

Ar Tarım 2016'da Sanayilik



Ekrem Suad SADAK

Pazarda Aktif Rol Oynayacak

Ar Tarım Genel Müdürü **Ekrem Suad Sadak**, 2016 yılında yemeklik pazarıyla beraber sanayilik yani parmak patates ve cips pazarında da aktif rol alacaklarını açıkladı. Bu bağlamda, dünya çapında kullanılan çeşitlerinin Türkiye pazarında da yer almaya başlayacağını belirten Sadak, "Bu yıl bizim tanıtım yılımız. RUMBA, LAURA, ve ARSENAL gibi çeşitlerimizin kısa zamanda pazar payı kazanacağını düşünüyoruz. Bu pazar için de çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor" dedi.



Toprağa bereketinizi ekiliyor...

Ar Tarım 1990 yılında, patates tohumu üretme yetkisi aldı. Firma, o günden bu yana, sözleşmeli üreticilerle Kayseri ve Sivas yörelerinde tohumluk üretimi üzerine yoğunlaştı. Ayrıca, patates üretimi yapılan bütün bölgelerde çeşit geliştirme, üretici eğitimleri ve yayım faaliyetlerini de sürdürüyor. Ar Tarım, deneme lokasyonları olarak da patates tarımının yoğun olarak yapıldığı yerleri tercih ediyor. Bu bağlamda, Nevşehir'de bulunan ortalama 15 bin ton kapasiteli, Türkiye'nin en modern yer altı deposuna ek olarak, teknik personelin bir bölümü ile laboratuvar çalışmalarını da bu bölgede gerçekleştiriyor.

Tarım Gündem Dergisi olarak 1990 yılından bu yana başarılı çalışmalara imza atan Ar Tarım'ın Genel Müdürü Ekrem Suad Sadak'a, hem yeni yaptıkları yatırımları hem de öne çıkan çeşitleri hakkında sorular sorduk. Aldığımız yanıtlar şöyleydi...

2015 yılında Ar Tarım olarak önemli yatırımlara imza attınız. Yatırımlarınız hakkında bilgi verir misiniz? Gelecek yıllara katkılarını değerlendirir misiniz?

2015 yılı bizim için tam bir yenilenme süreci oldu. Teknolojik alt yatırımlarımızı tamamladık. Şirketimizin daha verimli ve kontrollü büyümesi için tarım sektöründe çok az görülen ERP'yi kurmak üzereyiz. Kurumsal kaynak planlaması olarak bilinen bu sistemle artık, üretimden depolamaya kadar iş ve üretim süreçlerini görebileceğiz. Bununla beraber, depomuza yapmış olduğumuz yatırımlarla depomuzu oldukça modern hale getirdik. Aynı zamanda nemlendirme sistemini kurarak ürünlerimizde olabilecek olan fire oranını da önemli düzeyde düşürdük. Bünyemize yeni kattığımız arkadaşlarımızın eğitim planlamalarını yaparak sektörel ve kişisel alanda gelişimleri konusunda katkıda bulunuyoruz.

Böylece onların yeteneklerinden, gücünden ve yaratıcılıklarından faydalanarak hep beraber şirketin büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunacağımıza inanıyoruz.

Öne çıkan patates çeşitleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Aslında tüm çeşitlerimiz oldukça ilgi görüyor. Fakat hiç şüphesiz ki AGRİA ve MADALEINE, Türkiye'deki en popüler çeşitler arasında yer almaktadır. Patates üreticileri bu çeşitlerimizi iyi tat, verimlilik ve dayanıklılıklarıyla bilirler. Bununla beraber çalışmalarımızı durdurmuyor, yeni çeşitlerin adaptasyonu için tüm hızıyla devam ettiriyoruz. Sadece bu yıl adaptasyon sürecinde 22 tane yeni çeşit denemelerimiz var. Geçmiş yıllarda yapılmış olan yatırımlarımızın meyvesi olarak erkenci bölgeler için





parlayan çeşidimiz Marabel olurken; geçici bölgeler için Jelly olmuştur. Bu çeşitlerimizi Marfona, Sante ve Concordia izlemektedir. Şunu da belirtmek isterim ki; 2016 yılında biz yemeklik pazarıyla beraber sanayilik yani parmak patates ve çips pazarında da aktif rol alacağız. Dünya çapında kullanılan çeşitlerimiz artık Türkiye pazarında da yer almaya başlayacak. Bu yıl bizim tanıtım yılımız. RUMBA, LAURA, ve ARSE-NAL gibi çeşitlerimizin kısa zamanda pazar payı kazanacağını düşünüyoruz. Bu pazar için de çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor.

Çiftçiler ve firmanız arasındaki iletişimi artırmak için uyguladığınız pazarlama stratejilerinizden bahsedebilir misiniz?

Bildiğiniz gibi biz patates tohumu üreten ve ithal eden bir şirkettiz. İthal tohumlarımızı ancak bizim konumuzdaki firmalara satabiliyoruz. Bu devletin getirmiş olduğu kanunlarla ilgili bir durumdur. Diğer yandan yerli tohumlarımızı doğrudan çiftçilere satabiliyoruz fakat tabii ki odaklandığımız nokta tohum üreticileri. Elbette kendi tohum müşterilerimize rakip olmak istemiyoruz. Çiftçilerle çalışmalarımız, iyi patates yetiştirme uygulamaları ve çeşitlerin pazara nüfus etmesi konusunda bilgi paylaşımı yapmak. Patates sektörünün gelişiminde bir parça olmak bizim şirket vizyonumuzdur. Bununla beraber web sitemizi yeniden tasarladık. Yeniden tasarlanan web sitemiz sayesinde artık ürünlerimizi en güncel haliyle takip edip bizleri daha yakından tanıyabilecek iletişim bölümünden isteklerini bize doğrudan iletebilecekler.

Türkiye'deki patates sektörünün sorunlarını değerlendirir misiniz? Bu bağlamda çözüm önerilerinizi paylaşır mısınız?

Türkiye patates sektörü, iç talepteki eğilime bağlı. Bu ne demek oluyor? Basitçe anlatmak gerekirse fiyatlar yerel olarak yüksekse, patates yetiştiriciliği konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan insanların da aynı beklentiyle bu işe girmesine neden oluyor. Arzın artması bir hayal kırıklığına sebep oluyor ve küçük çiftçileri zor durumda bırakıyor. Buradaki anahtar mesele, var olan talebi tahmin edebilmektir. İkinci olarak ise, üreticiler arasında herhangi bir koordinasyon olmadığından bu durumda yardımcı olabilecek ihracat pazarları istismar edilmemelidir. Avrupa'dan bir örnek vermek gerekirse, tüm patates üreticilerinin bağlı olduğu bir organizasyon var. Bu or-

ganizasyonlar sadece yerel tüketimi teşvik edici değil ulusal olarak da teşvik edici güce sahiptir. Bu bağlantılar aracılığıyla çiftçiler uluslararası pazarlara kendi ürünlerini sunabilirler. Biz de Türkiye 'de bunun gibi bir organizasyon oluşturabiliriz ve organize olabilirsek sektör tüm sorunların üstesinden gelebilir. Peki kim girişimde bulunacak? Hükümete bu konuda söz söylemek kolay fakat sektörün önemli oyuncularının, tohum üreticilerinden patates yetiştiricilerine kadar herkesin rol alması şarttır.

Belirli alt yapıya sahip olduktan ve bunu gösterdikten sonra ancak devletten daha fazla destek alabiliriz. Eğer ilk pozitif adımlarımızı göstermezsek üst yönetim desteklerine kulak asamayız. Biz de AR TARIM olarak bu argümanları bir kaç kere dile getirdik ve hala savunucusu olmaya devam edeceğiz. İnanıyoruz ki kısa vadede meyvelerini alacağız.

Son olarak da, tüketici hakkında konuşmak gerekli. Türkiye'de patates hala marketlerde veya aynı forma sahip yerlerde satılan bir ürün. Peki tüketiciler, bölgeler ve üreticiler hakkında bilgi sahibi mi? İşte bu satışlara katma değer katabilmek için bir şanstır. Çeşitlerin niteliklerini ve kalitesini tüketiciye gösterebilir ve farkındalık yaratabilirsek, tüketiciler o zaman türleri sormaya başlayacaklar ve ürünler kendi talebini yaratacaktır. Böylece piyasada var olan kalitesiz ve lezzetsiz patates ortadan kalkacaktır. Bir kez daha bu durum tüketici araştırmalarıyla teyit edilmiştir.

Ar Tarım olarak bizler, tedarik zincirinin ilk adımı olarak nihai tüketiciye kadar bütün çeşitlerin tanıtımını yapmaktayız. Yani ürün markama ile başlayacağız. Bu sadece bir itme stratejisi değil aynı zamanda çekme stratejisidir.



Ar Tarım Growtech Fuarı'na katılıyor

Ar Tarım 1990 yılında, patates tohumu üretme yetkisi alan firma, o günden bu yana hem kendi üretimi hem de sözleşmeli üreticilerle Kayseri ve Sivas yörelerinde tohumluk üretimi üzerine yoğunlaştı. Ayrıca, patates üretimi yapılan bütün bölgelerde çeşit geliştirme, üretici eğitimleri ve yayım faaliyetlerini de sürdürüyor. Ar Tarım, deneme lokasyonları olarak da patates tarımının yoğun olarak yapıldığı yerleri tercih ediyor. Bu bağlamda, Nevşehir'de bulunan ortalama 20 bin ton kapasiteli, Türkiye'nin en modern yer altı deposuna ek olarak, teknik personelin bir bölümü ile laboratuvar çalışmalarını da bu bölgede gerçekleştiriyor.



Ar Tarım Genel Müdürü Ekrem Suad Sadak, 2016 yılında yemeklik pazarda beraber sanayilik yani parmak patates ve çips pazarında da aktif rol aldıklarını söyledi. Bu bağlamda, dünya çapında kullanılan çeşitlerinin Türkiye pazarında da yer almaya başladığını belirten Sadak, " Bu yıl bizim tanıtım yılımız. Rumba Laura gibi sanayilik çeşitlerimizin kısa zamanda pazar payı kazanacağını düşünüyoruz. Bu bağlamda, firma olarak ilk defa katılacağımız, 30 Kasım-3 Aralık tarihleri arasında Antalya'da düzenlenecek olan Growtech Eurasia Fuarı'nda 2. Hol 111 numaralı standımıza tüm fuar ziyaretçilerini bekliyoruz" dedi.

Bayer yabancı otlarla mücadelede yeni ürünü Kelt'i tanıttı

Bayer Crop Science, Türk tarımına ve çiftçisine sunduğu hizmetlerine bir yenisini daha ekleyerek yabancı otlarla mücadelede kullanılan yeni ürünü Kelt'i tanıttı. Yetkili bayilerin ve Bayer'in üst düzey yöneticilerinin katılımı ile gerçekleşen lansmanda, tarımsal faaliyetlerde önemli bir yer tutan yabancı otlarla mücadelede Entegre Yabancı Ot Yönetimi'nin önemine de değinildi. Bayer Crop Science Pazarlama Müdürü Mathieu Hingant, lansmanda yaptığı konuşmasında "Bayer olarak tohumdan hasada kadar her alanda yenilikçi ve yüksek kalitede verim sağlayan çözümler sunuyoruz. Bu bağlamda çiftçilerin alışkanlıklarını değiştirecek yenilikçi bir ürün olan Kelt'i geliştirdik. Kısa zamanda çoğalan ve mücadele edilmediğinde hızla tarlaya

yayılan ve verimi önemli oranlarda azaltan yabancı otlara karşı geliştirilen Kelt, bugüne dek kullanıldığı tüm ülkelerde çok iyi sonuçlar verdi. "Entegre Yabancı Ot Mücadele Yönetimi'nin prensipleri doğrultusunda yabancı otlarla mücadeleye, entegre bir yaklaşım sunuyor ve her aşamada çiftçiye destek oluyoruz" dedi. Toplantıda Bayer'in çiftçiler için geliştirdiği yepyeni bir platform olan "4mevsim'in de tanıtımı yapıldı. Sektöre ait önemli ve güncel bilgilerin paylaşıldığı üyelere özel platform ile çiftçilerin üretkenliklerini arttırmak ve harcamalarını daha doğru biçimde yönetmek hedefleniyor. İlk olarak Trakya bölgesindeki buğday çiftçisi ile buluşan platform ilerleyen dönemlerde Türkiye genelindeki tüm üreticilerle buluşacak.



Denizbank ile Gediz Elektrik işbirliğine gitti

Gediz Elektrik Perakende Satış A.Ş. ve DenizBank üreticilere ödeme avantajı sağlayan işbirliklerini yeniledi. Bu işbirliği çerçevesinde; DenizBank'ın Üretici Kart'ına sahip olan Gediz Tarımsal Sulama Müşterileri, fatura ödemelerinde 3 ay faizsiz erteleme kolaylığından faydalanacak. Yenilenen anlaşma kapsamında, Gediz müşterisi çiftçiler DenizBank'ın Tarım Bankacılığı alanında sunduğu avantajlardan da yararlanabilecek.

Yenilenen işbirliğinin İzmir ve Manisa Tarımsal Sulama Müşterileri için önemli bir fırsat olduğunu belirten Gediz Müşteri İlişkileri Müdürü: Mustafa Demir yaptığı değerlendirmede, "DenizBank ile tarımsal sulama müşterilerine ödeme avantajı sağlayan önceki işbirliğimizi daha da avantajlı duruma getirerek çiftçilerimizin elektrik fatura ödemelerine kolaylık sağlamayı sürdürüyoruz. Enerji sektörünün en önemli oyuncularından biri olarak, DenizBank ile yapmış olduğumuz işbirlikleri gibi müşteri odaklı projeler geliştirerek sektörümüzde önemli

adımlar atmaya devam ediyoruz. Bu uygulamanın çok ses getireceğinin sinyallerini aldık. Birçok enerji şirketinin bu uygulamayı örnek alacağını ön görüyoruz" diye belirtti.

Anlaşma ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Batı Anadolu Bölge Müdürü Hasan Özer Orhan, Gediz ile üreticilere sağladıkları avantajların artmasından mutluluk duyduklarını, İzmir ve Manisa illeri Tarımsal Sulama Müşterileri için önemli fırsatlar sunduklarını belirtti.



Ar Tarım Kendi Sektöründe Bir İlki Gerçekleştirerek Growtech Fuarına Katıldı

Ar Tarım Genel Müdürü **Ekrem Suad Sadak**, Growtech Fuarı'na patates tohumu alanında katılan tek firma olduklarını vurgulayarak, "Bu fuarda sanayilik çeşitlerimizi tanıttık ve bu anlamda önemli iş bağlantıları kurduk" dedi.



Ar Tarım, Antalya'da düzenlenen Growtech Fuarı'na bu yıl ilk kez katıldı. Fuara katılımlarından dolayı son derece memnun olduklarını ve bu bağlamda önemli iş bağlantıları kurduklarını belirten Ar Tarım Genel Müdürü Ekrem Suad Sadak, "Avrupa ve Balkan ülkelerinden Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya kadar uzanan ve bu ülkelerden gelen ziyaretçilerin ağırlandığı bu önemli fuarda biz-

lerde firma olarak yeni ürünlerimizin tanıtımını yapmaktan oldukça keyif aldık" dedi.

Ekrem Suad Sadak, çalışmaları ve gelecek hedefleri hakkındaki sorularımızı şöyle yanıtladı...

Ar Tarım olarak bu yıl, Growtech Fuarı'na ilk kez katıldınız. Fuar ile ilgili değerlendirmelerinizi alabilir miyiz?

Öncelikle fuarlara katılımın, markalaşma ve tanıtım çalışmalarının önemli bir bölümünü oluşturduğunu, fuarlara katılarak ürünlerimizi, katılımcılara ve ziyaretçilere tanıtmaya fırsatı olarak çok önemli gördüğümüzü belirtmek isterim. Bu anlayışla bu yıl ilk defa katıldığımız bu fuardan oldukça mutlu ayrıldık. Bildiğiniz gibi sadece patates tohumu alanında katılan tek firmaydık ve bu alanda sanayilik piyasasında önemli iş bağlantıları yaptık. Growtech, katılım yapan firma ve ziyaretçi sayısı oldukça umut verici bir fuar. Avrupa ve Balkan ülkelerinden Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya kadar uzanan ülkelerden gelen ziyaretçilerin ağırlandığı bu önemli fuarda, bizler de firma olarak yeni ürünlerimizin tanıtımını yapmaktan oldukça keyif aldık.

Agrico ve Europlant temsilcilerimiz de bizlerle beraberdi. Onlar da bu fuarın potansiyelini gördüler ve önemli iş bağlantıları yaptılar bununla beraber 2017 Growtech Fuarı'na, Agrico ve Europlant firmalarımızın da öne çıktığı bir tasarımla tekrar katılmayı düşünüyoruz.

2016 yılı sizin için nasıl bir yıldır? 2017 yılındaki hedefleriniz nelerdir?

2016 yılı ülke ve sektör açısından oldukça zor bir yıldır. Özellikle bizim sektörümüzde zorlu bir yılı daha geride bıraktık. Sözleşmeli üreticilerimizle Sivas ve Kayseri yörelerinde tohumluk üretimi üzerine yoğunlaştık. Yılın son iki ayından itibaren patates fiyatları yükselmeye başladı. Ama piyasada

genel olarak bir tedirginlik var. Ürün sevkiyatları yapıyor ancak piyasada genel olarak yaşanan nakit akışındaki zayıflık, herkesi etkiliyor. Pazarın da bence konsolidasyona gideceğini söyleyebilirim. Ar Tarım olarak stratejimizi sürdürüyoruz

2017 yılı için planlarımız yine sanayilik piyasada da yer almak. Sanayilik patates çeşitlerimizi de Growtech fuarında tanıttık. Tescillerini bekliyoruz. Bunun dışında, birkaç çeşidi kendi bölge üretiminde denedik, gösterdik ve bu çeşitler de beğenildi. AR-GE çalışmalarımıza ara vermeden devam ediyoruz. Sürekli gelişime açık olan bir firma olarak her zaman daha iyiye ulaşmak için çalışıyoruz.

2017 yılında pazara yeni ürünler sunacak mısınız?

2017 yılında bahsettiğim gibi tescillerini beklediğimiz ve beğenilen ürünlerimiz var. 2017 yılında tohum pazarını geliştirmek için ilk seferde mini yumru denemelerimizi yapacağız. Şimdilik bu kadar söylüyorum. Üretimimiz yine kendi tarlamızda olacak. Sözleşmeli üretimimizi sürdürüyoruz. Üretim hacmimizi aynı seviyede tutmak istiyoruz.

2016 yılında sanayilik pazarda aktif rol almayı planlıyordunuz? Bu bağlamda hedeflerinize ulaştınız mı?

2016 yılı bizim için sanayilik piyasasına adım attığımız bir yıldır. Dünyaca beğenilen ve onaylanmış çeşitlerimizi, 2016 yılı içerisinde deneme alanlarımızda üreterek bu pazara uygunluğunu test ettik. Almış olduğumuz doneler oldukça umut vericiydi. Bununla beraber yine Growtech Fuarı'nda sanayilik ürünlerimizi müşterilerimize tattırdık ve olumlu tepkiler aldık. Özellikle BASIN RUSSET FONTANE ve MARKIES en beğenilen ürünlerimiz arasındaydı. Adımlarımızı sağlam atarak piyasanın bu konudaki nabzını ve ihtiyacını ölçmeye çalışıyoruz.



Ar Tarım Markalaşma Çalışmalarına Hız Verecek

Ar Tarım Pazarlama ve İletişim Müdürü Fatmagül Karaçil, 2016 yılında markalaşma ile ilgili birçok adım attıklarını ifade ederek, "Tescilini aldığımız ürünlerimiz piyasanın gözde ürünlerinden AGRİA, MADELEINE MARFONA-JELLY ve CONCORDIA'dır. Çalışmalarımız gelecek dönem için de tüm hızıyla devam edecek" dedi.

Ar Tarım, geçtiğimiz yıllarda kurumsallaşma ve markalaşma ile ilgili ciddi adımlar attı. Oluşturdukları bu alt yapıyla, çalışan tatmini ve müşteri memnuniyeti oluşturmayı ve gelecekte bu yönleriyle fark yaratmayı planladıklarını belirten **Ar Tarım Pazarlama ve İletişim Müdürü Fatmagül Karaçil**, gelecek hedeflerinin, kendi kendini yönetebilen sisteme ve yapıya ulaşmak olduğunu söyledi. Fatmagül Karaçil, Ar Tarım'ın çalışmaları ve sektörün sorunlarıyla ilgili sorularımızı şöyle yanıtladı.

Ar Tarım olarak geçtiğimiz yıllarda kurumsallaşma ile ilgili ilk adımlarınızı attınız. Bu bağlamda gelecek hedefleriniz ile ilgili bilgi verir misiniz?

Bildiğiniz gibi kurumsallaşma kurumun stratejilerini belirleyecek, faaliyetleri denetleyecek ve takip edecek bir yönetim kurulu mekanizması olmasıdır. AR TARIM olarak vizyonumuz gereği kurumsallaşma bizim için en başta gelen ilkelerimizdendi. İlk adım olarak değerlerimizi belirleyip vermiş olduğumuz tüm stratejik kararlarımızı ve faaliyetlerimizi bu ilkeleri baz alarak yürütüyoruz.

Kurumsallaşma sürekliliğin ve canlılığın önem arz ettiği bir yapılanma durumudur. Şirket olarak bizler, bu konuda adımlarımızı sağlam atarak çalışanlarımızın sorumluluklarının farkındayız. Tüm personelimizi vereceğimiz kararlarda sisteme dahil ederek sürekliliği sağlamayı amaçlıyoruz. Şirket olarak bu kültür, vermiş olduğumuz tüm stratejik kararlara yansımaktadır. Böylece kurumsallaşma sürecinde alt yapıyı oluşturmuş oluyoruz. Oluşturduğumuz bu alt yapıyla çalışan tatmini ve müşteri memnuniyeti oluşturarak, gelecekte bu yönümüzle fark yaratacağımıza inanıyorum. İlerleyen dönemlerdeki amacımız ise, kendi kendini yönetebilen sisteme ve yapıya ulaşmak olacaktır.

2016 yılında bazı markalarınız için tescil başvurusunda bulundunuz ve 2017 yılında marka tescillerinizi aldınız. 2017 yılı içerisinde yeni tescil aldığınız ürünleriniz hakkında bilgi verir misiniz? Yıl sonuna kadar başka yeni ürünleriniz olacak mı?

2016 yılında aynı zamanda markalaşma ile ilgili de birçok adım attık. Bunlardan sadece biri marka tescillerini almaktı. Bildiğiniz gibi markalar bir şirketin tüm varlığının anlamıdır. Bu derece önemli olan bir konu elbette koruma altına alınmalıydı. Biz de bu anlamda, bu piyasada vermiş olduğumuz

emeklerimizi ve pazarımızı garanti altına almak için, kendi ürünlerimiz için marka tescilinde bulunduk. Bu durum rakipler arasında farklılaşmamızın ve pazarımızı korumanın bir yolu sadece. Bununla

beraber marka tescilini almamız ve markalaşmamız, müşterilerimiz için de bir güvence anlamına geliyor. Markalaşma, tüketiciler açısından da malın kolaylıkla tanınmasını sağlayarak ürün kalitesi hakkında tüketiciye güvence ve fikir verir ve bu durumda tüketicinin de otomatik olarak güvence altına alınmasını sağlar. Tüm bu özellikleri ile de marka, tüketiciyi, üreticiyi ve aracı firmayı koruyan kurumsal bir yapı haline dönüşmektedir.

Tescilini aldığımız ürünlerimiz, piyasanın gözde ürünlerinden AGRİA, MADELEINE MARFONA-JELLY ve CONCORDIA'dır. Çalışmalarımız gelecek dönem içinde tüm hızıyla devam edecek.

Ülkemizde patates üretim alanları artıyor ancak üretici pek çok sıkıntı ile boğuşuyor. Bu bağlamda sektörü ve yapılması gerekenleri değerlendirir misiniz?

Patates sektörü ve pazarlaması son zamanlarda oldukça zorlaşıyor. Pazarlama, üretimin nitelik ve niceliğini etkileyen en önemli yapıdır. Ülkemizde bazı yıllar, patates üreticisi için pazar bulma önemli sorun oluştururken bazı dönemlerde ise daha kolay ilerleme sağlanıyor. Ayrıca patates fiyatları yıldan yıla büyük dalgalanmalar göstermektedir. Arz talebin dengeli olmaması, sektör içerisindeki yapısal eksiklikler, küresel siyasal gelişmeler ve uluslararası ilişkiler gibi birçok faktör bu bağlamda etkili oluyor. Ekonomi ve piyasalardaki değişimler herkesi etkilediği gibi bizim sektörümüzü de etkiliyor. Bu küresel anlamda bu şekilde ilerlerken kendi sektörümüze indirgediğimizde ise bizim uzun süredir dile getirdiğimiz ve getireceğimiz şey, üreticilerin sertifikalı ve kaliteli tohum kullanmaları olacaktır. Bununla beraber dikim planının olmaması artan arazilerimizi verimli kullanmamıza sebep olurken, üreticinin beklentilerini de karşılamıyor.

