



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



ANADOLUDAKİLER: 81 İL 81 ÜRÜN PROGRAMI – KIRŞEHİR
KAMAN CEVİZİ ÜRÜN ANALİZ ÇALIŞTAYI RAPORU VE ÜRÜN YOL HARİTASI



AHİLER KALKINMA AJANSI

AHİLER KALKINMA AJANSI

Cevher Dudayev Mahallesi

Vatan Caddesi No:1 Merkez/Nevşehir

Tel: +90 384 214 36 66

Faks: +90 384 214 00 46

E-Posta: info@ahika.gov.tr

İnternet Sitesi: www.ahika.gov.tr

Sayfa Sayısı: 26

ANADOLUDAKİLER 81 İL 81 ÜRÜN PROGRAMI – KIRŞEHİR KAMAN CEVİZİ ÜRÜN
ANALİZ ÇALIŞTAYI RAPORU VE ÜRÜN YOL HARİTASI

Yayın Sahibi

Ahiler Kalkınma Ajansı

Yayına Hazırlayanlar

Kırşehir Yatırım Destek Ofisi

Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekilde ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz. Hazırlanmış olan çalışmanın tüm hakları Ahiler Kalkınma Ajansı'na aittir. Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan işbu çalışmadan kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.



**ANADOLUDAKİLER: 81 İL 81 ÜRÜN PROGRAMI – KIRŞEHİR KAMAN CEVİZİ
ÜRÜN ANALİZ ÇALIŞTAYI RAPORU VE ÜRÜN YOL HARİTASI**

İÇİNDEKİLER

1. Giriş ve Amaç.....	1
2. Çalıştaydan Elde Edilen Temel Bulguların Özeti	3
3. Ana Eylem Alanları ve Masa Çıktıları	4
3.1. Üretim ve Verimlilik Masası Çıktıları.....	4
3.1.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar	4
3.1.2. Eğitim İhtiyaçları.....	5
3.1.3. Mekanizasyon ve Dijital Tarım	5
3.1.4. Destekleme Politikaları ve Risk Yönetimi.....	6
3.1.5. Üretici Örgütlenmesi ve Kooperatifleşme Modeli.....	7
3.1.6. Çözüm Önerileri.....	7
3.2. Katma Değer ve Ürün Geliştirme Masası Çıktıları	8
3.2.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar	8
3.2.2. Yeni Ürün Çeşitleri	9
3.2.3. AR-GE ve Kalite Geliştirme Çalışmaları.....	10
3.2.4. Eko Turizm Olanakları.....	12
3.2.5. Çözüm Önerileri.....	12
3.3. Markalaşma ve Pazarlama Masası Çıktıları	13
3.3.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar	13
3.3.2. Ürün Kimliği ve Rekabet Avantajı	14
3.3.3. Ceviz Festivali ve Tanıtım	14
3.3.4. İthalat Etkisi	15
3.3.5. Çözüm Önerileri.....	15
3.4. Tesislesme ve Altyapı Masası Çıktıları	16
3.4.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar	16
3.4.2. Ortak Tesis Modelleri (kooperatif, kamu-özel sektör işbirliği vb.)	18
3.4.3. Hastalık/Zararlı Tespiti ve Bilgi Erişimi.....	18
3.4.4. Çözüm Önerileri.....	19
4. Genel Değerlendirme	20
5. Ürün Yol Haritası Stratejik Hedefleri ve Eylem Planı	21
5.1. Yol Haritası Stratejik Hedefleri	21
5.2. Ürün Yol Haritası	22

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AHİKA	: Ahiler Kalkınma Ajansı
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
ÇKS	: Çiftçi Kayıt Sistemi
KAEÜ	: Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
KAGM	: Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü
KOP	: Konya Ovası Projesi
SOGEP	: Sosyal Gelişmeyi Destekleme Programı
TARSİM	: Tarım Sigortaları Havuzu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
YEG	: Yerel Eylem Grubu

KAMAN CEVİZİ ÜRÜN ÜRÜN ANALİZ ÇALISTAYI

RAPORU

1. Giriş ve Amaç

Kaman cevizi, Kırşehir'in Kaman ilçesi ile özdeşleşmiş, yüksek iç randımanı, ince kabuğu ve üstün kalite özellikleriyle Türkiye'nin en tanınmış yerel ceviz çeşitlerinden biridir. Ürün yalnızca bir tarımsal üretim unsuru değil; aynı zamanda bölgenin kültürel kimliğini, kırsal ekonomisini ve kalkınma potansiyelini temsil eden stratejik bir değerdir.

Kaman ilçesi uzun yıllardır Anadolu'nun önemli ceviz üretim merkezlerinden biridir. Bölgede ceviz yetiştiriciliğinin dört yüz yılı aşkın bir geçmişe sahip olduğu bilinmektedir. Kaman'da bulunan “anıt ceviz ağacı” üzerinde yapılan araştırmalar, ağacın yaklaşık 376 yıllık olduğunu göstermektedir. 1990'lı yıllardan itibaren bölgede yürütülen seleksiyon çalışmaları sonucunda yüksek kaliteli Kaman 1, Kaman 2, Kaman 3, Kaman 4 ve Kaman 5 çeşitleri geliştirilmiş, böylece Kaman cevizi bilimsel olarak da tanımlanmış ve yaygınlaştırılmıştır.

Kaman cevizi, ilçenin kültürel yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Her yıl düzenlenen Kaman Ceviz, Kültür ve Sanat Festivali ilçenin en önemli kültürel etkinliklerinden biridir ve yüksek katılımı ile gerçekleşmektedir. Düğünlerde, bayramlarda ve geleneksel ikramlarda yoğun olarak kullanılmaktadır. İlçede yapılan pek çok yemekte ceviz kullanılmaktadır. Kaman'ın tanıtım materyallerinde ceviz temel sembollerden biri olarak yer almaktadır. Ceviz üretimi birçok ailede kuşaktan kuşağa aktarılan bir üretim geleneği niteliğindedir. Kaman'da yaşayan ailelerde, çocuklarına miras olarak bırakılacak en kıymetli şeyin bir ceviz bahçesi olduğuna dair bir kanaat mevcuttur. Kaman'da cevizle ve ceviz kabukları ile oynanan geleneksel çocuk oyunları bulunmaktadır. Dolayısıyla ceviz; bahçecilik faaliyetlerinden mevsimlik iş gücüne, geleneksel mutfaktan hediyelik eşyalara, festival organizasyonlarından turizm tanıtımına kadar geniş bir ekosistemin parçası durumundadır. Bu nedenle Kaman cevizinin geliştirilmesine yönelik politikaların yalnızca tarımsal üretim miktarının artırılmasıyla sınırlı tutulmaması gerekmektedir.

Kaman cevizi, Kırşehir'in ulusal ölçekte en bilinen tarımsal markalarından biridir ve Kırşehir'in dışarıdaki algısında ilk akla gelen ürünlerden biri durumundadır. Kaman cevizi; Kırşehir'in tarımsal kimliğini temsil etmekte, Kaman ilçesinin tanınırlığını artırmakta, sadece ilçenin değil, ilin de tanıtım materyallerinde sıkça yer bulmakta, tarım turizmi ve gastronomi turizmi açısından çekim unsuru oluşturmaktadır.

Sanayi yatırımlarının sınırlı olduğu Kaman ilçesinde ceviz üretimi temel ekonomik faaliyetlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Kaman cevizi; çiftçi gelirlerinin artırılması, kırsal nüfusun yerinde tutulması, tarımsal istihdam yaratılması, kadın emeğinin üretim süreçlerine katılması, tarıma dayalı sanayi gelişiminin desteklenmesi ve kırsal turizmin gelişiminin desteklenmesi unsurlarını sağlaması bakımından önemli bir kalkınma aracı olarak öne çıkmaktadır.

Kaman Cevizi, 9 Aralık 2020 tarihinde, Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından menşe adı olarak coğrafi işaret koruması altına alınmıştır. Coğrafi işaret tescilli ürünün özgünlüğünü korumakta ve markalaşma açısından önemli avantaj sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescilinin; taklit ürünlerle ayırımı yapılmasını, ürünün kalitesinin ve finansal değerinin artmasını, ihracat fırsatlarının gelişmesini sağlayarak, hem üreticiyi hem tüketiciyi koruyarak Kaman Cevizinin bölgesel marka değerinin güçlenmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde KAGM (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü) tarafından yürütülen Türkiye'nin her ilindeki özgün ürünleri belirlemeyi, bu ürünlerin potansiyelini bütüncül bir yaklaşımla değerlendirmeyi ve sürdürülebilir şekilde geliştirilmesini amaçlayan stratejik bir girişim olan “Anadoludakiler: 81 İl 81 Ürün Programı”nın uygulanması için Kalkınma Ajansları görevlendirilmiştir. Program kapsamında, 2026 yılı başı itibarıyla AHİKA tarafından ilgili programın uygulama rehberi doğrultusunda bir dizi çalışma yürütülmüş ve yukarıda değinilen özellikleri sayesinde Kırşehir için belirlenen ürün “Kaman Cevizi” olmuştur.

İlgili program kapsamında, yapılan çalışmaların paydaşlara sunulması ve izlenecek yol haritasının belirlenmesi amacıyla, Ajans koordinasyonunda il düzeyinde bir “Ürün Analiz Çalıştayı” düzenlenmiştir. “Kaman Cevizi Ürün Analiz Çalıştayı”, 10 Temmuz 2026 tarihinde, paydaş kurumların katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Üreticiler, kamu kurumları, akademisyenler ve sektör temsilcilerinin katıldığı 4 masada (Üretim ve Verimlilik; Katma Değer ve Ürün Geliştirme; Markalaşma ve Pazarlama; İşleme, Altyapı ve Tesisleşme) gerçekleştiren çalıştayda, her masanın konusu kapsamında sorunlar ve çözüm önerileri değerlendirilmiş, ürünün belirlenen alanlarda geliştirilmesi için gereken orta-uzun vadeli eylemler, faaliyetlerin sorumluları ile hedeflere yönelik başarı göstergeleri tartışılmıştır.

Bu raporun amacı, Kaman ceviz sektörünün mevcut durumunun ekonomik, teknik, çevresel ve kurumsal boyutlarıyla analiz edildiği; sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin

belirlendiği; ulusal ve uluslararası gelişmeler ışığında rekabet gücünün değerlendirildiği ve geleceğe yönelik stratejik politika önerilerinin geliştirdiği çalıştay çıktıları ortaya koymaktır. Rapor; üreticiler, kamu kurumları, akademisyenler ve sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen değerlendirmelerden elde edilen bulgular ışığında, sektörde karşılaşılan sorunların ve beklentilerin belirlenmesinde önemli bir veri kaynağı olarak değerlendirilmesi amacıyla hazırlanmıştır.

2. Çalıştaydan Elde Edilen Temel Bulguların Özeti

Çalıştayın bütüncül değerlendirmesi, Kaman cevizi sektörünün tek bir sorunun çözümüyle geliştirilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Üretimde verimlilik artışı sağlanmadan yeterli ve istikrarlı hammadde temini mümkün olmayacak; işleme ve depolama altyapısı güçlendirilmeden katma değerli ürünlerin sürdürülebilir biçimde üretilmesi zorlaşacak; güçlü bir marka ve denetim sistemi kurulmadan ise üreticinin elde ettiği kalite avantajının ekonomik değere dönüşmesi sınırlı kalacaktır. Bu nedenle raporda, dört masada ortaya çıkan görüşler aynı değer zincirinin birbirini tamamlayan unsurları olarak ele alınmıştır.

Bu kapsamda öncelikli yaklaşım; Kaman'ın yalnızca belirli bir ceviz çeşidiyle değil, toprak, iklim, rakım, mikroklima ve yetiştiricilik kültürünün oluşturduğu bölgesel üretim ekosistemiyle markalaştırılmasıdır. Bunun yanında üretici örgütlenmesinin güçlendirilmesi, ortak makine ve işleme tesislerinin kurulması, üniversite-üretici iletişiminin kurumsallaştırılması, iklim değişikliğine uyumlu üretim modellerinin geliştirilmesi, coğrafi işaretin etkin denetlenmesi, izlenebilirlik altyapısının oluşturulması ve katma değerli ürünlerin Ar-Ge yoluyla geliştirilmesi temel öncelikler olarak öne çıkmaktadır.

Raporun son bölümünde bu öncelikler, sorumlu aktörler, zaman perspektifi ve ölçülebilir göstergeler bakımından bir eylem çerçevesini içeren yol haritasına dönüştürülmüştür. Ürün yol haritası; üreticinin bahçe kurulumundan satışa kadar geçen sürecin tamamında ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşabilmesi, ortak hizmetlerden yararlanabilmesi, ürününü ayırt edilebilir bir kimlikle pazarlayabilmesi ve katma değerli ürünlere erişebilmesi sektörün toplam rekabet gücünü artırmayı amaçlamaktadır.

3. Ana Eylem Alanları ve Masa Çıktıları

3.1. Üretim ve Verimlilik Masası Çıktıları

3.1.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar

Tarım ve Orman Bakanlığı Kaman İlçe Müdürlüğü'nün verdiği bilgilere göre, mevcut durumda Kırşehir genelinde; yaklaşık 35 bin dekar ceviz bahçesi bulunmakta olup bunun yaklaşık 22 bin dekarı Kaman ilçesi sınırlarında yer almaktadır. Ceviz bahçelerindeki genel uygulama dekar başına 10 ağaç dikilmesidir. Normal koşullarda bir ağaçtan yılda yaklaşık 7 kg ceviz alınmaktadır. Bu durumda Kaman ilçesinde ceviz üretim kapasitesi yaklaşık 1.500 ton/yıl olarak ortaya çıkmaktadır. TÜİK verilerine göre, Kırşehir genelinde ceviz üretim miktarı 2024 yılında 4.920 ton, 2025 yılında 2.072 ton olarak gerçekleşmiştir. 2025 yılında üretim miktarının azalmasının nedeni il genelinde don neticesinde ceviz ağaçlarının soğuk almasıdır. 2026 yılı itibari yeni bahçelerin devreye girmesiyle üretim kapasitesi artmaya devam etmektedir.

Kaman ilçesinde binlerce üretici aile doğrudan veya dolaylı olarak ceviz yetiştiriciliği ile ilgilenmektedir. 10 dekarın altında üretim gerçekleştirilen yaklaşık 1.300 ceviz bahçesinde, üretim faaliyetlerinin aile içi iş gücü ile yapıldığı bilinmektedir. 10-50 dekar arasında üretim yapılan yaklaşık 430 bahçede ise; toplama, çırpma, ilaçlama gibi dönemlerde sezonluk işçi çalıştırılmaktadır. 2026 yılı itibari ile 50 dekardan büyük alanda üretim gerçekleştirilen 29 ceviz bahçesinde ise 12 ay süresince istihdam edilen çalışanlar bulunmaktadır. İlçedeki ceviz üretim faaliyetlerinin, fidan üretimi, budama, sulama, hasat, kurutma, paketlenme, depolama gibi alanlarda doğrudan; tarım makineleri üretimi ve nakliye gibi alanlarda ise dolaylı olarak istihdama katkısı bulunmaktadır. Özellikle hasat döneminde, ilçede önemli mevsimlik istihdam oluşmaktadır.

Masa katılımcıları tarafından üretim sürecinde karşılaşılan en önemli sorunların başında iş gücü teminindeki zorluklar, artan girdi maliyetleri, bilimsel verilere ve fizibiliteye dayanmadan gerçekleştirilen bahçe kurulumları ve iklim değişikliğinin üretim üzerindeki olumsuz etkileri gösterilmiştir.

Kaman ilçesinde son yıllarda ceviz bahçesi yatırımlarının önemli ölçüde artmasına rağmen, yatırım öncesinde yeterli fizibilite çalışmasının yapılmaması nedeniyle birçok bahçenin toprak yapısı, rakım, eğim, iklim özellikleri ve uygun çeşit seçimi dikkate alınmadan kurulduğu ifade edilmiştir. Bölge topraklarında yüksek kireç ve kalker oranı ile düşük organik madde miktarı bulunması nedeniyle özellikle kök gelişimi ve verimlilik açısından önemli sorunlar yaşandığı belirtilmiştir. Verim düşüklüğünün temel nedenleri arasında; yan dal

verimliliği düşük çeşitlerin tercih edilmesi, anaç ve çeşit standardizasyonunun bulunmaması, budama ve bakım uygulamalarındaki eksiklikler ile hastalık ve zararlılarla mücadelede bilgi yetersizliği öne çıkmıştır. Katılımcılar ayrıca iklim değişikliğinin etkisiyle ilkbahar geç donları, kuraklık ve su yetersizliğinin her geçen yıl daha fazla hissedildiğini, bunun da hem ürün miktarında hem de kalite açısından önemli kayıplara neden olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında antraknoz, yaprak lekesi, iç kurdu, kırmızı örümcek ve kök kanseri gibi hastalık ve zararlıların yaygınlaşmaya başladığı, bilinçsiz ilaç kullanımı nedeniyle hem maliyetlerin arttığı hem de mücadelede istenilen başarının sağlanamadığı değerlendirilmiştir.

3.1.2. Eğitim İhtiyaçları

Çalıştayda üreticilere yönelik eğitim faaliyetlerinin artırılması ortak görüş olarak ortaya çıkmıştır. Eğitimlerin bahçe kurulumu öncesinden hasat sonrası işlemlere kadar üretim zincirinin tamamını kapsamaması gerektiği belirtilmiştir. Özellikle bahçe kurulumu öncesi fizibilite hazırlama, toprak analizi ve arazi uygunluk değerlendirmesi, doğru çeşit ve anaç seçimi, budama, bitki besleme, hastalık ve zararlılarla mücadele, akıllı tarım, iklim değişikliğine uyum ve sulama yönetimi konuları öncelikli olarak değerlendirilmiştir.

Burada önerilen eğitim yaklaşımı, sınıf ortamında verilen teorik eğitimlerle sınırlı olmamalıdır. Kaman'daki farklı yaş ve büyüklükteki bahçelerin eğitim alanı olarak kullanıldığı, uygulamalı budama günleri, sulama demonstrasyonları, toprak analizi sonuçlarının birlikte yorumlandığı saha toplantıları ve hasat sonrası kalite ölçümlerinin yapıldığı bir 'uygulamalı ceviz üretim programı' oluşturulmasının daha işlevsel olacağı değerlendirilmiştir. Böyle bir programın her üretim sezonunda tekrarlanmasının ve bilgi aktarımını sürekli hale getirmenin faydalı olacağı belirtilmiştir.

Üniversite ile üretici arasındaki iletişim kanalının güçlendirilmesi, bu eğitim modelinin temelini oluşturmalıdır. Çalıştayda, KAEÜ bünyesinde laboratuvar ve 'Ceviz Danışma Ofisi' bulunduğu halde birçok üreticinin bu hizmetlerden haberdar olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla öncelik yeni bir yapı kurmaktan önce mevcut kapasitenin görünür ve erişilebilir hale getirilmesi olmalıdır. Danışma Ofisinin çalışma günlerinin, başvuru usulünün, analiz hizmetlerinin ve iletişim bilgilerinin İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü ile iş birliği içerisinde üreticilere düzenli olarak duyurulması gerektiğine değinilmiştir.

3.1.3. Mekanizasyon ve Dijital Tarım

Çalıştayda bulunan paydaşlar tarafından, iş gücü maliyetlerinin artması ve tarım sektöründe çalışacak iş gücünün azalması nedeniyle mekanizasyonun yaygınlaştırılması

gerektiği değerlendirilmiştir. Özellikle ceviz üretimine uygun yerli ve özel tasarım makine-ekipman geliştirilmesi, hasat, budama ve bakım süreçlerinde otomasyon sistemlerinin kullanımının artırılması gerektiği belirtilmiştir. Ancak yalnızca makine temin edilmesinin yeterli olmadığı; makinenin doğru ayarda, doğru zamanda ve ürünün fiziksel özelliklerine uygun biçimde kullanılması da kaliteyi doğrudan etkilediğinden, üreticilere düzenli olarak kullanım eğitimlerinin verilmesinin gerekli olduğuna değinilmiştir.

Katılımcılar tarafından dijital tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasının hem üretim maliyetlerini azaltacağı hem de genç nüfusun tarımsal üretime ilgisini artıracacağı ifade edilmiştir. Dijital tarım uygulamaları açısından Kaman'da aşamalı bir geçiş modelinin benimsenmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Öncelikli aşamada üreticilerin bahçe bilgileri, toprak analizleri, sulama kaynakları ve temel üretim kayıtlarının dijital ortamda tutulması; ikinci aşamada meteorolojik verilerin, toprak neminin ve sulama bilgilerinin izlenmesi; daha ileri aşamada ise verim ve kalite tahminlerinin yapılması hedeflenebileceği tartışılmıştır. Bu yaklaşımın, yüksek maliyetli teknolojilerin bir anda yaygınlaştırılması yerine ihtiyaç temelli ve ölçülebilir bir dijitalleşme süreci sağlamasında faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

3.1.4. Destekleme Politikaları ve Risk Yönetimi

Çalıştayda tarımsal desteklerin, özellikle profesyonel ölçekte ceviz üretimi yapan işletmeler açısından yetersiz kaldığı değerlendirilmiştir. Gübre ve mazot desteklerinin ceviz üretiminin maliyet yapısını karşılamaktan uzak olduğ u, belirli büyüklüğ ün üzerindeki profesyonel bahçeler için üretim odaklı yeni destek modellerinin geliştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu değerlendirme, desteklerin yalnızca girdi maliyetlerini azaltan araçlar olarak değil, verimlilik ve kaliteyi yükselten yatırımları teşvik eden mekanizmalar olarak tasarlanması ihtiyacına işaret etmektedir.

Ayrıca TARSİM kapsamında özellikle don ve kuraklık zararlarında mevcut hasar tespit kriterlerinin üretici beklentilerini karşılamadığı, ürünün belirli gelişim dönemlerine ilişkin şartlar nedeniyle birçok üreticinin yeterli tazminat alamadığı belirtilmiş; iklim değişikliğ inin etkileri dikkate alınarak sigorta sisteminin güncellenmesi önerilmiştir. İklim risklerinin artmasıyla birlikte sigorta ürünlerinin gerç ek üretim risklerini yansıtmaması, üreticinin risk yönetimi kapasitesi açısından önem kazanmaktadır. Bu alanda Kaman'a özgü risk profili çıkarılması ve ilgili kurumlara veri temelli politika önerileri sunulmasının yararlı olacağı değerlendirilmiştir.

3.1.5. Üretici Örgütlenmesi ve Kooperatifleşme Modeli

Masa katılımcıları bölgede güçlü bir üretici örgütlenmesi kültürünün bulunmadığını, üreticilerin ortak hareket edebileceği etkin bir kooperatif yapısının oluşturulmasının üretim ve verimlilik içinde önemli bir ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir. Üretici örgütlenmesinin zayıf olması, Kaman cevizi değer zincirindeki birçok sorunun ortak nedenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Güçlü bir üretici örgütü bulunmadığında küçük üreticilerin makine, teknik danışmanlık, girdi tedariki, depolama ve pazarlama gibi alanlarda ölçek ekonomilerinden yararlanması zorlaşmaktadır. Bu nedenle kooperatifleşmenin, yalnızca ortak satış amacıyla değil, üretim hizmetlerinin paylaşılması amacıyla da ele alınması gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Çalıştayda önerilen kooperatif modelinin ortak makine-ekipman parkı oluşturması, teknik personel istihdam etmesi, ortak ilaçlama ve bakım hizmetleri sunması, ortak satın alma ve pazarlama faaliyetleri yürütmesi ve sürekli teknik danışmanlık sağlaması öngörülmektedir. Bu modelin sürdürülebilirliği için profesyonel yönetim, şeffaf muhasebe, hizmet bedellerinin gerçek maliyetleri karşılaması ve üyelik yapısının farklı üretici ölçeklerini kapsamaması önemli unsurlar olarak ortaya çıkmıştır.

İlave bir değerlendirme olarak, kooperatifin yalnızca üretici aidatlarına dayalı bir yapıya dönüşmemesi; hizmet bazlı gelir, ürün satış komisyonu, ortak tesis işletmesi ve proje destekleri gibi farklı gelir kaynaklarına sahip olması önerilmektedir. Böylece kooperatifin, üreticinin dönemsel olarak başvurduğu bir yapıdan sürekli hizmet veren bir 'ortak işletme platformuna' dönüşmesinin hedeflenmesi gerektiği belirtilmiştir. Kooperatifin kamu kurumlarının rehberliğinde ve profesyonel yönetim anlayışıyla yapılandırılmasının sürdürülebilirliği artıracığı değerlendirilmiştir.

3.1.6. Çözüm Önerileri

Üretim ve verimlilik alanında temel hedef, Kaman'da ceviz üretim alanlarının niceliksel büyümesinden önce mevcut ve yeni bahçelerde birim alan veriminin, ürün kalitesinin ve üretim sürekliliğinin yükseltilmesi olarak ortaya çıkmıştır. Çalıştayda, üretim ve verimliliğin artırılması amacıyla aşağıdaki öncelikli çözüm önerileri geliştirilmiştir:

- Bahçe kurulumu öncesinde GPS destekli arazi uygunluk analizleri ile yatırım fizibilitesinin zorunlu hale getirilmesi,
- Bölge ekolojisine uygun, yan dal verimliliği yüksek çeşit ve uygun anaç kullanımının yaygınlaştırılması,

- Kuraklığa ve dona dayanıklı çeşitlerin kullanımının teşvik edilmesi,
- Mekanizasyon ve otomasyon yatırımlarının desteklenmesi,
- Üreticilere yönelik sürekli uygulamalı eğitim programlarının yürütülmesi,
- Hastalık ve zararlılarla entegre mücadele konusunda yayım faaliyetlerinin artırılması,
- Dijital tarım teknolojilerinin kullanımının yaygınlaştırılması,
- Profesyonel üreticilere yönelik destekleme modellerinin geliştirilmesi,
- TARSİM uygulamalarının iklim değişikliği koşullarına göre güncellenmesi,
- Güçlü üretici örgütlenmesini sağlayacak yeni nesil kooperatif modelinin oluşturulması.

Bu alanın uzun vadeli hedefi, Kaman'ın 'daha çok bahçe' modelinden 'daha verimli, daha kaliteli ve daha dayanıklı bahçe' modeline geçmesidir. Yeni yatırımların planlanması sırasında su varlığı, toprak özellikleri, iklim riski, çeşit ve pazar talebinin birlikte değerlendirilmesi; üretim kayıtlarının tutulması ve bahçe performansının izlenmesi, bu dönüşümün temel veri altyapısını oluşturacak unsurlar olarak öne çıkmıştır.

3.2. Katma Değer ve Ürün Geliştirme Masası Çıktıları

3.2.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar

Kaman'da ceviz işleme ve katma değerli ürün üretiminin mevcut kapasitesi sınırlıdır. Mevcut durumda ilçede sadece S.S. Kaman Kadın Girişimi Üretim ve İşleme Kooperatifi tarafından ceviz işleme yapılmaktadır. Bu kooperatif, 2022 yılında Kaman Belediyesi'nin başvuru sahibi olduğu ve AHİKA tarafından SOGEP (Sosyal Gelişmeyi Destekleme Programı) ile desteklenen “Kaman Cevizi İle İstihdam ve Sosyal Kalkınma Sağlanıyor” projesi kapsamında kurulmuştur. Proje ile ilgili kooperatife, ceviz kırma, ayıklama ve paketleme makineleri kazandırılmıştır.

Bu tesiste, doğrudan kabuklu ve kabuksuz cevizin dışında, cevizden üretilen cevizli sucuk, pestil, cezerye gibi ürünler de satışa sunulmaktadır. Kooperatif, satışlarının büyük bir bölümünü ilçede düzenlenen Kaman Ceviz, Kültür ve Sanat Festivali ve ilde düzenlenen Ahilik Haftası etkinlikleri kapsamında kurulan stantlarda gerçekleştirmektedir. Sosyal medya üzerinden de sınırlı olmakla birlikte satışları mevcuttur. Diğer yandan Kaman İlçe Belediyesi ve Kaman Kaymakamlığı başta olmak üzere çeşitli kurumlar, kurumsal hediye paketlerini kooperatifin ürünleri ile hazırlamakta olup satışlara destek vermektedir.

Bu tesis dışında, ilçede mevcut bir markalaşmış ürün bulunmamasına rağmen ceviz; besmeç, baklava, kolonya vb. ürünlerde geleneksel olarak kullanılmaktadır. İlçede bulunan bir pastanede, cevizli çikolata satışa sunulmakta olup talep görmektedir. Ayrıca, ilçede bulunan ve Kırşehir’de yerli ve yabancı turistlerin en çok ziyaret ettiği turizm merkezi olarak öne çıkan Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi ve Japon Bahçesi girişinde, Belediye tarafından işletilen Ceviz Cafe hizmet vermekte ve bir girişimci tarafından ceviz kabuğundan el emeği ile yapılan hediyelik eşyalar satışa sunulmaktadır.

Katma değer masasında temel sorunlar; üretim miktarının katma değerli ürünlere sürekli girdi sağlayacak ölçüde yeterli olmaması, güçlü bir üretici kooperatifinin bulunmaması, coğrafi işaretin etkin kullanılmaması, üniversite-üretici iş birliğinin yetersizliği, don riski, üretim atıklarının değerlendirilememesi ve ceviz değerinin eko-turizmle yeterince bütünleştirilememesi olarak belirlenmiştir.

3.2.2. Yeni Ürün Çeşitleri

Kaman cevizinin katma değerli ürünlere dönüştürülmesi, aynı hammaddeden daha yüksek ekonomik değer elde edilmesinin yanı sıra ürünün yıl boyunca gelir üretmesini sağlayacaktır. Kabuklu veya iç ceviz satışında gelir, büyük ölçüde hasat dönemindeki piyasa koşullarına bağlı iken işlenmiş ürünler farklı satış kanallarında ve farklı dönemlerde pazarlanabilir. Bu nedenle ürün geliştirme stratejisinin temel amacının, cevizin yalnızca birincil tarımsal ürün olarak değil, farklı tüketici ihtiyaçlarına cevap veren bir ürün ailesi olarak konumlandırılması olması gerektiği değerlendirilmiştir.

Çalıştayda ceviz ezmesi, cevizli sucuk, ceviz unu, ceviz yağı, ceviz sütü, ceviz süt tozu, cevizli lokum, cevizli helva, ceviz reçeli, ceviz turşusu, ceviz sirkesi, ceviz kolonyası, vakumlu iç ceviz, ceviz yaprağına dayalı ürünler ve hediyelik ürünler gibi seçenekler değerlendirilmiştir. Bu listenin tamamının aynı anda ticari ürüne dönüştürülmesi yerine, pazar potansiyeli, yatırım maliyeti, gıda güvenliği gereklilikleri, raf ömrü, hammadde ihtiyacı ve coğrafi işaretle uyum gibi kriterler üzerinden önceliklendirme yapılmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur.

İlk aşamada düşük ve orta yatırım gerektiren, yerel üretim kapasitesiyle uyumlu ürünlere odaklanması; ikinci aşamada profesyonel işleme ve ambalaj altyapısının geliştirilmesi; üçüncü aşamada ise daha yüksek Ar-Ge ve yatırım gerektiren ürünlere geçilmesi için uygun bir yol haritası oluşturulabileceği görüşü gündeme gelmiştir. Özellikle vakumlu iç ceviz, ceviz unu, ceviz ezmesi ve ceviz yağı gibi ürünler, farklı tüketici gruplarına erişim sağlayabilecek ürün kategorileri olarak değerlendirilmiştir.

Çalıştay katılımcıları, yukarıdaki ürünlerden özellikle fonksiyonel gıda pazarında satışa sunulabilecek ve bitkisel/vegan ürünlere artan talebe cevap verebilecek ürünler geliştirilmesinin faydalı olacağı görüşünde birleşmiştir. Bu eğilim Kaman cevizi açısından önemli bir fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte fonksiyonel gıda iddialarının bilimsel verilerle desteklenmesi ve mevzuata uygun biçimde kullanılabilmesi gerekmektedir. Bu nedenle ürün geliştirme çalışmaları pazarlama fikriyle değil, laboratuvar analizleri, tüketici araştırmaları ve teknik doğrulama süreçleriyle birlikte yürütülmelidir. Ceviz unu, ezme, bitkisel içecek hammaddeleri ve yağ gibi ürünlerin farklı gıda kategorilerine girdi sağlayabilmesi, Kaman cevizi için B2B pazarların da değerlendirilmesine imkân tanıyabilir. Böylece ürün yalnızca son tüketiciye paketli ürün olarak değil, pastacılık, çikolata, gastronomi, sağlıklı atıştırılmalık ve gıda üretimi sektörlerine hammadde olarak da sunulabilir. Bu yaklaşım, talep dalgalanmalarının azaltılması ve ürünün farklı gelir kanalları oluşturması bakımından önemlidir.

3.2.3. AR-GE ve Kalite Geliştirme Çalışmaları

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi'nin Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Programı kapsamında Tarım ve Jeotermal alanında pilot üniversite olması ve üniversite bünyesinde yürütülen 'Ceviz Odaklı Kalkınma ve Gelişim Projesi', Kaman cevizi açısından önemli bir akademik kapasite oluşturmaktadır. Proje kapsamında üniversite bünyesinde kurulan akademisyen ekip, aşağıdaki amaçlara ulaşmak üzere bir dizi faaliyet yürütmektedir.

- Bölgede mevcut ceviz sektörünün sorunlarını gidermek ve güçlenmesini sağlamak
- Ceviz üretim miktarının ve elde edilen ürünlerin değerlerini artıracak Ar-Ge destekli, üretim ve eğitim faaliyetlerinde bulunmak
- Ceviz üretimini ve temasını uzun vadede bölgenin diğer tarihsel, doğal ve kültürel değerleri ile birlikte kent kültürünün bir parçası haline getirerek il ve bölge ekonomisine katkı sağlamak, bölgenin sosyal refah düzeyini yükseltmek
- Bölgede mevcut ceviz bahçelerinin çeşit kaynaklı verimsizlik sorununu çözmek bu yolla toplam üretim miktarının ve ürün kalitesini artırmak
- Bölgedeki tarımsal girişimcilere aile işletmesi şeklinde, 50-100 da büyüklüğünde ceviz bahçelerinin tesis ve bakım işlemlerinin teknik esaslarını göstermek, onlara önderlik yapmak ve ceviz tarımını teşvik etmek

- Bölgedeki mevcut fidan üretim sektörünün alt yapı ve imkânlarını geliştirerek üretim kapasitesi, kalitesi ve çeşitliliğini artırmak
- Bölgede üretilen cevizin değerini artırmak ve üretimin sürdürülebilirliğini sağlamak

Çalıştayda ortaya çıkan temel sorunlardan biri de Kaman ilçesinde faaliyet gösteren üreticilerin, KAEÜ bünyesinde yapılan çalışmalardan yeterince haberdar olmamasıdır. Laboratuvar imkânlarının bilinmemesi ve bazı üreticilerin toprak analizi için Ankara'ya yönelmesi, mevcut kurumsal kapasite ile saha ihtiyacı arasındaki iletişim kopukluğunu göstermektedir. Bu nedenle üniversite-üretici iş birliğinde ilk adım, mevcut hizmetlerin erişilebilirliğini ve bilinirliğini artırmak olmalıdır.

Üniversite bünyesinde üreticilerin her zaman ulaşabileceği “Ceviz Danışma Ofisi” kurulmuş olmasına rağmen birçok üretici ofisin varlığından haberdar değildir. Dolayısıyla, bu alandaki sorunu gidermek için üniversite ile üreticiler arasında iletişim yolunu açmak üzere gerekli bilgilendirmelerin yapılması ilk adım olarak aciliyet taşımaktadır. Devamında ise, üniversite-üretici iş birliği ile Ar-Ge ve kalite geliştirme çalışmalarının yürütülmesi için özellikle ceviz üretiminde ortaya çıkan atıkların değerlendirilmesi hususu öne çıkmıştır.

Ceviz üretiminde ortaya çıkan yeşil kabuk, sert kabuk, iç perde ve yaprak gibi yan ürünlerin Kaman'da yeterince değerlendirilmediği çalıştayda temel sorunlardan biri olarak ortaya çıkmıştır. Oysa bu materyallerin farklı sektörlerde kullanım potansiyeli bulunduğu ifade edilmiştir. Yeşil kabuğun kimya sektöründe, sert kabuğun yapı ve çeşitli endüstriyel uygulamalarda, yaprak ve iç perdenin ise araştırmaya dayalı farklı kullanım alanlarında değerlendirilebileceği belirtilmektedir.

Atıkların değerlendirilmesi konusunda öncelikle miktar, bileşim, toplama maliyeti ve pazar talebinin ortaya konulması gerekir. Her yan ürünün ticari değeri aynı değildir. Bu nedenle Kaman'da bir 'ceviz yan ürünleri envanteri' hazırlanması ve ardından üniversite ile özel sektörün birlikte yürüteceği küçük ölçekli Ar-Ge projeleriyle ekonomik fizibilitenin test edilmesi önerilmektedir. Başarılı bulunan uygulamaların daha sonra girişimcilik ve yatırım destekleriyle ölçeklendirilebileceği gündeme getirilmiştir.

İlave olarak sert kabukların biyokütle, kompozit malzeme, dekoratif ürün ve zanaat alanlarında; yeşil kabuk ve diğer yan ürünlerin ise uygun teknik ve mevzuat koşulları sağlandığında farklı endüstriyel uygulamalarda değerlendirilmesine yönelik girişimler araştırılabilir. Burada temel yaklaşımın, hem atıkları azaltmak hem de cevizcilikten elde

edilecek toplam ekonomik değeri yükseltmek üzerine odaklanması gerektiği değerlendirilmiştir.

3.2.4. Eko Turizm Olanakları

Çalıştayda ceviz turizmi rotası, ceviz bahçesi gezileri, sembolik ağaç satışı veya ağaca isim verme gibi fikirler gündeme gelmiştir. Bu fikirler, Kaman cevizi ile ilçenin kültürel ve turistik değerlerini aynı deneyim içinde bir araya getirme açısından önemlidir. Kaman Kalehöyük Arkeoloji Müzesi ve Japon Bahçesi gibi mevcut çekim noktalarının ceviz temasıyla ilişkilendirilmesinin, ziyaretçilerin ilçede geçirdiği sürenin ve harcama kapasitesinin artırılmasına katkı sağlayacağı görüşünde birleşilmiştir.

Ceviz turizminin yalnızca hasat döneminde gerçekleştirilen bir etkinlik olarak tasarlanmaması gerekmektedir belirtilmiştir. Bahçelerin çiçeklenme ve gelişim dönemlerinin, hasat, kurutma ve işleme süreçlerinin farklı deneyimlere dönüştürülebileceği üzerinde tartışılmıştır. Ziyaretçilere ceviz yetiştiriciliği hakkında bilgi verilmesi, geleneksel üretim hikâyelerinin aktarılması, tadım etkinlikleri, cevizli yerel ürün atölyeleri ve ceviz kabuğundan el sanatları gibi faaliyetlerin bir rota içinde kurgulanabileceği önerisi katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Bu tür bir turizm modeli, üreticinin doğrudan turizm gelirinden pay alabilmesini sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır. Bahçe ziyaretlerinin standartları, ziyaretçi güvenliği, hijyen, rezervasyon ve rehberlik hizmetleri belirlenmeli; turizm faaliyetinin üretim süreçlerini aksatmaması sağlanmalıdır. Böylece cevizin, yalnızca satın alınan bir ürün olmaktan çıkarılarak Kaman'a özgü bir deneyimin parçası haline getirilebileceği önemli bir potansiyel olarak değerlendirilmiştir.

3.2.5. Çözüm Önerileri

Çalıştayda, Kaman ilçesinde cevizden katma değerli ürün geliştirilmesinin yolunu açabilmek amacıyla aşağıdaki öncelikli çözüm önerileri geliştirilmiştir:

- Coğrafi işaret tescilinin etkin kullanılabilmesi için Sanayi ve Ticaret Odaları ve Ziraat Odaları tarafından kontrol mekanizmalarının geliştirilmesi ve ilçede farklı cevizlerin “Kaman Cevizi” adı ile satışının önüne geçilmesi
- İlçede ceviz odaklı çalışan kamu-özel sektör-üniversite-sivil toplum iş birliğinin güçlendirilmesi amacıyla AB mevzuatı Yerel Eylem Grubu (YEG) kurulması için girişimlerin başlatılması

- İlçede üretici kooperatifi kurulması ve ceviz işleme alanında faaliyet gösteren mevcut iki kadın kooperatifinin desteklenmesi
- İlçede katma değerli üretime sürekli girdi sağlayabilecek kapasitede üretim miktarına ulaşabilmek adına, ceviz bahçelerinin artırılması için devlet destekli projeler üretilmesi

3.3. Markalaşma ve Pazarlama Masası Çıktıları

3.3.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar

Markalaşma ve Pazarlama masasında, katılımcıların en çok üzerinde durduğu konular; Kaman'da yetişen cevizin kalite bakımından rekabet avantajı, coğrafi işaret tescilinin etkin kullanılamamasından kaynaklı sorunların ürünün imajını olumsuz etkilemesi ve ülkede ceviz ithalat durumunun Kaman'daki üreticilere yansımaları olmuştur.

Ceviz üretimi konusunda Türkiye'nin en önemli kalite merkezlerinden biri olan Kaman'da, özellikle lezzet bakımından dünya standartlarının üzerinde ürünler yetiştirebilmektedir. Yapılan saha değerlendirmeleri, Kaman'ın rekabet avantajının yalnızca "Kaman 1" gibi yerel çeşitlerden değil; bölgenin sahip olduğu eşsiz mikroklima, toprak özellikleri, rakım, sıcaklık farklılıkları ve yetiştiricilik kültüründen kaynaklandığını göstermektedir. Aynı Chandler veya Fernor çeşidi farklı ülkelerde yetiştirildiğinde elde edilen kalite ile Kaman'da yetiştirilen ürün arasında belirgin farklılıklar bulunmakta; Kaman'da yetişen ürünlerin daha yüksek yağ oranına ve daha güçlü aromaya sahip olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte sektörün sürdürülebilir gelişimini sınırlandıran önemli yapısal sorunlar bulunmaktadır. Artan gübre, enerji ve işçilik maliyetleri, düşük birim verim, yetersiz mekanizasyon, sulama altyapısındaki eksiklikler, laboratuvar hizmetlerine erişimde yaşanan güçlükler, ithal ürün baskısı ve markalaşma sorunları sektörün temel darboğazlarını oluşturmaktadır.

Kaman Cevizi ülke çapında belirli ölçüde bilinen bir marka değeri bulunmakla birlikte ürün kimliğini korumakta eksiklikler bulunmaktadır. Kaman dışında üretilen veya ithal edilen cevizlerin "Kaman cevizi" adı altında pazarlanması, bölge markasının güvenilirliğini olumsuz etkilemektedir.

Üreticilerin önemli bölümü ürünlerini ambalajsız-logosuz olarak tüccarlara satmaktadır. Markalı satışın yetersiz olması fiyat oluşumunda üreticilerin pazarlık gücünü azaltmaktadır. Diğer yandan Türkiye'de üretilen ceviz miktarının iç tüketimi karşılamaması nedeniyle, piyasada farklı ülkelerden ithal edilmiş düşük fiyatlı ürünlerin bulunması da yerli ceviz üreticisi üzerinde baskı oluşturmaktadır.

3.3.2. Ürün Kimliği ve Rekabet Avantajı

Yapılan saha değerlendirmeleri göstermektedir ki Kaman'ın en önemli rekabet avantajı yalnızca yetiştirilen ceviz çeşidi değildir. Asıl üstünlük; toprak yapısı, mikro klima, gece-gündüz sıcaklık farkı, rakım, mineralli toprak yapısı, geleneksel yetiştiricilik kültürü gibi doğal faktörlerden oluşan üretim ekosistemidir. Bu durum, aynı Chandler veya Fernor çeşidinin farklı ülkelerde yetiştirilmesiyle karşılaştırıldığında açık şekilde görülmektedir. Kaman'da yetişen Chandler çeşidi; daha yüksek yağ oranına, daha yoğun aromaya, daha açık renk iç ceviz yapısına, daha uzun raf ömrüne sahip olmaktadır.

Dolayısıyla gelecekte oluşturulacak marka stratejisinin yalnızca "Kaman 1" çeşidi üzerine değil, "Kaman'da yetişen ceviz" algısı üzerine kurulmasının daha doğru olacağı değerlendirilmiştir. Bölgesel marka değerini güçlendirilmesi ve farklı çeşitlerin aynı üst marka altında pazarlanması önerilmiştir. Bu yaklaşım, Kaman cevizi için marka mimarisinin yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Tek bir çeşit etrafında oluşturulacak marka stratejisi, çeşit farklılıklarının veya gelecekte geliştirilecek yeni çeşitlerin markaya dahil edilmesini sınırlandırabilir. Buna karşılık 'Kaman'da yetişen ceviz' üst kimliği; farklı çeşitleri aynı coğrafi üretim hikâyesi altında birleştirebilir. Bu nedenle marka stratejisinin ürün çeşidinden çok coğrafi üretim ekosistemine dayanması önerilmiştir. Ancak bu iddianın güçlü bir marka vaadine dönüşebilmesi için ölçülebilir kalite kriterleriyle desteklenmesi gerekmektedir. Yağ oranı, iç randıman, renk, aroma, nem ve depolama performansı gibi parametrelerin düzenli ölçülmesi; gerektiğinde farklı üretim bölgeleri ve çeşitlerle karşılaştırılması, Kaman'ın kalite iddiasının bilimsel temelini güçlendirecektir.

3.3.3. Ceviz Festivali ve Tanıtım

Çalıştay katılımcıları, Kaman Ceviz, Kültür ve Sanat Festivali'nin Kaman cevizinin en büyük vitrini olduğunu ifade etmişlerdir. Ürünün marka değerinin zarar görmemesi için, festivalde satılan ürünlerinin ilçe genelindeki tüm kurumların ortak çalışması ile daha fazla denetlenmesinin yararlı olabileceğini dile getirmişlerdir.

Kaman Cevizi'nin menşe adı olarak coğrafi işaret korumasına sahip olması, ürünün yöreyle olan bağını hukuken tanımlayan önemli bir avantajdır. Ancak tescilin ekonomik değer yaratabilmesi için üretici, işletme ve tüketici düzeyinde etkin biçimde uygulanması gerekir. Coğrafi işaretin etkinliği açısından denetim, izlenebilirlik ve tüketici bilgilendirmesi birlikte ele alınmalıdır. Satış noktalarında ürünün kaynağını gösteren belge veya dijital doğrulama

mekanizması, tüketicinin güvenini artırabilir. Festival gibi yüksek görünürlüğe sahip etkinliklerde denetim sisteminin daha sıkı uygulanmasının öncelikli olduğu dile getirilmiştir.

3.3.4. İthalat Etkisi

Çalıştayda Türkiye'de iç tüketimin üretimin üzerinde seyretmesi nedeniyle ithal cevizin iç piyasada fiyat oluşumunu etkilediği, ABD, Şili ve Çin menşeli ürünlerin yerli üretici üzerinde baskı oluşturduğu değerlendirilmiştir. İthal ürünlerin fiyat avantajı, yerli üreticinin yalnızca fiyat üzerinden rekabet etmesini güçleştirmektedir. Kaman açısından çözüm, düşük fiyatlı ithal ürünle aynı koşullarda yarışmaya çalışmaktan ziyade kalite, coğrafi köken, güvenilirlik, izlenebilirlik ve katma değer üzerinden farklılaşmaktır.

Bu nedenle Kaman cevizi için pazarlama stratejisinin 'ucuz ceviz' yaklaşımına değil, 'kökeni belli, kalitesi doğrulanabilir ve hikâyesi olan ceviz' yaklaşımına dayandırılmasının daha doğru olacağı değerlendirilmiştir. Kurumsal alıcıların, turizm işletmelerinin, seçkin gıda perakendecilerinin, gastronomi sektörü ve çevrim içi satış kanallarının bu farklılaştırılmış ürün için hedef pazarlar olarak ele alınabileceği önerisinde bulunulmuştur.

3.3.5. Çözüm Önerileri

Çalıştayda, Kaman Cevizinin marka değeri ve rekabet gücünü artırmak için aşağıdaki öneriler öne çıkmıştır.

- Kaman ceviz sektörünün en önemli stratejik avantajının; Kaman 1, Kaman 5 gibi isimler ile adlandırılan çeşitlerin ülke genelindeki diğer çeşitlere göre üstünlüğünden ziyade, Kaman'da mevcut olan bölgesel üretim ekosistemi olduğu görülmektedir. Bu nedenle gelecekte izlenecek politika, tek bir çeşidi öne çıkarmak yerine "Kaman'da yetişen ceviz" kimliğini güçlendirmelidir.
- Kaman cevizi isminin korunması ve ticari değerinin artırılması için ciddi bir denetim ve strateji değişikliği gerekmektedir. Özellikle festival döneminde olmak üzere, zaman zaman yıl içinde farklı mecralarda yapılan satışlarda da satılan cevizlerin büyük çoğunluğunun dışarıdan getirilen ithal cevizler olduğu, bunun "Kaman cevizi" adıyla satılmasının tüketici güvenini sarstığı ifade edilmiştir. Satışlarda belediye onaylı barkod ve sertifika sistemi getirilerek, sadece Kaman yöresinde yetişen ürünlerin bu isimle satılması sağlanmalıdır. Coğrafi işaretin etkin uygulanması, festival ve pazarlama süreçlerinde denetimin artırılması önem arz etmektedir. İlave değerlendirme olarak, Kaman cevizi için basit ve kullanıcı dostu bir izlenebilirlik sistemi geliştirilebilir. Ambalaj üzerinde yer alan bir karekod aracılığıyla ürünün üretim yeri, üretici/üretici

grubu, hasat yılı, işleme tarihi ve coğrafi işaret uygunluğu gibi temel bilgilerin sunulması, tüketici güvenini artırabilir. Sistem başlangıçta sınırlı sayıda gönüllü üreticiyle pilotlanabilir ve sonuçlara göre yaygınlaştırılabilir.

- Festival tarihlerinin (Ekim başı) yerel cevizlerin kuruması için çok erken olduğu; ürünlerin yaş satılmasının kalite kaybına yol açtığı belirtilmektedir. Festivalin Ekim sonu gibi daha geç bir tarihe alınması önerilmektedir.
- Festivalin yeniden tasarlanmasında etkinliğin yalnızca satış odaklı bir organizasyon olmaktan çıkarılarak 'Kaman cevizi marka haftası' niteliğine kavuşturulması değerlendirilebilir. Ürün yarışmaları, kalite sergileri, tadım etkinlikleri, üretici buluşmaları, gastronomi gösterileri, akademik oturumlar, bahçe ziyaretleri ve çocuklara yönelik kültürel etkinlikler festivalin kapsamını genişletebilir. Böylece festival, Kaman cevizi değer zincirinin tüm aktörlerini bir araya getiren bir platform haline gelebilir.
- Kaman cevizi için dijital pazarlama kapasitesinin geliştirilmesi, özellikle küçük üreticilerin tüketiciye doğrudan erişimini artırmak açısından önemlidir. Sosyal medya üzerinden sınırlı satış yapıldığı belirtilen mevcut yapı, profesyonel içerik üretimi, ortak ürün kataloğu, çevrim içi sipariş ve lojistik altyapısıyla güçlendirilebilir. Burada amaç her üreticinin ayrı bir e-ticaret sitesi kurması değil, ortak bir satış altyapısının oluşturulmasıdır. Kooperatif veya ortak marka yapısı altında oluşturulacak dijital satış kanalı; ürünün kaynağı, üretici hikâyesi, hasat yılı, işleme biçimi ve kalite özellikleri hakkında bilgi sunabilir. Böylece dijital kanal yalnızca satış değil, marka anlatımı ve güven oluşturma işlevi de görebilir. Ayrıca kurumsal hediye paketleri, gastronomi ürünleri ve turistik hediyeliklerin aynı platformda sunulması ürün çeşitliliğini artıracaktır.

3.4. Tesislesme ve Altyapı Masası Çıktıları

3.4.1. Mevcut Durum ve Temel Sorunlar

İşleme, Altyapı ve Tesisleşme Masası çalışmalarında makineleşme ve sulama alanındaki eksiklikler, hastalık döneminde teknik bilgiye ulaşma güçlüğü, devlet desteklerine erişimde yaşanan sorunlar ve ortak tesis/kooperatif yapısının yetersizliği öne çıkmıştır. Bu sorunlar, üretimden elde edilen ürünün hasat sonrası dönemde kalite kaybetmeden işlenmesi ve pazara sunulması açısından kritik öneme sahiptir.

Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı tarafından Kırsal Dezavantajlı Alanlar Kalkınma Programı kapsamında 2018 yılında 19 üreticiye, 2025 yılında

ise 15 üreticiye ceviz soyma, çırpma ve ilaçlama makineleri temin edildiği belirtilmiştir. Katılımcılar, ilçede makine ve ekipmana yönelik talebin daha yüksek olduğunu, destek bütçelerinin talebi karşılamakta zorlanabildiğini, bütçelerin artırılmasına yönelik taleplerini türlü mecralarda ifade ettiklerini belirtmiştir.

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın verdiği desteklerin yeterli olmadığı da üreticiler tarafından gündeme getirilmiştir. Diğer yandan bu desteklerden yararlanabilmek için miras ve ÇKS kaydı ile ilgili sorunlar yaşandığı dile getirilmiştir. Bazı bahçelerin hâlâ önceki kuşakların adına kayıtlı olması, üreticinin destek başvurusunu zorlaştırabilmektedir. Son iki yılda vekâlet yoluyla işlem yapılmasına yönelik kolaylık sağlandığı belirtilmiş olmakla birlikte, mülkiyet ve kayıt sorunlarının üretici desteklerine erişim açısından sistematik biçimde ele alınması gerekmektedir.

İlçede makineleşme alanında eksiklikler bulunmakla birlikte, özellikle ceviz soyma aşamasında makine kullanımının doğru olup olmadığı da katılımcılar arasında tartışılmıştır. Makineye karşı olan görüşe sahip katılımcılar, makinenin zaman tasarrufu sağlamasına rağmen elle soyulan cevizin renk/görsel olarak daha güzel olduğunu, makinenin cevizi "tıraşladığını" ve içine su aldığını dile getirmişlerdir. Bu yüzden üreticinin ürünü çabuk elden çıkarmaya çalıştığını ve bunun da ikinci bir zarara yol açtığını belirtmişlerdir. Makineyi savunan görüşe sahip katılımcılar ise, sorunun makinede değil kullanım/ayar hatasında (devir süresi, farklı çeşitleri/ağaçları karıştırmadan atmak gibi) olduğunu dile getirmişlerdir. Teknik olarak, Kaman cevizinin ince kabuklu olması nedeniyle erken soyulduğu, bu yüzden makine devrinin (örn. 7 dakika) doğru ayarlanması gerektiği; farklı çeşitlerin (Chandler, Kaman 5 vb.) aynı anda makineye atılmaması gerektiği belirtilmiştir. Bu tartışma, ilçede makineleşme konusunda bulunan eksikliğin yanı sıra makinelerin kullanımı konusunda da teknik bilgi eksikliği bulunduğunu ortaya çıkarmıştır.

Mevcut durumda altyapı alanındaki en önemli sorun olarak dile getirilen husus sulama alanındadır. Sulama suyu yetersizliği ve kuraklığın bölgenin en büyük yapısal sorunu olduğu belirtilmiştir. Küçük bahçelerde "vahşi sulama" yapıldığı, büyük bahçelerde ise daha teknolojik (yağmurlama) sistemlerin kullanıldığı vurgulanmıştır. Küçük bahçelerde vahşi sulama yöntemlerinin kullanılması, su kaynaklarının etkinliğini azaltırken büyük bahçelerde daha teknolojik sistemlerin bulunması işletmeler arasında önemli bir uygulama farkı yaratmaktadır. Ceviz gibi uzun ömürlü bir ürün açısından su yönetimi yalnızca yıllık üretim açısından değil, ağacın uzun dönem gelişimi açısından da ele alınmalıdır.

3.4.2. Ortak Tesis Modelleri (kooperatif, kamu-özel sektör işbirliği vb.)

Mevcut durumda ilçede üretici kooperatifi bulunmamaktadır. Ceviz işleme alanında sınırlı imkânlarla küçük çapta faaliyet gösteren iki kadın kooperatifi bulunmaktadır. İlave olarak Kaman Ceviz Derneği faaliyet göstermektedir. Kaman Ceviz Derneği'nin 176 üyesi bulunmakta olup üyelerin bir kısmı sadece birkaç ağacı olan hobi bahçecisi, bir kısmı ise büyük ölçekli üreticidir. Mevcut durumda dernek, ticari faaliyette bulunmamaktadır. Derneğin sabit bir binası olmayıp iletişim adresi olarak ilçede bulunan bir eczane kullanılmaktadır.

Katılımcılar, kooperatif veya dernek bünyesinde ortak kullanıma açık, ücret karşılığında ceviz kırma, ayıklama ve paketleme hizmeti verecek bir tesisin üreticiler için faydalı olacağını belirtmiştir. Böyle bir tesisin, özellikle küçük ve orta ölçekli üreticilerin yüksek maliyetli ekipmanlara tek başına yatırım yapma ihtiyacını azaltabileceği belirtilmiştir. Aynı zamanda ürün kalitesinde standardizasyon, zaman tasarrufu ve daha düzenli bir pazarlama süreci sağlayabileceğine de değinilmiştir.

Katılımcıların görüşüne göre, ortak tesis modelinin başarısı için tesisin yalnızca makine parkından ibaret olmaması gerekir. Tesiste ürün kabul, kalite kontrol, kırma, ayıklama, sınıflandırma, kurutma, depolama, paketleme ve sevkiyat süreçlerinin birbirine bağlı şekilde planlanmasının önemli olduğu belirtilmiştir. Ayrıca ürün giriş ve çıkış kayıtlarının tutulmasının, coğrafi işaret ve izlenebilirlik sisteminin uygulanması açısından da fırsat yaratacağı değerlendirilmiştir.

Tesisin kadın istihdamı açısından da önemli bir potansiyel taşıdığı çalıştayda belirtilmiştir. Özellikle ayıklama, paketleme, kalite kontrol ve bazı işleme faaliyetleri için yerel kadın iş gücünün değerlendirilmesinin, ceviz sektörünün sosyal kalkınma etkisini güçlendirebileceği gündeme getirilmiştir. Mevcut kadın kooperatiflerinin bu tesiste hizmet sağlayıcı veya ortak olarak konumlandırılması hususunun değerlendirilmesi katılımcılar tarafından öneri olarak sunulmuştur.

3.4.3. Hastalık/Zararlı Tespiti ve Bilgi Erişimi

Çalıştay katılımcıları arasındaki bazı üreticiler ağaçların hastalık dönemlerinde ya da bahçede zararlı böceklerle rastladıklarında çözüm için teknik bilgiye hızlı bir şekilde erişemediklerini belirtmişlerdir. Zaman zaman Ankara'da bulunan ziraat fakültesine laboratuvar değerlendirmesi için numune gönderildiği ancak cevap gelene kadar geçen sürede yaşanan zararların büyük olduğuna değinilmiştir.

Diğer yandan üretim sürecinde ruhsatlı ilaç bulma sorunu da yaşandığı belirtilmiştir. "Delal" adlı antrakoz ilacının bölgede (Kaman, Kırşehir) bulunamadığı, eski etkili ilaçların (Manep, M22, M45 vb.) yasaklandığı, ziraat mühendisi ve zirai ilaç satan bayilerin marka değil etkin madde (örn. deltametrin) bazlı yönlendirme yapması gerektiği ama bunun da "belirli bir firmayla anlaşmış" algısı yaratma riski taşıdığı tartışılmıştır. Demir eksikliği, aşırı yağış, dolu gibi doğal etkenlerin de meyve tutumunu olumsuz etkilediği; bazı üreticilerin demir gübresi (DAP, 3.15 kompoze vb.) uyguladığı ancak bu konuda bir standardizasyonun sağlanamadığı belirtilmiştir.

3.4.4. Çözüm Önerileri

- Kaman için su verimliliği programı geliştirilmesi önerilmektedir. Katılımcılar tarafından önerilen bu program kapsamında bahçelerde sulama sistemlerinin envanteri çıkarılabileceği, su kaynağı ve bahçe büyüklüğüne göre uygun sulama modellerinin belirlenebileceği, toprak nem sensörleri ve zamanlayıcı sistemlerinin demonstrasyon bahçelerinde uygulanabileceği belirtilmiştir. Üreticilere su bütçesi hazırlama, sulama zamanlaması ve bakım konularında eğitim verilmesinin de altyapı yatırımının etkinliğini artıracakacağı değerlendirilmesinde bulunulmuştur.
- Kaman'da hızlı müdahale sisteminin üç kademeli olarak kurulması önerilmektedir. İlk kademede üreticinin fotoğraf, video veya kısa açıklama ile başvurabileceği dijital danışma kanalı; ikinci kademede Kaman'da belirli günlerde numune kabulü ve ön inceleme; üçüncü kademede gerekli numunelerin üniversite laboratuvarlarına veya ilgili araştırma kuruluşlarına yönlendirilmesinin sağlanabileceği belirtilmiştir. Bu sistemin, üreticinin doğru bilgiye erişimini hızlandırırken gereksiz ilaç kullanımının da azaltılmasına katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir.
- Çalıştayda demir eksikliği, aşırı yağış ve dolu gibi doğal etkenlerin meyve tutumunu olumsuz etkileyebileceği; bazı üreticilerin demir gübresi ve farklı kompoze gübreler kullandığı, ancak uygulamalarda standardizasyon bulunmadığı belirtilmiştir. Katılımcıların görüşüne göre, bitki besleme konusunda en önemli risk, üreticinin analiz sonucuna dayanmadan farklı ürünleri deneme yoluyla kullanmasıdır. Bu yaklaşımın maliyetleri artırabileceği gibi bitkinin beslenme dengesini de bozabileceği belirtilmiştir. Bu nedenle toprak ve yaprak analizlerinin üretim planlamasının parçası haline getirilmesi, analiz sonuçlarının üreticiye anlaşılır bir gübreleme programına dönüştürülmesi ve sezon boyunca izlenmesi önerilmektedir. Üniversite ve kamu

kurumlarının birlikte hazırlayacağı örnek besleme programlarının, üreticilerin gübre kullanımında daha bilinçli karar vermesine yardımcı olabileceği belirtilmiştir.

4. Genel Değerlendirme

Dört masa çalışmasının birlikte değerlendirilmesi, Kaman cevizi sektöründe sorunların büyük ölçüde birbirine bağlı olduğunu göstermektedir. Üretim verimliliğindeki sorunlar, işleme tesislerinin kapasitesini ve düzenli hammadde tedarikini etkilerken; işleme altyapısındaki yetersizlikler üreticinin ürününü katma değerli biçimde pazarlamasını engellemektedir. Benzer şekilde marka ve coğrafi işaret yönetimindeki sorunlar, üretim kalitesinin tüketiciye güvenilir biçimde aktarılmasını güçleştirmektedir.

Katma değerli ürün üretiminin sürdürülebilirliği için yeterli miktarda, standart kalitede ve düzenli biçimde hammadde temin edilmesi gerekir. Bu nedenle bahçe alanının artması tek başına yeterli görülmemelidir. İşleme tesisinin ihtiyaç duyduğu hammadde miktarı, üretim takvimi, çeşit dağılımı ve kalite kriterleri ile birlikte planlanmalıdır. Üretici örgütlenmesi bu noktada kritik rol üstlenebilir.

Kooperatif veya ortak tedarik sistemi, farklı üreticilerden gelen ürünlerin kalite sınıflarına ayrılmasını ve işleme tesisinin ihtiyaç duyduğu standartta ürün teminini sağlayabilir. Böylece üretici daha yüksek kalite sınıfındaki ürününü daha yüksek fiyatla satarken, işleme için uygun ancak birincil pazarda daha düşük fiyatlanan ürünler de katma değerli ürünlerde değerlendirilebilir.

Kaman cevizi için ortak kalite kriterlerinin belirlenmesi, markalaşma ile üretim arasındaki bağı güçlendirecektir. İç randıman, nem, renk, fiziksel bütünlük, yabancı madde, depolama koşulları ve gerektiğinde duyuşal özellikler üzerinden sınıflandırma yapılabilir. Bu kriterlerin yalnızca ihracat veya büyük işletmeler için değil, yerel üretici için de anlaşılır olması gerekir.

Kalite standardizasyonu, üreticinin emeğinin karşılığını alabilmesi için de önemlidir. Ürün farklı kalite sınıflarına ayrıldığında fiyatın kaliteyle ilişkilendirilmesi mümkün olur. Böylece üretici için kalite artırıcı uygulamaların ekonomik karşılığı görünür hale gelir.

Çalıştayda farklı başlıklarda tekrar eden sorunlardan biri bilgiye erişimdir. Üretici üniversitenin laboratuvarını, danışma ofisini veya mevcut destek mekanizmalarını bilmiyorsa kurumsal kapasite ile saha arasında bir kopukluk oluşmaktadır. Bu nedenle Kaman cevizi alanında faaliyet gösteren kurumların hizmetlerini tek bir iletişim mekanizması altında görünür kılması önemlidir.

Üretimden işleme ve pazarlamaya kadar tüm değer zincirinde yatırım ihtiyacı bulunmaktadır. Küçük üreticiler için makine ve ekipman yatırımı, orta ölçekli işletmeler için depolama ve paketleme, girişimciler için yeni ürün geliştirme, kooperatifler için ortak tesis ve dijital satış altyapısı farklı finansman ihtiyaçları doğurmaktadır.

Bu nedenle tek tip destek yaklaşımı yerine proje ölçeğine göre farklı finansman modellerinin kullanılması önerilmektedir. Hibe destekleri başlangıç yatırımlarında, uygun finansman araçları makine ve tesis yatırımlarında, üniversite projeleri Ar-Ge aşamasında ve kooperatif özkaynakları işletme giderlerinde kullanılabilir. Böylece desteklerin birbirini tamamlaması sağlanabilir.

5. Ürün Yol Haritası Stratejik Hedefleri ve Eylem Planı

5.1. Yol Haritası Stratejik Hedefleri

Stratejik Hedef 1: Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak

Stratejik Hedef 2: Üreticilerin kurumsal örgütlenmesini güçlendirmek

Stratejik Hedef 3: Katma değerli ürün çeşitliliğini geliştirmek

Stratejik Hedef 4: Markalaşma ve pazarlama gücünü artırmak

Stratejik Hedef 5: Tesisleşme ve altyapıyı güçlendirmek

Stratejik Hedef 6: Kurumsal koordinasyon ve izleme kapasitesini geliştirmek

5.2. Ürün Yol Haritası

Stratejik Hedef	Eylem / Proje	İş Birliği Yapılacak Kurumlar	Yöntem	Zamanlama	Performans Göstergeleri
Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak	Bahçe kurulumu öncesinde GPS destekli arazi uygunluk analizi ve yatırım fizibilitesi hazırlanması	Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Kaman Ziraat Odası	Teknik Destek, Danışmanlık, Eğitim	Kısa-Orta Vadeli (0-2 Yıl)	Hazırlanan fizibilite sayısı, analiz yapılan bahçe sayısı, doğru planlanan yeni bahçe sayısı
Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak	Yan dal verimliliği yüksek ve bölge ekolojisine uygun, kuraklığa ve dona dayanıklı çeşitlerin yaygınlaştırılması	Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Fidan Üreticileri, Kaman Ziraat Odası	Demonstrasyon Bahçeleri Ziyareti, Teknik Eğitim	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Kurulan örnek bahçe sayısı, yeni çeşit kullanım oranı, dekar başına verim artışı
Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak	Kaman Cevizi Akıllı Bahçe Yönetimi Projesi (Tarımsal mekanizasyon ve dijital tarım uygulamalarını gösteren GPS destekli arazi analizleri, toprak etütleri, çeşit seçimi, sulama planlaması ve	Ahiler Kalkınma Ajansı, KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlüğü, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Teknoloji Firmaları	Güdümlü Proje, Teknik Destek, Mali Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Dijital sistem kullanan üretici sayısı, kurulan dijital izleme sistemi sayısı

	yatırım fizibilitesini içeren dijital karar destek sisteminin oluşturulması				
Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak	Hastalıklarla mücadele, bitki beslenme programı ve laboratuvar analizleri için Hızlı Müdahale Sisteminin kurulması	Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Kaman Ziraat Odası	Danışmanlık, Eğitim	Kısa-Orta Vadeli (0-2 Yıl)	Kurulan sisteme başvuran üretici sayısı
Üretimde verimlilik ve kaliteyi artırmak	Model Bahçe ve Demonstrasyon Programı	Ahiler Kalkınma Ajansı, Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlüğü, KAEÜ Ziraat Fakültesi	Teknik Destek, Demonstrasyon Faaliyetleri	Orta-Uzun Vadeli (2-5 Yıl)	Demonstrasyon bahçesi teknik gezi sayısı, ziyarete katılan üretici sayısı
Üreticilerin kurumsal örgütlenmesini güçlendirmek	Üretici Kooperatifinin kurulması ve kurumsal kapasitesinin geliştirilmesi (Güçlü üretici örgütlenmesini sağlayacak yeni nesil kooperatif modelinin oluşturulması)	Kaman Belediyesi, Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ticaret İl Müdürlüğü, Kaman Ziraat Odası, Kaman Ticaret ve Sanayi Odası, Ticaret Borsası, Kaman Esnaf ve Sanatkarlar Odası	Danışmanlık, Teknik Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Kurulan kooperatif sayısı, üye sayısı
Katma değerli ürün çeşitliliğini geliştirmek	Ceviz Yan Ürünleri Envanterinin hazırlanması	Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Kaman Ziraat Odası, Kaman Ceviz Derneği, Kooperatifler	Danışmanlık, Teknik Destek	Kısa-Orta Vadeli (0-2 Yıl)	Hazırlanan envanter sayısı

Katma değerli ürün çeşitliliğini geliştirmek	Ceviz üretimde ortaya çıkan atıkların değerlendirilmesi için Ar-Ge çalışmalarının yürütülmesi	Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Kaman Ceviz Derneği Üreticileri	Danışmanlık, Teknik Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Yapılan AR-GE çalışması sayısı, katma değerli ürüne dönüşen atık miktarı
Katma değerli ürün çeşitliliğini geliştirmek	Ceviz temasının eko-turizm ile ilişkilendirilmesi	Kaman Ceviz Derneği, Kooperatifler, Üreticiler, özel işletmeler	Danışmanlık, Teknik Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Ceviz odaklı turizm faaliyeti sayısı
Markalaşma ve pazarlama gücünü artırmak	“Kaman’da yetişen ceviz” kimliğini güçlendirmek için barkod ve sertifika sisteminin geliştirilmesi	Kaman Belediyesi, Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kaman Ziraat Odası, Kaman Esnaf ve Sanatkarlar Odası	Danışmanlık, Teknik Destek	Kısa-Orta Vadeli (0-2 Yıl)	Geliştirilen sistem sayısı, barkod/sertifika kullanan üretici sayısı
Markalaşma ve pazarlama gücünü artırmak	Kaman cevizi için dijital pazarlama kapasitesinin geliştirilmesi	Kaman Belediyesi Kaman Ceviz Derneği, Kooperatifler	Danışmanlık, Teknik Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Oluşturulan dijital satış kanalı sayısı, dijital ortamda yapılan satış miktarı
Tesisleşme ve altyapıyı güçlendirmek	Ortak Makine Parkı ve Teknik Hizmet Merkezi	Ahiler Kalkınma Ajansı, KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlüğü, Kaman Belediyesi, Kooperatifler	Güdümlü Proje, Mali Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Oluşturulan ortak tesis sayısı
Tesisleşme ve altyapıyı güçlendirmek	Kaman İçin Su Verimliliği Projesi	Ahiler Kalkınma Ajansı, KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Tarım ve	Danışmanlık, Teknik Destek, Mali Destek	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Kapasitesi güçlendirilen/verimliliği artırılan sulama sistemi/gölet sayısı

		Orman İl/İlçe Müdürlüğü, Kırşehir İl Özel İdaresi, DSI			
Kurumsal koordinasyon ve izleme kapasitesini geliştirmek	Kaman Cevizi Eğitim Akademisinin kurulması	KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Tarım ve Orman İl/İlçe Müdürlükleri, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Ziraat Odası, Kaman Belediyesi	Eğitim Programları, Teknik Destek	Orta-Uzun Vadeli (2-5 Yıl)	Eğitim sayısı, eğitim alan üretici sayısı
Kurumsal işbirliği ve koordinasyonu güçlendirmek	Kaman Cevizi Koordinasyon Kurulunun oluşturulması	Ahiler Kalkınma Ajansı, KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Kaman Belediyesi, Kaman Tarım ve Orman İlçe Müdürlüğü, KAEÜ Ziraat Fakültesi, Kaman Ziraat Odası, Kaman Ticaret ve Sanayi Odası, Ticaret Borsası, Kooperatifler	Koordinasyon Toplantıları	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Toplantı sayısı, alınan karar sayısı, uygulamaya geçen karar oranı, profesyonel ceviz bahçelerine yönelik yeni destek ve sigorta modelleri geliştirilmesine yönelik politika önerileri, Tarım ve Orman Bakanlığı ve TARSİM'e yönelik oluşturulan politika önerisi sayısı, ilgili kurumlara sunulan rapor sayısı.
Kurumsal işbirliği ve koordinasyonu güçlendirmek	İlçede ceviz odaklı çalışan kamu-özel sektör-üniversite-sivil toplum iş birliğinin güçlendirilmesi amacıyla AB mevzuatı	Kaman Belediyesi, Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ticaret İl Müdürlüğü, Kaman Ziraat Odası, Kaman Ticaret ve	Koordinasyon Toplantıları	Kısa-Orta Vadeli (0-2 Yıl)	Yapılan toplantı sayısı

	Yerel Eylem Grubu (YEG) kurulması için girişimlerin başlatılması	Sanayi Odası, Ticaret Borsası, Kaman Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Kooperatifler			
Kurumsal işbirliği ve koordinasyonu güçlendirmek	Coğrafi işaret tescilinin etkin kullanılabilmesi için kontrol mekanizmalarının geliştirilmesi	Kaman Belediyesi, Kaman İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ticaret İl Müdürlüğü, Kaman Esnaf ve Sanatkârlar Odası,	Koordinasyon Toplantıları	Orta Vadeli (1-3 Yıl)	Yapılan toplantı sayısı

Hazırlanan eylem planı doğrultusunda yapılması önerilen faaliyetler yerel paydaşlar iş birliğinde düzenli olarak izleme ve değerlendirme sürecine tabi tutulacaktır. Bu süreç sonrasında ortaya çıkan mevcut durum ve kaydedilen ilerlemeler 6 aylık periyotlar halinde, program rehberinde yer alan ürün izleme karnesi formatında raporlanacaktır.



Cevher Dudayev Mah. Vatan Cad. No: 1 Merkez / NEVŞEHİR

Tel: 0 (384) 214 3666 - Faks: 0 (384) 214 0046

E-posta: info@ahika.gov.tr www.ahika.gov.tr

Kalkınma Ajansları Yayınları Bedelsizdir, Satılamaz.