

Gıda Türk

GIDA SANAYİ VE TARIM SEKTÖRLERİ TANITIM DERGİSİ

MAYIS HAZİRAN 2026 900 ₺ SAYI-73

Necdet Buzbaş'la
Farklı Açıdan
Şubat Ayı Azizliği

Meyve Suyunda
Gıda Güvenliği ve
Mevzuat

Meyve Suyu Sektörü,
Tarımdan Geleceğe Uzanan
Stratejik Bir Güç

BUZ: Görünmeyen Ama
En Kritik Gıda Ürünü

Kurban Bayramı Sofraları:
Gelenekle Değişimin
Buluştuğu An

Prof. Dr. Y. Birol Saygı
Kalorilerin Ötesinde
Kilo Yönetimi İçecekleri

Prof. Dr. Remziye Yılmaz
Gıda Mühendisliği
Eğitimi Nereye Evriliyor?

Prof. Dr. Nevzat ARTIK
Kırmızı Renkli
Meyveler

Yerel Gastronomiden Ulusal Pazara GAP Bedesten ve Beykızı Kadın Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği



Günümüzde gıda sektörü, sadece fiziksel bir beslenme ihtiyacını karşılamanın ötesine geçerek; hafıza-sı, kimliği ve anlatacak bir hikayesi olan, ruhu da besleyen ürünlerin değer kazandığı bir dönemi yaşıyor. Mezopotamya'nın bereketli hilalinde yer alan Güneydoğu Anadolu Bölgesi, bu dönüşümün en güçlü potansiyelini barındıran coğrafyalardan biri.

Bölgedeki bu potansiyeli küresel bir vizyonla ele alan T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, sağladığı güçlü destekler ve oluşturduğu stratejik altyapı ile Anadoludakiler: GAP Bedesten Teknik Destek Programı projesini hayata geçirmiştir. GAP Bedesten, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren kadın kooperatiflerini özellikle gıda üretimi ekseninde güçlendiren bütüncül bir kalkınma modelidir. 9 ilde 30 kadın kooperatifini kapsayan programda üretimin %63'ünü gıda ve tarım ürünleri oluşturmaktadır. İso, bakliyat, zeytinyağı, yöresel reçel ve kurutmalık ürünler gibi yüksek katma değerli yerel ürünler; kalite standardizasyonu, ambalaj geliştirme ve pazaryeri entegrasyonu ile ulusal pazara taşınmaktadır.

Program kapsamında kooperatiflere soğuk zincir yatırımı, paketleme altyapısı, etiketleme ve belgelendirme desteği sağlanırken; e-ticaret ve perakende kanalları üzerinden sürdürülebilir satış ağları oluşturulmaktadır. Böylece yerel üretim kayıtlı, izlenebilir ve ölçeklenebilir bir yapıya kavuşmakta; kadın emeği güçlü ve kurumsal bir tedarik zincirine entegre edilmektedir.

GAP Bedesten modeli, yalnızca destek sağlayan bir yapı değil; aynı zamanda sahada iyi uygulama örnekleri üreten bir dönüşüm platformudur. Bu kapsamda yürütülen çalışmaların somut çıktılarında biri, geleneksel ev üretimini profesyonel gıda işletmeciliği modeline taşıyan **Beykızı Kadın Tarımsal Kalkınma Kooperatifi** ile gerçekleştirilen stratejik iş birliğidir. Beykızı örneği, yerel üretimin doğru yönlendirme ve teknik destekle nasıl kurumsal bir yapıya dönüşebileceğini gösteren güçlü bir iyi uygulama modelidir.

Önümüzdeki dönemlerde GAP Bedesten çatısı altında geliştirilen benzer iyi uygulama örneklerinin de paylaşılması planlanmaktadır. Böylece bölgedeki kadın kooperatiflerinin dönüşüm hikâyeleri, gıda sektörüne ilham veren sürdürülebilir modeller olarak görünür kılınacaktır.

Mahalle Mutfağından Profesyonel Üretim Hattına

Botan ve Kezer havzasının bereketiyle beslenen Siirt'in Şirvan ilçesi, zengin tarımsal üretim potansiyeli ve güçlü yerel mutfak kültürüyle bölgenin dikkat çeken merkezlerinden biridir. Doğal hammaddelere dayalı üretim geleneği ve ev tipi işleme yöntemleri, burada ortaya çıkan ürünlere kendine özgü bir karakter kazandırmaktadır. Ancak tarımsal ürünün sürdürülebilir bir ekonomik değere dönüşmesi, yalnızca üretmekle değil; doğru işleme, standardizasyon ve

pazarlama stratejileriyle mümkün olmaktadır.

2021 yılında 21 kadın üyenin bir araya gelmesiyle kurulan Beykızı Kadın Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, bu dönüşümün somut örneklerinden biridir. Kooperatif, faaliyetlerine mahalle aralarındaki ev mutfaklarında imcece usulü üretimle başlamıştır. İlk etapta ceviz reçeli, çilek reçeli, çilek lokumu ve çilek pestili gibi katma değerli ürünler yerel tüketiciyle buluşmuştur.

Zamanla ürün gamı genişlemiş; cevizli ekmek, balmumu bezi ve geleneksel yöntemlerle hazırlanan sarı kantaron yağı ile gelincik yağı gibi doğal ürünler de üretime dahil edilmiştir. Bu çeşitlilik, Beykızı'nı yalnızca ev tipi üretim yapan bir yapı olmaktan çıkararak yerel hammaddeleri raf değeri yüksek ürünlere dönüştüren çok yönlü bir kadın girişim modeline taşımıştır.

Ancak tarımsal bir ürünün "raf ürünü"ne dönüşmesi; yalnızca iyi üretimle değil, doğru işleme, standartizasyon ve pazarlama stratejileriyle mümkündür. Artan talep ve sürdürülebilir gıda güvenliği standartlarını karşılama hedefi, kooperatifin kurumsallaşma sürecini hızlandıran en önemli motivasyon oldu.

Bugün Beykızı Kooperatifi, belediye desteğiyle tahsis edilen üretim mutfağı ve satış ofisi sayesinde gıda kodeksine uygun, hijyen standartları belirlenmiş ve pazara hazır bir üretim modeline geçiş yapmış durumdadır. Mahalle mutfağında başlayan bu yolculuk, profesyonel üretim hattına evrilirken; kadın emeğinin ekonomik değere, yerel lezzetin markaya dönüşebileceğinin güçlü bir örneğini sunmaktadır.

GAP Bedesten ile Markalaşma ve Pazar Entegrasyonu

Bir gıda ürününün damakta bıraktığı eşsiz lezzet, onun kültürel değerini kanıtlaya da; ulusal pazarın zorlu rekabet koşullarında kalıcı bir yer edinebilmesi için tek başına yeterli değildir. Geleneksel yöntemlerle üretilen bir reçelin ya da turşunun yerel sınırları aşarak ulusal raflarda yer alabilmesi; raf ömrü optimizasyonu, doğru ambalaj teknolojisi, etiket mevzuatına uyum ve lojistik süreç yönetimi gibi profesyonel standartlara hakim olmayı gerektirir.

GAP İdaresi'nin destekleriyle yürütülen GAP Bedesten projesi ile Beykızı Kooperatifi'nin yolları tam da bu ihtiyaç noktasında kesişti. Bu iş birliği yalnızca bir pazarlama desteği sunmadı; ürünün tarladan kavanoza, kavanozdan tüketiciye uzanan tüm değer zincirini ele alan bütüncül bir dönüşüm süreci başlattı.

GAP Bedesten çatısı altında sağlanan mentorluk programları, kurumsal kimlik çalışmaları ve dijital pazarlama destekleri sayesinde; Siirt Şirvan'ın yerel mutfağında saklı

kalan lezzetler artık Türkiye'nin dört bir yanındaki tüketicilere güvenle ulaşabiliyor. Süreç boyunca ürünlerin e-ticaret ve kargo koşullarına dayanıklı hale getirilmesi için ambalaj iyileştirmeleri yapıldı, etiketler gıda kodeksine uygun şekilde revize edildi ve satış kanalları çeşitlendirildi.

Üreten Kadınların Gözünden

Bu dönüşümün en kıymetli çıktısı ise zihinsel değişim oldu. GAP Bedesten ekosistemi, kooperatif üyeleri için yalnızca bir pazar yeri değil, aynı zamanda bir öğrenme ve güçlenme alanı haline geldi.

Kooperatif ortaklarının ifadeleri bu değişimi açıkça ortaya koyuyor:

"Bizim bildiğimiz en iyi iş, ocağın başına geçip reçelimizi kaynatmaktı. Kıvamını tuttururduk, lezzetine güvenirdik ama o kavanozun kapağını kapattıktan sonrası bizim için biraz karanlıktı. 'Bunu kime satacağız, İstanbul'a kırılmadan nasıl göndereceğiz?' diye düşünürdük. Sağ olsunlar, GAP İdaresi ve GAP Bedesten tam o noktada elimizden tuttu. Bize sadece satış değil, bu işin yolunu yordamını öğrettiler. Paketlemesi nasıl olur, internetten nasıl satılır, hepsini onlarla öğrendik. Şimdi Siirt Şirvan'dan yolladığımız bir kavanozun İzmir'de, Ankara'da bir kahvaltı sofrasında olduğunu bilmek... İşte o bütün yorgunluğumuzu alıyor."

Bu süreçle birlikte kooperatif üyeleri, yalnızca üretim yapan yerel zanaatçılardan; pazar analizi yapabilen, maliyet hesabı çıkarabilen ve marka stratejisi geliştirebilen gıda girişimcilerine dönüştü. Artık sadece reçel kaynatan değil, ürettiği ürünü bir değer önerisine dönüştüren vizyoner kadınlar var.

Tescilli Lezzetler, Yeni Pazarlar

Bugün Beykızı Kooperatifi, GAP Bedesten ile birlikte gıda sektöründeki konumunu güçlendirmeye ve yeni pazarlara açılmaya odaklanmış durumda. Topraktan sofraya uzanan bu hassas değer zincirinde GAP Bedesten; kadın emeğinin sürdürülebilir bir ekonomik modele dönüşmesinde stratejik bir köprü görevi görüyor.

Siirt Şirvan'ın ceviz reçelindeki o özgün tat artık yalnızca yerel bir lezzet değil; Anadolu kadınının üretim gücünün, girişimcilik vizyonunun ve profesyonel dönüşümünün somut bir göstergesi olarak ulusal pazarda yerini alıyor.

Mahalle mutfağında kaynayan bir tencereyle başlayan yolculuk, bugün Türkiye'nin dört bir yanına uzanan bir marka hikâyesine dönüşmüş durumda. Ve her gönderilen kargo, yalnızca bir ürün değil; Anadolu kadınının üretim gücünü, girişimcilik vizyonunu ve geleceğe dair iddiasını taşıyor.