

Mutlu KAYA

Doç. Dr. | Assoc. Prof.

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Samsun-TÜRKİYE
Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guide, Samsun-TURKIYE

ORCID: 0000-0001-9165-0110

mutlu.kaya@omu.edu.tr

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi: Samsun Örneği

Öz

Küreselleşen dünyada gün geçtikçe artan endüstriyel üretim gıda ürünlerini de etkilemiş, geleneksel yiyeceklerin yerini içeriği hatta genetiği değiştirilmiş ürünler almaya başlamıştır. Endüstriyel üretimle elde edilen yiyeceklerin lezzet kalitesinin düşük olması ve bu ürünlerin tüketimiyle ortaya çıkan bazı hastalıklar tüketicilerin yerel ve doğal ürünlere yönelmesine sebep olmuştur. Tüketicilerin yiyeceklerin kökenini ve üretim şeklini önemsemeye başlamasıyla birçok ürün, nereden geldiği ve nasıl üretildiği bilgilerinin yer aldığı marka ve etiketlerle pazarlanmaya başlamıştır. Bu durum ürünlerin tanınmasını ve katma değer kazanmasını sağlarken geleneksel bilginin ve ürün kalitesinin korunmasını da gerekli hale getirmiştir. Bir coğrafi yöreye özgü olan ve o yöredeki ekolojik ve beşeri özellikler nedeniyle benzerlerinden farklılaşmış ürünlerin üretim standardının korunması ve sürdürülebilirliği için en önemli koruma yöntemlerinden biri coğrafi işaretlerdir. Bu çalışmada Samsun ili örneğinde coğrafi işaretli gıda ürünlerinin sürdürülebilir bir bakış açısıyla üretim ve pazarlama aşamalarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yer alan veriler yüz yüze yapılan görüşmeler, doküman analizleri ve saha çalışmaları ile elde edilmiştir. Araştırma verileri değerlendirildiğinde Samsun'da üretimi yapılan coğrafi işaretli ürünlerin tescil, üretim ve pazarlama aşamalarında sürdürülebilir bir yaklaşım benimsenmediği ve ürünlerin tescil kurallarına uygun üretilmediği tespit edilmiştir. Sonuç olarak ticari kaygılarla, yeterli ve sistematik olmayan denetimlerle yürütülen coğrafi işaret tescili, ürünlerin korunmasından ziyade sadece tanınırlığının ve satışının artmasına sebep olmaktadır. Artan talebe yerel üretim ve hammadde ile karşılık verilememesi ürünün endüstriyellemesine ve yerel üretimle bağının azalmasına yol açmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerel ürün, Coğrafi işaret, Neolokalizm, Samsun.

Evaluation of Geographically Indicated Products in Terms of Sustainability: The Case of Samsun

Abstract

In the globalizing world, industrial production has also affected food products, and traditional foods have been replaced by content and even genetically modified products. The low taste quality of the foods obtained by industrial production and the diseases caused by them have led consumers to turn to local and natural products. As consumers began to care about the origin and production method of food, many products began to be marketed with brands and labels that contain information about where they come from and how they are produced. While this situation enables the products to be recognized and added value, it has also made it necessary to protect traditional knowledge and product quality. Geographical indications are one of the most important protection methods for the preservation and sustainability of the production standard of products that are unique to a geographical region and differentiated from similar ones due to ecological and human characteristics in that region. In this study, it is aimed to evaluate the production and marketing stages of geographically indicated food products with a sustainable perspective in the example of Samsun province. The data in the study have been obtained through face-to-face interviews, document analysis and field studies. When the research data are evaluated, it has been determined that a sustainable approach was not adopted in the registration, production and marketing stages of the geographically indicated products produced in Samsun and that the products were not produced in accordance with the registration rules. As a result, geographical indication registration, which is carried out with commercial concerns and adequate and non-systematic inspections, only causes increase in the recognition and sales of the products, rather than the protection. The inability to respond to the increasing demand with local production and raw materials leads to the industrialization of the product and decrease in ties to local production.

Keywords: Local product, Geographical indication, Neolocalism, Samsun.

1. Giriş

Tüketicilerin yerel ve bölgesel gıdalara yönelik artan talebi gıda ticaretinin uluslararası markalardan ziyade yerel markalara yönelmesine sebep olmaktadır. Gittikçe büyüyen bir tüketici kitlesi gıda güvenliği ve kalitesinden endişe duymakta ve gıdaların kökenini yararlı bir kalite işareti olarak değerlendirmektedir (Teuber, 2011). İnsanların sağlıklı yaşama önem vermesiyle değişen tüketici tercihleri ve çevre dostu uygulamalar, sağlıklı ürünlerin üretimini ve bu ürünlerin sertifikalandırılmasını arttırmıştır. Sağlıklı beslenmek isteyen tüketiciler, yiyeceklerin nereden geldiğini ve nasıl üretildiğini bilmek istemektedirler (Ilbery & Kneafsey, 2000). Üreticiler ve pazarlamacılar bu taleplere organik, eko etiketli, coğrafi işaretli ve geleneksel ürünlerle cevap vermiştir. Bu sertifikalandırma sonucu ürünlerin çevreye zarar vermeden, hayvan refahı gözetilerek, kırsal kalkınmaya önem vererek vb. faktörlerin göz önünde bulundurulduğu bir üretim sistemi garanti edilmektedir. Birçok insan genetiği ile oynanmış ürünlerin, tarımda kullanılan gübre ve zirai ilaçların insan sağlığını tehdit ettiğini düşünmekte, bu ürünlerin kısa ve uzun vadeli sonuçlarından hem kendileri hem de çocukları için endişe duymaktadır. Böylece bölgesel ve yerel kökenli ürünlere ilgi gittikçe artmaktadır (Barreal & Loureiro, 2015; Doğanlı, 2020). Bu ilgi aynı zamanda neolokalizasyon adı verilen, insanların yerel ve özgün olanı benimseyerek küreselleşmeye ve uluslararası şirketlere karşı olumsuz tavır alması olarak da kabul edilen bir bakış açısı ortaya çıkarmıştır (Honkaniemi et al, 2021). Neolokalizm, esasında iki temel farkla geleneksel yerelcilikten ayrılmaktadır. Eski yerelcilikte insanlar doğal ve kültürel etkilerle mecburi tercihler yaparken neolokalizmde tercih özgür iradenin ve bilinçli seçimin sonucudur. Yani eski yerelcilikte gereklilik ön plandayken yenisinde gönüllülük esastır. İkinci fark ise dış dünya ile ilişkidir. Eski yerelcilik, dış çevreyle daha az ilişki ve kapalı bir dünya içerirken yeni yerelcilikte insanlar dünyanın geri kalanını bilmenin yanı sıra onun farkındadır ve onunla etkileşime oldukça açıktır (Brain, 2011). Bu anlamda neolokalizmle birlikte yerel terimi yenilenmiş, güç ve önem kazanmıştır. Neolokalizm yerel markaların, yerin bir veya birden fazla yönünün (coğrafya, tarih, kahramanlar, folklor vb.) markanın kimliği ve müşterilerin markayla ilgisi için önemli olduğuna işaret etmektedir (Taylor & DiPietro, 2020). Belirli doğal ve kültürel özellikler sayesinde belirli bölge ya da yörelere ait ürünler (örneğin, belirli bir köy adıyla markalı peynir), yerel üreticilerin ve yerel halkın üretim kontrolünü elinde tutmasına imkan vermekte bu ürünlerin yerelliği hukuksal olarak da koruma altına alındığında ürünün sadece belirli bir bölgede ve belirli üreticiler tarafından üretilmesi kontrol altına alınmaktadır (Ilbery & Kneafsey, 2000). Yerel ürünlerin hukuksal manada korunması adına yapılan en önemli çalışmalardan biri coğrafi işaretleme sürecidir. Coğrafi işaretler, üreticilerin yerleşik itibarlarını taklit ve sahtekârlığa karşı güvence altına almalarını sağlayan ayırt edici işaretlerdir.

Değişen tüketim alışkanlıkları turizmde kültürel ve geleneksel değerlerin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu açıdan yerel ürün ve tatların korunup geliştirilmesi turizm sektörüne ve ülke tanıtımına önemli katkı sunmaktadır. Fakat yerel ürünlere ilginin artması bu ürünlerde taklit üretim, kalitesiz hammadde kullanımı gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu tür durumlarda coğrafi işaret tescili ile ürünün taklitlerinden ayrılması, hukuken koruma altına alınması ve ürünün özdeşleştiği coğrafi alanla birlikte anılması sağlanmaktadır (Yenipinar vd., 2014). Coğrafi işaretli ürünler o coğrafi bölgeye özgü öğeler barındırdığı için üreticilere pazarlanma açısından da fayda sağlamaktadır. Dolayısıyla ürünün üretildiği coğrafi alan ile ürünün kalitesi ve özellikleri arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır (Gökovalı, 2007; Çalışkan & Koç, 2012). Bu çalışmada Samsun ili örneğinde coğrafi işaretli gıda ürünlerinin sürdürülebilir bir bakış açısıyla üretim ve pazarlama aşamalarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Coğrafi işaret öncelikle kalite garantisini temsil etmektedir (Tekelioğlu, 2019). Aynı zamanda tüketicilerin yerel ekonomiyi nasıl ve ne ölçüde destekleyebilecekleri konusuna ışık tutmaktadır. Tüketicilerin coğrafi işaretler sayesinde yerel ekonomi ve kültürün desteklenebileceğine ikna olması bu ürünler için daha yüksek bir ödeme isteğini beraberinde getirmektedir (Teuber, 2011). Bu nedenle tescilli yerel ürünlerin korunması ve

üretimlerinin sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilmesinin sağlanması kırsal alanlar başta olmak üzere yerel ekonomi açısından çok önemlidir.

1.1. Neolokalizasyon

İnsanlık tarihinin büyük bölümünde tüketilen hemen her şey yerel ve bölgesel üretimle elde edilmiştir. Ulaşım ve iletişimde yaşanan gelişmeler, sarf malzemelerinin seri üretimini ve kolayca taşınmasını sağlamış bu durum birbirinin aynı olan kentsel peyzajlar yaratılmasına sebep olmuştur. Neolokalizm, küreselleşmeyle ekonominin ve kentsel peyzajın homojenleşmesine, topluluklar arasındaki duygusal bağın kopmasına bir tepki olarak yeni bir yer duygusu yaratmak için aktif ve bilinçli bir girişim olarak ortaya çıkmıştır (Holtkamp et al, 2016; Taylor & DiPietro, 2020). Neolokalizm, teorik olarak, mekan pazarlaması adına bir tür pozitif imaj inşasına, özgünlük ve yerel üretimi birleştiren bir sosyal eylem biçimine atıfta bulunmak için kullanılmaktadır. Neolokalizm pazarlamalarında ürünün coğrafi kökeni, hikayesi, tarihi, kökeni ve özgünlüğü vurgulanmalıdır (Honkaniemi et al, 2021). Geçmişte ürünün benzersizliği için toprak, iklim ve topografya gibi çevresel koşullar tarafından belirlenen fiziksel bölge kriter olarak kullanılırken bugün sosyal, tarihi ve kültürel faktörler yerel ürüne benzersizlik katmak için eşit derecede önemli bileşenler olarak vurgulanmaktadır. Aynı coğrafi özelliklere sahip olsalar bile aynı tarihi ve sosyal hayatı paylaşmadıkları için belirli bir mekana özgü değerlerin yani kültürün kopyalanması neredeyse imkansızdır (Brain, 2011). Bu durum neolokalizm pazarlamasında ayırt edici bir özellik olarak öne çıkmaktadır (Ikäheimo, 2021). Neolokalizm yerel bireylerin yerel kaynakları ve deneyimleri kullanarak oluşturdukları kültürü küresel bir ortamda paylaşmalarıdır. Orijinallik, yeni yerelcilikte özellikle önemli bir unsurdur çünkü diğer tüm özellikler aşağı yukarı ona dayalıdır. Bu ürünler ait oldukları yerlere hikayeler ve resimlerle bağlantı kurmalıdır. Etiketler, tarihi olaylar, binalar, yerler, bazı gelenekler vb. unsurları ön plana çıkararak mekanın geçmişi ile ürünü ilişkilendirir. Bu nedenle, neolokalizmde kullanılan görseller, neolokalizmin omurgaları olarak otantiklik, kısa öyküler ve resimlere ilişkin olumlu imajlarla ifade edilen geleneksel ve tarihi unsurları vurgular. Özetle neolokalizm yer, özgünlük, hikayeler ve tarih gibi unsurlardan oluşur. Bu unsurlar, işletmeler tarafından bölgesel bir dokunuşa vurgu yapılarak rakiplerinden farklılaşmak için belirlenmektedir. Neolokalizmde işletmeler kendilerini ve ürünlerini pazarlarken aynı zamanda buldukları coğrafi mekanın da pazarlamaktadırlar. Böylece mekanın kendine has özelliklerinden yararlanırken, yer duygusu ileriye doğru aktarıldığından, mekan da neolokalist işletmelerden faydalanmaktadır (Holtkamp et al, 2016). Yerel ürünlerin kendine has olan ve üretildikleri bölgeden kaynaklanan özellikleri onlara önemli bir avantaj sağlarken bu ürünlere yönelik tüketici talebinin artması geleneksellikten uzaklaşarak ticari kaygılarla üretilmelerine sebep olmaktadır. Yetkisiz taraflarca bu ürünlerin ünlerinin kullanımının tüketicilere ve yasal üreticilere zarar vermesi sonucunda bu ürünler ve üretim yöntemleri yasalarca koruma altına alınmıştır. Yerel olan bu ürünleri hukuksal manada koruma altına alma adına ürünlere coğrafi işaret verilerek ürünlerin kendilerine has özellikleri tescil edilmektedir (Kan vd., 2010; Doğanlı, 2020).

1.2. Coğrafi İşaret Kavramı

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte üretim süreçleri çeşitlenmiş, seri üretimlerin ve ürün çeşitliliğinin de artması gıda güvenliği kontrollerini giderek zorlaştırmıştır. İklim değişikliği ve halk sağlığı krizleri (kanser, salgın hastalıklar) gibi modern küresel zorluklar insanları, nüfusun uzun vadeli kolektif refahını savunmaya ve geliştirmeye zorlamaktadır (Larceneux et al., 2012). Sağlıklı beslenmeyi amaçlayan tüketicilerin, doğal ve geleneksel metotlarla üretilen ve güvenilirliği tecrübe edilmiş yerel ürünlere karşı duydukları tüketim talebi artmıştır. Günümüz tüketicileri gıda tercihlerinde ürünlerin içeriklerini, üretim süreçlerini ve doğal çevre ile ilişkilerini dikkate almaktadır (Taş & Taş, 2020). Ayrıca çevresel kaygılar ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi de gıda tercihlerine etki etmektedir (Henseleit et al., 2007). Değişen tüketici eğilimlerinin fark edilmesiyle yöresel ve özgün ürünleri koruma amaçlı uygulamalar 1990'lı yıllarda öncelikle Avrupa

Birliği ülkelerinde ortaya çıkmış, ardından ürünün, üreticinin ve tüketicinin korunması adına ulusal ve uluslararası düzeyde önemli adımlar atılmıştır (Taş & Taş, 2020). Bu koruma sisteminin en önemli öğelerinden biri olan coğrafi işaret tescili, temel olarak benzerlerinden farklılaşmış ve bu farkı kaynaklandığı yöreye borçlu olan yöresel ürünleri ifade etmektedir. Bu anlamda coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünleri gösteren bir tescil şeklidir. Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılır. Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlar menşe adıdır. Menşe adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilirler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar ise mahreç işaretidir (Türk Patent, 2022). Coğrafi işaret tescili sadece belirlenmiş kurallara uygun üretim yapan üreticilere fikri mülkiyet hakkı olarak isim kullanım hakkı vermektedir. Coğrafi işaret tescili alan ürün düşük kaliteli olanlardan ayrılır ve böylece tüketiciler dolandırılmaktan ve haksız rekabetten korunmuş olur. Coğrafi işaret tescili aynı zamanda bir pazarlama aracı görevi üstlenerek bölgenin kültürel varlığının korunmasına, bölgenin tanıtımına ve üretimde uygulanan geleneksel yöntemlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlar. Bu koruma modeli tüketicilerin bakış açısını olumlu etkileyeceğinden tüketicilerde daha fazla ödeme isteği de oluşturacaktır (Toklu, 2016). Coğrafi işaretin tescilinin öncelikli amaçları şunlardır (Yenipınar vd., 2014):

- (1) Ürünün kalitesinin korunması ve üretimin bilinen şekliyle sürmesi (ürünün korunması),
- (2) Coğrafi işaret tescilinin sağladığı korumadan öncelikle üretim yapılan yörede veya belirlenen özelliklere uygun üretim yapanların yararlanmasının sağlanması (üreticinin korunması),
- (3) Coğrafi işaret amblemlerinin, belirlenen şartları taşımayan sahte ürünler tarafından kullanılmasının önüne geçilmesi ve tüketicinin yanıltılmasına engel olunması (tüketicinin korunması),
- (4) Ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunması.

Coğrafi işaret tescili ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlarken geleneksel üretim, geleneksel yaşam kültürü ve yöresel lezzetleri koruyup tanıtarak gastronomi turizminin de sürdürülebilirliğini sağlamaktadır (Sarıpek & Çevik, 2020).

2. Yöntem

Samsun'da üretilen coğrafi işaretli gıda ürünlerinin üretim ve pazarlama aşamalarının sürdürülebilir bir bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanan bu çalışma, Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmalar Etik Kurul'unun 25/03/2022 2022/239 sayılı etik onayı alınarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanan çalışmada yer alan veriler, derinlemesine görüşmeler ve doküman analizi teknikleri ile saha çalışmalarından faydalanılarak elde edilmiştir. Nitel araştırma, gözlem görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır. Diğer bir deyişle nitel araştırma sosyal olguları bağlı buldukları çevre içinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alana bir yaklaşımdır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Uygulama kolaylığı açısından sıkça tercih edilen bir nitel veri toplama tekniği olan görüşme tekniği ise bir konu hakkında insanların tecrübeleri, görüşleri ve duygusal birikimlerine yönelik detaylı bilgi edinilmesini sağlamaktadır (Baltacı, 2019). Görüşme tekniği yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme formları kullanılarak

gerçekleştirilir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu sayede araştırmacı, araştırdığı konu ile ilgili elde ettiği bilgiler doğrultusunda hazırladığı temel soruların yanında görüşme anında ek sorularla konuyu detaylandırabilir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Görüşülecek kişiler amaçlı örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Amaçlı örnekleme kimlerle görüşüleceğine araştırmacı karar verir. Araştırmacı, evreni en iyi temsil ettiğine inandığı ve çalışma amacına en uygun olan, sadece belirli ölçüt ve kriterleri temsil edenler çalışmaya dahil edilir. Bu yöntemde seçilen örneklem problem ve alt problemlerle alakalı olarak gereken nitelikleri taşıyan bireylerden oluşmaktadır (Yavan, 2013; Yıldırım & Şimşek, 2018). Çalışmanın örneklemini Samsun'da coğrafi işaretli gıda üretimi yapan ve pazarlayan işletme sahipleri, coğrafi işaretlerin alınması ve denetlenmesi görevlerinde bulunan kamu görevlileri ile sivil toplum örgütü temsilcileri oluşturmaktadır. Yapılan görüşmelerde coğrafi işaretli ürünlerin üretim aşamasında yerel hammaddelerin kullanılıp kullanılmadığı, geleneksel bilginin aktarım şekli, ürünlerin mekana ne kadar bağlı olduğu, üretimin kırsal kalkınmaya katkıları, denetlemenin etkinliği gibi konularla ilgili sorular sorulmuştur. Görüşmelerin üçünde ses kaydı alınmış, diğer görüşmelerde not tutulmuştur. Çalışmada derinlemesine görüşmelerden doğrudan alıntılar kullanılmasıyla betimsel analizden yararlanılmıştır. Atakum, İlkadım, Terme, Bafra, Yakakent ve Kavak'ta coğrafi işaretli ürün satan işletmeler ziyaret edilmiş, bu işletmelerde üretim ve pazarlama süreçleri yerinde gözlemlenerek bu aşamalarda tescil şartlarına ne kadar uyulduğu tespit edilmiştir. Bafra ve Terme ilçelerinde köy pazarları çalışma kapsamında ziyaret edilerek coğrafi işaretli ürünlerin hammaddeleri açısından incelenmiştir. Ayrıca Türk Patent Kurumu (TPK)' ndan elde edilen Coğrafi İşaret Sicil Belgeleri incelenmiş, tescil şartları ve coğrafi bağlılık bakımından değerlendirilerek çalışmaya aktarılmıştır.

Tablo 1

Katılımcılar Hakkında Kısa Bilgi/ Katılımcıların Özellikleri

Sıra	Kaynak Kişi	İl - İlçe	Görevi
1	KK-1	Bafra/Samsun	İşletme sahibi
2	KK-2	Terme /Samsun	İşletme sahibi
3	KK-3	Bafra/Samsun	İşletme sahibi
4	KK- 4	Terme /Samsun	Sivil toplum örgütü
5	KK- 5	Terme /Samsun	Kamu görevlisi
6	KK- 6	Bafra/Samsun	Sivil toplum örgütü
7	KK- 7	İlkadım/Samsun	İşletme sahibi
8	KK- 8	Bafra / Samsun	İşletme sahibi
9	KK- 9	Kavak/Samsun	İşletme çalışanı
10	KK- 10	Yakakent/Samsun	Kamu görevlisi
11	KK-11	Bafra/Samsun	İşletme sahibi

3. Bulgular

Araştırma sahası olan, Karadeniz Bölgesi'nin Orta Karadeniz Bölümü'nde yer alan Samsun ilinde coğrafi işaret sahibi olan 9 gıda ürünü bulunmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2

Samsun'da Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Olan ve Aday Olan Gastronomik Ürünler

Sıra	Coğrafi İşaretli Ürün	Tescil ettiren	Tescil
------	-----------------------	----------------	--------

			tarihi	
1	Bafra Pidesi	Bafra Ticaret ve Sanayi Odası	2009	Mahreç İşareti
2	Terme Pidesi	Özler Pide ve Çorba Salonu	2010	Mahreç İşareti
3	Samsun Kaz tiridi	Samsun İç Bölge Belediyeler Bir.	2011	Mahreç İşareti
4	Samsun Simidi	Samsun Ticaret ve Sanayi Odası	2013	Mahreç İşareti
5	Bafra Nokulu	Samsun Büyükşehir Belediyesi	2017	Mahreç İşareti
6	Yakakent Mantısı	Yakakent Belediyesi	2017	Mahreç İşareti
7	Çarşamba Pidesi	Çarşamba Ticaret Borsası	2018	Mahreç İşareti
8	Bafra kaymaklı lokumu	Bafra Ticaret ve Sanayi Odası	2020	Mahreç İşareti
9	Çarşamba Kıvratması	Çarşamba Ticaret ve Sanayi Odası	2021	Mahreç İşareti

Kaynak: TPK, 2022

Coğrafi işaret öncelikle tescilli ürünü diğer ürünlerden ayırarak ona bir kimlik kazandırır ve tüketici tercihlerinin bu ürünler üzerinde yoğunlaşmasını sağlar. Coğrafi işarete sahip bir ürün tüketicilere güven vererek onların arama maliyetlerinin düşmesini sağlar (Gökovalı, 2007). Etkin koruma ve kontrol mekanizmalarının bulunmadığı durumlarda tüketiciler, özgün nitelik ve karakterlerde orijinal bir ürün satın aldıklarını düşünürken, taklit ürünlerle aldatılabilirler (Doğanlı, 2015). Bu durum tescillenen ürünün beklenenin tersine kötü bir ünle anılmasına neden olabilir. Yapılan saha çalışmalarında Samsun'da coğrafi işaretli ürün satan hiçbir işletmede "Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği"ne uygun bir pazarlama standardına rastlanmamıştır. İlgili yönetmeliğin amblem kullanımı ile ilgili bölümünde (Resmi Gazete, 2017): "(2) Tescilli coğrafi işaret ile birlikte amblemin kullanımı zorunludur. (4) Amblem, 6769 sayılı Kanun hükümlerine uygun olarak coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı ile birlikte ürün veya ambalaj üzerinde kullanılır. Ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda ise işletmede kolayca görülebilecek şekilde kullanılır." ibareleri yer almasına rağmen Samsun'da ne işletmelerde görünür bir biçimde, ne ürünün ambalajı üzerinde ne de işletmelerin iç mekanlarında coğrafi işaret amblemini görmek mümkün değildir. Bazıları ürünün ambalajına bazıları ise iç mekana tescil belgesi örneklerini yerleştirse de bunların doğru uygulamalar olduğunu söylemek mümkün değildir. Coğrafi işaret sicil belgelerinde denetimlerin esas unsurlarından birinin de amblemin kullanılmasının kontrolü olduğu belirtilmiş fakat uygulamada buna rastlanmamıştır. Samsun'da yer alan ulusal marketlerde başka yörelere ait ürünler coğrafi işaret amblemleriyle pazarlanırken Samsun'a ait ürünlerde amblem kullanımı sağlanamamıştır (Fotoğraf 1-2-3-4).

Fotoğraf 1-2-3-4

Samsun'da Uhusal Marketlerde Coğrafi İşaret Tescil Usulüne Uygun Şekilde Satılan Farklı Yörelere Ait Tescilli Ürünler (sol üstte) ve Uygun Pazarlanmayan Samsun'a Ait Tescilli Ürünler.



Samsun'da Terme pidesi dışında tüm ürünlerin tescili kamu kurumları tarafından yapılmıştır. Ürünlerin satıldığı işletmeleri gösteren faaliyet listeleri bazı ürünlerde hiç bulunmamakta (Çarşamba kıvratması, Samsun kaz tiridi, Bafra kaymaklı lokumu, Bafra nokulu, Yakakent mantısı) mevcut olanların da Samsun simidi dışındakiler güncel değildir. Kapanan ya da faaliyet alanı değişen işletmeler halen sistemde yer almaktadır. Denetimler genel olarak malzemelerin ve üretim şekillerinin kontrolü üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Tescil belgelerinde ürün bileşimlerinin gramajlarına kadar birçok gereksiz ayrıntı yer almakta bu durum ürünün denetimini de zorlaştırmaktadır.

Tescil belgesine bir sürü şey yazılsa da temel kontrol unsurları meşe odunuyla yakılan ateşi, kara fırın ve kullanılacak 200 gr hamurdur. Eğer hamur az olursa otomatik olarak pidedeki tüm elemanlar da eksildiği için ürün özünden uzaklaşır (KK-2).

Tescilli ürünlerin doğdukları coğrafi mekanı tasvir edecek ve onuna bağ kuracak bir etiket, amblem veya logoya sahip olması pazarlama açısından önemli bir araçtır. Bu tür özellikler sayesinde ürün pazarlanırken ait olduğu coğrafi çevrenin tarihi ve kültürel geçmişi de pazarlanma şansı bulmaktadır. Fakat Samsun'da yer alan tescilli ürünlerin kendilerine ait bir logo, amblem vs. gibi temsil edici bir özelliğe sahip olmadıkları görülmüştür. Diğer taraftan ürünler coğrafi bağlılık açısından değerlendirildiğinde tescil sicil belgelerinde Bafra kaymaklı lokumu, Terme pidesi, Çarşamba kıvratması ve Çarşamba pidesi için isimlerini aldıkları coğrafi çevre içinde üretim sınırı getirilirken Bafra pidesi için üretim şartlarının yerine getirilmesi koşuluyla Türkiye genelinde üretilebileceği belirtilmiştir. Samsun kaz tiridi, Bafra nokulu, Samsun simidi ve Yakakent mantısı için herhangi bir coğrafi sınırlama tanımlanmamıştır. Fakat uygulamada Yakakent mantısı dışında tüm ürünler Samsun ili içinde ve dışında yani isimlerini aldıkları coğrafi alan dışında da üretilip pazarlanmaktadır. Bu durumda ürünlerin değişik coğrafi bölgelerde üretim standardından ve denetimden uzak üretimleri ürünün marka değerini zedelemektedir (Tablo 3).

Tablo 3

Coğrafi İşaret Ticaret Sicil Belgelerine Göre Tescilli Ürünlerin Özellikleri

Ürün	Faaliyet listesi	Yerel hammadde	Ayrt edici özellik	Denetim	Üretim yapılacak coğrafi alan
Bafra Pidesi	Var	Bafra tereyağı ve unu	Bafra tereyağı, Kara fırın, fırında pelit ya da meşe odunu	Ürün teknik, üretim ve özelliklerinin uygunluğu	Türkiye
Terme Pidesi	Var	Belirtilmemiş	Açık pişirilmesi, iç malzemenin bol, tüm malzemelerin tamamen doğal olması.	Hamurun ve içeriğin gramajı, pidenin fiziki ölçüleri.	Terme
Samsun kaz tiridi	Kaz Yok	Belirtilmemiş	Yapımının sabır gerektirmesi ve yaklaşık 3-3,5 saat sürmesi	Üretim metoduna uygunluk	Belirtilmemiş
Samsun Simidi	Var	Belirtilmemiş	Belirtilmemiş	Üretim süreci ve malzemelerin özelliklerinin uygunluğu, coğrafi işaretin kullanımı	Belirtilmemiş
Bafra Nokulu	Yok	Belirtilmemiş	Hamurda kabartma tozu olmaması ve yumurta katılmaması, sirke kullanılması. Sunumda Bafra zembilinin kullanılması.	Malzemelerin uygunluğu, ürünün üretim işlem adımları, sunum şekli ve coğrafi işaretin kullanımı denetlenecektir.	Belirtilmemiş
Yakakent Mantısı	Yok	Belirtilmemiş	Hamurların katlama şekli ve sunum şekli	Hamurun içine koyulan malzemelerin kontrolü, hamurun katlama şekline uygunluğu ilgili coğrafi işaretin kullanımı denetlenecektir.	Belirtilmemiş
Çarşamba Pidesi	Var	Çarşamba tereyağı	Unun 40 günden az bir yıldan fazla	Teknik, üretim ve özelliklerinin	Çarşamba

			beklememiş olması, taş fırında pişirilmesi, meşe odunu kullanılması.	uygunluğu			
Bafra kaymaklı lokumu	Yok	Bafra manda kaymağı	Kaymağın Bafra yöresine ait olması.	Kaymağın Bafra yöresine ait üretim şekli.		Bafra Bafra	
Çarşamba Kıvratması	Yok	Belirtilmemiş	Pişirme ve sunum şekli.	Kullanılan malzeme ve üretim yöntemleri ile sunum şeklinin uygunluğu.		Çarşamba	
				Coğrafi işaret kullanımı.			

Kaynak: TPK, 2005; TPK, 2008; TPK, 2011; TPK, 2012; TPK, 2017(a); TPK, 2017 (b); TPK, 2018; TPK, 2020; TPK, 2021; TPK, 2022

Coğrafi işaret kapsamına alınan bir ürünün bir veya birkaç özelliğini muhakkak sınırları belli bir alandan almış olması gerekmektedir (Şahin, 2013). Nitekim coğrafi işaret tesciline sahip ürünler, ait oldukları yörenin ya da bölgenin adıyla anılırlar. Amaç, yöresel bir ürünün getirisini yine o yöreye aktararak refah düzeyini artırmaktır. Tüketiciler genel olarak yöresel ürünlere benzer endüstriyel ürünlere göre daha fazla ödeme yapmaya hazırdırlar (Doğanlı, 2020). Burada esas olan yerleşmeye coğrafi işaretler sayesinde giren ekonomik gelirin hiçbir sızıntı olmadan tüm paydaşlar arasında paylaşılmasıdır. Bunun tam manasıyla sağlanabilmesi için mümkün merteye yerel ürün kullanımı şarttır. Samsun'un tescilli ürünleri içinde Bafra kaymaklı lokumu için Kızılırmak Deltasında yetiştirilen mandaların sütünden elde edilen kaymak kullanılması, Çarşamba pidesinde Çarşamba tereyağı, Bafra pidesinde ise Bafra tereyağı ve Bafra unu gibi yerel hammaddelerin kullanılması ayırt edici özellik olarak sunulmuştur. Terme pidesi, Samsun simidi, Çarşamba kıvratması, Bafra nokulu, Samsun kaz tiridi ve Yakakent mantısında yöresel hammaddeye atf yoktur. Samsun kaz tiridinin ayırt edici özelliği olarak yapımının yaklaşık 3 saat sürmesi ve bu nedenle sabır gerektirmesi olarak belirtilmiştir. Bafra nokulu için verilen ayırt edici özellik ise yerellikten ziyade yapımında benzerlerine göre belirli elemanların kullanılmamasıdır (TPK, 2005; TPK, 2018; TPK, 2020). Yerel hammadde kısıtlaması olmayan ürünlerden olan Samsun kaz tiridinin tescil dosyasında sadece pişirme usulleri geniş olarak ele alınmaktadır. Bu açıdan bakıldığında adı Samsun kaz tiridi olsa da bu yemek il dışından elde edilen hatta ithal kazlarla bile yapılabilir sonucu doğmaktadır. Nitekim çalışma kapsamında ziyaret edilen Bafra köylü pazarında yerli kazlara göre oldukça ucuz satılan Çin menşei kazların olduğu tespit edilmiştir. Pazardaki köylülere farkı sorulduğunda etinin yağsız ve lezzetsiz olduğu ifade edilmiştir. Tescil dosyasında yerli hammadde yer almasının önemi de aslında burada yatmaktadır. Samsun kaz tiridinin yanında Terme pidesi, Çarşamba kıvratması, Yakakent mantısı ve Samsun simidi için de üretiminde önem taşıyan hiçbir yerli ürüne atf yapılmamıştır (TPK, 2008; TPK, 2011; TPK, 2012; TPK, 2017(a); TPK, 2018; TPK, 2021).

Nokulda yerel ceviz koyu renkli olduğu için yanmış imajı veriyor o yüzden beyaz ceviz kullanmak zorunda kalıyoruz. Tabii o da ya doğrudan ithal ceviz ya da başka yerlerden aldığımız ceviz oluyor (KK-3).

Terme'de yerli hayvan kesimi yeterli ve sürekli değil. Sürekli temin edilebilenler de Amasya'dan çiftlik hayvanlarından elde edilen et satıyor. O et lezzetli değil. O yüzden eti Aybastı (Ordu)'dan alıyorum (KK-2).

Simidin hammaddesi un, susam, maya, su, pekmez ve tuz. Su dışında kullanılan neredeyse tüm ürünler endüstriyel ve il dışından alınıyor. Simit zaten hammadde itibariyle de dış alıma muhtaç. Eskiden böyle değildi ama artık her şey dışardan geliyor. Zaten en önemlisi un ihtiyacımız bunu ülke olarak da kimi zaman Ukrayna'dan alıyoruz. Eğer hammaddeden memnun kalmazsak satıcı ve ürünü değiştiriyoruz (KK-7).

Nokulda yerli ceviz kullanıyoruz ama Bafra dışından temin ediyoruz. Malzemenin iyisini ucuza almak zorunda kalıyoruz. Bu bizim için çok önemli (KK-1).

Pide için hammadde un, maya ve tereyağı ve kıyma. Bunları toptancılardan, bazen de köylüden alıyoruz. Elimizden geldikçe il içinden almaya çalışıyoruz (KK-11).

Coğrafi işaretli ürün sayısının artması üretim endüstrisine sağladığı katkının yanında, ürün çevresinde de birçok iş kolunun gelişmesini sağlayarak kırsal kalkınmaya beraberinde de kırsal kesimden göçün önlenmesine destek vermektedir (Doğanlı, 2015).

Kaymaklı lokum sayesinde kaymak ihtiyacı artınca manda sayısı ve üretimi de arttı. Aynı zamanda delta çevresindeki köylerde mozzarella peyniri yapılmaya başlandı (KK-3).

Coğrafi işaret koruması ekonomik getirisinin yanında geleneksel bilgi ve üretim biçimlerini koruyarak aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına da katkı sağlamaktadır. Yıllarca hatta yüzyıllarca yerel halk tarafından geliştirilen ve aktarılan geleneksel bilgi bu sayede korunmuş olur. Böylece, coğrafi işaret bu bölge ve yörelerde turizmi ve diğer coğrafi faaliyetleri olumlu yönde etkileyerek, bunları ekonomik kazanca dönüştürebilir (Gökovalı, 2007).

Samsun'daki tescilli ürünlerin tamamı işlenerek elde edilen gıda ürünleridir. Bu sebeple bu ürünlerin kuşaklar arası aktarımında en önemli görev ustalara düşmektedir. Bu gıda ürünlerini yapacak maharetli ellerin yetiştirilmesi ürünün sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir (KK-1).

Pide yapımında usta sıkıntısı var açılan kurslar yetersiz zaman sıkıntılı 7 günlük kurslar açılıyor. Bu sürede hiç kimse bu sanatı ne öğrenebilir ne de öğretebilir (KK-2).

Pidenin gelecek kuşaklara aktarımı ancak iyi ustalarla olur fakat ne yazık ki usta bulamıyoruz (KK-7).

Coğrafi işaret sonrası ürünlerin aynı lezzeti korumaya devam etmesi ürünün geleceği açısından çok önemlidir. Birçok işletmeci ürünün satış hacmi büyüdükçe hammaddenin değiştiğini ifade etmektedir. Ürünün bilinirliği arttıkça ihtiyaç duyulan hammadde miktarı da artmakta fakat bu hammaddeyi sağlayabilecek yerel üretim bulunmamaktadır.

Pide tescillendikten sonra seri üretime geçince ister istemez değişiklikler yaşandı. Örneğin daha önceleri kullanılan su kireçli iken bugün arıtma suyu kullanılıyor bu bile tatta büyük bir değişiklik yapar. Fakat kalite olarak bir düşüş yaşanmadı (KK-8).

İlk kurulduğumuz zamanlarda tat olarak şu ana göre daha iyiydik. Bir süre sonra televizyona çıkıp ünlendik ardından Türk Patent Enstitüsü tarafından Bafra pidesinde patent alan ilk yer olduk. Bunlar olduktan sonra misafir sayımız çoğaldıkça hammadde olarak kullandığımız ürünler de değişmeye başladı. Bu gibi değişikliklerden sonra ister istemez tat olarak değişim yaşadık. Fakat hala kaliteli ürün kullandığımız için kalitemiz değişmedi (KK-11).

Hammadde olarak kullanılan ürünler tamamen kendimize ait firmalarda ve kendi çiftliklerimizde üretilip bizlere ulaşıyor. Tereyağı, un, kıyma tamamen kendimize ait, dışarıdan hiçbir ürün kullanmıyoruz. Kendimize ait fabrika ve çiftlik kurulmadan önce yerel halktan destek alıp onlara destek veriyorduk fakat fabrikamız açıldıktan sonra destek vermeyi ve almayı durdurduk (KK-8).

Markalı bir ürünü alan tüketici, kendisine vaat edilenlerin gerçeği yansıttığını ve ürünün kalitesinin marka ile garanti altına alındığının bilincindedir. Marka sadece somut özelliklerin değil, kullanımı ile vaat ettiği manevi doyumun da garantisidir (Doğanlı, 2020). Samsun kaz tırیدی tescil dosyasında tırیدی odun ateşinde askıya asılarak dönerek pişmesi gerektiği belirtilmiştir. Kaz asılıp pişerken alttaki tavaya akan yağa tırیدی denilmekte yani kazın eti değil de pişerken akan yağ tırیدی oluşturmaktadır (TPK, 2011). Fakat kimileri kamu kurumlarına ait birçok işletmede Samsun kaz tırیدی olarak satılan ürün kazın haşlanarak pişirilmesiyle elde edilmektedir. Yani tarif edilen coğrafi işaretli ürün ile işletmelerde aynı adda satılan ürün farklıdır. Yine Terme pidesi tescil belgesinde tüm pide türleri (Kaşarlı, karışık, kuşbaşı vs.) ayrı ayrı Terme pidesi olarak tescillenmişken Bafra pidesi ve Çarşamba pidesi için hazırlanan tescil belgelerinde sadece kıymalı pide tescil edilmiştir. Bu durumda işletmelerde satılan farklı içerikli pideler (kuşbaşı, peynirli, vb.) için Bafra pidesi ya da Çarşamba pidesi ibaresinin kullanılmaması gerekir. Onlar tescilli ürün değildir.

Coğrafi işaret sistemi yerel ürünleri bütüncül bir şekilde korumayı hedefleyen bir sistemdir. Ürünü koruyarak aynı zamanda geleneksel bilgiyi, yerel üretimi, kırsal kalkınmayı da sağlamayı amaçlayan bir sistemdir. Fakat üreticilerin bu bakış açısına uzak olduklarını ve coğrafi işaret konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Üreticiler tescilli ürünleri kültürün bir parçası olmasından ziyade bir pazarlama unsuru olarak görmektedir. Bu aşamada sisteme müdahil olması gereken sivil toplum örgütleri ve yerel yönetimler ise yasal süreç tamamlandıktan sonra sistemden uzaklaşmaktadır. Üreticilere sattıkları ürünün coğrafi işarete sahip olup olmadığı sorulduğunda ürünün tescilli olduğunu fakat coğrafi işarete sahip olmadığını beyan etmeleri bu konudaki bilgi eksikliğinin en temel göstergelerindedir. Geleneksel üretim kaygısından uzak ticari kaygılar ve rekabet, işletmelerin yerel hammaddeye uzaklaşmasına ve ülke içinden ya da dışından elde edeceği ucuz hammaddeye yönelmesine sebep olmaktadır. Bu durum ürünün kırsal kalkınma ve yerel bilgi ayağını yok etmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Toplumun içinde var olduğu kültürel, coğrafi, ekolojik ve ekonomik yapı ile tarihsel sürece göre oluşturulan ve sadece o yöreye ait olan gastronomik alışkanlıklara gastronomik kimlik adı verilir ve bu kimliğin taklidi çok zordur (Suna & Uçuk, 2018). Küreselleşmeyle beraber büyüyen ticaret hacmi gastronomiyi de etkilemiş her yörenin adeta kimliği olmuş kendine has yerel ürünlerinin yerini içeriği değiştirilmiş endüstriyel gıdalar almaya başlamıştır. Bu değişimin tüketicileri başta sağlık olmak üzere birçok açıdan endişelendirmesi yerel ve doğal yöntemlerle üretilen ve güvenilirliğini uzun yıllardır kanıtlanmış yerel ürünlere olan talebini arttırmaya başlamıştır (Doğanlı, 2015; Doğanlı, 2020). Böylece endüstrileşme ve seri üretimin arttığı dünyada konvansiyonel gıda üretim sistemine karşı alternatif gıda ekonomisi gelişmeye başlamıştır. Günümüzde birçok ürünün nereden geldiği ve nasıl üretildiği bilgilerini içeren marka ve etiketler ile pazarlandığı görülmektedir. Ürünün kaynağını gösteren pazarlama şekli ürüne katma değer kattığı ve yerel bilgi ve kültürün korunmasına yardımcı olduğu için bu ürünler coğrafi işaret tescili ile koruma altına alınmıştır. Böylece geleneksel bilginin ve üretim metotlarının gelecek nesillere aktarılması, ürünün bulunduğu bölgede kırsal kalkınma ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmıştır (Doğanlı, 2020). Turizm, coğrafi işaretler ile ilişkilendirilerek incelenmesi gereken diğer önemli makroekonomik alanlardan biridir. Ürünün ün ve kalitesi, bu ürünlerin üretildiği kültür, o bölgenin insanları, yaşam tarzları ve geçmişleri üzerinde de bir merak duygusu uyandırarak tüketicileri bu bölgeye çekmektedir (Doğan, 2015). Turizmin aynı zamanda yeni bir yer ya da yeni bir kimlik arayışı olduğunu düşündüğümüzde sosyal bağların parçalandığı ya da zayıfladığı modern dünyanın karmaşıklığına bir tepki olarak, tatil yerleri olarak seçilen kırsal alanların sosyalleşme ya da bir topluluk kimliği bulma imkanı sunduğu söylenebilir. Bu manada yerel yiyecekler insanları hem psikolojik hem de fizyolojik açıdan yeni bir kültürel dünyaya entegre etmekte kentte yaşayanlar, gastronomik unsurlarda kendi geçmişlerini ya da köklerini

bulabilmektedir. Neolokalizasyon adı verilen yeni yerelcilik insanları gıdada yerele sürüklemekte, kırsal dokunuşlu mutfak, doğal ürünler, taş fırında pişen köy emeği gittikçe daha popüler hale gelmektedir. Bu duyguyu yaratmak ancak ürünün orijinalliğini koruyarak mümkün olmaktadır. Kırsal alanların mutfak mirası, köylü kimliğine ve belirli yeme alışkanlıklarına ve üretime güçlü bir şekilde bağlıdır (Bessière, 1998). Üretim aşamalarını ya da kırsal hayatı korumadan gastronomik mirası da tam olarak korumak mümkün değildir.

Coğrafi işaret tescili ile kalitesi koruma altına alınmış ve yöre adıyla markalaşmış olan ürün tüketiciler tarafından öncelikli olarak tercih edilmektedir. Ürünün tescillenmesini sağlayan kişiler ya da kurumlar ürün kalitesini korumak ve kaçak üretimi kontrol için iyi bir denetim organizasyonu yaratmalıdır. Ürünün kalite devamlılığı ancak bu şekilde sağlanabilir. Ürünler gelişigüzel hazırlanarak coğrafi işaretli ürün gibi satıldığında tüketiciler aslında sahte bir ürün almalarına rağmen orijinal bir ürün aldıklarına inanır ve böylece aldatılmış olur. Öte yandan, ürünün azalan satışları asıl üreticileri hem ekonomik kayba uğrar, hem de piyasadaki saygınlıkları kaybolur (Gökovalı, 2007). Tescil şartlarına uygun üretilen ürünlerin kesinlikle coğrafi işaret amblemi kullanılarak pazarlanması gerekmektedir. Bu amblem ürünün uluslararası tanınırlığı için de önemlidir. Logonun renkleri ve şeklinden turistler de ürünün tescilli olduğunu anlayabilecektir. Coğrafi İşaret amblemini gören bir ziyaretçi ürünü hiç duymamış olsa bile ilgi gösterebilecektir. Bu konuda denetimlerin titizlikle yürütülmesi ve tescil şartlarına uygun üretim yapmayanların tescilli isimleri kullanması engellenmelidir. Samsun'da tescilli ürünlerin hepsi birçok farklı işletmede satılmaktadır. Oysaki sadece coğrafi işaret standartlarına uygun üretim yapan ve logosunu kullanan işletmelerin bu ürünleri satması gerekmektedir. Nitekim coğrafi işaret standardı sadece tescil adını kullanarak satış yapan işletmeleri bağlamaktadır. Örnek vermek gerekirse standartlara uygun üretim yapmayan ve amblem kullanmayan işletmeler Terme pidesi, Bafra nokulu, Samsun simidi gibi ifadeler yerine pide salonu, pideci, nokulcu, simitçi yazarak ticari hayatlarına devam edebilir. Tescilli ürün satan her işletmenin elde ettiği ürün benzer standartlara sahip olmalıdır. Coğrafi işaretli bir ürün için nerede yenir sorusunun sorulması ürün standardında sorun olduğunu göstermektedir.

Ürüne gerekli hammaddelerin sağlanması için organizasyon şarttır. Hammadde eksikliği hammaddenin coğrafi alan dışından ya da işletmelerin kendilerinin tesisleşerek üretim yapmalarına sebep olmuştur. Bir ürünün tescili yapılırken ve tescilli ürün üreticisi olmak isteyenlerin hammadde temini konusunda teminat vermesi gerekmektedir. Ayrıca temel olarak bir ürünün yerel ürün olması için hammaddesinin de yerel olması gerekmektedir. Bu manada bakıldığında üretim tescil belgelerinde her hangi bir kriter olmaması işletmelerin maliyeti düşürmek için endüstriyel ya da ithal ürünlere yönelmesine sebep olmaktadır. Bu durum hem ürünün yerelliğini tehlikeye düşürmekte hem de yerel ekonomide çatlak meydana getirmektedir. İşletmelerin elde ettiği geliri hammadde temini ile kırsalla paylaşmaması ürünün kırsal kalkınmayı ayağını ortadan kaldırmaktadır. Bu ürünlerin aynı zamanda nostaljik yönleri de vardır. İnsanlar yöresel yiyecekleri tüketirken anılarını da tazelemektedir. Eğer geleneksel tat kaybolursa ürünün yerel hafızaya katkısı da ortadan kalkacaktır. Diğer taraftan yerel ürünlerin üretiminde her ne sebeple olursa olsun ithal ürün ya da ithal kökenli tohumlarla elde edilen ürünlerin kullanımı engellenmelidir. Örneğin Bafra pidesi için hazırlanan sicil tescil belgesinde pide imalatında Bafra'da üretilen buğdaydan üretilen unların kullanılması gerektiği belirtilmiştir. Belgenin devamında bu yerli unun bezasta, panda ve sekrotary¹ türlerinin karışımından elde edilmesi gerektiği açıklanmıştır. Bu türler yerli türlere göre verimi fazla olduğu için çiftçiler tarafından tercih edilen yerli olmayan buğday türleridir. Geçmiş 1900'lerin başına dek uzanan Bafra pidesinin tescil şartları arasında ülkemize sonradan gelmiş buğday türlerinin yer bulması ürünün gelenekselliği ile örtüşmemektedir (Canbolat vd., 2016). Bu konuda geleneksel türlerin verim azlığından dolayı üretiminin düşüklüğü ileri sürülse de bu kabul

¹ Buğday türlerinin adları tescil belgelerinde yazıldığı şekliyle çalışmaya aktarılmıştır.

edilebilir değildir çünkü tescilin sebebi ürünü ve onu meydana getiren geleneksel üretimi korumaktır. İlerleyen dönemde tamamen ticari kaygılarla ve yüksek verim beklentisiyle üretilen bu buğday türlerinden daha fazla verim alınabilecek türlere geçiş yaşanırsa pide nasıl üretilecektir? Bu durumda ya sicil belgesi güncellenecek ya da Bafra pidesi üretilmeyecektir. Burada olması gereken yerli bir türün tescil belgesine girmesi ve böylece pide sayesinde yerel bir tarım ürününün de sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bunun için kamusal düzenleme ve denetleme şarttır.

Ürünlerin tescil belgesinde belirtilen esas ve usullere göre üretilip üretilmediğini kontrol için yapılan denetimler yetersiz kalmaktadır. Ürünlerin üretiminde tescil şartlarına uygun üretim ve pazarlama yapılmaması iç denetimin verimli olmadığını hatta sadece evrak üzerinde gerçekleştirildiğini işaret etmektedir. Bazı ürünler için (Samsun simidi, Bafra nokulu, Yakakent mantısı, Çarşamba kıvratması) coğrafi işaret amblem kullanımı da denetim içine alınmış olmasına rağmen bu kurala uyulmamış olması bunun en önemli göstergesidir. Denetimlerin daha etkili olması için üretim ve pazarlama aşamalarının akredite olmuş bağımsız denetim kuruluşları tarafından gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu denetimler ürünün üretildiği tüm alanda aynı kurum tarafından gerçekleştirilmeli ve ön bilgi verilmeksizin yapılmalıdır. Ürünü pazarlamak isteyen işletmeler yazılı olarak bu kuruma başvurarak önce denetimden geçmeli sonrasında üretime izin verilmelidir. Coğrafi işaretlerin sürdürülebilirliği için üretim aşamalarının kontrolü en az ürünün tescil edilmesi kadar önemlidir. Bu durumun dikkate alınmaması uzun vadede ürünlerin sahip oldukları ayırt edici özellikleri yitirmelerine sebep olabilecektir. Ayrıca tescil belgeleri yeniden düzenlenmeli bu belgelerde ürünlerin reçetesinden ziyade yerel hammaddeler ve yöreye ait üretim basamakları açık bir şekilde belirtilmelidir. Ürünün tescili sırasında alanda uzman kişiler tarafından duysal tescili de yapılmalı böylece denetimlerde lezzet de dahil edilmelidir.

Ürünün coğrafi sınır dışında üretiminde kesinlikle yerel hammadde şartı getirilmelidir. Denetimlerde esas nokta ürünlerde kullanılan hammadde olmalıdır. Ancak bu durumda ürünün değeri arttıkça ait olduğu coğrafi alana ve kırsala katkısı da artacaktır. Ürünlerin üretimi arttıkça ihtiyaç duyulan hammadde de artacak bu ihtiyaç yeni bir istihdam alanı yaratacaktır. Bu sayede kırsal alanlar için yeni bir ekonomik kaynak yaratmış ve kırsal alanların nüfus kaybetmesi engellenmiş olacaktır.

Coğrafi işaretli ürün satan işletmelere ait faaliyet listelerinin titizlikle hazırlanması ve güncel tutulması gerekmektedir. Bu listeler ürünü tatmak isteyen ziyaretçiler için birer referans olarak kabul edilmelidir.

Ürünlerin yöreyi tanıtıcı etiketlerle satılması ürünle coğrafi mekan arasında ilişki kurmayı böylece aynı zamanda mekan pazarlamasını kolaylaştıracaktır. Ürün etiketleri tarihi olayları, yerleri ya da olayları vurgulayarak insanların zihnini mekanla ve onun tarihiyle ilişkilendirir.

Unutulmamalıdır ki tescil sadece başlangıçtır ve ürünün marka değerini arttırarak ona ün kazandırmaktadır. Uzun uğraşlar sonucu alınan tescil belgelerinin yetkililerin web sitelerini ya da odalarını süslemeleri ürüne değer kazandırmamaktadır. Ürünün sürdürülebilirliği ve kırsal kalkınmaya katkısı bu belgeleri değerli kılan ana unsurdur. Sürdürülebilirlik ancak üretim miktarlarının yerel hammadde ve üretim kapasitesini aşmaması gerekir. Eğer ürün tescil sahibi olduktan sonra kalite kaybına uğruyorsa bu süreçlerin tekrar değerlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye’de yüzden fazla, Samsun’da 9 coğrafi işaretli gıda ürünü varken Türkiye’nin Avrupa Birliği standartlarında tescil ettirdiği ürün sayısının ise sadece 9 (Giresun Tombul Fındığı, Taşköprü Sarımsağı, Bayramiç Beyazı, Milas Zeytinyağı, Aydın Kestanesi, Malatya Kayısı, Aydın İnciri, Antep Baklavası, Antakya Künefesi (Ec.europa, 2022)) olması bu konuda ülkemizdeki çalışmaların uluslararası standartlarda olmadığını göstergelerindedir. TPK sadece başvuru dosyalarını inceleyen ve onay veren kurum rolünden çıkarak ürünün kontrol mekanizmasını da elinde tutan bir yapıyı hayata geçirmelidir. Özellikle mevcut durumda yerel yönetimler tarafından başvuru dosyaları hazırlanan ve tescil ettirilen ürünlerin kontrolünde üreticilerle karı karşıya

gelinmek istenmemesi ve siyasi gelecek kaygısıyla hareket edilmesi bu kurumların yaptırım gücünü azaltmaktadır.

Kaynakça

- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Abi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Barreal, J. & Loureiro, M. L. (2015). Modelling spatial patterns and temporal trends of wildfires in Galicia (NW Spain). *Forest Systems*, 24(2), <http://dx.doi.org/10.5424/fs/2015242-05713>.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Brain, T. J. (2011). *Examining the Portland Music Scene through Neo-localism*. Master of Science in Communication. Portland State University.
- Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75-87.
- Çalışkan, V. & Koç, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Doğanlı, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *E-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences*, 10(2), 58-75.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 525-541.
- Ec.europa. (2022). *E Ambrosia-the EU geographical indications register*. <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Henseleit, M., Kubitzki, S. & Teuber, R. (2007, 8-10 March). *Determinants of consumer preferences for regional food* [Conference Paper/ Presentation]. European Association of Agricultural Economists (EAAE), Bologna, Italy. <https://ageconsearch.umn.edu/record/7871>.
- Holtkamp, C., Shelton, T., Daly, G., Hiner, C. C. & Hagelman, R.R. (2016). Assessing neolocalism in microbreweries, *Applied Geography*, 2(1), 66-78.
- Honkaniemi, T., Syrjälä, H., Lundström, N. & Rajala, A. (2021). Neolocalism and beyond - sexing up rural places. *Rural Sociology*, 86(2), 326-356.
- Ilbery, B. & Kneafsey, M. (2000). Registering regional speciality food and drink products in the United Kingdom: the case of PDOs and PGI. *Area*, 32(3), 317-325.
- Ikäheimo, J. P. (2021). Arctic narratives: Brewing a brand with neolocalism. *Journal of Brand Management*, 28, 374-387.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A. & Küçükçongar, M. (2010). Coğrafi işaret olarak karaman Divle Tulum Peyniri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 15-23.
- Larceneux, F., Benoit-Moreau, F. & Renaudin, V. (2012). Why might organic labels fail to influence consumer choices? Marginal labelling and brand equity effects. *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 85-104.
- Resmi Gazete. (2017). *Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı amblem yönetmeliği*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171229-8.htm>
- Sarıpek, S. & Çevik, S. (2020). Oraların nesi meşhur: Şehir pazarlamasında coğrafi işaret tescilli ürünler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 4907-4938.

Suna, B. & Uçuk, C. (2018). Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118.

Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 23-37.

Taş, S. S. K. & Taş, S. (2020). İşletme yöneticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açıları: Gümüşhane ili örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 985-994.

Taylor, Jr. S. & DiPietro, R. B. (2020). Assessing consumer perceptions of neolocalism: Making a case for microbreweries as place-based brands. *Cornell Hospitality Quarterly*. 6(12), 183-198.

Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.

Teuber, R. (2011). Consumers' and producers' expectations towards geographical indications: Empirical evidence for a German case study. *British Food Journal*, 900-918.

Toklu, İ. T. (2016). Tüketiciler coğrafi işaret için daha fazla ödemek ister mi? Artvin balı üzerine bir araştırma. *Karadeniz Araştırmaları*, (52), 171-190.

Türk Patent Kurumu. (2005). *Bafra pidesi coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/119.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2008). *Terme pidesi coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/129.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2011). *Samsun kaz tırیدی coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/174.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2012). *Samsun simidi coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/176.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2017a). *Yakakent mantısı coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/251.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2017b). *Bafra nokulu coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/227.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2018). *Çarşamba pidesi coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/333.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2020). *Bafra kaymaklı lokum coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/6ce855a8-9f0c-4e9e-8a92-8621b43807f7.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2021). *Çarşamba kenratması coğrafi işaret sicil belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/0f9a7ab4-ff18-4310-8dd3-f4ac2f71b2c5.pdf>

Türk Patent Kurumu. (2022). *Samsun coğrafi işaretli ürün listesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=55>

Yavan, N. (2013). Örneklem ve örnekleme yöntemleri. İçinde Y. Arı & İ. Kaya (Eds.), *Coğrafya Araştırma Yöntemleri* (ss. 153-172). Coğrafyaacılar Derneği Yayınları.

Yenipınar, U., Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlı peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemi*. Seçkin Yayıncılık.