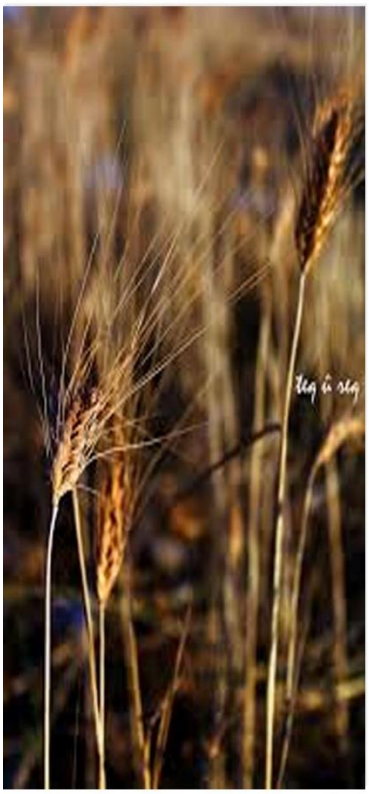


YÜKSEK RAKIM ÜRÜNLERİNİN MARKALAŞMASI

KUDAKA
KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSI
NORTHEAST ANATOLIA DEVELOPMENT AGENCY

T.C.
KUZEYDOĞU ANADOLU KALKINMA AJANSI

YÜKSEK RAKIM ÜRÜNLERİNİN MARKALAŞMASI

TRA1
2016

İçindekiler

İçindekiler 3
1. GİRİŞ 4
2. YÜKSEK RAKIM ve ETKİLERİ 5
Yüksek Rakımın Bitkisel Üretime Etkisi 8
Yüksek Rakımın Hayvansal Üretime Etkisi 9
3. YÜKSEK RAKIMDA YETİŞEN ÜRÜNLERİN ÖZELLİKLERİ 10
Yüksek Rakımda Yetişen Meyveler 10
Yüksek Rakımda Üretilen Süt Ürünleri 13
Yüksek Rakımda Üretilen Et Ürünleri 15
4. TÜRKİYE'DE YÜKSEK RAKIM BÖLGELERİ VE ÖZELLİKLERİ .. 16
5. YÜKSEK RAKIMDA ÜRETİM VE ÖNE ÇIKAN ÜRÜNLER 19
Yüksek Rakımda Öne Çıkan Tarımsal Ürünler 20
6. YÜKSEK RAKIM MARKASI 22
Markalaşma ve Marka Yönetimi 22
Tüketicinin Marka Tercihi 23
Yüksek Rakım Markasının Oluşturulması 24
Yüksek Rakım Markasının Geliştirilme Süreci 25
7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER 29
8. KAYNAKÇA 30

1

GİRİŞ

Yüksek rakım; hava basıncının, oksijen miktarının ve iklim koşullarının farklılaştığı özel alanlardır. Rakım yükseldikçe azalan hava basıncının ve oksijen miktarının her tür canlı yaşamı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Yüksek rakımın canlı yaşamı üzerindeki bu etkileri ***yaşanabilir yüksekliklerde*** bazı avantajları da beraberinde getirmektedir.

Yüksekte yaşamın daha sağlıklı ve bazı hastalık risklerini azalttığı, yüksek rakımda üretilen tarımsal ürünlerin sahip olduğu kalite ve lezzet üstünlüğü pek çok çalışmanın konusu olmuştur. Bu ürünlerin besin değerlerinin daha yüksek, raf ömrünün daha uzun, daha lezzetli, daha doğal ve hastalık risklerini önleyici etkilere sahip oldukları bilimsel olarak kanıtlanmıştır.

Ürün çeşitliliğinin oldukça fazla olduğu gıda pazarında son yıllarda sağlık, güzellik ve doğallık iddiası içeren gıdalara yönelik bir eğilim söz konusudur. Kalite, lezzet ve doğallık özellikleri ile fark yaratarak tüketicinin zihninde kalıcı bir yer edinen bu ürünler markalaşmakta ve bu ürünlere daha fazla fiyat ödeme eğilimi artmaktadır.

Bu bağlamda yüksek rakım ürünlerinin sahip olduğu üstün özellikler, pazarda farklılık yaratmak açısından önemli bir avantajdır. Geliştirilecek yüksek rakım markası, tüketicinin zihninde "yüksek rakım ürünlerinin daha kaliteli ve sağlıklı" olduğu imajını oluşturması, bu ürünlerin daha fazla tercih edilmesi ve değerinde pazarlanması açısından çok önemlidir.

Bu rapor, yüksek rakım ürünlerinin markalaşmasına yönelik gelecekte yürütülecek faaliyetler için araştırma sonuçlarını içeren bir kaynak ve dayanak olması amacıyla hazırlanmıştır. Raporda yüksek rakım ürünlerinin sahip olduğu üstün özellikler ortaya konulmuş, yüksek rakım bölgelerinin özellikleri ve öne çıkan yüksek rakım ürünleri hakkında bilgi verilmiştir. Son olarak yüksek rakım markası ve marka geliştirilme süreci yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

2

YÜKSEK RAKIM ve ETKİLERİ

Deniz seviyesinden yükseklik ***rakım*** olarak ifade edilmektedir. Yüksek rakım, deniz seviyesi ve yakın yükseklikteki alanlara göre canlı yaşamını etkileyen yükseklikteki alanlardır. Yüksek rakım sınırı ile ilgili farklı kabuller bulunmakta olup yaygın olarak havadaki oksijen dağılımının ve hava basıncının ölçü alınarak 1524 ile 3505 m yüksekliğe sahip alanlar yüksek rakım olarak kabul edilmektedir (Belen, 2012).

Yüksek rakım hava basıncının, havadaki oksijen miktarının ve iklim şartlarının farklılaştığı özel alanlardır. Bu farklılaşmanın temelinde rakım arttıkça havanın basıncı ve yoğunluğunun azalması, buna bağlı havadaki oksijen miktarının düşmesi, artan yükseltiyle beraber farklı iklim koşullarının oluşması yer almaktadır. Örneğin; 3650 m yükseklikte solunan havadaki oksijen miktarı deniz seviyesine oranla %40 daha az olup benzer şekilde 5500 m yükseklikte oluşan hava basıncı ise deniz seviyesindeki değerinin yarısına inmektedir. Hava içindeki oksijen oranı rakım yükseldikçe değişmemekte ancak basıncın azalmasına bağlı olarak oksijen molekülleri rakım yükseldikçe seyrekleşmektedir.

Rakım yükseldikçe iklim koşulları farklılaşır. Bunun sebebi artan rakımın sıcaklık, nem, yağış, radyasyon ve rüzgar gibi iklim elemanları üzerindeki etkileridir. Rakım artışının iklim elemanları üzerindeki etkileri şöyledir:

Artan sıcaklık: Atmosfer sıcaklıkları ekvatordan kuzey ve güneye gittikçe, aynı enlemde ise rakım yükseldikçe düşmektedir. Aynı enlemde bulunan farklı yükseklikteki alanlarda farklı sıcaklıklar görülmekte olup deniz seviyesinden yükseğe çıktıkça her 100 m kuru havada sıcaklık 1°C, nemli havada 0,6°C düşmektedir. Yüksek rakımda gece gündüz arası sıcaklık farkları yüksektir. Her yüz metrelik rakım artışında atmosfer sıcaklığında 0,6°C azalma gözlenmektedir.

Azalan nem: Rakıma yükseldikçe azalan sıcaklık su yüzeyinden buharlaşmayı ve havanın su tutma kapasitesini düşürür. Böylelikle ortamın nem oranı azalır.

Yağış miktarının artması: Ilıman iklim kuşağında, her hangi bir ekolojide rakımın artması sonucu atmosfer sıcaklığı azalmakta ve yağış miktarı artmaktadır. Hava akımı yüksek rakımlı bölgelerden geçerken taşımış olduğu nemin büyük bir kısmını yağış şeklinde bırakmaktadır.

Artan ışık yoğunluğu ve radyasyon: Yüksek rakımlı yerlerde ışık yoğunluğu ve güneş radyasyonu artar.

Artan rüzgar hızı: Rakımın artmasıyla rüzgâr hızında da artış gözlenmektedir. Düşük rakımda sıcak havanın genişleyerek yükselmesi, yüksek rakımdaki soğuk havanın daha düşük rakımdaki alanlara çökmesi sonucu hava hareketi gerçekleşir (Aslantaş & Karabulut, 2007).

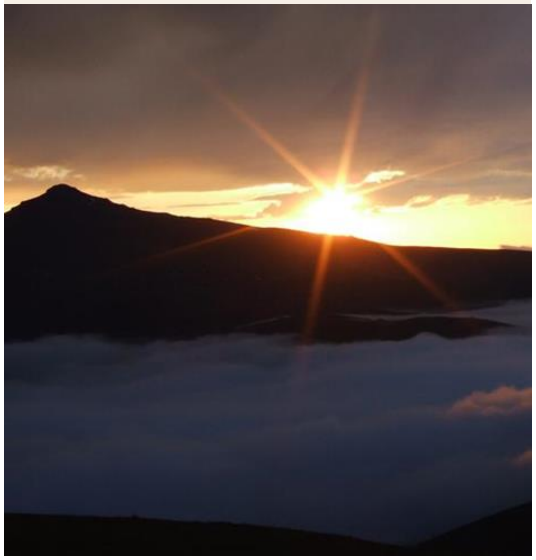
Yüksek rakımda oksijenin azalması, basıncın düşmesi ve iklim özelliklerinin değişimi gibi etmenler canlı metabolizmaları üzerinde farklı etkiler göstermektedir. Oksijen basıncının azalmasına bağlı olarak insan ve hayvanlarda kan basıncı artar, adrenalin ve kortizon salgılanır, kalp ritmi değişir. Bu etkiler rakımın yaşanabilir yüksekliği aşması durumunda ise vücutta ciddi komplikasyonlara neden olabilir.

Benzer şekilde yüksek rakımın oluşturduğu düşük sıcaklık, yüksek sıcaklık farkı, rüzgâr, nem vb. ikim şartları bitkilere önemli etkilerde bulunmaktadır. Rakım arttıkça sıcaklık düşmekte, aynı zamanda UV radyasyonu artmakta ve bitkiler daha fazla fotosentez yapmaktadırlar. Yüksek rakımda düşük ortam sıcaklığından dolayı bitkilerin vejetasyon süresi artmaktadır.

Yüksek rakımın canlı yaşamı üzerindeki bu etkileri ***yaşanabilir yüksekliklerde*** bazı avantajları da beraberinde getirmektedir. Yüksekte yaşamın sağlıklı ve bazı hastalık risklerini azalttığına yönelik bulgular içeren pek çok çalışma bulunmaktadır.

Yüksekte yaşam canlılar için pek çok avantajı beraberinde getirir. Yüksek rakımda yaşayan insanlarda kalp hastalıkları gelişimi ve obezite riski daha azdır.

Yüksek rakımda yetiştirilen sebze ve meyvelerin beslenme değerlerinin yüksek ve daha lezzetli; rakımı yüksek alanlarda yetişen hayvanların et ve sütlerinin ise yağ, kolesterol ve protein değerleri açısından daha besleyici olduğunu kanıtlayan pek çok araştırma mevcuttur.



Colorado'da 2013 yılında yapılan bir çalışmada deniz seviyesinde obezite riskinin 5 kat daha arttığı, yüksek rakımda haftada bir gün antrenman yapmanın deniz seviyesine göre daha fazla incelme sağladığı belirtilmektedir. Ayrıca Benjamin Honig'in Epidemoloji ve Halk Sağlığı dergisinde yayınlanan bir yazısından yüksek rakımda yaşayan insanlarda kalp hastalıkları gelişiminin düşük olduğu belirtilmektedir. Yüksek rakımda yaşayan insanların hayat sürelerinin uzun olduğu kanısı oldukça yaygın olup, Himalaya dağlarında bulunan köylerde yaşayanların uzun ömürlü olmaları da buna örnek olarak gösterilmektedir.

Ayrıca yüksek rakımda yetiştirilen sebze ve meyvelerin beslenme değerlerinin yüksek ve daha lezzetli olduğunu belirten pek çok araştırma bulunmaktadır. Rakımı yüksek alanlarda yetişen hayvanların et ve sütlerinin ise yağ, kolesterol ve protein değerleri açısından daha besleyici olduğu da bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Bu bölümde rakımın yükselmesiyle değişen ortam özelliklerinin ve iklim elemanlarının bitkisel ve hayvansal üretime etkisi ve ortaya çıkan değişimler incelenmiştir.

Yüksek Rakımın Bitkisel Üretime Etkisi

Bitkisel üretimde uygun ekolojik ortamın sağlanması üretimi etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Ekolojik ortamın farklılığı ekvatora uzaklık, su kitlesine yakınlık, topoğrafya ve rakım gibi özelliklere bağlı olarak değişmektedir. Yüksek rakıma bağlı olarak oluşan sıcaklık, nem, radyasyon, basınç ve rüzgâr gibi iklim elemanlarındaki değişim bitkisel üretimde önemli bir rol oynamaktadır.

Rakıma bağlı olarak sıcaklığın düşmesi bitkilerin vejetasyon dönemini ve meyvelerin çiçeklenme süresini uzatmaktadır. Her 33 metre yükseklik artışında aynı çeşide ait meyve ağaçlarının çiçeklenmesi ortalama 1 gün gecikmektedir. Yapılan bilimsel araştırmalara göre, serin iklime sahip olan yerlerde bitkilerde olgunlaşma yavaştır. Bitkilerde sap yerine yaprak sayısı artar ve yapısal maddelerin yerine daha çok soğuğa dayanıklılık için biriktirilen eriyebilir şekerler ile proteinler depolanır.

Yüksek rakımda gece sıcaklıklarının düşük olması sonucunda bitkiler gündüz ürettikleri fotosentez ürünlerini, gece uygun sıcaklık olmadığı için daha az tüketirler. Gece sıcaklığının yüksek olduğu yerlerde gündüz üretilen fotosentez ürünlerinin büyük bir kısmı gece tüketilmektedir. Rakımı yüksek alanlarda gece tüketilmeyen bu ürünlerin çoğunluğu eriyebilir karbonhidrat olarak depolanmaktadır. Bu bağlamda yüksek rakımlı yerlerde yetişen yem bitkilerinin, meyvelerin ve sebzelerin besleme ve kalite değeri daha yüksek olmaktadır (Yavuz, 2010).

Ayrıca rakım artışı ile artan UV ışınlarının bitkilerde bodurlaşmaya, yaprak alanının küçük kalmasına, yapraklarda kalınlaşmaya, tüylenmeye ve koruyucu pigmentler sentezleyerek yoğun renklenmelere neden olduğu belirlenmiştir. Çalışmalar artan UV radyasyonunun bitki hastalıklarına da engel olduğunu göstermektedir (Aslantaş & Karabulut, 2007).

Yüksek Rakımın Hayvansal Üretime Etkisi

Hayvan yetiştiriciliğinde verim yerel koşullardan doğrudan etkilenmektedir. Yüksek rakımda yetiştirilen hayvanların düşük sıcaklık ve nem gibi iklim şartlarına ve az oksijen alımına adaptasyonları gelişmiştir. Dayanıklılığı artıran bu durum hayvancılık açısından avantaj sağlamaktadır.

Bunun yanında rakım yükseldikçe insan faaliyetleri azalmakta ve doğal yapı; zirai ilaçlar, hava kirliliği, atıklar vb. faktörlerden daha az etkilenmektedir. Bozulmamış doğal alanlar yüksekte yapılan hayvan yetiştiriciliği için kaliteli beslenme alanı sunmaktadır. Rakımın yüksek olduğu alanlarda hayvancılık yaygın olarak çayır ve meraya dayalı olarak yapılmaktadır. Yüksek rakımlarda yer alan çayır ve meralarda bitki çeşitliğinin fazla olması, bu yükseklikteki bitkilerin besleyici değerlerinin yüksek olması yetiştirilen hayvanlardan elde edilen et ve süt ürünlerinin kalitesine etki etmektedir.

Yüksek rakımda üretilen et ve süt ürünlerinin kalitesinin tespitine yönelik literatürde pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür. Meksika'da yapılan bir araştırmada insan beslenmesi açısından yüksek rakımda ve dışarda otlayan hayvanlardan elde edilen peynirin iç mekânda beslenen hayvanların sütünden elde edilen peynirden daha kaliteli ve sağlıklı olduğu sonucu elde edilmiştir (Galina, 2006).

Bitki çeşitliliği ve endemizm açısından zengin olan rakımı yüksek bölgeler arıcılık açısından da önem taşımaktadır. Genellikle çiçek balı üretilen bu bölgelerde üretilen balın früktoz oranının glükoz oranından fazla, yani yüksek rakımda üretilen balın daha besleyici ve doğal olduğu belirlenmiştir. Su ürünleri üretiminde de yüksek rakıma bağlı olarak su sıcaklığında aşırı yükselmelerin yaşanmaması üretimi kolaylaştırmakta ve özellikle yavru üretiminde avantajlar sağlamaktadır.

3

YÜKSEK RAKIMDA YETİŞEN ÜRÜNLERİN ÖZELLİKLERİ

Bitkisel ve hayvansal üretimde verim ve kalite parametreleri rakıma göre önemli farklılıklar göstermektedir. Yüksek rakımlı bölgelerde üretilen tarımsal ürünlerin sahip olduğu ayırt edici kalite ve lezzet özellikleri bilimsel araştırmalarla kanıtlanmıştır. Rakıma bağlı olarak üstün kalite ve lezzet özellikleri gösteren yüksek rakım ürünleri ve bunlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar aşağıda değerlendirilmiştir.

Yüksek Rakımda Yetişen Meyveler

Yüksek rakımda yetiştirilen meyveler üzerine yapılan çalışmalar, rakım artışının meyvenin şekline, iriliğine, besin bileşimine, renk ve aromasına farklı özellikler kazandırdığını göstermektedir. Aynı türe ait meyveler farklı rakımlarda yetiştirildiğinde meyvelerin şekli iklim koşullarına bağlı olarak değişmektedir. Gündüz ve gece sıcaklıklarının artması meyveyi basıklaştırmakta; serin, soğuk ve yüksek rakımlı yerlerde gece sıcaklığının düşmesi meyvelerin boyunun uzun olmasına sebep olmaktadır.

Yüksek rakımda yetiştirilen meyveler küçük, sert dokulu ve daha dayanıklıdır.

Bazı elma türleri üzerinde rakım ve ürün özelliklerinin değerlendirildiği bir araştırma sonucunda elde edilen verilere göre rakım arttıkça meyve ağırlığı ve büyüklüğü azalmaktadır (Tablo 1). Kayısı, armut ve elma çeşitleri üzerinde yapılan pek çok çalışma yüksek rakımda yetiştirilen meyvelerin ebatlarının daha küçük, kabuklarının daha kalın ve doku sertliğinin fazla olduğunu göstermektedir. Bu

özellikleri ile yüksek irtifada ve yaylalarda yetişen meyveler düşük rakımda yetişen meyvelere oranla daha dayanıklıdır ve raf ömürleri daha uzundur (Aslantaş ve Karakurt, 2007).

Tablo 1. Bazı elma çeşitlerinin farklı rakımlardaki durumu (Aslantaş, 2007)

ÇEŞİT	EKOLOJİ	Meyve Ağırlığı (g)	Meyve Eni (mm)	Meyve Boyu (mm)
Grany Smith	Ankara (870)	95,30	-	-
	Erzincan (1200)	187,57	76,80	68,70
	Turhal (570)	186,06	73,30	67,20
	Niğde (1200)	213,31	80,90	70,20
	Erzurum(1900)	165,60	74,95	65,40
	Tortum(1200)	255,50	86,70	75,00
Starking Delicious	Erzurum(1900)	172,70	73,80	69,50
	Tortum(1200)	238,30	85,65	74,65
Starkspur Golden Delicious	Erzurum(1900)	157,10	72,25	69,20
	Tortum(1200)	247,10	86,60	74,50
Starkrimson Delicious	Erzurum(1900)	192,00	75,90	76,40
	Tortum(1200)	220,80	82,00	72,85
Golden Delicious	Erzurum(1900)	139,60	68,90	63,50
	Tortum(1200)	233,30	79,20	73,65

Yükseklere çıkıldıkça artan ışık yoğunluğu ve UV radyasyonu meyvelerin daha koyu renkli ve yoğun aromalı olmasını sağlamaktadır. Erzincan'da 1200 metre rakımda yetiştirilen *Granny Smith* türü elmanın kabuğu tamamen yeşil iken, bu tür 1850 metre rakımlı Erzurum'da yetiştirildiğinde meyvelerin kırmızı olduğu tespit edilmiştir (Aslantaş & Karabulut, 2007).

Çin'de gerçekleştirilen bir çalışmada ise; yüksek rakımda yetiştirilen elmalarda düşük rakımda yetiştirilenlere göre daha fazla antosiyan biriktiği gözlemlenmiştir. Çünkü düşük sıcaklıklar ve gece-gündüz arasındaki sıcaklık farklarının fazla olması klorofilin parçalanarak ve antosiyanin sentezini hızlandırmaktadır (Li et al., 2003).

Yüksek rakımda yetiştirilen meyveler koyu renklidir ve aroması fazladır.

Yüksek rakım meyvelerinde kanseri engelleyici antosiyan bulunmaktadır.

Benzer şekilde yüksek rakımda üretilen üzümlerin içerdiği yüksek tanen ve antosiyanin ile renklerinin daha kırmızı olduğu da görülmektedir (KORKUTAL, BAHAR, & KAYMAZ, 2012). Meyve ve çiçeklerde kırmızı ve mor rengi oluşturan bir pigment çeşidi olan antosiyanin insan sağlığı açısından önemlidir. Antioksidan özelliği pek çok kanser hücresinin büyümesini engelleyici etkisi bilimsel araştırmalar ile ortaya konmuştur.

Yüksek rakımda yetiştirilen meyvelerin şeker, asit ve C vitamini içeriği daha fazladır.

Deniz seviyesinden yükseklere çıkıldıkça meyvelerin şeker, asit, vitamin ve çözünebilir katı madde içerikleri değişmektedir. Ülkemizde yetiştirilen çileklerin katı madde içeriği ele alındığında en yüksek değerlerin Erzurum'da yetiştirilen çileklere ait olduğu görülmektedir. Yapılan farklı çalışmalarda yüksek rakımda yetişen meyvelerin içerdiği şeker ve askorbik asit oranının fazla olduğuna yönelik bulgular mevcuttur. Bu durum turunçgiller, elma, armut, kayısı, eril, vişne, kiraz ve kuşburnu gibi meyvelerde görülmektedir. Rakımın yükselmesi meyvelerin vitamin içeriğini de etkilemektedir. Türkiye'de farklı rakımlarda yetiştirilen kuşburnunun C vitamini miktarları Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre rakımı en yüksek yerleşim olan Erzurum'da yetişen kuşburnunun içerdiği C vitamininin diğer yerleşimlere göre oldukça fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 2.Farklı bölgelerine ait rakımlar ve bu rakımlarda yetişen kuşburnu tiplerinin C vitamini içerikleri (Aslantaş, 2015)

LOKASYON	RAKIM (m)	VİTAMİN C (mg/100g)
Bursa	200	30–58
İzmir (Kemalpaşa)	300	140–266
Kastamonu	800	2712
Konya (Hadim)	1500	2365
Tokat	800	106–1788
Gümüşhane	1200	141–911
Erzurum	1900	1074–2557
Van (Merkez)	1700	287–1703
Bursa	200	30–58

Yüksek Rakımda Üretilen Süt Ürünleri

Yüksek rakımlı bölgelerin zengin mera ve çayır alanlarına sahip olması nedeniyle yoğunlukla açık ya da yarı açık hayvan yetiştiriciliği yapılmaktadır. Meraya dayalı yapılan hayvancılıkta elde edilen sütün kalite ve lezzet bakımından üstün olduğu bilinmektedir. Sonbahar ve ilk kış aylarında beslenmeye bağlı olarak sütün yağ içeriği artmaktadır. Araştırmacılar yüksek rakımda otlayan hayvanlardan elde edilen sütün yağ içeriğinin arttığını, bunun da en önemli sebebinin hayvanların açık havada ve zengin ot çeşitleri ile beslenmeleri olduğunu belirtmektedirler.

Yüksek rakımda kaliteli bitkiler süt yolu ile süt ürünlerine geçmekte ve bu da insan sağlığı açısında kaliteli bir tüketim sunmaktadır. Yağ içeriğinin fazla olmasının yanı sıra yüksek rakımda üretilen süt ürünlerinde insan sağlığı açısından çok önemli bir yağ asidi olan CLA (Conjugated Linoleic Acid) daha fazla bulunmaktadır. Yüksek rakımda ve otlayarak beslenen hayvanlardan elde edilen süt ürünlerinin insan sağlığına etkileri üzerine de pek çok araştırma mevcuttur. Bu araştırmalardan çıkan en çarpıcı bulguların başında yüksek rakımın etkisi ile artan CLA'nın kanserli hücreleri kontrol altına aldığıdır. Yüksek rakımda üretilen süt ürünlerinin daha düşük kolesterol, daha yüksek antioksidan ve karbonlu hidrojen içeriğinin tümörlü hücre formasyonlarında azalma sağladığı görülmüştür.

Yüksek rakımda beslenen hayvanların sütlerinde insan sağlığı için önemli olan yağ asidi CLA daha fazla bulunur.

Genellikle otla beslenen hayvanların sütünde bulunan, kuvvetli bir bağışıklık sistemi güçlendiricisi, etkili bir anti-oksidan ve anti-kanserojen olan CLA'nın yüksek rakım ile ilişkisi de araştıran pek çok çalışma mevcuttur. CLA, bir çeşit Omega-6 yağ asidi olup özellikle kırmızı et ve süt ürünlerinde bulunmaktadır. CLA'nın kanser, kalp-damar hastalıkları, şeker hastalığı, immün sistem, kemik mineralizasyonu ve vücut kompozisyonu üzerine olan çok önemli pozitif etkilerinden dolayı, insan

beslenmesinde büyük önem kazanmıştır. İnsan vücudunda yağ depolanması sağlayan "Lipoprotein Lipaz" enziminin salgılanmasını kısıtlayarak yağ depolanmasını engelleyen CLA'nın kanser hücrelerinin oluşumunu engelleyici rol oynadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında antioksidan özelliği ile CLA'nın metabolizma hızlandırıcı ve bağışıklık sistemi güçlendirici etkisi de bilinmektedir. Bir çeşit doymamış yağ asidi olan CLA'nın kalp hastalıklarını ve obeziteyi azalttığı da tespit edilen bulgular arasındadır.

Kanser hücrelerinin gelişimini engelleyen CLA, şeker hastalığı, obezite, kalp-damar hastalıklarına karşı koruma sağlar.

Meksika'da keçiler ve Zebu inekleri üzerinde yapılan bir araştırmada yüksek rakımın ve otlayarak beslenmenin CLA oranları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde 1950 m rakımlı bir alanda keçilerin, ardından da 1400 m rakımda ineklerin içeride bağlı olarak ve dışarıda otlayarak beslenmeleri sağlanmıştır. Her iki yükseklikte ve beslenme koşulunda elde edilen sütten üretilen peynirlerin bileşimleri çarpıcı sonuçlar ortaya koymaktadır. 1950 m yükseklikte ve dışarıda otlayarak beslenen keçilerin sütünden üretilen peynirin kolesterol miktarının daha az ve protein miktarının ise fazla olduğu görülmektedir. Yüksek rakımda üretilen peynirin E vitamini miktarı ise düşük rakımda üretilen peynirin yaklaşık iki katı kadardır (Tablo 3).

Yüksek rakımda üretilen peynirde daha fazla protein ve E vitamini, daha az kolesterol bulunur.

Tablo 3. Farklı rakımlarda beslenen inek ve keçilerden alınan sütlerden üretilen peynirin bileşimi (Galina, Osnaya, Cuchillo, & Haenlein, 2007).

LOKASYON	1950 m		1400 m	
	Otlayan Keçi Peyniri	*İçerde Beslenen Keçi Peyniri*	*Otlayan İnek Peyniri*	*İçerde Beslenen İnek Peyniri*
Nem	59.2	59.5	58.8	59.4
Protein (Nx6.38)	16.9	17.8	15.8	15.1
Enerji (MJ/kg)	10.42	10.37	9.54	9.50
Yağ (g/100 g peynir)	12.33	16.90	13.60	17.50
Kolesterol (mg/100 g/peynir)	63.2	80.4	70.5	79.1
E vitamini (mg/100 g/peynir)	211	87	127	77

Yapılan çalışmalar aynı zamanda rakım ile süt ürünlerinin lezzeti arasındaki ilişkiyi de incelenmiş ve yüksek rakımda beslenen hayvanların sütlerinin, bu sütle üretilen ürünlerin sahip olduğu aroma ve lezzet açısından daha zengin olduğu sonucuna varılmıştır (Galina, et al., 2007).

Yüksek Rakımda Üretilen Et Ürünleri

Et ve ürünleri de insan sağlığına sayısız faydaları olan CLA bileşiğini içermektedirler. Yapılan çalışmalarda CLA oluşum miktarını etkileyen faktörler beslenme, tür, mevsimsel değişikliklerin etkili olduğu görülmüştür. Özellikle doğal ortamlarda otlayarak beslenen hayvanlarda CLA üretiminin arttığı görülmektedir (Demirok & Kolsarıcı, 2009).

Yüksek rakımda hayvancılığın yaygın olarak mera ve çayıra bağlı yapılması, hayvanların zengin, kirlilikten ari bitkiler ile beslenmelerine fırsat vermektedir. Bu şekilde beslenen hayvanlardan elde edilen et ürünlerinin CLA içerikleri de daha fazla olmaktadır. Aynı zamanda yüksek rakımda yetiştirilen hayvanların etinin kalite ve lezzet yönünden üstünlüğü de kabul edilen bir gerçektir. Yüksek yaylalarda yetiştirilen hayvanların etleri bu özellikleri ile tüketiciler arasında tercih edilmektedir.

Yüksek rakımda otlayarak beslenen hayvanların etleri daha lezzetli ve CLA içeriği açısından zengin yani daha sağlıklıdır.

Rakımın et ürünlerinin kalitesi ve bileşimleri üzerine etkisini araştıran çalışmalar literatürde kısıtlıdır ancak ördekler ve yumurta ağırlıkları üzerinde yapılan bir çalışmada yumurta ağırlıklarında ve yavru üretiminde rakımın artışıyla artma gözlenmiş, ördeklerin performanslarının yüksek rakımda daha iyi olduğu görülmüştür (Sabrina, Abbas, & Robby, 2013).

4

TÜRKİYE'DE YÜKSEK RAKIM BÖLGELERİ VE ÖZELLİKLERİ

Ülkemiz geniş, engebeli ve yüksekliği fazla bir ülkedir. Ortalama yüksekliği 1132 m olup, toplam arazisinin %83'ü, 500 metreden fazla yükseltiye sahiptir. Yerleşim yerleri açısından incelendiğinde ise rakımı 1000 metreden fazla olan 25 adet ilimiz bulunmaktadır. 1500 metre ve üzeri yüksekliklerin yüksek rakım olarak tanımlandığı göz önüne alınırsa Bitlis, Bayburt, Ağrı, Van, Hakkari, Kars, Erzurum ve Ardahan illeri yüksek rakımlı illerimizdir.

Tablo 4. Türkiye'de yüksekliği 1000 metreden fazla olan iller

İl	Rakım (m)	İl	Rakım (m)
AFYON	1013	SİVAS	1285
ELAZIĞ	1015	MUŞ	1300
BURDUR	1025	ŞIRNAK	1350
KONYA	1026	YOZGAT	1418
ISPARTA	1043	**BİTLİS**	**1545**
KAYSERİ	1071	**BAYBURT**	**1550**
MARDİN	1150	**AĞRI**	**1640**
BİNGÖL	1177	**VAN**	**1661**
NİGDE	1208	**HAKKÂRİ**	**1720**
GÜMÜŞHANE	1210	**KARS**	**1750**
ERZİNCAN	1214	**ERZURUM**	**1893**
NEVŞEHİR	1250	**ARDAHAN**	**2200**
KARAMAN	1250		

Yüksek rakım özelliğindeki illerin tamamının "Türkiye'nin çatısı" olarak adlandırılan Doğu Anadolu Bölgesi içerisinde yer aldığı görülmektedir (Tablo 4). Doğu batı doğrultusunda yüksek dağların uzandığı, bu dağlar arasında çöküntü ovalarının bulunduğu bölge, aynı zamanda geniş platoları ve nehirlerle bölünmüş yüksek yaylaları barındırmaktadır. Yükseltiye bağlı olarak yazın yağış alan, kışları sert geçen karasal iklim özellikleri görülen bölge sahip olduğu çayırlar ile hayvancılık için önemli potansiyel oluşturmaktadır.

Yüksek rakım özellikleri açısından Doğu Anadolu Bölgesi'nin kuzeydoğusunda yer alan ve Erzurum, Erzincan ve Bayburt illerinden oluşan TRA1 Bölgesine baktığımızda benzer şekilde yüksek ve engebeli bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bölgenin yaklaşık %60'ı dağlarla kaplı olup dağlar arasında kalan düzlüklerde yerleşim yerleri kurulmuştur. Bölge illerinden Erzurum'un deniz seviyesinden yüksekliği 1.859, Erzincan'ın 1.180, Bayburt'un ise 1.550 metredir. Bölgede yer alan önemli dağlar; Gavur, Dumlu, Palandöken, Keşiş, Munzur, Allahuekber, Kop ve Kırklar Dağlarıdır. Erzurum, Erzincan, Bayburt, Aşkale, Pasinler ve Hınıs Ovası bölgede yer alan başlıca ovalardır.

Bölge genelinde akarsuların oluşturduğu düşük yükseltili alanlarda mikroklima zonları ortaya çıkmıştır. Yükseltinin iklim ve bitki örtüsüne de etki ettiği bölgede, bu özellik hayvancılık ve kış ve doğa sporları gibi turizm tipleri açısından önemli fırsatlar sağlamaktadır.

Bölgede çayır – mera alanlarının fazlalığı dikkati çeken bir özellik iken yerleşim alanlarının da içinde yer aldığı diğer arazilerin az oluşu dikkate değer bir diğer özelliktir. Türkiye çayır – mera alanlarının %15,7'sinin yer aldığı bölgede kentleşmeden kaynaklanan arazi tahribatı ve kirlilik oranı Türkiye'nin batısına göre oldukça düşüktür.

Türkiye çayır ve mera alanlarının %15,7'sini içeren TRA1 Bölgesi doğal hayvancılık için önemli bir potansiyele sahiptir.

Şekil 1. TRA1 Bölgesinin topoğrafik özellikleri

Genel olarak Doğu Anadolu Bölgesi'ni kapsayan İran-Turan floristik zonu, TRA1 Bölgesi'nde de etkisini göstererek yükselti farkları ile birlikte bitki örtüsü çeşitliliğinin artmasına sebep olmaktadır. Bölge yükselti farkları ve buna bağlı değişik iklim özellikleri nedeniyle bitki tür çeşitliliği açısından önemli bir potansiyeli barındırır. Tıbbi ve aromatik özellikli olup ülke çapında üretimi ve doğadan toplaması yapılan bitki türlerinin hemen hemen tamamı bölge genelinde görülmektedir. Bölgede bulunan akarsuların ve kollarının (Çoruh ve Karasu gibi) oluşturduğu kendine özgü habitatı bulunan alanlarda endemik özelliği de bulunan bitkiler mevcuttur.

Bölge tıbbi ve aromatik özellikte endemik bitki türleri açısından çok zengindir.

Yağışların kar şeklinde olması ve karın yerde kalma süresinin uzunluğu bölgenin zengin su kaynaklarının başlangıç noktası olmasına neden olmuştur. Bölgede her ne kadar bozkır-step vejetasyonu hakim olsa da ormanlık alanlar da önemli bir varlık göstermekte ve nehir vadileri boyunca endemik ve tıbbi aromatik özellikleri olan bitkiler yayılış göstermektedir (KUDAKA, 2014)

5

YÜKSEK RAKIMDA ÜRETİM VE ÖNE ÇIKAN ÜRÜNLER

Ülkemizde yüksek rakım olarak tanımlanan yerleşim yerlerinin genelde kırsal ekonomi karakteri taşıdığı ve önemli canlı hayvan varlığına sahip olduğu görülmektedir. Ekonominin tarımsal üretim ağırlıklı olduğu bu yerleşimlerin ekonomik ve sosyal yapısı özellikle hayvansal üretimi öncelikli ve ana sektör olarak ön plana çıkarmaktadır. Yüksek rakımlı bu alanların hayvansal üretim için önemli avantajlarından birisi şüphesiz sahip olduğu çayır ve mera varlığıdır. Bölge coğrafi şartları, doğal kaynakları göz önüne alındığında Türkiye'de organik ve doğal hayvansal ürünlerin yaygın olarak üretildiği bir yer olma potansiyeline sahiptir (ATASEVER, GÜNLÜ, AYDIN3, & YILDIZ, 2013).

Hayvansal üretimin yanı sıra seracılıktan meyveciliğe, organik tarımdan su ürünleri yetiştiriciliğine, tıbbi ve aromatik bitkilerden arıcılığa kadar pek çok tarımsal üretim tipi yükseltisi fazla olan bu bölgelerde yapılmaktadır. Ekolojik koşullar ve sosyo-ekonomik yapı bitkisel üretimde, ürün çeşitliliğini, üretim miktarını ve verimi kısıtlamaktadır.

Yüksek rakımlı bölgelerde iklim şartlarının bahçe bitkileri yetiştiriciliğinde kısıtlayıcı etkisi olmakla beraber, yükseltisi az mikroklima alanlarında ve nehir boylarında iç tüketime yönelik geleneksel yöntemlerle bahçe bitkileri yetiştirilmektedir. Doğal koşullar bahçe bitkileri yetiştiriciliğinde kısıtlayıcı bir etken olmakla beraber, mikroklima alanlarında bahçe bitkileri yetiştiriciliği ve meyvecilik yapılmaktadır. Bölge içerisinde yükseltisi düşük ve sıcaklık ortalaması yüksek alanlarla beraber termal su potansiyeli olan alanlar seracılık için uygundur.

Arıcılık faaliyetleri hemen hemen tüm yüksek rakımlı alanlarda yürütülmektedir. Çayır mera bakımından zengin bu alanlar yerli arıcıların yanı sıra önemli miktarda bölge dışından gelen arıcıyı da barındırmaktadır.

Yüksek Rakımda Öne Çıkan Tarımsal Ürünler

Yüksek rakımda üretilen tarımsal ürünlerin başında et ve süt ürünleri gelmektedir. Küçük ve büyükbaş hayvan varlığı ile dikkat çeken bu bölge ülke genelinde besi işletmelerine besi materyali sağlamaktadır.

Yüksek rakımlı illerimizde 2015 yılı verilerine göre toplam 2.559.527 ton süt üretilmiş olup bu değer ülke genelinde yapılan üretimin %14'ünü oluşturmaktadır. Süt ürünleri olarak özellikle beyaz peynir, tereyağı, yoğurt, kaşar ve yöresel peynir üretimi yapılmaktadır. Civil peynir, otlu peynir, tulum peynir gibi marka değeri taşıyan pek çok coğrafi özellik taşıyan yöresel süt ürünü bulunmaktadır.

Bitki çeşitliliği ve endemizm açısından zengin olan bu bölgelerde daha çok çiçek balı üretilmektedir. Ülke genelinde üretilen 107.665 ton balın yaklaşık %1'lik bölümü yüksek rakımlı illerde üretilmiştir.

Uygun çevre ve toprak özellikleri ile organik tarım açısından uygun olan yüksek rakımlı bu illerde tahıl üretiminde arpa ve buğday, baklagil üretiminde fasulye, nohut ve mercimek öne çıkmaktadır. Patates, ayçiçeği en çok üretilen endüstriyel ürünlerdir. Tarımı yapılan önemli sebze türleri lahana, domates, kavun ve karpuz, önemli meyve türleri ise erik, dut, ceviz, elma, armut ve kayısıdır. Kuşburnu, kızılcık, böğürtlen, alıç, yaban armudu gibi yabani meyveler ile kozmetik ve eczacılıkta kullanılan tıbbi ve aromatik bitki çeşitleri de yaygın olarak bulunmaktadır.

Şekil 2. Yüksek rakımda üretilen tarımsal ürünler (GTHB, 2016)

6

YÜKSEK RAKIM MARKASI

Küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan yoğun rekabet pazarda benzer nitelikteki ürün sayısının artışına neden olmuştur. Bu ürün çeşitliliği arasında tüketicinin ürünün değerini bir bakışta belirlemesi oldukça güçtür. **Marka** kavramı bu noktada tüketiciyi yönlendiren bir işaret olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiyat, bir ürünün parasal değerini belirtirken; marka ise ürünü tanımlamakta ve ayrıcalıklarını ortaya koymaktadır.

Markalaşma ve Marka Yönetimi

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

Markalaşmanın temelini bir ürünün farklılaştırılması yoluyla rekabet gücünün artırılması oluşturmaktadır. Farklılaşma sonucu müşterilerin fiyata karşı duyarlılıkları azalacağından bu durum firmalara rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu noktada marka yönetiminde öncelikle ürünü rakiplerinden farklılaştırarak tüketici zihninde kalıcı bir yer edinmek ve satışları arttırmak hedeflemektedir. Markalaşma sürecinde tüm pazarlama aktiviteleri ve iletişim çalışmaları, söz konusu markanın diğerlerinden ayrılması ve diğerlerine göre tercih edilmesi esasına dayandırılmaktadır. Markanın başarısı ve gücü, ürünü farklılaştırma derecesine bağlıdır. Oluşturulan fark tüketiciye önemli bir yarar sağlamalı, farklı bir yolla sunulmalı, tüketicinin bütçesine uygun ve firmaya kar sağlayıcı olmalıdır (Öztürk, 2012).

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

Tüketicinin Marka Tercihi

Tüketicinin birçok kaynaktan edindiği ve bir ürün hakkındaki duygu ve düşünlerinin bütünü marka imajını oluşturmaktadır. Tüketici markayı, ürünü kullanarak, marka hakkında söylenenleri duyarak, ürünün ambalajından, ürünü üreten işletmeden ve reklamlarda söylenenlerden algılar. Marka farklı tüketiciler için farklı anlamlar taşımaktadır. Tüketiciler, temel ihtiyaçları dışında sosyal, psikolojik, kültürel etkilerle ürünle ilgili farklı beklentiler içindedir.

Tüketicinin marka tercihi ve satın alma davranışı karmaşık bir yapı sergilemekte olup ölçülebilen ve ölçülemeyen çok sayıda değişkenden etkilenmektedir. Yapılan çalışmalara göre tüketicilerin gıda ürünleri marka tercihinde sırasıyla ambalaj özellikleri, tat-kıvam, marka imajı-bulunabilirliği, ürün kalitesi ve ekonomikliği marka tercihini belirleyen temel faktörler olarak saptanmıştır (AKPINAR & YURDAKUL, 2008). Ancak son yıllarda gıda ürünleri için ortaya konulan sağlık iddialarının, tüketicileri bilgilendirmede ve satın alma kararlarını etkilemede çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Giderek artan bir pazar payına sahip organik ürünlerin tüketimini etkileyen faktörlerin başında da sağlık ile ilgili endişeler gelmektedir (Güven & Pekmezci, 2016).

Çok sayıda tüketicinin formda olma, beslenme, sağlık ve kilo kontrolü ile ilgilenmesi sağlık iddiası içeren reklamların artmasına neden olmuştur. Yapılan araştırmalarda sağlıklı, hastalık riskini azaltıcı olarak sunulan gıda ürünlerinin diğerlerine göre daha sağlıklı algılandığı, ürüne yönelik daha olumlu tutum oluştuğu ve ürüne yönelik satın alma niyetinin arttığı tespit edilmiştir (Atar, 2015).

Yüksek Rakım Markasının Oluşturulması

Günümüzde gıda dışında olduğu gibi gıda ürünleri pazarı da moda pazarı özelliği kazanmıştır. Tüketicilerin demografik özelliklerinin dönüşümü ve ekonomik gelişmeler paralelinde yeni ürün ve marka seçenekleri artmıştır. Bu kadar çok seçenek arasında rekabet etmenin tek yolu tüketicinin zihninde üretilen ürün ile ilgili fark yaratmaya dayanmaktadır. Yani tüketicinin elinde bulunan seçme imkanları içerisinde tercih edilen olmak için benzersiz ve ayırt edici özelliklerin ortaya çıkarılması gerekmektedir.

Bir ürünün kalite, lezzet, doğallık, güvenilirlik gibi fonksiyonel özelliklerinin üstün olması, fark yaratmada oldukça etkili olmakta ve tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Son yıllarda organik ve yöre menşei ürünleri pazarının yaygınlaşması, bu ürünlere daha fazla fiyat ödeme eğiliminin artması da bu durumun bir göstergesidir.

Bu bağlamda yüksek rakım markasının oluşturulmasının esasını yüksek rakım ürünlerinin ayırt edici özellikleri oluşturmaktadır. Yüksek rakımda üretilen ürünlerin kalite ve lezzet bakımından sahip oldukları üstünlükler pek çok araştırmanın konusu olmuştur. Bu ürünlerin besin değerlerinin daha yüksek, raf ömrünün daha uzun, daha lezzetli, daha doğal ve hastalık risklerini önleyici etkilere sahip oldukları bilimsel olarak kanıtlanmıştır.

Yüksek rakımda yetiştirilen ürünlerin markalaşma sürecinde farklılaşmayı sağlayacak pek çok üstün özelliği bulunmaktadır. Her bir ürün tipine göre öne çıkan üstünlükler şöyledir:

- Yüksek rakımda yetiştirilen meyveler daha dayanıklıdır.
- Yüksek rakımda yetiştirilen meyveler daha koyu renklidir ve aroması fazladır.

- Yüksek rakımda yetiştirilen meyvelerin şeker, asit ve C vitamini içeriği daha fazladır.
- Yüksek rakımda otlayarak beslenen hayvanların etleri daha lezzetlidir.
- Yüksek rakımda üretilen et ve süt ürünleri; kanseri önleyen, şeker hastalığı, obezite ve immün sistem hastalıklarına iyi gelen CLA içeriği açısından daha zengindir.
- Yüksek rakımda üretilen peynirde daha fazla protein ve E vitamini, daha az kolesterol bulunur.

Son yıllarda tüketicilerin doğal, sağlıklı ve hastalık riskini azaltıcı gıda ürünlerine olan eğilimi göz önüne alınırsa yüksek rakım ürünlerinin öne çıkan bu özelliklerinin fark yaratmada önemli bir avantaja sahip olduğu görülmektedir. Daha sağlıklı, daha besleyici, daha lezzetli ve hastalıklara karşı koruyucu özellikleri kullanılarak yüksek rakım ürünlerinin tüketici tarafından fark edilmesi sağlanabilir. Yüksek rakım markası tüketicinin zihninde "yüksek rakım ürünlerinin daha kaliteli ve sağlıklı" olduğu imajını oluşturacak, bu ürünlerin daha fazla tercih edilmesini ve değerinde pazarlanmasını sağlayacaktır.

Yüksek Rakım Markasının Geliştirilme Süreci

Marka geliştirme; değer yaratma ve bu değerin korunmasına yönelik yürütülecek tüm faaliyetleri kapsamakta olup markanın değerini artıran her faaliyet bu süreçte yer almaktadır. Analiz, kimlik yapılandırma ve iletişim faaliyetlerinin tasarımı, uygulama ve değerlendirme aşamalarından oluşan marka geliştirme süreci kapsamlı ve uzun vadeli bir planlama gerektirmektedir.

Marka yaratma süreci ürün ve üreticiye göre farklı şekillerde tasarlanmaktadır. Yüksek rakımda yetiştirilen ürünlerinin markalaşması sürecinde yaratılacak markanın tek bir üreticiye, tek bir ürüne ve tek bir yöreye ait olmaması sürecin

tasarımında etkili olmaktadır. Yüksek rakım markasıyla pazarda rekabet edebilirliğin sağlanmasının yanı sıra tüketiciler için yeni bir beslenme algısının oluşturulması hedeflenmektedir. Yüksek rakım markasının geliştirilmesinde temel olarak izlenecek süreç Şekil 3'de verilmiştir.

1. Pazar Analizi

Yüksek rakım markasının hedef kitlesinin seçildiği bu aşama pazara yönelik gerçekleştirilecek detaylı araştırmaları içermektedir. Pazarın genel yapısı, pazardaki uzun dönem değişiklikler, tüketiciyi yönlendiren temel eğilimler yapılacak tüketici ve rakip analizleri ile belirlenir. Yapılacak analizler ile yüksek rakım ürünlerinin alıcısının kimler olduğu, alıcıların sosyo-demografik, psikografik, coğrafik özellikleri ile ürüne yönelik satın alma eğilimleri belirlenir. Ayrıca pazardaki mevcut ve olası rakiplerin durumu ile rekabet yoğunluğunun belirlenmesi de bu süreçte gerçekleştirilir.

2. Kaliteli Üretimin Sağlanması

Güçlü bir marka yaratılmasının en önemli adım tüketicinin zihninde kalite algısının oluşturulmasıdır. Bunun için katma değerli ve uluslararası kalite standartlarına uygun ve farklı tüketici beklentilerine yönelik ürünlerin üretilmesi gerekmektedir. Bu aşamada yüksek rakımda yetiştirilen ürünlerin üretim standartlarının geliştirilerek kalitelerinin tescil edilmesi sağlanmalıdır.

3. Yüksek Rakım Markasının Konumlandırması

Yüksek rakım markasının ayırt edici özelliklerinin ön plana çıkarılarak tüketicilerin zihninde özel bir yer oluşturulacağı aşamadır. Yüksek rakım markasını pazarda üstün kılacak özellikler belirlenerek hedef tüketiciye sunulacak vaadler oluşturulur.

4. Yüksek Rakım Markasının Kimlik Yapısının Tasarımı

Markanın anlamı, konumu, vermek istediği mesajı tüketiciye iletecek bir kimlik yapısı tasarımı gerekmektedir. Yüksek rakım ürünlerin ayırt edilmesi ve tüketicinin zihninde kalıcı olarak iz bırakması amacıyla belirlenen konumlandırmaya uygun bir kimlik yapısı tasarlanacaktır. Bu kapsamda marka ismi, markanın sembolü veya logosu ve ambalaj tasarımlarının yanı sıra yüksek rakım markası güçlendirecek marka öyküsü geliştirilecektir.

5. Yüksek Rakım Markasının Tescil Edilmesi

Yüksek rakım markasını kullanan tüketicileri ve yüksek rakım ürünlerinin üreticilerini korumak amacıyla yüksek rakım markası tescillenecektir.

6. Yüksek Rakım Markasının Pazarlama Stratejisinin Belirlenmesi

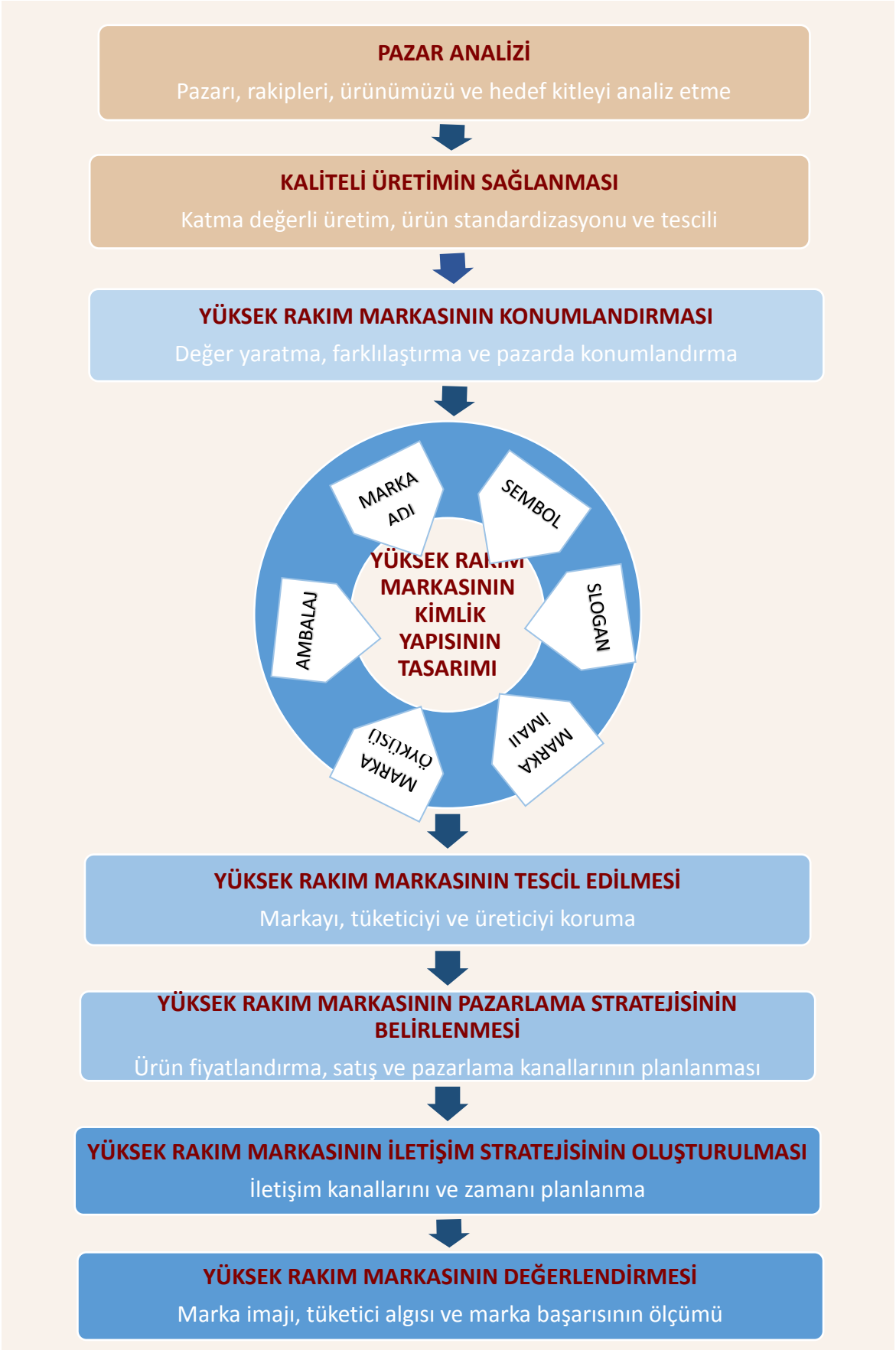
Yüksek rakım ürünleri için satış ve pazarlama faaliyetlerinin kurgulandığı bu aşamada ürünlerin fiyatlarına, satış kanallarına yönelik stratejiler geliştirilecek ve yüksek rakım ürünlerinin pazara hangi kanallar ile sunulacağı belirlenecektir.

7. Yüksek Rakım Markasının İletişim Stratejisinin Oluşturulması

Yüksek rakım markasının pazara sunulması ve tüketicinin marka hakkında bilgi edinmesini sağlamak amacıyla bir iletişim strateji planlanmalıdır. İletişim stratejisinin etkinliği tüketicinin hızlı bir şekilde markadan haberdar olmasını, ürüne yönelik güçlü bir tutum belirlemesini sağlayacaktır. Marka iletişim stratejisinde tanıtım ve satış noktası aktivitelerinin yanı sıra satış promosyonları; sergi, fuar, konferans gibi organizasyon ve halkla ilişkiler faaliyetleri de planlanmalıdır.

8. Yüksek Rakım Markasının Değerlendirmesi

Oluşturulan yüksek rakım markasının tüketiciler tarafından arzu edilen şekilde algılanıp algılanmadığı bu aşamada ölçülür. Saha araştırmalarıyla tüketicinin tatmin düzeyi, ürün özellikleriyle (kalite, fiyat, kullanım ve kullanıcı özellikleri gibi) ilgili tüketici algısı, marka imajı, pazarlama faaliyetlerinin etkinliği ve bunun marka üzerindeki etkileri ortaya konulur.



Şekil 3. Yüksek rakım markasının geliştirilmesi süreci

7

SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Rakım sayesinde özellikle taze tüketim ile değişik endüstri kollarının hammaddesi durumundaki tür ve çeşitlerin üretim sezonları uzatılıp, pazar payları artırılma şansına sahiptir. Yapılan araştırmalarda bu maddenin bulunduğu ürünlerin hayvansal ürünler olduğu ve bu ürünlerin yüksek rakımda yetişen ve kimyasal maddelerden uzak ürünler de daha yüksek ve doğal olması tespiti yapılmıştır. Bu açıdan bakıldığında bölgemizde yetişen et ve süt ürünlerinin sadece yüksek irtifada olması bile bölgemiz açısından son derece önem arz etmektedir.

8

KAYNAKÇA

Ajans, A. (2009). Türkiyenin Meyve Haritası; Erzurum'da Organik Meyve Yetiştiriliyor, NTV Yaşam Haberleri.

Akpınar, M. G., & Yurdakul, O. (2008). Gıda Ürünlerinde Marka Tercihini Etkileyen Faktörler. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 21(1), 6.

Anonim. (2013). "Tarımda Markalaşma ve Özgün Ürünler 2023" Sonuç Raporu. İstanbul: Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi.

Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 2(4), 3-13.

Aslantaş, R., & Karabulut, H. (2007). Rakımın Meyve Yetiştiriciliğinde Önemi Ve Etkileri. Alınteri Zirai Bilimler Dergisi, 12(B), 31-37.

Atar, G. M. (2015). Sağlık İddiası İçeren Gıda Reklamlarının

İletişim Etkisinde Sağlık İlginliğinin Rolü. E-Journal Of Yaşar University, 10(40), 6660-6674.

Atasever, M., Günlü, A., Aydın3, E., & Yıldız, A. (2013). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Hayvansal Üretimin Genel Değerlendirmesi Ve Çözüm Önerileri. [Review]. Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi, 8(2), 18.

Belen, Ç. (2012). Yüksek İrtifa Ve Etkileri, From Http://Www.Outdoorhaber.Com/Yuksek-İrtifa-Ve-Etkileri-2/

Göynüşen, S. E. (2011). Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama Ve Markalaşmasına Etkileri. Trakya Üniversitesi, Edirne.

Güven, S., & Pekmezci, P. (2016). Tüketicilerin "Organik Ürünler" E Bakışı Ve Tüketicileri Organik Ürünlere Yönlendiren Motivasyonlar. Hacettepe Üniversitesi

Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 12. Kaya, E. Tüketici Davranışları Algılama Ve Pazarlama.

Korkutal, İ., Bahar, E., & Kaymaz, Ö. (2012). Rakımın Üzüm Kalitesi Üzerine Etkileri. Trakya Üniversitesi

Mühendislik Bilimleri Dergisi, 13(1), 12. Kudaka. (2014). Tra1 Düzey 2 Bölgesi Mevcut Durum Analizi (Pp. 146). Erzurum.

Öztürk, Y. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Araştırma: Beypazarı Örneği. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Sabrina, M. H., Abbas, E. P., & Robby, Y. H. A. (2013). The Effect Of Altitude And Dietary Protein Level On Local Ducks Performance. Pakistan Journal Of Nutrition, 12(10), 7.

Schneıder, G. K., & Ceritoğlu, A. B. (2015). Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı Ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi - İstanbul İlinde Bir Uygulama. Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 8(16), 24.

Http://Www.Milliyet.Com.Tr/Yukseklere-Ciktikca-Kalbimizin-Yuku-Artar/Gundem/Gundemyazardetay/07.03.2011/1360831/Default.Htm

Http://Www.Yeniufukgazetesi.Com.Tr/Yazarlar.Php?Yazarid=49yaziid=1970&Yaziid=1647#Sthash.Pıembao1.Dpuf

AKPINAR, M. G., & YURDAKUL, O. (2008). GIDA ÜRÜNLERİNDE MARKA TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER. *AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ ZİRAAT FAKÜLTESİ DERGİSİ, 21*(1), 6.

Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2*(4), 3-13.

Aslantaş, R., & Karabulut, H. (2007). Rakımın Meyve Yetiştiriciliğinde Önemi ve Etkileri. *Alınteri Zirai Bilimler Dergisi, 12*(B), 31-37.

Atar, G. M. (2015). SAĞLIK İDDİASI İÇEREN GIDA REKLAMLARININ İLETİŞİM ETKİSİNDE SAĞLIK İLGİNLİĞİNİN ROLÜ. *E-Journal of Yaşar University, 10*(40), 6660-6674.

ATASEVER, M., GÜNLÜ, A., AYDIN3, E., & YILDIZ, A. (2013). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Hayvansal Üretimin Genel Değerlendirmesi ve Çözüm Önerileri. [Review]. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi, 8*(2), 18.

Belen, Ç. (2012). Yüksek İrtifa ve Etkileri, from http://www.outdoorhaber.com/yuksek-irtifa-ve-etkileri-2/

Can, E. (2007). MARKA VE MARKA YAPILANDIRMA. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 22*(1), 13.

Demirok, E., & Kolsarıcı, N. (2009). ET VE ET ÜRÜNLERİNDE KONJUGE LİNOLEİK ASİT VE ÖNEMİ. [Derleme]. *GIDA, 3*(018), 7.

Ergün, İ. (2011). *MARKA YÖNETİMİ; MARKALAŞMA AŞAMALARININ İNCELENMESİ VE BİR UYGULAMA.* PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ, DENİZLİ.

Galina, M. A., Osnaya, F., Cuchillo, H. M., & Haenlein, G. F. W. (2007). Cheese quality from milk of grazing or indoor fed Zebu cows and

Alpine crossbred goats. *Small Ruminant Research, 71*(1-3), 264-272. doi: 10.1016/j.smallrumres.2006.07.011
Göynüşen, S. E. (2011). *EDİRNE'DEKİ GASTRONOMİK KÜLTÜRÜN*

KENTİN PAZARLAMA VE

MARKALAŞMASINA ETKİLERİ. TRAKYA ÜNİVERSİTESİ, Edirne.
Güven, S., & Pekmezci, P. (2016). TÜKETİCİLERİN "ORGANİK ÜRÜNLER" E BAKIŞI VE

TÜKETİCİLERİ ORGANİK ÜRÜNLERE YÖNLENDİREN

MOTİVASYONLAR. *Hacettepe Üniversitesi*

Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 12.
KORKUTAL, İ., BAHAR, E., & KAYMAZ, Ö. (2012). RAKIMIN ÜZÜM KALİTESİ ÜZERİNE ETKİLERİ. *Trakya Üniversitesi*

Mühendislik Bilimleri Dergisi, 13(1), 12.
KUDAKA. (2014). TRA1 Düzey 2 Bölgesi Mevcut Durum Analizi (pp. 146). Erzurum.
ÖZGÜL, E. (2001). *MARKA YARATIM/GELİŞTİRME SÜRECİ: ÜRETİCİ MARKALARININ YARATIM/GELİŞTİRME SÜRECİNİN ANALİZİ VE TÜRK BİRA SEKTÖRÜNE YÖNELİK BİR UYGULAMA.* DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

İZMİR.
Öztürk, Y. (2012). *TURİZMDE DESTİNASYON MARKALAŞMASI ÜZERİNE BİR*

ARAŞTIRMA: BEYPAZARI ÖRNEĞİ. Gazi Üniversitesi, Ankara.
Sabrina, M. H., Abbas, E. P., & Robby, Y. H. a. (2013). The Effect of Altitude and Dietary Protein Level on Local Ducks Performance. *Pakistan Journal of Nutrition, 12*(10), 7.
SCHNEIDER, G. K., & CERİTOĞLU, A. B. (2015). YÖRESEL ÜRÜN İMAJININ TÜKETİCİ SATINALMA DAVRANIŞI VE

YÜKSEK FİYAT ÖDEME EĞİLİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ - İSTANBUL

İLİNDE BİR UYGULAMA. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 8*(16), 24.

Tüik 2016
Https://Biruni.Tuik.Gov.Tr/Bolgeselistatistik/Degiskenleruzerindensorgula.Do?Durum=Ackapa&Menuno=191&Altmenugoster=1&Secilendegiskenlistesi=E