğer yandan kuralına uygun olarak üretilen ancak organik olmayan ürünler de insan sağlığına uygun ürünlerdir. İçerebilecekleri maksimum kalıntı limitleri belirlenmiştir. Her iki durumda da önemli olan, mevzuatla belirlenen kuralların etkin biçimde denetimidir” diye konuştu.

Ataman, organik ürünleri tercih eden bir tüketici topluluğu bulunduğuna değinerek, şöyle devam etti:

“Ancak bir de yaratılan bilgi kirliliği nedeniyle organik ürünler dışındaki ürünlerin, özellikle gelişen teknolojiye bağlı olarak gelişmiş tekniklerin kullanımıyla üretilen ürünlerin sağlığa zararlı olduğuna inandırılmış ve klasik yöntemlerle üretilen ürünlerden korkar hale getirilmiş bir tüketici grubu var. Hal böyle olunca, organik ürünlere yönelim de çok artıyor, bu hassasiyeti kullanmaya çalışanlar da çıkıyor. Ülkemizde ürünleri organik olmadığı halde organikmiş izlenimi uyandıranlar, akıl karıştırıcı biçimde ve piyasa değerinin çok üzerinde fiyatla ürünlerini pazarlamaktadır.”

Organik ürünlerin fiyatının, klasik ürünlere göre fazlalığının normal olduğuna işaret eden Ataman, “Ancak oluşan tüketici hassasiyetiyle fiyat farkı, zaman zaman mantıklı bir biçimde açıklanamayan boyutlara varmaktadır” dedi.

Birçok Ürün Organik İddiası veya İmasıyla Tüketicie Ulaşılabiliyor

Petek Ataman, organik ürünlerin, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş kurumlarca sertifikalandırıldığına ve kontrol edildiğine dikkat çekerek, şunları kaydetti:

“Bakanlığın, kurduğu bu sistemin doğru işleyip işlemediğini de denetlemesi gerekiyor. Yani hem yetkilendirdiği kurumları hem de örnekleme yöntemiyle piyasadaki organik ürünleri denetlemesi gerekiyor. Bu denetimlerin yeterli olduğunu söylemek mümkün değil. Organik olmayan birçok ürün, organik iddiası veya imasıyla tüketiciye ulaşabiliyor. Bu sistemde izlenebilirlik de çok önemli. Organik üretim konusunda sertifikalandırılmış olan kuruluş veya kişi tarafından üretilebilecek ürünün miktarı, bellidir. İşletme kapasitesi, kümes büyüklüğü, aslında somut verileri sunar. Pazardaki ürünün bu miktara uygun olup olmadığının denetlenmesi, en az sertifikalı olup olmadığının denetlenmesi kadar önemlidir.

İster klasik, ister organik yöntemle yetiştirilsin, ürünler, yasalarla oluşturulan kurallara uygun olarak üretildiği ve tüketiciye ulaşması sağlandığı süreçte güvenlidir. Önemli olan bu kurallara uygunluğun denetiminin etkin biçimde yapılması, usulsüzlük yapanları caydırıcı uygulamaların hayata geçirilmesidir.”

Köyde Üretilmesi Organik Olduğu Anlamına Gelmez

Bir ürünün köyde hatta kendi bahçemiz ya da çiftliğimizde üretilmesinin,

“organik” olduğu anlamı taşımadığına işaret çeken Ataman, kullanılan girdilerden, temizlik ve dezenfeksiyonda kullanılan malzemelerin tümüne, üretimde kullanılan yöntemlere kadar tüm ayrıntıların kurallara uygun olması gerektiğini, üretimin yapıldığı yerin yakınından geçen bir karayolu ya da çevrede bulunan sanayi tesisinin varlığının, üründe hiçbir kimyasal girdi kullanılmasa dahi organik olma koşullarının bozulmasına yol açabileceğini anlattı.

Ataman, bir ürünün organik olduğunun, etiketinde yer alan Türkiye logosundan anlaşılacağını belirterek, adında “doğal”, “köy” gibi ifadelerin yer almasının, tahta kasalar veya samanlar içerisinde satışa sunulmasının, o ürünün organik olduğu anlamına gelmediğini ifade etti.

Antibiyotik Kullanımı

Organik hayvansal üretimde birincil hedefin, hastalıkları önleyici tedbirler uygulanması olduğunu vurgulayan Ataman, “Ancak buna rağmen hayvan sağlığı için zorunlu durumlarda yetkilendirilmiş kurumun izniyle antibiyotik kullanımı mümkündür. Bu durumda, antibiyotik kullanımıyla bu hayvanlardan organik ürün elde edilme tarihi arasındaki bekleme süresi, klasik yetiştiriciliktekinin iki katıdır. Diğer yandan, klasik yetiştiricilikte de sanıldığı gibi yemlere hastalıklara önleme amacıyla antibiyotik ilavesi serbest değildir. Önemli olan, her iki durumda da denetimlerin iyi yapılması ve yasal arınma süreçlerine uyulduğunun garanti edilmesidir” diye konuştu. (AA/İZMİR) Kaynak: <http://www.internethaber.com/koy-yumurtasi-organik-mi-526622h.htm>





Tarım Reformu Genel Müdürlüğü Teşkilatlanma Daire Başkanlığı Çalışmaları



Ülkemizde 1863 yılında kurulan “Memleket Sandıkları” ile başlayan tarımsal üreticilerimizin örgütlenme çabaları, günümüzde 11.420 tarımsal amaçlı kooperatif, 679 Tarım Kredi Kooperatifi, 801 tarımsal üretici birliği ve 265 ıslah amaçlı yetiştirici birliği çatısı altında toplanan 11 milyon üretici tarafından sürdürülmektedir. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Merkez Teşkilatı

Görev Yönergesi ile Tarım Reformu Genel Müdürlüğü Teşkilatlanma Daire Başkanlığı'na tarımsal üretici örgütleri ile ilgili olarak araştırma, geliştirme ve koordinasyon gibi başlıklar altında toplanabilecek görevler verilmiştir. Teşkilatlanma Daire Başkanlığı bünyesindeki Teşkilatlanma, Üretici Birlikleri, Mevzuat ile Projeler ve Dış İlişkiler Çalışma Grupları ile sürdürülen bu çalışmalar ve hedefler aşağıda sunulmuştur.

ARAŞTIRMA ÇALIŞMALARI

Görevler:

- Kuruluşları Bakanlığımızca yapılan kooperatiflere ait bilgileri toplamak, değerlendirmek
- Çiftçilerin teşkilatlanması ve kooperatifçiliğin geliştirilmesi için etüt ve araştırmalar yapmak, yaptırmak

Gerçekleşmeler:

- Tarımsal Üretici Örgütleri Veri Tabanı oluşturuldu.

Hedefler:

- İl Müdürlüklerimiz tarafından güncel bilgi girişlerinin yapılması ve tarımsal kooperatif kuruluşlarının internet ortamından gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.

GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI

Görevler:

- Kooperatif ve birliklerin eğitim faaliyetlerinin mevzuata uygun olarak yürütülmesini sağlamak

Gerçekleşmeler:

Bakanlığımız ile Alman Kooperatifleri Konfederasyonu (Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisen Verband - DGRV) arasında 28.07.2006 tarihinde imzalanan protokol ile “Türkiye’de Tarımsal Amaçlı Kooperatif Örgütlerin Desteklenmesi Projesi” başlatılmıştır. Uygulama önce Kastamonu ilimizde başlamış, daha sonra Erzurum, Aksaray, Karaman ve Nevşehir illerimiz de proje kapsamına alınmıştır. Proje 2006 yılında 3 yıl için uygulamaya konulmuş olup, 2008 yılında 3 yıl, 2011 yılında 2,5 yıl uzatılmıştır. Proje illerinde faaliyet gösteren kooperatif yönetici ve ortaklarından 12.259 kişiye;

- Kooperatifçiliğin esasları
- Modern yönetim teknikleri
- Muhasebe ve defter tutma
- Kooperatifçilik uygulamaları
- Girişimcilik

• Tedarik ve pazarlama gibi genel konuların yanı sıra, kooperatiflerin faaliyet konularına göre Ormancılık, Orman İşçiliği, Süt Sığırcılığı, Süt Sığırlarında Bakım ve Besleme, Süt Hijyeni, Barınaklar, Sun’i Tohumlama, Buzağı Besleme, Yem Bitkileri eğitimleri verilmiştir.

• Ayrıca teknik geziler düzenlenerek, kooperatifler ve bölge birlikleri arasında bilgi ve deneyim paylaşımı sağlanmaktadır.

Proje faaliyetleri sonucunda pilot kooperatiflerde aşağıdaki gelişmelerin sağlanmıştır:

- Genel kurullara katılım artmıştır.
- Pilot kooperatiflerin çoğunda yönetim kurulları düzenli toplanmaya başlamış, uzlaşarak karar alma, kararları deftere zamanında kayıt etme, kararlara bağlı olarak faaliyet yapma konularında ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir.
- Çoğu pilot kooperatifte denetim kurulları çalışır hale gelmiştir.
- Genel kurul hazırlık çalışmalarını ana sözleşme hükümlerine uygun olarak yapan pilot kooperatif sayısı artmıştır.

• Muhasebeciler tarafından hazırlanan gelir-gider tablosu ve bilanço gibi belgeleri okuyup yorumlayabilen yönetici ve denetçiler yetiştirilmiştir. Bilinçli yönetici ve denetçi sayısı arttırılmıştır.

• Ortaklarına hesap veren, onları bilgilendiren yönetim kurulu sayısı artmıştır.

• Sayıları az da olsa, kooperatiflerinin misyon ve vizyonunu tanımlayan yönetim kurulları mevcuttur.

• Bazı pilot kooperatifler farklı kaynaklardan eğitim projelerine başvurmuş ve gerçekleştirmiştir.

• Ortaklarına hizmet vermek amacıyla farklı girişimlerde bulunan (Market açma, kantar kurma, ortak makine alma, süt işleme tesisi kurma gibi) kooperatif sayısı artmıştır.

Hedefler:

• Kooperatif ortaklarına yönelik eğitim amaçlı 5 adet broşür ve 10 adet elektronik dosya hazırlığına başlanmıştır.

• 2013 yılında kooperatifçilik ve hayvancılık konularında kadın eğitimlerine başlanacaktır.

• Eğitimlerin Milli Eğitim Bakanlığı Yaygın Eğitim Modül Programlarına dönüştürülmesi çalışmaları devam etmektedir.

Görevler:

• Tarımla ilgili birlik ve konseylerin kurulma ve çalışma esaslarını belirlemek

• Çiftçi kuruluşlarının ana sözleşme ve tüzük değişiklikleri ile ilgili taleplerini incelemek, uygun görülenleri kabul etmek

• Çiftçi Kuruluşları için tip ve örnek ana sözleşme, tüzük, statü geliştirmek ve bunlarla ilgili uygulamaları takip etmek

• Gerekli hallerde kooperatifler ve üst kuruluşları ile tarımsal amaçlı birliklerin ana sözleşme değişikliklerini yapmak

Gerçekleşmeler:

• 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu kapsamında kurulan Tarım Kooperatifleri Birliklerinin merkez düzeyinde örgütlenmelerini sağlamak amacıyla Tarım Kooperatifleri Merkez Birliği Anasözleşmesi hazırlanmış ve kuruluşu tamamlanmıştır.

• Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Merkez Birliği ile Burdur, Zonguldak, Kastamonu Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birlikleri ile Hayvancılık, Sulama ve Tarım Kooperatifleri Birlikleri Anasözleşmelerinde değişiklikler yapılmıştır.

Hedefler:

• Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planında ortaya konulan hedef ve eylemler çerçevesinde yeni bir “Kooperatifler Kanunu” yazılması için Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı temsilcilerinin katılımları ile 16 adet çalışma toplantısı düzenlenmiştir. Kanun taslağının yazılma aşaması tamamlanmış olup, taslağın akademik düzeyde tartışılması sonucunda, metne son şekli verilecek ve kooperatiflerden sorumlu bakanlıklar, ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütlerinin görüşüne sunulacaktır. Kanunun yasalaşması halinde, ilgili Kanun kapsamında kooperatiflerden sorumlu diğer Bakanlıklarla birlikte 22 Yönetmelik hazırlanacaktır. Bu Kanuna dayalı olarak, halen kurulu bulunan tarımsal amaçlı kooperatif ve üst kuruluşlarının, daha etkin ve güçlü olmalarını sağlamak için kuruluş esasları, ortak sayıları ve çalışma konuları ve faaliyetlerini kayıt altına alan, şeffaflık ve izlenebilirliğinin sağlandığı yeni örnek anasözleşmeler hazırlanacak ve intibakları yapılacaktır.

• 5996 sayılı Kanuna dayalı olarak çıkarılan “Islah Amaçlı Hayvan Yetiştirici Birliklerinin Kurulması ve Hizmetleri Hakkında Yönetmelik” gözden geçirilerek ıslah amaçlı yetiştirici birliklerinin görevleri yeniden tanımlanacak ve diğer üretici örgütleriyle olan görev çatışması giderilecektir.

• 5200 sayılı Kanun Kapsamında Kurulan Üretici Birliği ve Merkez Birliklerinin tüzükleri uygulamada karşılaşılan sorunların çözümünü kolaylaştırmak ve ekonomik gelişmeler göz önünde tutularak örnek Birlik ve Merkez Birliği Tüzüğü Hazırlanacaktır.

Görevler:

• Kooperatifler Kanunu kapsamındaki tarımsal amaçlı kooperatif ve üst kuruluşları ile tarım kredi kooperatifleri ve üst kuruluşlarının kuruluş taleplerini incelemek, işlemlerini yürütmek

• Tarımsal amaçlı kooperatifler ve tarımsal amaçlı birliklerin kuruluş işlemlerini gerçekleştirmek

• Çiftçi kuruluşlarının olağan ve olağanüstü genel kurullarında gerektiğinde temsilci bulundurmak, genel kurul evraklarını incelemek

• Çiftçi kuruluşlarının fesih ve birleşme işlemlerini yapmak

• Gerekli hallerde kooperatifleri ve üst kuruluşları ile tarımsal amaçlı birlikleri olağanüstü genel kurul toplantısına götürmek

• Ulusal ve uluslararası nitelikteki çiftçi kuruluşları, meslek odaları, vakıflar ve benzeri hizmet yapan kuruluşların teşkilatlanmasına yardımcı olmak

Gerçekleşmeler:

Bakanlığımız faaliyet alanında bulunan üretici örgütleri, türlerine göre farklı kanunlara (1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu, 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu, 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, 6964 sayılı Ziraat Odaları ve Ziraat Odaları Birliği Kanunu) tabi olarak kurulmakta ve faaliyet göstermektedirler.

• 5200 Sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanununa göre kurulan üretici birlikleri ile ilgili çalışmalarla bu güne kadar, 10 adet Üretici Merkez Birliği ve Ürün/Ürün Grubunda 804 adet Üretici Birliği kuruluşu gerçekleştirilmiş, 63 adet Üretici Birliğinin tüzüğünde mevzuata uygun bulunan değişiklikler yapılmış, 64 üretici birliğinin fesih işlemleri yapılmıştır.

• 4 Islah Amaçlı Hayvan Yetiştirici Merkez Birliği genel kurulunu yapmıştır.

Hedefler:

17 Ekim 2012 tarihinde Sayın Başbakanımızın katılımıyla kamuoyuna açıklanan Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı'ndaki aşağıdaki hedeflere ulaşılmasında Bakanlığımız diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmaktadır:

• Kooperatifçilik eğitim ve araştırma faaliyetlerini yürütecek bir yapılanmaya gidilecektir.

• Örgütlenme kapasitesi ve kooperatifler arası işbirliği olanakları arttırılacaktır.

• Sermaye yapısı ile kredi ve finansmana erişim imkânları güçlendirilecektir.

• İç ve dış denetim sistemleri tümüyle revize edilecektir.

• Kurumsal ve profesyonel yönetim kapasitesi arttırılacaktır.

• Mevzuat altyapısı uluslararası esaslara ve ihtiyaçlara göre geliştirilecektir.

Ayrıca görevler kapsamında gerçekleştirilen diğer çalışmalar şunlardır:

• 5996 Sayılı Kanuna istinaden hazırlanan, Islah Amaçlı Hayvan Yetiştirici Birliklerinin Kurulması ve Hizmetleri Hakkında Yönetmelikte, uygulamada sıkıntı yaşanan maddelerin düzenlenip değiştirilmesi için çalışmalar devam etmektedir.

• Şu ana kadar kuruluşu gerçekleştirilen 263 Islah Birliği ve 4 adet Merkez Birliğinin kurumsallaşmasını sağlamak için çalışmalar sürmektedir.

• Tavuk Yetiştiricileri Birliği kurulmuş illerden gelecek talepler doğrultusunda Tavuk Yetiştiricileri Merkez Birliği kuruluşu hedeflenmektedir.

• İl ve Merkez Birlikleri yönetim kurulu üyeleri ve çalışanlarına yönetmelik, kuruluş belgesi ve diğer mevzuata ilişkin eğitim çalışması yapılması hedeflenmektedir.

Görevler:

• Avrupa Birliğine uyum çerçevesinde faaliyette bulunmak

• Uluslararası çiftçi örgütleri ile işbirliği yapmak ve koordinasyonu sağlamak.

Gerçekleşmeler:

• Avrupa Birliği'ne uyum çalışmalarına katkı sağlamak ve özellikle uygulamaya yönelik bilgi ihtiyacının karşılanması amacıyla, Daire Başkanlığının sorumlu olduğu tarımsal üretici örgütlerinin AB'ye uyumu açısından yeni mevzuatının hazırlanması, teknik alt yapı ve kurumsal kapasitenin arttırılması ve bu amaçla AB Proje Fonlarından (Eşleştirme, Teknik Yardım) faydalanılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda AB Üre-

tici Örgütlenmesi ve Ortak Piyasa Düzenleri konulu 5 seminer verilmiştir.

Hedefler:

• Meyve-sebze sektöründe 1 uzman çalışması ve 1 çalışma ziyareti, zeytin ve zeytinyağı sektöründe de 1 uzman çalışması ve 1 çalışma ziyareti ile IPARD kapsamında üretici örgütlerinin kurulması ile ilgili 102 nolu tedbirin 2014 yılı sonrası uygulamasına yönelik modifikasyonu ile ilgili 1 uzman çalışması olmak üzere; toplam 5 adet eğitim teklifi ön kabul almıştır.

• Hollanda - Türkiye Tarım Anlaşmasına daha önce hazırlanan "Hollanda'da Ortak Piyasa Mekanizması kapsamında balıkçılık üretici örgütlerinin mezat etkinliği ve Türkiye'de elektronik mezat sistemlerin kurulması" başlıklı G2G projesi dâhil edilmiştir. Mutabakatın uygulamaya başlaması beklenmektedir.

• Avrupa Birliği Katılım Öncesi Aracı 2011 Yılı Programlaması 2. Paket kapsamında, 1 milyon Avro bütçeli "Balıkçılık Üretici Örgütlerinin Kurumsal Kapasitelerinin Arttırılması adlı Eşleştirme Projesinin, ihalesinin 2013 yılında tamamlanması ve uygulamaya başlaması beklenmektedir. Projenin amacı; kurumsal ve yasal çerçeve oluşturarak AB Ortak Balıkçılık Politikası kapsamında Ortak Piyasa Düzeninin etkin bir şekilde uygulanması için Türk Balıkçılık Sektörünü hazırlamaktır. Bunun için ilgili balıkçılık müteşebbatı ile destek mekanizması için yasa taslağı hazırlanacak ve politika geliştirilecektir. Eğitim, çalışma ziyaretleri ve bilgilendirme kampanyaları yoluyla üretici örgütlerinin ve Bakanlığın teknik ve kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi, farkındalık oluşturulması ve bilgi arttırılması hedeflenmektedir. Bu projeyi meyve, sebze, zeytinyağı, hayvansal ürünler takip edecektir

• Bölgesel işbirliği kapsamında yer alan ülkeler ile ülkemiz arasında imzalan mutabakat zaptında tarımsal üretici örgütlenmesi ile ilgili olarak İspanya, Hollanda ve Fransa mutabakat zabıtlarına üretici örgütlenmesi konusu başlık olarak eklenmiş bulunmaktadır. Söz konusu anlaşmalar çerçevesinde; eğitim, seminer, çalıştay, fuar düzenlenmesi ve katılımı, ortak yatırım girişimleri ya da ortak projeler yürütülmesi gibi işbirliği uygulamaları başlatılması beklenmektedir.

• Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) Türkiye Temsilciliği'ne Teknik İşbirliği Programı kapsamında Daire Başkanlığımızca 2012 yılı için 300.000 ABD Doları bütçeli bir TCP Projesi hazırlanmıştır. "Üretici Örgütleri Üst Kuruluşlarının Kurumsal Kapasitelerinin Güçlendirilmesi Projesi" FAO Merkezinde değerlendirilmek üzere iletilmiş olup 2013 yılı içinde değerlendirilecektir. FAO/ Türkiye Ortaklık Programı çerçevesinde 200.000 ABD Doları bütçeli ortak bir "El Sanatları Eğitimi Mezunlarının Örgütlenme, Girişimcilik ve Tasarımcılık Niteliklerin Arttırılması Projesi FTTP Projesi

hazırlanmıştır. Proje, şu anda FAO/SEC Ofisinde bekleyen yedek projeler arasındadır.

• Ankara Nallıhan'da, Polatlı'da ve Çubukta kümelenme çalışmaları yapılmasına ilişkin planlamalar sürmektedir. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi ve Çankaya Üniversitesi ile sürdürülecek çalışmalara yön vermesi amacıyla bir protokol hazırlanmıştır. Yerel ekonomik kalkınma kapsamında oluşturulan bu yeni destekleme modeli AB'ne uyum ile ilgili üretici örgütlenmesi konusunda sürdürülen uyum çalışmalar açısından da önemlidir.

KOORDİNASYON ÇALIŞMALARI

Görevler:

• Kooperatif ve birliklerin ödüllendirmeleri ile ilgili mali konuların mevzuata uygun olarak yürütülmesini sağlamak

Gerçekleşmeler:

• 2012 Uluslararası Kooperatifler Yılı kapanış toplantısı 19-23 Aralık 2012 tarihinde Antalya ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma konuları itibarıyla başarılı kooperatif yöneticilerine onurluk takdim edilmiştir. Yine aynı tarihlerde gerçekleştirilen, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda yapılan Kooperatifler yılı kapanış toplantısına ise Bakanlığımız Eğitim Yayın ve Yayınlar Dairesi Başkanlığı ile Kooperatif Merkez Birlikleri katılmışlardır.





Kendi Özgeçmişiniz

N. Serdar PAÇALI

Sen Tarım ve Sanayi A.Ş. -Dış Ticaret Dept.

İş arama sürecinde en yoğun olarak kullanacağınız araç, profesyonelce hazırlanmış özgeçmişiniz olacaktır. Kötü yazılmış ve düzenlenmiş bir özgeçmişin, iş arama sürecinde başarısız olmanıza yol açacağını unutmayın. Özgeçmişiniz hazır olduğunda onu gönderecek bazı yerlerinizin de olması gerekir. Özgeçmişinizi, ilk anda açık pozisyonu olan yerlere, yakın zamanda açılacak pozisyonları olan firmalara ve bu süreç içerisinde size yardımcı olabileceğini düşündüğünüz kimlere yollamalısınız.

İş arayışınızı hemen arkadaşlarınıza, tanıdıklarınıza duyurun. Ne kadar çok kişiye ulaşabilirseniz, başarı şansınız o kadar artacaktır. Ayrıca, eski çalıştığınız yerlerdeki meslektaşlarınıza, amirlerinize bu durumu duyurmak size büyük fayda sağlayacaktır. Çalışmayı hedeflediğiniz sektör veya sektörleri araştırmak, hedef firmaları tespit etmek için çok ciddi bir araştırma yapmak zorundasınız. Sadece, başvurularla kısıtlı kalacak bir iş arayışı başarısız olmaya mahkumdur. Özellikle, sektörünüzde faaliyet gösteren firmaların, ilan edilmemiş pozisyonları hedefiniz olmalıdır. Eğer orta kademe üstü bir pozisyonda iseniz gazetelerde bu tip pozisyonların oldukça kısıtlı sayıda ilan edildiğini unutmayın. İlişkiye geçmek istediğiniz firmaların listesini, ticaret odalarından, profesyonel derneklerden temin etmeniz oldukça kolay olacaktır. Spesifik olarak çalışmayı düşündüğünüz sektör ile ilgili bir profesyonel kuruluş biliyorsanız, öncelikle bu tür kuruluşlara başvurarak bilgi toplamaya çalışın. İnternet vasıtası ile de bir çok firmanın sitesine girerek detaylarının temin edebilirsiniz. Eğer farklı bir dalda kariyerinize devam etmeyi arzuluyorsanız sektörleri yakından takip ederek, en fazla geleceği olan iş kollarını tespit etmeniz gerekecektir.

İş arama sürecinde, belki de en fazla destek alabi-



leceğiniz kuruluşlar, profesyonel personel seçme ve yerleştirme hizmeti veren danışmanlık firmalarıdır. Bu konuda faaliyet gösteren firmalara, özgeçmişinizi yollamadan önce, yapacağınız kısa bir

Niteliklerinizi ifade edemiyorsanız, başarı şansınız çok düşecektir. Her profesyonel mülakat tekniklerini öğrenmek zorunda ve ne tür sorularla karşılaşacağı konusunda hazırlıklı olmalıdır.

telefon görüşmesi ile, sizin ilgilendiğiniz seviyede faaliyetlerinin varlığını ve özellikle hangi sektörlere hizmet verdiklerini tespit etmekte zaman kazanma açısından

yarar vardır. Yaptığınız telefon görüşmeleri ile, sektörünüzle ve profesyonel seviyenizle doğrudan ilgili olan firmalara, detaylı olarak hazırlanmış özgeçmişinizi göndermeniz gerekmektedir. Bu konuda faaliyet gösteren çoğu danışmanlık firması maalesef adaylarla genel görüşme imkanı yaratamamakta ve sadece size uygun olduğunu düşündükleri bir pozisyon ortaya çıktığında iş görüşmesine davet etmektedirler. İş aramanın en klasik yöntemidir. Özellikle, son yıllarda, iş piyasasının genişlemesi ile birlikte, gazeteler bu konuda ekler oluşturmuşlar ve bu eklerde sadece personel ilanlarını ilan etmeye başlamışlardır. Gazetelerde yayınlanan personel ilanları var olan istihdam pazarının sadece küçük bir bölümünü temsil etmektedir. İlan edilen pozisyonlara, başvuru yapmadan önce, ilanın en ufak detayına kadar okunması tavsiye edilmektedir.

İş Görüşmesi Ve İncelikleri

İşe girmenin en önemli aşaması olan iş görüşmesi tekniklerini öğrenmek aday için hayati önem taşımaktadır. Niteliklerinizi ifade edemiyorsanız, başarı şansınız çok düşecektir. Her profesyonel mülakat tekniklerini öğrenmek zorunda ve ne tür sorularla karşılaşacağı konusunda hazırlıklı olmalıdır. Yaptığınız görüşmeleri veya özgeçmiş gönderdiğiniz firmaların listesini muhakkak oluşturun. Eğer firma, yaptığınız başvuru üzerine size geri dönüyor ve siz ne zaman başvuru yaptığınızı bile hatırlamıyorsanız, bu olanağı daha baştan kaybetmişsiniz demektir. Özellikle yeni mezunlar bu konuda oldukça dikkatsiz davranmakta ve yaptıkları başvuruları hatırlamamaktadırlar.

Bunu sebebi de yeni mezunların, gördükleri her ilana ve firmaya ilgili olsun veya olmasın, özgeçmişlerini göndermeleridir. Mülakat sonrası alacağınız notlar, eğer mülakat sonucu olumsuz olarak gerçekleşmişse bir öz eleştiri yapma şansını verecektir.





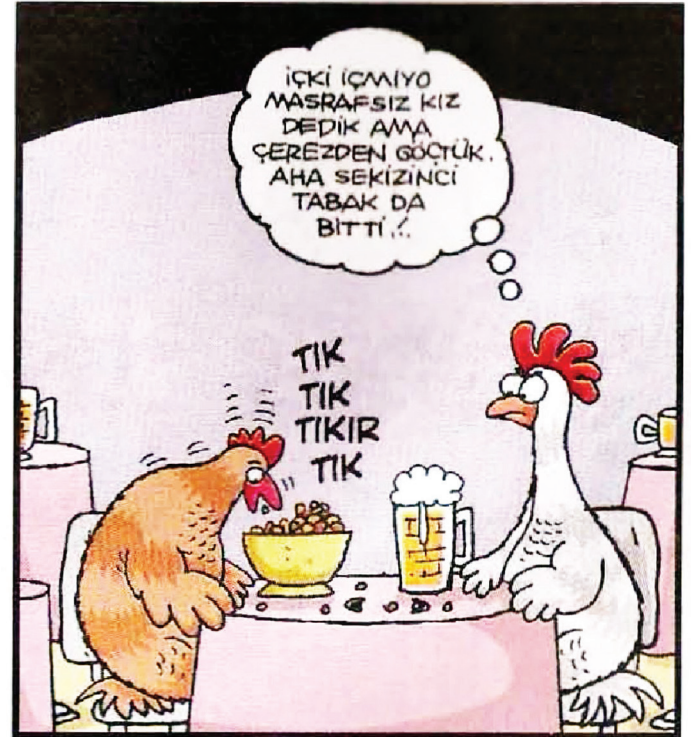
www.penguen.com



Erdil Yaşaroğlu © komikaze.net



Erdil Yaşaroğlu © komikaze.net



REKLAM FİYATLARI

Logo üstü.....	500 TL
1.sayfa alt kuşak.....	300 TL
Arka sayfa	500 TL
Ön kapak içi.....	400 TL
Arka kapak içi	300 TL
İç sayfalar Tam	200 TL
İç sayfalar Yarım	150 TL
İç sayfalar çeyrek	100 TL



Yumurta Üreticileri Merkez Birliği

Çetin Emek Bulvarı 1314. Cad. No: 4/6 Öveçler, ANKARA

Tel: 0 312 473 20 00 - Faks : 0 312 473 20 61

E-Posta : bilgi@yum-bir.org





YUMURTA ZİRVESİ 2013

31 Ekim-03 Kasım 2013

AKKA HOTELS ANTEDON / ANTALYA

Gelecek BİRLİK ile gelecek...

Saygıdeğer Üreticiler,
Değerli Paydaşlar,

Son yıllarda Türk yumurta sektörü gösterdiği gelişim ile dünyada dikkat çekmekte ve dünya yumurta üretimindeki konumunu korumaktadır. Sektörümüz 2012 yılı itibarıyla, 15 milyar âdeti aşan üretim ve 351 1 milyon dolara ulaşan ihracat rakamlarıyla, sürekli büyüme eğilimindedir.

Ekonomik krizler, yeni mevzuatlar, kanatlı sağlığı, hayvan refahı ve yeni gıda güvenliği yaklaşımları, yem ve yumurta fiyatları, tüketici talepleri, yumurta üretimine büyük etkiler yapıyor. Hepimiz biliyoruz ki bu etkiler gelecekte de artarak devam edecek ve üretim süreçlerini etkileyecektir.

- * Maliyetleri nasıl düşürebiliriz?
- * Tavuk hastalıkları ile nasıl baş edebiliriz?
- * Taze, güvenli yumurtayı, uygun fiyatla tüketiciye nasıl ulaştırabiliriz?
- * Yumurta tüketimini nasıl artırabiliriz?
- * Birlikteliğimizi nasıl güçlendirebiliriz?

Yum-Bir olarak tüm bu sorulara cevap aramak, çözüm yollarını tartışmak, yeni gelişmeleri paylaşmak ve “Dünya Yumurta Günü”nü beraber kutlamak üzere 31 Ekim - 03 Kasım 2013 tarihlerinde Antalya’da ilkinizi düzenlediğimiz “Yumurta Zirvesi”nde sizleri aramızda görmekten büyük mutluluk duyarız.

Gelin yumurtaları sepete beraber koyalım...
Saygılarımızla

Derya PALA
Yum-Bir Yönetim Kurulu Başkanı



www.yumurtazirvesi2013.org * www.yumurtazirvesi2013.org * www.yumurtazirvesi2013.org



İLETİŞİM :

Adres : Çetin Emek Bulvarı 1314. Cad. (8.Cad.) No : 4/6 Öveçler, ANKARA / TÜRKİYE
Tel : 0312 473 20 00 / Faks : 0312 473 20 61
E-Mail : bilgi@yum-bir.org



ORGANİZASYON SEKRETERYASI :

Adres : Atatürk Bulvarı No: 175/8 06680 Kavaklıdere - ANKARA / TÜRKİYE
Tel : 0312 419 84 80 / Faks : 0312 419 30 25
E-Mail : kongre@saltur.com.tr