



UZUNKÖPRÜ

«dünyanın merkezidir»

Ekonomik Kalkınma Stratejisi ve Yol Haritası

[15 Ekim 2014]



tepav'ın katkılarıyla...

tepav

İçindekiler

Rapor Özeti 3

Bölüm 1: Mevcut Durum Analizi 9

Bölüm 2: Strateji ve Gelişme Eksenleri 28

Birinci stratejik gelişme eksenini: Balkanlara yönelik üretim ve ihracat yapmak 32

İkinci stratejik gelişme eksenini: Uzunköprü'yü daha cazip bir yer haline getirmek 49

Üçüncü stratejik gelişme eksenini: Tarımda alternatif ürünlere yönelmek74

Bölüm 3: Yol Haritası ve Eylem Önerileri 87

TEPAV Proje Ekibi 112



Rapor Özeti



Ne yaptık?

Uzunköprü ilçemizin ekonomik kalkınması için strateji ve yol haritası hazırladık.

Uzunköprü Ticaret Borsası ve Uzunköprü Ticaret ve Sanayi Odası girişimiyle başlatılan çalışmaya TEPAV akademik destek sağladı.

TEPAV ilçenin ekonomik ve sosyal verileriyle, ilçemizdeki görüşmelerden elde ettiği bilgilerle bir çerçevede oluşturdu. Bu çerçeve içinde, mevcut durum analizi, üç temel gelişme ekseninden oluşan bir strateji ve bu stratejiyi hayata geçirmek için bir yol haritası yer alıyor.

Bu strateji bir sonuçtan çok bir başlangıç, stratejinin ülkemizde kalkınma için hazırlanan ve raflarda tozlanmaya yüz tutan binlerce belgeden biri olmamalı.

Umarız, bu strateji Uzunköprülüler tarafından, sahiplenilir ve ilçe için bir kalkınma gündemine dönüşür.

Neden yaptık?

Ülkemizin ekonomik büyümesi Uzunköprü ve diğer 969 ilçemizin büyümesine bağlı.

Uzunköprü'nün bir büyüme hamlesine ihtiyacı var. İlçemiz, hem nüfus açısından küçülüyor, hem de Türkiye içindeki ağırlığı azalıyor. Oysa, ilçemiz ciddi bir ekonomik potansiyeli barındırıyor ve çevremizde çok sayıda fırsat var.

İlçemizin kalkınma gayreti Türkiye'nin geneli açısından da önemli. Ülkemizin orta gelir tuzağından çıkmak için yerelden ulusala yeni bir kalkınma anlayışını devreye sokması gerekiyor.

Bu nedenle, ilçe düzeyinde kalkınma ve ekonomik büyüme sorunlarına çözüm bulmak şart.

Nasıl yaptık?

Beş aylık bir araştırma ve katılımcı bir hazırlık sürecinin ardından bu rapor ortaya çıktı.

Önce Uzunköprü'nün geçmişini ve mevcut durumunu anlamaya çalıştık. Bunun için TEPAV ilçe, il, bölge, ulusal ve uluslararası düzeyde verileri analiz etti. Paydaşlarla ve uzmanlarla yüz yüze görüşmeler ve odak-grup toplantıları yapıldı.

Daha sonra dünyadaki örnekleri incelendi. Uzunköprü'nün geleceği için ilham alınabilecek yerleri tespit ettik ve dersler çıkardık.

Tüm bu bulgular sentezlenerek gelişme eksenleri ortaya kondu. 6 Haziran 2014'te Uzunköprü Kalkınma Çalıştayı'nı yaptık ve bulguları TEPAV'ın geliştirdiği «müzakereli tercih» yöntemiyle tartıştık.

En sonunda da bu strateji ve yol haritasını hazırladık.

Uzunköprü'nün farklı bir şeyler yapması gerekiyor. Yoksa giderek küçülmeye devam edecek!

Uzunköprü'nün Türkiye içindeki önemi giderek azalıyor. Bunu tersine çevirebilir miyiz?

1400'lü yıllarda Trakya'da kurulan ilk Türk şehri olan Uzunköprü, Edirne'nin başkent olduğu dönemde Anadolu ile Balkanlar arasındaki bağlantıyı sağlayan önemli bir yerleşim yeriymiş. Şehre adını veren ve dünyanın en uzun ve en eski taş köprüsü olan Uzunköprü, bugünün Boğaziçi Köprüsü'ne hatta İzmit körfez geçişi köprüsüne benzer bir yatırım olma özelliğine sahipmiş.

Ancak, Edirne işlevini İstanbul'a devrettikçe, Balkanlarla ekonomik ilişkiler zayıfladıkça ve ülkemizde sanayinin ve hizmetler sektörlerinin önemi arttıkça, Uzunköprü de işlevini yitirmeye başlamış.

1831'de Türkiye'de yaşayan her 10 bin kişiden 51'i Uzunköprü'de yaşarken, 1965'te bu sayı 23'e, günümüzde ise sadece 9'a düşmüş. Ülkemizin son yarım yüzyıldaki hızlı büyümesine rağmen, 1965'te Uzunköprü'de 73 bin kişi yaşarken, bugün sadece 67 bin kişi yaşıyor.

Uzunköprü bugün nasıl bir yer?

Uzunköprü geçimini tarım ve hayvancılıkla sağlıyor. İhracat neredeyse hiç yapamıyor. Kentte yaşam kalitesi ise düşük.

67 bin kişinin yaşadığı ilçe, 12 bin kişiye istihdam sağlıyor. Tarım, hayvancılık, madencilik ve inşaat ön plana çıkan faaliyetler arasında. Ayçiçeği, buğday ve çeltik başlıca ürünler. Ergene kirliliği tarımı olumsuz etkiliyor. Köylerden, Trakya'daki sanayi merkezlerine göç yaşanıyor. İlçedeki yaşam kalitesi halkı tatmin etmiyor.

Uzunköprü gelecekte nasıl olabilir?

Uzunköprü halkı daha iyi yaşam koşullarına ve daha güçlü bir ekonomiye sahip olmak istiyor.

Tüm olumsuzluklara rağmen, ilçe ciddi bir potansiyele sahip. Sosyoekonomik gelişmişliğin yüksekliği, hızlı büyüyen Balkan pazarına erişim, yüksek tarım ve hayvancılık kapasitesi, sulanan alanın artması, çevrenin temizlenmesi gibi unsurlar ilçenin geleceğini değiştirebilir mi? Bizce değiştirebilir. Ama önce Uzunköprü kendisini dünyanın merkezinde olarak görmeye başlamalı. .

«Uzunköprü Stratejisi»

Peki ne yapmalı? Uzunköprü için üç eksenli bir strateji öneriyoruz:

Bir: Balkan pazarındaki fırsatları görüp, bu pazara katma değerli ürünler satmak

Uzunköprü «*Türkiye'nin kıyısında değilim, iki pazarın tam ortasındayım*» özgüvenine kavuşmalı, Balkan pazarına yönelik üretim yapabilmelidir.

Türkiye'den muhtelif girdileri tedarik edip, Uzunköprü'de bunlara katma değer ekleyip, Balkanlardaki tüketici talebine göre adapte edip, hemen yanı başımızdaki bu pazarlara yönelmek Uzunköprü'ye başarıyı getirir.



İki: Uzunköprü'yü daha cazip bir yer haline getirip turist çekmek

Uzunköprü kısa vadede yılda 150 bin turist çekebilir. Bunun yerel ekonomiye etkisi ise **100 milyon** lirayı aşabilir.

Edirne'ye tarih, Saroz Körfezi'ne ise deniz için gelenler, Uzunköprü'ye çekilebilir. Uzunköprü'ye gelenin memnun kalması, bir gece konaklayabilmesi ve iki gününü güzelce geçirebilmesi için kentin daha yaşanılır ve cazip hale gelmesi önemli.



Üç: Alternatif ürünlere yönelerek, tarımsal üretimin katma değerini artırmak

Uzunköprü tarımsal üretim açısından ciddi avantaja sahip. Ergene'nin temizlenmesi ve Çakmak Barajı'nın devreye girmesiyle, bölgedeki üretim yelpazesi hızla genişleyebilir.

Geleneksel ürünlerden sıyrılıp, hem ihracata, hem de Trakya'daki hayvancılık kümelenmesinin yem ihtiyaçlarına yönelik yeni ürünlere yönelmek gerekiyor.



«Uzunköprü Yol Haritası»

Bu stratejiyi hayata geçirmek için üç eksenli bir eylem planı gerekiyor

Bir: Dış pazarlara açılım ve tarıma dayalı sanayi hamlesi eksen

Bu eksen altında Uzunköprü'nün kendini Türkiye'nin kıyısında köşesinde kalmış bir ilçe olarak değil, Türkiye ve Balkanlar gibi büyük piyasanın tam merkezinde, iki tarafla da güçlü ticari ilişkileri olan bir kent olarak konumlandırması için gerekli eylem önerileri sıralanmaktadır.

Amaç 1.1.: Uzunköprü'nün Balkanlar'la ticari ilişkilerini en üst düzeye çıkartmak.

İki: Uzunköprü'yü daha iyi bir yer haline getirme hamlesi eksen

Uzunköprü'nün ekonomik olarak büyümesi, kentin yaşam kalitesinin de gelişmesini gerektirmektedir. Hem ekonomik büyümenin Uzunköprülülerin refahına yansması hem de nitelikli işgücünün kentte tutulabilmesi için yaşam kalitesi önem arz etmektedir.

Buna paralel olarak kentin büyümesinin tetikleyicilerinden biri olarak gördüğümüz turizm sektörüne yönelik girişimlere de ihtiyaç vardır.

Amaç 2.1.: Uzunköprülülerin yaşam kalitesini arttırmak

Amaç 2.2.: Kentin turistik cazibesini arttırmak

Üç: Tarım ve hayvancılık sektöründe verimlilik ve kapasite arttırma hamlesi eksen

Uzunköprü'nün geleceğini şekillendirecek en önemli gelişmelerden biri Ergene Havzası'nın temizlenmesi ve Çakmak Barajı'nın faaliyete geçmesi olacaktır. Bu sayede sulu tarım imkanları genişleyecek olan kentin bir yandan Balkanlarla güçlü ilişkiler kurması diğer yandan da kendi tarımsal kapasitesini geliştirmesi gerekmektedir. Bu eksen altında bu yeni dönemden en fazla fayda sağlanmasına yönelik öneriler geliştirilmektedir.

Amaç 3.1: Ergene'nin temizlenmesi ile artacak sulu tarım olanaklarından maksimum faydalanmak

Amaç 3.2: Tarımda girdi maliyetlerini düşürmek için tarımsal örgütlenme kapasitesini geliştirmek

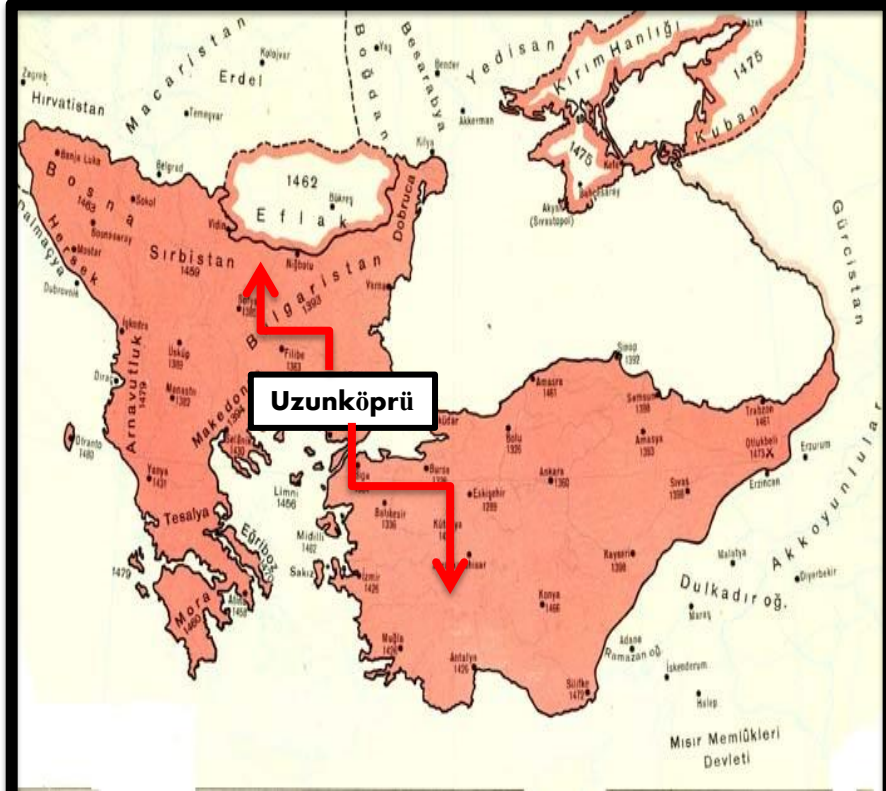
Uzunköprü nasıl daha iyi, daha zengin bir ilçe haline gelebilir?
Detayları merak ediyor musunuz?
O zaman lütfen sayfaları çevirmeye başlayın...
İlk bölüm – mevcut durum analizi



Birinci Bölüm: Uzunköprü Mevcut Durum Analizi



Uzunköprü neden bugün olduğu yere kurulmuş?



Tarihi anlamak neden önemlidir? Bir yerleşimin varoluş nedenini anlamak kritiktir. Çünkü bir yer, eğer varoluş gerekçesi olan işlevleri bugün taşımıyorsa ve bunları yeniden tanımlayamıyorsa, küçülme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.

Trakya'da kurulan ilk Türk şehri: Uzunköprü

Uzunköprü 1400'lü yıllarda kurulmuş ve Trakya'da kurulan ilk Türk yerleşimi olmuş. Tarih araştırmaları, Osmanlı Devleti'nin Uzunköprü'yü lojistik ve güvenlik gerekçeleriyle kurmuş olduğuna işaret ediyor.

Lojistik Faktörü: Uzunköprü'nün kurulduğu yıllarda, Osmanlı Devleti'nin Başkenti Edirne'ydi ve Anadolu ile Balkanların büyük bir kısmı Osmanlı Devleti yönetimindeydi. İstanbul ise henüz Bizans kontrolü altındaydı. O dönemde, Anadolu ile Balkanlar arasındaki ticarete, özellikle de Edirne'nin iâşesi için Çanakkale Boğazı kullanılıyordu. Bu dönemde Uzunköprü'nün Edirne'ye bir menzil (kervanın bir günde gelebileceği mesafe) mesafede konumlanması Uzunköprü'yü Edirne ve Balkanlar arasında önemli bir lojistik merkeze dönüştürmüştü.

Güvenlik Faktörü: Gelibolu'dan Edirne'ye gelmek için yola çıkan kervanlar gün içinde bu bölgeye ulaşmaktaydı ancak kervanlar konakladığında güvenlik problemleri ile karşılaşılıyordu. Bu problemleri çözmek için Osmanlı Uzunköprü'yü kurmaya karar verdi. Sürekli taşan Ergene Nehri de büyük bir sorun teşkil ettiği için devrin en son teknolojisi ile Uzunköprü inşa edildi ve kent Orta Asya Türk kentlerinin özelliklerini taşıyan bir yerleşim bölgesine dönüştürüldü.

Şimdi soralım: Sizce bugün bu faktörler Uzunköprü için ne kadar geçerli?

Kaynak: Uzunköprü Tarihi ve Belgeleri
Latif Bağman (2005)

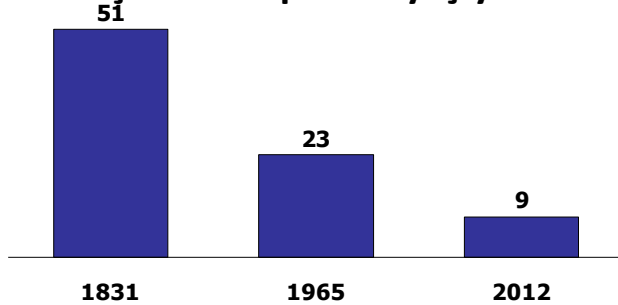
Uzunköprü cazibesini yitiriyor!

Uzunköprü Osmanlı İmparatorluğu zamanında önemli bir yerleşim merkezi olmasına rağmen, zamanla bu önemini kaybetti.

Osmanlı döneminde önemli merkezlerden birisi olan Uzunköprü'nün 1831'de yapılan ilk nüfus sayımına göre toplam nüfusu 18 bindi. 1831'de Anadolu'da yaşayan her 10 bin kişiden 51'i Uzunköprü'de yaşamakta iken, 1965 yılına gelindiğinde bu sayı 23'e, 2012 yılında ise 9'a kadar düştü.

Basit bir hesaplama, eğer Uzunköprü, 1831'deki toplam nüfustan aldığı payını zaman içinde koruyabilmiş olsaydı, yaklaşık 387 bin kişinin yaşadığı, yani İstanbul'un Şişli veya Ankara'nın Altındağ ilçesi kadar büyük bir yer olabilirdi.

Türkiye sınırlarında yaşayan her 10.000 kişiden kaçısı Uzunköprü'de yaşıyor?



Kaynak: 1831, 2. Mahmut Döneminde yapılan nüfus sayımı (Uzunköprü Belediyesi); Yaşar Semiz (1923-1950 Döneminde Türkiye'de Nüfusu Arttırma Gayretleri ve Mecburi Evlendirme Kanunu (Bekârlık Vergisi)

Peki Uzunköprü neden küçülüyor?

Uzunköprü'nün zaman içinde göreceli öneminin azalmasını üç temel faktöre bağlayabiliriz:

1. Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantının Çanakkale üzerinden değil, İstanbul üzerinden geçer hale gelmesi. İstanbul'un başkent olmasından önce Osmanlı'yı Balkanlara bağlayan yol Çanakkale üzerinden Edirne'ye ulaşırken Uzunköprü kritik bir konumdaydı. İstanbul'un başkent olması ile Uzunköprü giderek işlevini yitirmeye başladı.

2. Edirne'nin işlevini zamanla İstanbul'a devretmesi. İstanbul'un fethiyle birlikte imparatorluğun siyasi ve ekonomik merkezinin İstanbul'a taşınması zamanla Edirne'nin ve Uzunköprü'nün de eski önemini yitirmesine neden oldu. Özellikle son 50 yılda İstanbul'un çok hızlı büyümesi, ülkemizdeki ana ticaret yollarının İstanbul merkezli şekillenmesine yol açtı.

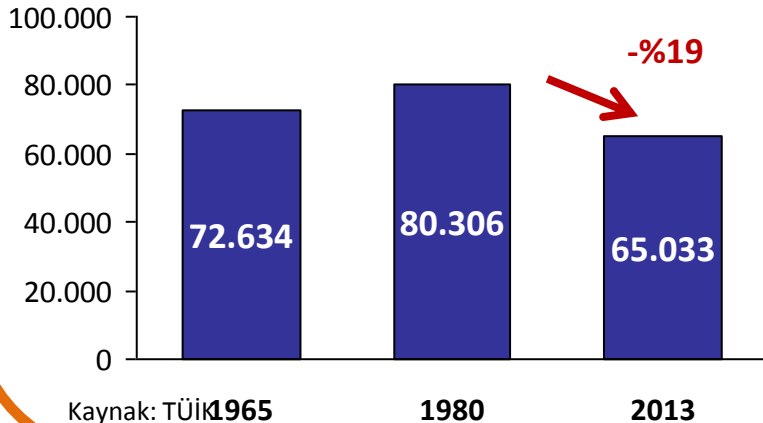
3. Türkiye ekonomisinin ana lokomotifinin sanayi ve hizmetler haline gelmesi. Türkiye ekonomisinin 1980'lerden bu yana geçirdiği dönüşümle birlikte ekonomide tarımdan sanayi ve hizmetlere doğru bir kayma yaşandı. 1980'lerde tarımın toplam milli gelir içindeki payı yüzde 24'lerde iken günümüzde bu oran yüzde 7,4'e kadar düştü. Bu düşüş tarımsal kapasitesi ile öne çıkan Uzunköprü için önemli bir dezavantaj oldu.

Göreceli öneminin azalmasının yanında, Uzunköprü'nün nüfusu 1980'lerden bu yana net olarak da azalıyor

1965 yılında 72 bin olan Uzunköprü'nün nüfusu 1985'te 85 bine kadar yükseldi. Ancak şehir 1985'ten bu yana net olarak nüfus kaybediyor. 2013 yılında 65 bine düşen Uzunköprü nüfusu 1980'den bu yana yaklaşık yüzde 20 azaldı.

Türkiye'de 1965 yılında 70-80 bin nüfus aralığında olan 26 ilçe varken, bu 26 ilçeden sadece 5'inin (Trabzon Vakfıkebir, Emirdağ, Beyşehir, Uzunköprü ve Samsun Terme) nüfusu azaldı, Uzunköprü bunlardan bir tanesi.

Uzunköprü'nün Nüfusu

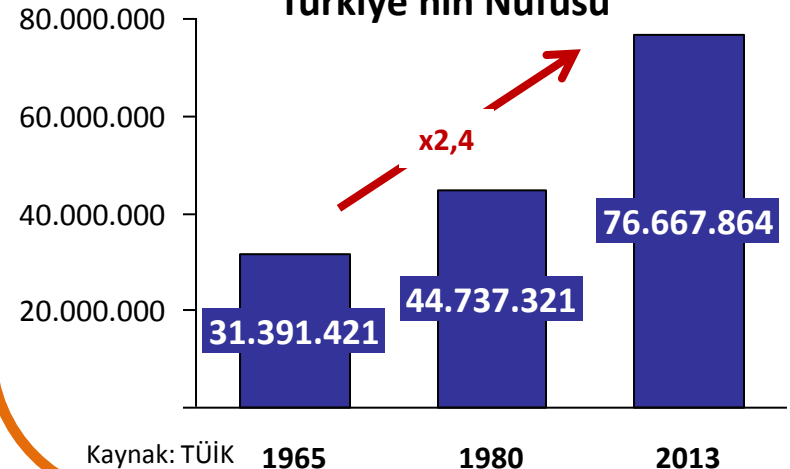


Türkiye'nin nüfusu ise 1965 yılından bu yana 2,4 katına çıktı

Türkiye 1965 yılından bu yana hızlı bir dönüşüm ve büyüme dönemi yaşadı. 1965 yılında 31,4 milyon olan Türkiye nüfusu 2013 yılına gelindiğinde 2,4 katına çıkarak 76,6 milyona yükseldi. 1965 yılında Türkiye'deki toplam nüfusun yüzde 34'ü şehir merkezlerinde yaşarken 2012 yılı itibarıyla toplam nüfusun yüzde 73'ü şehir merkezlerinde yaşamaktadır.

Uzunköprü ile Türkiye'nin nüfus büyüme eğilimlerine birlikte bakıldığında, Uzunköprü'nün Türkiye'de özellikle 1980'lerden sonra yaşanan dönüşüm sürecini pek yakalayamamış olduğu söylenebilir.

Türkiye'nin Nüfusu

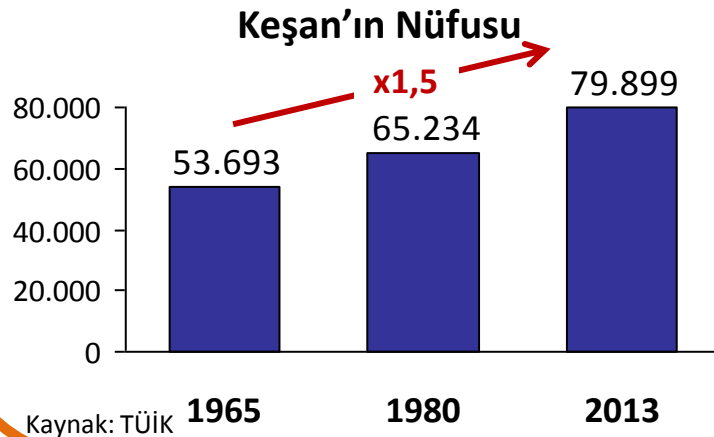


Peki 1965'ten günümüze başka yerlerde nüfus artışı nasıl olmuş? İki farklı örneğe bakalım.

Trakya'nın önemli merkezlerinden Keşan'ın nüfusu artmış ancak Türkiye ortalamasının altında kalmış

Keşan 1965'te Uzunköprü'den daha küçük bir yerleşim yeri olmasına rağmen İstanbul-İzmir ve Yunanistan-İstanbul aksları üzerinde kavşak konumuna sahip olması zamanla Keşan'ın önemini arttırdı. 1965 yılında 53 bin olan Keşan nüfusu 1,5 katına çıkarak 2013 yılında 80 bine ulaştı ve Uzunköprü'nün nüfusundan daha büyük bir hale geldi.

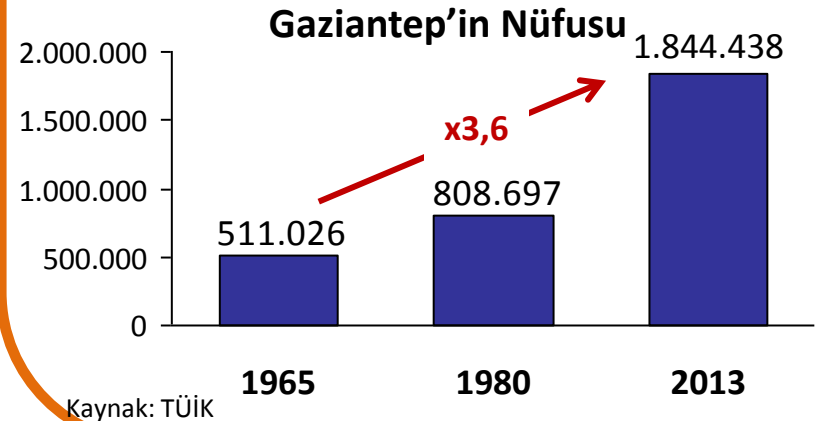
Edirne Merkez, Çorlu ve Çerkezköy'den sonra Trakya Bölgesi'nin en önemli ve gelişen ticaret merkezlerinden birisi olarak görülmesine rağmen Keşan'ın nüfusu bile Türkiye ortalamasının altında artıyor.



Gaziantep 1965'ten bu yana önemli bir bölgesel çekim merkezi haline geldi

Gaziantep Türkiye'de 1980 sonrası dönüşümü en iyi yakalayan yerleşim yerlerinden bir tanesi olarak görülüyor. 1965 yılında 511 bin olan Gaziantep'in nüfusu 2013 yılı itibarıyla 3,6 katına çıkarak 1,8 milyona ulaştı.

Gaziantep 1965'ten bu yana hızla sanayileşti, özel sektörden de yatırım çekmeye başlayan il, aynı zamanda komşuları ile entegrasyonunu çok iyi bir şekilde sağlayarak ihracatını da hızla arttırdı. Türkiye'nin en büyük 1000 sanayi kuruluşundan 50'si bugün Gaziantep'te yer alırken, Edirne'de sadece iki firma bu listede yer alıyor. Bugün Gaziantep toplam ihracatının yüze 43'ünü komşusu olduğu Irak, İran ve Suriye'ye yapıyor.



Uzunköprü Kalkınma Çalıştayı 6 Haziran 2014 Uzunköprü - Edirne

? **Peki Uzunköprü halkı ne düşünüyor?** ?

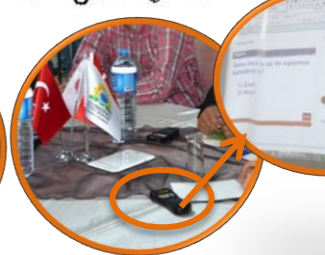
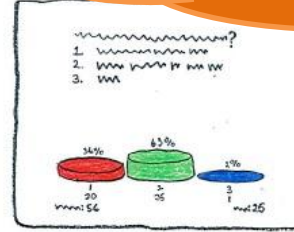
Bunu anlamak için 6 Haziran 2014 tarihinde Uzunköprü'deki paydaşlar ve kanaat önderleri ile bir araya geldik ve bir çalıştay gerçekleştirdik.

Uzunköprü Ticaret ve Sanayi Odası ile Uzunköprü Ticaret Borsası'nın TEPAV ile ortak organizasyonunda 100'e yakın paydaşla bir araya geldik ve bir tam gün boyunca Uzunköprü'yü tartıştık.

Peki bu çalıştay neden diğerlerinden farklıydı?

Bu organizasyonda Türkiye'de ilk defa ilçe düzeyinde gerçekleştirilen bir kalkınma çalıştayında anlık oylama sistemini kullandık. Masa başı araştırmalarda cevabını bulamadığımız soruları Uzunköprülülere sorduk ve cevaplarını anında ekranlara yansıtarak hem kendilerinin hem de diğer Uzunköprülülerin ne düşündüklerini eş zamanlı olarak görmelerini sağladık.

Raporumuzun geri kalanında bu sorulara yer vereceğiz.



?

Uzunköprülüler şehirlerinin büyümesini istiyor

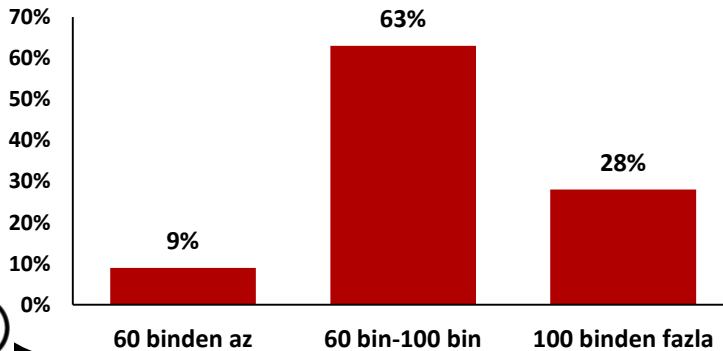
?

Katılımcılara bundan 20 sene sonra Uzunköprü'de kaç kişi yaşamalı diye sorulduğunda neredeyse her üç kişiden ikisi 60 ile 100 bin arasında cevabını verdi. Katılımcıların yüzde 28'i Uzunköprü'nün 100 binden fazla nüfusa sahip olmasını arzu ediyor. Katılımcıların sadece yüzde 9'u Uzunköprü nüfusunun 20 sene sonra 60 bin kişiden az olması gerektiğini düşünüyor.

Bu sonuçlara baktığımızda Uzunköprü halkının kentlerini daha büyük bir yer olarak görmek istedikleri sonucunu çıkartabiliriz. Yani, tasarlanacak strateji kişi başı geliri artırmanın yanında, kenti bir çekim merkezi haline getirmeye odaklanmalı.

Uzunköprülülere sorduk...

- Bundan 20 sene sonra Uzunköprü'de kaç kişi yaşamalı?



?

?

Bu noktada iki önemli soru: Uzunköprü büyüebilir mi? Uzunköprü büyümeli mi?

Tarımsal üretim potansiyeli giderek artıyor

Trakya bölgesinin ve Uzunköprü'nün önemli bir tarımsal üretim potansiyeli var. En önemli ihracat kalemlerini tarımsal ürünlerin oluşturduğu bölge, tarıma dayalı sanayinin gelişmesi için oldukça uygun şartlara sahip. Uzunköprü Ticaret Borsası'nın hızla artan işlem hacmi bunun en önemli göstergesi. Tarım ve hayvancılık sektörlerinin ivme kazanmasıyla yaşanacak sermaye birikimi kentin gelişimine aktarılabilirse, Uzunköprü farklı bir yer olabilir.

Ekonomik dönüşüm fırsatları çoğalıyor

Uzunköprü Osmanlı'dan bu yana Anadolu ve Balkanlar arasında önemli bir lojistik merkezi konumunda oldu. Bu tarihi rolünü yirmi birinci yüzyıl şartlarına göre yeniden tanımlayabilmesi ve Balkanlardaki büyük pazarı görmesi durumunda, farklı bir ekonomik yapıya doğru dönüşebilir.

Her şeyden önemlisi Uzunköprülüler kendi kentlerinin büyümesini arzu ediyor

Uzunköprülülerin sadece yüzde 9'u bundan 20 sene sonra Uzunköprü'nün şu anki halinden daha küçük olması gerektiğini düşünüyor.

Kısacası, Uzunköprü büyüebilir ve büyümeli...

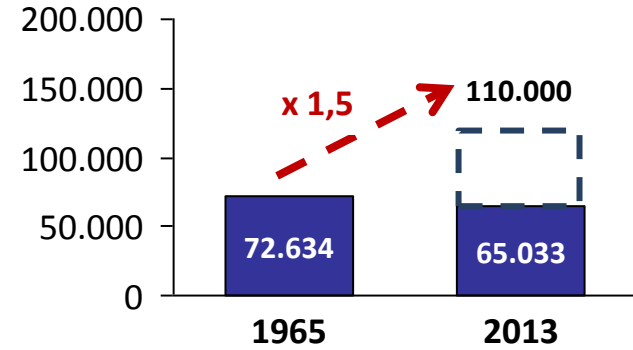
Üç farklı büyüme senaryosu, üç farklı Uzunköprü...

1980'den günümüze küçülmekte olan Uzunköprü bugün eğer nüfusunu Gaziantep gibi arttırabilseydi nüfusu 260 bin, Keşan gibi arttırsaydı 110 bin olabilirdi. Uzunköprü Türkiye ortalamasında büyüyebilseydi nüfusu bugün 170 bin olabilirdi.

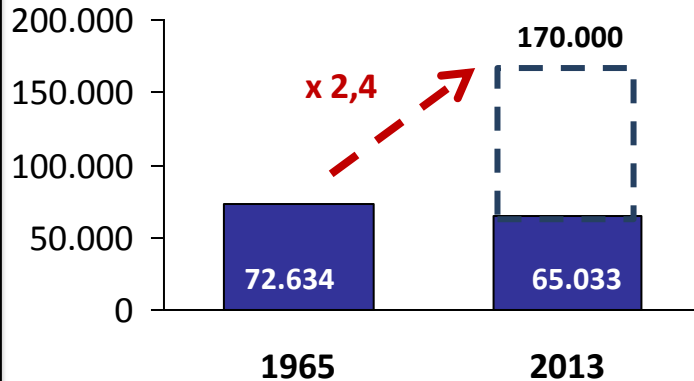
Bu farklı olasılıklar, «Acaba Uzunköprü için farklı ne yapılabilirdi?» sorusunu akıllara getiriyor.

Bunun yanında Uzunköprü nüfus çekememesine ek olarak dışarıya da büyük oranda göç veriyor. Uzunköprü'nün köyleri Edirne Merkez'den ziyade Trakya Bölgesi'ndeki diğer büyük ilçelere göç veriyor, ayrıca Edirne Türkiye'nin en düşük doğurganlık oranına sahip illerinden biri.

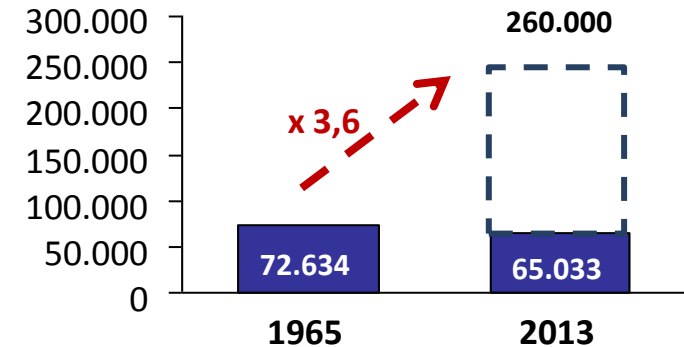
Uzunköprü'nün nüfusu Keşan gibi artsaydı...



Uzunköprü'nün nüfusu Türkiye gibi artsaydı...



Uzunköprü'nün nüfusu Gaziantep gibi artsaydı...



Kaynak: TÜİK

Uzunköprü'nün geleceğini tasarlarken, ilçenin Türkiye'nin en zengin bölgelerinden biri içinde yer aldığını unutmamak gerekiyor.

Uzunköprü'nün içinde bulunduğu Trakya (TR21) Bölgesi Türkiye'nin kişi başına düşen katma değeri en yüksek 5 bölgesinden biri. Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli'nden oluşan Trakya (TR21) bölgesinin kişi başına düşen katma değeri ise 2004 yılından bu yana Türkiye ortalamasının üstünde arttı. 2004 yılında bölgedeki kişi başına düşen GSKD 9 bin 22 Türk Lirası iken 2011 yılında 2,2 katına çıkarak 20 bin 169 Türk Lirası oldu. Aynı dönemde Türkiye'de kişi başına düşen katma değer ise 2,1 katına çıktı ve 15.500 Türk Lirası oldu.

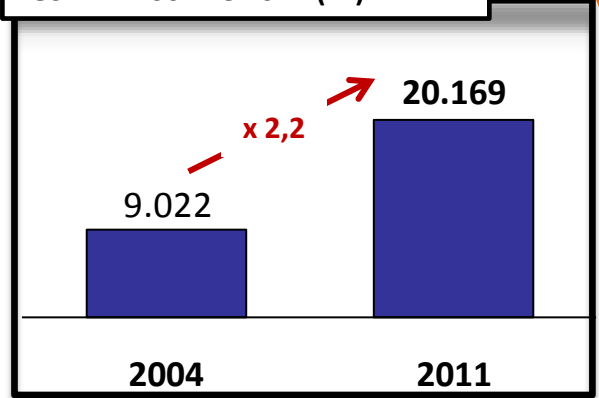
Uzunköprü Türkiye'nin ekonomik performans açısından en ayrıcalıklı bölgelerinden biri içinden yer alıyor. Bunun manası nedir? Uzunköprü'nün etrafında Türkiye'nin en sofistike pazarı yer alıyor. Avrupa Birliği de hemen yanı başında. Ayrıca katma değerli üretim için gerekli olan insan gücü, fiziki altyapı ve bilgi kaynakları da etrafta var. Yapılması gereken ise etraftaki fırsatlara ve eldeki potansiyele farklı bir gözle bakmak.

Bölgesel Gayrisafi Katma Değer (GSKD) nedir?

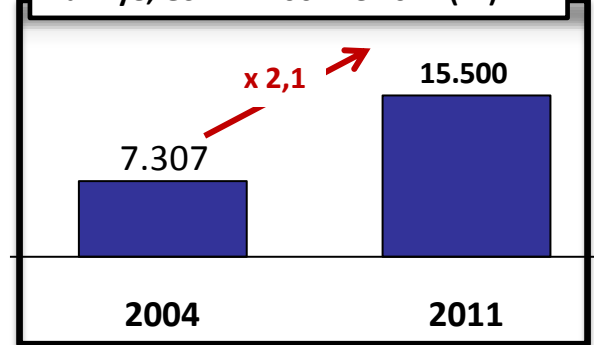
Bir bölgede yerleşik ekonomik birimlerin belli bir dönemde bu bölgedeki ekonomik faaliyetleri sonucunda ürettikleri mal ve hizmetlerin (çıktı) değerinden, bu üretimde bulunabilmek için kullandıkları mal ve hizmetler (ara tüketim) değerinin çıkarılması sonucu elde edilen değerdir.

Ülkemize GSKD verileri il ve ilçe bazında maalesef yayınlanmıyor, Düzey 2 Bölgeleri adı verilen il grupları için yayınlanıyor. Bir başka ifadeyle, Uzunköprü'nün GSKD'sini görmek mümkün değilken ancak Uzunköprü'nün de içinde bulunduğu TR21 Bölgesinin, yani Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli illerinin oluşturduğu Trakya Bölgesinin GSKD'sini görmek mümkün olabiliyor.

Edirne, Tekirdağ, Kırklareli (TR21)
GSKD – 2004 ve 2011 (TL)



Türkiye, GSKD – 2004 ve 2011 (TL)



Kaynak: TÜİK

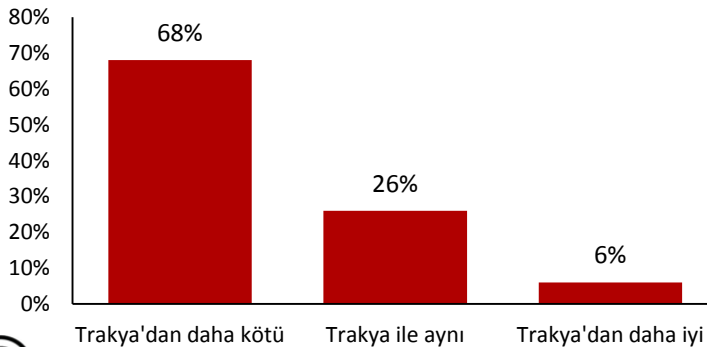
Uzunköprü zengin bir bölge olan Trakya'nın içinde. Ancak Trakya'nın performansının gerisinde kalıyor.

Çalıştay katılımcılarının yüzde 68'i Uzunköprü'nün performansının Trakya'dan daha kötü olduğunu düşünüyor

Katılımcılara göre son on yılda Uzunköprü'nün performansı Trakya bölgesinin oldukça gerisinde. Katılımcıların yalnızca dörtte bir kısmı Uzunköprü'nün Trakya ile aynı performansta geliştiğini söylüyor. Katılımcıların sadece yüzde 6'sı Uzunköprü'nün Trakya'dan daha iyi geliştiğini belirtiyor.

Uzunköprülülere sorduk...

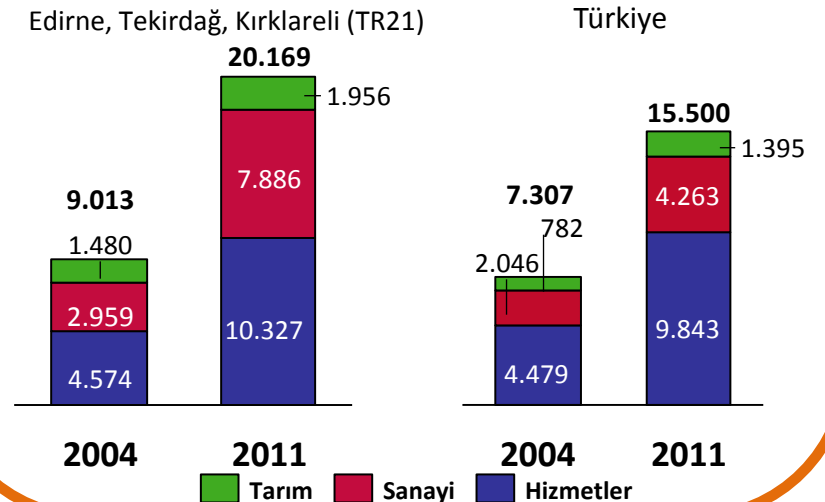
- Son 10 yılda Trakya'nın genel ekonomik performansına göre Uzunköprü'nün performansı nasıldı?



Hem Türkiye'de hem de Trakya'da sanayi ve hizmetler sektörlerinin payı hızla artıyor.

2004'ten 2011'e Türkiye'de tarımın katma değer içindeki payı yüzde 10,7'den yüzde 9'a düşerken hizmetlerin payı ise yüzde 61,3'ten yüzde 63,5'e yükseldi. Aynı dönemde Trakya Bölgesi'nde tarımın katma değer içindeki payı yüzde 16,4'ten yüzde 9,7'ye düşerken sanayinin payı ise yüzde 32,8'den yüzde 39'a yükseldi. Kısacası hem Trakya'da hem de Türkiye'de tarımdan kazanılan para pek hızlı artmazken, sanayi ve hizmetler daha hızlı gelişiyor.. **Bu önemli eğilim ekonomisi ağırlıkla tarıma dayalı bir yerleşim olan Uzunköprü için not edilmeli.**

Trakya ve Türkiye'de GSKD'nin sektörel dağılımı



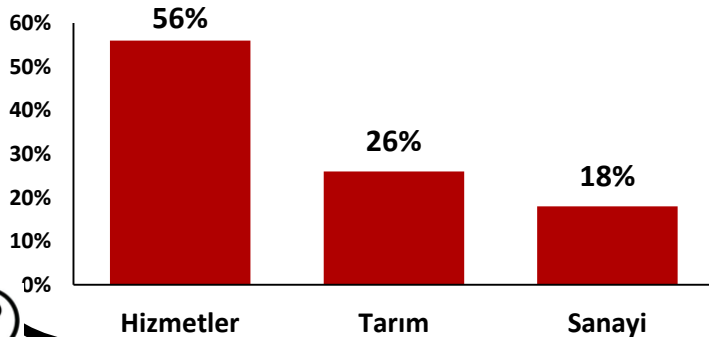
? Çalıştay sonuçları Uzunköprü'de son 10 yılda en hızlı gelişen sektörün hizmetler olduğuna işaret ediyor. ?

Son dönemde Trakya'da sanayi ve hizmetler büyürken, Uzunköprü'de hizmetlerin öne çıktığını görüyoruz. Her ne kadar ilçe bazında sektörel GSKD verisi olmasa da, çalıştay katılımcılarına sorarak Uzunköprü'de hangi sektörün diğerlerine göre daha çok geliştiğini anlamaya çalıştık. Katılımcıların yüzde 56'sı Uzunköprü'de en fazla hizmetler sektörünün geliştiğini belirtiyor. Bunun ardından ise tarım sektörü geliyor. En az geliştiği işaret edilen sektör ise sanayi sektörü. İstihdam verileri ise hizmetler sektöründe ağırlık olarak inşaat ve inşaatla dayalı faaliyetlerin ön plana çıktığına işaret ediyor.

Ekonomik gelişmenin hangi sektörlerle sağlanacağı ise bu bağlamda kritik bir soru.

Uzunköprülülere sorduk...

- Son 10 yıl içinde Uzunköprü'de hangi sektörün diğerlerine göre daha çok geliştiğini gözlemliyorsunuz?



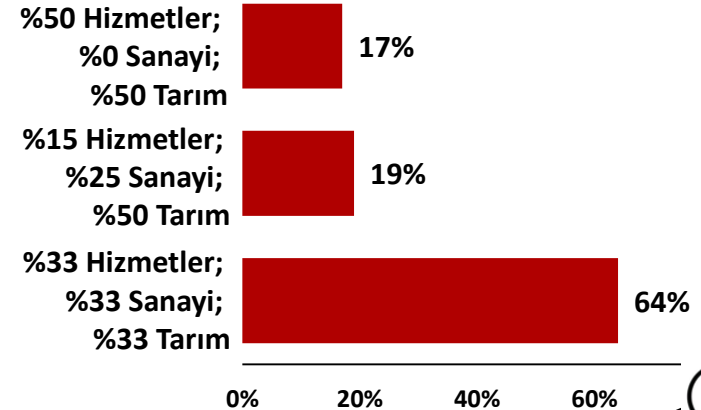
? Uzunköprülüler, ekonomilerinin çeşitlenmesini arzu ediyor. Hem hizmetler hem de sanayiden gelir elde edebilmek istiyorlar. ?

Katılımcıların büyük çoğunluğu (yüzde 64'ü) gelecekte Uzunköprü'de tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin ağırlığının birbirine eşit olmasını istiyor. Tarımın daha ağırlıklı gelişmesini isteyen kesim ise katılımcıların sadece yüzde 19'u.

Bu bulgu Uzunköprü'nün geleceğini planlamak için çok önemli. Zira, hem Ulusal düzeyde hazırlanan Trakya Çevre Düzeni Planı'nda, hem de Trakya Kalkınma Ajansının 2023 Bölge Planında, Uzunköprü'nün sadece tarıma dayalı olarak gelişmesi öngörülüyor. Bu ayrışmanın çözülmesi için Uzunköprü'nün kendi ekonomik planını ortaya koyması ve savunması gerekiyor.

Uzunköprülülere sorduk...

- Gelecekte nasıl bir ekonomik yapı istiyorsunuz?



Uzunköprü Trakya'da en fazla kayıtlı istihdam sağlayan beşinci büyük ilçe

Yaklaşık 66 bin kişinin yaşadığı Uzunköprü ilçesinde kayıtlı istihdam sayısı 12 bin 206. Yani toplam nüfusunun yüzde **18'i** SGK'ya kayıtlı bir işte çalışıyor.

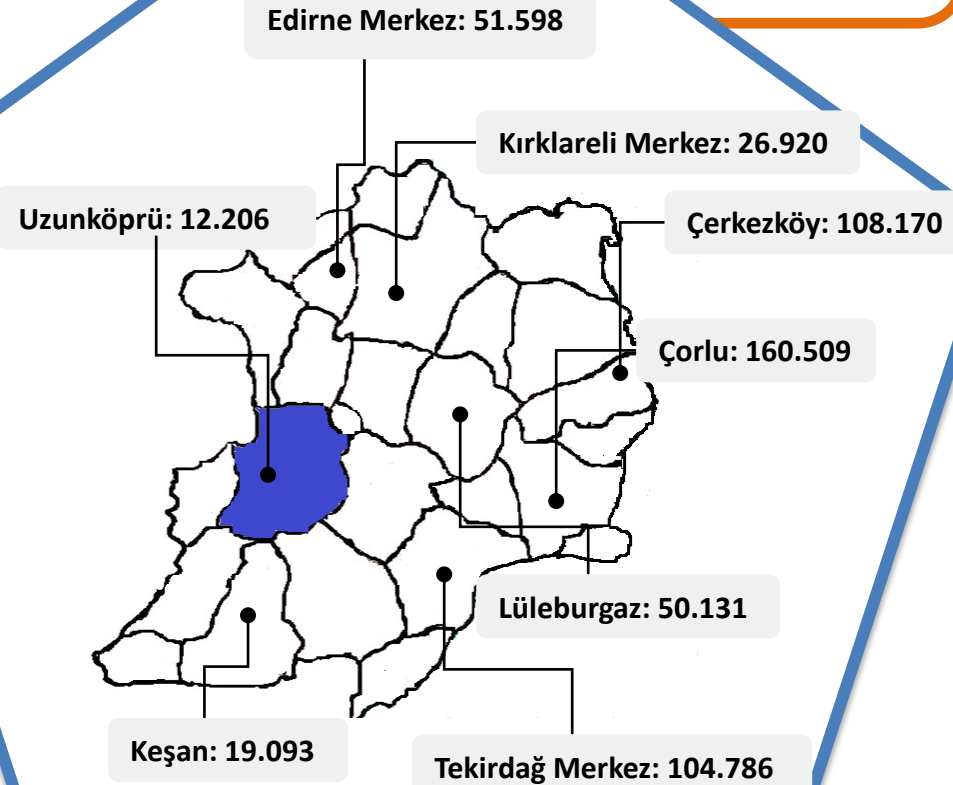
Trakya Bölgesinde Uzunköprü'den daha fazla kayıtlı istihdama sahip sekiz yerleşim var. Bunlar sırasıyla: Çorlu, Çerkezköy, Tekirdağ, Edirne, Lüleburgaz, Kırklareli, Keşan ve Uzunköprü.

İl merkezlerini dışarıda bırakırsak, Uzunköprü'nün Trakya'da en fazla istihdama sahip beşinci büyük yerleşim olduğunu görüyoruz.

Edirne'de ise Uzunköprü kayıtlı istihdam sağlayan en büyük üçüncü merkez

Edirne ili sınırları içindeki kayıtlı istihdamın yüzde 55'i Edirne Merkez'de yer alıyor. (51 bin 598 kişi). Edirne Merkez'i, ilin toplam istihdamının yüzde 20'sini sağlayan Keşan izliyor. Uzunköprü ise ilin istihdamının yüzde 13'ünü sağlıyor. Uzunköprü nüfusunun yüzde 18'i SGK'ya kayıtlı bir işte çalışırken Keşan nüfusunun ise yüzde 24'ü SGK'ya kayıtlı bir işte çalışıyor.

Trakya'daki toplam kayıtlı işgücünün yaklaşık yüzde 2'si Uzunköprü'de istihdam ediliyor.

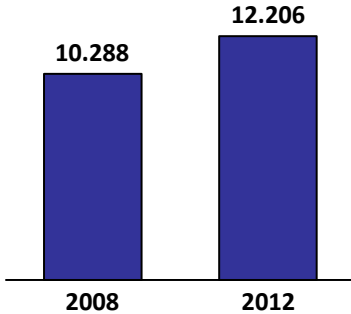


Trakya'daki başlıca istihdam merkezleri

2008'den bugüne Uzunköprü'nün kayıtlı istihdam yaratma performansı hem Trakya'dan hem de Türkiye'den daha iyi

Uzunköprü'de 2008 yılında 10 bin 288 olan toplam istihdam 2012 yılında yüzde 20 artarak 12 bin 206 oldu. Aynı dönemde Trakya'nın kayıtlı istihdamı ise sadece yüzde 5 artarken Türkiye'nin istihdamı da yüzde 12 arttı. Tarım dışı alanlarda kuvvetli bir istihdam artışı olması, Uzunköprü'nün ekonomik çeşitlenme potansiyeline yönelik olumlu bir ipucu olarak yorumlanabilir.

Uzunköprü'de Toplam İstihdam (2008-2012)



Uzunköprü'de öne çıkan sektörler: Uzunköprü için Trakya bölgesinde en fazla önem taşıyan sektör linyit ve taş kömürü madenciliği. Bu sektörde istihdam edilen 2.125 sigortalı sayısı Trakya'da sektörün yüzde 40'ını sağlıyor. İlçe, sağlık hizmetlerinde de bölgede öne çıkıyor. İnsan sağlığı hizmetlerinde istihdam edilen 206 sigortalı aynı sektörde Edirne'deki toplam istihdamın yüzde 68'ini, bölgedeki toplam istihdamın ise yüzde 20,4'ünü oluşturuyor. Diğer önemli sektörler arasında inşaat, tekstil ve eğitim faaliyetleri yer alıyor.

Uzunköprü'de Sektörlere Göre İstihdamın Dağılımı-2012

NACE Sektör Adı	İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı	Edirne'de Pay	Trakya'da Pay
Linyit madenciliği	25	2,125	71.9%	39.4%
İnşaat faaliyetleri	146	1,598	12.6%	10.6%
Dış giyim eşyaları imalatı	8	568	11.9%	2.8%
Taş kömürü madenciliği	9	563	90.2%	22.9%
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	32	402	35.7%	13.6%
Kara yolları ve otoyolların inşaatı	10	384	24.1%	6.7%
Eğitimi destekleyici faaliyetler	5	371	14.3%	5.0%
Teknik ve mesleki orta öğretim	2	368	32.0%	11.9%
Taşımacılık hizmetleri	75	332	15.6%	3.4%
Genel ortaöğretim	6	300	12.3%	2.9%
Perakende ticaret	64	211	11.7%	1.7%
Ekmek, taze pastane ürünleri ve taze kek imalatı	36	207	15.7%	4.2%
İnsan sağlığı ile ilgili diğer hizmetler	2	206	68.0%	20.4%
Kara yolu ile yük taşımacılığı	42	202	19.9%	2.7%
Metallerin makinede işlenmesi ve şekil verilmesi	7	182	21.2%	2.7%
TOPLAM	1,507	12,206	94,225	626,278

Kaynak : SGK, NACE sınıflaması

Uzunköprü'nün tarım performansı Türkiye'nin üzerinde.

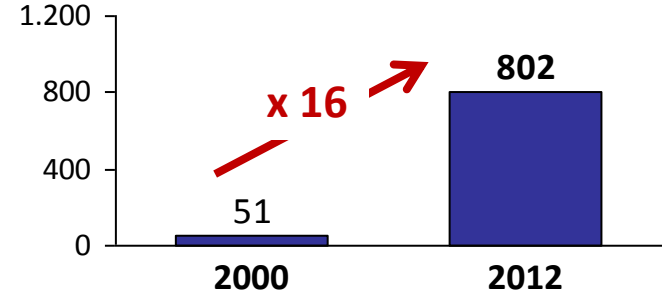
Uzunköprü Ticaret Borsası'nın işlem hacmi son 12 yılda tam 16 katına çıktı.

Uzunköprü'nün son yıllardaki ekonomik performansı ile ilgili bir diğer önemli gösterge de tarım sektörü. Tarım sektörünün performansını Uzunköprü Ticaret Borsası'nda tescil edilen mahsullerin hacmine bakarak incelemek mümkün olabilir. Uzunköprü Ticaret Borsası verilerine göre 2000 yılında 51 milyon TL olan Uzunköprü Borsası'nın işlem hacmi 2012 yılında 16 katına çıkarak 802 milyon TL olmuştur. Borsa'da en fazla işlem gören ürünler ayçiçeği, buğday, çeltik ve mısır.

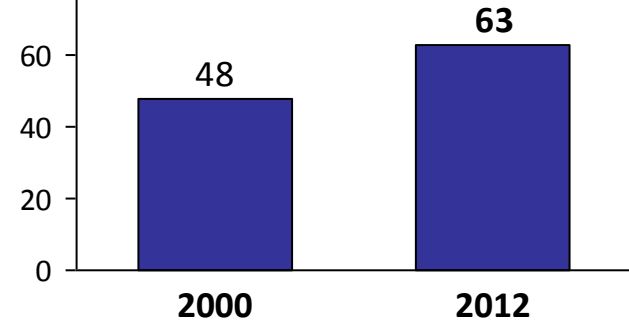
Uzunköprü Ticaret Borsası'nın, dolayısıyla tarımsal üretimin Türkiye içindeki göreceli önemi de giderek artıyor.

Uzunköprü Borsası işlem hacminin artmasının yanı sıra Türkiye'deki ticaret borsaları içindeki önemini de hızla artırıyor. 2000 yılındaki 51 milyon dolarlık işlem hacmi ile Türkiye'deki borsalarda işlem gören her 1000 TL'nin 48'i Uzunköprü Borsası'nda işlem görürken 2012 yılına gelindiğinde her 1000 TL'nin 63'ü Uzunköprü Borsası'nda işlem görmeye başlamıştır. Bu da esasen Uzunköprü'deki tarımsal faaliyetin, Türkiye ortalamasının üzerinde bir performans gösterdiği şeklinde yorumlanabilir.

Uzunköprü Ticaret Borsası'nın İşlem Hacmi (milyon TL), 2000 ve 2012



Türkiye'de Ticaret Borsalarının İçinde Uzunköprü Borsası'nın Payı (1000 liralık işlem içinde)



Peki, Uzunköprü'nün en önemli sorunları nelerdir?

Uzunköprü'nün ağrıyan dişi: Ergene Kirliliği

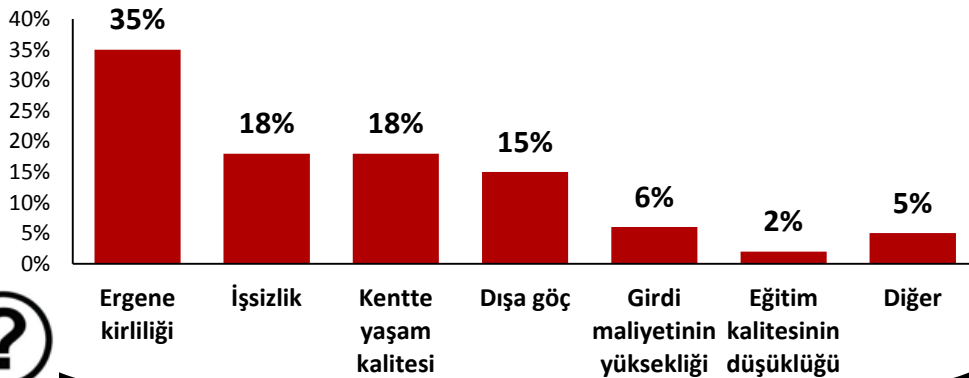
Uzunköprülülere ilçenin en önemli sorunu nedir diye sorduğumuzda, Ergene kirliliği açık ara en ciddi sorun olarak öne çıkıyor.

Tarımın bölgedeki öneminden dolayı katılımcıların yüzde 35'i Uzunköprü'deki en önemli sorunun Ergene Nehri kirliliği olduğunu söylüyor. Ergene kirliliği tarımsal üretimi doğrudan tehdit ediyor. Son yıllarda İstanbul'daki sanayi faaliyetlerinin Çorlu ve Çerkezköy'e doğru kayması sürecinde çevresel konularda yeterince önlem alınmamış olmasının bedelini Uzunköprü ve çevresi ödüyor.

Kentteki yaşam kalitesinin tatmin edici olmaması, işsizlik ve dışarıya doğru yaşanan göç Uzunköprü'nün Ergene'den sonra en temel meseleleri arasında yer alıyor.

Uzunköprülülere sorduk:

- Uzunköprü'de sizce en önemli sorun nedir?



Kısaca Ergene Kirliliği

Trakya'nın doğu kısmında, özellikle İstanbul'un hinterlandı konumundaki Çorlu, Çerkezköy gibi yerleşimlerde son yıllarda hızlı bir gelişme yaşanıyor. Bu bölgede her gün 240 bin metreküp evsel atık, 320 bin metreküp de endüstriyel atık Ergene Nehri'ne ulaşıyor. Havzanın yüzde 72,6'sı tarıma elverişli topraklardan oluştuğu için bölgenin endüstriden ziyade tarım için teşvik edilmesi oldukça önemli.

Ergene Havzası Eylem Planı:

Ergene Havzası eylem planı tekstil, halı, metal, makine, kimya ve elektrik gibi faaliyetler gösteren fabrikaları denetime tabi tutarak dönüşüm sağlamayı amaçlıyor. Ancak uygulamaların halen var olan endüstriyel faaliyeti koruma odaklı olduğu konusunda eleştiriler yapılıyor. Bu ortamda tarımsal faaliyet artışı ise ancak kirliliğin tamamen önlenmesiyle mümkün olabilir. Ergene Havzası için çalışmaların yeni başladığı göz önünde bulundurulursa modern ve organik tarıma geçilmesi için bölgenin önünde uzun yıllar bulunuyor.

Uzunköprülüler hayatlarından memnun mu? Mutlu mu?

? Çalıştay katılımcılarının yüzde 49'u mutlu olduklarını söylediler.

Uzunköprü'de gerçekleştirdiğimiz çalıştayda katılımcılara genel olarak yaşamlarında ne ölçüde mutlu oldukları sorduğumuzda katılımcıların yaklaşık yarısı mutlu olduklarını söylerken, yaklaşık üçte biri 'orta derecede mutlu' cevabını verdi. Hiç kimse çok mutsuz olduğunu söylemezken, Yüzde 6 'çok mutlu' dedi. Burada not edilmesi gereken, çalıştay katılımcılarını, büyük ihtimalle Uzunköprü'deki ortalama vatandaştan farklı olan profildir. Çalıştay katılımcılarının yüzde 40'ı 51 yaşın üzerinde, yüzde 88'i erkek, yüzde 65'i de en az üniversite mezunu olduklarını belirttiler.

Ancak sokaktaki vatandaşın kendileri kadar mutlu olmadığını düşünüyorlar..

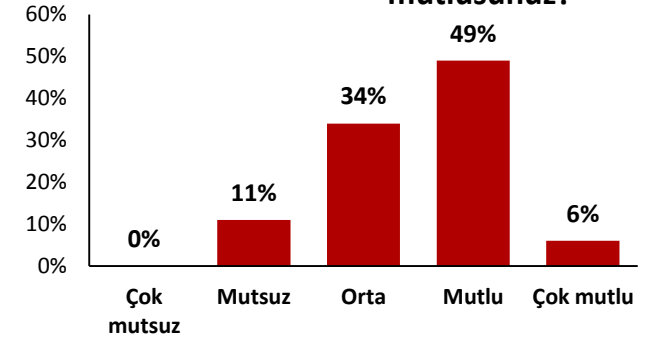
Katılımcılardan, Uzunköprü'de sokaktaki rastgele bir vatandaşa ne ölçüde mutlu olduğu sorulsa ne cevap vereceğini tahmin etmesi istenildiğinde ise yüzde 57'si 'orta derecede mutlu' cevabını verdi. Yüzde 33'ü ise mutsuz yanıtını verdi. Yanıtlarda bu ölçüde bir farklılık oluşması ise Uzunköprü'deki gelir dağılımı sorunları ve yaşam koşullarının asimetrisi hakkında bir ipucu veriyor.

Uzunköprülüler Türkiye ortalamasından daha az mutlu.

TÜİK de aynı soruyu içeren bir mutluluk anketini Türkiye genelinde yapmış ve il bazında da sonuçları açıklamıştı. Bu araştırmada Türkiye'de bireylerin yüzde 59'u kendini mutlu ifade etmişti. Bu veriler birlikte değerlendirildiğinde, Uzunköprü'nün mutluluk konusunda Türkiye ortalamasının gerisinde kaldığı tespiti yapılabilir.

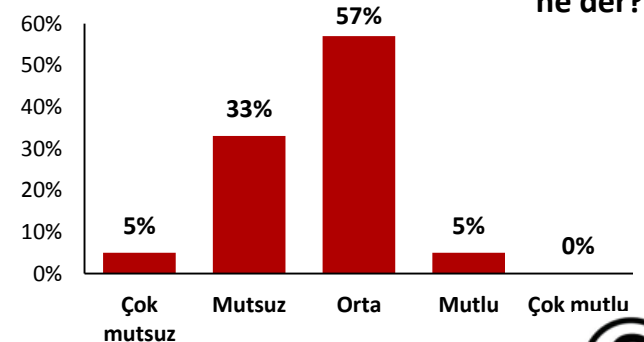
Uzunköprülülere sorduk:

- Bir bütün olarak yaşamınızı düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz?



Uzunköprülülere sorduk:

- Peki sizce Uzunköprü'de sokakta rastgele bir vatandaşa "Ne kadar mutlusunuz?" diye sorsak ne der?

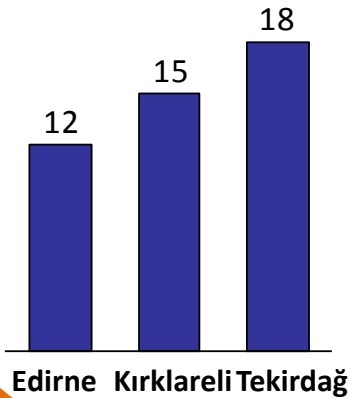


Eğitimde ve sağlıkta Edirne'nin sahip olduğu avantajlar, Uzunköprü'nün de potansiyeline işaret ediyor.

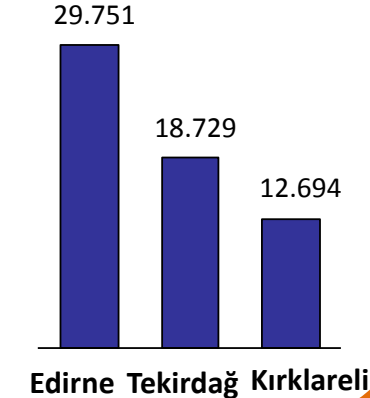
Edirne'deki toplam ön lisans ve lisans öğrencisi sayısı nüfustan aldığı paya göre Türkiye ortalamasının 1,7 kat üzerinde.

Türkiye'de öğretmen başına düşen öğrenci sayısı 20 iken Edirne'de 12'dir. Edirne ön lisans ve lisans düzeyindeki öğrenci sayısında ise 29 bin 751 ile bölgenin en önde gelen merkezi konumunda. Eğitim meselesinin Türkiye ekonomisinin en önemli kısıtı olduğu bir bağlamda, Uzunköprü'nün bu eğitim avantajını ekonomik büyümeye dönüştürebilmesi önemlidir.

Öğretmen Başına Düşen Öğrenci Sayısı



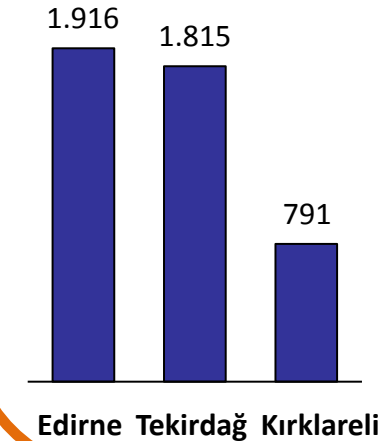
Ön Lisans ve Lisans Düzeyinde Öğrenci Sayısı



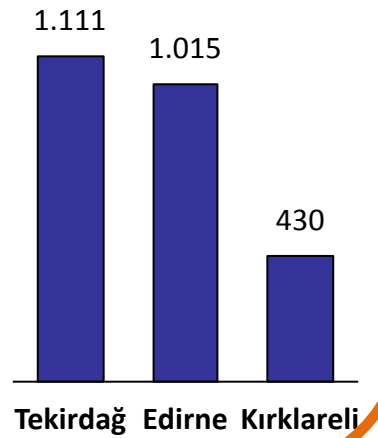
Edirne'de toplam hastane yatak sayısı nüfustan aldığı paya göre Türkiye ortalamasının 2,5 kat üstünde.

Edirne ilinde toplam yatak sayısı 1916'dır. 7 tane devlet ve 3 tane özel hastane bulunan ili 1815 yatak kapasitesi ile Tekirdağ ve 791 ile Kırklareli takip etmektedir. Bölgede sağlık personeli sayısı ile öne çıkan il ise Tekirdağ'dır. Uzunköprü'nün yakın çevresinde sağlık imkanlarının kuvvetli olması, ilçenin gelişim potansiyeline olumlu bir katkı yapabilir.

Toplam Hastane Yatak Sayısı



Sağlık Personeli Sayısı



Uzunköprü'nün geleceği umut vaat ediyor. Gelecek daha iyi olacak.



Uzunköprü'nün son 30 yılda nüfusu küçülüyor. Ancak Uzunköprülüler artık bu eğilimin tersine dönmesini istiyor.

Çalıştay katılımcılarının yüzde 31'i çocuğunun 20 sene sonra yine Trakya'da yaşamasını istiyor, Uzunköprü'de yaşamasını isteyenler ise yüzde 29. Ancak, tartışma esnasında çok sayıda katılımcı, Uzunköprü'deki yaşam kalitesi ve ekonomik koşullarının iyileşmesi durumunda, çocuklarının elbette doğduğu topraklarda yaşamalarını arzu ettiklerini belirttiler.

Bunun manası ise açık: Eğer Uzunköprü yeniden «eski» günlerdeki ekonomik işlevini tanımlayabilirse, dışarıya verdiği beyin göçünü durdurabilir ve tersine çevirebilir.



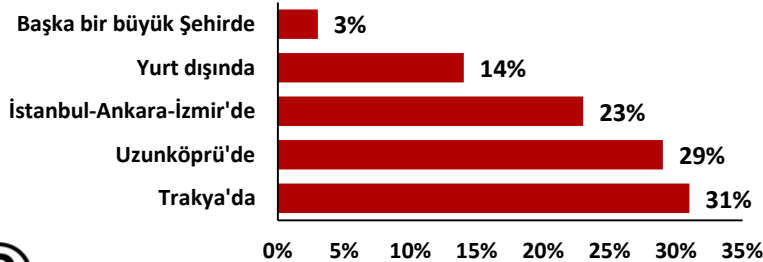
Katılımcıların yüzde 48'i Uzunköprü'nün gelecekte daha iyi olacağını düşünüyor. Bu oranı yükseltmek önümüzdeki dönemin öncelikleri arasında olmalı.

Katılımcıların Uzunköprü'nün geleceği hakkında iyimser bir yaklaşımı var. Katılımcıların yüzde 42'si geleceğin daha iyi olacağını düşündüklerini söylerken, yüzde 44'ü gelecekte bir şeyin değişmeyeceğini düşünüyor. Tasarlanacak ve hayata geçirilecek bir Uzunköprü Kalkınma Stratejisi ve Yol Haritasının temel işlevlerinden biri de tüm paydaşlar nezdinde Uzunköprü'nün geleceğine yönelik beklentileri daha da olumluya dönüştürmek olmalı.



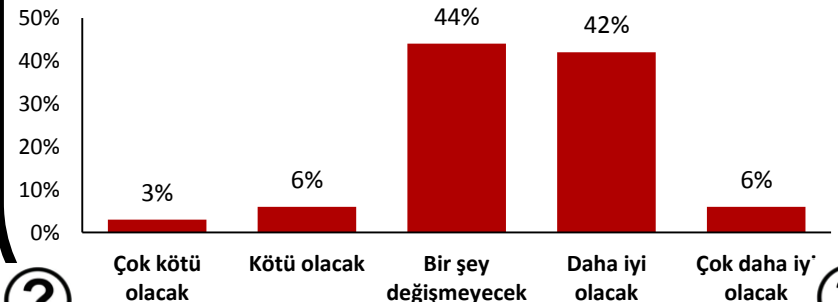
Uzunköprülülere sorduk:

-İlkokula devam eden bir çocuğunuz olduğunuzu varsayın. Çocuğunuzun 20 sene sonra nerede yaşamasını isterdiniz? Neden?



Uzunköprülülere sorduk:

- Yakın gelecekte Uzunköprü'nün nasıl bir gelişme göstereceğini düşünüyorsunuz?



Mevcut durum analizini toparlayalım: Uzunköprü’de farklı bir şeyler yapmanın zamanı geldi, geçiyor.

Geçmişteki görkemli günlerine dönebilmesi için Uzunköprü’nün bugün daha farklı, daha yaratıcı bir şeyler yapması lazım.

Uzun lafın kısıası, Uzunköprü’de ciddi bir potansiyel olmasına rağmen, nüfusun giderek küçülmesi ciddi bir kayıp. Her ne kadar madencilik, tarım ve inşaat gibi faaliyetlerden elde edilen gelir son dönemde artıyor olsa da, bunlar Uzunköprü’lü çocukların gelecekte daha iyi bir kentte yaşamalarını garanti etmiyor.

Unutmayalım, Uzunköprü’nün varoluş nedeni Anadolu ve Balkanlar arasında bir köprü işlevi görmesiydi. Ancak zamanla bu işlevin yok olduğunu ve de Uzunköprü’nün küçülmeye başladığını görüyoruz. Bugün bu işlevi tekrar canlandırıp yeniden tanımlayabilirsek, Uzunköprü’nün tekrar eski güzel günlerine dönmesi mümkün olabilir.

Uzunköprü ekonomisini güçlendirmek, çeşitlendirmek ve de etraftaki fırsat alanlarına / pazarlarına daha iyi entegre etmek gerekiyor.

Raporun geri kalanında bunun için neler yapılması gerektiğini tartışacağız ve üç eksenli bir strateji tasarlayacağız. En sonda da bu stratejiyi hayata geçirmek için bir yol haritası önereceğiz.



İkinci Bölüm: Strateji ve Gelişme Eksenleri



Bu bölümde Uzunköprü için bir strateji ortaya koymayı amaçlıyoruz. Bu strateji üç farklı ama birbiriyle sıkı sıkıya ilişkili gelişme ekseninden oluşuyor.

Stratejiyi tasarlarken nasıl bir yöntem uyguladık?

- Önce dünyadaki uygulama örneklerini, ulusal, bölgesel il ve ilçe düzeyinde yapılmış strateji, plan ve ilgili belgeleri inceledik.
- Bunları bir önceki bölümde özetlediğimiz mevcut durum analizinin bulgularıyla birleştirdik ve Uzunköprü'nün gelişimine yönelik bir takım hipotezler oluşturduk.
- Uzunköprü'de saha çalışmaları gerçekleştirdik; paydaşlara yüz yüze görüşmeler, odak grup toplantıları ve firma ziyaretleri gerçekleştirdik.
- İlk aşmada bulgularımızı sentezleyerek bir gelişme eksenleri taslağı oluşturduk.
- Daha sonra 6 Haziran 2014'de Uzunköprü Kalkınma Çalıştayı'nı gerçekleştirerek, bulgularımızı ve taslak stratejik gelişme eksenlerimizi geniş bir paydaş grubuyla tartıştık. Onlardan hipotezlerimizi test etmeye yönelik veriler de topladık.
- Hazırladığımız taslak çerçeveyi, Haziran-Ağustos 2014 döneminde, Ankara ve İstanbul'da farklı uzman gruplarının görüşlerine sunduk ve tartıştık.
- Tüm bu süreçlerden gelen geri bildirimleri ve verileri, tekrardan nihai bir değerlendirmeye tabi tutup, raporun bu bölümünde ortaya koyduğumuz üç eksenli stratejiyi hazırladık.

Uzunköprü için üç stratejik gelişme eksenini

Aşağıdaki üç ekseninde atılacak adımlar, Uzunköprü'yü daha farklı, daha mutlu, daha zengin bir yer haline getirebilir.

1. Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve bu pazara yönelik üretim yapabilmek. Tarihsel olarak esas işlevi Anadolu ile Balkanlar arasında köprü kurmak olan Uzunköprü, bugün Balkan pazarını neredeyse hiç tanımıyor, buraya yönelik üretim yapamıyor. Bu eğilimi kırmak, Uzunköprü'ye asli işlevini yeniden kazandırabilir ve kenti yeniden canlandırabilir.

2. Hem yaşayanlar hem ziyaretçiler hem de gelecekte yaşayacaklar için Uzunköprü'yü daha iyi bir kent haline getirmek. Kentteki yaşam kalitesinin bugün düşük olması, hem ekonomik gelişmeyi hem de yeniliklerin yapılmasını engelliyor. Yeni iş modelleri hayata geçirip yeni pazarlara açılacak nitelikte gençlerin ve ailelerinin yaşamak isteyeceği bir yer haline getirmek amaçlanır ve bu yönde adımlar atılırsa, Uzunköprü turizm potansiyelini de kullanabilmiş olur.

3. Tarım ve hayvancılıkta üretim yelpazesini genişleterek, sermaye birikim sürecini hızlandırmak. Uzunköprü oldukça verimli topraklara sahip. Önümüzdeki dönemde, Ergene'nin temizlenmesi ve Çakmak barajlarının devreye girmesiyle, tarım ve hayvancılıkta verim daha da artabilir. Bu süreçte üretim yelpazesi ve verimliliğini arttıracak adımlar atılırsa, Uzunköprü'de sermaye birikim süreci hızlanabilir.

Raporun bu bölümünde üç kısım yer alacak. Bu kısımlarda her bir gelişme eksenine ilgili bulgularımızı özetleyeceğiz. Bu üç kısım:

- 1.** Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve bu pazara yönelik üretim yapabilmek.
- 2.** Hem yaşayanlar hem ziyaretçiler hem de gelecekte yaşayacaklar için Uzunköprü'yü daha iyi bir kent haline getirmek.
- 3.** Tarım ve hayvancılıkta üretim yelpazesini genişleterek, sermaye birikim sürecini hızlandırmak.

Bu bölümün ardından, en son bölümde ise yol haritası ve eylem planı önerileri yer alıyor. Her bir gelişme ekseninde neler yapılması gerektiği konusunda bazı öneriler sunacağız.





**Uzunköprü ekonomisi nasıl daha hızlı büyüebilir?
Detayları merak ediyorsanız, okumaya devam edin..**

Birinci stratejik gelişme eksenini: Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve bu pazara yönelik üretim yapabilmek.

İkinci Bölüm:

Strateji ve Gelişme Eksenleri:

Birinci Stratejik Gelişme Eksenleri:

**Uzunköprü kendisini merkezde nasıl konumlandırabilir?
Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve
bu pazara yönelik üretim yapabilmek**



Uzunköprü kendisini merkezde nasıl konumlandırabilir?

Kalkınma sürecinin ilk aşaması, bir yerin kendisini dünyanın merkezine alarak düşünmeye başlamasıdır.

Uzunköprü dünyanın merkezindedir.

Türkiye gibi merkeziyetçi bir idari yapıya sahip bir ülkede, sınır kenti olmak, elbette Uzunköprü'de de bir perspektif sorununa yol açıyor. «Türkiye'nin kıyısında köşesindeyiz, merkezden uzağız» yaklaşımından, «biz dünyanın merkezindeyiz» yaklaşıma geçmek kolay olmayacak. Ama bunu yapmak mümkün.

Uzunköprü, bu sistemde ve bugünkü haliyle, gözündeki yapısal miyopluğa rağmen gözlük takmadan yaşamını sürdüren bir insanı andırıyor.

Uzunköprü'yü dünyanın merkezinde olarak düşünmeye başlarsak, etraftaki fırsatlara da farklı bir gözlükle bakabiliriz. İşte bu bölümde bu gözlüğü üretmeye çalışıyoruz.

Bunun için ilk aşamada yapılması gereken, sınır ötesindeki, hemen yanı başımızdaki ekonomik çevreyi anlamaya başlamak. Uzunköprü'nün kendisini merkezde konumlandırabilmesi için, Edirne Merkez'i, Keşan'ı, Tekirdağ'ı ve İstanbul'u bildiği gibi, sınırın öte tarafındaki yerleri bilmesi, oralandaki ekonomik fırsatları anlayıp, ekonomik yapısını buralara yönelik dönüştürebilme becerisini geliştirmesi gerekiyor. Uzunköprü, Cumhuriyet öncesinde, Osmanlı Dönemi'nde, bu beceriye sahip olduğu için canlı bir ekonomik yapıya sahipti.

İşte, bu beceriyi, içinde bulunduğumuz yirmi birinci yüzyılın koşullarına göre yeniden inşa etmek gerekiyor.

Biz de bunlardan dolayı, birinci stratejik gelişme eksenini olarak bunu ortaya koyduk:

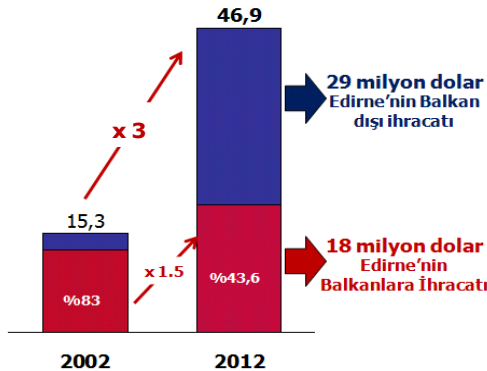
- 1. Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve bu pazara yönelik üretim yapabilmek.**

Edirne bugün itibariye çok az ihracat yapabilen bir il. Sanayi faaliyetleri kısıtlı, tarım ise iç pazara yönelik. Uzunköprü de farklı değil...

Edirne çok kısıtlı bir ihracat kapasitesine sahip. Kişi başı ihracatı sadece 116 dolar. Balkan pazarına ise sadece 18 milyon dolar ihracat yapabiliyor.

Edirne Türkiye nüfusunun yüzde 0,5'ine sahip olmasına rağmen toplam ihracatın ancak yüzde 0,03'ünü yapabiliyor. Edirne'nin 2002 yılında 15,3 milyon dolar olan ihracatı geçtiğimiz 10 yılda 3 katına çıkarak 46,9 milyon dolara yükseldi. Edirne 2002 yılında ihracatının %83'ünü Balkanlara yaparken 2012 yılına gelindiğinde ihracatının sadece yüzde 43'ünü Balkanlara yapıyor. Uzunköprü'de de durum maalesef farklı değil. İhracat yapabilen firma sayısı çok az.

Edirne'nin İhracatı (milyon \$), 2002-2012



Edirne düşük ihracat hacminin yanında üretim sepetini de yeteri kadar çeşitlendirebilmiş değil.

Edirne'nin en fazla ihracatını yaptığı ürün değirmencilik mamulleri. İldeki değirmencilik ürünleri ihracatı toplam ihracatın yüzde 25'ini oluşturuyor. Bunun ardından şeker ve şeker mamulleri geliyor. Bu ürünlerin ihracat hacimleri ise birkaç KOBİ'nin ihracat kapasitesini yansıtıyor. Edirne'nin ihracatını arttırabilmesi için ürün çeşitlenmesine gitmesi büyük önem taşıyor. Uzunköprü'nün de bu sürecin bir parçası haline gelebilmesi çok önemli.

Edirne'nin başlıca ihracat kalemleri, 2012

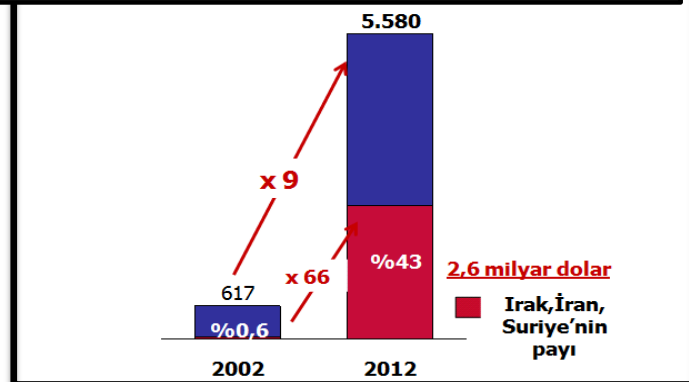
	(milyon \$)	Pay
Değirmencilik ürünleri	11,2	23,9%
Şeker ve şeker mamulleri	5,9	12,7%
Hububat, un, nişasta müht.	4,6	9,9%
Kakao ve kakao müht.	3,2	6,9%
Diğer	21,9	47%
Toplam	46,9	100%

Kafamızı, bir saniyelğine Gaziantep'e çevirelim. Gaziantep, kendisini Türkiye'nin kıyısında köşesinde olarak görmüyor. Sınır ötesini iyi izliyor.

Gaziantep'in son 10 yılda ihracatı 9 katına çıktı, en büyük başarısı ise komşuları ile entegre olabilmesi.

Edirne'nin kişi başı ihracatı 116 dolarken, Gaziantep'in kişi başı ihracatı tam 3340 dolar! Gaziantep hem nüfus artışında hem de ihracat artışında Türkiye'den çok daha iyi bir performans sergiliyor. Bunun arkasında ise yakın komşularındaki ticaret fırsatlarını iyi görebilmesi yatıyor. Gaziantep 2002 yılında 617 milyon dolar olan ihracatının yalnızca yüzde 1'ini komşusu olduğu ülkelere satabilirken geçtiğimiz 10 yılda ihracatını 9 katına çıkardı. Komşusu olduğu ülkelerdeki fırsatları görüp komşularının payını yüzde 43'e çıkardı. Bundan sonraki başarısı ise sorunlu bu ülkelere uzak coğrafyalara yönelebilmesine bağlı olacak.

Gaziantep'in İhracatı (milyon \$), 2002-2012



Bugün Gaziantep'in ihracat sepeti çok çeşitlenmiş değil ancak pazar avantajını çok iyi kullanması dikkat çekiyor.

Gaziantep'in ihracatında ilk sırayı alan halı ve dokuma ürünleri ihracatı toplam ihracatının yüzde 24'ünü oluşturuyor. Dokumacılığı yüzde 12 ile hayvansal ve bitkisel yağlar, plastik mamuller ve hububat takip ediyor. Gaziantep'in ihracatındaki ilk 4 sektör ise toplam ihracatın yarısını oluşturuyor. Gaziantep kalkınmanın ilk aşamasını tamamlamış gözüküyor. Bundan sonraki aşamada hem ürünlerini hem de pazarlarını çeşitlendirmesi önem kazanıyor. Uzunköprü bu süreçten dersler çıkarmalı.

Gaziantep'in başlıca ihracat kalemleri, 2012

	(milyon \$)	Pay
Halılar	1.350	24%
Hayvansal ve bitkisel sıvı yağlar	645	12%
Plastikler ve mamulleri	408	7%
Hububat, un, nişasta veya süt	340	6%
Diğer	2.836	51%
Toplam	5.580	100%

Edirne ve Uzunköprü içe kapanık biçimde ekonomik yaşamını sürdürürken, Uzunköprü’de bir istisna firma tespit ettik: Öge Zeytincilik

TEPAV proje ekibi 21-22-23 Ocak tarihlerinde Uzunköprü’de tarıma dayalı sanayi üretimi yapan çok sayıda firmayı ziyaret etti. Tarıma dayalı sanayi kollarında faaliyet gösteren firmaların üretimleri; un, ayçiçeği gibi alanlara yoğunlaşıyor. Ziyaret edilen firmaların ortak yönleri arasında, düşük kapasiteyle çalışmaları, yenilikçi olmayan iş modellerini benimsemeleri ve nerdeyse tamamen iç pazara yönelik üretim yapmaları gibi unsurları tespit ettik.

Uzunköprü’deki firmalar arasında bir firmanın iş modeli ilgimizi çekti. Bu firma, Uzunköprü’de üretilmeyen bir tarım ürününü, Anadolu’dan Uzunköprü’ye getirip, işleyerek katma değer ekliyor ve Balkan ülkelerine (Bulgaristan, Makedonya, Kosova, Yunanistan) satıyor. İhracatını hızla artırıp, özellikle de kadınlara istihdam sağlıyor. Eza markasıyla üretim yapan **Öge Zeytincilik** aslında Osmanlı Devleti’nin geçmişte Uzunköprü’ye yüklediği işlevi yerine getiriyor: Anadolu ile Balkanlar arasında köprü kuruyor.



Peki Öge Zeytincilik’in iş modelinin farkı nedir? Uzunköprü için ne gibi dersler çıkarabiliriz?

Bu firma, her şeyden önemlisi, Uzunköprü’den Balkan pazarına ihracat yaparak başarılı olunabileceğini gösteriyor. Mesele ise, Uzunköprü’yü bir pergel gibi iki pazarın tam merkezine koyarak, Anadolu’dan Balkanlar’a, Balkanlardan da Anadolu’ya ne satabilirim, bunlara ne değer katabilirim diye düşünmekle başlıyor.



- ✓ Ticareti yapılabilen bir ürün, katma değerli biçimde işlenip Balkanlara ihraç edilebilir
- ✓ Balkan ülkelerine olan yakınlık bir avantaja dönüştürülerek, buradaki tüketicilerin taleplerine göre yeni ürünler geliştirilebilir, mevcut ürünler iyileştirilebilir. Aradaki mesafeden dolayı bu avantajı Anadolu’daki diğer üreticilerin kullanması çok daha zor.

Uzunköprü, Balkanlar ve Türkiye arasında ekonomik bir köprü olabilir mi?

Türkiye'nin yanı başında Türkiye kadar büyük bir Balkan pazarı var ancak Uzunköprü bunu yeterince değerlendiremiyor.

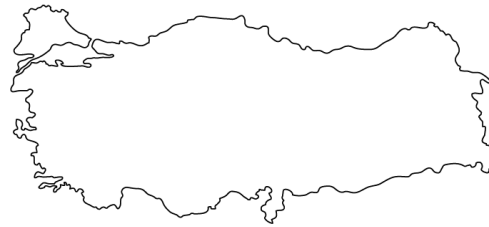
Uzunköprü Türkiye'nin en kıyısında olarak algılanmasına rağmen aslında Türkiye kadar büyük bir Balkan pazarı ile Türkiye'nin tam ortasında bulunuyor. Balkan pazarı olarak aldığımız 10* ülke toplamda Türkiye kadar büyük bir ihracat pazarına sahip. Ve Balkan ekonomileri son yıllarda hızla geliyor. Kentli nüfusun bugün yüzde 55 düzeyinde olması (Türkiye'de yüzde 72) ise, ileriye yönelik gelişme ve büyüme potansiyeline işaret ediyor. Bu ülkelerin bir kısmının Avrupa Birliği'ne üye, bir kısmının da aday statüsünde olması ise bu pazara erişebildikten sonra, çok daha büyük bir pazarın kapılarının açılacağı anlamına geliyor.



Balkanlar

- ✓ **Toplam İhracat (2012):** 155 milyar dolar
- ✓ **İhracat Artış Hızı (2002-2012):** %15,4
- ✓ **Dünya Toplam İhracatı İçindeki Payı:** %0.9
- ✓ **Nüfus:** 61.4 Milyon
- ✓ **Kentli Nüfusun Oranı:** %56
- ✓ **Net Doğrudan Yabancı Yatırım (2012):** 10.3 milyar \$
- ✓ **Kişi Başına Düşen Milli Gelir:** 10,026\$
- ✓ **Büyüme (2002-2012):** %8,7

Türkiye



- ✓ **Toplam İhracat (2012):** 152 milyar dolar
- ✓ **İhracatı Artış Hızı (2002-2012):** %13,2
- ✓ **Dünya Toplam İhracatı İçindeki Payı:** %0.9
- ✓ **Nüfus:** 73.9 Milyon
- ✓ **Kentli Nüfusun Oranı:** %72
- ✓ **Net Doğrudan Yabancı Yatırım:** 12.5 milyar \$
- ✓ **Kişi Başına Düşen Milli Gelir:** 10,666\$
- ✓ **Büyüme (2002-2012):** %8,3

Kaynak: Dünya Bankası, WDI

*Arnavutluk, Bosna Hersek, Bulgaristan, Hırvatistan, Yunanistan, Kosova, Makedonya, Sırbistan, Karadağ, Romanya.

Uzunköprü bugün Balkan pazarıyla ekonomik bir ilişki kuramıyor.

Balkanlarda nüfusu 500 binden büyük 14 tane şehir var. Uzunköprü'den Sivas'a ulaşılan mesafede Balkanlardaki tüm büyük merkezlere ulaşabiliyor.

Uzunköprü'den yola çıkan bir konteynerin Sofya'ya ulaşması ile İstanbul'a ulaşması aynı süreyi alıyor. Balkanların diğer ucundaki Zagreb'e gitmesi ile Sivas'a gitmesi ise aynı mesafe. Uzunköprü ekonomisinin ağırlıklı olarak tarıma dayalı gelişmesi, ancak öte yandan Avrupa Birliği ile olan Gümrük Birliği'nin tarım sektörünü kapsamaması, Uzunköprülüler nezdinde sınır ötesinin bir pazar olarak görülüyor olmasına neden olmuş olabilir. Biz de Uzunköprü'nün geleceği için önemli olarak gördüğümüz bu problemi, teşhis etmeye çalıştık. Sınır ötesiyle ekonomik ilişkiler kurmanın, Uzunköprü ekonomisine pozitif bir katkı yapabileceğini düşünüyoruz.

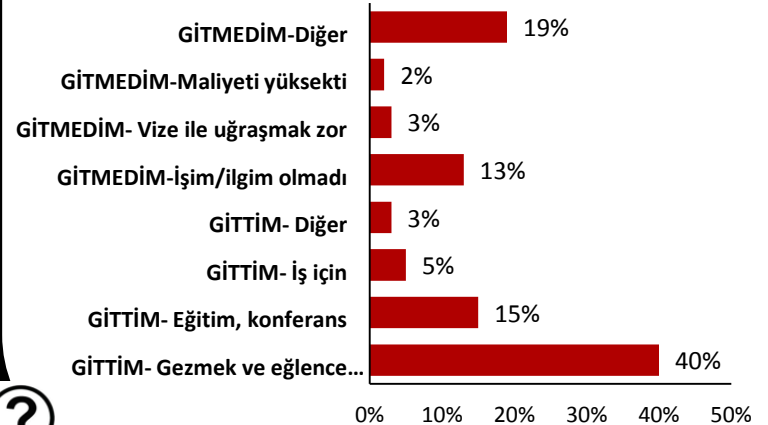


Uzunköprü'nün hemen yanı başında büyük ve hızlı büyüyen bir pazar olmasına rağmen, bu pazar Uzunköprü'nün ekonomik büyümesi için bir fırsat olarak görülüyor.

Sınırın öte tarafına iş amaçlı gidenlerin oranı oldukça düşük. Katılımcıların yüzde 63'ü Balkanlara gitmiş ancak bunların yüzde 40'ı sadece eğlence amaçlı. Katılımcıların çok küçük bir kısmı son bir yılda Balkan ülkelerine iş veya eğitim için gittiklerini söylediler. Katılımcıların yüzde 60'ı ya eğlence için gittiğini ya da herhangi bir sebepten dolayı gitmediğini ifade etti.

Uzunköprülülere sorduk:

- Son 1 yılda sınırın öte yanına (Balkanlara) gittiniz mi, ne amaçla, gitmediyseniz neden?



Yirminci yüzyılda devletler arasında çizilen sınırlar, Uzunköprü gibi yerler için ekonomik gelişimi de sınırladı. Bugün bunu nasıl değiştirebiliriz?

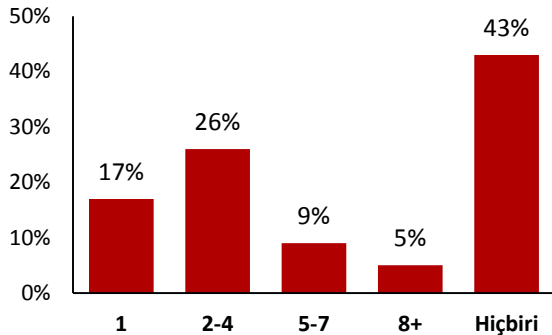
? Uzunköprü sınırın öte tarafını bilmiyor.

Uzunköprü altı asırlık tarihinin yüzde 85'inde bir sınır kenti değildi. Ve oldukça faal olan bir ticaret rotasının tam ortasındaydı. Balkan savaşları, Osmanlı Devleti'nin çöküşü ve bunun hemen ardından Cumhuriyet'in kurularak yeni sınırların çizilmesi, Uzunköprü'nün ekonomik konumunu ve işlevini değiştirdi. Yunanistan ve Bulgaristan'ın AB'ye katılması, ancak Türkiye – AB arasındaki Gümrük Birliği'ne tarım sektörünün dahil olmaması, Uzunköprü'nün kendisine yeni bir işlev tanımlamasını güçleştirdi.

Sınırın hemen ötesinde bulunan, nüfusu 500 binden büyük 14 Balkan şehrine Uzunköprülülerin çok az bir kısmı gitmiş. Katılımcıların yüzde 43'ü ise bu merkezlerden hiçbirine gitmemiş. Önümüzdeki dönemde bunu değiştirmek önemli olacak.

Uzunköprülülere sorduk:

- Balkanlarda nüfusu 500 binden fazla olan 15 kent var. Bu kentlerden kaçını gördünüz ya da iş yaptınız?

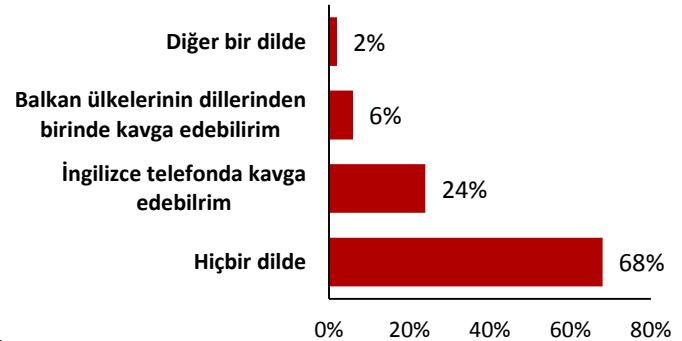


? Lisan eksikliği, özellikle yeterli düzeyde İngilizce bilmiyor olmak, Uzunköprülüler için sınır ötesiyle ilişki kurmayı zorlaştıran faktörlerin başında geliyor.

Uzunköprü'de yaptığımız çalıştayda katılımcıların yüzde 68'i Türkçe dışında başka bir dili telefonda sorun çözebilecek düzeyde bilmediklerini belirttiler. Bu oranın, tıpkı ülkemizin genelinde tespit ettiğimiz gibi, oldukça yüksek. Lisan eksikliğinin ekonomik yansımaları ise son derece kritik. İhracat yapabilen firmaların genelde dil bilen ikinci kuşak aile üyeleri tarafından yönetiliyor olması da, bu hipotezimizi kısmen de olsa doğruluyor. Uzunköprü'deki lisan sorununu çözmek, kenti dünyaya açabilmek için önemli adımlardan biri olabilir.

Uzunköprülülere sorduk:

- Türkçe dışında hangi dillerde telefonda kavga edebilirsiniz?



Edirne Merkez ve İstanbul, Uzunköprü'nün ekonomik açıdan en ilişkili olduğu yerler.

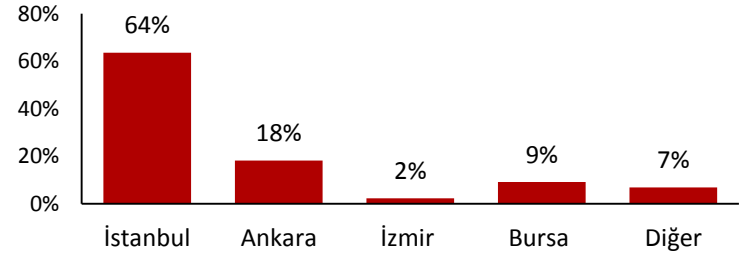
Katılımcılar Trakya dışında en çok İstanbul'la ekonomik ilişkiye sahip

Katılımcıların yüzde 64'ü iş için Trakya dışında İstanbul'a gittiklerini belirttiler. İstanbul haricinde iş için en çok gidilen şehir ise Ankara. Diğer şehirleri iş için pek tercih etmiyor. Uzunköprülüler en fazla İstanbul ile entegreler.

* Bu soru için kamu çalışanı katılımcılar analiz dışı tutulmuştur.



Trakya dışında, en sıklıkla nereye iş için gidiyorsunuz?

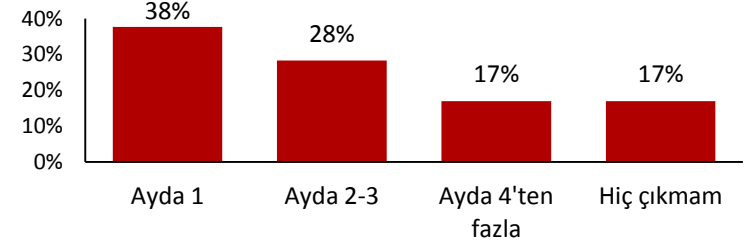


Katılımcıların yalnızca yüzde 16'sı işi için hiç Edirne dışına çıkmamışlar

Katılımcıların yüzde 83'ü iş için ayda en az bir kere Edirne dışına çıktıklarını söylediler. Ayda bir kez çıkanların oranı ise yüzde 38. Katılımcıların Edirne dışına iş amaçlı seyahat sıklıkları oldukça yüksek, bu da iş yapmanın önündeki seyahat engelinin Uzunköprülüler için önemli bir sorun olmadığını göstermesi.



İş için Edirne dışına ne sıklıkla çıkıyorsunuz?

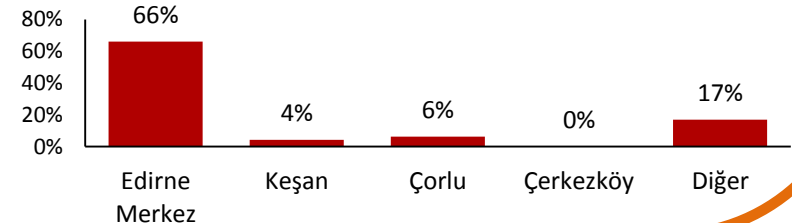


Katılımcıların yüzde 66'sı Trakya içinde iş için en çok Edirne Merkez'e gidiyor

Katılımcıların Trakya içinde iş amaçlı gittikleri merkez ise Edirne Merkez. Katılımcıların büyük çoğunluğu iş için Trakya içinde en çok Edirne Merkez'e gittiklerini söylediler. Çorlu ve Keşan'da iş yapanlar ise sadece yüzde 10.



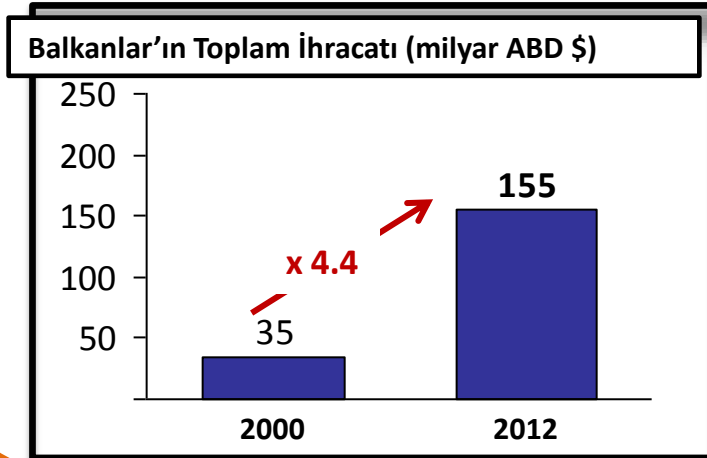
Trakya içinde en çok nereye iş için gidiyorsunuz?



Balkan pazarında ciddi fırsatlar var. Ticaret hacmi hızla artıyor. Balkan ülkelerinin ticaret akımlarını yakından izlemek Uzunköprü için çok kritik.

Balkan ülkeleri geçtiğimiz 12 yılda ihracatını 4,4 katına çıkardı.

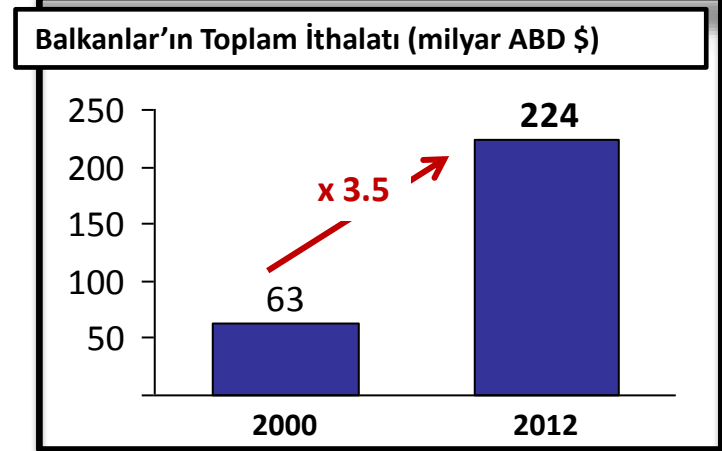
2000'lerin başında sadece 35 milyar dolar olan Balkan ülkeleri ihracatı 12 yılda 4,4 katına çıkarak 2012 yılında 155 milyar dolara ulaştı. Avrupa Birliği, hem ihracat hem de ithalatta bölge için büyük öneme sahip. Balkan ülkeleri ihracatının yüzde 60'ını Avrupa Birliği'ne, yüzde 6'sını Türkiye'ye, yüzde 34'ünü de diğer ülkelere yapıyor. Her ne kadar, Uzunköprü'nün önceliği Balkan ülkelerine ihracat yapmak olsa da, Balkan ülkelerinin dünyaya ne sattığını yakından izliyor olmak, ciddi ticari fırsatlar ortaya çıkarabilir. Örneğin, Uzunköprü'nün yeni işlevlerinden biri Balkanlar'dan Türkiye ve Ortadoğu'ya gidecek ürünlerin ticaretinden pay almak ve bunlara değer katmak olabilir.



Trakya'ya komşu Balkanların ithalatı son 12 yılda 3,5 katına çıktı.

2000 yılında sadece 63 milyar dolar olan Balkan ülkeleri toplam ithalatı 3,5 katına çıkarak 2012 yılında 224 milyar dolara yükseldi. Balkan ülkeleri ithalatının yüzde 60'ını Avrupa Birliği'nden yapıyor. Türkiye ise 150 milyar dolarlık ihracatının sadece 6 milyar dolarını Balkanlara gönderebiliyor.

Balkan ülkelerinin bu 224 milyarlık ithalatının Uzunköprü için manası nedir? Bu ürünlerden hangileri için Uzunköprü'nün şansı olabilir? Gaziantep'in Ortadoğu pazarında üstlendiği işlevin bir benzerini, Uzunköprü'nün üstlenmesi mümkün olabilir mi? Bu sorular oldukça kritik. Yanıtlamaya çalışalım...

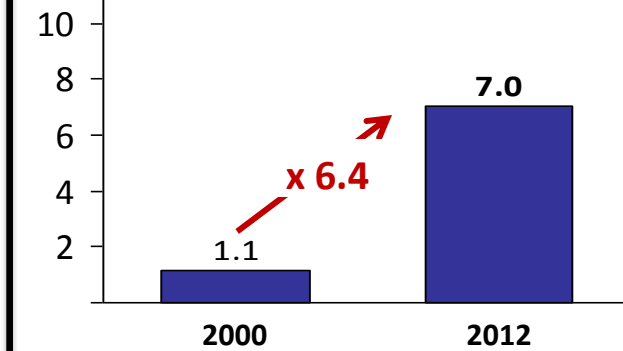


Uzunköprü'nün ticaret ve üretim fırsatlarını anlayabilmek için, önce Balkanlar ile Türkiye arasındaki ticarete yakından bakalım.

Türkiye'nin Balkanlara olan ihracatı hızla yükseliyor, fırsatlar artıyor.

2000'lerin başında 1,1 milyar dolar olan Türkiye'nin Balkan ülkelerine olan ihracatı 6,4 katına çıkarak 2012 yılında 7 milyar dolara ulaştı. Bu artış, giderek daha fazla sayıda Türk şirketinin ve kentinin Balkanlar pazarındaki fırsatları yakaladığını gösteriyor. Türkiye'nin 7 milyar dolarlık ihracatında ana kalemleri ise kazanlar ve makineler, plastik mamulleri, motorlu kara taşıtları, elektrikli makine ve cihazlar ile demir çelik oluşturuyor. Bu ürünler, Uzunköprü ve Edirne'nin genelinde uzun vadede sanayileşme sürecinin hızlanmasıyla fırsata dönüşebilir. Kısa vadede ise tarım ve tarıma dayalı sanayi alanlarındaki fırsatlar yakalanabilir.

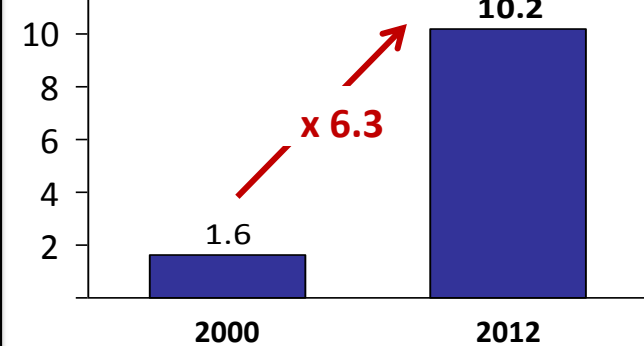
Türkiye'nin Balkanlara İhracatı (milyar ABD \$)



Türkiye Balkanlara yaptığı 7 milyar dolarlık ihracata karşılık 10,2 milyar dolarlık ithalat yapıyor.

Türkiye'nin 2000 yılında sadece 1,6 milyar dolar olan ithalatı 2012 yılında 6,3 kat artarak 10,2 milyar olmuştur. Türkiye'nin Balkanlardan yaptığı 10,2 milyar dolarlık ithalatın en önemli kalemlerini mineral yakıt ve demir çelik ithalatı oluşturuyor. Açığın temel nedeni ise Yunanistan ile yapılan işlenmiş petrol ürünleri ticareti. Bugün bu bölgeyle aramızda var olan ticaret açığımızı kapatmak için ülke olarak ihracatımızı arttırabilmek önemli. Dolayısıyla Uzunköprü'nün bu süreçte kendisine yeni bir rol tanımlaması, Balkanlara olan ihracatını arttırmaya odaklanması, ülkemizin öncelikleriyle de uyumlu olacaktır.

Türkiye'nin Balkanlardan İthalatı (milyar ABD \$)



Uzunköprü daha hızlı gelişmek ve büyümek için gözünü Türkiye'den dünyaya çevirmeli. İlk adım da Balkan ülkeleri olmalı.

Türkiye'den Balkanlara giden 521 milyon dolar değerindeki tarım ürünleri taşıyan konteynerler Uzunköprü'nün yanı başından geçip gidiyor.

Edirne ve Uzunköprü yoğunlukla tarım ürünleri üreten ve satan yerleşimler. Alternatif sanayi kolları da tarıma dayalı sanayi üzerinden gelişebilir.

Uzunköprü'nün tarım sektörü ağırlıklı ekonomik yapısı, büyük ölçüde iç pazarın taleplerine göre şekillenmiş. Ancak iç pazarın talebi Uzunköprü ekonomisini belli bir ölçüde büyütebilmiş ve sermaye birikimi sağlamış. Daha hızlı büyümek ve gelişmek için farklı bir şeyler yapmak lazım. Bunların başında da sınır ötesindeki pazarlara yönelik üretim yapabilmek geliyor. Balkanlardaki tarım ürünleri talebi Edirne için büyük önem taşıyor. Türkiye halihazırda Balkanlara 521 milyon dolarlık tarım ürünleri ihracatı yapıyor. Balkanlara giden bu 521 milyon dolar değerindeki konteynerler Uzunköprü'nün yanı başından geçip gidiyor. Peki Uzunköprü bu ürünlere değer katarak Balkanlara başka hangi tarım ürünlerini satabilir?



Türkiye'den Balkanlara giden tarım ürünleri: İlk 15 ürün 521 milyon dolar. Toplam potansiyel ise en az 2.2 milyar dolar.

Uzunköprü'nün önündeki fırsatları anlamak için öncelikle «Türkiye'den Balkanlara giden tarım ürünleri nelerdir?» diye baktık. Ve «işte bu!» dedik.

Türkiye'den Balkan pazarına yoğun bir şekilde tarım ürünleri gidiyor. Bunlar içindeki en önemli 15 ürün yandaki tabloda yer alıyor. Bu ürünlerdeki toplam ihracatımız 521 milyon dolar, ancak Balkan ülkelerinin bu kalemlerdeki toplam ithalatı ise tam 2.2 milyar dolar.

Bu listenin 8. sırasındaki ürün ise hem dikkatimizi çekti hem de ilham verdi. Bu ürün zeytin. Yani Uzunköprü'de yetiştirilmeyen, ancak Uzunköprü'de ihracat yapabilen ender firmalardan olan Öge Zeytincilik'in Balkanlara sattığı ürün.

Demek ki? Bu listedeki diğer ürünler de Uzunköprü'ye getirilip, işlendikten sonra, değer katılıp Balkan ülkelerine ihraç edilebilir. Bu ürünler nasıl olsa Uzunköprü'nün hemen yanından geçip gidiyor. Hem de katma değer eklenmemiş şekilde..

Türkiye'nin Balkanlara tarım ürünleri ihracatı (milyon \$) - 2012

	hs6	Ürün Adı	Türkiye'nin ihracatı	Balkanların toplam ithalatı
1	80530	Limon	42.0	99.1
2	70200	Domates (taze/soğutulmuş)	31.4	111.6
3	190530	Tatlı bisküviler	29.2	313.2
4	80222	Fındık (kabuksuz)	25.8	36.2
5	170490	Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri	24.5	151.9
6	190590	Diğer ekmekçi mamulleri	22.5	352.3
7	200819	Diğer sert kabuklu meyve ve karışımlarının konserveleri	21.6	57.0
8	200570	Zeytin (sirke, asetik asitten başka şekilde konserve edilmiş) (dondurulmamış)	20.7	75.8
9	80540	Greyfurt ve pomelo (taze/kurutulmuş)	16.8	30.5
10	240110	Tütün (saplı, damarlı)	15.1	162.9
11	120600	Ayçiçeği tohumu	13.8	242.0
12	180690	Diğer çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları	13.5	312.4
13	80520	Mandarin, klemantin, viking vb. (taze/kurutulmuş)	12.6	72.9
14	520100	Pamuk (kardesiz, taranmamış)	10.2	32.6
15	210500	Dondurma ve yenilen diğer buzlar	9.9	124.8
En büyük 15 ürün TOPLAM			521.1	2,175

Peki Uzunköprü yanı başından geçip giden bu ürünleri nasıl fırsata çevirebilir?

Uzunköprü'nün daha hızlı büyümek için farklı iş modellerini uygulaması lazım. Örnek mi?

Türkiye'nin halihazırda Balkanlara ihracını yaptığı tarım ürünlerinden üretilebilecek katma değerli ürünlerin Balkanlar'da oldukça büyük pazarı var. Uzunköprü'deki Öge Zeytincilik'in başarılı iş modeli başka hangi ürünlerde uygulanabilir? Limonata, salça, mama bisküvisi, fındık ezmesi, çikolata, sargı bezi gibi ürünler Uzunköprü'de katma değerli biçimde üretilebilir mi? Bu ürünler, Uzunköprü'nün tarıma dayalı sanayileşmesinin ve büyümesinin lokomotifi olabilir mi?

Sonuçta, bu ürünlerin hammaddeleri Uzunköprü'nün yanı başından geçip gidiyor. Yine sınır ötesinde de bu ürünlerin hepsinde ciddi pazarlar mevcut. En önemlisi, Uzunköprü'deki girişimciler, bu ürünlerde Balkanlar'daki damak tadına daha fazla hakim olup, yeni ürünler geliştirebilirler. Bu ürünlerin başarıyla üretip Balkanlara satmaya başladık diyelim, dünya pazarındaki durum nedir? Bunlara bakmaya çalıştık. Bir sonraki sayfada...

Balkan ülkelerine işlenmiş gıda ürünlerinden hangileri satılabilir?

Türkiye'den Balkanlar'a ihraç edilen tarım sal ürün		Uzunköprü'de katma değerli hale gelebilecek ürün
Limon	→	Limonata
Domates (taze/soğutulmuş)	→	Salça
Tatlı bisküviler	→	Mama Bisküvisi
Fındık (kabuksuz)	→	Fındık ezmesi
Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri		-
Diğer ekmekçi mamulleri		-
Diğer sert kabuklu meyve konserveleri		-
Zeytin	→	Zeytinyağı, pizzalık kesilmiş zeytin
Greyfurt ve pomelo (taze/kurutulmuş)		-
Tütün (saplı, damarlı)		-
Ayçiçeği tohumu		-
Kakao içeren gıda müstahzarları	→	Çikolata
Mandarin, klemantin, viking vb.		-
Pamuk (kardesiz, taranmamış)	→	Medikal sargı bezi
Dondurma ve yenilen diğer buzlar		-

Yanımızdan geçen konteynerleri Uzunköprü'ye getirip, işleyip, katma değer ekleyip, Balkanlara, daha sonra da dünyaya ne satabiliriz? (1)

Mevcut üründe Balkanlara yapılan ihracat (milyon \$)

Potansiyel ürünün Balkanlardaki toplam talebi(milyon \$)



Zeytin

20,7



Zeytinyağı

44

Türkiye Balkanlara 20,7 milyon dolarlık zeytin ihracatı yapıyor. Alternatif olarak üretilebilecek zeytinyağının Balkanlar'daki toplam talebi 44 milyon dolar. Bu ürünün başarılı bir şekilde üretilmeye başlanması durumunda ise dünyada 141 ülkenin talep ettiği 19 milyar dolarlık bir pazarı bulunuyor.



Domates

31,4



Salça

106,2

Türkiye Balkanlar'a 31,4 milyon dolarlık domates ihracatı yapıyor. Alternatif olarak üretilebilecek domates salçasının Balkanlar'daki toplam talebi 106,2 milyon dolar. Uzunköprü'de salça üretilmeye başlanması durumunda ise dünyada 139 ülkenin talep ettiği 3,5 milyar dolarlık bir pazarı bulunuyor.



Bisküvi

29,2



Mama Bisküvisi

255,5

Türkiye Balkanlar'a 29,2 milyon dolarlık bisküvi ihracatı yapıyor. Alternatif olarak üretilebilecek mama bisküvisinin Balkanlar'daki toplam talebi 255 milyon dolar. Bu ürünün üretilmeye başlanması durumunda ise dünyada 140 ülkenin talep ettiği 5,8 milyar dolarlık bir pazarı bulunuyor.

Yanımızdan geçen konteynerleri Uzunköprü'ye getirip, işleyip, katma değer ekleyip, Balkanlara, daha sonra da dünyaya ne satabiliriz? (2)

Mevcut üründe Balkanlara yapılan ihracat (milyon \$)

Potansiyel ürünün Balkanlardaki toplam talebi(milyon \$)



Fındık

25,8



Fındık Ezmesi

15

Türkiye Balkanlar'a 25,8 milyon dolarlık fındık ihracatı yapıyor. Alternatif olarak üretilebilecek fındık ezmesinin Balkanlar'daki toplam talebi 17 milyon dolar. Bu ürünün üretilmeye başlanması durumunda ise dünyada 131 ülkenin talep ettiği 197 milyon dolarlık bir pazarı bulunuyor



İşlenmemiş Pamuk

10,2



Pamuk sargı

58,6

Türkiye Balkanlar'a 10,2 milyon dolarlık işlenmemiş pamuk ihracatı yapıyor. Alternatif olarak üretilebilecek pamuk sargının ise Balkanlar'daki toplam talebi 58,6 milyon dolar. Üretilmeye başlanması durumunda dünyada 140 ülkenin talep ettiği 3,7 milyar dolarlık bir pamuk sargı pazarı bulunuyor



Kakao

13,5



Çikolata

132,7

Türkiye Balkanlar'a 13,5 milyon dolarlık kakao ihracatı yapıyor. Alternatif üretilebilecek çikolatanın Balkanlar'daki toplam talebi tam 132,7 milyon dolar. Potansiyel ürün üretilmeye başlanması durumunda ise dünyada 140 ülkenin talep ettiği 3,5 milyar dolarlık bir çikolata pazarı bulunuyor.

Toparlayalım. Uzunköprü için birinci gelişme eksenini :

Balkanlar ile Anadolu arasındaki bağlantıyı yeniden kurmak ve bu pazara yönelik üretim yapabilmek.

«Türkiye'nin kıyısında köşesindeyiz, merkezden uzağız» yaklaşımından, «biz dünyanın merkezindeyiz» yaklaşıma geçmek kolay olmayacak. Ama bunu yapmak mümkün.

Uzunköprü'yü dünyanın merkezinde olarak düşünmeye başlarsak, etraftaki fırsatlara da farklı bir gözle bakabiliriz. Bu bölümde bu fırsatları anlatmaya çalıştık.

Uzunköprü'nün kendisini merkezde konumlandırabilmesi için, Edirne Merkez'i, Keşan'ı, Tekirdağ'ı ve İstanbul'u bildiği gibi, sınırın öte tarafındaki yerleri bilmesi, oralardaki ekonomik fırsatları anlayıp, ekonomik yapısını buralara yönelik dönüştürebilme becerisini geliştirmesi gerekiyor. Uzunköprü, Cumhuriyet öncesinde, Osmanlı Döneminde, bu beceriye sahip olduğu için canlı bir ekonomik yapıya sahipti.

İşte, bu beceriyi, içinde bulunduğumuz yirmi birinci yüzyılın koşullarına göre yeniden inşa etmek gerekiyor.

Balkanlar ile Anadolu arasında Uzunköprü gerçekten bir köprü olabilir. Bu köprü, bir üretim merkezine dönüşebilir. Yaptığımız analizlerde, bu üretim merkezinin nasıl şekillenebileceğini ortaya koyduk.

Uzunköprü verimli toprakları sayesinde, tarımdan iyi bir gelir elde edebildi. Kalkınmanın bir sonraki aşaması ise, biriktirilmiş olan sermayeyi, daha yüksek katma değerli faaliyetlere, özellikle de tarıma dayalı sanayi için yatırıma dönüştürebilmek. Hammaddeyi Anadolu'da, pazarı ise Balkanlarda aramak ideal bir iş modeli olabilir.

Bu bölümde, bu yeni yatırımlar için elimizden geldiğince yol göstermeye çalıştık. Zeytinyağı, salça, fındık ezmesi, mama bisküvisi, pamuk sargı bezi, çikolata gibi çok sayıda üründe ciddi fırsatlar bulunuyor.

Bunları bugünden yarına yapmak kolay olmayacak. En son bölümde önereceğimiz yol haritasında harekete geçebilmek için bazı program ve projeler yer alıyor.

İkinci Bölüm:

Strateji ve Gelişme Eksenleri

İkinci Stratejik Gelişme Eksenleri:

Uzunköprü'nün Yaşam Kalitesi Nasıl Arttırılabilir?

**Hem yaşayanlar hem ziyaretçiler hem de gelecekte
yaşayacaklar için Uzunköprü'yü daha iyi bir kent haline
getirmek.**



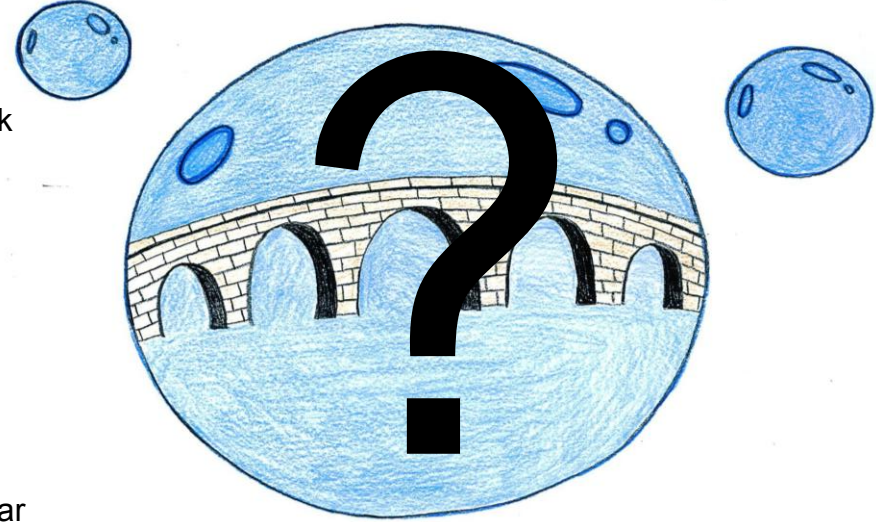
Uzunköprü için ikinci gelişme eksenleri :

Uzunköprü nasıl ve neden daha cazip bir yer haline gelmeli?

Kalkınma sürecinin temel aktörü, yatırımlar, makineler, binalar, banka hesapları değil insandır. İnsanın mutlu olması, mutlu olduğu kadar verimli olması ve bunun bir yerde yaşayan toplumun geneline yayılması, o yerin gelişimi, ekonomik büyümesi ve de rekabet gücü kazanabilmesi için kritik önemdedir. Yirminci yüzyıldaki kalkınma anlayışında, üretim faktörlerini artırmak kalkınma için yeterli görülüyordu. Yani daha fazla tarımsal arazi, daha fazla makine, daha fazla işgücü eşittir daha fazla ekonomik kalkınma olarak görülüyordu. Bugün ise anlayış değişti. Şartlar değişti. Çin, Hindistan gibi ülkelerin atağa kalkmasıyla, dünya ekonomisine neredeyse her sene Türkiye büyüklüğünde bir ekonomi katılıyor. Kısacası rekabet her geçen gün artıyor.

Dolayısıyla, bu şartlarda kalkınabilmek için, daha fazla yenilikçi, daha fazla girişimci, daha fazla bilgiyi daha fazla fırsata dönüştürebilen sistemler kurgulamak gerekiyor. Bu sistem ise insanlar ve insanlar arasındaki ilişkilerden meydana geliyor. Uzunköprü, kendi içinde böyle bir sisteme sahip mi? İnsanlarını ne kadar mutlu edebiliyor? Yaratıcı ve yenilikçi insanları ne kadar çekebiliyor? Onların yaşamak isteyeceği bir yer mi?

Uzunköprü'nün biraz da aynayı kendisine tutması gerekiyor. Yaşayanlarına mutlu ve verimli olabilmeleri için nasıl bir ortam ve mekan sunuyor? Bunu geliştirmek için neler yapılmalı? Bu bölümde bu konulara odaklanıyoruz.



«Yaşam kalitesi» dediğimizde neyi kastediyoruz?

Yaşam kalitesi genel olarak bireylerin ve toplumların iyi olma halini ifade etmektedir. Bahsedilen iyi olma hali göreceli bir kavramdır, yani kişilere ve koşullara göre değişkenlik gösterir. Bu öznel niteliğinden dolayı ölçülmesi zordur. Öte yandan, bölgenin nitelikli işgücü, girişimci ve yatırımcılar için çekim gücü olma kapasitesi değerlendirilebilir. Başka yerlerle karşılaştırılabilir. Biz de bu bölümde Uzunköprü'yü elimizden geldiğince başka yerlerle kıyaslamaya çalıştık. Ama bundan daha önemlisi, başka benzer yerlerde «yaşam kalitesi ne durumda?», «kentsel imkanlar insanları ne düzeyde tatmin edebiliyor?» bu gibi konulara odaklandık.

Neden yaşam kalitesi meselesini gelişme eksenlerinden biri olarak kurguladık? Yaşam kalitesi, nitelikli işgücü ile girişimci ve yatırımcıları bölgeye çekmesi sebebiyle bölgesel rekabet gücü açısından önemlidir. Örneğin, daha yüksek katma değerli ürünlerin üretim ve ihracatını artırmayı hedefleyen bir Uzunköprü'de gerekli olacak yüksek eğitim ve yetenek düzeyine sahip işgücünü çekebilmek, yalnızca bireye iş sebebiyle sağlanan maddi fayda ile değil, Uzunköprü'yü bu kişinin yaşam kalitesi ve sosyal bakımdan gereksinimlerini sağlayabilecek bir konuma getirmekle mümkün olabilecektir. Bu bağlamda, yaşam kalitesi meselesini, ekonomik gelişmişliğin bir sonucu olmasının ötesinde, kendi başına bir hedef olarak incelemekteyiz.

Bir stratejik gelişme eksenini olarak yaşam kalitesini ele aldığımızda, aşağıdaki hedeflerin ön plana çıktığını söyleyebiliriz:

İldeki insan sermayesini artırmak, yani il/bölgeye nitelikli işgücünü çekebilmek ve potansiyel işgücü için şehirde bir gelecek hayali oluşturabilmek;

Sosyal sermayeyi arttırmak, yani ildeki/bölgedeki sosyal ağların oluşumu, bilginin yayılımını sağlamak ve yaşamın örgütlenmesine katılımı arttırmak;

Yaşanılır bir şehir oluşturmak, yani temel hizmetlere erişim ve bu hizmetlerin kalitesi, kendini gerçekleştirilebilirlik için fırsatlar, yerleşme kalitesi, güvenli ve sağlıklı bir çevre, yönetim kalitesi ve çevre kalitesi konularında uygun standartlara erişimi sağlamaktır.

Edirne ve Uzunköprü'nün yaşam kalitesi açısından Türkiye'deki durumu

Ülkemizde son yıllara yaşam kalitesini ölçen bir dizi çalışma yapılmıştır. İl düzeyindeki çalışmalara, Edirne'nin durumunu incelemek için bakmak faydalı olabilir. Nihayetinde, Edirne Uzunköprü'nün işlevsel açıdan en yakın olduğu merkez olup, Edirne'deki yaşam kalitesinin düzeyi, Uzunköprü'yü yakından ilgilendirmektedir. Öncelikle, bu alandaki çalışmaların çok farklı yaklaşımlar ve ölçme yöntemleri kullandıkları için, illerin sıralamalarının çalışmadan çalışmaya geçtiğini not etmekte fayda vardır.

Kalkınma Bakanlığının yapmış olduğu «**İllerin Gelişmiş Düzeyi Araştırması**» **nda** Edirne 2010 yılında 81 il içinde 25'inci sırada yer alırken, 2012 yılında iki basamak düşerek, 27'nci sıraya gerilemiştir.

CNBC-e'nin yapmış olduğu «**Türkiye'de En Yaşanabilir Kentler**» sıralamasında Edirne 81 il içinde 6. sırada yer alıyor. Bu not edilmesi gereken oldukça önemli ve olumlu bir sıralama. CNBC-e'nin değerlendirmesinde Edirne'ye yönelik şu tespit yapılıyor:

Edirne'de can sıkıcı tek şey suç oranı. 2007'de cezaevine giren kişi sayısı bin 414'tü. Bu sayı nüfusa oranlandığında Edirne'yi suç oranı en yüksek ikinci il yapıyor. Eğitim ve sağlık altyapısında ilk 5 kentten biri olması en büyük avantajı. Hava kalitesi kötü, orman alanı az. En çok vergi veren iller arasında 19. sırada.

Boğaziçi Üniversitesi ve Mastercard'ın yapmış olduğu «**Türkiye'nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırması**» **nda** ise Edirne'nin 81 il içindeki sıralaması aşağıdaki şekildedir:

- Sürdürülebilirlik açısından 28'inci
- Çevre performans açısından 64'üncü
- Ekonomik performans açısından 23'üncü
- Sosyal performans açısından 14'üncü
- Yaşam kalitesi açısından 72'nci

İlçe düzeyindeki tek çalışma, Kalkınma Bakanlığının 2004 yılında yapmış olduğu «**İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması**» dır.

Bu çalışmada 0,41 puanlık endeks değeriyle **Uzunköprü, 872 ilçe içinde 203'üncü sırada yer almaktadır.**

Uzunköprü'ye benzer gelişmişlik düzeyinde yer alan ilçeler arasında Çanakkale-Biga, İzmir-Ödemiş, Samsun-Bafra, Konya-Akşehir yer almaktadır.

Bu sıralamada, Uzunköprü'nün etrafındaki ilçelerin sıralaması ise şu şekildedir:

- Edirne: Merkez 30'uncu, Keşan 135'inci, İpsala 415'inci, Meriç 643'üncü
- Tekirdağ: Çorlu 15'nci, Merkez 44'üncü, Malkara 252'nci
- Kırklareli: Lüleburgaz 35'inci, Merkez 106'nci, Babaeski 147'nci.

Uzunköprü'nün atılım yapması için yaratıcı girişimcilere, nitelikli insan kaynağına ihtiyacı var. Kentin bu kitle için cazibesini artırması önemli.

Uzunköprü'nün kalkınmış kentler arasına katılabilmesi için yaşam kalitesini arttırması ve daha çekici bir yer haline gelmesi önemli.

Kalkınma sürecinin özünde, bir yerde yaşayan insanların hayatlarının daha «yaşanılır» hale gelmesi yatıyor. Uzunköprü ne kadar yaşanılır bir yer? Uzunköprü'nün bugünkü durağan yapısından kurtulması, ekonomik açıdan büyümesi, nüfus kaybeden değil insanların çalışmak ve yaşamak için tercih ettiği bir kent olması için mutlaka daha yaşanabilir bir yer haline gelmesi gerekiyor.

Dünya'daki gelişmiş kentler incelendiğinde tarım, sanayi gibi sektörlerde atılım yapmalarının yanı sıra kentin yaşam kalitesini de arttırdıklarını görmekteyiz.

Yaşam kalitesinin arttırılması hem kentte yaşayanların mutluluğunu arttıracak hem de Uzunköprü'de yeni iş kurmak isteyen girişimcilerin ve kentin kalkınması için gereken nitelikli işgücünün başka kentler yerine Uzunköprü'de yaşamayı tercih etmelerini sağlayacak bir unsur.

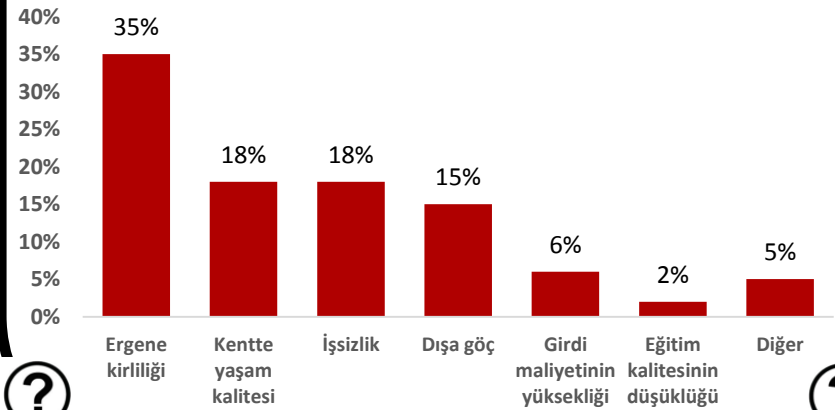
Dolayısıyla, Uzunköprü'nün kalkınmasıyla ilgili tüm paydaşların, kentteki yaşam kalitesi sorununa odaklanması gerekiyor.

Uzunköprülüler kentte yaşam kalitesinin düşük olduğunu düşünüyor.

Uzunköprü Kalkınma Çalıştay'ında katılımcılara "Uzunköprü'nün en önemli sorunu nedir?" diye sorduk. Bu sorulara verilen yanıtları incelediğimizde yaşam kalitesinin yetersiz oluşunun katılımcıların %18'i tarafından dile getirildiğini görüyoruz. Yani Uzunköprü hem mevcut sakinleri hem de kente çalışmak için gelmesi beklenen insanlar için daha yaşanabilir ve cazip bir yer haline getirilmelidir.

Uzunköprülülere sorduk:

- Uzunköprü'de sizce en önemli sorun nedir?



Uzunköprü'de insanların mutluluk düzeyi Türkiye ortalamasının gerisinde. Sosyal yaşam ise tatmin etmiyor. Bu sorun nasıl çözülür?

?

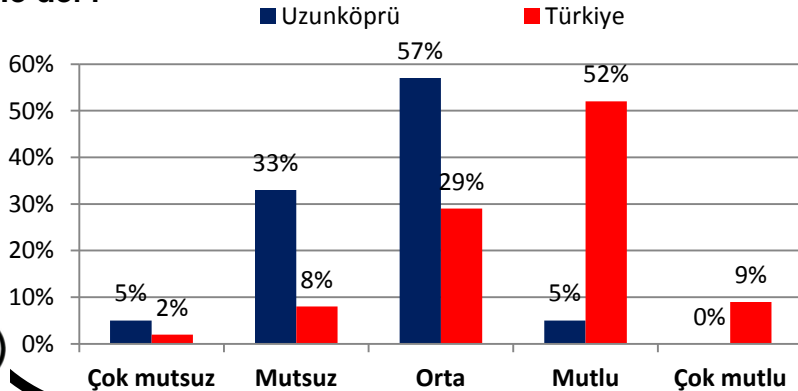
Uzunköprü'de mutsuzlar mutlulardan daha fazla, ve mutluluk düzeyi Türkiye'nin gerisinde.

?

Bir kentin yaşam kalitesini ölçmenin yollarından biri de o kentte yaşayanların ne kadar mutlu olduklarını ölçmekten geçer. Çalıştay katılımcıları Uzunköprü'de geniş katılımlı bir anket yapılsa mutsuzum diyenlerin oranının mutluyum diyenlerden daha yüksek çıkacağını düşünmektedir. İlginç noktalardan biri de "çok mutluyum" diyen kimsenin çıkmayacağını düşünülmesidir. Bu oranlar TÜİK'in yaptığı mutluluk anketi sonuçları ile kıyaslandığında ise Uzunköprü'nün Türkiye ortalamasından daha az mutlu olduğu görülüyor.

Uzunköprülülere sorduk:

- Uzunköprü'de sokakta rastgele bir vatandaşa "ne kadar mutlusun" diye sorsak ne der?



?

?

?

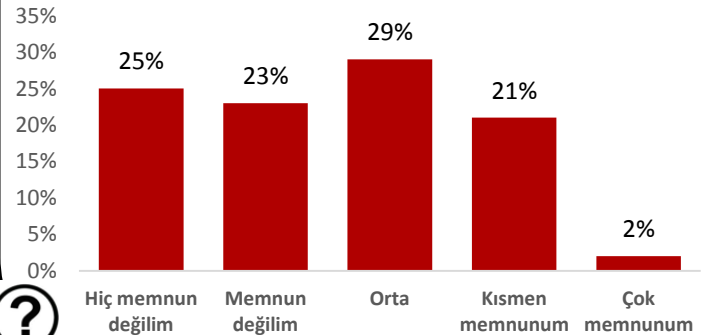
Uzunköprü'deki sosyal yaşam insanları tatmin etmiyor.

?

Çalıştayda katılımcılara kentteki sosyal yaşamdan ne kadar memnun olduklarını sorduk. Katılımcıların %48'i memnun olmadığını (%25+%23) belirtirken memnun olduğunu belirtenlerin oranı sadece %23 düzeyinde kaldı. Kentteki sosyal imkanların geliştirilmesinin ve bunun yaşam kalitesine yapacağı etkinin, orta ve uzun vadede rekabet artırıcı bir katkı yapacağı unutulmamalıdır.

Uzunköprülülere sorduk:

- Uzunköprü'de sosyal yaşamdan ne kadar memnunsunuz?



?

?

Doğru bir strateji ve planlamayla, Uzunköprü'nün hem genç profesyoneller hem de emekliler için iyi bir yaşam yeri olması sağlanabilir.

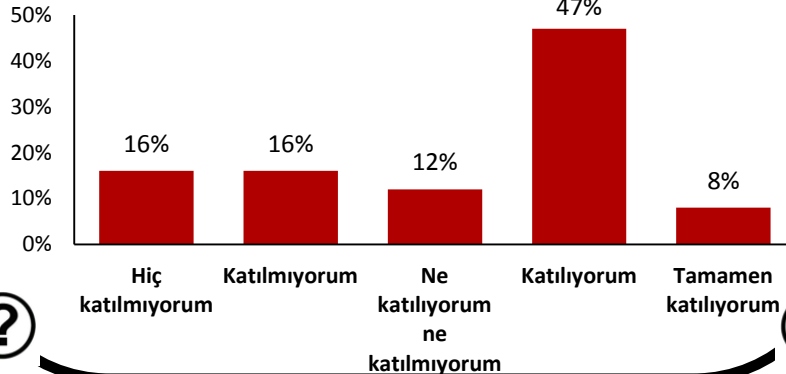
? Uzunköprü'nün çocuk büyötmek için güzel bir yer olması, ilçenin geleceği için en önemli değerlerden biri olarak görölmeli.

Çalıştay katılımcıların yüzde 55'i Uzunköprü'nün çocuk büyötmek için iyi bir şehir olduğunu düşünöyor.

Uzunköprü'de ekonomik faaliyet canlanırsa, kentsel yaşamın kalitesi de yükseltilebilirse, dışarıdan genç profesyonel çekmek son derece kolay olabilir. Özellikle İstanbul'daki yaşam koşullarının giderek zorlaşıyor olması, Uzunköprü'yü daha cazip hale getirebilir. Bu fırsatı değerlendirmek şart.

Uzunköprülölere sorduk:

- Uzunköprü çocuk büyötmek için iyi bir şehirdir. Katılıyor musunuz?

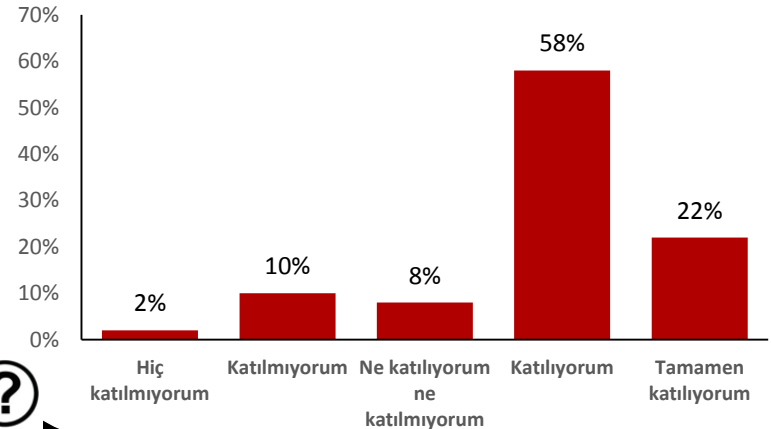


? Kentin yaşlılık dönemini geçirmek için iyi bir yer olduğu düşünölmesi de önemli bir avantajdır.

Katılımcıların %80'i Uzunköprü'nün yaşlılık dönemini geçirmek için de uygun bir kent olduğunu düşünmektedir. Buna katılmayanların oranı ise oldukça düşüktür. Dolayısıyla, doğru bir planlama yapılırsa, çevresel sorunlar da çözülebilirse, Uzunköprü'yü ileride Trakya'da düzenli bir gelir akımına sahip emekli kesimlerin yaşayabileceği bir yer olarak kurgulamak mümkündür.

Uzunköprülölere sorduk:

- "Uzunköprü yaşlılık dönemini geçirmek için iyi bir şehirdir" cümlesine katılıyor musunuz?



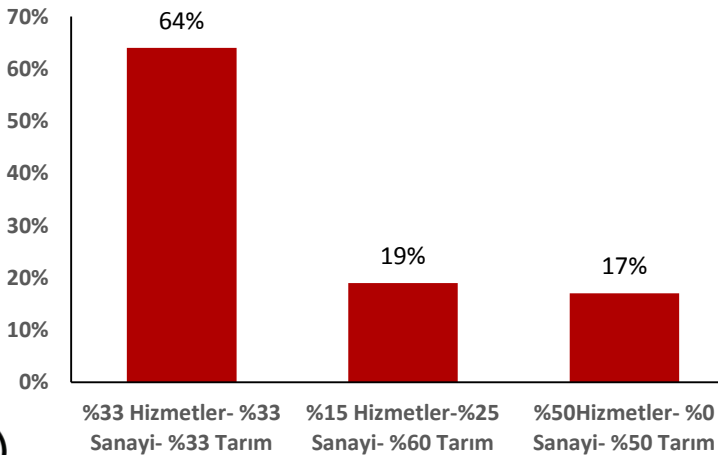
Uzunköprülüler kentlerinin hem ekonomik yapısında hem de sosyal yaşamında bir dönüşüm arzusunu ortaya koyuyor.

Uzunköprülüler daha dengeli bir ekonomik yapı istiyor.

Kentte yaşam kalitesinin düşük olması nedeniyle Uzunköprülüler gelecekte hizmetler sektörünün de tarım ve sanayi kadar gelişmesini, böylece kentin daha cazip ve yaşanabilir bir yer haline gelmesini istiyorlar. Katılımcıların %64'ü bu üç sektörün de eşit ağırlıkta olduğu bir Uzunköprü hayal ederken tarımın ağırlıklı olmasını isteyenlerin oranı %19, sanayinin olmadığı bir kent isteyenlerin oranı ise %17'de kalmaktadır.

Uzunköprülülere sorduk:

- Gelecekte nasıl bir ekonomik yapı istiyorsunuz?

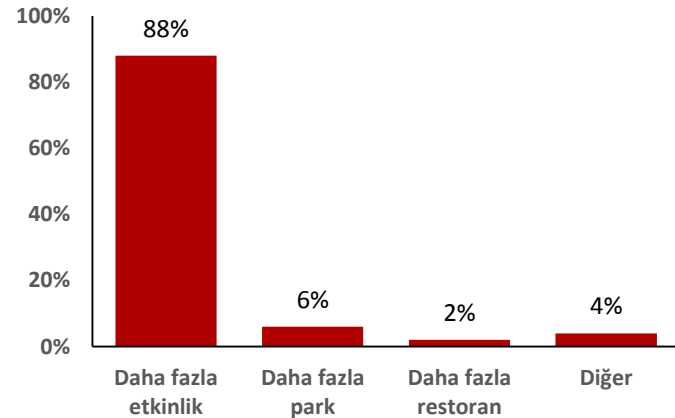


Sosyal etkinliklere olan talebin açık ara çok yüksek olması, önceliğin ne olması gerektiğine de işaret ediyor.

Kentte sosyal yaşamı canlandırmak ve yaşam kalitesini arttırmak için en öncelikli ihtiyacın ne olduğuna yönelik sorumuza katılımcıların çok büyük bir kısmı (%88) daha fazla etkinlik düzenlenmeli şeklinde yanıt verdi. Daha fazla park (%6) ve daha fazla yeşil alan (%2) ise görece geri planda kalan tercihler oldu. Bu sonuç önümüzdeki dönemin önceliğine işaret ediyor.

Uzunköprülülere sorduk:

- Uzunköprü'de sosyal yaşam sizce nasıl daha canlı hale getirilebilir?



Uzunköprü'de yaşam kalitesinin yükselmesi ve kentin daha cazip bir yer haline gelmesi, kente daha fazla turist gelmesini de sağlayacaktır. Bunun ise önemli ekonomik getirileri olabilir.

Uzunköprülülere göre kentin turizm potansiyeli neredeyse hiç kullanılmıyor!

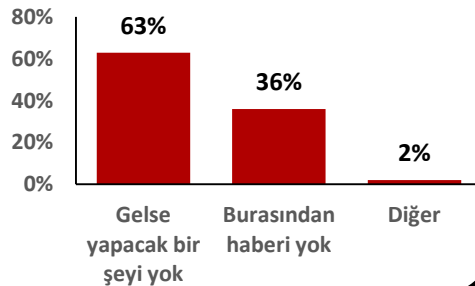
Çalıştay katılımcılarının %93'ü kente yeterince turist gelmediğini düşünüyor. Bunun nedenini sordüğümüzda ise katılımcıların %63'ü kentin turistlere cazip gelecek imkanlar sunmadığını; %36'sı ise yeterince tanıtım yapılamadığından turistlerin Uzunköprü'yü bilmediğini ifade ediyor. Uzunköprü'de yaşam kalitesinin yükselmesinin en önemli etkilerinden biri kente daha fazla turist gelmesi olacak.



Sizce Uzunköprü'ye yeterince turist geliyor mu?



Peki sizce turist neden gelmiyor?



Peki kente yılda 150.000 turist gelse, ekonomik etkisi ne olurdu?

Bugün Edirne'ye yılda 3 milyon turist geliyor ve önümüzdeki dönemde bu sayının 10 milyona çıkması hedefleniyor.

Bu 3 milyon turistten 20'de biri Uzunköprü'ye çekilse yılda 150.000 turist eder.

Bu da günde 400 kişiyi ağırlayacak yatak kapasitesi gerektirir.

Diğer yandan bu 150.000 kişi kentte sadece bir gün geçirse yılda 15 milyon TL, 2 gün geçirse 100 milyon TL gibi bir getirisi olur.

Peki Uzunköprü turizm ve sosyal altyapısı açısından bu kapasiteyi kaldırmaya hazır mı? Geliştirmek ve bu fırsatlardan faydalanmak için neler yapmak gerekiyor?

Bugün Uzunköprü'nün İnternet'teki görünürlüğü çok kısıtlı. Arama motorlarına «Uzunköprü» yazınca cezbedici, kenti görme isteğini artıran bir içerik görmek mümkün değil. Kentteki yaşam kalitesi arttıkça bu da değişmeli.

Uzunköprü internette yalnızca kamu kurumları ve yerel gazeteleri ile görünür olabiliyor!

Dışarıdan bakanlar ve kenti tanımak isteyenler için İnternet'te sunulan içerik çok sınırlı. İnternet ortamında araştırma yapıldığında kamu kurumları ve yerel gazeteler ağırlıklı bir içerik ile karşılaşılıyor.

Kentin uluslararası seyahat rehberlerinde adı geçen sadece bir oteli ve bir restoranı bulunuyor.

Eğer turizmde atılım yapılmak isteniyorsa hem kentte yapılacak şeyler listesi genişletilmeli, hem de kentin tanıtım faaliyetleri artırılmalıdır.

En önemli konulardan biri ise İnternet ve özellikle de sosyal medyada görünürlüğün artması olmalıdır. Ülkemizde son yıllarda bu konuda oldukça fazla başarı hikayesi olmuştur. Uzunköprü de bunlardan biri olabilir.

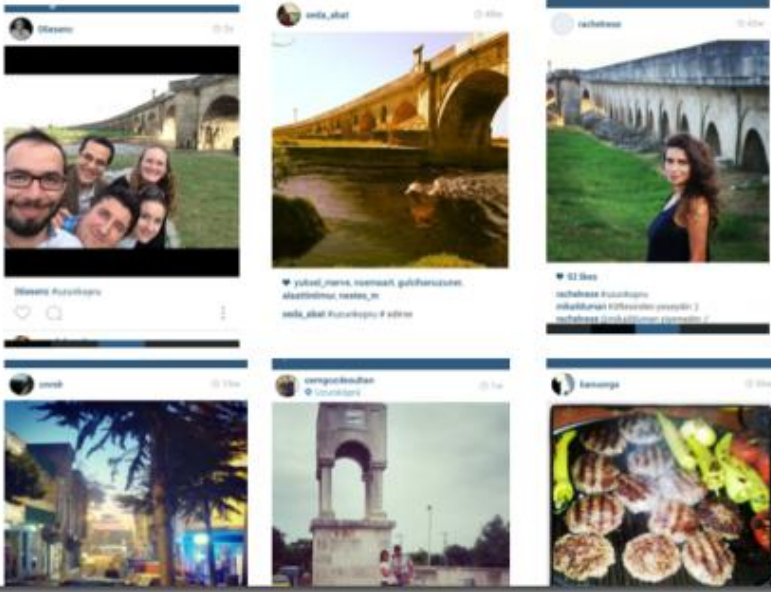


Sosyal medyada Uzunköprü çok kısıtlı değerleriyle yer alıyor. Herkesin görmek isteyeceği, önünde fotoğraf çektirmek isteyeceği, tarihi özeliği olan bir köprüye sahip olmasına rağmen, bu maalesef ön plana çıkmıyor.



Instagram

Instagram'da #uzunköprü etiketiyle yapılan paylaşımlar çok kısıtlı. Köprü'nün güzelliği yeterince bilinmiyor, dolayısıyla paylaşılmıyor.



twitter



Twitter ve Foursquare gibi önemli sosyal medya platformlarında da Uzunköprü'yü görülecek bir yer olarak gösteren paylaşımlar çok kısıtlı..

Twitter ve Foursquare gibi mecralarda Uzunköprü hakkında girilen bildirimleri incelediğimizde yine en öne çıkan unsurun köfte olduğunu görüyoruz. Buna ek olarak genellikle şehir dışında yaşayan Uzunköprülülerin mesajları, lise öğrencilerinin bildirimleri, trafik kazası haberleri, düğün fotoğrafı paylaşımları gibi dışarıdan bakanlarda bir merak uyandırmaktan uzak paylaşımlar yer alıyor.

Uzunköprü'deki duruma baktık. Vardığımız ana sonuç açık: Kentteki yaşam kalitesi olması gerekenin, Uzunköprü halkının hak ettiğinin altında. Gelecekte sahip olmak istediği, rekabetçi, çeşitlilik düzeyi yüksek, dünyaya açık ekonomik yapının gerektirdiği düzeyden ise çok uzakta.

Peki ne yapılabilir? Nereden başlamak lazım?

Bu sorulara yanıt bulabilmek için önce dünyadaki benzer ama daha başarılı yerleri incelemek gerekiyor. Uzunköprü'ye nüfus, ekonomik yapı, deniz ve büyük şehirlere mesafe, iklim gibi kriterler açısından benzeyen, ama daha başarılı, daha güzel yaşam imkanları sunan yerler var mı?

Var. Dünyadan farklı örnekleri seçtik ve kısaca anlatmaya, dersler çıkarmaya çalıştık.

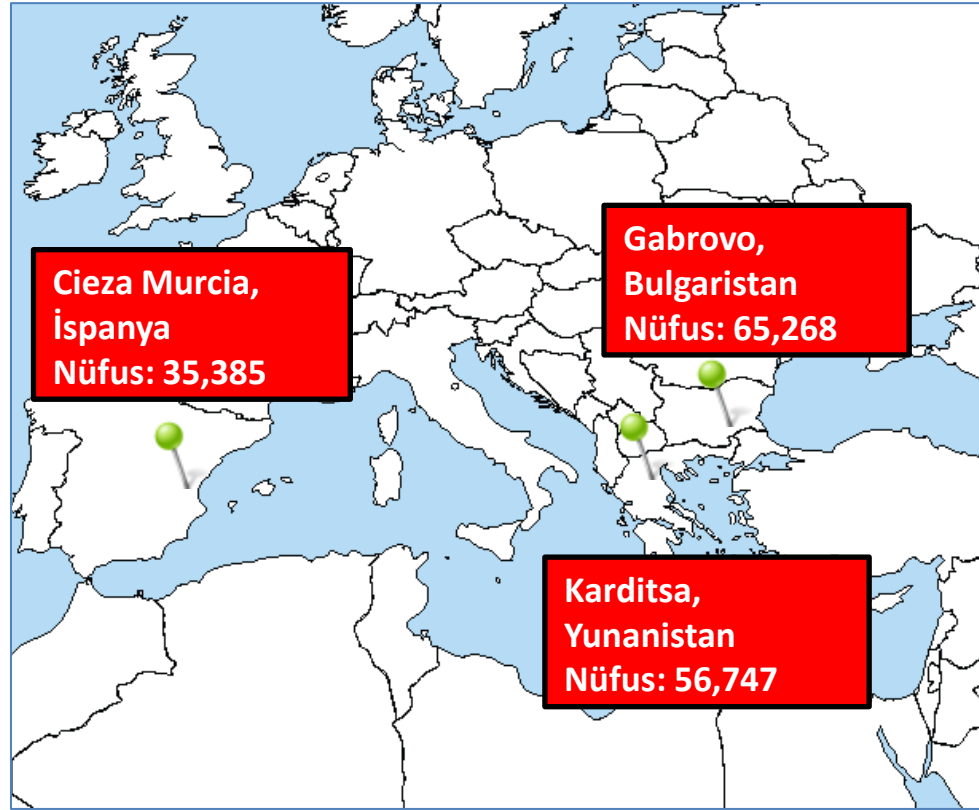
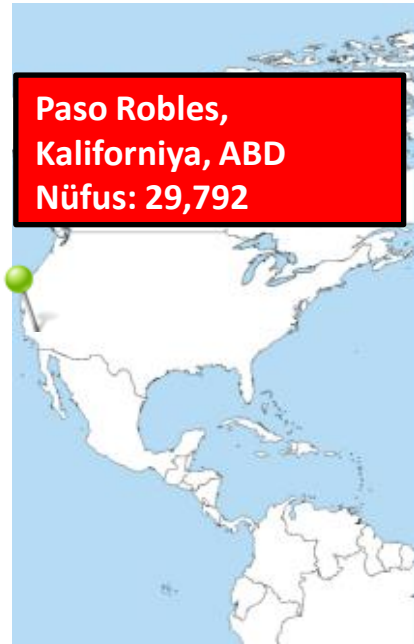
Devam edelim...



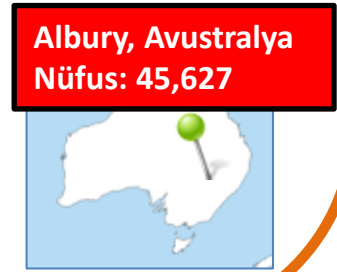
Uzunköprü'yü yaşam kalitesi ve sunduğu imkanlar açısından dünyada hangi kentlerle kıyaslayabiliriz?

Uzunköprü'nün kenti geliştirmek adına yapabileceklerini zihnimizde daha iyi canlandırabilmek amacıyla nüfusu, iklimi, ekonomik yapısı ve büyük kentlere mesafesi açısından Uzunköprü'ye benzeyen beş kent belirledik.

Seçtiğimiz kentler: Pasa Robles (Kaliforniya, ABD), Cieza Murcia (İspanya), Gabrovo (Bulgaristan), Karditsa (Yunanistan), Albury (Avustralya).



Bu kentleri diğerlerinden farklı kılan ve pek çok kişinin bu kentleri ziyaret etmesini sağlayan özelliklerini aşağıda sıralayacağız.



Cieza Murcia, İspanya

Şeftali mevsiminin tadını çıkarıyorlar!

Ziyaretçilerin şeftali çiçeği açma mevsiminin tadını çıkarmalarına yardımcı olmak için 'La Floración en Cieza' denilen faaliyet programı var.

Faaliyetler arasında rehberli doğa yürüyüşü turları, çeşitli mağaralara ve tarihi yerlere rehberli gezme, sokak tiyatro festivali, zanaat sokak pazarları, konserler, danslar, resim sergisi ve yarışması, mağara keşfi konferansı, tapas güzergahı ve yöresel restoranlarda hazır yemekler bulunuyor. Şeftali bahçelerini turistlerin görmesi için araba, bisiklet ve yürüyüş yolları tasarlanmış. Marttan nisan ortasına süren ve göreceli olarak kısa sayılabilecek turizm mevsimi azami şekilde kullanılmaya çalışılıyor.

Yaz sonunda ise **Uluslararası Yöre Festivali** düzenleniyor. Bu günlerde Cieza, zanaat pazarı, sokak eğlenceleri, müzik gösterileri ile popüler kültürün başkenti haline geliyor. Festivalde ayrıca mutluluk, saygı ve hoşgörü teşvik edilmeye çalışılıyor.



Cieza Murcia

Nüfus:	35.385
İklim :	Akdeniz
Ekonomi:	Tarım, turizm, ulaştırma
Turist sayısı:	15.000
Google taraması:	644.000

Turizm kapasitesi

Otel sayısı:	12
Restoran sayısı:	6
Yapacak şey sayısı:	4

Paso Robles, Kaliforniya

Şarap Festivali ile kenti tanıtıyorlar!

1993 yılında Paso Robles bağcıları, şarap üreticileri ve şarap tadicıları **Paso Robles Şarap Bölgesi Ortaklığı**nı kurdu. Bu kararın amacı gütmeyen ticari kuruluş Paso Robles'in tanıtımı ve eğitim faaliyetlerine odaklanıyor. Bu sayede birçok şarap festivali ve etkinlik yürütülüyor.

Caddeleri Güzelleştirme Programı yürütüyorlar!

Ana Cadde Programı, kent merkezinde ticaretin canlanmasını organizasyon, tasarım, pazarlama ve iktisadi yeniden düzenleme boyutları ile destekleyen ödüllü bir program. Program, kent merkezine yeni işletmelerin çekilmesi ve merkezin estetik açıdan güzelleştirilmesi konularına odaklanıyor.

2013 yılında Paso Robles'de 50'nin üstünde etkinlik düzenlendi ve bu sayede şehre binlerce turist çekildi. Ayrıca, Paso Robles şarap turizmi sayesinde yılda 1 milyondan fazla turisti ağırlıyor.



Paso Robles

Nüfus: 29.792

İklim: Akdeniz

Ekonomi: Tarım, inşaat, turizm, kamu yönetimi

Turist sayısı: 1,5 milyon

Google taraması: 18.400.000

Turizm kapasitesi

Otel sayısı: 56 otel, 76 kiralık tesis

Restoran sayısı: 140

Yapacak şey sayısı: 147

Karditsa, Yunanistan

Çiftlik ziyaretleri ve kır-kent uyumuna iyi bir örnek!

Karditsa'daki temel iktisadi sektör tarım ve hayvancılık. Thessaly bölgesindeki tarım ürünlerinin dağıtım merkezi olan kentte sektör çoğunlukla küçük çapta aile işletmelerinden oluşuyor. Ayrıca, Karditsa'da uluslararası ve yöreye özel şarapları olan şarapçılık bölgesi var. Bölgede, çiftlik ziyaretleri gibi turizm aktiviteleri gerçekleştiriliyor.

Uygulanan tüm kentsel projeler doğal çevreyi geliştirmeyi ve muhafaza etmeyi hedefliyor. Baraj gölü, kırsal alan ve kent arasında ahenkli bir ilişki bulunuyor.

Bisiklet yolları!

Yaygın bisiklet yolu ağı ile Karditsa Yunanistan'ın bisiklet kullanımına en elverişli şehirleri arasında. 4 kilometresi kent içinde, 10 kilometresi ise dışında toplam 14 km bisiklet yoluna sahip.



Karditsa

Nüfus: 56.747

İklim: Akdeniz

Ekonomi: Tarım, ticaret, turizm

Turist sayısı: 65.000

Google taraması: 1,700.000

Turizm kapasitesi

Otel sayısı: 19

Restoran sayısı: 11

Yapacak şey sayısı: 0

Albury, Avustralya

Müzeler kenti!

Albury şehrinin kalbinde Kraliçe II. Elizabeth Meydanı bulunuyor. Burada Albury Kütüphane Müzesi, Albury Bölgesel Sanat Galerisi, Albury Sahne Sanatları ve Kongre Merkezi, Murray Serası ve ortalarında farklı etkinlikler için büyük bir park yer alıyor. Albury Kütüphane Müzesi, ödüllü bir kütüphane ve müze birleşiminden oluşuyor. İlk senesinde 226.000 ziyaretçisi olmuş, bunların 80.000'i sergi alanına da girmiş.

Sürdürülebilirlik eğitimi veren bir merkez var!

Bölgesel Uzmanlık Merkezi, bünyesinde resmi ve gayri resmi eğitim kurumlarını barındıran ve kent ve çevresindeki vatandaşlara sürdürülebilir kalkınma eğitimleri düzenleyen bir organizasyon. Bu merkezin kente katkısına örnek olarak katı atık yönetimi merkezi gösterilebilir.



Albury

Nüfus: 45.627

İklim : Nemli alt tropikal

Ekonomi: İmalat sanayi, perakende ticaret, sağlık ve sosyal hizmetler

Turist sayısı: 3 milyon

Google taraması: 15.900.000

Turizm kapasitesi

Otel sayısı: 47

Restoran sayısı: 117

Yapacak şey sayısı: 11

Gabrovo, Bulgaristan

Uluslararası kültür merkezi!

Mizah ve Hiciv Evi, Bulgaristan'dan ve 153 farklı ülkeden yazarların mizah çalışmalarının biriktirildiği bir müze. Her Mayıs ayında maskeli oyuncular, canlandırılmış karikatürleri ve ödülleriyle Mizah ve Hiciv Festivali düzenleniyor. Ayrıca, Gabrovo'da üç adet profesyonel tiyatro bulunuyor: Racho Stoyanov Drama Tiyatrosu, Kukla Tiyatrosu ve Deneysel Hiciv ve Çeşitlilik Tiyatrosu.

Sanayi sektörü de gelişmiş!

Gabrovo, yüzlerce ofis ve fabrikanın bulunduğu üç sanayi bölgesi ile ülkede beşinci en yüksek doğrudan yabancı yatırımı çeken kent konumunda. Şirketler için Gabrovo'nun avantajı hava, nehir ve deniz limanlarına yönelik gelişmiş bağlantıları ve merkezi konumu. Ayrıca, Avrupa yol ağına yakınlığı ve eğitilmiş işgücüne sahip olması da diğer avantajları arasında.



Gabrovo

Nüfus: 65.268

İklim: Nemli alt tropikal

Ekonomi: Tarım, turizm, sanayi

Turist sayısı: 95.000

Google taraması: 2.890.000

Turizm kapasitesi

Otel sayısı: 12

Restoran sayısı: 6

Yapacak şey sayısı: 4

Peki bu örneklerden Uzunköprü için ne gibi dersler çıkarabiliriz?

İncelediğimiz kentlerin tecrübelerine ve yapmakta olduğu şeylere baktığımızda bir takım ortak özellikleri görebilmek mümkün hale geliyor. Bu ortak özellikleri, Uzunköprü'deki mevcut durum ile birlikte değerlendirdiğimizde ise bir takım önceliklerin ön plana çıktığını söyleyebiliriz. Bu bağlamda aşağıdaki beş alan Uzunköprü'nün geleceği ve rekabetçiliği açısından oldukça önemli:

- 1. Kentsel mekanın kalitesini arttırmak yaşamın kalitesini de arttıracaktır.**
- 2. Tarım ve turizm bir arada değerlendirilebilir.**
- 3. Kültürel etkinlikler geliştirilmelidir.**
- 4. Kent ve kır ilişkisi güçlendirilmelidir.**
- 5. Tanıtım ve markalaşma stratejisi geliştirilmelidir.**

Bu bölümün devamında, bu beş öncelikli alan üzerine birkaç tespit yapıp bir sonraki gelişme eksenine geçeceğiz.



1. Kentsel mekanın kalitesini arttırmak yaşamın kalitesini de arttıracaktır.

Yukarıda gördüğümüz tüm örneklerde tarihe ve doğaya duyarlı kent planlamasının izleri bulunuyor. Eğer Uzunköprü de gelişmiş kentler arasında yer alacaksa mutlaka kentlilerin çeşitli festivaller, piknikler vs. için kullanabileceği aktif yeşil alanlar, parklar; daha çevre dostu (bisiklet ve yürüyüş yollarını içeren, otopark sorununu çözmüş) modern bir ulaşım sistemi; insanların sosyalleşebileceği, çeşitli etkinliklerin düzenlenebileceği meydanlar tasarlanmalıdır.

Kent estetiğini geliştirmek, kenti görsel açıdan güzelleştirmek için de birçok yenilikçi uygulama yapılabilir. Örneğin "Tarihi PTT Binası" gibi varlıkların mutlaka kent hayatına kazandırılması gereklidir.

Uzunköprü'nün marka değeri en yüksek varlığı olan Köprü ile kentlilerin ilişkisini güçlendirecek düzenlemeler üzerinde çalışılmalıdır.

Tüm bu konularda Belediye'ye olduğu kadar, özel sektöre ve sivil toplum kuruluşlarına önemli görevler ve sorumluluklar düşüyor.



2. Tarım ve turizm bir arada değerlendirilebilir

İncelediğimiz örneklerden Karditsa, Cieza Murcia ve Paso Robles'te çok sayıda tarıma dayalı turizm etkinlikleri bulunuyor.

Örneğin çiftlik ziyaretleri düzenleniyor. Pek çok turistin bölgeye çekilebileceği bu etkinliklere tarımsal uygulama dersleri, geziler ve yemek dahil ediliyor.

Yine bu örneklerde insanların tarımsal üretimi deneyimlemek için organik çiftliklerde gönüllü olarak çalışmaya geldiklerini görüyoruz. Genellikle bu amaçla gelen turistler bu çiftlikte yetiştirilmiş ürünlerle yapılmış yemeklere yüksek fiyatlar ödüyorlar.

Uzunköprü'de tarımsal potansiyelini bu yönde kullanarak turizm sektörünü çeşitlendirmeyi başarabilir.

Uygun planlamanın, altyapı ve tesislerin, cazip etkinliklere desteklenmesi durumunda, Uzunköprü'nün etrafındaki doğal güzelliklere İstanbul'dan hafta sonları çok sayıda ziyaretçi düzenli olarak çekilebilir.



3. Kültürel etkinlikler geliştirilmeli ve yıl geneline yayılmalıdır

Yine örneklerin hemen hemen hepsinde yıl boyunca devam eden yoğun bir etkinlik takvimi bulunuyor.

Daha önce de ifade ettiğimiz gibi Uzunköprülüler de sosyal yaşamın geliştirilmesi için etkinliklerin artırılmasını talep ediyorlar.

Birçok örnekte yerel gıda ürünlerinin (şarap, peynir vs.) tanıtıldığı festivalleri görmek mümkün. Bu festivaller sayesinde kentler hem turist çekiyor hem de tarım ürünlerinin tanıtımını yapıyorlar.

Buna ek olarak birçok şehirde tiyatro, konferans, sergi vs. gibi etkinlikler için gerekli organizasyon ve altyapı hazır bulunuyor.

Uzunköprü'de kentin canlılığını arttırmak için bu kültürel etkinlik takvimi yıl boyunca devam eder hale getirilmelidir.

Bu etkinlikler için özel sektör, sivil toplum, kamu kurumları, gönüllüler el ele vermeli, sınır ötesi ve komşu kentlerle de işbirliği yapılmalıdır.



4. Kent ve kırs ilişkisi güçlendirilmelidir.

İncelediğimiz kentlerin bir özelliği de çevrelerindeki kırsal alanlarla güçlü ilişkiler kurmuş olmaları.

Örneğin göletler ve baraj göllerinden turizm amacıyla faydalanılabiliyor. Su sporları ve bisiklet turları düzenleyerek çevredeki birçok kentten spor ve doğa tutkunlarını kente çekmek mümkün.

Uzunköprü de benzer bir potansiyele sahip. 14 km'lik mesafedeki Çakmak Barajı, Değirmenci Göleti ve Ergene Nehri, özellikle İstanbul'daki doğa sporları severler için çok cazip bir hafta sonu ziyaret noktası haline getirilebilir.

Bu gibi sportif faaliyetlerin bölgede yayılabilmesi için öncelikle Uzunköprü kent halkının bu gibi faaliyetlere ilgi duyması önemlidir. Örneğin Uzunköprülüler ne kadar daha fazla bisiklete biner, doğada yürüyüş yapmaya başlarsa, kendi kentlerini bu gibi faaliyetler için olan eksiklikleri daha hızlı tespit edip giderebilirler. Bu bağlamda, kent halkında bir farkındalığın artırılması öncelikli olmalıdır.



5. Tanıtım ve markalaşma stratejisi geliştirilmelidir.

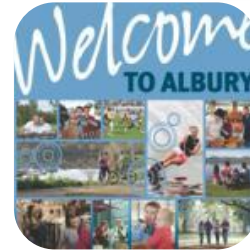
Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi bir kenti tüm dünyadan insanların ziyaret etmek isteyeceği bir kent haline getirmek için ciddi bir tanıtım ve markalaşma stratejisi belirlenmelidir.

İncelediğimiz örneklerin ortak noktalarından biri de hepsinin bir marka olarak öne çıkmasını sağlayan logoları olmasıdır.

Uzunköprü'de en önemli marka değeri olan Köprü'yü kullanarak bir markalaşma ve tanıtım stratejisi geliştirebilir.

Örneğin Köprü'nün UNESCO Kültür Mirası Listesi'ne dahil edilmesi ya da İstanbul'daki MiniaTürk'de yer alması bu anlamda önemli mesafe kaydedilmesini sağlayabilir.

Buna paralel olarak, internette ve sosyal medyada Uzunköprü'nün daha görünür hale gelmesi için yaratıcı kampanyalar tasarlanabilir. Elbette, bunu yapmadan önce, kentin altyapısını, tesislerini ve hizmet anlayışını geliştirmek önemlidir. Bu iyileştirmeler olmadan tanıtım yapmaya odaklanmanın kentin imajına kalıcı zararlar verebileceği göz ardı edilmemelidir.



Toparlayalım, Uzunköprü için ikinci gelişme eksenini:

Hem yaşayanlar hem ziyaretçiler hem de gelecekte yaşayacaklar için Uzunköprü'yü daha iyi bir kent haline getirmek.

Uzunköprü güzel bir yer. Burada yaşayanların büyük bir çoğunluğu Uzunköprü'nün çocuk yetiştirmek için iyi bir yer olduğunu düşünüyor. Ancak öte yandan, kenttekilerin büyük bir çoğunluğu mutlu olmadıklarını, sosyal yaşamdan memnun olmadıklarını ve kentteki yaşam kalitesi düşük bulduklarını ifade ediyorlar.

Uzunköprü daha iyi, daha güzel, daha yüksek yaşam kalitesine sahip bir yer haline gelmeli. Kent halkı kentteki sosyal yaşamdan daha memnun, daha mutlu hale gelmeli.

Eğer bu olursa, Uzunköprü sadece kendi halkı için güzel bir yer haline gelmeyecek. Sadece daha fazla ziyaretçi çekip, turizm gelirleri artmayacak. Aynı zamanda Uzunköprü'nün daha rekabetçi bir yapıya kavuşması için gerekli olan girişimci, yaratıcı, yenilikçi kesim de Uzunköprü'de yaşamak fikrini makul bulacak. Uzunköprü'deki firmalar, kurumlar, kentin dışarıya verdiği beyin göçünü durdurmakla kalmayacak, İstanbul'un Ankara'nın ve belki de Balkanlar'ın en iyi yetişmiş gençlerine, profesyonellerine ve onların ailelerine ev sahipliği yapmaya başlayacaklar.

Bugün hayal olarak görülebilecek bu ihtimaller, Uzunköprü'deki ortak akıl, ortak hedefler etrafında bir araya gelip harekete geçebilirse, yarının gerçekliğine neden dönüşmesin?

Uzunköprü'nün yaşam kalitesini yükseltmek için hayata geçmesinde fayda gördüğümüz program ve projeleri, en son bölüm olan yol haritası kısmında ele aldık.

Ancak şu noktada altınızı çizmek istediğimiz beş öncelikli konuyu not edelim:

- 1. Kentsel mekanın kalitesini arttırmak yaşamın kalitesini de arttıracaktır.**
- 2. Tarım ve turizm bir arada değerlendirilebilir.**
- 3. Kültürel etkinlikler geliştirilmelidir.**
- 4. Kent ve kırsal ilişkisi güçlendirilmelidir.**
- 5. Tanıtım ve markalaşma stratejisi geliştirilmelidir.**

İkinci Bölüm:

Strateji ve Gelişme Eksenleri

Üçüncü Stratejik Gelişme Eksenleri:

Tarım ve hayvancılıkta üretim yelpazesini genişletmek ve sermaye birikim sürecini hızlandırmak.



Uzunköprü için üçüncü gelişme eksenini :

Uzunköprü'de tarım ve hayvancılık sektörleri neden ve nasıl gelişebilir?

Bugün dünyanın gelişmiş kentleri arasına girmenin en önemli şartlarından biri ekonomik aktiviteleri çeşitlendirmektir. Uzunköprü de mutlaka tarımsal potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmeli ve buna ek olarak yeni sektörleri eklemelidir. Tarım alanında uzun vadede başarılı olabilmenin yolu ise tarımsal üretim verimliliğini sürekli arttırmaktan, yeni teknoloji ve örgütlenme modellerini kullanmaktan geçmektedir. Bu kapsamda Uzunköprü bir yandan mevcut ürettiği ürünler olan çeltik, ayçiçeği ve buğdayda verimliliği arttırmalı diğer yandan da yeni ürünlerin de üretildiği bir tarımsal merkez haline gelebilmelidir.

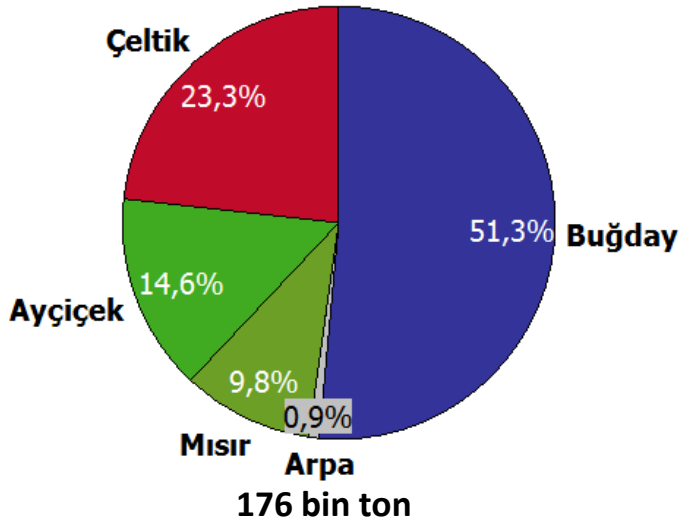
Kuşkusuz mesele sadece yeni ürünler ve üretim teknikleri geliştirilmesi ile bitmemektedir. Bunun yanı sıra Uzunköprülü girişimcilerin farklı pazarların ihtiyaçlarına yönelik yenilikçi iş modelleri geliştirmelerini kolaylaştırıcı adımlar atılmalıdır. Uzunköprü, konumu itibarıyla bu tür yeniliklere imkan sağlayan bir kenttir. Eğer doğru bir tarım stratejisi belirlenirse sermaye birikim süreci hızlanacak, bu sayede zamanla tarıma dayalı sanayi, yüksek katma değerli hizmetler, kentsel altyapının gelişimi vs. gibi farklı alanlarda gelişmeler sağlanacaktır.



Tarımsal üretim üç üründe yoğunlaşıyor: Buğday, ayçiçeği ve çeltik

2012 yılında gerçekleşen 176 bin tonluk üretimin %51,3'ü buğday, %23,3'ü çeltik ve %14,6'sı ayçiçeğinden oluşmaktaydı.

Uzunköprü'nün seçilmiş tahıl ürünleri ve bitkisel ürünlerin üretimi, 2012 (%) ton

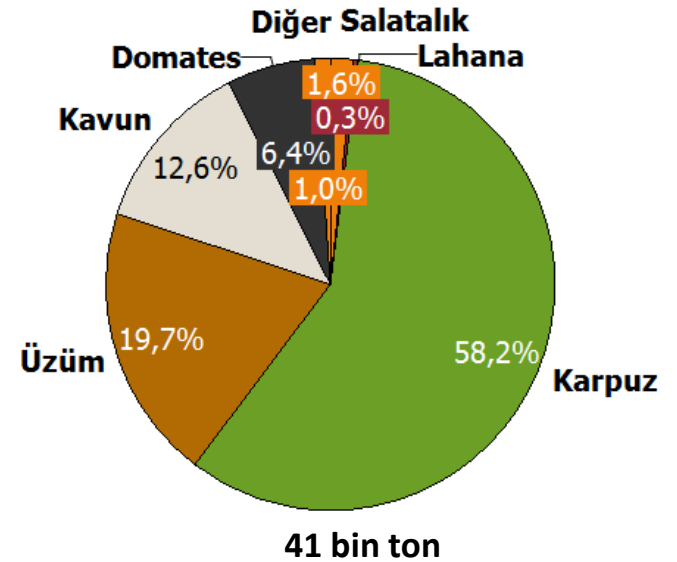


Sebze ve meyve üretimi kısıtlı

Sebze ve meyve üretimi bitkisel üretimin yaklaşık %25'i düzeyinde.

2012 yılında gerçekleşen 41 bin tonluk üretimin %58,2'si karpuz, %19,7'si üzüm, %12,6'sı ise kavundan oluşuyor.

Uzunköprü'nün sebze ve meyve üretimi, 2012 (%) ton



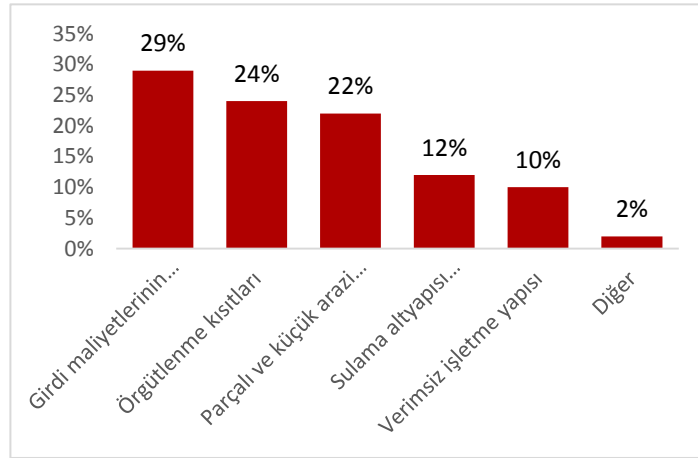
Büyük potansiyelle birlikte sorunlar da sürüyor

Çalıştay katılımcılarına göre tarımın en öne çıkan sorunu %29 ile girdi maliyetlerinin yüksekliği.

Bunu %24 ile ilçede kooperatif ve birliklerin kapasitelerinin yetersizliği, %22 ile tarım arazilerinin çok parçalı ve küçük olması, %12 ile sulama altyapısının yetersizliği ve %10 ile işletmelerin verimsizliği izliyor. Bu sonuçlar geliştireceğimiz stratejide ele almamız gereken sorunları işaret ediyor.



Tarımdaki en önemli sorun nedir?



Tarım odak grup toplantısında başka sorunlar da dile getirildi!

Çalıştayda yapılan değerlendirmelerin yanı sıra Uzunköprü'de tarım sektörünün öne çıkan paydaşları ile sektörün sorunlarını konuştuk:

1. Kamunun yeni ürünler ekilmesine yönelik yönlendirme ve koordinasyon işlevini yeterince yerine getiremediği,
2. Depolama ve paketlenme tesislerinin eksikliği,
3. Ekim tekniği konusunda çiftçinin yeterince bilgilendirilemediği,
4. Çiftçilerin fazla üretim yapmak amacıyla piyasanın talep ettiği kaliteden ödün verdiği,
5. Üretimi destekleyecek pazarlama ve kooperatifleşme organizasyonunun yetersizliği,
6. Ergene kirliliği nedeniyle sulama imkanlarının kısıtlı olması gibi sorunlar dile getirildi.

Edirne'nin ihracatı tarıma dayalı, fakat çeşitlenme düzeyi düşük!

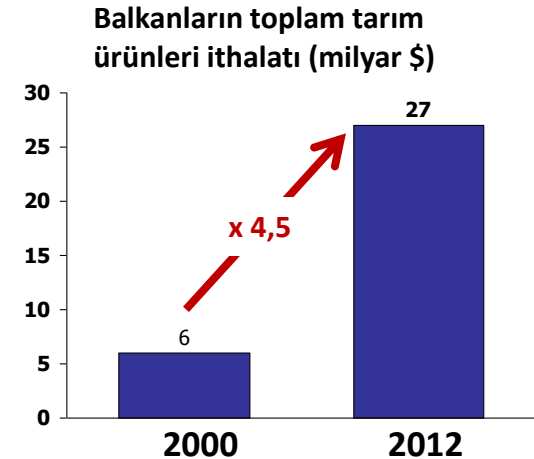
2012 yılında gerçekleştirilen toplam 46,9 milyon \$'lık ihracatın %45'lik kısmı üç ürüne dayanıyor. Öne çıkan ürünler 11,2 milyon \$ ile değirmencilik ürünleri, 6 milyon \$ ile şeker mamulleri ve 4,7 milyon \$ ile pastacılık ürünleridir.

	ÜRÜN ADI	Edirne'nin ihracatı 2012	İhracatın Yıllık Artış Hızı 2002-2012
1	Değirmencilik ürünleri (Un vb.)	11.2	7.5%
2	Şeker ve şeker mamulleri	6.0	7.3%
3	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları; pastacılık ürünleri	4.7	2.5%
4	Kakao ve kakao müstahzarları	3.2	0.0%
5	Balıklar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar	2.4	38.2%
6	Sabunlar, yıkama-yağlama müstahzarları	2.0	23.1%
7	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu, bebek bezi)	1.7	17.8%
8	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler	1.7	3.9%
9	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	1.7	5.2%
10	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	1.5	19.9%
11	Demir veya çelikten eşya	1.4	39.2%
12	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	1.2	10.0%
13	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler	1.2	21.7%
14	Mobilyalar, yatak takımları; aydınlatma cihazları	1.0	-3.6%
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar	0.9	6.3%
	TOPLAM	46.9	11%

%45

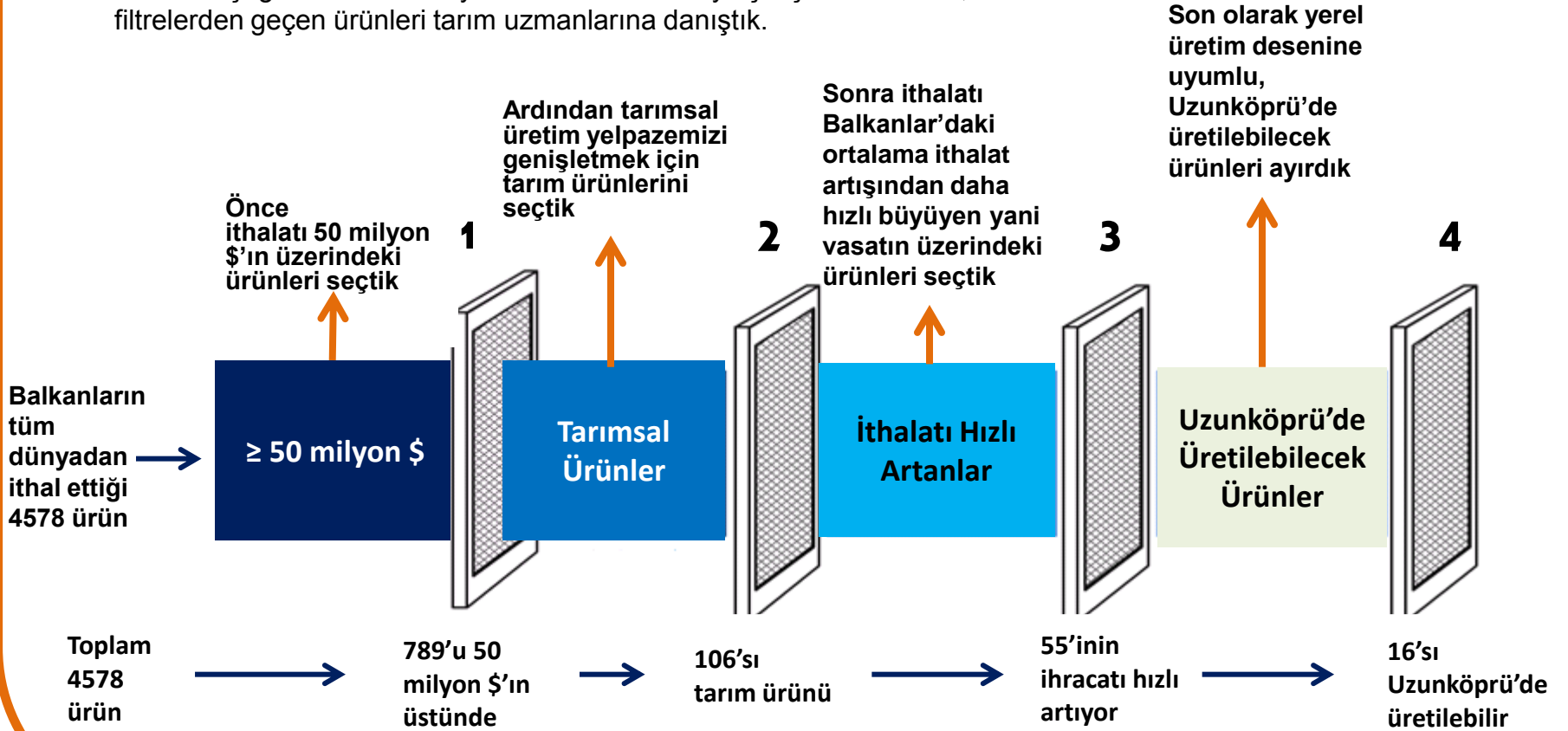
Balkanlarda tarım ürünleri ithalat pazarı büyüyor!

Balkanların 2000 yılında 6 milyar \$ olan tarım ürünleri ithalatı 2012 yılında tam 4,5 kat büyüyerek 27 milyar \$'a ulaştı.



Uzunköprü hangi tarım ürünlerini ihraç edebilir?

Uzunköprü'nün Balkanlardaki fırsatları göz önünde bulundurarak, sulama imkanlarının da genişleyeceği önümüzdeki dönemde yönelebileceği yeni ürünleri aşağıdaki filtreleme yöntemi ile belirlemeye çalıştık. Ardından, bu filtrelerden geçen ürünleri tarım uzmanlarına danıştık.



Edirne'nin Balkanlara satabileceği 16 temel tarım ürünü

İhracat analizinde şeker, ekmek mamulleri, bisküvi, hububat, kakao, domates, süt ve süt ürünleri, kolza tohumu, pasta ürünleri için hamur gibi ürünler öne çıkıyor.

Peki Alternatif Ürünler Neler Olabilir?

Trakya Tarımsal Araştırmalar Enstitüsü:

Çerezlik Ayçiçeği, Çerezlik Kabak, Kekik, Aspir

İç pazarda hayvancılık sektörüne yönelik:

Yonca, Silajlık Mısır, Korunga-fiğ

İhracata yönelik:

Domates, Ayçiçeği tohumu, Tütün, Pamuk, Mısır, Şeker pancarı, Kolza, Süs bitkileri, Modern seracılık (linyit-ısıtma)

	ÜRÜN ADI	Balkanların İthalatı 2000	Balkanların İthalatı 2012
1	Kimyaca saf sakkaroz	99.0	592.8
2	Kamış şekeri	99.1	526.9
3	Hububat esaslı ekmek mamulleri	53.7	352.3
4	Tatlı bisküviler	64.2	313.2
5	Hububat/hububat ürünlerinden gıda mamulleri	27.1	152.8
6	Kakao müstahzarları	26.4	152.8
7	Domates (taze/soğutulmuş)	14.2	111.6
8	Süt, peynir vb. ile hububat esaslı karışım ve mamuller	23.5	104.0
9	Rep/kolza tohumları	3.1	82.6
10	Kakao tozu	10.4	78.8
11	Pancar şekeri	0.2	72.6
12	Rep, kolza, hardal yağı; ham	1.0	70.0
13	Diğer fruktoz ve fruktoz şurubu	2.8	63.8
14	Glikoz ve glikoz şurubu	10.4	60.7
15	Ekmek, pasta, için karışım ve hamur	11.7	59.0
16	Kakao hamuru; yağı alınmamış	4.2	50.7

Fakat, alternatif ürün geliştirme ve fırsatları yakalama konusunda önemli kısıtlar var

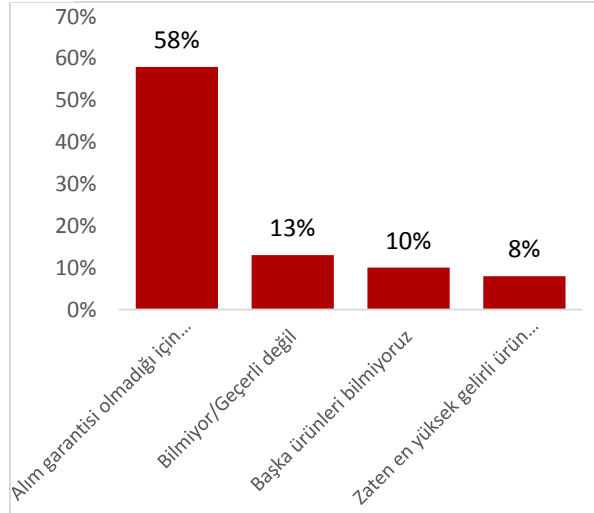
Çalıştayda katılımcıların %58'i alım garantisi sağlanmadan alternatif ürüne geçişin riskinin üstlenilemeyeceğini ifade etti. Buna ek olarak %10'luk grup başka ürünleri yeterince bilmediklerini, katılımcıların %8'i zaten en karlı ürünü üretmekte olduklarını, son olarak %6'sı da maliyetin altından kalkılamadığını dile getirdi. Özellikle Balkanlar'daki fırsatları değerlendirmek isteyen çiftçiler için alternatif ürünlere geçebilmeye ilgili sorunlar çözülmelidir.



Alım garantisi olmadan alternatif ürüne geçmek çok zor, çiftçiler alternatif ürünü tercih etmiyor!



Alternatif ürünlere ne dersiniz?

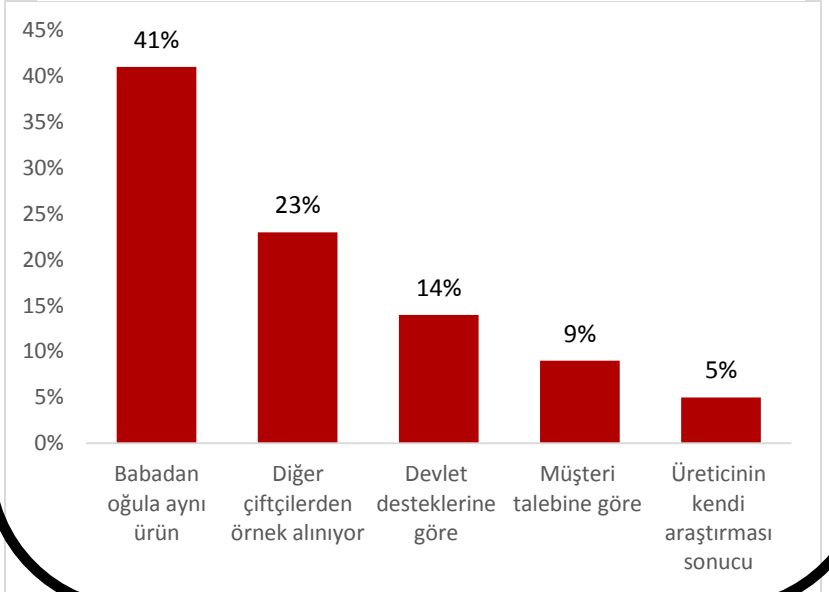


Ekilecek ürünlere hala geleneksel yöntemlerle karar veriliyor

Alternatif ürünlere geçişin riskli olduğunu düşünen katılımcılar, ürün seçimlerinde ağırlıklı olarak (%41) aile geleneklerine göre karar veriyorlar. Katılımcıların %23'ü ise diğer çiftçilerden örnek alarak kararını verdiğini ifade ediyor. Devletin sağladığı desteklere göre hareket edenlerin oranı ise %14. Katılımcıların %9'u kararlarını müşteri talebinin şekillendirdiğini belirtirken %5'lik bir grup üreteceği ürünü kendi araştırmaları sonucu belirlediğini belirtiyor. Bu yaklaşım nedeniyle yeni fırsatlar yeterince değerlendirilemiyor.



Hangi ürünlerin üretileceğine nasıl karar veriliyor?

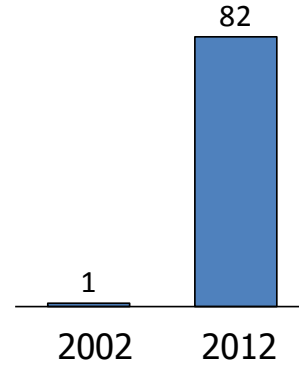


Uzunköprü geleneksel ürünlerde ısrar ederken Balkanlarda bazı tarım ürünlerine olan talep giderek artıyor!

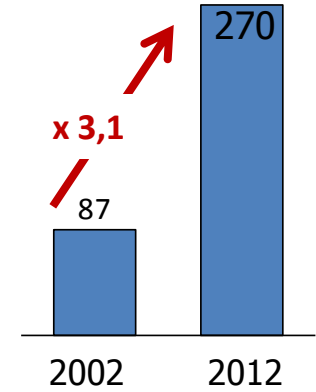
Her ne kadar çalıştay katılımcıları alternatif ürünlere geçişi maliyetli ve alım desteği olmadan yapılamayacak bir manevra olarak görseler ve geleneksel yöntemlerle ekecekleri ürünleri belirleseler de Balkanlar'da tarım ürünlerine yönelik artan talep alternatif ürünlere geçişi üzerinde mutlaka düşünülmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkıyor.

Balkanların 2002-2012 yılları arası ürün bazında ithalat hacmine bakıldığında kolza, süs bitkileri, yonca ve silajlık mısır gibi ürünlerde giderek artan bir talep olduğu görülmektedir. Uzunköprü'deki girişimcilerin Balkanlardaki bu eğilimleri yakından izlemesi ve doğan fırsatları değerlendirmesi gerekmektedir.

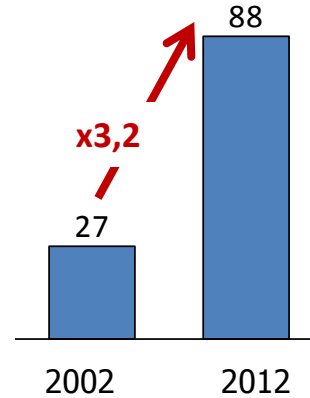
Kolza'da Balkan ithalatı (milyon \$)



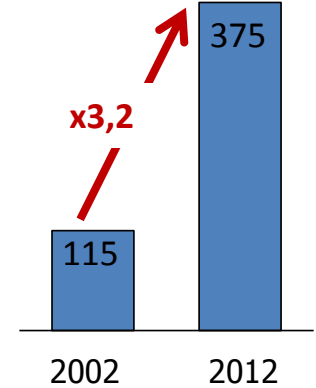
Süs Bitkileri'nde Balkan ithalatı (milyon \$)

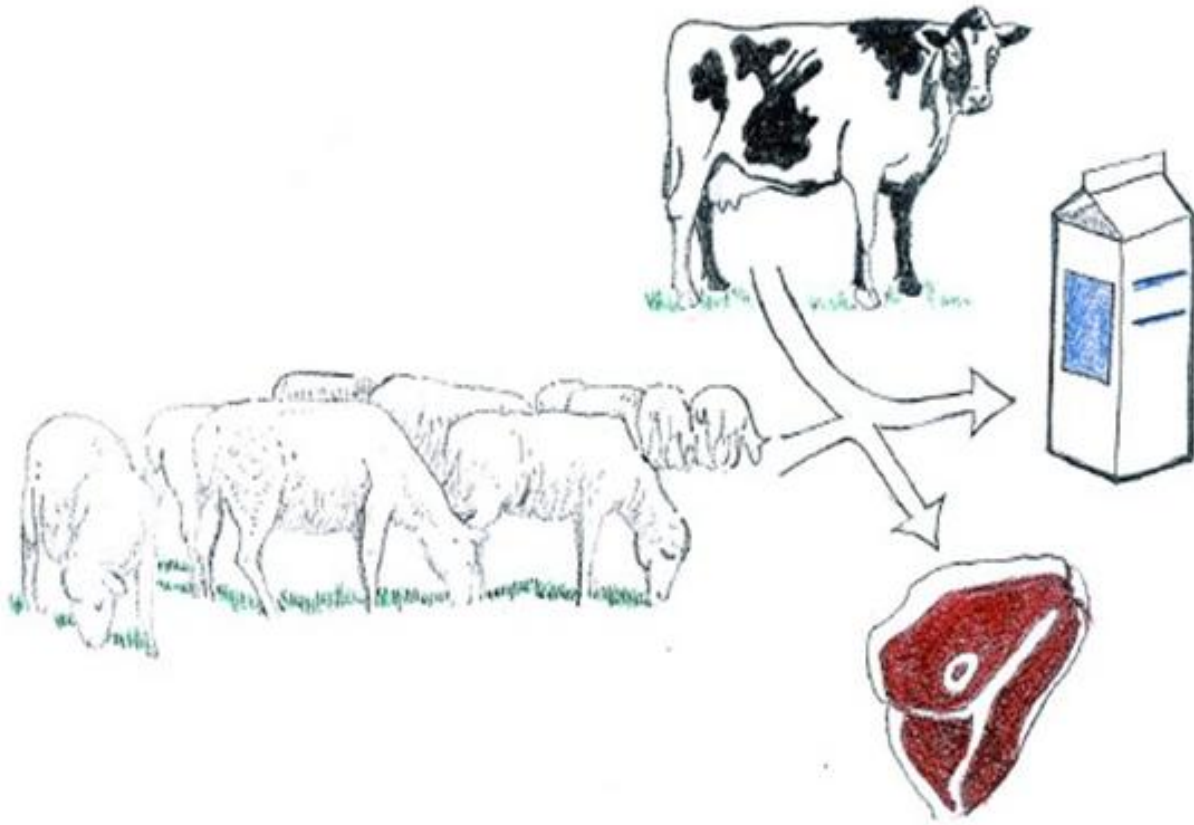


Yonca'da Balkan ithalatı (milyon \$)



Silajlık Mısır'da Balkan ithalatı (milyon \$)



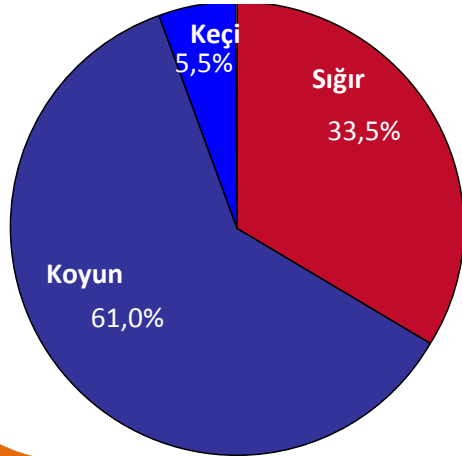


Hayvancılık da Uzunköprü'nün geleceği için önemli sektörlerden biri

Hayvan hastalıklarından arı bölge olan Uzunköprü'de 2012 itibarıyla 50 bin küçükbaş ve 25 bin büyükbaş hayvan bulunmaktadır. Toplam süt üretimi 50 bin tondur ve bu üretim Edirne ilinin toplam üretiminin %20'sini oluşturmaktadır. Son olarak ilçede 10 bin civarında besi hayvanı bulunmaktadır ve yıllık et üretimi yaklaşık 950 tondur.

Edirne'deki diğer ilçelerle kıyaslandığında Uzunköprü'nün üstünlüğü daha açık görülmektedir. 2012 yılında Uzunköprü'deki hayvan varlığını incelediğimizde sığır sayısında 24.693 ile Keşan'ın ardından ikinci, koyun sayısında 44.933 ile birinci, süt üretiminde ise yıllık 50.000 ton ile birinci ilçe konumundadır.

Uzunköprü'de Hayvansal Üretim 2012 (%)

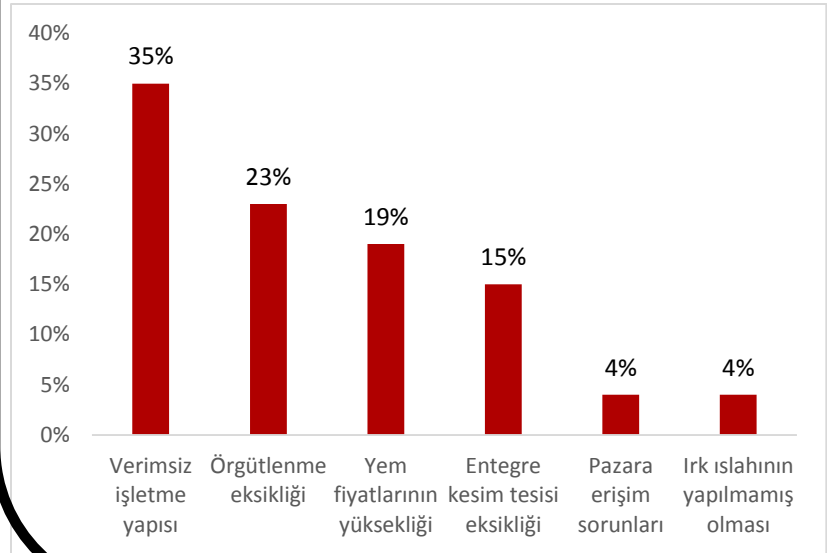


Fakat, sektörün gelişimi önünde çok önemli engeller var

Çalıştay katılımcılarına göre ilçede hayvancılığın gelişiminin önündeki en önemli engel %35 ile verimsiz işletme yapısıdır. Bunu %23'lük pay ile örgütlenme eksikliği, %19 ile yem fiyatlarının yüksekliği, %15 ile entegre kesim tesisi eksikliği ve %4'lük paylarla pazara erişim ve ırk ıslahının yapılmamış olması izlemektedir.



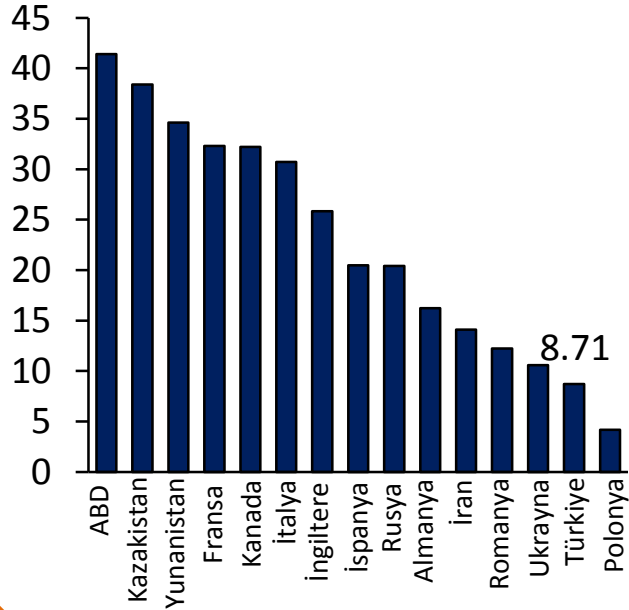
Hayvancılığın gelişiminin önündeki engeller nelerdir?



Ülkemizde kırmızı et tüketimi çok düşük

Türkiye'nin kırmızı et tüketimi pek çok ülkeye göre çok düşük düzeydedir. Örneğin 2009 yılında Amerika'da kişi başına 41 kg kırmızı et tüketilirken, aynı yıl Türkiye'de kişi başına 8,7 kg kırmızı et tüketilmiştir. Dolayısıyla iç pazar, üreticiler için yeterince imkan sunmamaktadır.

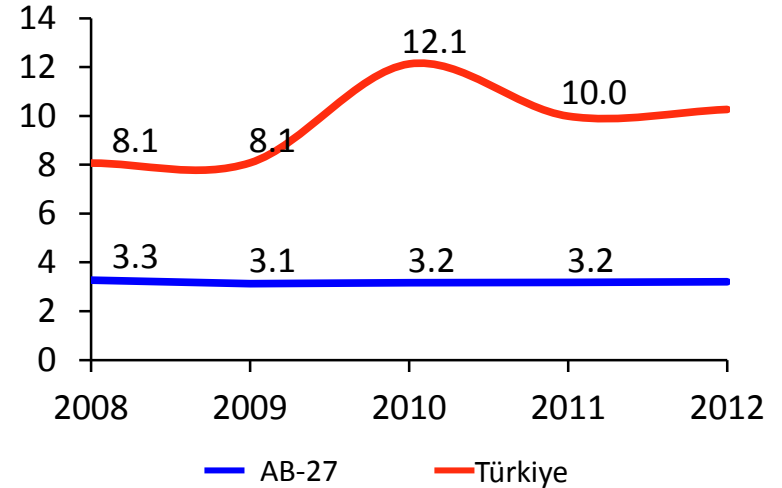
Kişi başına tüketilen kırmızı et miktarı, 2009, kg



Diğer yandan Türkiye'de et fiyatları çok yüksek

Türkiye ve AB'de 2008-2012 yılları arası sığır etinin satış fiyatı değişimine baktığımızda Türkiye'de fiyatların hem AB ortalamasının 3-4 katı yükseklikte hem de daha dengesiz olduğu görülmektedir. AB'de sığır eti satış fiyatı 2008'den beri neredeyse değişmezken, Türkiye'de 8-12 € bandında değişimler yaşanmıştır.

Türkiye ve AB'de sığır eti satış fiyatları (Euro/kg)



Tarım ve hayvancılıkta bir atılım gerçekleştirmek mümkün...

Uzunköprü'nün sahip olduğu verimli topraklar ve kısa-orta vadede Ergene Havzası'nın temizlenmesi ile artacak sulama imkanları da düşünüldüğünde ürün yelpazesi genişletilebilir, çeşitlenebilir ve bu alanda daha rekabetçi bir konuma ulaşılabilir.

Bununla birlikte girdi maliyetlerinin yüksekliği, örgütlenme kapasitesinin yetersizliği, arazilerin küçük ve çok parçalı yapıda olması gibi sorunlar varlığını sürdürmektedir.

İlçe, hayvancılık alanında da Edirne'deki öne çıkan merkezlerden biri konumundadır. Fakat verimsiz işletme yapısı, yem fiyatlarının yüksekliği ve yine örgütlenme kapasitesinin yetersizliği yüzünden bu alanda da yol alınamamaktadır.

Çevredeki fırsatları iyi okumak ve kaçırmamak lazım...

Uzunköprü, Türkiye'nin kıyısında köşesinde değil; hızlı büyüyen iki pazarın tam ortasındadır. İç pazar ve Balkanlarla bağlantıları kuvvetlendirmek Uzunköprü'de üretime değer katacaktır.

Özellikle Balkanlarda belli tarım ürünlerine yönelik talepler artmakta, piyasalar genişlemektedir. Uzunköprü, bu gelişmeleri çok yakından izleyerek üretim tercihlerini bu gelişmelere uyumlu şekilde yapmalıdır.

Fakat bugün üretilecek ürün tercihleri halen geleneksel yöntemlerle yapılmaktadır.

Üçüncü Bölüm: Yol Haritası ve Eylem Planı İçin Öneriler



? Uzunköprü Stratejisini hayata geçirmek için nasıl bir yol haritası gerekiyor? Nasıl harekete geçeceğiz? ?



Eylem Planı'nın amacı nedir?

Bu bölümde gelişme eksenlerine ilişkin aktörleri ve zamanlaması ile ilgili değerlendirmelerin de sunulduğu eylem önerileri sıralanmaktadır.

Uzunköprü Mevcut Durum Analizi ve Gelişme Eksenleri Raporu'nda bölgede gerçekleştirilen toplantılar ve yapılan analizler sonucu 3 temel gelişme eksenini belirlenmiştir.

Bu üç eksen şu şekilde sıralanmaktadır:

- ❖ Balkan piyasası ile bütünleşme
- ❖ Kentteki yaşam kalitesini ve kentin cazibesini artırma
- ❖ Tarımda verimliliği artırma

Eylem planı, Uzunköprü'nün geleceğinde söz sahibi olan aktörlerin kısa, orta ve uzun vadeli politikalarını ve faaliyetlerini bu gelişme eksenlerinde yol almaya odaklanan, tutarlı, bütüncül bir kalkınma çerçevesi içinde gerçekleştirmelerini sağlamak için bir ilk adım niteliği taşımaktadır.

Ortak hareket etme iradesi

Eylem planının başarısı Uzunköprü'deki aktörlerin bir ortak akıl çerçevesinde hareket etme iradesi geliştirmesine bağlıdır.

Ülkemizde yerel gelişme ile ilgili en önemli sorun devlet, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ile kişiler arasında yeterli iletişim ve koordinasyon kurulamamasıdır.

Kuşkusuz Uzunköprü'nün kalkınması hem ilçede hem ilçe dışında bir çok kurumun uyumlu bir şekilde, ortak akıl çerçevesinde, birbirleri ile düzenli iletişim kurarak ve koordine olarak gerekli adımları atmalarına bağlıdır.

Bu nedenle herhangi bir eylem planının işlevsellik kazanabilmesi için önkoşul olan ortak hareket etme iradesi ortaya konulmalıdır.

Bu çerçevede planın ilk eksenini "Uzunköprü Kalkınma Platformu ve Programı'nı Oluşturmak" olarak belirlenmiştir.

Uzunköprü Kalkınma Platformu'nun eylem önerilerini hayata geçirmek üzere yapacağı faaliyetlerle ilçenin ortak aklı günden güne daha fazla paydaş tarafından sahiplenilecek ve gelişecektir.

Bu bir reçete değil, bir başlangıç gündemi!

Bu eylem planı değişmez bir yapılacaklar listesi olarak görülmemelidir. Uzunköprü'nün kalkınmasında anahtar role sahip alanlara özgü yapılabilir fikirlere örnekler vermeye çalışıyoruz.



Bu çalışma, Uzunköprülüler'in kendi aralarında kuracakları işbirlikleri, düzenli organize edecekleri çalışma, izleme-değerlendirme ve revizyon toplantıları, iç ve dış paydaşlarla düzenli aralıklarla gerçekleştirilecek tanıtım ve işbirliği temasları gibi faaliyetlerle geliştirecekleri bir yol haritası niteliğindedir.

Bu nedenle eylem planında Uzunköprü'nün geleceği için kritik öneme sahip olduğu düşünülen müdahale alanları ve araçları tanımlanmış, yapılması gereken faaliyetlere ilişkin de örnekler, öneriler sunulmuştur. Eylem planında yer alan önerilerin tamamı Uzunköprülülerin tartışmasına ve geliştirmesine açık önerilerdir.

Eylemler sürekli olanlar (kısa, orta, uzun vadede uygulanması gereken) ve kısa, orta ve uzun vadeli eylemler olarak tanımlanmıştır.

Bu eylem planı ile birlikte artık Uzunköprülü her bireyin kendi şehrinin kalkınması için söz sahibi olacağı bir sürecin başlaması amaçlanmaktadır.

1. Yönetişim Ekseni

Amaç 1.1: Eylem planını hayata geçirecek, devamlılığını sağlayacak bir yönetim yapısı kurmak.

Yönetişim eksenindeki eylemler sonraki üç eksenindeki eylemlerin de uygulamaya geçmesi için ön şart niteliğinde olduğu için eylem planının kısa vadeli, en öncelikli eylemleri niteliğindedir. Özel sektör ve toplumun çalışma grupları kurması isteğe bağlıdır.



Yönetişim Ekseni

- Uzunköprü Kalkınma Platformu'nun kurulması
- Uzunköprü Kalkınma Platformu'nun web sitesinin kurulması
- Eylem planının platform aracılığıyla tartışılması
- En öncelikli eylemler için çalışma gruplarının kurulması

Eylem 1.1.1: Uzunköprü Kalkınma Platformu'nun kurulması

Eylem planının hayata geçirilebilmesi için Uzunköprü'nün önde gelen kurumlarının bir araya geldiği, ortak bir hedefe yönelik işbirlikleri geliştirdiği bir oluşuma ihtiyaç vardır.

Bu oluşum eylem planındaki önerileri somut projelere dönüştürecek; bütçelerini ve uygulama takvimlerini oluşturacak; gerçekleşme düzeylerini değerlendirecek ve düzenli olarak eylem planını revize edecektir. Bu amaçla yapılması gereken ilk iş aşağıda sıralanan aktörlerin bir araya gelerek "Uzunköprü Kalkınma Gündemini" hayata geçirmek için bir protokol imzalamasıdır.

Aktörler:

Uzunköprü Belediyesi,
Kaymakamlık,
İlçe Tarım Müdürlüğü,
Uzunköprü Ticaret Borsası,
Uzunköprü Ticaret Odası,
Uzunköprü Meslek Lisesi,
Trakya Kalkınma Ajansı
Trakya Tarımsal Araştırmalar Enstitüsü

Zamanlama: Kısa Vade

Eylem 1.1.2: Uzunköprü kalkınma platformu web sitesinin kurulması

Platformun Uzunköprü'nün geleceğini şekillendirmek adına yaptığı tüm faaliyetlerin (çalıştaylar, yurtdışı çalışma gezileri, destek duyuruları, rapor tanıtımları vs.) görünürlüğünü sağlayacak ve yapılacak faaliyetlere ilişkin duyuruların yer alacağı bir web sitesinin kurulması gerekmektedir. Web sitesine belediye web sitesinden ulaşılması bilgilendirme, iletişim, katılım açısından daha iyi olacaktır.

Örnek içerik:

- Eylem planı
- Yaşam Kalitesi Anketi
- Çalıştay, eğitim duyuruları
- Araştırma gezileri duyuruları
- Uluslararası bakış açıları
- Projelerin ilerleme raporları



Aktörler: Platform üyeleri

Zamanlama: Kısa Vade

Eylem 1.1.3: Eylem planının platform aracılığıyla tartışılması

Eylem planının başında da ifade ettiğimiz gibi TEPAV'ın katkıları ile Uzunköprü'de yapılan toplantılar ve analizler ile şekillendirilen bu eylem planındaki önerilerin hayata geçmesi için ön şart ilçedeki tüm paydaşların bu metni derinlemesine inceleyerek görüşleri ile metni geliştirmeleridir.

Bu nedenle platformun kurulması ile ilgili faaliyetler tamamlandıktan sonra atılması gereken adım bu metinde ortaya konulan kalkınma stratejisinin ve eylem önerilerinin platform aracılığıyla ilgili paydaşlara sunulması ve bir tartışma, geliştirme sürecinin başlatılmasıdır.

Ancak böyle bir sürecin sağlıklı bir şekilde işletilmesinin ve tüm paydaşların bu metindeki eylemler üzerine fikir birliğine ulaşmasının ardından projelendirme, faaliyet takvimi oluşturma, finansman kaynaklarını belirleme gibi aşamalara geçilebilir.

Aktörler: Platform üyeleri ve ilçedeki paydaşlar

Zamanlama: Kısa vade

Eylem 1.1.4: En öncelikli eylemlere yönelik çalışma gruplarının kurulması



Eylem planının tamamı için olmasa da bir önceki eylemde ifade edilen tartışma sürecinde önceliklendirilen bir iki eyleme yönelik gerekli araştırma ve projelendirme faaliyetlerini yürütecek çalışma gruplarının kurulması süreci hızlandıracaktır.

Yeni projelerin gerçekleşmesi ve ilçenin vazgeçilmezleri arasında olması için kabiliyetli bölge sakinlerinin planlama ve uygulama prosedürlerine getirilmesi gerekmektedir.

Aktörler: Platform üyeleri

Zamanlama: Kısa vade

İkinci eylem grubu: Uzunköprü'nün Balkanlar'la ticari ilişkilerini en üst düzeye çıkartmak.



2. Balkanlarla Bütünleşme Eksenini

Amaç 2.1: Uzunköprü'nün Balkanlar'la ticari ilişkilerini en üst düzeye çıkartmak.

Bu amaç altında Uzunköprü'nün kendini Türkiye'nin kıyısında köşesinde kalmış bir ilçe olarak değil, Türkiye ve Balkanlar gibi iki büyük piyasanın tam merkezinde, iki tarafla da güçlü ticari ilişkileri olan bir kent olarak konumlandırması için gerekli eylem önerileri sıralanmaktadır.

Bu amaç altında hem sürekliliği olan, yani kısa, orta ve uzun vadede sürekli gerçekleştirilmesi gereken eylemler hem de kısa ve orta vadeli eylemler bulunmaktadır.



Balkanlara yönelik eylemler

- Balkanlar'daki ticari aktörlerle ikili ilişkiler geliştirilmeli
- Balkanlar'daki piyasalar, özellikle gıda piyasası, çok yakından izlenmeli
- Balkan piyasalarını değerlendirme ve tanıtım toplantıları düzenlenmeli
- Balkanlar'la ticaretin önündeki engeller belirlenerek çözüm önerileri geliştirilmeli
- Balkan piyasasına pozitif ayrımcılık uygulanmalı

Eylem 2.1.1: Balkanlardaki ticari aktörlerle ikili ilişkiler geliştirilmeli

Mevcut durum raporunda ifade edildiği gibi Uzunköprü'nün geleceği kendisini Türkiye'nin kıyısında değil, büyüyen Balkan ve Türkiye piyasalarının merkezinde görmesinden geçmektedir. Bu noktadan hareketle atılması gereken adımlardan ilki özellikle Balkanlar'daki iş dünyası temsilcileri ile Uzunköprü'lü girişimciler arasında iletişimi sıcak tutmaktır.

Platform, Uzunköprü'deki girişimciler ve ekonominin başat aktörleri ile birlikte Balkanlar'daki iş dünyası temsilcileri ile ilişkileri güçlendirmek amacıyla düzenli olarak bir araya gelmelidir.

Aktörler:

- ❖ Platform üyeleri
- ❖ Balkan ülkelerindeki Sofya, Selanik, Üsküp, Priştine, Tiran, Atina, Bükreş, Dolj, Belgrad gibi kentlerin bizdeki Sanayi ve Ticaret Odaları'na karşılık gelen örgütleri,
- ❖ Ürün bazlı kurulmuş birlikler,
- ❖ Büyük kooperatifler vb. oluşumlar



Örneğin,

❑ Balkan şehirlerinde Uzunköprü'de kurulacak platform benzeri, kalkınma önceliği ile kurulmuş platformlar

ve

❑ Balkanlardaki gıda piyasasının nabzını tutan çiftçi örgütleri ile yapılacak görüşmelerde Uzunköprü'nün kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri dile getirilebilir ve bölgedeki gıda piyasasının eğilimleri öğrenilebilir.

Zamanlama: Kısa, orta ve uzun vade

Eylem 2.1.2: Balkanlardaki piyasalar, özellikle gıda piyasası, çok yakından izlenmeli



Ekonominin
ile yakın
kurmanın yanı
ra Uzunköprül
girişimcilerin Balkan
piyasalarına ilişkin
telikli ve güncel
ilgiye erişimlerini
ağlamak adına
teknik bilgi ve analiz

kapasitesine sahip uzmanlar tarafından "Balkan Piyasalarındaki Fırsatlar" olarak isimlendirilebilecek, özellikle gıda piyasasındaki eğilimleri güncel verilerle ortaya koyan raporlar düzenli bir şekilde hazırlanmalı ve platform web sitesi üzerinden paydaşlara ulaştırılmalıdır.

Aktörler: Platform üyeleri, Trakya Üniversitesi İİBF ve Balkan Araştırmaları Enstitüsü

Zamanlama: Kısa, orta ve uzun vade

Eylem 2.1.3: Balkan piyasalarını değerlendirme ve tanıtım toplantıları düzenlenmeli

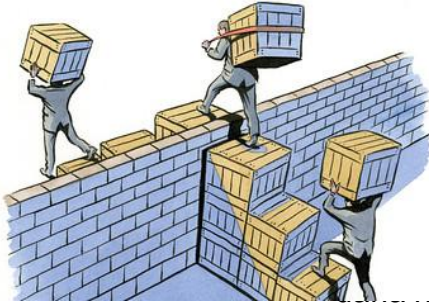
Balkanlardaki iş dünyası temsilcileri ile yapılan ikili temaslara ve uzmanlar tarafından periyodik olarak üretilen "Balkan Piyasalarındaki Fırsatlar" raporuna ek olarak Uzunköprül girişimcilerle düzenli olarak Balkanlardaki gelişmeler hakkında bilgilendirme ve yönlendirme amaçlı toplantılar düzenlenmelidir. Örneğin domates yerine salça, fındık yerine fındık ezmesi ihraç etmenin getirileri çeşitli medya kanallarından düzenli bir şekilde girişimcilere anlatılmalıdır



Aktörler: Platform üyeleri ve Uzunköprül girişimciler

Zamanlama: Kısa, orta ve uzun vade

Eylem 2.1.4: Balkanlarla ticaretin önündeki engeller belirlenerek çözüm önerileri geliştirilmeli



Balkanlar ile ticari ilişkilerin geliştirilmesi, prülü Balkanlarına ilişkin gerekli ve önemli bilgi sağlanması

ile geliştirilen süreç orta vadede Balkanlar'la ticaretin önündeki engellerin ortadan kaldırılması için gerekli önlemlerin de tanımlandığı bir ilave yol haritası geliştirme sürecini başlatmalıdır.

Önceki aşamalarda Balkan piyasasının hangi tür ürünlere ihtiyacı olduğu hem ikili temaslarla hem de uzmanlar tarafından yapılan analizlerle ortaya konulmuş olacağı için bu aşamada artık ihracat ile ilgili AB standartları, gümrük uygulamaları, paketleme tesisi yetersizliği gibi daha detaylı meselelerin çözümü gündeme getirilebilecektir.

Aktörler: Platform üyeleri ve Uzunköprülü girişimciler

Zamanlama: Orta ve uzun vade

Eylem 2.1.5: Balkan piyasasına pozitif ayrımcılık uygulanmalı

Bu çalışmanın mevcut durum analizi kısmında da görüldüğü üzere Balkanlar'da gıda ürünleri piyasası gün geçtikçe büyümektedir. Örneğin Balkanlar'ın toplam ihracatı 2000 ve 2012 yılları arasında 4,4 kat artmıştır.

Dolayısıyla bu piyasaya hem coğrafi olarak çok yakın olan hem de iklim, toprak kalitesi, ürün deseni vb. unsurlar açısından da benzerlikleri olan Uzunköprü'nün bu hızlı büyüyen piyasa ile mümkün olduğunca yakın ilişkiler kurması gerekmektedir.

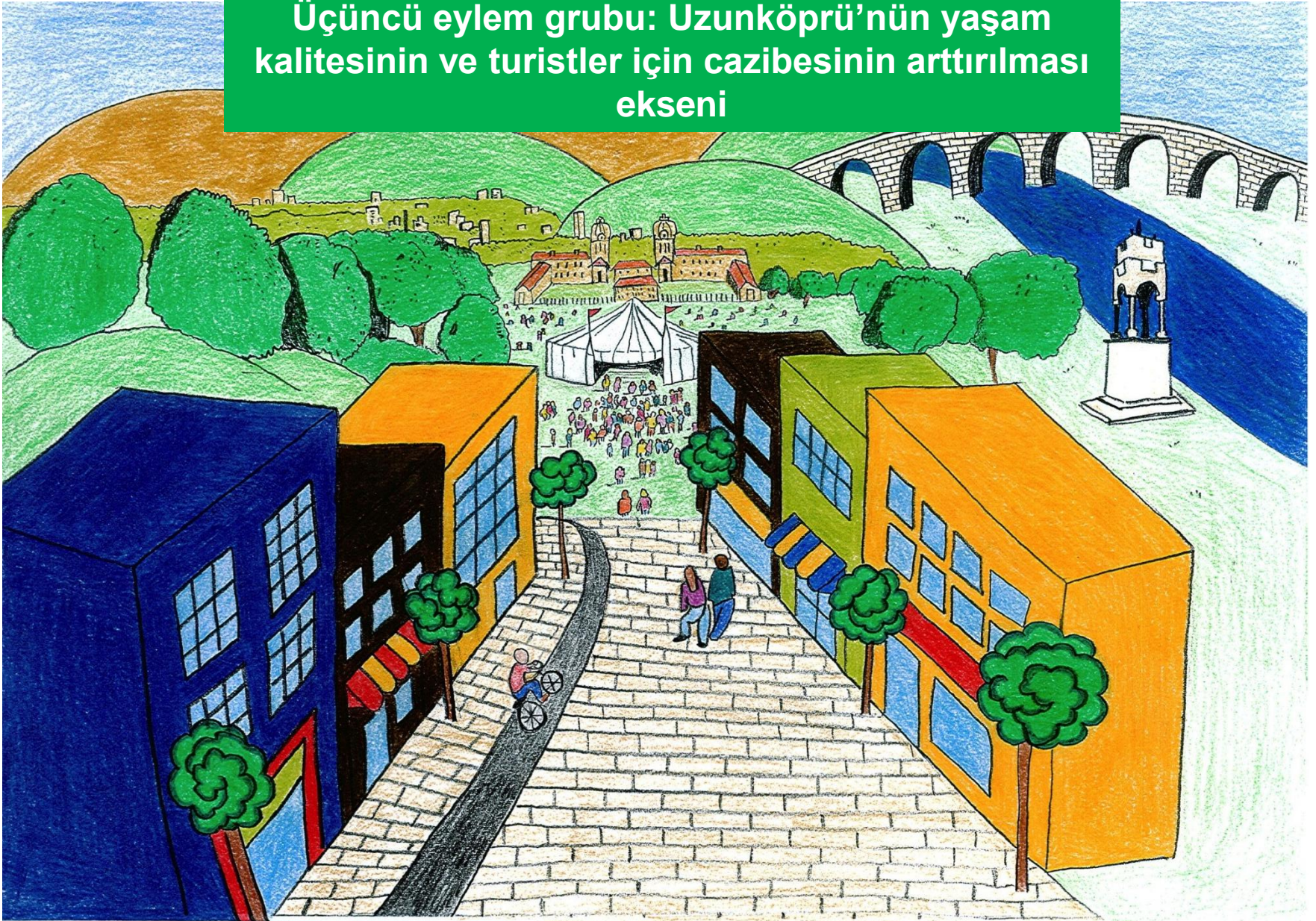
Bu ise Uzunköprülü girişimcilerin bakış açılarını genişletmeleri ve Balkanlara yönelmeleri ile mümkün olabilir. Platform, ilçedeki girişimcileri yönlendirecek teşvik uygulamaları geliştirebilir.

Örneğin, Balkan piyasasına yönelik bugüne kadar var olmayan bir iş modeli geliştiren girişimcileri destekleyecek yerel destek mekanizmaları tasarlanabilir.

Aktörler: Platform üyeleri, Ticaret ve Sanayi Odası, Ekonomi Bakanlığı, KOSGEB

Zamanlama: Kısa ve orta vade

Üçüncü eylem grubu: Uzunköprü'nün yaşam kalitesinin ve turistler için cazibesinin artırılması eksenli



3. Kentin yaşam kalitesinin ve turistler için cazibesinin artırılması eksenı

Amaç 3.1: Uzunköprülülerin yaşam kalitesinin artırılması

Amaç 3.2: Kentin turistik cazibesini artırılması

Uzunköprü'nün ekonomik olarak büyümesi, kentin yaşam kalitesinin de gelişmesini gerektirmektedir. Hem ekonomik büyümenin Uzunköprülüler'in refahına yansması hem de nitelikli işgücünün kentte tutulabilmesi için yaşam kalitesi önem arz etmektedir.

Buna paralel olarak kentin büyümesinin tetikleyicilerinden biri olarak gördüğümüz turizm sektörüne yönelik girişimlere de ihtiyaç vardır.

Bu eksen altında yine farklı dönemlerde gerçekleştirilmesini önerdiğimiz eylemler bulunmaktadır.

Yaşam kalitesi ve turizme yönelik eylemler

- Yaşam kalitesi ihtiyaç analizi
- Yaşam kalitesi geliştirme yol haritası
- Turizm sektörü ile lobicilik yapılmalı, markalaşma ve tanıtım stratejisi oluşturulmalı
- Hizmet kapasitesi geliştirme eğitimleri
- Doğa turizmi potansiyeli
- Festivaller ve etkinlikler düzenlenmeli

Eylem 3.1.1: Yaşam kalitesi ihtiyaç analizi

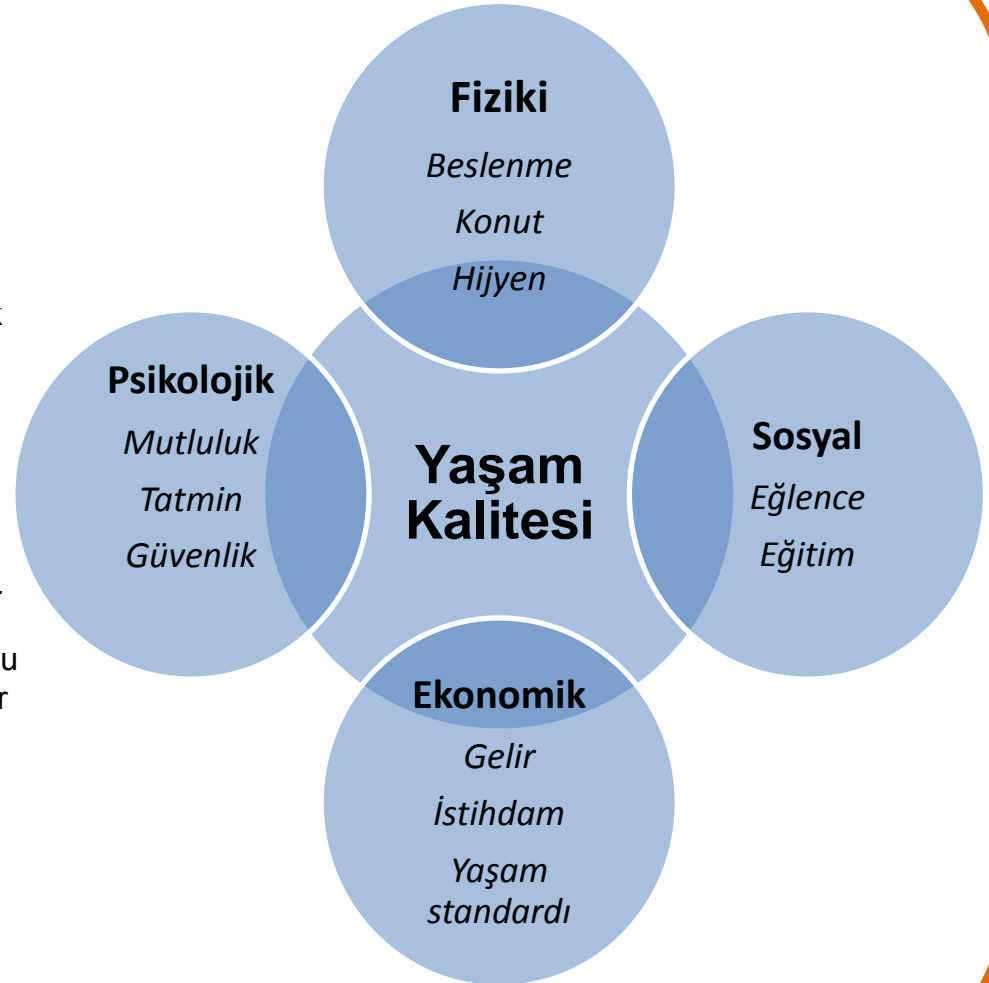
Mevcut durum analizi bölümünde de ifade edildiği gibi Uzunköprülüler'in en önemli sorunlarından biri yaşam kalitesi düzeyinin düşüklüğüdür.

Bu noktadan hareketle yapılması gereken ilk iş Uzunköprülüler'in en öncelikli ihtiyaçlarını tespit etmek için bir yaşam kalitesi ihtiyaç analizi yapmaktır. Söz konusu analiz bir anket uygulaması ile gerçekleştirilebilir. Bu ankette kentteki sosyal yaşam, eğitim-sağlık gibi kamusal hizmetlerden memnuniyet, kentin ulaşım altyapısı (yaya ve taşıt), güvenlik, kirlilik meselesi, kentsel estetik, yeşil alanlar vb. pek çok boyut işlenmeli ve en öncelikli ihtiyaçlar belirlenmelidir.

Bu tür bir analiz çalışması kentin yönetiminden sorumlu olanların daha yaşanabilir bir Uzunköprü için politikalar geliştirmelerine yardımcı olacaktır. Ayrıca bu analizin periyodik olarak tekrarlanması da uygulanan politikaların başarısını ölçmek anlamında önemlidir.

Aktörler: Başta Uzunköprü Belediyesi olmak üzere Platform üyeleri ve bölgedeki üniversiteler

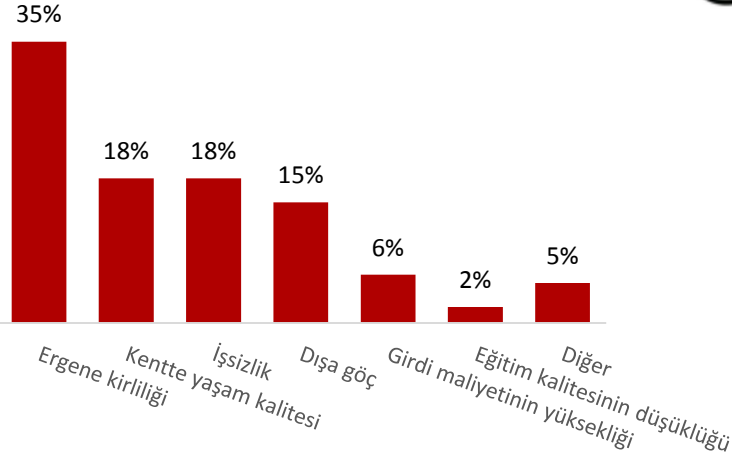
Zamanlama: Kısa vade



Eylem 3.1.2: Yaşam kalitesi geliştirme yol haritası



Uzunköprü'de sizce en önemli sorun nedir?



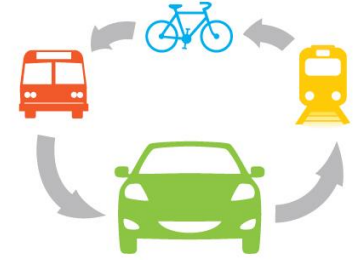
Uzunköprülüler tarafından en önemli sorunlardan biri olarak gösterilen yaşam kalitesine yönelik mutlaka etkin politikalar üretilmelidir. Gerçekleştirilen analiz çalışmasının ardından Uzunköprü Belediyesi'nin liderliğiyle yaşam kalitesini geliştirmeye yönelik eylemler sıralanmalı ve hangi aktörlerin ne tür katkılar sağlayabileceği belirlenmelidir.

Aktörler: Başta Uzunköprü Belediyesi olmak üzere Platform üyeleri

Zamanlama: Orta vade

Yaşam kalitesini arttırmak için neler yapılabilir?

Kentteki ulaşım sorununu çözmek, daha çevre dostu ulaşım araçlarını geliştirmek kentlilerin yaşam kalitesine doğrudan etki yapacaktır. Yayalaştırılmış alanlar, bisiklet yolları, raylı sistemler gibi çözümler üzerinde düşünülmelidir.

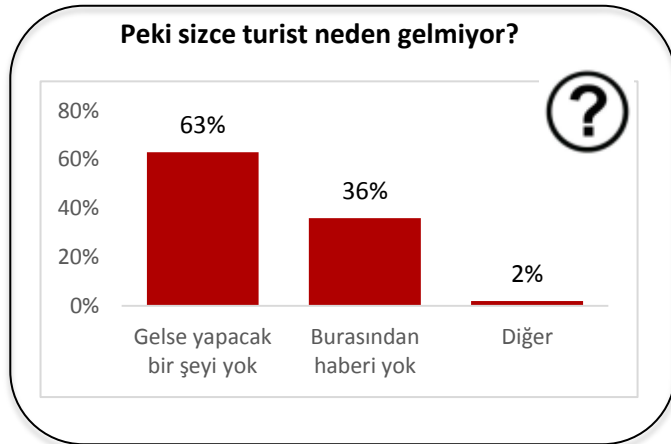


Yapılan araştırmalar bir kentteki yeşil alan oranı ile o kentte yaşayanların sında

festivaller, konserler, piknik etkinlikleri gibi amaçlarla kullanılabilecek yeşil alanların sayısının artırılması gerekmektedir.

Kentlilerin sosyal yaşamlarını zenginleştirebilmelerine imkan sağlayan sinema, tiyatro, spor tesisleri gibi olanaklar geliştirilmelidir.

Eylem 3.2.1: Turizm sektörü ile lobicilik yapılmalı, markalaşma ve tanıtım stratejisi oluşturulmalı



Uzunköprü'de gerçekleştirilen Kalkınma Çalıştayı'nda Uzunköprülüler'in kentlerine yeterince turist gelmemesinin sebeplerinden birinin tanıtım eksikliği olduğunu düşündükleri ortaya çıkmıştır. Bu nedenle turizm alanında en öncelikli gereksinim Uzunköprü'nün sektörün önde gelenlerine tanıtılmasıdır. Bu kapsamda Platform'un Trakya ve İstanbul'daki tur firmaları ile temaslar kurarak turistik aktivite olanakları hakkında kentin lobisini yapması gerekmektedir.

Aktörler: Platform üyeleri, Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, bölgedeki turizm firmaları

Zamanlama: Kısa, orta ve uzun vade

Daha iyi tanıtım için neler yapılabilir?

Yurtdışındaki başarılı örnekleri incelediğimizde bu kentlerin tamamının akıllarda kalıcı bir logoya sahip olduğunu görüyoruz. Uzunköprü denildiğinde herkesin aklına gelecek, platform üyelerinin benimsediği ve kullandığı bir logo tasarlanmalıdır.

Ayrıca internet ortamında, sosyal medyada kenti tanıtan girişimler artırılmalıdır. İnternet ortamında kentin yönetiminden sorumlu kurumların web sitelerinin yanı sıra doğrudan kentin tanıtımını yapan bir web sitesi kurulabilir. Bu web sitesi ile insanlara Uzunköprü'yü ziyaret etmek için en iyi 5 neden gibi bölümler, hangi tur şirketleri ile iletişim kurulabileceği, konaklama ve ulaşım ile ilgili detaylar yer alabilir.

Uzunköprü'nün İstanbul'daki MiniaTurk'te yer almasının ön koşullarının yetkililer ile görüşülmesi faydalı olabilir.

Uzunköprü'nün turistik değerlerini insanlara anlatmak ve yaygınlaştırmak amacıyla broşürler, yapıştırmalar, küçük hediyelik eşyalar vb. hazırlanabilir.

Eylem 3.2.2: Hizmet kapasitesi geliştirme eğitimleri

Uzunköprü'nün gelecekte bir turizm kenti olması hayalini kuruyorsak olmazsa olmazlardan biri de kentteki hizmet sektörünün dünyadaki rakipleri ile aynı düzeye ulaşmasını sağlamaktır. Bugün Uzunköprü'de uluslararası tanınırlığı olan turizm organizasyonlarının kalitesini kabul ettiği bir otel bulunmamaktadır.

Bu nedenle kentin turizm alanındaki cazibesinin arttırılabilmesi için öncelikle atılması gereken adımlardan biri hizmet kapasitesinin arttırılmasıdır. Bu çerçevede özellikle oteller, restoranlar ve kafelerde çalışanlara yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi ve yürütülmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede işe ilk olarak Uzunköprü Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi ile ortak programlar geliştirilmesi ile başlanabilir.

Aktörler: Platform üyeleri, Uzunköprü Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi

Zamanlama: Kısa vade

Eylem 3.2.3: Doğa turizmi potansiyeli

Hizmet kapasitesinin arttırılması kadar önemli bir başka husus da kente gelenlere mümkün olduğu kadar farklı turistik faaliyetler sunmaktır.

Bugün yüz binlerce turist ağırlayan kentlerin ortak özelliği turistik faaliyetleri çeşitlendirmiş ve yılın tümüne yaymış olmalarıdır.

Uzunköprü de en önemli turistik değeri olan Köprü'nün yanına zamanla yeni unsurlar eklemelidir. Kentin olanakları düşünüldüğünde ilk akla gelen doğa turizmi potansiyelidir. Kentin çevresindeki kırsal alanla bağını güçlendirmek amacıyla Ergene Nehri, Çakmak Barajı ve Değirmenci Göleti'ni kapsayan alana yönelik doğa turizmi olanakları araştırılmalı ve gerekli ilk temasları kurulmalıdır. Bu sayede Uzunköprü koşu, bisiklet ve su sporlarını da içine alan bir turizm merkezi haline gelebilir.

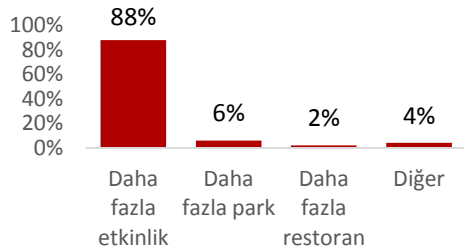
Aktörler: Platform üyeleri, Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, bölgedeki turizm firmaları

Zamanlama: Kısa vade

Eylem 3.2.4: Festivaller ve etkinlikler düzenlenmeli



Uzunköprü'de sosyal yaşam sizce nasıl daha canlı hale getirilebilir?



Günümüzde turizmde gelişmiş kentlerden biri olmanın yolu bu sektörü bütün yıl canlı tutmaktan geçmektedir. Dünyada bunu gerçekleştirmenin en geçerli yolu yılın çeşitli dönemlerinde festivaller organize etmektir. Bununla birlikte yukarıdaki grafikte de görüldüğü gibi kentte daha fazla etkinlik düzenlenmesi Uzunköprülüler'in de talepleri arasında yer almaktadır.

Aktörler: Platform üyeleri

Zamanlama: Kısa, orta ve uzun vade

Festivaller ve etkinlikler nasıl çeşitlendirilebilir?

Uzunköprü'de Trakya ve Balkanlar'a hitap edecek festivaller düzenlenebilir. Örneğin rakı, peynir, şarap festivali ya da Balkan müzikleri festivali vs.

Her ay gerçekleştirilecek etkinliklerin takviminin paylaşılacağı bir web sitesi kurulabilir.

Halka açık meydan ve parklarda konserler, tiyatro gösterileri ve sanat sergileri organize edilebilir.



Dördüncü eylem grubu: Ergene'nin temizlenmesi ile artacak sulu tarım olanaklarından maksimum faydalanmak ve tarımda girdi maliyetlerini düşürmek için tarımsal örgütlenme kapasitesi geliştirilmek

İşlenmemiş pamuk



Şeker Pancarı



Kolza



Alternatif Tarım Ürünleri

Tütün



Kekik



Aspir



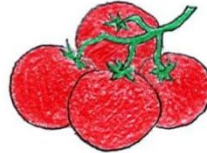
Ayçiçeği Tohumu



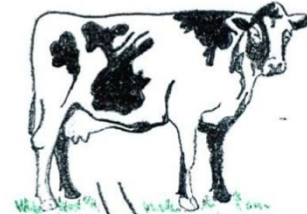
Mısır



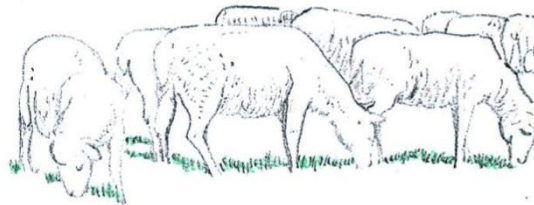
Domates



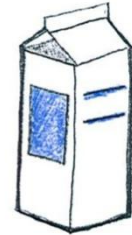
Besicilik



Koyun Ürünleri

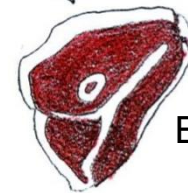


Süt



Yonca, Mısır

Et



Süs bitkileri & Modern seracılık (linyit-ısıtma)



4. Tarımda verimliliği artırma ve üretim yelpazesini genişletme eksenı

Amaç 4.1: Ergene'nin temizlenmesi ile artacak sulu tarım olanaklarından maksimum faydalanmak

Amaç 4.2: Tarımda girdi maliyetlerini düşürmek için tarımsal örgütlenme kapasitesi geliştirilmelidir

Uzunköprü'nün geleceğini şekillendirecek en önemli gelişmelerden biri Ergene Havzası'nın temizlenmesi ve Çakmak Barajı'nın faaliyete geçmesi olacaktır. Bu sayede sulu tarım imkanları genişleyecek olan kentin bir yandan Balkanlarla güçlü ilişkiler kurması diğer yandan da kendi tarımsal kapasitesini geliştirmesi gerekmektedir.

Bu eksen altında bu yeni dönemden en fazla fayda sağlanmasına yönelik öneriler geliştirilmektedir.

Yine bu önlemler kısa, orta ve uzun vadede hayata geçirilmesi gereken önerilerdir.

Tarım Stratejisi

Amaç 4.1: Ergene'nin temizlenmesi ile artacak sulu tarım olanaklarından maksimum faydalanmak

- Sulu tarıma geçiş önlemleri
- İyi tarım uygulamaları

Amaç 4.2: Tarımda girdi maliyetlerini düşürmek için tarımsal örgütlenme kapasitesi geliştirilmelidir

- Örgütlenme – kooperatifleşme ihtiyaç analizi
- Yurtdışı örneklerden faydalanma

Eylem 4.1.1: Sulu tarıma geçiş önlemleri

Ergene Nehri'nin temizlenmesi ve Çakmak Barajı'nın aktif hale gelmesi ile birlikte Uzunköprü'nün sulu tarım imkanları genişleyecektir. Bu yeni döneme ayak uydurabilmek için çiftçilerin sulu tarımın getirilerinden haberdar edilmeleri ve modern teknikler konusunda bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda uzmanlarla görüşerek ve çiftçilerle istişare toplantıları düzenleyerek sulu tarımın yaygınlaştırılmasından en iyi şekilde faydalanılabilmesi için alınması gereken önlemlerin belirlenmelidir.



Aktörler: Platform üyeleri, Uzunköprü Ziraat Odası, Uzunköprü Çeltik Üreticileri Birliği

Zamanlama: Kısa ve orta vade

Eylem 4.1.2: İyi tarım uygulamaları

Yerel kalkınma alanında yol alabilmenin en önemli ön şartlarından biri de başarı örnekleri ortaya çıkarılması ve bu örneklerin diğer girişimcilerle paylaşılmasıdır. Bu sayede yeni girişimler için motivasyon geliştirilmiş olur.



Bu kapsamda, başarı hikayeleri oluşturmak amacıyla ilk girişim maliyetlerini platformun karşılayacağı iyi tarım uygulamaları hayata geçirilmesi ve başarılı olunması halinde Uzunköprü'lü çiftçilere bu hikayenin anlatılması gerekmektedir.

Aktörler: Platform üyeleri, girişimciler ve çiftçiler

Zamanlama: Orta ve uzun vade

Eylem 4.2.1: Örgütlenme-kooperatifleşme ihtiyaç analizi



Yapılan toplantı ve birebir görüşmelerde Uzunköprü'de tarımsal örgütlenme kapasitesinin yetersiz olduğu sıklıkla ifade edilmiştir. Örgütlenme özellikle girdi maliyetlerinin azaltılması ve pazarlama olanaklarının artırılması için önem taşımaktadır. Bu kapsamda ilk olarak çiftçilerle istişare toplantıları düzenlenerek örgütlenmeye ilişkin öncelikli sorunlar tespit edilmelidir.

Aktörler: Platform üyeleri, Uzunköprü Ziraat Odası, Uzunköprü Çeltik Üreticileri Birliği, çiftçiler

Zamanlama: Kısa vade

Eylem 4.2.1: Yurtdışı örneklerden faydalanma

Türkiye'nin hemen her bölgesinde tarımın sorunları tartışıldığında ilk ifade edilen meselelerin başında yeterince etkin örgütlenememek gelmektedir.

Kuşkusuz Uzunköprü'de de kooperatifleşmenin gelişmemesine ilişkin kendine özgü nedenler bulunabilir. Bu nedenler derinlemesine analiz edildikten ve geliştirilmesi gereken hususlar belirlendikten sonra ilçedeki kooperatif ve birliklerin daha etkin rol üstlenebilmelerini sağlamak amacıyla yurtiçi ve yurtdışından uzmanlar davet edilerek kapasite geliştirme programları yürütülmelidir.

Örneğin tarımsal örgütlenme alanında çok gelişmiş ülkelerden biri olan İspanya'dan uzmanlar davet edilerek eğitim programları organize edilebilir.

Aktörler: Platform üyeleri, Uzunköprü Ziraat Odası, Uzunköprü Çeltik Üreticileri Birliği, çiftçiler

Zamanlama: Kısa ve orta vade

UYGULAMA TAKVİMİ ÖNERİSİ

EYLEMLER	KISA VADE (1 YIL)	ORTA VADE (1-4 YIL)	UZUN VADE (4-10 YIL)
Uzunköprü Kalkınma Platformu'nun kurulması			
Uzunköprü kalkınma platformu web sitesinin kurulması			
Eylem planının platform aracılığıyla tartışılması			
En öncelikli eylemlere yönelik çalışma gruplarının kurulması			
Yaşam kalitesi ihtiyaç analizi			
Hizmet kapasitesi geliştirme eğitimleri			
Doğa turizmi potansiyeli			
Örgütlenme-kooperatifleşme ihtiyaç analizi			
Balkan piyasasına pozitif ayrımcılık uygulanması			
Sulu tarıma geçiş önlemleri			
Yurtdışı örneklerden faydalanma			
Yaşam kalitesi geliştirme yol haritası			
Balkanlarla ticaretin önündeki engeller belirlenerek çözüm önerileri geliştirilmeli			
İyi tarım uygulamaları			
Balkanlar'daki ticari aktörlerle ikili ilişkiler geliştirilmesi			
Balkanlar'daki piyasalar, özellikle gıda piyasası, çok yakından izlenmesi			
Balkan piyasalarını değerlendirme ve tanıtım toplantıları düzenlenmesi			
Turizm sektörü ile lobicilik yapılması, markalaşma ve tanıtım stratejisi oluşturulması			
Festivaller ve etkinlikler düzenlenmesi			



TEPAV Proje Ekibi

Esen Çağlar (Proje Yöneticisi)

TEPAV İcra Direktörü Yardımcısı

2005 yılından bu yana TEPAV'da çalışmaktadır. İlgilendiği konular arasında kalkınma, kentsel iktisat ve dış ekonomik ilişkiler yer almaktadır. Lisans derecesini Princeton Üniversitesi'nden, lisansüstü derecesini Harvard Üniversitesi'nden almıştır.



İrem Kızılca

TEPAV Araştırmacısı / İktisatçı

2011 yılından bu yana TEPAV'da çalışan Kızılca, sanayi politikası ve uluslararası ticaret konularıyla ilgilenmektedir. Lisans derecesini TOBB Ekonomi Teknoloji Üniversitesi'nden, lisansüstü derecelerini Paris Sorbonne ve Paris School of Economics'den almıştır.



Selçuk Sertesin

TEPAV Araştırmacısı / Şehir-Bölge Plancısı

2007 yılından bu yana TEPAV'da çalışan Sertesin, iyi yönetim, yerleşme ve bölge planlama konularıyla ilgilenmektedir. Lisans ve lisansüstü derecelerini Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nden almıştır.



Andrea Stover

TEPAV Proje Danışmanı / Ekonomik Coğrafyacı

TEPAV ekibine 2014 yılında katılan Stover, sürdürülebilirlik yönetimi ve kentsel planlama konularıyla ilgilenmektedir. Lisans derecesini University of California Berkeley'den, lisansüstü derecesini San Francisco Presidio Graduate School'dan almıştır.



Teşekkürler

Bu çalışmaya katkılarından dolayı

**Necdet Budak,
Emin Dedeoğlu,
Emre Koyuncu,
Ozan Acar
ve Özgür Demir'e
teşekkür ederiz.**