

## DOKA-JICA İşbirliği, Bölgemizde “Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi”ne Odaklanıyor

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) ve Japon Uluslararası İşbirliği Ajansı (JICA) arasında Nisan 2012 tarihinde imzalanan işbirliği protokolü çerçevesinde, gerek Ajans kurumsal kapasitesinin geliştirilmesi, gerekse bölge kalkınmasına hizmet edecek nitelikte bilgi ve deneyim alışverişinin sağlanması için önemli çalışmalar başlatıldı. Söz konusu işbirliğinin bugüne dek alınan dikkate değer çıktıları; halen uygulanmakta olan Eylem Planı ve bir düşünce topluluğu olarak ortaya çıkan DOKADEMİ'dir. Öğrenen örgüt olma mottosuyla DOKA bünyesinde oluşturulan DOKADEMİ, Ajans personelinin mesleki gelişimine katkıda bulunan ve aynı zamanda Ajansın yerel kalkınma alanında oluşturabileceği stratejilerle ilgili düşünen, araştıran, tartışan ve üreten, gönüllü bir çalışma grubu. DOKADEMİ tarafından ele alınan Eylem Planı, kısa, orta ve uzun vadede “Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi, Ekoturizm, Atık yönetimi, Göç ve Ajans Kurumsallaşma Sürecinde Kaizen” gibi alanlara temas etmeyi hedeflemektedir.

Japonya, yerel kalkınma alanında başarılı örnekleri gözlemlemek açısından cömert olanaklar sağlayan bir ülke. Bu bakımdan, DOKA-JICA işbirliği çerçevesinde Japonya'da gerçekleştirilen inceleme gezileri, yerel kalkınma alanında bilgi ve tecrübe paylaşımını olanaklı hale getirirken, bölgemizde yerel düzeyde başlatılması planlanan çalışmalara yönelik önemli katkılar sunmaktadır. Söz konusu işbirliği kapsamında oluşturulan Eylem Planı'nın odaklandığı “Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi” (LCLP-Local Consumption of Local Products) başlıklı bileşen, Japonya'da yerel ekonominin canlandırılmasına yönelik uygulanan projeler hakkında bölgemizde farkın-



Özge ADIGÜZEL

dalık yaratma, bilinç oluşturma ve yerel ürünlerin ekonomiye kazandırılması için destek faaliyetleri yürütülmesini amaçlamaktadır.

Dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de, kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri öncülüğünde yerel kaynakların etkin kullanımına dönük oluşturulmuş sürdürülebilir kalkınma insiyatifleri mevcuttur. Bununla birlikte, 2006 yılında kabul edilen 5449 sayılı kanun ile, bölgesel kalkınmayı hızlandırmak, sürdürülebilirliği sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla 26 Kalkınma Ajansının kurulması, yerel dinamikleri dikkate alan bir kalkınma anlayışı ve bu anlayışa hizmet eden bir yapıyı ortaya koymuştur. Kuruluşundan bugüne Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA), oluşturduğu vizyon çerçevesinde; TR90 Bölgesi'nin yerel düzeyde potansiyel gösteren kaynaklarını planlamalarının merkezine yerleştirmekte, destek mekanizmasını bu kaynakları harekete geçirmeye yönelik kullanmakta ve yerel katılımcılığa azami önem atfetmektedir.

Söz konusu Eylem Planı'nın, bir yerel kalkınma stratejisi olarak Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP alanına odaklanmasının nedenlerinden biri, bölgemizde özellikle kırsal alanlarda ekonomik canlanmaya hizmet edecek potansiyele sahip kaynakların zenginliğidir. Doğu Karadeniz Bölgesi, fındık ve çay odaklı tarımsal üretiminin yanında birçok alternatif ürünün yetişebileceği toprak yapısı ve iklimsel koşullara sahiptir. Diğer yandan, bitkisel ürünler açısından bakıldığında, atıl durumda bulunan ürünlerin azımsanamayacak miktarda olduğu görülme-

tedir. Benzer şekilde, hayvansal üretim alanında özel sektör aracılığıyla gerçekleştirilen başarılı yatırımlar dışında, yerel halkın bu alandaki üretimini tatmin edici bir gelir getirci faaliyete dönüştüremediği görülmektedir. Şüphesiz, bölgenin yerel ürünleri sadece bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıda ürünleri olarak görülmemelidir. Karadeniz coğrafyasının, yaşam kültürünün, tarihi unsurların birlikte harmanlanarak, Karadeniz insanının elinde hayat bulan birçok geleneksel ürünün kendine has renkleri ve biçimi ile dikkat çektiği, ancak bölge kültürüne ait bu ender özellikte ürünlerin birçoğunun unutulmaya yüz tuttuğu görülmektedir.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı, gerek Bölge Planı'ndaki ortaya koyduğu stratejileri gerekse bugüne kadar uyguladığı mali destek programları aracılığıyla, yerel ürünlerin önemine dikkat çekmekte; ilgili paydaşlarımızı bölge ekonomisine katkı sağlayacak ürünlerin üretimi ve pazarlanması alanında birçok proje aracılığıyla desteklemektedir. Bu çalışmalara paralel olarak, DOKA-JICA işbirliği çerçevesinde uygulamaya konan Eylem Planı, kısa vadede Japonya'da Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP uygulamaları hakkında bölgedeki ilgili paydaşlara bilgilendirme yapmak, orta ve uzun vadede ise yerel ürünlerin önemi konusunda bilinç yükseltme ve bu ürünlerin çeşitlendirilmesi, belirli kalite ve standartlara ulaşarak bölge



ekonomisine katkıda bulunması için çeşitli uygulamaları hayata geçirmeyi hedeflemektedir. Eylem Planı'nın uygulanması sürecinde Ajans'ın temel rolü, yerel ürünlerimizin önemini kavrama ve bölgeye uygun yöntemler geliştirilerek yerel halkın harekete geçirilmesi noktasında kolaylaştırıcı olmaktır.

Yerel kalkınma alanında başarılı olmuş uygulamaların tamamında ortak nokta; sorun ve ihtiyaçların doğru tespit edilmesi, yerel dinamikleri dikkate alarak çözüm üretme ve bu süreçte yerel sahiplenmenin güçlü olmasıdır. Japonya'da, kırsalda baş gösteren yoksullaşma, nüfusun giderek azalması ve yaşam standardının kötüleşmesi gibi birçok sorunla mücadelede, yerel kaynakların kullanımına odaklanan çözüm yolları üretilmiştir. Yerel kaynakları sahiplenme açısından bilinçli bir toplumun bu süreçte öncü rol üstlenmesi de sürecin başarısını beraberinde getirmiştir. Japonya'nın yerel kalkınmadaki başarısının arkasında yatan nedenlerin başında güçlü bir kolektif bilinç yatmaktadır. Yerel kaynakların değerini vurgulayan ve bu değeri yaşam boyu sürecek bir bilinçle dönüştüren eğitim sisteminin, ülkenin kalkınma sürecinde temel taşlardan biri olduğu görülmektedir.

Japonya'nın yerel kalkınmadaki temel stratejilerinden biri olan Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP, tarımsal üretim yapan çiftçilerin piyasa koşullarıyla rekabet edememesi üzerine uygulamaya konan stratejiler olarak ortaya çıkmıştır. Müşteriyle direkt ilişki kurmadan, aracılar vasıtasıyla çalışan çiftçilerin piyasa bilgisine sahip olmaması, ulusal ölçekte pazarlama yapan şirketler karşısında kar marjının düşük kalması, rekabet gücü yüksek ürünlerin bulunmaması, ticari anlamda kırılgan ve güven



İrodori Projesi'nde 86 Yaşındaki Japon Kadın Siparişlerini Tablet Vasıtasıyla Alıyor.



Michinoeki

eksikliğinin yaşandığı bir yapının oluşması temel sorun alanları olarak görülmüştür. Buna karşılık, tarımsal ürünlerin işlenmesi ve katma değer yaratan yeni ürünler geliştirilmesi, mevcut ürünlerin belirli standart ve kalitede üretiminin sağlanması, pazarlama ve satışta yaşanan darboğazların aşılması ve bu doğrultuda yerel yönetimlerin yerel ürünlerin satışına yönelik altyapı desteği, ulusal düzeyde faaliyet gösteren ve yerel ürünlerin satışına aracılık eden kooperatifçilik sistemi gibi yapısal değişimler Japonya kırsalında yerel ürünlerin tüketimine dayalı yerel ekonomiler oluşturulmasına katkıda bulunmuştur.

Japonya'da yerel ekonominin canlandırılmasına yönelik yürütülen çalışmaların, yerel halkın yaşadığı temel sorunların sebep-sonuç ilişkisi içinde değerlendirilmesi sonucu ortaya çıkan etkili ve yerel katılımı esas alan çözüm yöntemlerine dayandığı görülmektedir. Yerel ürünlerin üretimi, promosyonu ve satışına yönelik yapılan çalışmalar, sadece altyapı çalışmaları değil aynı zamanda örgütsel düzenlemeler açısından da dikkate değerdir. Birçok bölgede vatandaşların yerel ürün almaları için daha fazla imkân yaratılması sağlandığı, otobüs terminalleri, ülkede oldukça fazla sayıda bulunan termal tesisler, süpermarketler, yol kenarı dinlenme tesislerinde yerel ürün satış noktaları oluşturulmuştur. Bununla birlikte, kooperatif-toptancı-perakendeci olarak ilerleyen üçlü bir bağlantı kanalıyla müşteriye ulaşan çiftçilerin, tüketiciyle direkt ve interaktif bir ilişki kurması sağlanmıştır. Genel olarak üreticinin gelirini gözetilen ve ulusal düzeyde çalışan bir kooperatif yapısı işlevsel kılınırken, çiftçilerin doğrudan satış yaptıkları pazar alanları oluşturulmuştur. Doğrudan satışların artırılmasına paralel

olarak, tarım teşvikleri de artırılmıştır. Mevcut ürünlerde gıda güvenliği, doğallık ve tazelik gibi unsurlar ön plana çıkarılırken, yerel ürünlerin kullanıldığı katma değeri yüksek yeni ürünlerin geliştirilmesine destek verilmiştir.

Japonya'da Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP'ne yönelik yürütülen tüm bu çalışmalar arasında en etkili yöntem kuşkusuz yerel ürünlerin önemi konusunda oluşturulan toplumsal bilinçtir. Özellikle yerel halkın katılımını ve önderliğini ön plana alan uygulamalar ilham vericidir. Awa City Okul Programı yerel ürünler konusundaki bilinç oluşturmaya yönelik, katılımı esas alan başarılı bir yöntemdir. Awa City Okul Programı, ilkokul çağındaki çocukların tarımsal faaliyetlere entegre olmalarını, gıda güvenliği, yerel üretim ve yerel tüketim kavramları hakkında eğitim almalarını sağlamaktadır. Bölgenin çilek, marul, patlıcan, domates gibi birçok meyve ve sebzenin üretimi için uygun toprak yapısına ve iklime sahip bir yer olması nedeniyle uygulanması kolaylıkla gerçekleşen proje kapsamında, çocuklar üretim sürecini öğrenmekte, yerel ürünlerden oluşturdukları yemek tariflerini ise öğlen yemeklerinde tüketmektedir. Okul programlarına verilebilecek bir diğer örnek Niijuku İlkokulu'nda uygulanmaktadır. Tarımsal üretimin teşviki ve organik tarım konusundaki bilincin artırılması amacıyla başlatılan program çerçevesinde, öğrencilerin birebir tarımsal üretim yapması sağlanmaktadır. Ekim, dikim ve hasat dönemlerini kendi metotlarını seçerek deneyimleyen ve öğrenen ilkokul çocuklarının, yemeklerin muhteşimliğindeki ürünlerin hangi aşamalardan geçerek oluştuğunu gözlemleyerek, ürünlerin önemini kavramaları sağlanmaktadır.



Michinoeki'lerde Üretici Bilgisi Ürünlerin Üzerinde Yer Alıyor

Japonya'da yerel kalkınma alanında gerçekleştirilen tüm başarılı uygulamaların insanı esas alan yapısı dikkat çekmektedir. Ticari ilişki kültürlerinde güven kavramına büyük önem atfeden Japonların yerel ürünlerin tüketiminde tespit ettikleri sorunlardan biri de, çiftçi ile müşteri arasındaki bağlantısızlık ve bu bağlantısızlıktan kaynaklanan güvensizlik duygusu olmuş. "Taze, güvenilir tarımsal ürünlerin tüketilmesi için toplumla birlikte çalışmak" motivasyonu ile oluşturulan Awa Veggie Projesi, yerel ürünlerin tanınması ve önemsenmesi adına geliştirilmiş bir diğer projedir. Proje kapsamında oluşturulan ekipte tanıtım, sunum ve tadım işlerini üstlenen, yerel ürünlerin tanıtımına yönelik iletişim kuran uzmanlar görevlendirilmekte; hem yerel halka hem de bölgeye gelen turistlere yöre meyve ve sebzeleri tanıtılmaktadır.

Yerel ürünleri, sağlık, doğallık, güvenlik ve lezzet özelliklerine odaklanarak, müşteriye birebir görüşmelerle tanıtan bir pazarlama stratejisinin etkili olduğu bir başka örnek ise Tokushima Marche'dir. Tokushima Marche, kentin içinden geçen nehrin iki yakasına pazar günleri kurulan ve bölgenin zengin doğasında yetişen meyve, sebze ve işlenmiş yiyeceklerin satıldığı bir pazar yeridir. Pazar alanına en iyi kalitede ürünlerini getiren üreticiler, müşterilerle bu yiyecekler hakkında konuşmakta ve yüzyüze kurulan bu iletişim yoluyla ürünlerini pazarlamaktadırlar. Tarımsal işletmeleri desteklemek, kalitede rekabet oluşturmak, tadım ve yüzyüze satış yöntemiyle müşteri merkezli hizmet becerilerinin artırılması amacıyla oluşturulan Pazar yeri, bir Pazar Destek Komitesi ve Ekonomik Araştırma Enstitüsü işbirliği çerçevesinde özel sektör tarafından yürütülmektedir.

Japonya'da yerel ürünlerin yerel ekonomiye kazandırılması için kurgulanan ve Yol Kenarı İstasyonu-Dinlenme Alanı olarak bilinen Michinoeki'ler, Afrika ve Uzak Doğu ülkelerinde de uygulamaya konmuş bir diğer modeldir. Yol kenarı istasyonları olarak tabir edilen Michinoeki'ler, ülkede istihdam, yerel ekonominin güçlendirilmesi ve yerel halka yönelik hizmetlerin iyileştirilmesi üzerinde olumlu etkiler yaratmıştır. Michinoeki'ler aynı zamanda yeni yapılmış veya rehabilite edilmiş otoyol projelerinin sosyal ve ekonomik kalkınma alanında da son derece büyük katkılar yapabileceğinin bir kanıtı niteliğindedir. Bugün Japonya'da sayıları 700'ün üzerinde olan Michinoeki'ler, yerel üreticilerin aktif katılımını sağlayan, yerel ürünlerin satışına odaklı tesisler olarak işletilmektedir. Buldukları alana hem sosyal hem de ekonomik hareketlilik getiren bu tesisler, araç parkı, tuvaletler, yerel ürün marketi, haber panosu, danışma bürosu, dinlenme odaları içermektedir. Bulduğu bölgenin yerel ürünlerinin, doğal ve işlenmiş şekilde satışa sunulduğu Michinoeki'lerde, tarımsal ürünlerin kim tarafından, nerede ve ne zaman üretildiğine ilişkin kimlik kartları görebilmek de mümkün olmaktadır. Yerel ürünlerin tüketimine yönelik yerel düzeyde bir uygulama olan Michinoeki'lerin metropol kentlerdeki yansımaları ise Antenna Shop'lar olarak göze çarpmaktadır. Japonya'nın farklı bölgelerinde üretilen gıda ürünlerinin satışa sunulduğu marketler, Tokyo gibi büyük kentlerde yaşayan ve kendi bölgesinin

ürünlerini tüketmeye özen gösteren kişiler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Antenna Shop'lar yerel ürünleri satışa sunmanın ötesinde, yöresel kültürü tanıtmaya ve yerel düzeyde yürütülen turizm faaliyetleri hakkında bilgi ve yönlendirme de sağlamaktadır.



Yuzu Mandalinalarıyla Yapılan  
Yerel Ürünleri

Japonya'da kırsal kesimde yoksulluk ve dış göç gibi temel sorunlarla mücadelede yerel ekonominin canlandırılması hedeflenirken, diğer yandan yaşam kalitesinin artırılması ve sosyal hareketliliğin sağlanmasına katkı sağlayan projelere de azami önem verilmiştir. İrodori Projesi, yerel kaynakların gücünün mucizevi sonuçlar doğurabileceğini kanıtlayan bir örnek niteliğindedir. Bununla birlikte, kırsal kesimde gelir getirici ekonomik faaliyetleri desteklemenin yanında, hedef kitlenin sosyal anlamda güçlenmesine de hizmet eden bir uygulama olduğu görülmektedir.

"Dağlarımızdaki yaprakları satabiliriz" dediğinde Kamikatsu'da kendisine inanan tek bir kişi bulamayan Bay Yokoishi, bugün sosyal ve ekonomik anlamda büyük getirileri olan bir projenin fikir babası ve oldukça karlı bir işletmenin sahibi konumundadır. Japoncada "renkli dekorasyon" anlamına gelen İrodori, yemek tabağında dekorasyona son derece önem veren Japonlara yönelik kurgulanmış bir projedir. Projenin fikir babası Bay Yokoishi, dekoratif özellik gösteren yaprakları satma fikrinin başta köylüler tarafından desteklenmediğini, ancak alınan siparişlerle birlikte yaprakların ekonomik değer yaratabileceğine ikna olduklarını belirtirken, zorlu bir süreçten geçildiğine, yerel sahiplenmenin proje açısından önemine vurgu yapmaktadır. İlk etapta yerel kooperatifler aracılığıyla takip edilen çalışmalar, 1999 yılında süreci promosyon ve pazarlama alanında yöneten yarı-özel nitelikteki İrodori Şirketi'nin kurulmasıyla devam etmiştir. Japonya'da birçok lüks restorana satışı yapılan yapraklar, Kamikatsu'da yaşayan ve çoğunluğunu yaşlı kadınlardan oluşan bir ekip tarafından toplanmakta, temizlenip paketlenmekte ve sipariş merkezine ulaştırılmaktadır. Bugün bu yenilikçi uygulamayı sadece gözlemlemek için yılda 4000'e yakın kişi Kamikatsu'yu ziyaret etmektedir. İrodori Projesi, dekoratif öğeler taşıyan yaprakları toplayıp pazarlayarak gelir elde etmeyi başarmış bir girişimcilik hikâyesinden öte, kırsal kesimde yenilikçiliğin, katma değer yaratmanın, yerel potansiyeli harekete geçirmenin kusursuz bir örneğidir. Proje ekonomik canlanma yaratarak yoksulluk ve göçle mücadelede önemli katkılar bulunmuş, diğer yandan köyde yaşayan yaşlı nüfusun sosyal yaşamına hareket kazandırmıştır.

Japonya'da başarılı yerel kalkınma girişimlerinin odağında yerel ürünlerin tüketimi ve yerel sahiplenmenin sağlanması yer almaktadır. Yerel kaynakların kullanımına odaklı bir kalkınma inisiyatifinin başarılı olabilmesi için, kuşkusuz kaynakların sınırlı/bol olması, ve aynı zamanda kullanılabilir durumda olup olmaması belirleyici temel unsurlardan biridir. Hali hazırda sahip olan mevcut potansiyel değerlerin doğru analiz edilmesi ve yerel insan kaynağının belirlenen stratejiler doğrultusunda harekete geçirilmesi yerel girişimlerde başarı şansını artırmaktadır. Altyapı ve üstyapı düzenlemeleri, satış ve pazarlama imkânlarının geliştirilmesi gibi yapısal faktörlerin ötesinde, içinde bulunduğu çevrenin ekonomik ve sosyal şartlarının gelişimine yönelik önceliklerini tespit etmemiş ve bu öncelikler doğrultusunda oluşturulan hedefleri sahiplenmemiş bir yerel topluluğun başarı şansının az olacağını ortaya koymaktadır. Japonya bu anlamda iyi örnekleri barındırmakta, ve özellikle, yerel kalkınma süreçlerinde yerel halkın farkındalığının ve katılımının belirleyici olduğunu göstermektedir.

Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP, TR90 Bölgesi sahip olduğu zengin kaynaklar ve ekonomik potansiyel vadeden ürünler bağlamında doğru bir strateji olarak addedilmektedir. Bununla birlikte, yerel halkın bakış açısı, söz konusu alandaki farkındalığı, birlikte harekete geçme isteği ve becerisi, bölgede planlanan tüm ekonomik ve sosyal kalkınma inisiyatiflerinde temel belirleyici unsur olarak görülmektedir.



Yerel Ürün



Atık Malzemelerden Yeni Üretim

DOKA-JICA arasında oluşturulan işbirliğinin, bölgede örnek teşkil edecek yerel kalkınma girişimlerinin hayata geçirilmesinde etkili olması beklenmektedir. Ajansın süreçteki rolü, Eylem Planı'nın odaklandığı alanlarda bilgi ve bilinç düzeyini artırmak, yerelden gelen talepleri değerlendirmek, mali ve teknik açıdan ise kolaylaştırıcı olmaktadır.

DOKA-JICA işbirliği kapsamında, Japonya'da kurgulanmış ve başarılı olmuş yerel kalkınma örneklerine ilişkin gerçekleştirilen inceleme çalışmaları, şüphesiz, bölgede kalkınma alanında süregelen öğrenme sürecine önemli katkılar sağlamaktadır. Bölgede kalkınmadan sorumlu temel kurumsal yapı olarak DOKA, bu öğrenme sürecini bölgede maksimum faydaya dönüştürmek için çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalardan biri, Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP alanında mevcut durumun araştırılması için yürütülen saha çalışmasıdır. Bölgede seçilen örnekler üzerinden yapılan yüz yüze görüşmeler gerek köylerin gerekse yerel ürün satışı yapan işletmelerin yerel ürünlerin bölgedeki potansiyelinin ortaya konması bakımından yol göstericidir. Çalışma kapsamında, bölgede tarımsal ürünler başta olmak üzere üretimi yapılan yerel ürünlerin tespiti, yerel özellik gösteren doğal, kültürel ve tarihi öğeler, ritüeller, el sanatları gibi birçok alanda bir envanter oluşturulması, köylerin yerel ürünlerin etkin kullanımı bakımından potansiyelinin (konumu, insan kaynakları, üretim yapısı, örgütlenme yapısı, altyapı olanakları açısından) değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Söz konusu saha çalışması kapsamında ayrıca, yerel ürün satışını hali hazırda yapmakta olan



Pazar Yerinde Yerel Ürünler Tanıtılıyor

işletmelerin mevcut durumları, sorun ve ihtiyaçları, yerel ürünler konusundaki politikaları, geleceğe dönük projeleri incelenmektedir.

Bölgemizde Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP alanında dikkate değer çalışmalar bulunmakla birlikte, bölgenin kalkınması açısından gelecek vadeden bu alanda öğrenme sürecinin özellikle yerel halk arasında yoğunlaştırılması, süreci kolaylaştırıcı temel etkenlerden biri olacaktır. Bölge illerinde yürütülmekte olan araştırmanın tamamlanmasının ardından, yerel ürünlerin bölge ekonomisine kazandırılması, mevcut uygulamaların iyileştirilmesi ve desteklenmesi açısından bir yol haritası oluşturulması beklenmektedir.

Yerel ürünlerin öneminin kavranması ve bu alanda yürütülebilecek yenilikçi çalışmalarla ilgili ufuk açıcı etkinlikler hali hazırda düzenlenmektedir. Bu anlamda, JICA tarafından bölgemize verilen teknik destek son derece değerlidir. Japon Uluslararası İşbirliği Ajansı işbirliği(JICA) tarafından Kasım 2013'te Giresun Bulancak ilçesinde gerçekleştirilen "Yöresel Ürünlerin İşlenmesi ve Pazarlanması" konulu seminerde, yerel ürün geliştirme sürecinde müşterilerin ihtiyaçlarının tespit edilmesi, marka, ambalaj tasarımı, tat ve aroma, muhteviyat, ölçü

ve fiyat gibi standartların belirlenmesi, gelir-gider analizleri gibi birçok konu başlığı ele alınmıştır. Bunun yanında, Mart 2014'te bölgemizi ziyaret eden Sıfır Çöp Akademisi Kurucu Genel Sekreteri Natsuko Matsuoka'nın Giresun ve Ordu illerinde atık yönetimi alanında yaptığı saha çalışmaları dikkate değerdir. Atık yönetiminin yerel kaynakların etkin kullanımı açısından önemi dikkate alındığında, özellikle mutfak atıklarının tarımsal üretimde kullanılmak üzere dönüştürülmesi konusunda atılabilecek adımlar saha çalışmasının işaret ettiği önemli çıktılardan olmuştur.

Yerel Ürünlerin Yerelde Tüketimi-LCLP konusunda yürütülmekte olan saha çalışması sonrasında oluşturulacak yol haritası, bölgede yerel ürünlerin belirli kalite ve standartlara ulaştırılması, belirli ürünlerin işlenmesi, satış ve pazarlama kanallarının değerlendirilmesi, bu doğrultuda altyapı olanaklarının kurgulanması ya da rehabilite edilmesi gibi konularda, bölgenin yerel dinamiklerini dikkate alan stratejilerden oluşacaktır. DOKA-JICA işbirliği protokolü kapsamında Ajans'ta tam zamanlı olarak çalışan ve saha çalışmalarını yakından takip eden Kıdemli Danışman Masa Kiyoka'nın sürece yaptığı katkı ise son derece kıymetlidir.

Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı desteğiyle, bölge kalkınmasına yönelik oluşturduğumuz plan ve programlar çerçevesinde, birçok yerel kalkınma girişimi hayata geçirilmektedir. Bununla birlikte, ülke genelinde olduğu gibi bölgemizde de, devlet desteğiyle oluşturulan sektör bazlı teşviklerin istihdam ve gelir yaratma düzeyi yüksek yatırımlara hız kazandırarak, bölge kalkınmasına büyük katkılar yaptığı görülmektedir. Bununla birlikte, Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sahip olduğu yerel kaynaklarının, yerel halkın

bilinci, inancı ve işbirliği doğrultusunda harekete geçirilmesi ise sürdürülebilir yerel kalkınmayı beraberinde getirecektir. Bu anlamda, yürütmekte olduğumuz Eylem Planı'nın bölgenin yerel potansiyelini ortaya çıkarmak, bu potansiyeli tanıtmak ve harekete geçirmek bakımından ciddi katkılar yapmasını bekliyoruz, DOKA'nın bu süreçteki kolaylaştırıcı rolünün bölgemizdeki yerel kalkınma girişimleri açısından önemli etkiler yaratacağına inanıyoruz.

### Kaynakça:

1. Kiyoka Masanobu, "Organic Farming in Today's Japan", Eastern Black Sea 1st Organic Agriculture Congress 26-28 June 2013 Kelkit, Gümüşhane.
  2. Guidelines for Roadside Stations-Michinoeki, World Bank, July 22, 2004.
-