



COĞRAFİ İŞARET SÜRECİNDE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİNİN ROLÜ VE COĞRAFİ İŞARET MAĞAZASI ÖNERİSİ

Tarık YÖRÜKOĞLU^{1*}, Kenan Sinan DAYISOYLU¹, Tuğberk ANÇEL²

¹Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Faculty of Engineering and Architecture, Department of Food Engineering, 46040, Kahramanmaraş, Türkiye

²Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Technical Sciences Vocational School, Department of Food Processing, 46040, Kahramanmaraş, Türkiye

Özet: Coğrafi işaretler sadece bir ürünün kökenini belirtmekle kalmayıp aynı zamanda ürünün kalitesi, üretim yöntemleri ve kültürel bağlamı hakkında önemli bilgiler de sunmaktadır. Bu noktada, Türkiye'de coğrafi işaretlerin tescili ve yönetimi konusunda önemli bir role sahip olan Türkiye Odalar Borsalar Birliği (TOBB), ülkenin zengin kültürel ve doğal mirasının korunması ve ekonomik değerinin artırılması noktasında stratejik bir konumda bulunmaktadır. TOBB'un, Türkiye genelindeki odalar ve borsaların çatı kuruluşu olarak, coğrafi işaretlerin tanımlanması, tescili, korunması ve yönetimi gibi konularda çeşitli sorumluluklar üstlendiği görülmektedir. Bu çalışma üç ana bölümden oluşmuştur; ilk bölümde coğrafi işaretler kavramına dair kapsamlı bir literatür taraması yapılmış, ikinci bölümde, 1 Ocak 2024 tarihine kadar coğrafi işaret başvurusunda bulunan ve tescil alan kurum ve kuruluşlar genel bir bakış açısıyla incelenmiş ve TOBB'un bu süreçteki rolü detaylandırılmıştır. Son bölümde ise, TOBB bünyesinde coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımını ve ekonomik değerini artıracak Coğrafi İşaretler Mağazası (CİM) adıyla bir yapı oluşturulması yönünde öneride bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Coğrafi işaret, Odalar, Borsalar, Coğrafi işaret mağazası


The Role of Turkish Chambers and Commodity Exchanges in the Geographical Indication Process and Geographical Indication Store Suggestion


Abstract: Geographical indications not only indicate the origin of a product, but also provide important information about the product's quality, production methods and cultural context. At this point, the Union of Chambers and Commodity Exchanges of Türkiye (TOBB), which has an important role in the registration and management of geographical indications in Türkiye, is in a strategic position to protect the country's rich cultural and natural heritage and increase its economic value. It is seen that TOBB, as the umbrella organization of the chambers and commodity exchanges across Türkiye, undertakes various responsibilities in matters such as the definition, registration, protection and management of geographical indications. This study consists of three main parts; In the first part, a comprehensive literature review was made on the concept of geographical indications, and in the second part, the institutions and organizations that applied for and registered geographical indications until January 1, 2024 were examined from a general perspective and TOBB's role in this process was detailed. In the last section, a suggestion was made to create a structure called Geographical Indications Store (CIM) within TOBB, which will increase the promotion and economic value of geographically indicated products.


Keywords: Geographical indications, Chambers, Commodity exchanges, Geographical indications store

*Sorumlu yazar (Corresponding author): Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Faculty of Engineering and Architecture, Department of Food Engineering, 46040, Kahramanmaraş, Türkiye

E mail: tarikyorukoglu@ksu.edu.tr (T. YÖRÜKOĞLU)

Tarık YÖRÜKOĞLU  <https://orcid.org/0000-0001-8507-708X>

Kenan Sinan DAYISOYLU  <https://orcid.org/0000-0002-0673-3526>

Tuğberk ANÇEL  <https://orcid.org/0000-0003-1446-567X>

Gönderi: 12 Ocak 2024

Kabul: 25 Şubat 2024

Yayınlanma: 15 Mart 2024

Received: January 12, 2024

Accepted: February 25, 2024

Published: March 15, 2024

Cite as: Yörükoğlu T, Dayısoylu KS, Ançel T. 2024. The role of Turkish chambers and commodity exchanges in the geographical indication process and geographical indication store suggestion. BSJ Eng Sci, 7(2): 323-328.

1. Giriş

Coğrafi işaret; menşe, mahreç veya geleneksel ürün işareti olarak tanımlanan ve tescil edilen önemli sınai mülkiyet haklarıdır. Küresel ekonominin hızla dönüştüğü bu dönemde, yerel ürünlerin kimliklerini koruma ve onlara değer katma amacıyla kullanılan coğrafi işaretler; ürünlerin kalitesini, kökenini ve özgünlüğünü tescilleyerek bölgesel kalkınmayı destekler. Bu çalışmada, Türkiye'deki coğrafi işaret tescilinin ve bu alanda yapılan başvuruların istatistiksel bir analizi sunulmuştur. Coğrafi işaret tesciline sahip kurum ve

kuruluşların dağılımı, özellikle coğrafi işaret sürecinde TOBB'un durumu hakkında detaylı bir inceleme yapılmış; başvuru ve tescil süreçlerinde öne çıkan eğilimler, bu süreçlerin yerel ekonomilerle ve ürün çeşitliliğine etkisi değerlendirilmiştir. Son bölümde ise TOBB bünyesinde coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımını ve ekonomik değerini artıracak bir platform olması tasarlanan coğrafi işaret mağazaları (CİM) hakkında bilgi paylaşılmıştır. Avrupa Birliği (AB) tarım politikasında coğrafi işaretler, yerel ürünlerin tanıtımını ve korunmasını açısından önemli bir rol oynar. Bu işaretler, belirli bir coğrafi bölgeyle



ilişkilendirilen ve bu bölgenin özgün özelliklerini, tarihini ve üretim yöntemlerini yansıtan ürünleri tanımlar. Coğrafi işaretler sayesinde tüketicilere ürünlerin kökeni ve üretim metotları hakkında güvenilir bilgiler sağlanırken, üreticilere de ürünlerinin özgünlüğünü ve kalitesini koruyarak daha yüksek gelir elde etme fırsatı sunulur (Balaban, 2016).

Bu sistem, yerel üretim tekniklerinin ve geleneklerin korunmasına ve kültürel mirasın yaşatılmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca coğrafi işaretler sayesinde, üreticiler kaliteye odaklanarak rekabet güçlerini artırabilir ve uluslararası pazarlarda daha iyi bir konuma

gelebilirler. Böylelikle, AB'nin coğrafi işaret sistemi hem yerel ekonomileri desteklemekte hem de tüketiciler için kalite ve güvenilirlik anlamına gelmektedir (Marangoz ve Akyıldız, 2006; Balaban, 2016).

Coğrafi işaret, farklılığını üretildiği bölgeden alan ve o bölge ile özdeşleşen ürünler olup menşe, mahreç veya geleneksel ürün işareti olarak tescil edilen sınai mülkiyet hakları olup yerel değerlerin sürdürülebilir bir şekilde korunmasına, bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına, bölge ve kırsal ekonominin gelişmesine yardımcı olurlar (Karadaş ve ark., 2023).



Şekil 1. Türk patent ve marka kurumu coğrafi işaretler; menşe, mahreç ve geleneksel ürünler amblemleri.

Ürüne katma değer sağlayan coğrafi işaret bölgesel kalkınma, ürün kalitesinin korunması, üretici gelirinin artırılması, tüketicilerin kalitesini ve kökenini bildikleri ürünleri tüketebilmeleri açısından önemlidir (Güler ve Saner, 2018). Coğrafi işaret, ayırt edici özelliği ile öne çıkan ve bulunduğu bölge ile özdeşleşen ürünlere verilen bir tescil süreci olup sadece tarım ürünleri ile sınırlı olmayıp insan eliyle yapılan ürünleri de kapsamaktadır. Yani coğrafi işaretlerin kapsamına doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri de girebilmektedir (Oraman, 2015). Avrupa Birliği (AB) 2081/92 sayılı tüzüğü'nün bir uyarlaması olan 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK), 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe girmesi ile coğrafi işaretlerle ilgili yeni bir döneme geçilmiştir. 1995-2017 yıllarına kadar mahreç ve menşe tanımı kullanılırken, 2017'de kabul edilen yeni kanunla beraber bu tanımlar mahreç, menşe ve geleneksel ürünler olmak üzere üç kategoride (Şekil 1) değerlendirilmeye başlanmıştır (Anonim 1992; Anonim 2017).

6769 Sayılı kanuna göre coğrafi işaret tescili için, ürünün tek bir üreticisi olan gerçek veya tüzel kişilerin, tüketici derneklerinin, konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşlarının başvuruda bulunabileceği belirtilmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumunun (TPMK) coğrafi işaretlerle ilgili sayfası incelendiğinde hem gerçek kişilerin hem de tüzel kişilerin coğrafi işaret başvuruları ve aldıkları tescilli ürünleri görülmektedir (TPMK, 2024a).

Coğrafi işaret tescilinin temel amacı, ürünlerin kalitesini ve kökenini belirginleştirmek ve bu özelliklerin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Tescil aynı zamanda, yerel üreticilerin koruma altına alınan isimlerden öncelikli olarak faydalanmalarını, ürünlerin kalitesinin korunmasını ve tüketicilere güvenilir bilgi sunarak

bilinçli tercih yapmalarına yardımcı olacak bir rehber oluşturmayı hedeflemektedir (Tanrıku, 2007).

Coğrafi işaret tesciline sahip ürünler, tüketicilerin gözünde "yüksek kaliteli ve güvenilir ürün" algısı yaratmaktadır. Bu durum, coğrafi işaret tescilli ürünlerin tescilsiz ürünlere kıyasla daha pahalı satılmasına karşın tüketicilerin yine de coğrafi işaret tescilli ürünleri tercih etmelerine neden olmaktadır. Bu da üreticiler için önemli bir gelir artışı sağlamaktadır. Ayrıca coğrafi işaretlemenin kolektif bir hakkı ifade etmesi; üretici birliklerini daha aktif bir işlerliğe kavuşturmakta, küçük çaplı işletme olmanın dezavantajından dolayı üreticinin pazar karşısında güçsüz kalması engellenmekte ve ortak pazarlama faaliyetleri sayesinde maliyetler ciddi oranda azalmaktadır (Özsoy, 2015).

Coğrafi işaret koruması, tüketiciler açısından tescilli ürüne karşı prestij ve güven sağlayan; üreticiler açısından ise piyasadaki rakiplerinden farklılaşmasına aracı olan bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Coğrafi İşaretleme Sisteminin temel fonksiyonları şu şekilde özetlenebilir: Köken Belirtme Fonksiyonu, Kalite Fonksiyonu, Yatırım veya Reklam Fonksiyonu, Kültür Koruma Fonksiyonları (Rovamo, 2006; Bagade ve Metha, 2014).

Globalleşen dünyada ticaretin tüketici merkezli kalite gereksinimleri ve ürün talepleri artmakta; bu gibi gelişmeler, Avrupa ve Türkiye'deki özellikle tarım sektörünü yeni zorluklarla karşı karşıya bırakmaktadır. Değişimler sadece tarımsal pazarı değil, aynı zamanda kırsal alanlardaki yerel ekonomileri de etkilemektedir. Bu nedenle, yerel ekonomileri canlandırmak ve küreselleşmenin olumsuz etkilerini, özellikle küçük işletmeler üzerindeki etkilerini en aza indirmek için yeni stratejiler geliştirmek hayati önem taşımaktadır. Coğrafi işaretin bu sorunlara yönelik geliştirilebilecek

stratejiler arasında önemli bir rolü olduğu düşünülmektedir (Kan ve Gülçubuk, 2008).

Coğrafi işaretin önemini artıran faktörlerden bir diğeri ise içerdikleri anlam ve küreselleşmeye karşı yerel hareketleri teşvik ederek kırsal kalkınma aracı olarak işlev görmeleridir. Dolayısıyla coğrafi işaretlerin yerele ve böylece kırsal kalkınmaya sağladıkları avantajlar beş ana başlık altında sınıflandırılabilir. Bunlar: Coğrafi işaretler üretici ve tüketicileri haksız rekabete karşı korur, coğrafi işaretler tüketiciyi yönlendirir, kaliteli beslenmesini sağlar, coğrafi işaretler katma değer ve istihdam yaratır, coğrafi işaretler gerçek kırsal kalkınma araçlarıdır, coğrafi işaretler turizmi geliştirir (Rangnekar, 2004; Kop ve ark., 2006; Kan, 2007; Tekelioğlu, 2019).

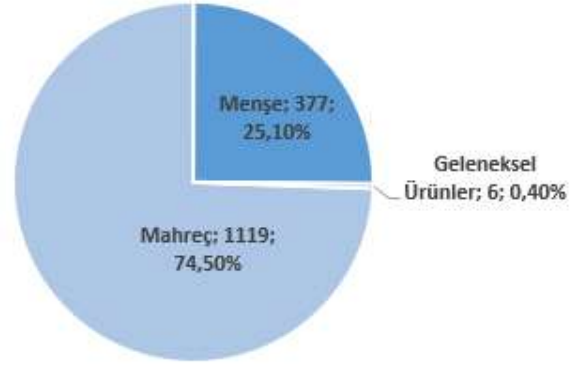
Kolektif üretim, doğası gereği işbirlikçi bir yönetim yapısını gerektirir; bu da coğrafi işarete sahip tedarik zincirlerinin belirli organizasyonel güçlendirmelere ihtiyaç duyduğunu gösterir. Coğrafi işaret kullanacak üretici sınıfların belirlenmesi, ürün kalitesi, üretim aşamalarını denetleyecek kurumların kurulması ve coğrafi işaretlerin yetkisiz kişiler tarafından veya kötüye kullanılması durumlarında müdahale edebilecek otoritelerin tahsis edilmesi önemlidir. Daha etkili ve etik bir coğrafi işaret kullanımını sağlamak için daha özgün ve uyarlanabilir bir platform üzerinde durulmalıdır. Bu platform; teknolojik uygulamalarıyla birlikte gelişmeyi, üretici sınıflar arasında sürekli iyileşme kültürünü teşvik etmeyi ve coğrafi işaret kullanımının şeffaf ve sorumlu olmasını desteklemeyi içermektedir. Ayrıca standartlara uyumu teşvik etmek ve kötüye kullanımı caydırmak için teşvikler ve cezalar sistemi oluşturulabilir (Gökova, 2007).

2. Coğrafi İşaret Sürecinde Ülkemizdeki Kurumların Durumu

2024 yılı Ocak ayına kadar TPMK'nin coğrafi işaret tescilli almış olan ürünleri incelendiğinde toplamda 1493 farklı kurum ve kuruluş ile 9 gerçek veya tüzel kişiye ait ürünlerin bu tescilli aldığı görülmektedir. Bu tescillerin içerisinde 1119 tanesi (%74,5) mahreç işareti, 377 tanesi (%25,1) menşe işareti ve sadece 6 tanesi (%0,4) geleneksel ürün kategorisinde yer almaktadır (Şekil 2). Bu dağılımda, mahreç işaretli ürünler en yüksek paya sahipken geleneksel ürünlerin en düşük payı aldığı görülmektedir. Geleneksel ürünlerin bu kadar az tescile sahip olmasının nedeni, bu tanının 2017 yılında yürürlüğe giren 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile getirilmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Şekil 3 incelendiğinde, Türkiye'deki yöresel ve/veya kültürel ürünleri en fazla tescil eden şehir 102 ürünle Gaziantep'tir. Bu ili sırasıyla 72 tescille Konya, 50 tescille ile Diyarbakır, 48 tescille ile Afyonkarahisar, 47 tescille Şanlıurfa ve 46 tescille Malatya takip etmektedir. Türkiye'nin tüm illerinin en az birden fazla coğrafi işarete sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye'nin coğrafi işaret açısından ne kadar zengin bir çeşitliliğe sahip olduğunu çok daha net göz önüne sermektedir.

Tescilli Coğrafi İşaret Dağılımı



Şekil 2. 01.01.2024 tarihine kadar tescil edilmiş ürünlerin coğrafi işaret dağılımı.

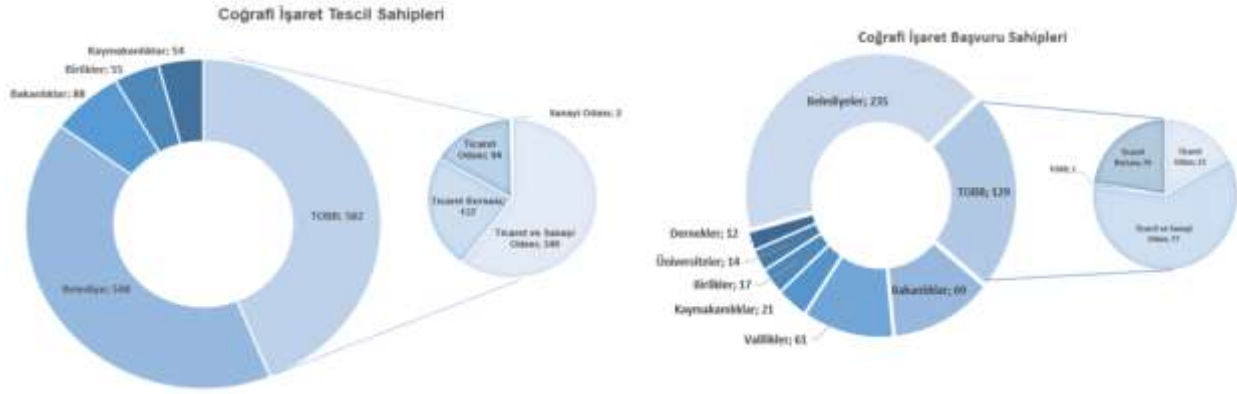


Şekil 3. Coğrafi işaret tescil sayılarının il bazında gösterilmesi.

Coğrafi işaret tescili alan kurumlar arasında yapılan detaylı incelemede (Şekil 4), TOBB'un 582 tescille en fazla coğrafi işarete sahip kuruluş konumunda olduğu görülmektedir. Bunu 548 tescille belediyeler takip etmektedir. Bakanlıklar 88 tescille üçüncü sırada yer alırken, birlikler 55 ve kaymakamlıklar 54 tescille dördüncü ve beşinci sırayı paylaşmaktadır. Ayrıca vakıflar 37, ziraat odaları 36, dernekler 23, valilikler 22 ve kooperatifler 21 tescille diğer önemli coğrafi işaret sahipleri arasında bulunmaktadır (TPMK, 2024a). Bu dağılım, TOBB'un coğrafi işaretlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda ne kadar önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca belediyeler ve bakanlıklar gibi yerel ve merkezi yönetim organlarının da bu alanda aktif olduğunu ve coğrafi işaretlerin gelişimine katkıda bulduklarını ortaya koymaktadır.

Aşağıda Şekil 4'te coğrafi işaret tesciline sahip kurum ve kuruluşlar, Şekil 5'de ise coğrafi işaret başvurusu yapmış kurum ve kuruluşlar verilmiştir.

01.01.2024 tarihine kadar olan mevcut coğrafi işaret başvuruları incelendiğinde ise Belediyeler 235 adet, TOBB 129 adet, Bakanlıklar (Milli Eğitim Müdürlükleri, Turizm İl Müdürlükleri, Tarım ve Orman İl Müdürlükleri) 69 adet, Valilikler 61 adet, Kaymakamlıklar 21 adet, Birlikler 17 adet, Üniversiteler 14 adet, Dernekler 12, Ziraat Odaları 10 adet başvuru yapmıştır (Şekil 5) (TPMK, 2024b).

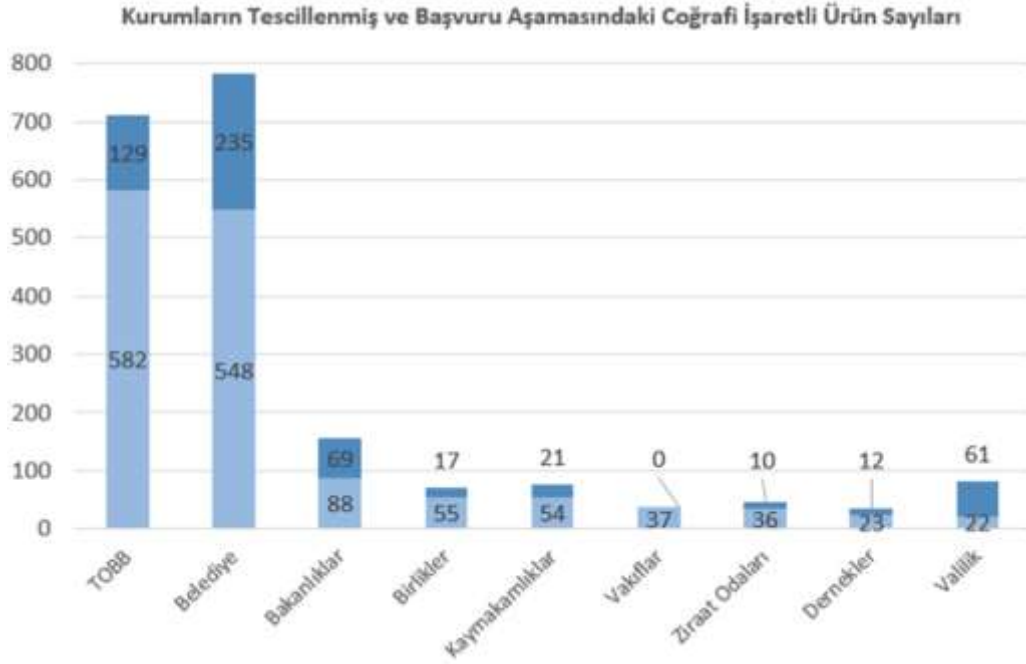


Şekil 4. Coğrafi işaret tesciline sahip kurum ve kuruluşlar.

Şekil -5: 01.01.2024 Tarihine Kadar Coğrafi İşaret Başvurusu Yapmış Kurumlar.

Kurumların tescillenmiş ve başvuru aşamasındaki coğrafi işaretli ürün sayılarına bakıldığında (Şekil 6) belediyeler ve TOBB'un ön plana çıktığı görülmektedir. TOBB hala bünyesinde en fazla tescilli ürüne sahip kurum olurken belediyeler başvuru sayısı açısından en önde yer

almaktadır. Bu iki kurumun toplam başvuru ve tescilli coğrafi işaretli ürün sayıları toplam başvuru ve tescilli ürün sayılarının yaklaşık olarak %70'lik kısmını oluşturmaktadır.



Şekil 6. Tescillenmiş ve başvuru aşamasında olan coğrafi işaretlerin kurumlar bazında dağılımları.

3. Coğrafi İşaret Sürecinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin Rolü

TOBB, Türkiye genelindeki odaları ve borsaları bir araya getiren, 5174 Sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu ile görevlerini yürüten bir çatı kuruluş (Anonim, 2004) olup ülkedeki ticaret ve sanayi faaliyetlerini destekleyerek ekonomik kalkınmayı teşvik etmektedir. Coğrafi işaretlerle ilgili olarak TOBB'un önemi büyüktür, çünkü bu işaretler, ülkedeki çeşitli bölgelerin özgün ürünlerinin korunmasına ve pazarlanmasına yardımcı olmaktadır. TOBB, odalar ve borsalar arasında koordinasyonu sağlamak, coğrafi

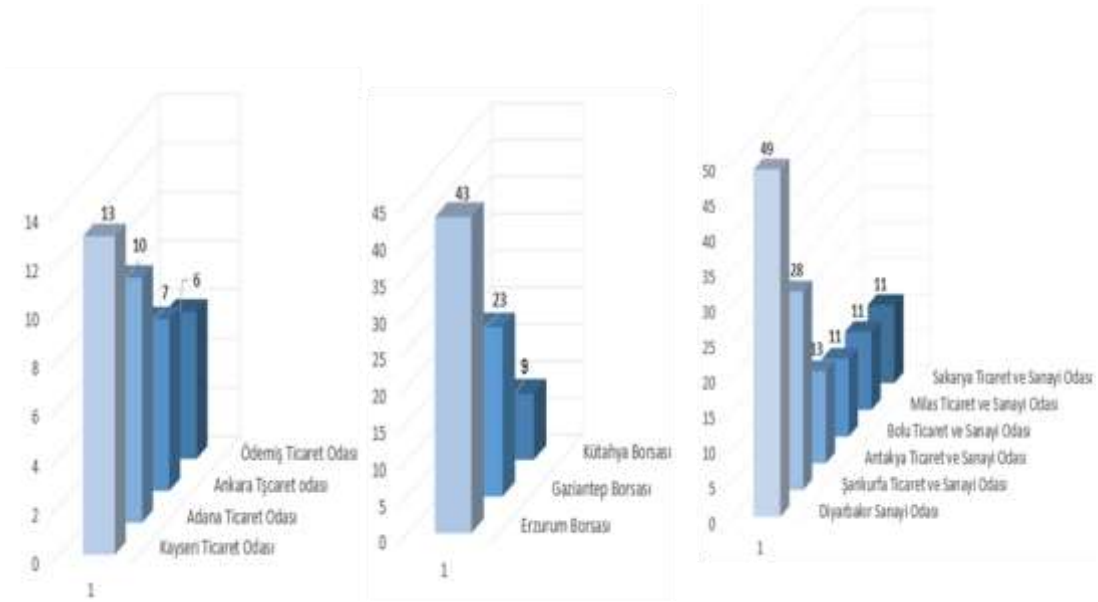
işaretleri etkin bir şekilde yönetmek ve korumak, ülke ekonomisine katkı sağlamak yoluyla Türkiye'nin kültürel ve ekonomik zenginliğine sürdürülebilir bir yaklaşım sunmaktadır.

Ayrıca TOBB'un ülke genelindeki odalar ve borsalar arasında iletişimi güçlendirmesi ve bilgi paylaşımını teşvik etmesi, coğrafi işaretlerin daha etkin bir şekilde kullanılmasına imkân sağlamaktadır. Bu sayede, coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik değeri artmakta ve ülkedeki yerel üreticilerin rekabet avantajı elde etmeleri mümkün olmaktadır.

Oda ve borsaların sahip olduğu tescillenmiş coğrafi işaretler incelendiğinde, en fazla 438 adet ürün ile

mahreç işareti bulunduğu, bunu sırasıyla 129 adet ürünle menşe işareti ve 3 adet geleneksel ürün adının takip ettiği görülmektedir. Başvuru aşamasında ise bu durum şu şekildedir: Ticaret ve sanayi odaları 77 adet, borsalar 29 adet ve ticaret odaları ise 22 adet başvuru yapmıştır. Son olarak, geleneksel ürün kategorisinde ise başvuru sayısı birdir. TPMK veri tabanında, coğrafi işaret başvurularının menşe veya mahreç işareti olup olmadığı gösterilmediği için değerlendirme kurum adı üzerinden yapılmak zorunda kalmıştır. 02.05.2023 tarihinde TOBB, "Türk Kahvesi" için TPMK'ye geleneksel ürünler kategorisinde doğrudan başvuru yapmıştır. Bu başvuru, TOBB'un kendi başına bir ürün için doğrudan başvurusunu yaptığı yegâne bir ürün durumundadır. Oda ve borsaların mevcut tescilli coğrafi işaretleri

incelendiğinde (Şekil 7) en fazla tescile sahip olan kurum Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası olup toplamda 49 adet coğrafi işaretli ürüne sahiptir. Erzurum Ticaret Borsası, 43 adet coğrafi işaret ile ikinci sıradadır. Üçüncü sırayı ise 28 adet coğrafi işaret ile Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası almaktadır. TOBB bünyesindeki yapılar içinde Ticaret ve Sanayi Odalarının ülke genelinde coğrafi işaretli ürünlerin tescilinde önemli bir katkı sağladığına dair mevcut bulgunun Ticaret ve Sanayi Odalarının hem il genelinde hem de ilçelerde hizmet veriyor olmalarından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Örneğin, Milas Ticaret ve Sanayi Odası'nın (Muğla iline bağlı bir ilçe) 11 adet tescilli coğrafi işaretli ürüne sahip olması, bu durumu daha net bir şekilde ortaya koymaktadır (TPMK, 2024a).



Şekil 7: Oda ve borsaların sahip olduğu tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı.

4. Sonuç ve Öneriler

Coğrafi İşaretler Mağazası önerisi, TOBB liderliğindeki bir iş birliği modeliyle, yerel üreticilerin güçlenmesini, coğrafi işaretlerin daha etkili bir şekilde kullanılmasını ve ülkemizin kültürel mirasının sürdürülebilir bir şekilde korunmasını sağlamaya yönelik olarak getirilmiştir. Bu bağlamda CİM, tüm illerinin geleneksel ve özgün ürünlerini bir araya getirerek coğrafi işaretle tescillenmiş ürünleri tanıtmak ve pazar şanslarını arttırmak amacı ile başta İstanbul, Ankara ve İzmir olmak üzere büyükşehirlerde açılması planlanan bir konsept platformdur. CİM coğrafi işaretlerle korunan ve belirli bir coğrafi bölgeye özgü niteliklere sahip tarım ürünleri, el sanatları, yöresel lezzetleri ve benzeri ürünleri içerecektir.

TOBB, CİM'de yer alacak coğrafi işaret tescilli ürünlerin yönetimini optimize etmek ve üreticilere etkili destek sağlamak üzere stratejik bir model benimseyecektir. Bu çerçevede, Oda ve Borsalar, coğrafi işaret tescilli ürünleri üreten firmalarla sözleşmeler imzalayarak, bu firmalara kullanım hakkı tanıyan bir protokol oluşturacaklardır.

Söz konusu protokoller, coğrafi işaret tescilli ürünlerin üretimine dair belirlenen standartları, kalite kriterlerini ve diğer spesifikasyonları içerecektir. Belirlenen şartlar, coğrafi işaret tesciline uygunluğu denetlemek ve ürünlerin kalitesini güvence altına almak üzere titiz bir denetim sürecini içerecektir. Oda ve Borsalar, bu süreçte üretici firmalara destek olmak ve denetim süreçlerini etkin bir biçimde yönetmek adına kalite kontrol analizlerini gerçekleştirecek özel komisyonlar ve ekipler kuracaklardır. Bu analizler; ürünlerin fiziksel, kimyasal ve organoleptik özelliklerini objektif bir şekilde ele alarak coğrafi işaret tescil sürecinde tanımlanmış üretim standartlarına ve Türk Gıda Kodeksinin belirlemiş olduğu mevzuatlara uygunluğunu değerlendirecektir. Elde edilen veriler, üretici firmalarla paylaşılacak ve geri bildirimlerle üretim süreçleri sürekli olarak iyileştirilecektir. Bu süreç, coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir kalitesini ve ayırt ediciliğini korurken aynı zamanda yerel ekonomilere de katma değer sağlayacaktır.

CİM'lerde satışa sunulan ürünlerin daha yüksek katma

değere sahip olması üreticilerin bu mağazalara ürün verme konusunda daha istekli olmalarını teşvik edecektir. Yüksek kaliteli ürünler ve coğrafi işaret tescili, üreticilerin marka değerini artırarak yerel ekonomilere ve kültürel mirasa katkı sağlamalarını destekleyecektir. Bu da CİM'lerin hem tüketiciler hem de üreticiler için önemli bir ticaret platformu olmasını sağlayacaktır.

Üretici firmaların ürünleri, kalite kontrol ve coğrafi işaret uygunluğu analizlerini başarıyla tamamladıktan sonra, CİM'lerde satışa sunulacaktır. Bu ürünler, daha yüksek katma değerli ve özgün niteliklere sahip olacak, bu da yerel üreticileri CİM'lere ürün sunma konusunda daha fazla teşvik edecektir. Bu stratejik model, coğrafi işaretli ürünlerin toplumdaki gıda güvenliği olgusuna farklı bir bakış açısı getirmek, yerel ekonomilere katma değer kazandırmak ve tüketicilere nitelikli ve çeşitli ürünler sunmak amacıyla uygulanacaktır.

Son olarak, CİM'ler, aynı zamanda dijital pazarlarda da varlık göstererek online satış kanallarıyla tüketicilere ulaşacak ve coğrafi işaretli ürünleri daha geniş bir kitleye tanıttak inovatif yöntemlere öncülük edecektir. Böylece, yerel üreticiler sadece fiziki mekanlarda değil, aynı zamanda dijital pazarlarda da tüketici katmanlarıyla buluşabileceklerdir.

Katkı Oranı Beyanı

Yazar(lar)ın katkı yüzdesi aşağıda verilmiştir. Tüm yazarlar makaleyi incelemiş ve onaylamıştır.

	T.Y.	K.S.D	T.A.
K	50	25	25
T	100		
Y	50	25	25
VTI	80	10	10
VAY	100		
KT	50		50
YZ	50	25	25
KI	20	40	40
GR	40	30	30
PY	40	30	30
FA	40	30	30

K= kavram, T= tasarım, Y= yönetim, VTI= veri toplama ve/veya işleme, VAY= veri analizi ve/veya yorumlama, KT= kaynak tarama, YZ= Yazım, KI= kritik inceleme, GR= gönderim ve revizyon, PY= proje yönetimi, FA= fon alımı.

Çatışma Beyanı

Yazarlar bu çalışmada hiçbir çıkar ilişkisi olmadığını beyan etmektedirler.

Etik Onay Beyanı

Bu çalışmada hayvanlar ve insanlar üzerinde herhangi bir çalışma yapılmadığı için etik kurul onayı alınmamıştır.

Kaynaklar

Anonim. 1992. Council Regulation (EEC) No. 2081/92 on the protection of geographical indications and designations of

origin for agricultural products and foodstuffs. FAO, URL: <https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC019440/> (erişim tarihi: 10 Ocak 2024).

Anonim. 2004. Türkiye odalar ve borsalar birliği ile odalar ve borsalar kanunu. 01.06.2004 tarih ve 25479 Sayılı Resmi Gazete, URL: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/06/20040601.html> (erişim tarihi: 10 Ocak 2024).

Anonim. 2017. Sınai mülkiyet kanunu. 2. Kitap coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adı, 10 Ocak 2017 tarih ve 29944 sayılı Resmi Gazete, URL: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6769.pdf> (erişim tarihi: 10 Ocak 2024).

Bagade SB, Metha DB. 2014. Geographical indications in India: hitherto and challenges. Res J Pharm Biol Chem Sci, 5(2): 1225-1239.

Balaban ST. 2016. Ekonomik açıdan coğrafi işaretler. FMR, 1: 57-62.

Gökova U. 2007. Coğrafi işaretler ve coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: Türkiye örneği. Atatürk Üniv İktis İdar Bil Derg, 21(2): 141-160.

Güler D, Saner G. 2018. Türkiye'de hayvansal gıdaların coğrafi işaret korumalarının Avrupa birliği çerçevesinde değerlendirilmesi. Tar Bil Araş Derg, 11(1): 50-55.

Kan M, Gülçubuk B. 2008. Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. Uludağ Üniv Zir Fak Derg, 22(2): 57-66.

Kan M. 2007. Kırsal kalkınmada coğrafi işaretler ve bazı ülkelerden uygulama örnekleri. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye, pp:378.

Karadaş Ö, Yılmaz E, Yılmaz İ, Geçgel U. 2023. Trakya bölgesinde coğrafi işaretleme çalışmaları ve bölge ekonomisine katkısı. Giriş Kalk Derg, 17(2): 180-189.

Kop van de P, Sautier D, Gerz A. 2006. Origin based products. Lessons for propoor market development. Royal Tropical Institute - CIRAD, Bulletin The Netherland and France, pp: 372.

Marangoz M, Akyıldız M. 2006. Doğal ve kültürel mirasın korunması açısından coğrafi işaretlerin önemi ve buldan bezi örneği. Buldan Sempozyumu, 23-24 Kasım 2006, Denizli, Türkiye, ss: 1.

Oraman Y. 2015. Türkiye'de coğrafi işaretli ürünler. Balkan Near East J Soc Sci, 1(1): 76-85.

Özsoy T. 2015. Coğrafi işaretlemenin katma değer oluşturmada bir araç olarak kullanımı. Çukurova Üniv Sos Bil Enst Derg, 24(2): 31-46.

Rangnekar D. 2004. The socio-economics of geographical indications, A Review of Empirical Evidence from Europe, UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper No.8, Bern, Switzerland, pp: 123.

Rovamo O. 2006. Monopolising Names? The protection of geographical indications in the European Community. MSC Thesis, University of Helsinki, Faculty of Law, Helsinki, Finland, pp: 80.

Tanrıkulu M. 2007. Türkiye'de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. J Int Soc Sci Educ, 1(2): 173-184.

Tekelioğlu Y. 2019. Coğrafi işaretler ve türkiye uygulamaları. J Ufuk Üniv Sos Bil Enst, 8(15): 47-75.

TPMK. 2024a. Türk patent ve marka kurumu coğrafi işaret tescil sahipleri. URL: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationOwners> (erişim tarihi: 10 Ocak 2024).

TPMK. 2024b. Türk patent ve marka kurumu coğrafi işaretli ürünler veri tabanı. URL: <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (erişim tarihi: 10 Ocak 2024).