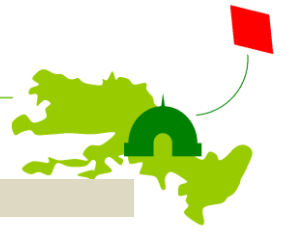


10. EYLEM PLANI	3
10.1. GİRİŞ.....	3
10.2. TRANSVERSAL EYLEMLER.....	3
10.3. EKOTURİZM EYLEM PLANI	4
10.3.1. Giriş	4
10.3.2. Genel Hedef	5
10.3.3. Kısa Vadeli Hedef 1: Üretim Kapasitesi	5
10.3.4. Kısa Vadeli Hedef 2: Yerel Halkın Bilinçlenmesi ve Turizm Dinamizasyonu.....	8
10.3.5. Kısa Vadeli Hedef 3: Kapasite Geliştirme	10
10.3.6. Kısa Vadeli Hedef 4: Tanıtım ve İletişim	11
10.3.7. Kısa Vadeli Hedef 5: Ticari Kapasite	13
10.3.8. Çizelge	14
10.4. ORGANİK TARIM EYLEM PLANI	19
10.4.1. Giriş	19
10.4.2. Genel Hedef	20
10.4.3. Kısa Hedef 1: Kalite ve Organik Tarım Üretimi.....	20
10.4.4. Kısa Hedef 2: Kalite ve Organik Tarımda Ticarileşme.....	24
10.4.5. Çizelge	27



10. EYLEM PLANI

10.1. GİRİŞ

Bir Eylem Planı, belirli hedeflere ve amaçlara ulaşmak için iyi uygulanması gereken bir aktiviteler dizisidir. Eylem Planı üç ana elemente sahiptir: Belirli görevler (*ne yapılacaktır*); Zaman tercihi (*ne zaman yapılacaktır*) ve Kaynak dağıtımı (*belirli aktiviteler için ne tür özel fonlar, elementler veya tedarikler mevcuttur*). Bu elementlerin dışında bir Eylem Planı, eylemlerin beklenildiği şekilde takip edilip edilmediğini analiz etmek için denetlemenin yollarını oluşturmaktadır.

Bu Bölümün amacı, orta ve uzun vadede organik tarım ve ekoturizme dayalı yatırımlar ile Gökçeler-Çamseki Vadisi'nin sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunmak olan Projenin başlıca hedefine ulaşmak için bir Eylem Planı sağlamaktır.

Bu yüzden bu Bölüm, Proje tarafından belirtilen her bir eylem alanı için bir tane olan iki arka plana ayrılmıştır. Aynı zamanda bu arka planlar, her bir Eylem Planını özetleyen mantıksal çerçeve matrisleri ile birlikte bir dizi yorum ve anlamaya ve uygulamaya yardımcı göstergeleri de içermektedir.

Fakat Planlar, eylemleri geliştirmek için kesin bir an belirtmemektedir (mevcut bütçeye göre karar verilmelidir). Buna rağmen, kısa, orta ve uzun vadeli öncelik vermeye göre aşağı yukarı düzenlenmişlerdir.

10.2. TRANSVERSAL EYLEMLER

İlerleyen kısımlarda gösterilen her iki Eylem Planının en uygun performansı için, bir dizi transversal eylemler veya ilkeler düşünülmüştür.

Bu ilkeler, bizim düşüncemize göre, faydalanacak kişilerin ihtiyaçlarına ve motivasyonlarına öncelik veren bir eylem planının kapsamlı bir yönetimin esaslarını oluşturmaktadır.

Eylem planları sırasında değer verilen ve geliştirilen bu transversal eylemler veya ilkeler şu şekildedir:

- **Görünürlük ve şeffaflık:** Faydalanan kişiler ve paydaşlar, her an ne yapıldığı ve niçin yapıldığı konusunda yenilenmiş bilgilere sahip olmalıdır. Her aktörün gerçek bir katılımı ve bunun sonucunda proje sürdürülebilirliği için öngörülen, süreç içinde ve hali hazırda uygulanmış eylemlere ilişkin olarak bütün bir şeffaflık garantisi edilmelidir.
- **Katılım:** Projeden faydalanacak kişiler, karar alma sürecine ve eylem planlarının performansına aktif olarak katılabilirlerdir. Buna ek olarak, genel bir katılım sağlanmalıdır. Farklı aktivitelerde, izlenecek yolların önerildiği, yerel markanın tasarımında işbirliği yapıldığı, toplantılara düşüncelerle katkıda bulunduğu, vb. genel bir katkı garantisi edilmelidir. Herhangi olası engellerin üstesinden gelmek için katılımın ve dezavantajlı sosyal grupların görünür temsili güçlendirilmeli ve aktif önlemler alınmalıdır.
- **Esneklik:** Eylem planları, ne zaman karar verilerse projeye katılabilecek ve kendi özel durum, kapasite ve limitlerine göre kendi ritimlerinde devam edecek faydalan kişilerin tutumuna uyum sağlamalıdır. Bir kez daha, eğer dâhil olmaları için aktif bir pozisyon alınmazsa büyük ölçüde görünmez kalacak dezavantajlı grupların katılımı iyileştirilmek için özel bir ilgi gösterilmelidir.
- **Gerçekçilik:** Faydalanacak kişiler ve paydaşlar arasında hayal kırıklığına yol açmamak veya yanlış beklentiler yaratmamak için, tüm süreç boyunca gerçekçi bir yaklaşım uygulanmalıdır. Proje aktörlerinin devamlı uyumunu ve özelleşmesini amaçlayan eylem planları uygulandığında, bu kişileri hem bireysel hem de toplu olarak etkileyen sosyal ve kültürel altyapı zihinlerde oluşturulmalıdır. Proje, her geçen gün ortaya çıkan yeni koşullara devamlı olarak uyum sağlama kapasitesine sahip olmalıdır. Kademeli olarak artan hedeflerin başarısına dayalı bir adım-adım felsefesi önerilmektedir.
- **Cinsiyet yaklaşımı:** Bu Nihai Raporda, Bölüm 1 ve 5'te, gösterildiği üzere, faydalanacak kişilerin kapasiteleri ve beklentileri tespit edilirken ve planlanırken cinsiyet konularına özel bir ilgi gösterilmelidir.

Toplumsal cinsiyet yada cinsiyetin entegre edilmesi süreci, herhangi bir girişimin kadınların ve erkeklerin yaşamları üzerinde sahip olduğu etkinin farklı değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Bu, kadınlar ve erkekler arasındaki eşitsizliğin yeniden yaratılması veya devam ettirilmemesi için kadınların ve erkeklerin ilgilerinin, endişelerinin ve beklentilerinin süreçleri tasarlamada, uygulamada, denetlemede ve değerlendirmede genel birleşimini amaçlayan bir stratejidir.

Bu yüzden, sürecin tasarlanması sırasında cinsiyete bağlı oluşturulmuş önerilere süreklilik kazandırmak için, eylem planlarının uygulanmasında ve denetiminde buna ilişkin aktif bir rol üstlenilmelidir. Kadınların katılımını ve temsilini potansiyel olarak garanti altına alacak aktivitelerin bulunduğu sıradaki kısımların her birinde belirli transversal eylemler ve aktiviteler dâhil edilmiştir.

10.3. EKOTURİZM EYLEM PLANI

10.3.1. Giriş

Bölgeye göçen kişilerin işlerin büyümesini istemesine rağmen, Pilot bölgedeki kırsal halk genel olarak gündelik ve geçimlik ekonomileri (hayvancılığa dayalı) ile karakterize edilmektedirler. Aynı zamanda bölgenin bir koruma alanı olarak ilan edilmesinin sebebi olan önemli doğal ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunmasına rağmen, mevcut kısıtlı ekonomik olasılıklar yukarıda belirtilen durumun sebebidir.

Yetersiz altyapı, belirlenen kaliteli ürünlerin olmaması ve aynı zamanda yerel halkın turizm sektörü ile ilgili yeterli eğitim ve bilgi birikimine sahip olmaması bölgedeki turizm gelişimi için başlıca sorunlardır. Bu zayıf yönlerin üstesinden gelmek için bir gayret gerekli olduğu gibi, bölgeye çok yakın olan Bodrum'dan etkilenen yüksek sayıda turistler gibi fırsatlar ve bahsedilen güçlü yönlerden faydalanılmalıdır. Fakat bölgenin bir ekoturizm turistik yeri olmasındaki adımlar yavaş atılmalı ve zamanla geliştirilecek basit bir yapı ile başlanılmalıdır.

Aşağıdaki SWOT matrisi, Proje doğrultusunda elde edilen sonuçları özetlemektedir:

SWOT matrisi	
<p>Güçlü Yönler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zengin ve çeşitli kültürel/doğal değerler • Bozulmamış doğa • Bölgenin Kültür ve Turizm Koruma ve Kalkınma Bölgesinde bulunması • Yerel halkın işbirliği yapma konusunda istekli olması 	<p>Zayıf Yönler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gündelik ve geçimlik ekonomi • Turizm profesyonellerinin ve turizm ile ilgili teknik bilgi birikiminin eksik olması • Pazarlama yapılarının eksik olması • Belirlenmiş turistik ürünlerin olmaması • Bölge hakkında turizm bilgisinin yetersiz olması • Çevresel planlamanın olmaması • Yetersiz altyapı
<p>Fırsatlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bodrum (çok önemli turistik bölge) gibi potansiyel pazarlara yakınlık • Ekoturizm ve Organik Tarımın birleştirilme olasılığı • Bölgeye yenilikçi fikirlerle yeni kişilerin gelmesi • Türkiye'de başarılı ekoturizm girişimlerinin mevcut olması 	<p>Tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yerel halkın ilerlemiş yaşı • Birleşme yapılarının eksikliği • Turizm yatırımlarının yüksek maliyeti • Diğer rekabetçi bölgeler • Çevresel hasarlar

Bu sonuçlara dayalı bir Eylem Planı oluşturmadan önce, Bölge için uygun olan turizm çeşidini tanımlamak önemlidir. Bunlar göz önünde bulundurulması gereken temel unsurlardır:

- Turizm, bölgenin doğal ve kültürel değerlerine saygılı olmalıdır.
- Yerel halkın turizmin çeşidi ve durumu üzerine anlaşma sağlaması gereklidir.



- Turizm en basit sunumla başlayarak, kademeli bir gelişme kaydetmelidir.
- En azından ilk başta, turizm mevcut ekonomik kaynaklara bir alternatif değil tamamlayıcı olmalıdır.

10.3.2. Genel Hedef

Eylem Planının genel hedefi, toplumun kalkınmasına katkıda bulunan bir kalkınma biçimi olarak doğal ve kültürel yerel değerlere saygılı kaliteli ve organize bir turizm (Ekoturizm) geliştirmektir.

Gerçekleştirilecek eylemler beş grupta sınıflandırılmıştır: **Üretim Kapasitesi, Yerel Halkın Bilinçlenmesi ve Turizm Dinamizasyonu, Kapasite Gelişimi, Tanıtım ve İletişim ve Ticari Kapasite.**

10.3.3. Kısa Vadeli Hedef 1: Üretim Kapasitesi

Özel hedef: Bölgede ekoturizmin uygulanması doğrultusunda ilk adımlarda, Pilot Bölgenin bireysel ve grup olarak turistler tarafından beğenilmesini ve ulaşımını kolaylaştırmak için bazı temel hizmetler geliştirilmelidir (konaklama, catering, rehberlik, danışma, vb.). Tüm bu aktiviteler Üretim Kapasitesi adı altında dâhil edilmişlerdir.

Yerel turizm girişimcileri, turistler için güvenli ve rahat bir ziyaret ve aynı zamanda sıcak bir karşılama ve hizmeti sağlayabilecek çok basit hizmet ve tesisleri bile hazırlamak için bu aşamada yardıma ihtiyaç duyacaklardır. Yerel Üretim Kapasitesinin oluşturulması, aynı zamanda alanları, anıtları ve turistlerin ziyaret ettiği yerleri işaretlerle göstererek, rotalarla, danışma noktaları, park alanı, vb. ile uygun hale getirmek anlamına gelmektedir.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Yerel yetkililer, turizm yetkilileri ve yerel turizm girişimcileri arasında Bölgedeki turizm hizmetlerini ve ürünleri geliştirmek için temel bir koordinasyon şeması elde edilmiştir.
2. Yerel girişimcilere sabit kurumsal ve teknik destek etkilidir.
3. Bölgenin en göze çarpan turistik elementleri ile ilgili yapı geliştirilmiştir.
4. Temel turizm atraksiyonları tespit edilmiştir.
5. Bölgede temel bir catering ve konaklama yapısı geliştirilmiştir.

10.3.3.1. Eylemler

YEREL BİR TURİZM KURULUNUN OLUŞTURULMASI (1.1.1/1.2.1)

Bu eylemin amacı, dönemsel toplantılarla aşağıdaki görevleri yerine getirecek yerel ve bölgesel paydaşları (Muğla ve Milas yetkilileri, muhtarlar, yerel girişimciler, seyahat acenteleri, tur operatörleri, vb.) içeren bir çalışma platformu oluşturmaktır:

- Mevcut Eylem Planı doğrultusunda uygulanacak her eylemin görüşülmesi,
- Yerel girişimcilere teknik ve bürokratik desteğin sağlanması,
- Yerel girişimcilere ve köylülere kendi ekoturizm stratejilerini planlarken yardım edilmesi,
- Girişimciliği teşvik edici ve iş odaklı aktivitelerin geliştirilmesi,
- Turizm hizmetlerini geliştirmek adına yerel halkın yapacağı yatırımlar için bağış toplanması,
- Turizm gelişimini değerlendirilmesi ve analiz edilmesi
- Turizm planlaması.

Mevcut farklı sosyal grupların, cinsiyete özel dikkatle, dengeli bir temsilleri sağlanmalıdır. Hem kadınlar hem de erkekler, üretim kapasitesi sürecine dâhil olmalıdırlar, bu yüzden de karar alma mekanizmasında temsilleri çok önemlidir.

Kadınların Yerel Turizm Kurulu üyelikleri ve temsilcileri, aile içindeki ilgileri, kadının fazla iş yükü veya geleneksel yerel yaşamdaki diğer istenmeyen etkiler gibi konulardaki anlaşmazlıklardan kaçınmak için, onların motivasyonlarının ve perspektiflerinin göz önünde bulundurulmasını garanti altına alacaktır.

Kaynaklar:

- Toplantılar, yerel halkın katılımını kolaylaştırmak için Bölgeye yakın organize edilmelidir. Ortalama bir salon yeterli olacaktır.
- Toplantılara liderlik yapacak ve üyeleri çağırarak biri, bölgesel bir yetkili tavsiye edilmektedir.

MİRAS KAYNAKLARININ ENVANTERİ (1.3.1)

Mevcut olarak, bölgenin başlıca doğal ve kültürel değerleri ile ilgili bir Veri Tabanında organize bilgi bulunmamaktadır. Bu yüzden bu eylemin amacı, bir Veri Tabanı altında, GIS altında olması tercih edilmektedir, bahsedilen yerel değerlerin konumu ve mevcut karakterlerine ilişkin veri toplamaktır.

Bu görevin temeli olarak kullanabilecek, temel GIS Veri Tabanı mevcut Proje sırasında geliştirilmiştir.

Envanterinin yapılması gereken başlıca miras kaynakları

Alanlar ve elementler:

İlgili arkeolojik, geleneksel veya tarihi elementler (camiler, su depoları, tarihi köprüler, değirmenler, çoban sığınakları, vb.)

Uzaklık, ziyaret edilecek yerler, ulaşım, koşullar, vb. hakkında bilgilerle birlikte yürüyerek, bisikletle veya 4x4 araçlarla kullanılacak rotalar ve patikalar

Görülmesi gereken yerler ve nasıl ulaşılacağı konusundaki bilgilerle birlikte manzara noktaları ve dinlenme alanları

Tabiat ilgi yerleri (ormanlar, vadiler, nehirler, banyo yapılacak yerler, göletler, yer şekilleri, vb.), ziyaret edilecek başlıca yerler, ulaşım yolları, vb.

Aktiviteler:

- Aktivitelerin ve bunlara turistleri dâhil etmek veya onlara çalışmalarını (örn. halı dokumacılığı) göstermek isteyen yerel kişilerin belirlenmesi
- Etkinliklerin (örn. fuarlar, festivaller, vb.) ve bunların mekan ve zaman bakımından konularının belirlenmesi

Kaynaklar:

- Bilgi toplamak için çalışma ekibi (üniversite bursları ile mümkün), GPS ve haritalar.
- Teknisyen.
- Dizüstü bilgisayar.

TURİZM DANIŞMA VE YORUMLAMA PLANININ HAZIRLANMASI (1.3.2)

Turizm teklifi hakkında uygun bilgi kanalları mevcut olmadığından, bu Plan altında potansiyel ziyaretçilerin bölgedeki turizm olasılıklarını bilmesine izin verecek temel bir yapının oluşturulması beklenilmektedir. Bu, aşağıdaki başlıca kısımları içermelidir:

- **Sinyalizasyon Programı:** Bölgedeki başlıca kültürel ve doğal kaynakların bilgilendirici ve/veya yorumlayıcı temel sunumu (ve uygulaması) (Eylem 1.3.1'den elde edilen bilgiye dayalı). Aynı zamanda bu Program, bölge için özgün bir imaj oluşturmak için kullanılacak sinyalizasyonun çeşidini ve biçimini de belirlemelidir. Başlangıçta, yetkililerin desteği ile sade hatta yerel halk tarafından yapılan basit materyallerle (odun, taş, vb.) işaretlerin kurulması tavsiye edilmektedir.
- **Bilgi Programı:** Bölge ile bağlantılı olarak, mevcut tüm paydaşlar arasında sunulan bilginin kalitesini ve düzeyini geliştirmek ve tanıtmak için bulunmalıdır. En azından içermesi gerekenler:



- Turizm danışma ofisleri/noktalarının gerçekleştirilmesi:
 - Bölgenin turizm teklifi ile ilgili uygun olarak eğitilmiş bir sahip ile özel veya kamusal bir evi kullanarak, bölgede en azından bir tane *turizm danışma ofisinin* gösterilmesi tavsiye edilmektedir. Bölgenin merkezi bir yerinde konumlanırsa ve farklı ulaşım yollarında işaretlerle gösterilirse daha iyi olacaktır.
 - Her köyün girişine, bölgede ziyaret edilecek başlıca yerler hakkında bilginin bulunduğu bir *bilgi panosunun* konulması tavsiye edilmektedir.
- Bölgenin görünebilirliği için başlıca kılavuzların hazırlanması: Turistler için ulaşım, rotaların gösterimi, önemli yerler ve miras yorumlanması ile ilgili basit bilginin bulunduğu bir el kitapçığı, poster veya broşürdür.
- Bölgedeki mevcut özel girişimlerden (eko-müze ve zeytin müzesi) faydalanarak yerel bir müzenin inşaatı/hizmet vermesini veya Ziyaretçi Danışma Merkezinin teşvik edilmesi
- Miras Yorumlama Planı.

Kaynaklar:

- İşaretleri tasarlamak ve oluşturmak için yerel girişimciler ve yerel kişiler.
- Materyaller: odun, taş, boyalar, kağıt, vb.
- Turizm uzmanları.

TEMEL TURİZM SEYAHAT PLANLARININ TASARLANMASI (1.4.1)

Hedef, bölgedeki olası turistik turların tasarımı ile kaynakların ürünlere dönüştürülmesidir. Civardaki seyahat acenteleri ve tur operatörleri sürece dâhil olmalıdırlar, çünkü turistik seyahat planlarının tasarlanması, geliştirilmesi ve satılması konularında yerel girişimcilere yardımcı olacaklardır.

Proje doğrultusunda gerçekleştirilene benzer bir Tanıtım Gezisi (bkz. Bölüm 7, Kısım 7.3), tasarlanan seyahat planlarının başarısının değerlendirmesine yardım edecektir.

Seyahat planları/turlarının tasarımı şu başlıca çizgilere dayalı olmalıdır:

- Tarımsal özellikler,
- Başlıca doğal ve kültürel değerler,
- Bölgeyi diğerlerinden farklı kılan elementler,
- Yaşa, mesafeye, ulaşım yollarına, vb. ile ilgili farklı olasılıklar.

Kaynaklar:

- Yerel halkın işbirliği ile turizm konusunda uzman teknisyenler.

TÜM KONAKLAMA VE CATERİNG HİZMETLERİNİN ENVANTERİ (1.5.1)

Proje sırasında, evlerini turistleri ağırlamak için teklif eden bazı yerel kişiler tespit edilmiştir, fakat özelliklerinin ve durumlarının detaylı şekilde bilinmesi gerekmektedir. Amaç, kısa ve orta vadede, çeşitli turizm için uygun yerler (minimum bir konfor ile) ve uzun vadede bunların artmasını teşvik etmektir. Bu eylem sayesinde, turizm için konaklama veya catering hizmeti verebilecek başlıca yerler (yerel evler, kahvehaneler, okullar, vb.) ile ilgili bilgi toplanacak ve GIS altındaki bir Veri Tabanında organize edilecektir.

Envanter hazırlanması için elde edilen bilgi, her bir gelecek turist ağırlamasının uygunluğunun ve ihtiyaçlarının bir kalite değerlendirmesini içermelidir.

Ev işlerine ilişkin geleneksel rollerinden ötürü, kadınların perspektifi, belirli ihtiyaçları ve uygunlukları hesaba katılmalıdır, yani bu durumda özel olarak aktif önlemler alınmalıdır.

Bunlardan bazıları şu şekildedir:

- Kadınların rahat bir şekilde kendilerini ifade edecekleri ve konuşacakları bir yer – envanter araştırmasının yapılacağı yer – ve zaman dilimini seçmek gereklidir. Bu, onları evlerinde ziyaret etmeyi veya kadınların bir araya gelebildikleri toplantılara katılmayı da kapsamalıdır.
- Kadınlara özel eğitim programları gibi, katılımlarını güçlendirecek özel çözümler araştırılmalıdır.

Envanterinin yapılması gereken başlıca konaklama ve catering kaynakları

Mevcut oda sayısı, banyolar, koşullar, vb. hakkında bilgi ile turistlerin konaklaması için evler

Mevcut kapasite, koşullar, vb. hakkında bilgi ile olası catering yerleri

Kaynaklar:

- Bilgi toplamak için çalışma ekibi (üniversite bursları ile mümkün), GPS ve haritalar.
- Teknisyen.
- Dizüstü bilgisayar.

YAPILARIN GELİŞTİRİLMESİ VE İYİLEŞTİRİLMESİ PLANI TASARIMI (1.5.2)

Ulusal ve uluslararası turizm için, tamamen tatmin edici ziyaretleri tecrübe etmek adına minimum seviyede de olsa ürünler ve hizmetler gereklidir. Bu yüzden, uluslararası standartlar kalitesinde konaklama ve catering hizmetleri geliştirmek için eylemler gerçekleştirmek gereklidir. Önceki envanterlerde (Eylem 1.3.1 ve 1.5.1) tespit edilen binaların durumu bilindikten sonra, Plan, bunların bazılarını geliştirmek ve iyileştirmek için eylemlerin önceliğini oluşturmalıdır.

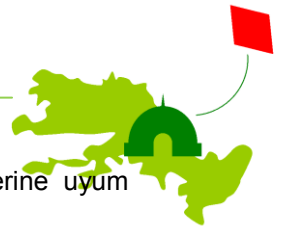
Bu eylem aynı zamanda, uzmanların (üniversiteler, vb.) desteği ile kültürel mirasların ve diğer altyapıların korunması için önlemler düşünmelidir.

10.3.4. Kısa Vadeli Hedef 2: Yerel Halkın Bilinçlenmesi ve Turizm Dinamizasyonu

Özel Hedef: Yerel halkın bilinçlenmesi ve turizm dinamizasyonu, tüm katılımcıların (yerel yetkililer, sosyal ajanslar, potansiyel girişimciler ve aktif turizm tedarikçilerini de içeren) turizm olasılıkları ve ekoturizm uygulamaları hakkında bilgilendirilmesi ve duyarlı hale getirilmesi gerektiği anlamına gelmektedir. Aynı zamanda, bölgenin turizm potansiyeli ve mevcut gelişmeleri ile ilgili bilgi anlamına da gelmektedir.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Yerel girişimcilerin ve diğer yerel paydaşların eğitimi ile turizme olan ilgi artırılmıştır.



2. Yerel halk, girişimciler ve diğer turizm acenteleri ekoturizmin yetenek ve ilkelerine uyum sağlamışlardır (bkz. Bölüm 1).

10.3.4.1. Eylemler

OTURUMLAR/SEMİNERLER/ÇALIŞTAYLAR/KONFERANSLARIN ORGANİZASYONU (2.1.1)

Turizm mevcut olarak Bölgenin dışındadır. Bu yüzden bu eylem, yeni bir gelir kaynağı olarak turizme olan yerel ilgiyi güçlendirmeye çalışacaktır. Bölgenin turizm olasılıkları ve bölgedeki turizm gelişimi yenilikleri ile ilgili her yıl en az iki etkinlik düzenlenmelidir.

Oturumlar turizm yetkilileri, belediyeler ve gelişmekte olan turizm özel sektörü tarafından organize edilmelidir. Merkezi Türk turizm yetkililerinin teknik yardım konusunda işbirliği yapması iyi olacaktır.

Oturumlarda ele alınması gereken başlıca unsurlar:

- Yerel, ulusal ve uluslararası ekoturizm girişimleri
- Turizm ve ekoturizmin faydaları ve etkileri
- Küresel turizm piyasasının gelişimi ve eğilimi

Turizm uygulamaları kadınlar ve erkekler için farklı olacağından, bu oturumlarda dengeli cinsiyet yardımı sağlanmalıdır. Toplantılar planlanırken ve organize edilirken, kadınların bunlara katılmaları için zaman ve yer bakımından uygunluklarını sağlamak hesaba katılmalıdır. Görevlerinden boş zaman yaratmalarını sağlayarak (örn. toplantılar sırasında çocuk bakıcılığı veya hayvancılık konusunda yardımlar) katılımlarını kolaylaştırmak da gerekli olabilmektedir.

Kaynaklar:

- Farklı alanlardan uzmanlar.
- Fonlar.

ÇEVRE VE YER ŞEKİLLERİ PLANI (2.2.1)

Her ne kadar Gökçeler-Çamseki Vadisi doğal ve kültürel değerlerini korumuş olsa da, bunların uzun vadede korunmasını ve turizmdeki artışın çevre için bir tehdit oluşturmamasını garanti altına almak gereklidir. Bu yüzden, bir çevresel ilgi şeması ve turizm aktivitelerinin etki önlemi yapılmalıdır:

- Kamusal Kullanım Planı:
 - Doğal alanlara olan ziyaretlerin düzenlenmesi
 - Bir taşıma kapasitesi değerlendirmesi ve turizm kontrol sistemi oluşturulması
 - Turistler için sosyal ve çevresel iletişim kodlarının dağıtılması
 - Turizm denetleme programı (turizm istatistiklerinin derlenmesi ve denetlenmesi)
- Bölgede bir atık yönetim sistemi oluşturulması:
 - Atık su yönetimi Planı
 - Kentsel katı atık yönetimi Planı
- Bölgedeki turizm için Güvenlik Planı
- Miras koruma Planı
- Orman yangınlarının önlenmesi için plan

Kaynaklar:

- Doğal kaynaklar, kamu kullanımı ve turizm konularında uzmanlar.
- Çalışma ekibi.
- Fonlar.

BÖLGEDEKİ BAŞARILI EKOTURİZM UYGULAMALARI KILAVUZU (2.2.2)

Bu kılavuz, farklı sektörlerden ekoturizm ilkeleri ile birlikte çeşitli başarılı uygulamalar sunacak yerel girişimciler, yeni gelecek seyahat acenteleri ve yerel halk tarafından kullanılacak bir araç olmalıdır.

Kılavuz tarafından vurgulanması gereken başlıca konular şu şekildedir:

- Konaklama: Materyaller, binaların estetiği ve çeşidi, enerji ve su tüketimi, atık yönetimi, kirlilik, vb.
- Catering: Yiyecek kalitesi ve devam ettirilmesi, atık yönetimi, vb.
- Miras: İyileştirme eylemler, materyaller, vb.
- Aktiviteler: Mekanlar, insan sayısı, yılın özel günleri, ulaşım, vb.

Kılavuz, bölgenin tüm paydaşlarının katılımı ile hazırlanmalıdır. Kültürel ve cinsiyet ile ilgili konular, kadınların karar mekanizmasındaki temsillerini garanti etmek için bir kez daha bu aktivitede de göz önünde bulundurulmalıdır.

Kaynaklar:

- Katılım sürecine liderlik edecek yönetici
- Doğal kaynakların yönetimi konusunda bir uzman
- Kılavuzu basmak için fon

10.3.5. Kısa Vadeli Hedef 3: Kapasite Geliştirme

Özel hedef: Turistlere rekabetçi ve kalifiye bir hizmet sağlamak için, çeşitli iş alanlarında eğitim görmüş yerel kişilere sahip olmak gereklidir. Başlangıçta temel bir eğitim yeterli olmasına rağmen, bölgenin gelecek gelişmeleri sırasında daha karışık ve kalifiye girişimciler ve çalışanlara (rehberler, garsonlar, sürücüler, aşçılar, vb.) ihtiyaç duyulacaktır. Daha iyi girişimcilerin ve çalışanların eğitimini doğrudan daha karışık ve kalifiye ürünlerin yaratılması takip edecektir.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Bölgede, turizm aktivitelerine ilişkin daha kalifiye girişimciler ve çalışanlar elde edilmiştir.

10.3.5.1. Eylemler

EĞİTİM PROGRAMI (3.1.1)

Eğitim Programı, çok temel eğitim oturumlarından başlayarak, turizmde çalışan insanların bilgi birikimi ve eğitimini dereceli olarak geliştirmek için tasarlanacaktır. Yerel nüfusun belirli özellikleri, ihtiyaçları, zaman çizelgesi, kültürel seviyeleri ve kullanımlarına göre tasarlanmalıdır.

Programın, yerel akademik enstitünün işbirliği ile yerel turizm yetkililerinin yönetimi altında geliştirilmesi tavsiye edilmektedir. Mümkün olan en çok katılımı garanti etmek için eğitim oturumlarının metodolojisi, içeriği ve zaman çizelgesine Turizm Kurulu içinde karar verilmelidir.

Mevcut Proje, güçlendirilmesi gereken bazı konular tespit etmiştir. Bu yüzden, ihtiyaçlara göre çeşitlenmesine rağmen, Eğitim Programı en azından şunları içermelidir:

- Küçük turizm konaklama yerleri ve iyileştirme işleri konusunda eğitim
- Küçük turizm üretim sektöründe eğitim: aktif turizm, ekoturizm, kültürel ziyaretler, agro-turizm, vb.
- Turizm rehberliği ve grupları konusunda eğitim
- Turizm danışma konusunda eğitim
- Miras yorumlama konusunda eğitim
- Müşterilere ilgi ve hizmet kalitesi konularında genel eğitim
- Yabancı dillerde temel kurslar



Kadınların eğitim sürecine katılımı için özel bir çaba gösterilmelidir. Toplumun her sektöründeki ve güç seviyesindeki dengeli cinsiyet temsili ile gerçekleşen değişimler daha sürdürülebilir bir kalkınmaya yol açabildiği için, bu konu çok önemlidir. Projenin, bu uzun vadeli hedefe katkıda bulunma olasılığı mevcuttur.

Kaynaklar:

- Farklı eğitim kursları için uzmanlar.
- Fonlar.

10.3.6. Kısa Vadeli Hedef 4: Tanıtım ve İletişim

Özel Hedef: Başlangıçtan itibaren, Bölge ilgi çekici yönlerini ve potansiyellerini tanımlayan bir turizm kurumsal imajına sahip olmalıdır. Bu aynı zamanda farklı paydaşlar arasında (seyahat acenteleri, tur operatörleri, turizm yetkilileri ve son tüketiciler) dönemsel olarak bölgenin atraksiyonlarını ve turizm sunumu ve hizmetlerindeki sürekli gelişimini hatırlatarak devamlı bir iletişimin oluşturulmasının gerektiği anlamına da gelmektedir. Aynı zamanda, bölgenin piyasadaki reklamını kolaylaştırabilecek turizm uzmanı medya ve genel iletişim ile birlikte kalıcı bir ilişkiyi de kapsamaktadır.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Çevredeki turizm için mevcut ve potansiyel pazarlar hakkında daha iyi bilgi birikimi
2. Yerel bölgenin, ekoturizm bölgesi olarak imajı geliştirilmiştir.
3. Ürünler için etkili ticarileşme kanalları açılmıştır.
4. Yerel ürünlerin görünürlük ve pazarlama fırsatları geliştirilmiştir.
5. Bodrum ve diğer başlıca şehirlerde bulunan seyahat acenteleri ve tur operatörleri, düzenli olarak, bölgede sunulan turizm ile ilgili gelişmelerin bilgisini almaktadır.

10.3.6.1. Eylemler

TURİZM VE PAZARLAMA ÇALIŞMASI (4.1.1)

Bodrum ve civarı, Gökçeler-Çamseki Vadisi için en önemli turizm kaynaklarıdır, fakat bu bölgelerdeki turizm özellikleri ve ilgisi hala tam olarak bilinmemektedir. Bu eylem, insanların istediklerine uygun bir sunum yapabilmek için, özellikle turist profillerine, turizm verilerine, pazar yapısına ve ziyaretçi akımına ilişkin çevrenin turizm pazarı bilgi birikimini geliştirmelidir.

Turizm ve Pazarlama Çalışması en azından şunları içermelidir:

- Seyahat edenlerin profili (yaş, uyruk, vb.)
- Başlıca varış noktaları
- Turizm ürünleri: genel özellikleri
- Ziyaretçilerin harcamaları
- Ziyaretlerin amaçları
- Ziyaretlerin süresi
- Bir gecelik ve diğer konaklama çeşitleri
- Kullanılan tesisler
- Alışveriş
- Ziyaretçilerin bağlılığı

Bu Çalışma, market eğilimlerine ve talep odaklı ürün ve hizmet uzmanlaşmasına göre uygun bir planlama geliştirmeye izin verecektir.

Kaynaklar:

- Turizm uzmanı.

- Çalışma ekibi.
- Fonlar.

EKOTURİZM ETİKETİ (4.2.1)

- Geliştirilen sürdürülebilir turizmi ve aynı zamanda bölgenin doğal ve kültürel değerlerini belirlemek ve tanıtmak için temel bir kurumsal turizm imajı (ticari etiket) anlayışı ve tasarımı
- Belirlenmiş uluslararası standartlarda *Sürdürülebilir Turizm Sertifikasyonu* oluşturulmasının analiz edilmesi

Kaynaklar:

- Uzmanların yardımı ile kurumsal imajı tasarlamak için çalışma ekibi
- Turizm sertifikasyonu konusunda uzman
- Fonlar

YEREL GİRİŞİMCİLER DERNEĞİNİN OLUŞTURULMASI (4.3.1.)

Bu grup veya derneğin ana hedefi, yaratılan etiket ve pazarlama eylemlerin oluşturulması ile ürünlerin ticarileşmesidir.

Derneğin üyeleri arasında her iki cinsiyetin temsili garanti altına alınmalıdır.

YEREL SEYAHAT TURU OPERATÖRLERİ İLE ANLAŞMALARIN İMZALANMASI (4.3.2.)

YEREL VE BÖLGESEL PAZARLARDA SATIŞ VE PAZARLAMA KAMPANYASI (4.4.1)

Bu eylem, Bölgedeki turizmi farklı aktiviteler ile tanıtmaya arayındadır:

- Bir iletişim politikasının tasarlanması
- Ulusal turizm ticaret fuarlarına ve yerel sergilere katılım
- Aktivitelerin, yerel ve ulusal medya veya konuyla ilgili dergilerde reklamı
- Basın bildirilerinin hazırlanması ve dağıtılması
- Bölgenin değerlerini ve ilgi çekiciliğini arttıracak bir tanıtım broşürünün tasarlanması
- Bir web sitesi tasarlanması
- Tanıtım gezileri: Turizmde uzmanlaşmış yerel ve ulusal medya ile basın gezilerinin gerçekleştirilmesi
- Satış geliştirme yönteminin tasarlanması ve yayılması
- Bölgenin miras ve dinlenme kaynaklarının, turizm hizmetlerinin ve ürünlerinin basit bir el kitapçığı,
- Turizm ticaret fuarlarında ve yerel sergilerde tanıtım aktivitelerinin gerçekleştirilmesi

Kaynaklar:

- Turizm uzmanı
- Fonlar

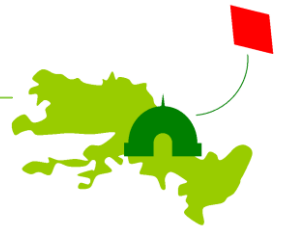
BÜLTEN (4.5.1)

Bölgedeki turizm sektörü (başlıca Bodrum'daki) ve genel olarak toplumla ilgili gelişme ve etkinlikler hakkında düzenli bir bilgi akışı oluşturmak.

Bülten, Turizm Kurulu tarafından denetlenmelidir.

Kaynaklar:

- Yetkililer, yerel girişimciler ve uzmanlardan oluşan yayın ekibi
- Turizm sertifikasyonu konusunda uzman



- Fonlar

10.3.7. Kısa Vadeli Hedef 5: Ticari Kapasite

Özel hedef: Ticari kapasite gelişimi, bölgede turizm gelişimine liderlik yapacak sosyal ajansların ve yetkililerin, profesyonellerle birlikte yerel girişimciler ve oluşturulmuş turizm sektörü ile temas kurmak ve böylece bölgedeki yerel turizm üreticilerinin bireysel turistleri ve turist gruplarını alabilmesi ve iş yapabilmesi sağlanacaktır. Bu ticari kapasite gelişimi, yerel turizm hizmetlerinin Türkiye'nin genel turizm piyasası benzer hizmet ve kalite için olan fiyatlarına dayalı fiyatlandırılmasını da içerecektir.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Türkiye'deki benzer turistik yerlerin öne çıkan bilgi birikimi mevcuttur.
2. Yerel turizm tanıtımcıları ve yetkililer ile diğer bölgelerin tanıtımcıları arasında sürekli bir temas oluşturulmuştur.

10.3.7.1. Eylemler

KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRME ÇALIŞMASI¹ (BENCHMARKING) (5.1.1)

Diğerlerinden öğrenmek, yerel girişimcilerin ve Bölgenin bir bütün olarak faydalanarak bir rekabetçi avantaj geliştirmesi ve hizmetlerin kalitesini geliştirmesi yardımcı olabilmektedir. Bu eylem, hangi farklı girişimcilerin bir birinden öğrenebileceğinin boyutunu belirlemek için Türkiye'deki sürdürülebilir turizm uygulamaları bakımından "endüstri durumunun" mevcut halini karşılaştırarak değerlendirecek bir çabayı temsil etmektedir.

Karşılaştırmalı Değerlendirme Çalışmasından beklenen sonuçlar:

- Yeni adımlar için bir referans noktası sağlanmıştır.
- Uyum sağlanan ilk adımlar uygun bir seviyede oluşturulmuştur.
- Yerel girişimciler, daha iyi sonuçlara ulaşmaya dahil olmuşlardır. En iyi uygulamanın tespit edilmesi sağlanmıştır.
- Yeni adımlar önerilmiştir.

Kaynaklar:

- Karşılaştırmalı turizm değerlendirmesinde bir uzman
- Fonlar

TİCARİ TURİZM TOPLANTILARINA KATILIM (5.2.1)

Aşağıdakiler gibi her yıl planlanan işlemsel ticari gündem oluşturulması:

- Tüm Türkiye'den tur operatörleri ve seyahat acenteleri için tanıtım gezileri
- Tur operatörleri ve seyahat acenteleri için seminerler
- Türkiye pazarındaki ticari turizm toplantılarına ve fuarlarına katılım
- Çeşitlendirilmiş piyasaya giriş aktivitelerinin gerçekleştirilmesi
- Bir yerel turizm ürün işlemi ve hizmetleri el kitapçığı oluşturulması

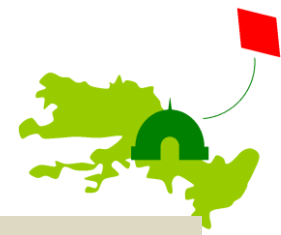
Kaynaklar:

- Bölgeyi değişik etkinliklerde temsil etmek isteyen bir ekip
- Tanıtım materyaller: broşür, vb.

¹ Üstün performansa ulaşmayı sağlamak için sanayideki en iyi uygulamaları bulma arayışı.

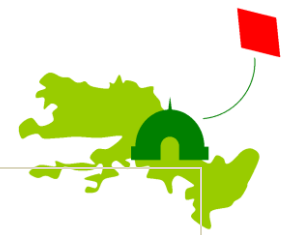
- Fonlar

10.3.8. Çizelge



Proje Tanımı	Göstergeler	Doğrulama Yolları	Varsayımlar
Genel Hedef Toplumun kalkınmasına katkıda bulunan bir kalkınma biçimi olarak doğal ve kültürel yerel değerlere saygılı bir kaliteli ve organize turizm (Ekoturizm) geliştirmek	Nüfus verileri İşsizlik verileri İşletme oluşumlarına dair veriler	Nüfus sayımı Nihai Rapor Yerel istatistikler (mümkünse)	Muğla Valiliği turizm gelişimi ile ilgilenmektedir Yerel halk turizm gelişimi ile ilgilenmektedir
Amaç 1. Yerel turizm kapasitesini kolaylaştırmak ve koordine etmek			
Sonuç 1.1 Yerel yetkililer, turizm yetkilileri ve yerel turizm girişimcileri arasında temel bir koordinasyon şeması elde edilmiştir.	Katılan üyelerin sayısı ve pozisyonu Toplantıların sayısı	Toplantı Raporları	Paydaşlar turizm koordinasyonu ile ilgilenmektedir ve katılmak istemektedirler
Sonuç 1.2 Yerel girişimcilere sabit kurumsal ve teknik destek elde edilmiştir	Katılan teknisyenlerin sayısı Alınan soruların sayısı	Kurumsal Raporlar	Yerel girişimciler turizme ilişkin destek istemektedirler
Sonuç 1.3 Temel turizm danışma (ve yorumlama) Bölgenin en göze çarpan turistik elementleri ile ilgili yapı geliştirilmiştir	Bilgi elementlerinin sayısı/türleri Uygun sinyalizasyonlu miras kaynaklarının sayısı	Envanterler	Çevre halkı ilgilidir ve destek vermektedir Finansman
Sonuç 1.4 Temel turizm atraksiyonları oluşturulmuştur	Tanıtılan seyahat planlarının sayısı İşaretlenen patikaların km.'si Hazırlanan belgeler	Kurumsal Raporlar Gelecek Envanterleri	Çevre halkı ilgilidir ve destek vermektedir Finansman
Sonuç 1.5 Bölgede temel bir catering ve konaklama yapısı geliştirilmiştir	Veri Tabanı aşamasındaki binaların sayısı İyileştirilen binaların sayısı Turizm için uygun binaların sayısı	Yerel istatistikler Yıllık Rapor	Sahiplerin ilgisi Finansman
Aktiviteler 1.1.1 / 1.2.1. Bir Yerel Turizm Kurulunun yaratılması. 1.3.1. Tüm miras kaynaklarının envanteri (bölgenin doğal ve kültürel değerleri).			

1.3.2. Turizm Danışma ve Yorumlama Planı. 1.4.1. Proje Bölgesinde bazı temel seyahat planlarının tasarlanması. 1.5.1. Tüm konaklama ve catering hizmetlerinin envanteri (GIS bağlı Veri Tabanında organize edilmiştir). 1.5.2. Bir Yapıların Geliştirilmesi ve İyileştirilmesi Planının tasarlanması.			
Amaç 2 Paydaşlardaki ekoturizm fırsatları, ekonomik uygulamaları ve sosyal ve çevresel etkileri konusundaki bilincin artırılması			
Sonuç 2.1 Yerel girişimcilerin ve diğer yerel paydaşların eğitimi ile turizme olan ilgi arttırılmıştır	Turizm girişimlerine katılan yerel kişilerin sayısı	Denetleme Planı Yerel halk ve turistlere anket	
Sonuç 2.2 Yerel halk, girişimciler ve diğer turizm acenteleri ekoturizmin yetenek ve ilkelerine uyum sağlamışlardır	Başarılı Uygulama İlkeleri Kılavuzu	Denetleme Planı Yerel halk ve turistlere anket	Paydaşlar ilkelere uyum sağlamak istemektedirler Tüm paydaşlara uygun şekilde rapor edilmiştir Uzmanlar
<i>Aktiviteler</i> 2.1.1. Bölgedeki turizm olasılıkları ve turizm gelişimlerinin ilerlemesi hakkında oturumlar/seminerler/çalıştaylar/konferansların organize edilmesi. 2.2.1. Çevre ve Yer Şekilleri Planı. 2.2.2. Bölgedeki Başarılı Ekoturizm Uygulamaları İlkeleri Kılavuzu.			
Amaç 3. Rekabetçi ve pazara yönelik turizm ve dinlenme aktivitelerinin gelişimi için uygun yerel insan kaynaklarını eğitmek			
Sonuç 3.1 Bölgede, turizm aktivitelerine ilişkin daha kalifiye girişimciler ve çalışanlar elde edilmiştir.	Eğitilen yerel girişimci, yetkili ve profesyonellerin sayısı Yeni çalışanların sayısı	Yerel İstatistikler Kurs Raporları	Yetkililerin desteği Paydaşlar kursa katılmak istemektedirler Finansman ve uzmanlar
<i>Aktiviteler</i> 3.1.1. Eğitim Programı			



Amaç 4. Bölgenin medyaya ve potansiyel turizm pazarlarına tanıtımını yapmak			
Sonuç 4.1 Çevredeki, başlıca Bodrum'da, turizm için mevcut ve potansiyel pazarlar tanımlanmıştır	Çevrenin ve Türkiye'nin turizm istatistikleri	Turizm ve Pazarlama Çalışması	Bodrum'daki turizmin veri ve bilgileri mevcuttur Finansman
Sonuç 4.2 Yerel bölgenin, ekoturizm bölgesi olarak imajı geliştirilmiştir.	Yaratılan etiket ve tanıtımsal elementler Geliştirilen tanıtım aktivitelerinin sayısı Yerel medyada bulunma	Rapor Yerel medya	Yasal destek
Sonuç 4.3 Ürünler için etkili ticarileşme kanalları açılmıştır.	Yürütülen anlaşmaların sayısı Yaratılan grup Katılan yerel girişimcilerin sayısı	Rapor Anketler	Civardaki seyahat acenteleri bölge ile ilgilenmektedir
Sonuç 4.4 Yerel ürünlerin görünürlük ve pazarlama fırsatları geliştirilmiştir.	Basın bildirimleri ile ulaşılan medya sayısı Bir yıl/turizm sezonu başına üretilen basın bildirimlerinin sayısı Bir yıl/turizm sezonu başına geliştirilen ticari aktivitelerin sayısı	Yerel medya	Finansman Kurumsal destek
Sonuç 4.5. Seyahat acenteleri ve tur operatörleri, düzenli olarak, bölgede sunulan turizm ile ilgili gelişmelerin bilgisini almaktadır.	Temasların sayısı Gönderilen bültenlerin sayısı	Gönderimlerin kaydı (posta, vb.)	Tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin veri tabanı mevcuttur Finansman
Aktiviteler			
4.1.1. Turizm ve Pazarlama Çalışması.			
4.2.1. Ekoturizm Etiketleri.			
4.3.1. Turizmin pazarlanması ve ticarileşmesine yardımcı olmak için bir yerel girişimciler derneğinin oluşturulması.			
4.3.2. Yerel seyahat tur operatörleri ile anlaşmaların imzalanması.			
4.4.1. Yerel ve bölgesel pazarlarda Satış ve Pazarlama Kampanyası.			
4.4.2. Tanıtım aktivitelerinin gerçekleştirilmesi.			

4.5.1. Bülten.			
Amaç 5. Yerel girişimcilerin ürünlerini piyasada satmasını sağlayan ticari kapasitelerini geliştirmek			
Sonuç 5.1. Türkiye'deki benzer turistik yerlerin öne çıkan bilgi birikimi mevcuttur	Analiz edilen turistik yerlerin sayısı Turizm göstergeleri	Resmi istatistikler ve veriler	Yenilene istatistikler, veriler ve diğer bilgiler mevcuttur Finansman
Sonuç 5.2. Yerel turizm tanıtımcıları ve yetkililer ile diğer bölgelerin tanıtımcıları arasında sürekli bir temas bulunmaktadır	Oluşturulan temasların sayısı Katılan yerel yetkililerin ve birimlerin sayısı Etkinliklerin sayısı	Raporlar	Finansman
<i>Aktiviteler</i>			
5.1.1. Türkiye'deki benzer turizm yöreleri ve ürünleri ile karşılaştırmalı değerlendirme çalışması.			
5.2.1. Türk piyasasındaki ticari turizm toplantılarına katılım.			

10.4. ORGANİK TARIM EYLEM PLANI

10.4.1. Giriş

Milas bölgesindeki kırsal kesim geniş çeşitlilikte ekin yetiştirmektedir ve bu da zamanın tüm yıl boyunca en iyi şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Tarım ve hayvancılık ile besin döngüsünü kapatarak tamamlamaktadırlar. Zeytinliklerde bazım kimyasal gübreler kullanmalarına ve tahıl tarlalarına böcek ilacı sıkmalarına rağmen, bu çalışma biçimleri organik tarım ilkelerine çok benzerdir.

Kadınların yaşamları ineklerin beslenmesi ve sütlerinin sağılması ile birlikte sebze bahçesi ekimi ve ev işleri arasında organize olduğu için, bu yapıdaki rolleri çok önemlidir. Bu yüzden, organik tarım eylem planının sürdürülebilirliğini garantiye almak için onların perspektifi de göz önünde bulundurulmalıdır.

Seminer ve önceki toplantılarında sonucunda, organik şekilde ekilmek için en uygun ürünler zeytin ve sebzeler olarak görülmüştür.

Bu bölgede tarımla, kendi tüketimleri için üreten ve fazla ürünleri de diğer günlük ihtiyaçları için satan (örn. zeytinyağı ve yumurta) çiftçilerin geçimi amaçlanmaktadır. Bu durumun ticarileşme için bir engel oluşturma olasılığı bulunmaktadır. Fakat öte yandan, her zaman bir dernek yapısının şemsiyesi altında, agro-turizm için de bir potansiyel olarak kullanılması mümkündür.

Bölgedeki organik tarım için başlıca problem ürünün kendisi değil kalitesidir. Zeytinyağı düşünüldüğünde, toplama, taşıma ve işleme koşullarının en iyisi olmadığı bilinmekte ve bu durum da ürünün son kalitesini etkilemektedir. Organik üretim seviyesi kalite seviyesidir ve kalite ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Tespit edilen diğer problemler, yüksek maliyetli sertifikasyon ve bir pazarlama kanalının eksik olmasıdır. Bu, sertifikalandırılmış organik üretimle ilgili gelecek eylemlerinin uygun şekilde planlanmasını gerektirmektedir.

Bölgenin mevcut durumunun analizine ilişkin sonuçlar aşağıdaki SWOT matrisinde özetlenmiştir:

SWOT matrisi	
<p>Güçlü Yönler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zengin ve çeşitli çevre • Bozulmamış doğa • Tarım tekniklerinin organik tarım gereksinimlerine çok yakın olması • Yerel halkın işbirliği yapma konusunda istekli olması • Ekin çeşitliliği • Besin döngülerinin kapanması (tarım -- hayvancılık) 	<p>Zayıf Yönler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tarım ile ilgili teknik bilgi birikiminin eksik olması • Pazarlama yapılarının eksik olması • Gündelik ve geçimlik tarım: satmak için az miktardaki ürün • Kaliteli ürünlerin eksikliği
<p>Fırsatlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bodrum gibi potansiyel pazarlara yakınlık • Türkiye’de organik ürünlere verilen iyi fiyatlar • Ekoturizm ve Organik Tarımın birleştirilme olasılığı • Bölgeye yenilikçi fikirlerle yeni çiftçilerin gelmesi • Türkiye’de başarılı ekolojik tarım girişimlerinin mevcut olması 	<p>Tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yerel halkın ilerlemiş yaşı • Birleşme yapılarının eksikliği • Organik sertifikasyonun Türkiye’deki yüksek maliyeti

10.4.2. Genel Hedef

Organik Tarım Eylem Planının genel hedefi, toplumun yaşam koşullarının artmasına pazarlama fırsatları ile katkıda bulunan bir kalkınma biçimi olarak doğal ve kültürel yerel değerlere saygılı bir kaliteli tarım (Organik Tarım) geliştirmektir. Proje, kırsal kültürle bağlantılı sürdürülebilir tarım sistemleri geliştirmeye ve yerel ekonomiyi iyileştirmeye çalışmaktadır.

Gerçekleştirilecek eylemler iki grup altında sınıflandırılmaktadır: üretim ve ticarileşme. Her iki grup da diğeriyle bağlantılıdır ve sadece birinin elde edilmesinin hiçbir anlamı bulunmamaktadır. Üretim olmadan satmak ve tanıtmak için hiçbir şey ortaya çıkmamakta; bir ticarileşme kanalı olmadan da üretimdeki çabalar sonuç vermemektedir.

10.4.3. Kısa Hedef 1: Kalite ve Organik Tarım Üretimi

Özel hedef: Tarımsal sistemlerin sürdürülebilirliğini artırarak hayvancılık üretiminin kalitesini arttırmaktır. Bu sürdürülebilirlik, tarım faaliyetlerinin doğal etkisi ve aynı zamanda çiftçilerin yaşam koşulları ve ekonomik kazanımları anlamına gelmektedir.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Çiftçilerin eğitilmesi ile hayvancılıkta kaliteli üretim geliştirilmiştir.
2. Bölgeye yakın istikrarlı kurumsal ve teknik destek elde edilmiştir.
3. Çiftçilerin organik tarımın yetenek ve ilkelerine uyum göstermeleri ile tarımın doğadaki etkisi azaltılmıştır.
4. Yerel geleneksel türlerin korunması ve doğal bitki örtüsü alanların geliştirilmesi ile bölgede biyoçeşitliliğin korunması sağlanmıştır.

Üretim içinde gerçekleştirilecek dört temel aktivite bulunmuştur: **Teknik danışma, Çiftçilerin eğitimi, Organik tarıma dönüşüm ve Tarımsal biyoçeşitliliğin korunması.**

10.4.3.1. Eylemler

ÇİFTÇİLERİN EĞİTİMİ (1.1.1)

Hedef, organik tarım ve kaliteli üretime odaklanma çerçevesi ile çiftçilerin başlıca ekim teknikleri konusunda eğitilmesidir.

Bu hedefe ulaşmak için, bir yıl boyunca özel kapasite gelişim kursları düzenlemek gerekmektedir. Orta büyüklükte olacak olan bu kurslar (çeşitli haftalarda dağıtılan 6 oturum civarı), organik çiftliklere ziyaretleri de içeren teorik-pratik dersler olacaktır.

Bu kursların amaçları:

- Farklı ekinlerle ilgili bilgi birikimini arttırmak
- Kaliteli üretim becerileri göstermek
- Organik tarımın avantajlarını göstermek

Çiftçilerin ihtiyacına göre çok değişken olmasına rağmen, burada kursların içeriği ile ilgili bir öneri yapılmıştır.

- Organik tarım: zeytin
- Organik tarım: sebzeler
- Organik tarım: meyve ağaçları
- Organik tarım: kuru meyve ağaçları
- Tarımsal sanayi: zeytinyağı hazırlanması
- Tarımsal sanayi: peynir hazırlanması
- Organik hayvancılık: inekler

- Organik hayvancılık: kümes hayvanları

Organik tarım kursları için aşağıdaki içerikle beraber 6 günlük bir kurs önerilmektedir:

Günler	İçerik	Gözetimler
Gün 1	Belirli ekinlere uygulanan organik tarım ilkelerine (agrosistemler, istikrar, biyoçeşitlilik, toprak verimi ve biyolojik zararlı kontrolü) giriş .	Sınıf dersi
Gün 2	Toprak: <ul style="list-style-type: none"> - Toprağın görevleri - Verimlilik (kimyasal, fiziksel ve biyolojik) - Toprağın bozunması ve erozyon - Ekin çeşidine göre toprak yönetimi 	Toprak özellikleri ile ilgili sınıf dersi ve arazi pratik dersi
Gün 3	Gübreleme: <ul style="list-style-type: none"> - Ekinin besin ihtiyaçları - Doğal gübreleme teknikleri (ürün rotasyonu, yeşil örtü, vb.) - Organik gübreler ve kullanımları (hayvansal gübre, kompost, yan ürünler, vb.) 	Çalışan ekine uygulanan sınıf dersi
Gün 4	Ekin: <ul style="list-style-type: none"> - Ekinin fizyolojisi - Ekin döngüsü - Çeşitler (yerel, geleneksel, melez, vb.) - Ekin teknikleri (ekim, budama, vb.) 	Sınıf dersi ve pratik arazi dersi
Gün 5	Haşereler ve hastalıklar: <ul style="list-style-type: none"> - Haşerelerin ve hastalıkların önlenmesi - Doğal kontrol - Biyolojik zararlı kontrolü - Organik tarımda yetkili ürünler 	Zararlıların doğal düşmanlarını aramak için sınıf dersi ve pratik arazi dersi
Gün 6	Hasat ve hasat sonrası: <ul style="list-style-type: none"> - Hasat teknikleri - Kalite prosedürleri - Kalite sistemleri - Veri kaydetme ve izlenebilirlik 	Çalışan ekine uygulanan sınıf dersi

Organik hayvancılık kursları için aşağıdaki içerikle beraber 6 günlük bir kurs önerilmektedir:

Günler	İçerik	Gözetimler
Gün 1	Organik hayvancılık ilkelerine giriş	Sınıf dersi
Gün 2	<ul style="list-style-type: none"> - Hayvan fizyolojisi - Hayvan gereksinimleri - Hayvan sağlığı 	Hayvan özellikleri üzerine sınıf dersi ve pratik arazi dersi
Gün 3	Hayvanlarımızı beslemek: <ul style="list-style-type: none"> - Hayvancılığın besin ihtiyaçları - Organik tarım besleme gereksinimleri - Kendi yiyeceğimiz elde etme 	Çalışılan hayvana uygulanan sınıf dersi
Gün 4	Hayvancılık ve tarım (simbiyotik aktiviteler): <ul style="list-style-type: none"> - Hayvan yönetimi - Hijyenik önlemler 	Sınıf dersi ve ziyaretler
Gün 5	Hayvan hastalıkları: <ul style="list-style-type: none"> - Haşere ve hastalıklardan koruma - Organik tarımda yetkili ürünler 	Sınıf dersi
Gün 6	Ürünler: <ul style="list-style-type: none"> - Kalite prosedürleri - Kalite sistemleri - Veri kaydetme ve izlenebilirlik 	Belirli hayvanlara uyumlu

Tarımsal(agro)-endüstri kursları için aşağıdaki başlıkların her ürün için spesifik olarak adapte edilerek işlenmesi önem teşkil etmektedir:

- Sıhhi ve hijyenik gereklilikler Sanitary and hygienic requirements
- Ayrıntılandırma prosesi
- Kalite faktörleri
- Kalite sistemleri ve takip edilebilirlik
- Paketleme ve/veya şişeleme

Yine, bayanların katılımı ve eğitimlere iştiraklerini sağlayabilmek için bazı özel ölçümlerin yapılması gerekmektedir. Bazıları aşağıdaki şekilde olabilir:

- Bayanların katılmasına uygun zaman dilimlerini ve yerleri seçmek. Kursları kendi evlerinde organize etmeyi de seçebilirler ki bu yaygın olan düzenli komşu ziyaretleri/ev oturumları kapsamında gerçekleştirilebilir.
- Görevlerini (rutin) yapmalarına gerek bırakmayacak ve önemsiz hale getirecek çözüm alternatiflerinin sağlanması ile katılımlarını organize etmek.
- Katılımlarını teşvik edecek belirli çözümleri araştırmak; sadece bayan katılımcılara özel eğitim programları gibi. Aslında, Gökçeler-Çamsesi Vadisi'nde hayvancılık aktivitelerinin ana sorumluları olduklarından; hayvancılık ile ilgili kursların organizasyonu özellikle bayanlara göre adapte edilmelidir.

Kaynaklar:

Uzmanlara güvenmek her zaman önemlidir. Çiftçilerin çok meşgul olduğu ve kurslara katılımlarının onlar için büyük efor gerektirdiği düşünüldüğünde; uzmanların ve uygun materyallerin yer aldığı, yüksek kaliteli kurslar düzenlemek çok önemlidir. Bazı demonstrasyon gezilerinin planlanması da önem teşkil etmektedir.

Kurslar, çalıştaylar, tecrübeler, ekinler vb. ile ilgili tüm bilgilerin yüklenebileceği bir web sitesi oluşturulacaktır.

Bölgenin başlıca kültürüne ait bilgilendirici materyallerin editlenmesi tarım departmanı tarafından; teknik uzmanlar ile koordine şekilde ve her kursun öğretmeninin yardımı ile gerçekleştirilecektir. Örnek materyal olarak, bu proje kapsamında hazırlanan organik zeytin üretimi kitapçığı (Ek 5.7) verilebilir.

Zaman Çizelgesi:

Süre	Eylem	Gözlemler
1. ve 2. Ay	Kurs takviminin planlaması Potansiyel öğretmenlerle temas Sınıfların ve notların hazırlanması	Ayda birden fazla kurs planlanmamalıdır. Bu sayede, teknisyenler iyi bir şekilde hazırlanabilmekte ve çiftçiler de istedikleri tüm kurslara gelebilmektedir.
3. ve 8. Ay arası	Eğitim kursları gelişimi	Altı günlük kurslar artı bazı pratik geziler
9. ve 10. Ay	Bilgilendirici materyal basımı	Her kurs sonrasında notları ve öğrencilerin geri bildirimlerini kullanmak iyi olacaktır. Materyaller isteyen kişilerin kullanımında olacaktır.

TEKNİK DANIŞMA (1.2.1, 1.2.2 & 1.2.3)

İkinci aksiyon, kuruma yönelik olacaktır; tarım departmanında bir organik tarım uzmanı önderliğinde teknik tavsiye servisinin kurulması şeklindedir. Bu servis projenin başarısı için özellikle gereklidir çünkü çiftçilerin şüphe duydukları ya da bir problemle karşılaştıkları durumlarda güvенеbilecekleri birinin

olduğunu hissetmeleri gerekmektedir. Tavsiye verecek personelin cevapları bulmalarına yardımcı olacak bilgi birikimine sahip olması gerekmektedir.

Zaman Çizelgesi	Eylem	Gözlemler
1. ve 2. Ay	Tarım bölümünde bir ofis için gereçler	Ofis, görevini yerine getirmek için gerekli altyapıya ihtiyaç duyacaktır.
1. ve 2. Ay	Danışma ofisinden sorumlu olacak bir teknisyenin seçimi	Organik tarım ve kırsal kalkınma ile ilgili bilgi sahibi Çalışma gruplarını, yönlendirici toplantıları, vb. organize etmek için kişisel becerileri olan Bölüm teknisyenin organik tarım konusunda eğitilmesi
3. Ay	Yapıyı belirlemek ve hedefleri tanımlamak için Tarım Bölümünde toplantı (eğitimler, toplantılar, vb.)	Teknisyene Bölümün aktiviteleri günden güne göstermeli ve teknisyen de aynıları yapmalıdır. İşbirliği karşılıklı olmalıdır.
4. Ay	Danışma hizmetlerini açıklamak ve eğitim kurslarının takvimini sunmak için köylerde başlangıç toplantısı	Bilgi ve telefon numarasının bulunduğu el ilanları dağıtılacaktır.
5. Ay	Köylerde dönemsel toplantılar	Programı değerlendirmek için

ORGANİK TARIMA DÖNÜŞÜM (1.3.)

Organik tarım; doğa ile sinerji halinde olmaktan ve kimyasal gübre ya da bitki sağlığı ürünleri kullanmamaktan gelen avantaja sahip bir sistemdir. Organik sertifikalı tarım; kayıt olunan ilk günden itibaren yönetmelikteki tüm prosesleri gerçekleştiren, yöneten ve sertifikalandıran bir sertifikasyon kuruluşu tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu da bir çiftçinin organik tarım kayıtları alınmaya başladığı andan itibaren tüm süreç boyunca belirtilenler dışında kimyasal gübre, herbisit ya da sentetik insektisit kullanarak istismar etmeyeceğine söz verdiği anlamına gelmektedir. Eğer çiftçi bu ürünlerin bulaştırılmaması gerektiğini çalışmamaş ise ekinlerinin pest ve ot kontrolünde problemler yaşayabilir.

Belli bir adaptasyon periyodundan geçilmesi gerekmektedir; böylece çiftçi arazisini organik olarak kayıt ettirdiğinde "yasak" ürünlerden kullanmasına gerek kalmayacaktır. Dönüşüm periyodu arazilerin kayıt edilmesinden sonra başlamaktadır ve ürünler yasal olarak organik olarak sertifikalandırılmaya kadar her ürün bu dönüşüm sürecinden geçmektedir.

Aşağıdaki şemada bu gerçeği açıklamaktadır:

SÜRE →				
	Uyum süreci	Organik Tarım kaydına tescil	Dönüşüm süreci	Organik ürün
Süreci belirleyenler...	...arazinin başlangıç koşulları		...ekin çeşidi, mevzuata göre	-
Kimyasal ürünler	Kullanabilir		Kullanamaz	Kullanamaz
Organik tarım etiketi altında ticarileşme	HAYIR		HAYIR	EVET

Eğer bir kişi arazilerini organik olarak kayıt ettirmekten bahsediyorsa ilk önce bu adaptasyon periyodunu aklımıza getirmemiz gerekmektedir. Bu süre boyunca çiftçi bazı kurslara katılacak ve teknik tavsiye desteği görecektir. Çiftçinin kafasında arazilerini/tarlalarını kurallara göre yönetmek konusunda bir soru işareti kalmadığında kayıt işlemini gerçeğe dönüştürebilecektir.

Sertifikasyonun yıllık maliyet ücreti yüksek olduğundan ötürü dikkate alınması gereken bir diğer konu da arazileri kayıt ettirmeden önce ticaret konusudur. Eğer gerçekten organik ürüne bir talep varsa arazilerin sertifikalandırılması ekonomik olarak kayda değer olacaktır. Aksi durumda pazarlama aksiyonlarının meyveleri alınincaya ve organik ürünleri diğerlerinden daha fazla fiyata satabilinceye kadar, konvansiyonel olarak üretimi yapılmış, sertifikasız ürünün ticareti daha uygun olacaktır.

Çiftçilerin organik tarım kayıtlarının sürdürülebilmesi için teklif edilen aktiviteler aşağıda verilmektedir:

- Koşullar, maliyet vb. Konular hakkında yeterli teknik tavsiye hizmeti sağlamak.
- Arazilerin kaydı esnasında çiftçilere başvuru formlarının doldurması için yardım etmek ve tüm proseslerde nezaret etmek.
- Sertifikasyon kuruluşu (ICEA vb.) ile bir anlaşma imzalayıp, teknik ziyaretleri optimize etmek ve bu sayede sertifikasyon maliyetlerini düşürmek.
- Tüm aktivitelerle ilgili bölge ve civarında duyurular yapmak (çalıştay, kurs, pazarlama faaliyetleri vb.)
- Tarım departmanının bütçesindeki imkanlara göre azarilerini kayıt ettirmek isteyen çiftçiler için ekonomik yardımlar oluşturmak.

TARIMSAL BİYOÇEŞİTLİLİĞİN KORUNMASI (1.4.1 & 1.4.2)

Organik tarım ana prensiperinden bir tanesi de biyolojik çeşitliliğin korunmasıdır. Tarım aktivitesinin yapılmaya başlandığı ilk çağlardan itibaren insanoğlu, birçok çeşit işlenmiş tür içerisinde kendi ihtiyaçları için en uygun olan bitki ve hayvan çeşitlerini seçmiştir. Özellikle son birkaç on yıl içerisinde "modern" tarım tarafından aşındırılmış olan bu zirai çeşitliliğin iyileştirilmesi gerekmektedir.

Yerel, geleneksel çeşitler toprak ve iklim koşullarına adapte olmuşlar ve çiftçiler ailelerinden miras kalan tekniklerle bu çeşitlerin nasıl yetiştirileceğini bilmektedirler. Kimyasallara bağımlı tarım yapılmasını istemediğimizden ötürü de adapte olmuş çeşitleri ve geleneksel türleri temel almamız gerekmektedir.

Geleneksel çeşitlerin kullanılması, bölgeyle bir bağlantı oluşturulmasını sağlamaktadır ki bud a pazarlama stratejisinde bir avantaj olarak kullanılabilir.

Bizlerin amacı, geleneksel bitki ve hayvan çeşitlerini onların kullandığı teknik (know-how) ile bağdaştırarak koruyabilmektir.

Bu amaca yönelik gerçekleştirilmesi gereken aktiviteler aşağıda yer almaktadır:

- Üniversite veya herhangi bir tarımsal araştırma merkezi ile bir anlaşma imzalayarak geleneksel çeşitlerin envanterinin çıkartılması, tohumların toplanması ve yeniden üretilebilmesi için gerekli çalışmaların yapılması (éMuğla'nın Yerel Myve Çeşitleri: Kültürek Miras, Veritabanı, Koruma Projesi" Meyve Mirası Çalışma Grubu <http://www.meyvemirasi.org/>)
- Yaşlı çiftçiler ile mülakatlar yaparak geleneksel çeşitler ve ekim biçimleri hakkında tüm bilgileri toplamak.
- Canlı tohum bankası yaratılması ile ilgilenen çiftçiler için tohum ve bitkilerin koruma ve üretimi. Tohum ve bitkiler tarım departmanına ait olacaktır.
- Oplanan bilgilerin yayımlanması (kitap, internet sitesi vb.)

10.4.4. Kısa Hedef 2: Kalite ve Organik Tarımda Ticarileşme

Özel Hedef: Kalite ve Milas'ın kırsal bölgelerinden gelen organik ürünler için ticarileştirme için gerekli yapının yaratılması.

Bu alanda **beklenen sonuçlar** şu şekildedir:

1. Projeye dahil olan kırsal komitelerin organik ürünleri ve yerel kalitenin temini potansiyelinin karakterizasyonu.
2. Bölgede halihazırdaki ve potansiyel organik ve yüksek kaliteli ürünlerinin pazarının tanımlanması, özellikle turistik Bodrum beldesinin.
3. Yerel ürünlerin imajının iyileştirilmesi ve bir makra tasarlanarak bölgeyle bağlantılarının sağlanması.
4. Ürünler için etkili pazarlama kanallarının açılması.
5. Yerel ürünlerin görünürlüğü ve pazarlama olanaklarının geliştirilmesi.

Aşağıdaki faaliyetlerin gerçekleştirilmesini teklif etmekteyiz:

ÇİFTÇİLİK VE ÜRÜNLERİN TEDARİK YAPISI ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI (2.1.1)

Bu karakterzasyon çiftçilerle müzakere edilerek yapılacaktır. Ekin çeşidi, üretim ve köy başına yüzölçümü gibi dataları içeren bir excel tablosu oluşturmak surety ile ürünlerin tedarik kapasitesinin ön görülecektir.

Bu çalışma bizlere hangi ürünlerin ticarileştirme stratejisi içerisinde düşünülmesi gerektiği hakkında bilgi sağlayacaktır. Bilgiler, eğitim kursları ve ekin çeşitlerini de etkileyebilecek olan teknik tavsiye hizmetinden ötürü zaman zaman değişiklik gösterebilir.

PİYASA ARAŞTIRMASI (2.2.1)

Pazar yapısı, tüketici veya Pazar trendleriyle ilgili bilgiyi bir araya getiren bir Pazar çalışması ya da Pazar araştırması gerçekleştirilmelidir. Pazarlama pstratejimizin oluşturulması için kaliteye ve organik ürünlere olan talebe ilişkin bilgi edinmemiz gerekmektedir.

Bu bilgiyi toplamanın basit bir yolu da Bodrum'daki otelleri, restoranları, market ve şarküteri tarzı dükkanları ziyaret etmek olacaktır. Bu ziyaretler süresince ürünlerin nasıl satıldığına, satış fiyatlarına ve kaç tüketici tarafından alındığına, alıcıları tatmin etme derecesine ve yeni tedarikçiler için taleplerine dair fikir edinebiliriz. Ayrıca yerel ve organik ürünleri alma konusunda heveslerini ölçmek için bir test hazırlayabilir ve daha yüksek bir rakam ödeyip ödememek konusundaki isteklerini de ölçebiliriz

Bu piyasa/pazar araştırması uzman bir firma tarafından da yapılabilir.

YEREL ÜRÜNLER İÇİN TİCARİ BİR KALİTELİ MARKA YARATILMASI (2.3.1)

Yerel ürünlerin imajının geliştirilmesi ve onlara bir görünürlük vermesinde bir araç kullanılmak üzere bir marka yaratılmasını teklif etmekteyiz; böylece bu marka ile Milas kırsal bölgeleri ile yansıttığı değerler hakkında bir bağlantı kurulması sağlanacaktır. Bu marka el sanatları ve ekoturizm faaliyetleridiğer ürünler için de kullanılabilir.

Katılımcıların fikirleri ve çiftçilerin logo fikirlerini de alarak bir tasarımcıdan yardım alınması gerekmektedir. Çiftçilerin tasarım aşamasında fikirlerinin alınması da süreçte önemli bir faktördür.

Bir marka yaratıldıktan sonra, kullanım kurallarının yazılmasına önemle ihtiyaç vardır; böylece marka sadece kaliteli yerel ürün ve hizmetler için kullanılacak ve böyleceana amacından sapmadan, tüketiciyi sadece Milas bölgesindeki kaliteli ürünler hakkında bilgilendirecektir.

Bu durumda tavsiye ettiğimiz; organik tarımsal ürünler dışında kaliteli ürünleri de marka bünyesine dahil etmekteyiz; böylelikle en başından itibaren daha çeşitli ürün sunabiliriz. Marka; organik ve konvansiyonel ürünleri belli belirsiz şekilde (örneğin renkleri değiştirerek) birbirinden ayıracak ve tüketiciyi bilgilendirecektir. (örneğin; zeytinyağı).

WEB SİTESİ OLUŞTURULMASI (2.3.2)

Bölgenin doğa ve kültürel değerleri ile bağlantılarını içeren yerel ürünler için bir websitesi teklif edilmektedir.

YEREL VE BÖLGESEL TARIM VE EKOTURİZM FUARLARINA KATILIM (2.3.3)

Bölgesel tarım veya ekoturizm fuarlarında markanın hazır bulunması ürünlerin görünürlüğünü arttıracak ve bölgeyle olan bağlantıyı geliştirecektir. Bilgi broşürleri ve resimler de basılıp dağıtılabilir..

YEREL ÜRETİCİLER DERNEĞİNİN OLUŞTURULMASI (2.4.1)

Bu grubun ana amacı, ürünlerin, yaratılan marka vasıtasıyla ticarileştirilmesi ve pazarlama faaliyetlerinin oluşturulması olacaktır. Her iki cinsiyet de eşit şekilde temsil edilmelidir.

Yukarıda açıklandığı üzere bölge markası, her kaliteli ürünü içerebilir, organik veya konvansiyonel, her çiftçi birliğe katılabilir. Bağlantılı üyeler arasında farklılığı yaratmak gerekmektedir; herhangi bir üretici ya da agro-turizm operatörü (organik olarak kayıtlı olsun yada olmasın) ve çiftçiler aynı amaçla çalışmalı ve ticarileştirmeye katkı sağlamalıdır.

Birkaç seçeneğe sahip olunacaktır:

	Demek aktivitelerine katılım Ücretsiz	Kaliteli marka kullanımı Ekonomik masraf	Kaliteli ve organik marka kullanımı Ekonomik masraf	Ortak ticarileşme Ekonomik masraf	Toprağın ortak kullanımı Gider ve gelirlerin paylaşımı
Organik olarak kaydedilmemiş çiftçiler	X	X		X	-
Organik olarak kaydedilmiş fakat yalnız çalışmak isteyen çiftçiler	X	-	X	X	-
Organik olarak kaydedilmiş ve diğerleri ile ortak çalışmak isteyen çiftçiler	X	-	X	X	X

Herhangi ilgili çiftçi için takip edilmesi gereken adımlar aşağıdaki şekilde olabilir:

1. Birliğe ya da toplantı ve çalıştaylara katılmayı amaçlamasını sağlamak.
2. Çiftliğini/ürünlerini organik dönüştürmek veya yeni ekinlerin üretimne başlamak için eğitim kurslarına katılmak ve teknik tavsiye desteğine erişmek.
3. Kendi ürünlerinde markanın kullanılması için izin istemek; planlanan ticarileştirme faaliyetlerine adaptasyonu sağlamak ve ekonomik olarak iş birliği içinde olmak.
4. Arazilerini organik olarak kayıt ettirmek için hazır olduğunda başlatmak veya diğer çiftçiler ile birlikte çalışmamak.
5. Planlanan promosyon ve ticarileştirme faaliyetlerine (fuarlar, broşürler, lansman vb.) katılım ve gerekli duyulan ekonomik işbirliğininin sağlanması.

YEREL VE BÖLGESEL PİYASADA SATIŞ VE PAZARLAMA KAMPANYASI (TANITIM BROŞÜRLERİ, TV, VB.) (2.4.2)

It should be an activity of limited duration to increase awareness for organic farming products or to increase consumer awareness of the farming of the Area.

En iyi sonucun alınabilmesi için bu konuda bir uzmanın görev alması gerekmektedir.

YEREL PİYASALAR VE KURULUŞLARLA ANLAŞMALARIN İMZALANMASI (RESTORANLAR, OTELLER, VB.) (2.4.3)

YEREL ÜRÜNLER İÇİN BÖLGEDE DÜZENLENEN YILLIK BİR FUAR (2.5.1)

BÖLGE OKULLARINA, YEREL DERNEKLERE, VB. ZİYARETLERİN DÜZENLENMESİ (2.5.2)

10.4.5. Çizelge

Proje Tanımı	Göstergeler	Doğrulama Yolları	Varsayımlar
Genel hedef Toplumun yaşam koşullarının artmasına pazarlama fırsatları ile katkıda bulunan bir kalkınma biçimi olarak doğal ve kültürel yerel değerlere saygılı bir kaliteli tarım (Organik Tarım) geliştirmek	Nüfus verileri İstihdam verileri İşletme oluşumlarına dair veriler	Nüfus sayımı Nihai Rapor Yerel istatistikler (mümkünse)	Muğla Valiliği için organik tarım önceliklidir Yerel halk üretim sistemlerinin gelişimine olan ilgilerini göstermektedir
Amaç 1 Tarımsal sistemlerin sürdürülebilirliğini artırarak hayvancılık üretiminin kalitesini arttırmak			
Sonuç 1.1 Çiftçilerin eğitilmesi ile hayvancılıkta kaliteli üretim geliştirilmiştir.	Arazi (ha) ve verim miktarı Üretim dengesi Yürütülen çalıştaylar	Yerel teknisyenler Kurumsal Rapor Bölgesel ve ulusal istatistikî veri	Yerel çiftçiler üretimlerini geliştirmek konusunda ilgililerdir
Sonuç 1.2 Bölgeye yakın istikrarlı kurumsal ve teknik destek elde edilmiştir.	Açılan ofis Katılan teknisyenlerin sayısı Yürütülen çalıştayların sayısı Bölgeye yapılan ziyaretlerin sayısı	Katılan insanların veri tabanı Faaliyet Raporu	Yerel ve bölgesel yönetim, yakın ve kalıcı destek konusunda ilgilenmektedirler
Sonuç 1.3 Çiftçiler, organik tarımın yetenek ve ilkelerine uyum göstermişlerdir.	Sunulan girişimlerin sayısı Arazi miktarı (ha) (sertifikalandırılmış veya dönüşümde) Organik sertifikasyon sürecine katılan çiftlik sayısı Kullanılan gübre ve kimyasalların miktarı	Anketler İmzalanan anlaşmalar Bölgesel ve yerel istatistikler Kurumsal Rapor	Yerel ve kurumsal ilgi
Sonuç 1.4 Yerel geleneksel türler ve bağlantılı bilgi tanımlanmış, toplanmış ve korunmuştur.	Üretilen türlerin çeşitleri ve sayısı	Kurumsal Rapor	Çiftçilerin ilgisi Üniversite ve idarenin ilgisi
Aktiviteler 1.1.1. Kapasite gelişimi kursları 1.1.2. Teknik materyaller: el kitapçıkları, web sitesi...			



1.1.3. Eğitim aktiviteleri

1.2.1. Bir Teknik Ofisin faaliyete geçirilmesi.

1.2.2. Yerel bir teknisyenin eğitimi için bir Organik Tarım teknisyenin kiralanması

1.2.3. Çalıştay ve toplantı organizasyonları

1.3.1. Sertifikasyon kurumu ile bir anlaşma imzalanması

1.3.2. Sertifikasyon giderini azaltmak için ekonomik yardım

1.3.3. Arazilerin organik olarak kaydı

1.4.1. Saha araştırması ve anketler (üniversite, Meyve Mirası Projesi, vb.)

1.4.2. Geleneksel türlerle canlı tohum bankası oluşturulması

Amaç 2 Bölgede kaliteli ve organik ürünler için bir ticarileşme yapısı oluşturmak	Satılan ürünlerin sayısı/miktarı Pazarlama anlaşmaları Satış yeri ve pazarların sayısı	Kurumsal Rapor Yerel istatistikler	Bölgedeki teknik ve yasal koşullar ürünlerin satışı için uygundur
Sonuç 2.1 Yerel kaliteli ve organik tarım ürünlerinin potansiyel tedariki karakterize edilmiştir.	Yerel pazarların sayısı, satılan başlıca ürünler, fiyatlar, vb.		Yakın bölgeler ile ilgili güncellenen istatistikler, veri ve diğer bilgiler mevcuttur
Sonuç 2.2 Bölgede organik ve yüksek kaliteli ürünler için mevcut ve potansiyel pazarların, Başlıca Bodrum, belirlenmiştir.	Katılan çiftçi/üreticilerin sayısı	Piyasa Araştırması Kurumsal Rapor	Yerel piyasalar ve alıcılar bölgenin üretimi ile ilgilenmektedirler
Sonuç 2.3 Yerel ürünlerin imajı geliştirilmiştir. Doğal ve kültürel kalitenin bir etiketi yerel ürünleri bölgeyle bağlantılı şekilde tanımlamaktadır.	Haber yayın organlarında görünüm (basın, radyo, TV, vb.)	Yasal belgeleme Kurumsal Rapor	Oluşumun yasal desteği ve fizibilitesi
Sonuç 2.4 Ürünler için etkili ticarileşme kanalları açılmıştır.	Yürütülen anlaşmaların sayısı Oluşturulan grup Katılan çiftliklerin sayısı	Yasal belgeleme Nihai Rapor	Çiftçilerin ilgisi
Sonuç 2.5 Yerel ürünlerin görünürlüğü ve pazarlama fırsatları geliştirilmiştir.	Bölgeye gelen turistlerin ve yapılan ziyaretlerin sayısı	Kurumsal Rapor Yerel istatistikler	Bölgesel ve il genelindeki destek
<i>Aktiviteler</i>			

- 2.1.1. Çiftçilik ve ürün tedariki yapısı üzerine saha çalışması
- 2.2.1. Piyasa araştırması
- 2.3.1. Yerel ürünler için ticari bir kaliteli marka yaratılması
- 2.3.2. Yerel ürünler ve bunların bölgedeki doğal ve kültürel değerlere bağlantısı ile ilgili bir web sitesi oluşturulması
- 2.3.3. Yerel ve bölgesel tarım/ekoturizm fuarlarına katılım
- 2.4.1. Pazarlama ve ticarileşmeye yardım etmek için bir yerel üreticiler derneği/birliği oluşturulması
- 2.4.2. Yerel ve Bölgesel Piyasada Satış ve Pazarlama Kampanyası (tanıtım broşürleri, TV, vb.).
- 2.4.3. Yerel piyasalar ve kuruluşlarla anlaşmaların imzalanması (restoranlar, oteller, vb.).
- 2.5.1. Yerel ürünler için bölgede düzenlenen yıllık bir fuar
- 2.5.2. Bölge okullarına, yerel derneklere, vb. ziyaretlerin düzenlenmesi