

Journal of Applied Tourism Research

2022, Vol. 3, No. 2, 209-224



ISSN: 2717-8951

EXAMINATION OF LOCAL FOOD IN TERMS OF CULTURAL HERITAGE AND GEOGRAPHICAL INDICATION: BOZKIR TAHİNİ

İmran KAZAN¹, Mehmet KAYA² & Emin Emre ÖZTÜRK³

Abstract

It is becoming more difficult for societies to protect and sustain intangible cultural heritage elements containing the unique characteristics of the local culture of the societies, the intangible cultural heritage elements that reflect the traces they have carried from the past to the present with globalization. Considering that the global culture penetrates the local culture in the globalizing world, it is possible for the local cultural elements to protect themselves with social awareness. In this context, studies for the protection of cultural heritage and locality gain importance. In this study, it is aimed to determine how the traditional knowledge in the production of Bozkır tahini, which is one of the traditional foods of Konya and received geographical indication certificate in 2021 and evaluated under the title of knowledge and applications of intangible cultural heritage (SOKÜM) about nature and the universe,. It is also aimed to determine how it is transferred from generation to generation and the geographical indication perceptions of its producers. In this context, one of the qualitative research methods, semi-structured interview was applied. The whole population was tried to be reached by using a complete count method and 8 participants were interviewed. The obtained results were analyzed by descriptive analysis method. As a result of the study, it has been concluded that tahini producers need 'guidance and support' in order to improve their current situation. It has also been concluded that it would be beneficial to provide more comprehensive information on geographical indication, and the contribution of this product, which is important for the local culture of the district, to the district limited tourism facilities.

Keywords:

Tahini, Bozkır, Geographical Indication, Intangible Cultural Heritage, Local Culture

Article History:

Received:
04 Nov 2022
Accepted:
31 Dec 2022

YÖRESEL YİYECEKLERİN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS VE COĞRAFI İŞARETLEME AÇISINDAN İNCELENMESİ: BOZKIR TAHİNİ

Özet

Toplumların yerel kültürünün kendine has özelliklerini barındıran, onların geçmişten günümüze taşıdıkları izleri yansıtan listeunsurlarını korumaları ve sürdürülebilir kılınmaları küreselleşme ile beraber daha zor hale gelmektedir. Küreselleşen dünyada küresel kültür yerel kültüre nüfuz ettiği düşünüldüğünde, yerel kültür unsurlarının kendiliklerini korumaları toplumsal bilinç ile mümkün olabilir. Bu bağlamda kültürel mirasın, yerelliğin korunmasına yönelik çalışmalar önem kazanmaktadır. Bu çalışmada somut olmayan kültürel mirasın (SOKÜM) doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamaları başlığı altında değerlendirilen ve Konya'nın geleneksel yiyeceklerinden biri olan, 2021 yılında coğrafi işaret belgesi alan Bozkır tahininin üretimindeki geleneksel bilginin nesilden nesile nasıl aktarıldığını ve üreticilerinin coğrafi işaret algılarını belirlemek hedeflenmiştir. Bu kapsamda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme uygulanmıştır. Tam sayım

Anahtar

Kelimeler:

Tahin, Bozkır, Coğrafi İşaret, Somut Olmayan Kültürel Miras, Yerel Kültür

¹ ORCID: 0000-0001-6202-7178, Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Bozkır Meslek Yüksekokulu, ikazan@selcuk.edu.tr

² ORCID: 0000-0003-0066-5232, Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Bozkır Meslek Yüksekokulu, mehmet.kaya@selcuk.edu.tr

³ ORCID: 0000-0002-0306-2229, Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Bozkır Meslek Yüksekokulu, emre.ozturk@selcuk.edu.tr

yoluna gidilerek evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış ve 8 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda tahin üreticilerinin mevcut durumlarının gelişebilmesi için ‘yönlendirilmeye ve desteklenmeye’ ihtiyaçları olduğu, coğrafi işaret konusunda daha kapsamlı bilgilendirme yapılmasının faydalı olacağı, ilçenin yerel kültürü için önemli olan bu ürünün ilçenin kısıtlı turizm faaliyetlerine katkısının olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Makale Geçmişi:
Alınan tarih:
04 Kasım 2022
Kabul tarihi:
31 Aralık 2022

1. Giriş

Öğütölmüş susamın koyu sıvı hali olarak tanımlanan tahin Türkçe’ye, Arapçadaki ‘öğötmek, un haline getirmek’ anlamındaki ‘tahn’ kelimesinden girmiştir. Tahin, susamın kabuklarından ayrıldıktan sonra kavruarak değirmende öğütölmesiyle üretilmektedir. Başta pekmez olmak üzere şeker ve bal gibi ürünlerle karıştırılarak tüketilmesinin yanı sıra farklı yöresel kullanımları da mevcut olan tahinin Konya’nın Bozkır ilçesi açısından büyük önemi bulunmaktadır.

Mayıs 2021 tarihinde Bozkır Belediyesi’nin başvurusu ile coğrafi işaret belgesi alan Bozkır tahini, özellikle üretim yöntemi ile diğer tahinlerden farklılaşmaktadır. Geleneksel taş değirmenlerde, odun ateşinde kavruarak öğütölen Bozkır tahini, hem kültürel hem de turistik açıdan önem taşımaktadır. Bozkır kültürünün önemli bir parçası haline gelen tahini üretim yerinden almak için ilçeyi ziyaret eden insanların sayısı ise azımsanmayacak derecede artmıştır. Bozkır, susam tarımının olmamasına rağmen tahin üretiminin merkezi haline gelmiştir. İlçede 8 tahin üretim işletmesi bulunmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışına ürün gönderen bu işletmeler, Bozkır açısından önemli bir gelir ve istihdam kaynağı oluşturmaktadır.

Geleneksel yiyeceklerin yöreye özgü çeşitlerinin değerlendirilmesi Türk mutfağının çeşitliliğine dikkat çekecektir. Bu bağlamda bu çalışmada, Bozkır Tahini somut olmayan kültürel mirasın doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamaları bağlamında ele alınan geleneksel yiyeceklerden biri olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda coğrafi işaret tescili almış olması yöreye has ürün olan Bozkır tahininin üretimi esnasındaki bilginin kaybolmaması, özgün ürün üreten yerel üreticinin emeklerinin korunması ve kültürel mirasa katkı sunması açısından büyük önem taşımaktadır. Ürünün üreticileri başta olmak üzere kişilerin coğrafi işaret tescili algılarının ürüne bakış açısını değiştireceği düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmada yöredeki tahin üreten işletmelerin coğrafi tescil algıları incelenmiştir. Araştırmada kavramsal çerçeve çizildikten sonra, araştırmanın yöntemi açıklanmış ve araştırmanın bulgularına yer verilmiştir. Sonraki bölümde sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Somut Olmayan Kültürel Miras

Etimolojik açıdan kültür kelimesi, Latince tarım anlamına gelen “cultura” kelimesinden gelmektedir. Batı dillerine ise “culture” olarak kullanılan bu kelimenin yerine Osmanlı toplumunda “hars” kelimesi kullanılmıştır (Kocadaş, 2005:2). Kavramsal olarak kültür; aletlerden tüketilen mallara, anayasa ve belgelerden insana özgü olan düşünce, beceri, inanç ve törelere kadar insana ait olan şeylerden oluşan bütünsel bir toplam olarak tanımlanabilir (Malinowski, 1990: 39). Kısaca söylemek gerekirse kültür; yaşanmış ve yaşanandır (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 167-169).

İnsanların yaşadıkları alanlarda oluşturdukları, geliştirerek çoğalttığı ve sürdürülebilirliği sağlayan bir unsur olarak kültürel miras, geçmişten bugüne ve gelecek nesillere aktarılan bilgi, inanç, davranış kapıları ve nesnelere olarak tanımlanabilir (Gümüştü, 2018: 108). Kültürel miras;

yaşanılan yerin ayrıcalıklarını, farklılıklarını ve kendine has yönlerini, toplumsal yaşam şeklini, yaşam şartlarını, topluma ve coğrafyaya ait diğer özellikleri yansıtan bir ifade aracıdır (Ünsal ve Pulhan, 2012: 34). Kültürel miras kavramı ile kültürün gelecek nesillere aktarılabilir olması yönüne vurgu yapılmaktadır.

Kültürel miras, her ne kadar temsil ettiği toplum açısından ulusal bir değer taşısa da küreselleşme karşısında dünya kültür hazinesinin korunması adına uluslararası anlam ve öneme de sahiptir. Bu sebeple ulusal düzeyde yürütülen çalışmaların yanı sıra uluslararası düzeyde de SOKÜM unsurlarını koruma ve yaşatmaya dayalı çalışmalar yapılmakta ve ortak çözümler aranmaktadır (Pelit ve Türkoğlu, 2019: 104; Türkoğlu, Sandıkçı ve Saraç, 2021: 494). Kültürel miras kavramına yönelik farkındalığın ve koruma bilincinin artması adına Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir. UNESCO'nun 1972 yılında imzalanan ve Türkiye'nin de taraf olduğu "Dünya Kültür ve Doğal Mirasın Korunmasına Dair Sözleşmesi"nde kültürel miras; anıtlar, yapı toplulukları, sitler; doğal miras olarak fiziksel veya biyolojik doğal anıtlar, jeolojik ve fizyolojik oluşumlar, nesli tükenme tehdidi altında olan hayvan veya bitkiler, doğal sitler (UNESCO, 1972: 2-3) olarak tanımlanmıştır. Ancak bu sözleşmede kültürel miras kavramı içerisinde değerlendirilen ve koruma altına alınan unsurların sadece fiziki unsurlar olması taraf ülkeler tarafından eleştirilmiş ve kültürün daha geniş bir ifade olduğu, bir toplumun geleneklerinin, el sanatlarının, deyişlerinin ve benzeri unsurlarının da kültürel miras değeri taşıdığı düşüncesi ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda 2003 yılında imzalanan ve Türkiye'nin de taraf olduğu Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, 1972 Sözleşmesinde kültürel miras kavramı içerisinde yer almayan unsurları kapsayan ve SOKÜM unsurlarının korunmasına yönelik çeşitli maddeleri olan bir sözleşmedir. SOKÜM kavramı ilgili sözleşmenin 2. Maddesinde; "Somut olmayan kültürel miras, kültürel mirasın bir parçası olarak tanımlanan faaliyetler, anlatımlar, bilgi ve beceriler, temsiller ve bunlara ilişkin araç-gereç ile kültürel alanlar" olarak tanımlanmaktadır (UNESCO, 2003). SOKÜM sözleşmesi kapsamında değerlendirilen ve koruma altına alınan kültürel miras unsurları ise sözleşmenin 2. Maddesinde şu şekilde belirlenmiştir:

- Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı görevi üstlenen dil, sözlü gelenek ve anlatımlar (Efsaneler, masallar, hikayeler, destanlar, atasözleri, fıkralar vb.)
- Gösteri sanatları (Hacıvat-Karagöz, kukla gösterisi, Meddahlık, halk oyunları ve gösteriler)
- Topluma ait çalışmalar, faaliyet, ritüeller ve şenlikler (Düğün, doğum, sünnet, nişan, düğün, nevrüz kutlamaları vb.)
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (Geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk bilgeliği, geleneksel takvim vb.)
- Geleneksel el sanatları (telkâri, bakırcılık, çömlekçilik, halı dokumacılığı vb.)

Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar başlığı altında yer alan yöresel yiyecekler bir bölgenin ve toplumun yemek kültürünü tanıtmada, yapımı esnasında kullanılan malzemeler, yöntemler ve yürütülen toplumsal ilişkiler sayesinde yerel kültürün hayat bulmasında önem taşımaktadır (Türkoğlu, Sandıkçı ve Saraç, 2021: 495). Konya'nın Bozkır ilçesinde üretilen Bozkır tahini de gerek üretim tekniği gerekse tadı ve aroması ile kültürel bir değer taşımaktadır.

Önemli bir kültürel ve ekonomik değer haline gelen Bozkır tahininin korunması adına coğrafi işaret belgesi ile tescil edilmiştir.

Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar başlığı altında yer alan yöresel yiyecekler, bir bölgenin yemek kültürünü tanıtmada, yapımı esnasındaki sosyo-kültürel hareketlilik sayesinde toplumsal ilişkileri yaşatmada, kültürel aktarımın sağlanmasında önemli bir yer tutmaktadır.

2.2. Coğrafi İşaret Kavramı ve Türkiye’de Coğrafi İşaretleme

Coğrafi işaret; herhangi bir yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş ürünü tanımlayan bir işarettir. Mahreç işareti ya da menşe adı olmak üzere iki kategoride tescil edilebilen coğrafi işarete gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri konu olabilmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde menşe adı ile mahreç işareti birbirinden ayırt eden temel nokta, coğrafi işarete konu olan ürünün yöre ile bağlantısının niteliğidir. Söz konusu ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü belirlenen coğrafi alanla sınırlı ise menşe adı; sınırlı değilse mahreç işareti kullanılmaktadır. Bozkır Tahini örneğinde olduğu gibi, ürünün hammaddesi Bozkır yöresinde yetişmediği için mahreç işareti alınmıştır. Herhangi bir ürünün hammaddesi, üretim, işleme aşamalarından bir tanesinin yörede gerçekleşmesi mahreç işareti alınması için yeterli olmaktadır. Menşe adı alabilmek için ise üretim aşamaları ve hammaddenin tamamının belirlenen yöreden karşılanması gerekmektedir. Coğrafi işaret bir anlamda ürünün kalite işaretidir. Tüketiciler açısından ürünün kaynağını, özelliklerini ve coğrafi alan ile bağlantısını garanti eden coğrafi işaret tescili; gelenekselliğin korunmasını sağlamaktadır (TÜRKPATENT, 2022).

Modern anlamda coğrafi işaret kavramını 1883’te imzalanan Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi’ne dayandırmak mümkündür (Köşker, 2022: 24). 1891 yılında imzalanan Eşyalar Üzerindeki Sahte/Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesi Hakkındaki Madrid Anlaşması, sonrasında 1958’te yürürlüğe giren Menşe Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescili için Lizbon Anlaşması ve 1994 yılında düzenlenen Ticretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları anlaşması coğrafi işaret kavramına yönelik atılan önemli adımlardır (Jaelani, Handayani ve Karjoko, 2020; Köşker, 2022: 24).

Türkiye’de coğrafi işaretleme 1995 yılında çıkarılan Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname’ye dayanmaktadır. Bu kararname ile coğrafi işaretler Türk Patent Enstitüsünün Markalar Dairesi nezdinde korunma altına alınmaya başlamıştır (İlıcılı, 2019; Aktaran Kart vd., 2022: 384). 2016 yılında ise Sınai Mülkiyet Kanunu çıkarılmış ve bu kanun ile birlikte 2018 yılı itibariyle tescilli coğrafi işaretler için amblem kullanma zorunluluğu başlamıştır. Suluk (2018), amblemi kullanmanın amacının tüketiciyi bilgilendirmeye yönelik olduğunu vurgulamakta, ayrıca söz konusu amblemin kalite güvencesi anlamına geldiğini ve denetleme faaliyetlerini kolaylaştırdığını savunmuştur (Aktaran Kart vd., 2022: 384).

Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) tarafından 1996 yılından itibaren coğrafi işaretleme başlatılmıştır. TÜRKPATENT verileri incelendiğinde 1996-2021 tarihi aralığında bin 853 ürünün tescilli için başvuru yapılmış ve bu başvurulardan bin 123’ünün tescilli gerçekleştirilmiştir. 1996 yılında 25 başvuru yapılmış ve bu başvurulardan 24’ü tescillenmiştir. 2006 yılında ise 40 tescil başvurusu yapılmış ve başvuruların 4’ü tescil edilmiştir. 2016’da 103 başvuru ve 13 ürün tescilli gerçekleştirilmiştir. 2017 yılından 2021 yılına kadar hem başvuru sayısı hem de tescil sayısı oldukça artmıştır. 2017’de 242 başvurudan 111’i tescillenmiş, 2021 yılında ise 577 başvurudan 352 ürünün tescil işlemi gerçekleşmiştir. Tescilli yapılan bin 123 ürünün yüzde 70,5’i mahreç işareti, yüzde 29’u menşe adı ve yüzde 0,4’ü de geleneksel ürün adı almıştır. En çok coğrafi işaret tescili yaptıran kurumların ilk üç sırasında belediyeler, ticaret/sanayi odaları ve ticaret borsaları bulunmaktadır.

Tescili yapılan ürün gruplarına bakıldığında ise ‘yemekler ve çorbalar’ ilk sırada yer almaktadır. Türk Patent ve Marka Kurumuna tescili yapılan 291 yemek ve çorba bulunmaktadır. İkinci sırada işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar yer almaktadır. Bu kategoride 237 ürün bulunmaktadır. Üçüncü sırada fırıncılık ve pasta mamulleri ile hamur işleri ve tatlılar bulunmaktadır. Halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatları ürünlerine ait 62 tescil işlemi gerçekleştirilmiştir. Diğer ürünler kategorisi içerisinde ise tütün, bal, alkollü içecekler, süt ürünleri, çeşniler-soslar-tuzlar, et ürünleri, alkolsüz içecekler, dondurmalar ve benzeri yenilebilir buzlar gibi çok sayıda ürün bulunmaktadır.

2.3. Bozkır Tahininin Ayırt Edici Özellikleri

Bozkır Belediyesi tarafından 23.07.2019 tarihinde yapılan başvuru sonucu Bozkır Tahini 11.05.2021 tarihinde C2019/092 dosya numarası ile tescillenmiştir. Bozkır Tahininin mahreç işareti almasını sağlayan önemli özellikleri bulunmaktadır. Kepekli ve kepeksiz olmak üzere çoğunlukla iki çeşit şekilde tüketicilere sunulan Bozkır Tahininin en önemli ayırt edici özelliği, ardıç odunu ateşinde kavrularak taş değirmenlerde öğütülmesidir. İlgili dosyada, ardıç odununun ürüne katkısı şu ifadelerle vurgulanmaktadır: Açık-koyu kehribar renginde ve ardıç odunu ateşinde kavrulması nedeniyle tutsü aromalıdır.

Coğrafi işaret başvuru dosyasında Bozkır Tahininin üretim metodu ile ilgili şu bilgilere yer verilmektedir (TÜRKPATENT, 2022):

“Bozkır Tahininin üretiminde kullanılan ve tahinin hammaddesi olan susamlar, oda sıcaklığındaki depolardan çıkartılarak ıslatma havuzlarına aktarılır. Susamın su alma eğilimine bağlı olarak 24-36 saat boyunca su dolu havuzlarda bekletilir. Susamlar en az 2 saatte 1 kez karıştırılır. ıslatma havuzlarından çıkarılan susamlar, kabuk ayırma makinesine alınır ve santrifüj yöntemiyle, kepeği uzaklaştırılır. Kepeksiz tahin için susamın kepeği (kabuğu) %100 ayrıştırılır, kepekli tahin için de en az %50 kepek uzaklaştırılır. Susamlar daha sonra, fırının bir gözünde ardıç odunu ateşi ile yanan iki gözlü fırının diğer gözünde koyulur ve 200-250 °C’de 2,5-3,5 saat boyunca, dakikada 10 devir yapan kol yardımıyla karıştırılarak kavrulur.

Kavrulan susamlar fırından çıkarılıp bir tekne içerisine konularak 10-15 dakika boyunca karıştırılarak havalandırılır. Daha sonra susamlar eleğe alınarak gıda içerisinde istenmeyen unsurlardan temizlenir. Öğütülmeye hazır hale gelmiş susamlar, değirmen taşlarında öğütülür. Taşların arasında ezilen susamların aşırı hızdan yanmaması için dakikada en fazla 50-60 devir hızında çalıştırılması gerekir.”

Konya’nın Bozkır ilçesinde geleneksel usulde tahin üretimi gerçekleştiren 8 adet işletme bulunmaktadır. İlçede faaliyet gösteren 8 tahin işletmesinden Çavuşoğlu Tahin, Güleröğlü Tahin ve Kalaycıoğlu Tahin Bozkır’ın Dere mahallesinde; Karabacaklar Tahin, Değirmencioğlu Tahin, Göktepe Tahin, Mehmet Çavuş Tahin ve Sultan Pınarı Tahin ise Sorkun mahallesinde üretim gerçekleştirmektedir.

3. Araştırma Yöntemi

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Konya ili Bozkır ilçesinde yer alan tahin üretici firmalar oluşturmaktadır. Belirlenmiş olan evrene ulaşma konusunda herhangi bir sorun yaşanmayacağı ve evrenin sınırlı, kapsam açısından da dar olacağı düşünüldüğü için örneklem alma yolu tercih edilmeyerek evrenin tamamına ulaşmak hedeflenmiş ve tam sayım yöntemi uygulanmıştır (Ural ve Kılıç, 2005). Tam sayımın uygulanabilmesi için, ulaşılmak istenen evren büyüklük, belirlenen mali durum ve zaman gibi faktörler açısından elverişli olmalıdır (Balce ve Demir, 2007:17). Bu çalışmada ilçede yer alan 8 tahin üretici işletmenin tamamına ulaşılması zaman, maddi durum gibi açılardan problem oluşturmayacağından örneklem almak yerine tamsayım yöntemine gidilmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, insan ve grup davranışlarındaki neden ve nasılı derinlemesine anlamaya yönelik olan araştırmalardır (Gürbüz & Şahin, 2018). Araştırmada veri toplama aracı olarak nitel araştırmalarda sıklıkla başvurulan görüşmeden faydalanılmıştır. Nitel araştırmalarda kullanılan görüşme yöntemi görüşme yapılan kişilere kendilerini ilk elden anlatma imkanı sunarken, araştırmacıya görüşme yaptıkları kişilerin araştırmaya konu olan durumlar hakkında duygu, düşünce ve deneyimlerini yine onların ifadeleri ile derinlemesine anlama imkanı sunmaktadır (McCracken, 1988: 9). Görüşme çeşitlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tercih edilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmede sorular önceden belirlenir ve hazırlanan sorularla veriler toplanır (Karasar, 1999). Yarı yapılandırılmış görüşmeler yazma ve doldurmaya dayalı anketlere kıyasla belli oranda esnekliğe sahip olmaları, konu hakkında derinlemesine bilgi edinmeye elverişli (Yıldırım ve Şimşek, 2003) olmaları nedeniyle araştırmacılarca tercih edilmektedir. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme için 14 maddeden oluşan görüşme soruları oluşturulmuş ve görüşme esnasında 4 adet daha eklenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak için görüşme formları uzman görüşüne sunulmuştur. Hazırlanan sorular turizm alanında görev yapan 2 akademisyen ve 2 coğrafi işaret tescilli için başvuru yapmış kamu yararına çalışan kooperatif çalışanının uzman görüşü alınmıştır. Böylece sorular tekrar gözden geçirilerek yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile Mart-Nisan 2022 tarih aralığında veriler toplanmıştır.

3.2. Veri Toplama Süreci

Yarı yapılandırılmış görüşme için hazırlanan sorular, tahin üreticilerine birebir görüşme esnasında yöneltilmiş olup her görüşme esnasında notlar alınmıştır. Yapılan görüşmelerin her biri 15-20 dakika sürmüştür.

3.3. Verilerin Analizi

Araştırmada tahin üreticilerinin coğrafi işaret tescilli almış bu ürün üzerine kendi özgün ifadelerine dayalı olarak elde edilen veriler kategorileştirilerek içerik analizi yoluyla değerlendirilmiştir. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu sebeple toplanan verilerin ilk önce kavramsallaştırılması, daha sonra da ortaya çıkan kavramlar ışığında düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2004). Bu doğrultuda bu çalışmada toplanan veriler 4 kategoride analiz edilmiştir. Bu kategorilerden ilki Tahin Üretimi Yapan İşletme Profilleridir. Bu kategoride kuruluş yeri, kuruluş yılı (yıl), çalışan sayısı, yıllık üretim miktarı (ton), ihracat durumu, hammadde seçimi, üretimde mevsimsellik, işletmeyi yöneten kuşak, tahin sektörünün en önemli sorunu gibi başlıklar ele alınmıştır. İkinci kategori olarak Tahin Üreticilerinin Coğrafi İşaret Algısı olarak belirlenmiştir. Bu kategoride coğrafi işaretin sektöre katkısı, coğrafi işarete yönelik beklenti, coğrafi işaretin kullanımı ve ürünlerde mahreç işareti

kullanma durumu gibi maddeler yer almaktadır. Üçüncü kategori Tahinin Bozkır Kültür ve Turizmine Katkısı olarak belirlenmiş ve bu kategoride tahinin bozkır kültürüne ve turizmine katkısı, tahinin kültürel bir öge olarak kullanım alanları turizme katkısının artırılması için yapılması gerekenler maddeleri incelenmiştir. Dördüncü kategori olarak Tanıtım ve Pazarlama Yöntemlerinde Farklılaşma belirlenmiş ve bu kategoride ürün için yapılan tanıtım çalışmaları, pazarlamaya yönelik farklılaşma ve internet sitesi/ e-satış maddelerine yer verilmiştir.

4. Bulgular

Çalışma kapsamında 8 tahin üreticisi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde katılımcılara K1, K2, K3....., K8 şeklinde kodlar verilmiş ve alıntılar bu kodlara göre verilmiştir. Tablo 1’de tahin üretimi gerçekleştiren katılımcılara ait demografik özellikler yer almaktadır. Bozkır ilçesinde tahin üretimi gerçekleştiren 8 işletme bulunmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Kadın	0	0
	Erkek	8	100
Yaş	25-35	1	12.5
	36-46	4	50
	47-57	2	25
	58 ve üstü	1	12.5
Mesleki Deneyim	11-15	1	12.5
	16-20	2	25
	21 ve üstü	5	62.5
İşletmedeki Görevi	İşletme Sahibi	8	100

Tabloya göre katılımcıların tamamı erkeklerden oluşmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında katılımcıların yarısının 36-46 yaş grubunda yer aldığı görülmektedir. Katılımcılardan biri 25-35, 2’si 47-57 ve 1’i de 58 yaş ve üstü grupta yer almaktadır. Katılımcıların tamamının 10 yıldan fazla mesleki deneyimi bulunmaktadır. Aile mesleklerini devam ettirmeleri nedeniyle çocukluklarından itibaren tahin üretiminin içinde yer alan katılımcıların 5’i 21 yıl ve üstü bu işi yapmaktadır. Yapılan mülakatlarda 8 işletme yöneticisinden 7’sinin baba/dede mesleğini sürdürdüğü, 1’isinin ise sektörde uzun yıllar ‘çalışan’ olarak yer aldığını, son 1 yıldır ise tahin üretimine başladığı belirlenmiştir. Mülakat yapılan katılımcıların tamamı işletme sahiplerinden seçilmiştir.

Tablo 2: Tahin Üretimi Yapan İşletme Profilleri

		n	%
İşletmenin Kuruluş Yeri	Sorkun	5	62.5
	Dereköy	3	37.5
İşletmenin Kuruluş Yılı (Yıl)	1-5	1	12.5
	50-100	3	37.5
	101-150	3	37.5
	150-200	1	12.5
İşletmedeki Çalışan Sayısı	1-2	1	12.5
	3-5	4	50
	6-10	1	12.5
	15 ve üstü	2	25
Yıllık Üretim Miktarı (Ton)	50-100	2	25
	101-150	2	25
	151-200	2	25
	201-250	1	12.5
	300-350	1	12.5
İhracat Durumu	Var	3	37.5
	Yok	5	62.5
Hammadde Seçimi	Yerli	5	62.5
	Yerli+İthal	3	37.5
Üretimde Mevsimsellik	*Kış Aylarında Artar, Yaz Aylarında Azalır *4 Mevsim Üretim	5	62.5
	Yoğundur	2	25
	*Yaz Aylarında Üretim		
	Durur	1	12.5
İşletmeyi Kaçınıcı Kuşak Yönetiyor?	1.Kuşak	1	12.5
	2.Kuşak	2	25
	3.Kuşak	3	37.5
	4.Kuşak	1	12.5
	6.Kuşak	1	12.5
	Tahin Sektörünün En Önemli Sorunu	Birliktelik Yok	4
Gizli Rekabet		3	16.6
Deneyimli Personel		3	16.6
Hırs		1	5.5
Hammadde Fiyatı		1	5.5
Desteksizlik		2	11.1
Pazarlama Sorunları		1	5.56
Üretim Sorunları		2	11.1
Mekan Sorunu		1	5.5

Tablo 2’de tahin üretimi gerçekleştiren 8 işletmenin profili yer almaktadır. Konya’nın Bozkır İlçesi’nde bulunan 8 adet tahin işletmesi Sorkun ve Dereköy (Dere) mahallelerinde faaliyet göstermektedir. Bozkır ilçe merkezine; Dereköy mahallesi 8 kilometre, Sorkun mahallesi ise 14 kilometre uzaklıktadır. Üretimin bu iki mahallede yoğunlaşması, buldukları coğrafi şartlarla doğrudan ilintilidir. Her iki mahallede Çarşamba Çayı üzerinde kuruludur. 16. yüzyıldan günümüze Çarşamba Çayı’nın ilerlediği güzergâh un değirmenleri ile bilinmektedir⁴.

İşletmelerin kuruluş yıllarına bakıldığında ise resmi kuruluş yılı ile faaliyete başlanan yıl ayrımı dikkat çekmektedir. Resmi kuruluş yıllarına bakıldığında en eski işletmenin 1930 yılında, en yeni işletmenin ise 2020 yılında kurulduğu mülakat sonuçlarından ortaya çıkmıştır. Mülakat gerçekleştirilen 7 işletme yöneticisi de kuruluş hikayelerinde benzer ifadeler kullanmıştır. Bu

⁴ Bozkır su değirmenleri ile ilgili detaylı bilgiye bu çalışmadan ulaşılabilir: Yörük, D., & Kabak, O. (2016). XVI. Yüzyıldan Günümüze Bozkır Su Değirmenleri ve Değirmen İşletmeciliği. Uluslararası Sempozyum: Geçmişten Günümüze Bozkır, 06-08.

işletme yöneticileri Bozkır'da tahinciliğin dedeleri tarafından başlatıldığını söylemişlerdir. 'Dedelerinin Antalya ve ilçelerinden susam getirerek, Bozkır'daki su değirmenlerinde öğüttüğü' ifadesi işletmelerin kuruluş hikayesindeki ortak noktayı oluşturmaktadır.

K 1: Dedelerimiz tarafından bu iş başlatılıyor. Antalya ve ilçelerinden susam temin edilerek, Dere'ye getiriliyor. Burada değirmenlerde öğütülerek tahin halini alıyor. Biz 100 yıldır aynı yöntemi kullanıyoruz.

K 2: Bozkır'da tahin için ilk değirmeni kullanan Şıppınlı Dayı namıyla bilinen bir büyüğümüz ve Karabacaklar Tahinlerinin babalarıdır. Geçmişi yaklaşık 120 yıldır.

K 5: 150-200 yıl önce aile büyüklerim tarafından Bozkır'da tahincilik başlatılıyor. Akdeniz taraflarından getirilen susam buradaki değirmenlerde öğütülüp tahin haline getiriliyor... O tarihlerde bu bölgede 36 değirmen olduğu söyleniyor.

İşletmelerdeki çalışan sayıları dikkate alındığında, tahin üreticilerinin neredeyse tamamının küçük atölyeler şeklinde örgütlendiği görülmektedir⁵. 8 işletmeden 5'inde aile üyelerinin çoğunlukla çalıştığı, 2 işletmenin ise çalışan sayısı açısından farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Mevsimsel şartlara bağlı olarak bu iki firmada 20 civarında kişinin çalıştığı katılımcılar tarafından aktarılmıştır.

Tabloya göre; Bozkır'da 8 işletme yıllık toplam 803-1050 ton arasında üretim gerçekleştirmektedir. 2 firmanın üretim miktarları ile diğer firmalardan ayrıştığı görülmektedir. Zincir marketler için de üretim gerçekleştiren 2 firmanın neredeyse toplam üretimin yarısı tek başlarına gerçekleştirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Yapılan mülakatlarda firmaların kapasitelerinin tamamını ise kullanmadığı ortaya çıkmıştır. Kapasite kullanım oranını artırmak için işletmelerden bazılarının yeni Pazar arayışında olduğu gözlemlenmiştir.

İşletmelerden 3'ü tahin ihracatı gerçekleştirmektedir. Almanya, Hollanda, Fransa, Belçika, Azerbaycan en fazla ihracat yapılan ülkeler arasında yer almaktadır. İhracat yapmayan firmaların bilgi ve yöntem konusundaki eksiklikler nedeniyle bu yola başvurmadığını görülmüştür.

K 5: İran ve Irak'tan da zaman zaman iş bağlantıları için gelenler oluyor, ancak para ve ücret tahsilatı konusunda anlaşamıyoruz.

K 8: İhracatımız henüz yok. İhracatçı belgesi almak ve tahsilat konularında bilgi eksikliklerimiz var.

K 4: Almanya, Hollanda, Norveç, Belçika, Azerbaycan ve Kanada'ya ihracatımız var.

Hammadde (susam) seçiminde firmalar arasındaki yerli-ithal çekişmesi mülakatlarda dikkat çekmiştir. Bu konuda hem firmalar arasında hem de Sorkun-Dere mahalleleri arasında çekişme olduğu gözlemlenmiştir. Yerli susam kullanmak işletmeler açısından bir prestij meselesi haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. İşletmelerden 5'i sadece yerli susam kullandığını, 3'ü ise hem yerli hem de ithal susam kullandığını açıklamıştır.

K 1: Hem ithal hem de yerli hammadde kullanıyoruz. Hammadde alırken dikkat ettiğimiz temel nokta, temiz olması, içinde çakıl ve benzeri yabancı maddelerin olmaması.

⁵ İşletme yapılarıyla ilgili ayrıntılı bilgiye 'Akçaözoğlu, E., ve Aliğaoğlu, A. (2019). Bozkır (Konya) İlçesinde Tahin Üretimi: Özellikler Ve Sorunlar. Eastern Geographical Review, 24(1).' Makalesinden ulaşılabilir.

K 2: *Hammadde yani susam seçerken yağ oranının yüksek olmasına dikkat ediyoruz. Bu nedenle Manavgat susamını kullanıyoruz.*

K 4: *Manavgat ve Serik'ten yerli, Güney Afrika'dan ithal susam getiriyoruz. Önemli olan susamdaki yağ oranıdır.*

K 6: *Biz Manavgat susamı kullanırız. Dünyanın en iyi susamı bu bölgede yetişir.*

Tahin üretiminde mevsimselliğin önemli bir etken olduğu dikkat çekmiştir. Çoğunlukla soğuk dönemlerde tahin üretiminin ve tüketiminin arttığı, sıcak havalarda ise azaldığı ifade edilmiştir. 5 işletme sonbahar-kış aylarında üretimlerinin arttığını yaz aylarında azaldığını kaydetmiştir. 1 işletme ise yaz aylarında üretime ara verdiğini açıklamıştır. Buna karşılık 2 firma dört mevsim aynı seviyede üretim gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Söz konusu iki firmanın üretim yoğunluğunun mevsimsellikten etkilenmemesinin altındaki temel neden ise zincir marketlerde ürünlerinin satılıyor olmasına bağlamak yanlış olmayacaktır:

K 4: *Eskiden yaz aylarında üretimimiz azalır veya sona ererdi. Ancak üretim ve dağıtım ağıımız genişlediği için dört mevsim yaklaşık aynı oranda üretim gerçekleştirmekteyiz.*

K 5: *Yaz aylarında üretimi eskiden azaltıyorduk. Ancak BİM, Migros, A101 gibi zincir marketlerle yaptığımız anlaşmalar nedeniyle her mevsim artık üretim yoğun bir seviyededir.*

Tahin üreticilerinin neredeyse tamamı geleneksel üretim yöntemini, önceki kuşak aile bireylerinden öğrendiği belirlenmiştir. İşletmelerden 5'ini 2. veya 3. Kuşak yönetmektedir. İşletmelerden 3'ü mesleği yeni kuşaklara aktarmada sorun yaşadıklarını, 5'i ise üretim yöntemlerini yeni kuşaklara da öğrettiklerini ve tahin üretimini yeni kuşakların sürdüreceğini ifade etmiştir.

K 2: *Ben 3.kuşağım. Benden sonra bu işi aktaracağım kimse yok. Bir süre daha üretim yapıp üretime ara vermeyi ya da işletmeyi devretmeyi düşünüyorum.*

K 5: *Bizden sonra 3. Kuşağımız olacak. Baba mesleğini oğluma ve torunlarımıza güvenerek devredeceğiz.*

K 6: *Şu anda 6. Kuşak olarak işimizin başındayız. Bizden sonraki nesillere de bu işi aktarmaya çalışıyoruz.*

K 7: *Tahin üretmek bizim aile geleneğimiz. Biz 4. kuşağız. Ancak gençlerimizin çok fazla ilgisi yok.*

İşletme profilleri teması altında katılımcılara 'sektörün en önemli sorunu' açık uçlu soru tekniği ile sorulmuştur. Katılımcılar en fazla sektörde 'Birliktelik' olmamasını, 'Gizli Rekabet' ve 'Deneyimli Personel' eksikliğini vurgulamıştır.

K 2: *Gizli rekabet nedeniyle düşük kazanç oranı, firmalar arası birliktelik olmaması.*

K 4: *Birlik beraberlik olmaması, rekabet ve hırs. Firmaların bir araya gelerek kooperatifleşmesi gerekmektedir.*

K 6: *Personel yok, üretim, pazarlama dağım sorunları, desteksizlik, hammadde fiyatları bizim için en önemli sorunlar.*

Tablo 3: Katılımcıların Coğrafi İşaret Algısı

		n	%
Coğrafi işaretin sektöre katkısı	Var	2	25
	Yok	6	75
Coğrafi işarete yönelik beklenti	Olumlu	6	75
	Olumsuz	1	12.5
	Fikrim Yok	1	12.5
Coğrafi işaret ne işe yarar?	Biliyorum	5	62.5
	Bilmiyorum	3	37.5
Ürünlerinizde mahreç işareti kullanıyor musunuz?	Hayır	6	75
	Evet	2	25

Tablo 3'te katılımcıların coğrafi işarete yönelik algıları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan mülakatlarda, katılımcıların tamamının coğrafi işareti ve Bozkır Tahinin tescillenmesini olumlu karşıladığı, ancak bilgi eksikliğinin olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların yüzde 75'i (6'sı) coğrafi işaretin henüz sektöre katkısının olmadığı görüşünde. Katılımcılardan 1'i coğrafi işaret alındıktan sonra sektöre yüksek düzeyde katkısının olduğunu, bir diğer katılımcı ise kısmi düzeyde de olsa tescilin sektöre şimdiden katkı sağladığını bildirmiştir. Katılımcıların coğrafi işarete yönelik beklentileri ise yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Tanıtım çalışmalarının yapılması ile birlikte coğrafi işaretin Bozkır Tahinine olumlu katkısı olacağını söyleyen 6 katılımcıya karşılık, 1 katılımcı tescilin etkisiz olduğu görüşünü paylaşmıştır. 1 katılımcı da coğrafi işarete yönelik beklentisini 'fikrim yok' diye açıklamıştır.

K 1: Coğrafi işaretin herhangi bir faydası olduğunu veya olacağını düşünmüyorum.

K 2: Ufak tefek de olsa coğrafi işaretin tahine ve sektöre bir katkısı olmuştur herhalde.

K 3: Tescil alınması hem Bozkır'a hem de Bozkır tahinine katkısı olmuştur. Bundan sonraki yıllarda daha da fazla olmasını bekliyoruz.

K 6: Coğrafi işaret alınmasının katkısı henüz olmadı. Değişen bir şey yok, aynı kaldı. Bu konuda kurumlarla birlikte daha fazla reklam, tanıtım çalışması yapılması gerekmektedir.

K 8: Tescil alınmasından sonra, işlerde yüzde 10'luk bir artış olduğunu tespit ettim. Pandemi dönemi olmasına rağmen, katkısı oldu. Asıl katkının bundan sonra artacağını bekliyorum.

Yapılan mülakatlarda katılımcıların coğrafi işaretle ilgili kısmi de olsa bilgi sahibi olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların coğrafi işaret ne işe yarayacak sorusuna 'büyük firmalar artık Bozkır Tahini adıyla piyasaya ürün sunamayacak' cevabı verdiği görülmüştür. Son olarak firmaların önemli bir kısmının coğrafi işaret tescili alınmasının üzerinden 1 yıla yakın süre geçmesine rağmen, ürün ambalajlarında mahreç işareti kullanmadığını belirtmiştir. 'Neden mahreç işareti kullanmıyorsunuz?' sorusuna ise çoğunlukla 'stokta basılan ambalajlarımız var, onlar tükenince yeni ambalajlarda kullanacağız' cevabı verilmiştir.

K 7: Eskiden isteyen herkes Bozkır Tahini adıyla satış yapabiliyordu. Tescil aldıktan sonra her önüne gelen Bozkır Tahini üretemeyecek. Bu açıdan katkıları olacaktır.

K 4: Coğrafi işaretin alınması 'Bozkır Tahini' adının bilinirliğini artırdı. Zincir marketlerin ilgisi arttı. Büyük markalardan tahin almak yerine Bozkır Tahini

üreten işletmelerden tahin alınıyor. Katkısını ilerleyen zamanlarda daha fazla göreceğiz.

K 5: Coğrafi işaret yöresel ürünler için çok fazla önem taşımaktadır. Bozkırın tanınmasına mutlaka etkisi olacaktır. Coğrafi işaret Bozkır Tahini adıyla ürünlerimizin markalaşmasına yarayacak.

Tablo 4: Tahinin Bozkır Kültür ve Turizmine Katkısı

		n	%
Tahinin Bozkır Kültürüne Katkısı	Var	8	100
	Yok	0	0
Tahinin Kültürel Bir Öge Olarak Kullanım Alanları	Kahvaltılık	8	42.1
	Börek/Kurabiye/Pide	6	31.5
	Tatlılar	3	15.7
	Çeşitli Ürünlerle Karıştırılarak	2	10.5
Tahinin Bozkır Turizmine Katkısı	Var	3	37.5
	Yok	5	62.5
Turizme Katkısının Artırılması İçin Yapılması Gerekenler	Tanıtım Yapılmalı	3	27.2
	Destek Olmalı	2	18.1
	Birliktelik Artmalı	4	36.3
	Kooperatifleşme	1	9
	Ürün Geliştirme	1	9

Tablo 4'te tahinin Bozkır Kültür ve Turizmine Katkısı'na yer verilmiştir. Katılımcıların tamamı tahinin Bozkır'ın kültürünün bir parçası haline geldiğini vurgulamıştır. Açık uçlu bir soru olan 'tahinin kültürel bir öge olarak kullanım alanları' sorusunda her katılımcıdan birden çok cevap alınmıştır. Buna göre katılımcıların tamamı tahinin ilçede kahvaltılık olarak kullanıldığını söylemiştir. Börek-Kurabiye-Pide benzeri ürünlerde tahinin sıklıkla kullanıldığı vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra tatlıların içinde veya üstüne dökülerek tahin tüketiminin söz konusu olduğu açıklanmıştır. Son olarak tahinin meyve veya yoğurt gibi ürünlerle karıştırılıp yenilebileceği bazı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Tahinin Bozkır turizmine katkısı konusunda ise katılımcılar arasında görüş farklılıkları bulunmaktadır. Katılımcılardan 3'ü tahinin Bozkır turizmine katkısı olduğunu söylerken, 5'i turizme katkısı olmadığını kaydetmiştir. Tahinin Bozkır turizmine katkısının artırılması için yapılması gerekenler konusunda her katılımcıdan birden fazla cevap alınmıştır. Buna göre katılımcılar, bu soruya en fazla 'Birlik olunmalı', 'Tanıtım yapılmalı' ve 'Destek olunmalı' cevaplarını vermişlerdir.

K 2: Tahinin turizme pek katkısının olduğunu düşünmüyorum. Bozkır tahini artık Bozkır kültürünün bir parçası. Hangi eve gitseniz, tahin vardır.

K 5: Turizme katkısı vardır. Gurbetçiler, tahin için ilçemize gelmektedir. Adana, Mersin, Kayseri, Konya-Ereğli gibi yerlere giden gurbetçiler, mutlaka Bozkır'a uğrayıp tahin almaktadır.

K 7: Sırf tahin için ilçemize gelenler var. Hem kültürel olarak hem de turizm açısından değeri yüksek.

Tablo 5: Tanıtım ve Pazarlama Yöntemlerinde Farklılaşma

		n	%
Tanıtım Çalışmaları Var Mı?	Var	3	37.5
	Yok	5	62.5
Yapılan Tanıtım Çalışmaları	Sosyal Medya	3	42.5
	Bilgilendirici Video	2	28.5
	Gazete Reklamı	1	14.2
	TV Programı	1	14.2
Pazarlamaya Yönelik Farklılaşma	Fiyatlandırma	5	41.6
	Üründe Farklılaşma	3	25
	Ambalaj/Paketleme	2	16.6
	Dağıtım Ağı	1	8.3
	Satış Yöntemi	1	8.3
İnternet Sitesi/ E-Satış	Var	7	87.5
	Yok	1	12.5

Tablo 5’te Bozkır’da tahin üretimi gerçekleştiren işletmelerin tanıtım ve pazarlama yöntemleri konusundaki farklılaşmasına yer verilmiştir. Tabloya göre işletmelerin yüzde 62.5’i tanıtım-reklam çalışması yapmazken, yüzde 37.5’i çeşitli tanıtım yöntemlerine başvurmaktadır. Tanıtımda en fazla başvurulan araç ise sosyal medya olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya üzerinden yapılan araştırmada, 8 işletmenin de tanıtım amaçlı sayfa açtığı görülmüştür. En fazla kullanılan mecra ise Facebook ve sonrasında Instagram olarak belirlenmiştir. Tanıtım çalışması yaptığını açıklayan 3 firmanın sosyal medya sayfalarının güncel olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyanın yanı sıra 2 işletme tahin yapımına ilişkin hazırladıkları tanıtıcı videoları çeşitli mecralarda yayınladıklarını ifade etmişlerdir. 1 firma ise hem yerel gazetelere hem de TV programlarına reklam verdiğini açıklamıştır.

Pazarlamaya yönelik en büyük farklılaşmanın fiyatlandırmada/ücretlendirmede olduğu işletmelerce dile getirilmiştir. 3 katılımcı üründe farklılaşmayı da pazarlamanın bir ögesi olarak nitelemişlerdir. Üründe farklılaşma ile anlatılmak istenenin ise yerli hammadde seçimi olduğu gözlemlenmiştir. Son olarak 7 işletmenin internet sitesinin ve çeşitli e-ticaret siteleri üzerinden e-satış yaptığı ifade edilmiştir. Katılımcılar pazarlama ve tanıtım ile ilgili olarak şu düşüncelerini paylaşmışlardır:

K 2: İmkani olan pazarlamada farklılığa gidiyor. Reklam ve tanıtım yapanlar var. Bizim pazarlamada uyguladığımız bir şey yok. Pazarlamada en önemli fark, ücretlendirmede ortaya çıkıyor.

K 5: Çoğunlukla sosyal medya üzerinden tanıtım çalışmaları yapıyoruz. Zaman zaman gazete ve televizyonlarla da çalışıyoruz. Firmalar fiyatta ve paketlemede farklılaşmaya gitmeye başlıyor. Klasik plastik kutuların yanı sıra cam şişeler de devreye girmeye başladı.

K 6: Pazarlamada işletmeler fiyat konusunda farklılaşıyor. Tanıtım konusunda da farklılaşma var. Reklam-tanıtım ve markalaşma biraz maddi güçle ilgili. Bu gücü olan farklılaşmaya gidebiliyor.

K 8: Pazarlama ve tanıtım konusunda firmalar arasında çok fazla fark yok. Birkaç firma ithal susam kullanıyor. Bu üretimde farklılaşmayı getiriyor. Pazarlamada farklılaşma dağıtım ağı ve satış yönteminde ortaya çıkıyor. Bazı firmaların ise Antalya ve Konya’da satış yeri var.

5. Sonuç ve Öneriler

Coğrafi işaret alan ürünler yörelerin kültürüne, ekonomisine ve turizmüne önemli katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda susam üretiminin olmadığı bir bölge olan Konya'nın Bozkır ilçesinde geleneksel yöntemlerle üretilen tahin, yörenin ekonomisine önemli katkılar sunmaktadır. Geleneksel üretim yöntemi, ardıç ateşinde kavrulması ve hala su değirmenlerinde hammaddenin öğütülmesi gibi ayırt edici özelliklere sahip olan Bozkır Tahini, önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin harekete geçirilmesine katkı sunmak amacıyla hazırlanan makalede, tahin üretimi gerçekleştiren işletmelerin mevcut durumları anlaşılmasına çalışılmıştır.

Bu noktalardan hareketle küçük işletmelerde az kişi çalıştırarak üretim gerçekleştiren tahin üreticilerinin gelişebilmesi için 'yönlendirilmeye ve desteklenmeye' ihtiyaçları olduğu görülmüştür. Türkiye'nin 81 iline e-ticaret ile tahin gönderen işletmelerin desteklenmesi ve yönlendirilmesi halinde önemli ihracat potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. İşletmelerin kooperatifleşmesi-dernekleşmesi veya birliktelik sağlayacak bir yöntemle bir araya gelebilmesi bu potansiyelin harekete geçirilmesine katkı sunacaktır.

Araştırmada tahin üreticilerinin coğrafi işarete yönelik algısına da yer verilmiştir. Coğrafi işaretin gelecekte sektöre önemli katkılar sunmasını bekleyen üreticilerin, ürün ambalajlarında henüz mahreç işareti kullanmaması ise dikkat çekmektedir. Bu konuda bilgi eksikliğinin giderilmesi gerekmektedir. Özellikle araştırma süresi boyunca yapılan gözlemlerde ambalajlama/paketleme konusunda üreticilerin neredeyse tamamının birbirine benzediği belirlenmiştir. Önceki kuşaklardan öğrendiklerini sürdüren tahin işletmeleri; ürün geliştirme, yan ürünler sunma, paketlemede farklılaşma, pazarlamada yenilik yapma konusunda desteklenmesi gerekmektedir.

Bozkır kültürünün önemli bir parçası olan tahinin, ilçe turizmüne katkıları yetersiz kalmaktadır. Sınırlı sayıdaki ziyaretçinin tahin almak amacıyla geldiği ilçede, gastronomi turizminin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomi turizmi ile doğa turizmini birleştirecek çalışmaların yöreye önemli katkılar sunacağı beklenmektedir. Bütün bunlar dikkate alındığında Bozkır Tahinin tanıtılmasının önem arz ettiği görülmektedir. Tahin üreticilerinin tanıtım-reklam konusunda bütçelerinin yetersiz olması, bu alanda eksikliğin oluşmasına neden olmaktadır. Konya kent merkezinin yanı sıra İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyükşehirlerden başlayarak, 'Asırlık Lezzet: Bozkır Tahini, Bozkır Tanıtım Günleri, Bozkır Tahin Festivali' gibi adlarla etkinlikler düzenlenmesinin faydaları olacaktır.

Kaynakça

- Akçaözöglü, E., ve Aliğaoglu, A. (2019). Bozkır (Konya) İlçesinde Tahin Üretimi: Özellikler Ve Sorunlar. *Eastern Geographical Review*, 24(1).
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Balce, O. ve Demir, S. (2007). İstatistik Ders Notları, Pamukkale Üniversitesi Dergisi, <https://tr.scribd.com/doc/39818014/istatistik-ders-notlar%C4%B1-pau-edu.tr>.
- Gümüşçü, O. (2018). Tarihi coğrafya ve kültürel miras. *Erdem*, (75), 99-120.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 271. Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kart, N., Saraç, Ö., Pamukçu, H., Sandıkcı, M. (2022). Afyon Sucuğu Üreticilerinin Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Coğrafi İşaret Tesciline Yönelik Algıları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 381-404.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* ISSN: 1303-5134, 34:1-13.
- Köşker, H. (2022). Batı Karadeniz Bölümünün coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti ve bunların turistik önemi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 22-35.
- Malinowski, B. (1990). *İnsan ve Kültür*, çev. M. Fatih Gümüş, Ankara: Verso Yayıncılık..
- McCracken, G. (1988). *The long interview* (Vol. 13). Sage.
- Toylan A. vd. (2017) Somut Olmayan Kültürel Mirasla Zenginleşen Kültürel Deneyimler, *1.Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, Mersin, 221-230.
- Pelit, E. ve Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları: ebru sanatı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 101-118.
- Türk Dil Kurumu (2022). Tahinin tanımı: <https://sozluk.gov.tr/>.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Bozkır Tahini Coğrafi İşaret Sicil Belgesi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisiaretler/detay/662>. (Erişim: 28.03.2022)
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Tescil ve Başvuru Sayıları: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>. (Erişim: 16.03.2022)
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Bozkır Tahini Tescil Dosyası (Tescil Dosya No: C2019/092, Tescil No:753): <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/887e3e55-98eb-44c3-b11c-f8b2b82bcecd.pdf>. (Erişim: 11.03.2022)
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı: <https://www.turkpatent.gov.tr/cografisiaret>. (Erişim: 28.03.2022)

- Türkoğlu, T., Sandıkçı, M. ve Saraç, Ç. (2021). Yöresel yiyeceklerin somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilmesi: Adıyaman bayram taplaması. 5. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, 7-8 Ekim 2021, Sakarya, 492-502.
- UNESCO, (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, Paris, France, <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (Erişim: 11.05.2022).
- UNESCO, (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, Paris, Fransa, <https://www.unesco.org.tr/Pages/181/177/> (Erişim: 11.05.2022).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). Process of scientific research and data analysis with SPSS. Ankara: Detay Publications, 28-54.
- Ünsal, D. ve Pulhan, G., (2012) Türkiye’de Kültürel Mirasın Anlamı ve Yönetimi, Aksoy, A. ve Ünsal, D. (Ed.), Kültürel Miras Yönetimi (30-65), Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yörük, D. ve Kabak, O. (2016). XVI. Yüzyıldan günümüze Bozkır su değirmenleri ve değirmen işletmeciliği. Uluslararası Sempozyum: Geçmişten Günümüze Bozkır, 06-08.



© Copyright of Journal of Applied Tourism Research is the property of University of Applied Sciences Tourism Faculty and its content may not be copied or e-mailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.