



Üreticilerin Coğrafi İşarete Yönelik Beklentileri ve Bilgi Düzeyleri: Kayseri Yamula Patlıcanı Örneği

İlayda ALGAN¹, Mehmet Akif DOĞAN², Mustafa KAN^{3*}

^{1*} İlayda ALGAN, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi A.B.D. Kırşehir, Türkiye.
E-mail: algan.ilayda@ogr.ahievran.edu.tr OrcID: 0009-0008-1665-9682

^{2*} Mehmet Akif DOĞAN, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi A.B.D. Kırşehir, Türkiye. E-mail: dogan.mehmetakif@ogr.ahievran.edu.tr OrcID: 0009-0009-4481-5192

^{3*} Sorumlu Yazar: Mustafa KAN, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü Kırşehir, Türkiye. E-mail: mustafa.kan@ahievran.edu.tr OrcID: 0000-0001-9198-5906.

MAKALE BİLGİLERİ

Makale Tarihi

Geliş: 11 Eylül 2025

Kabul: 26 Eylül 2025

Erişilebilir: 31 Ekim 2025

Anahtar Kelimeler:

Yamula Patlıcanı

Coğrafi İşaret

Menşei İşareti

Yerel Kalkınma

Kayseri-Türkiye

*Sorumlu yazar:



mustafa.kan@ahievran.edu.tr

*Atf:

Algan, İ., Doğan, M.A., Kan, M. (2025). Üreticilerin Coğrafi İşarete Yönelik Beklentileri Ve Bilgi Düzeyleri: Kayseri Yamula Patlıcanı Örneği. Eurasian Journal of Agricultural Economics, 5(2), 75-88.

Ö Z E T

Bu çalışma Kayseri ilinde 2007 yılında coğrafi işaret (menşei işaret) olarak tescil ettirilen Yamula Patlıcanı üreticilerin coğrafi işaret konusunda bilgi düzeyleri ve coğrafi işareten beklentilerinin ortaya konulması amacı ile yürütülmüştür. Aralık 2023-Şubat 2024 tarihleri arasında 55 Yamula Patlıcanı üreticisi ile anket soru formları doldurularak veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda üreticilerin %90,91'inin coğrafi işaret kavramını duyduğu ve %66,00'inin de bu konuda yeterli bilgiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret kavramının duyum kaynağında en önemli rol Yemliha Tarımsal Kalkınma Kooperatifine aittir. Bölgede kooperatifin varlığı ve bu konuda önemli faaliyetlerde bulunması bu bilincin oluşmasında etkili olduğu söylenebilir. Bölgede coğrafi işaret konusundaki en büyük beklenti Pazar alanının genişlemesi yönünde iken üreticilerin %76,36'sının coğrafi işaretin bölgeye olumlu katkısı olduğunu belirtmiştir. Coğrafi işaret sisteminin bölgede işlemleri hususunda üreticilerin yarıya yakınının kısmen diye cevap vermeleri sistemin işleyişinde sorunlar olduğunu göstermektedir. Bu konuda gerek Yemliha Tarımsal Kalkınma Kooperatifinin eski işlevinden uzak olması gerekse sistemin işleyişinde anahtar kişilerin varlığındaki sorunlar bölgedeki coğrafi işaret sistemi ile ilgili temel sorunlar olarak tespit edilmiştir.

A B S T R A C T

This study investigates the knowledge levels and expectations of producers of Yamula Patlıcanı (Eggplant), which was officially registered as a geographical indication (designation of origin) in Kayseri province in 2007. Data were collected through structured questionnaires administered to 55 producers between December 2023 and February 2024. Findings indicate that 90.91% of producers were familiar with the concept of geographical indications, while 66.00% considered themselves sufficiently informed. The Yemliha Agricultural Development Cooperative emerged as the primary source of awareness, and its presence and activities in the region played a crucial role in building this knowledge base. Producers' main expectation from the geographical indication is the expansion of market opportunities, with 76.36% affirming that it has already brought positive contributions to the region. Nevertheless, nearly half of the producers described the functioning of the system as only "partial," pointing to ongoing challenges in its implementation. Key problems identified include the declining effectiveness of the Yemliha Cooperative and difficulties associated with the involvement of key stakeholders.

1. GİRİŞ

Yerel ürünlere yönelik ilgi giderek artmakta, bu ürünler artık yalnızca üreticiden doğrudan elde edilen taze gıdalar değil; aynı zamanda kaliteli, sağlıklı ve güvenilir gıdalar olarak algılanmaktadır (Kan ve ark., 2021; Kan ve Gülçubuk, 2021; Kan ve Belveren, 2022). Covid-19 pandemisi de bu algıyı pekiştirmiş, tüketicilerin yerel ürünlere olan talebini artırmıştır (Nayal et al., 2021).

Türkiye’de “yerel ürün” kavramı halk arasında sıklıkla “yöresel”, “geleneksel” veya “el yapımı ürün” gibi kavramlarla eş anlamlı kullanılmakta; hatta kimi zaman “hakiki”, “saf”, “doğal” veya “köy ürünü” gibi hukuki dayanağı olmayan ifadelerle ilişkilendirilmektedir. Ancak 1995 yılında yürürlüğe giren KHK ve 2017’de kabul edilen 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile birlikte “coğrafi işaretli ürün” kavramı yasal bir çerçeveye kavuşmuş, “geleneksel ürün adı” ile de ayrıştırılmıştır (Resmi Gazete, 1995; 2017).

Literatürde yerel/yöresel ürünler; enerji ve ulaşım verimliliği (Bosona et al., 2011; Wallgren, 2006; Coley et al., 2009), çevreye duyarlılık (Fieldman ve Hamm, 2015; Perito et al., 2019), yerel ekonomi ve üreticiyi destekleme (Winter, 2003; Martinez et al., 2010), gıda güvencesi (Halweil, 2002), hayvan refahı (Wiseman, 2018), kırsal kültürün korunması (Berg et al., 2013) ve daha sağlıklı-taze olma (Lea, 2005; Vogt ve Kaiser, 2008) gibi çeşitli açılardan tanımlanmaktadır. Coğrafi işaretler ise bu kavramsal çeşitliliğe açıklık getirmekte; ürünün kökeni, niteliği ve ünü üzerinden tüketiciye güvence sağlamaktadır (WTO, 2021).

Tarihsel olarak coğrafi işaretlerin izleri Orta Çağ Avrupa’sına kadar uzanmakta; ilk örneklerin dokumacılıkta ve koloniler arası ticarete ürünlerin kökenini belirtmek amacıyla kullanıldığı bilinmektedir (Gündoğdu, 2006). Ancak hukuki koruma, TRIPS Anlaşması (1994) ile küresel düzeyde sistematik bir boyut kazanmıştır. Türkiye’de ise coğrafi işaretlerin hukuki koruması 555 sayılı KHK (1995) ile başlamış, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (2017) ile güçlendirilmiştir. Bu sistem, menşe ve mahreç işareti ayrımıyla birlikte ürünlerin tanıtımını, kırsal kalkınmayı ve kültürel değerlerin korunmasını destekleyen kolektif bir araç niteliği taşımaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008; Kan ve ark., 2019).

Türkiye, sahip olduğu iklimsel ve kültürel çeşitlilik sayesinde coğrafi işaret potansiyeli yüksek bir ülkedir. Ancak yerel ürün pazarının büyüklüğü konusunda net veriler bulunmamakta; bu da sistemin yönetimini güçleştirmektedir (Ekonomik Forum, 2016). Eylül 2025 itibarıyla Türkiye’de 1761 ürün tescillenmiştir (TÜRKPATENT, 2025). AB nezdinde ise 38 ürün coğrafi işaret almıştır. 48 adet ürünün ise başvuru aşamasında bekliyor olması da (eAmbrosia, 2025).) Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası alanda tanınırlığı noktasında önemli aşamalar katettiğini gösteren önemli bir kanıttır

Son dönemde Türkiye’de coğrafi işaretler konusundaki araştırma sayılarında önemli artışlar göze çarpmaktadır. Fazlıoğlu ve ark. (2024) 2002-2023 yılları arasında Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi’nde (YÖKTEZ) yayınlanmış coğrafi işaret ile ilgili tezleri incelemişler ve coğrafi işaret kavramını içeren 142 çalışma belirlemişlerdir. Bulgularında 2019 yılında sonra coğrafi işaretlerle ilgili tez sayılarında önemli artışlar olduğunu belirlemişlerdir. Yapılan çalışmalarda coğrafi işaretleme konusuna ekonomik boyut, turizm etkisi, gastronomi ve kültürel miras ile sürdürülebilirlik perspektifleri gibi farklı açılardan odaklanıldığı belirtilmektedir. Bu konuda çalışmalardan biri olan Köşker (2020), 2001-2019 yılları arasındaki coğrafi işaretli konulu tezlerde coğrafi işaret tüketici algısı, coğrafi işaretler, coğrafi işaret koruması, coğrafi işaret turizm ilişkisi, coğrafi işaret gastronomi ilişkisi, coğrafi işaretin kırsal kalkınmaya etkisi ve coğrafi işaretin ekonomik etkileri gibi konularda yoğunlaştığını belirtmiştir. Coğrafi işaret konusundaki çalışma sayılarındaki artış bu konuda gerek üreticilerin gerekse tüketicilerin bilgi düzeylerinde değişimleri de beraberinde getirmektedir. Coğrafi işaretin tanınırlığı ve bu konudaki bilgi düzeyi, coğrafi işaretin alınmasının ne anlama geldiği ve coğrafi işaretin sunduğu potansiyel fırsatların neler olabileceği konuları da bu nedenle önem arz etmeye başlamıştır. Ekonomik yönden düşünüldüğünde bu tür ürünlere karşı tüketicilerin ödeme istekliliği konusu da araştırmalar içerisinde yer alan hususlardan biri olup bu konuda yapılan araştırmalarda Türk tüketicilerinin coğrafi işaretli ürünler için daha yüksek ödeme eğilimine sahip olduğunu da göstermektedir (Zuluğ, 2010; Meral ve Şahin, 2013; Topçu ve Yalçın, 2016; Kan ve ark., 2021; Kan ve Belveren, 2022; Kan ve ark., 2024).

Kayseri ili, 32 coğrafi işaretli ürün ile Türkiye’de 16. sırada yer almakta olup (TÜRKPATENT,

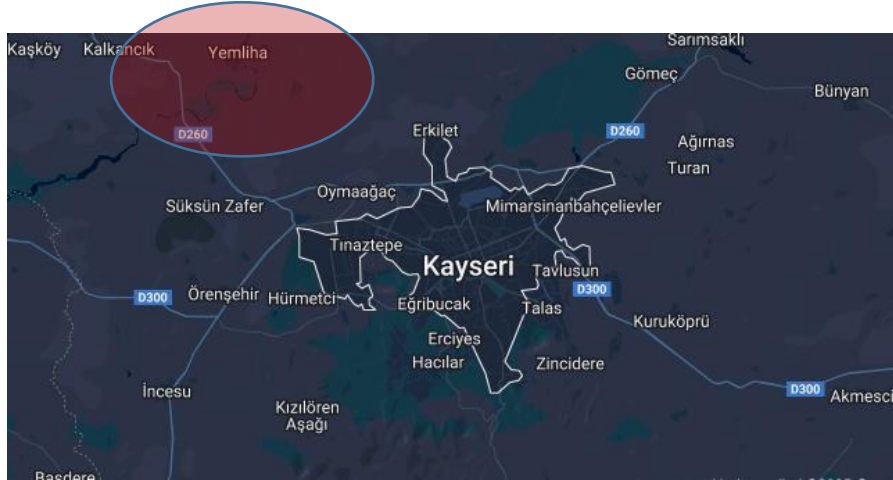
2025), bu ürünlerden biri olan ve 2007 tarihinde menşei işareti olarak tescil ettirilen ve tescili 2010 yılında Resmi Gazete’de yayınlanan Yamula Patlıcanı gerek ekonomik gerek kültürel açıdan dikkate değer bir örnektir. Pınar ve ark. (2017) farklı Yamula Patlıcanı genotiplerinin genetik benzerlikleri üzerine yaptıkları çalışmada Yamula Patlıcanı’nın kendine özgü çizgili yapısı, sert meyve eti gibi özellikleri ile ön plana çıkmakta olup, özellikle yetiştirildiği bölgedeki insanlar tarafından kurutmalık, taze tüketim ve salamura olarak farklı şekillerde tüketildiği belirtilmektedir. Çeşidin morfolojik özellikleri kayıt altına alınmış (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2023), genetik çalışmalarda farklılığı kanıtlanmış ve yerel tohum seferberliği kapsamında korunmaya alınmıştır (TÜRK TARIM, 2020). Ayrıca yapılan araştırmalar, ürünün bölge turizmi ve tanıtımında bir marka değeri taşıdığını ortaya koymaktadır (Yönet Eren ve Sezgin, 2021; Saatcı, 2019).

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini nicel ve nitel araştırma yöntemleri ile toplanan veriler oluşturmaktadır. Yamula Patlıcanı’nın menşei işareti olarak belirtilen bölgede patlıcan üreticileri ile yapılan anket çalışması ile veriler toplanmıştır.

2.1. Örneklem Yöntemi

Yamula Patlıcanı üretim bölgesi coğrafi işaret belgesinde Yemliha Kasabası ve Yamula Barajı çevresi olarak belirtilmektedir (Resmi Gazete, 2010, TÜRK PATENT, 2019). Bölgede yapılan görüşmeler sonucu bu alan içinde 7 yerleşim yerinin (Yemliha, Ebiç, Mahzemin, Beydeğirmeni, Yuvalı, Tahirini, Küllü) bu kriterler içerisinde değerlendirilebileceği belirlenmiştir. Bu alan Kızılırmak Havzası içerisinde kalan sulu verimli bir bölge olup Kayseri ilinin Kocasinan ilçesine bağlıdır. Araştırma alanı olarak belirlenen yerlerde 2022 yılı Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) göre toplam patlıcan üreten çiftçi sayısı 121 olup toplam patlıcan üretim alanı ise 521,14 da olarak belirlenmiştir.



Harita 1. Araştırma alanı haritası

Gerek Kayseri İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ile yapılan görüşmeler ve ÇKS verileri gerek se bölge halkı ile yapılan ön görüşmeler sonucu Yamula Patlıcanı üretiminin çoğunlukla Yemliha Kasabası ile Ebiç ve Mahzemin köylerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu nedenle bu üç yerleşim alanı Gayeli Örneklem Yöntemi ile araştırma bölgesi olarak seçilmiştir.

Araştırma bölgesi olarak belirlenen bu 3 yerleşim yerinde ÇKS verilerine göre toplam 103 patlıcan üreticisi bulunmaktadır. Buradan hareketle örneklem metodlarından; olasılıklı örneklem grubuna dâhil olan “Rastlantısal Örneklem Yöntemi” kullanılmıştır. Tüm bir popülasyonu incelemek mümkün olmadığında, rastlantısal örneklem metodu kullanılarak daha küçük bir örneklem alınabilmektedir. Bu aşamada Slovin formülü (eşitlik 1), bir araştırmacının popülasyonu belirli bir doğruluk derecesi ile örneklemesini mümkün kılar (Stephanie 2003). Slovin yaklaşımı, araştırmacıya, sonuçların kabul edilebilir bir doğruluğunu sağlamak için örnek boyutunun ne kadar büyük olması gerektiği konusunda bir fikir verir. Slovin ifadesi eşitlik (1)’de aşağıdaki normu ile verilmiştir:

$$n=N/((1+Ne^2) \text{ (Eşitlik 1)}}$$

burada, n = Örnek sayısı, N = Toplam popülasyon ve e = Hata toleransıdır.

Çalışmamızda N:103 ve e:0.10 olarak alınmıştır. Buna göre toplam örneğe giren işletme sayısı 51 olarak belirlenmiş ve her ihtimale karşın fazladan işletmenin örneğe dahil edilerek Aralık 2023-Şubat 2024 tarihleri arasında 55 işletme üzerinden veri toplanmıştır. Bu üreticilerle nicel veri toplama yöntemlerinden anket soru kağıtları yolu ile yüz yüze görüşerek veriler toplanmıştır.

2.2. İstatistiki Analizler

Çalışmada üreticilerin algı, tutum ve davranışlarını belirlemede ve derecelendirilmesinde 5’li likert tipi (1:Kesinlikle katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kararsızım, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. 1932 yılında Rensis Likert tarafından geliştirilen bu ölçek araştırma soru formlarında en fazla kullanılan tutum ölçeklerinden biridir. Bu tip ölçeklerde iki tür cümle yapısı görülmektedir. 1. tip cümle olumlu cümle yapısı olup. “Kesinlikle Katılıyorum” cümlesi buna örnektir. Diğer cümle yapısı ise olumsuz cümle yapısı olup “Kesinlikle Katılmıyorum” cümlesi de buna örnektir. Bu tip ölçeklerde olumlu ve olumsuz cümle yapılarından eşit sayıda oluşturulmaya çalışılmaktadır (Köklü 1995).

Çalışmada elde edilen niceliksel veriler tablolaştırılarak frekans, yüzde, ortalama, standart hata gibi tanımlayıcı istatistikler kullanılarak sunulmuştur. İstatistiki analizlerin yapılmasında Yamula Patlıcanı üretim alanına göre üreticiler 2 gruba ayrılmışlardır. Sınıflandırmada ortalama Yamula Patlıcanı alanı olan 22.49 dekar dikkate alınmıştır. 22.49 dekar ve altında olanlar 1. Grup, üstünde olanlar 2. Grup olarak adlandırılmıştır. Buna göre üreticilerin %63.64’ü 1. Gruba geriye kalan %36.36’sı ise 2. Gruba ayrılmıştır. Yapılan gruplandırmaya göre çapraz tablolar oluşturulmuştur.

Çalışmada elde edilen veriler istatistiki analizlerin yapılmasında çapraz tablolar kullanılmıştır. Çapraz tablolarda frekans ve/veya yüzde oranlar gösterilmiştir. Kesikli değişkenler arasında bağımlılık kontrollerinde Ki-Kare analizinden yararlanılmıştır (Kesici ve Kocabaş, 1998). Yamula Patlıcanı üretim alanına göre ortalamalar arasındaki farkın istatistiki açıdan önemliliklerin belirlenmesinde bağımsız iki örneğin karşılaştırılmasında kullanılan T Testinden, Likelihood Ratio ve Linear by Linear yaklaşımlarından yararlanılmış ve değerlerin %90, %95 ve %99 seviyelerinde güvenilirlik testleri yapılmıştır (Kesici ve Kocabaş, 1998, Karagöz, 2016).

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma alanında Yamula Patlıcanı üreticileri, üretim alanlarının büyüklüğüne göre iki gruba ayrılarak analizleri bu gruplara göre yapılarak değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, bazı gruplara göre üreticilerin bazı sosyo-demografik ve ekonomik değişkenlerde anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir (Çizelge 1).

Öncelikle yaş değişkeni açısından gruplar arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Ortalama yaş küçük alan grubunda 51.23 iken, büyük alan grubunda 45.30’dur. Bu farklılık %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuş ve daha geniş üretim alanına sahip üreticilerin görece daha genç olduğunu ortaya koymuştur. Benzer biçimde çiftçilik deneyimi açısından da anlamlı bir farklılık söz konusudur. Küçük alan grubundaki üreticiler ortalama 25 yıl deneyime sahipken, büyük alan grubunda bu süre 18 yıl civarındadır. Bu bulgu, küçük alanlarda üretim yapanların genellikle daha yaşlı ve deneyimli, geniş alanlarda üretim yapanların ise görece daha genç ve deneyim süresi daha kısa üreticilerden oluştuğunu göstermektedir (Çizelge 1).

Cinsiyet dağılımı her iki grupta da büyük ölçüde erkek üreticilerden oluşmaktadır. Küçük alan grubunda erkeklerin oranı %94.3, büyük alan grubunda ise %100’dür. Bu farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, her iki grupta da üreticilerin çoğunluğunu ilkökul ve ortaokul mezunları oluşturmaktadır. Lise ve üzeri eğitim oranı büyük alan grubunda daha yüksek olmakla birlikte, bu fark da istatistiksel olarak anlamlı değildir (Çizelge 1).

Aile yapısı ve işgücü açısından gruplar arasında dikkat çekici bir farklılık gözlenmemektedir. Ortalama aile büyüklüğü küçük alan grubunda 4.14, büyük alan grubunda 4.85 kişidir. Aileden üretime

katılan birey sayısı ise her iki grupta da yaklaşık iki kişi düzeyindedir. Kan ve ark. (2024) Yamula Patlıcanı konusunda yaptıkları çalışmada bölgede kadınların Yamula Patlıcanını üretiminin tüm aşamalarında yer aldıklarını ve çoğunlukla da üretimin aile işgücüne bağlı olduğunu belirtmektedirler.

Benzer şekilde, tarım dışı gelir elde etme durumunda küçük alan grubunda oran daha yüksek olmakla birlikte (%82.9'a karşı %65), bu farklılık da istatistiksel açıdan anlamlı değildir. Risk alma eğilimleri ve öznel yoksulluk algıları da iki grup arasında benzer bir dağılım göstermektedir (Çizelge 1).

Ekipman yeterliliği konusunda ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Büyük alan grubundaki üreticilerin %36.8'i yeterli alet-ekipmana sahip olduğunu belirtirken, küçük alan grubunda bu oran %17.1 düzeyindedir. Öte yandan, ekipman yetersizliği küçük alan grubunda (%34.3) daha yüksek, büyük alan grubunda ise (%10.5) daha düşüktür. Bu farklılık %90 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (Çizelge 1).

Çizelge 1. Gruplara göre Yamula Patlıcanı üreticilerine ait tanımlayıcı istatistikler

	22.49 Da=<		22.49 Da>		Toplam		T Değeri/Ki Kare Değeri
	Ortalama	%	Ortalama	%	Ortalama	%	
Yaş	51.23		45.30		49.07		2.20**
Cinsiyet							
Erkek		94.29		100.00		96.36	1.19
Kadın		5.71		0.00		3.64	
Öğrenim Durumu							
Okuma Yazma Yok		2.86		0.00		1.82	
İlk-Ortaokul		57.14		50.00		54.55	2.63
Lise		37.14		40.00		38.18	
Yüksekokul		2.86		5.00		3.64	
Üniversite		0.00		5.00		1.82	
Çiftçilik Deneyimi (Yıl)	25.14		18.20		22.62		2.40**
Ailedeki Kişi Sayısı	4.14		4.85		4.40		-1.44
Ailede Yamula Patlıcanı Üretiminde Çalışan Kişi Sayısı	2.34		2.00		2.22		0.80
Tarım Dışı Gelir Durumu							
Evet		82.86		65.00		76.36	2.25
Hayır		17.14		35.00		23.64	
Risk Durumu							
Risk almayı seven		60.00		63.16		61.11	0.65
Riske duyarsız		5.71		10.53		7.41	
Riskten kaçınan		34.29		26.32		31.48	
Öznel Yoksulluk							
Yoksul		14.29		5.26		11.11	2.37
Orta halli		65.71		57.89		62.96	
Durumu iyi		20.00		36.84		25.93	
Alet Ekipman Durumu							
Yeterli alet ekipmanı var		17.14		36.84		24.07	4.71*
Normal yeterlilikte alet ekipmanı var		48.57		52.63		50.00	
Alet ekipmanı yetersiz		34.29		10.53		25.93	

* %90, ** %95, *** %99 güven sınırında istatistiki olarak önemlidir.

Yamula Patlıcanı üreticilerinin tarımsal özellikleri incelendiğinde, üretim alanı büyüklüğünün özellikle arazi varlıkları üzerinde belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Üretici grupları karşılaştırıldığında, büyük üreticilerin hem toplam işletme arazisi (109.25 da) hem de mülk arazisi (56.50 da) bakımından küçük üreticilere göre daha avantajlı olduğu görülmektedir. Ancak oranlar incelendiğinde tablo değişmektedir. Küçük üreticilerin toplam arazilerinin %86.17'si mülk araziden

oluşurken, büyük üreticilerde bu oran %72.00'ye düşmektedir. Bu durum, küçük üreticilerin sahip oldukları araziye daha çok kendi mülkiyetleri üzerinden değerlendirdiklerini, büyük üreticilerin ise üretimlerini daha yüksek oranda kiralık ya da farklı mülkiyet düzenlemeleri ile sürdürdüklerini göstermektedir. Dolayısıyla, mutlak büyüklüklerdeki fark istatistiksel olarak anlamlı olsa da (%95 güven düzeyi), oranlar dikkate alındığında mülkiyet yapısında iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Benzer bir durum sulu arazi değişkeninde de gözlenmektedir. Mutlak değerler açısından büyük üreticilerin sulanabilir arazi miktarı (88.25 da), küçük üreticilerinkinden (19.51 da) oldukça yüksektir ve bu fark %99 güven düzeyinde anlamlıdır. Ancak oranlar dikkate alındığında küçük üreticilerin arazilerinin %77.90'ı, büyük üreticilerin ise %84.07'si sulanabilir niteliktedir. Yani, mutlak büyüklük açısından fark belirgin olsa da, sulanabilir arazi oranı açısından gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Buna karşılık, verimlilik (kg/da) açısından iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Dekara verim küçük üreticilerde 3546.67 kg, büyük üreticilerde 3410.36 kg düzeyindedir.

Dolayısıyla, sonuçlar üretim alanı büyüklüğünün arazi varlığı ve sulama imkânları üzerinde belirleyici olduğunu; ancak verimlilik ve gelir düzeyinde bu farkın anlamlı ölçüde yansımadığını göstermektedir. Bu durum, küçük üreticilerin sınırlı arazi ve sulama koşullarına rağmen verimlilik açısından büyük üreticilerle benzer performans gösterebildiklerine işaret etmektedir.

Çizelge 2. Gruplara göre Yamula Patlıcanı üreticilerine ait tarımsal istatistikler

	22.49 Da=< Ortalama	22.49 Da> Ortalama	Toplam Ortalama	T Değeri
Toplam İşletme Arazisi (Da)	33.97	109.25	61.35	-2.66**
Toplam Mülk Alan (Da)	26.63	56.50	37.49	-2.51**
Toplam Mülk Arazi Oranı (%)	86.17	72.00	81.01	1.37
Toplam Sulu Arazi (Da)	19.51	88.25	44.51	-2.87***
Toplam Sulu Arazi Oranı (%)	77.90	84.07	80.14	-0.99
Yamula Patlıcanı Alanı (Da)	10.20	44.00	22.49	-9.04***
Yamula Patlıcanı Verim (Kg/Da)	3546.67	3410.36	3497.10	0.45

* %90, ** %95, *** %99 güven sınırında istatistiki olarak önemlidir.

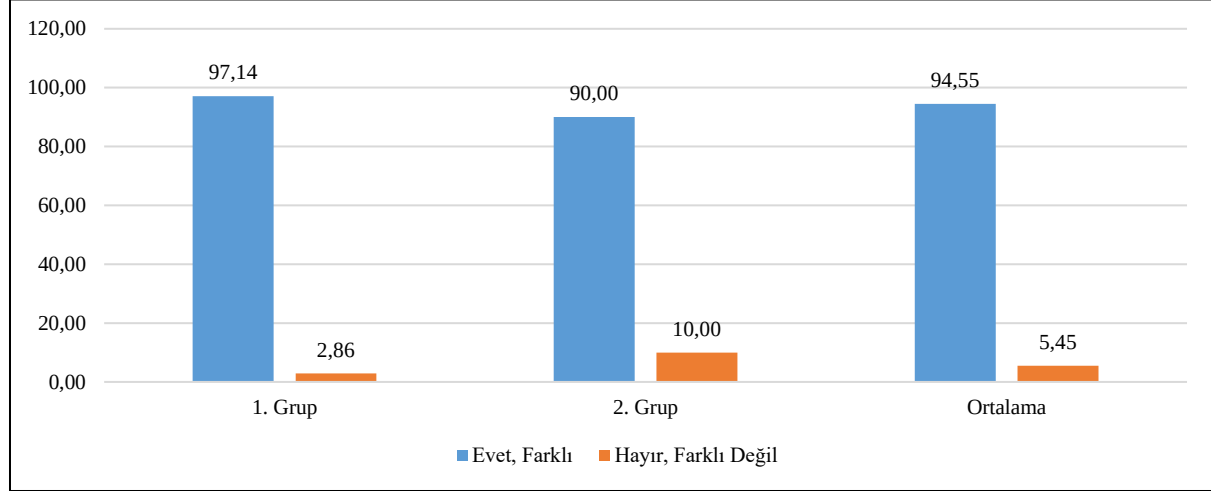
Bölgede Yamula Patlıcanı çok uzun zamandır üretilmesi nedeni ile bölge ile özdeşleşmiş durumdadır. Genellikle Kayseri-Ankara yol boyu satış noktalarının mevcudiyeti ile farklı bölgelerden tüketicilerin bu patlıcanı fark etmesini sağladığı gibi civar bölgelerde başta olmak üzere birçok bölgede Yamula Patlıcanı'nın isminin duyulduğu ve belirli bir üne sahip olduğu söylenebilir. Talep noktasında önemli bir talebe sahip olan Yamula Patlıcanı diğer patlıcanlardan önemli ölçüde farklılaşmakta ve hatta bu farklılaşma tüketicinin bu ürüne fazla ödeme yapmasına bile neden olmaktadır. Çizelge 3.'te hem Yamula Patlıcanı hem de diğer patlıcanlara ilişkin araştırma sonuçları ile TÜİK'in Türkiye'deki patlıcan fiyatlarına ilişkin verileri (TÜİK, 2025) gösterilmiştir. Çizelge incelendiğinde Yamula Patlıcanı'nın fiyatının hem Türkiye'deki genel patlıcan fiyatlarından hem de araştırma alanındaki diğer patlıcan fiyatlarından yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum Yamula Patlıcanı'nın bölgeye ekonomik bir değer kazandırma potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3. Son dört yılda patlıcan fiyatındaki değişimler

	TÜİK-Türkiye (TL/Kg)	Araştırma Alanı Diğer Patlıcan (TL/Kg)	Araştırma Alanı Yamula Patlıcanı (TL/Kg)	% Fark
2020	2.04	1.56	2.49	22.15
2021	2.49	2.32	3.96	59.21
2022	7.53	6.44	12.31	63.50
2023	11.00	11.06	14.85	34.97

Bölgeye özgü önemli bir diğer olan Yamula Patlıcanı konusunda üreticilerin bu patlıcanı diğerlerinden farklı görüp görmedikleri sorulduğunda üreticilerin yaklaşık %95'inin bu patlıcanı farklı

olarak gördükleri belirlenmiştir (Şekil 1.). Çizelge 4.'te ise Yamula Patlıcanı'nı diğer patlıcanlardan ayıran farklılıklar sorulmuş olup üreticilerin %58.18'i ilk sırada aromayı, %34.55'i ikinci sırada rengini, üçüncü sırada ise çekirdek yapısını göstermişlerdir. Yamula Patlıcanı coğrafi işaret belgesinde de ürünün kendine has tat ve aromaya sahip olduğu ve meyve kabuğunun beyaz çizgili ve renginin leylak (açık mor) ve meyve et rengi beyazımsı olup çekirdekliliğin olmadığı belirtilmektedir (TÜRKPATENT, 2019)



Şekil 1. Yamula Patlıcanı'nın diğer patlıcanlardan farklılığına ilişkin görüşler

Çizelge 4. Gruplara göre Yamula Patlıcanı'nı Diğer Patlıcanlardan Farklılıkları

Farklılığın Nedenleri	1. Önemli			2. Önemli			3. Önemli		
	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.
Kabuk Kalınlığı	17.14	30.00	21.82	28.57	5.00	20.00	18.75	10.00	15.38
Şekli	2.86	10.00	5.45	8.57	5.00	7.27	25.00	20.00	23.08
Besin Elementi	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.25	10.00	7.69
Aroma	65.71	45.00	58.18	5.71	20.00	10.91	15.63	10.00	13.46
Renk	8.57	15.00	10.91	34.29	35.00	34.55	9.38	25.00	15.38
Çekirdek	5.71	0.00	3.64	20.00	30.00	23.64	25.00	25.00	25.00
Diğer	0.00	0.00	0.00	2.86	5.00	3.64	0.00	0.00	0.00

Üreticilerin büyük çoğunluğunun Yamula Patlıcanı'nın diğer patlıcanlardan farklı olduğu konusundaki düşünceleri ve farklı olan özellikleri konusunda ortak bir düşünceye sahip olmaları bu farklılığa neden olan etmenlerin neler olduğunun belirlenmesini gerektirmektedir. Üreticilere bu farklılığa sahip olmadaki etkili faktörler sorulduğunda ise ilk sırada toprak yapısı gösterilmiştir. Üreticilerin %50,91'i toprak yapısının bu farklılıktaki en önemli etmen olduğunu belirtmiştir. Bunu ikinci sırada tohum çeşidi takip etmektedir (Çizelge 5). Tohumun çok uzun süredir bölgede değiştirilmeden kullanılması bu patlıcanını bölgeye özdeşlemesine neden olmuştur. Coğrafi işaret tescil belgesinde de çok uzun zamandır bu patlıcanının bölgede varlığından bahsedilmektedir (TÜRKPATENT, 2019). Ayrıca bölgedeki nem durumu da bu patlıcanı diğer patlıcanlardan farklı kılan bir diğer özellik olarak belirtilmektedir. Tosun ve ark. (2021) bölgede Yamula Patlıcanı ile ilgili yaptıkları çalışmada da Yamula'nın İç Anadolu bölgesinde olmasına rağmen gösterdiği mikroklima özellik sayesinde çevresinde bulunan bölgelere oranla daha ılıman özellik gösterdiği belirtilmektedir. Bu durum iklimsel olarak bölgeyi diğer alanlardan farklılaştırmaktadır.

Çizelge 5. Gruplara göre Yamula Patlıcanı'nı Farklı Kılan Özellikler

Farklılığın Nedenleri	1. Önemli			2. Önemli			3. Önemli		
	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.
Toprak Yapısı	51.43	50.00	50.91	11.43	15.79	12.96	26.67	15.79	22.45
Tohum Çeşidi	28.57	25.00	27.27	28.57	31.58	29.63	16.67	5.26	12.24
Nem Durumu	2.86	20.00	9.09	5.71	10.53	7.41	10.00	26.32	16.33
Yağış Durumu	5.71	0.00	3.64	20.00	15.79	18.52	0.00	15.79	6.12
Sıcaklık Durumu	0.00	0.00	0.00	5.71	5.26	5.56	16.67	10.53	14.29
Hakim Rüzgarlar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.33	0.00	2.04
Yetiştirme Tekniği	5.71	0.00	3.64	17.14	15.79	16.67	20.00	10.53	16.33
İşleme Tekniği	0.00	0.00	0.00	5.71	0.00	3.70	0.00	10.53	4.08
Diğer	5.71	5.00	5.45	5.71	5.26	5.56	6.67	5.26	6.12

2007 yılında menşei işareti olarak coğrafi işareti tescil ettirilen ve tescili 2010 yılında Resmi Gazete’de yayınlanan Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sistemi içinde uzunca bir süredir yer alan önemli ürünlerden biridir. Bu nedenle bu sistemin bölgede tanınırlığının bilinmesi, sistemin nasıl işlediğinin anlaşılması ve sistemin avantajlarının neler olduğu konusundaki farkındalıkların araştırılmıştır. Çizelge 6’da görüşülen üreticilerin yaklaşık %91’inin coğrafi işaret kavramını duyduğu belirlenmiştir. Bu oran büyük bir oran olup bu kavramı duyanların %66’sının kavramı tamamen, %24’ünün de kısmen tanımlayabileceğini belirtmesi bölgede coğrafi işaret konusunda önemli bir bilincin olduğunu göstermektedir. Bu kavramın duyum kaynağında en önemli rol Yemliha Tarımsal Kalkınma Kooperatifine aittir. Bölgede kooperatifin varlığı ve bu konuda önemli faaliyetlerde bulunması bu bilincin oluşmasında etkili olmuştur. Buradan bölgede coğrafi işaretin sahiplenildiği üretici birliği, kooperatif gibi coğrafi işaretin gerçek sahibi üreticilerin oluşturduğu ortaklıkların varlığının coğrafi işaret sistemine olumlu katkı sağladığı söylenebilir. Bu konuda yapılan çalışmalarda iyi bir yönetişimin varlığı coğrafi işaret sisteminin gelişmesine ve sürdürülebilirliğine önemli katkı sağladığı bildirilmiştir (Kan ve ark., 2020). Hatta Düşük düzeyde birliktelik ve merkezîyetçi bir yönetim anlayışı kolektif bir sistem olan coğrafi işaret sisteminin sürdürülebilirliğini olumsuz etkilediği de belirtilmektedir (Révillon ve Chappuis, 2011).

Çizelge 6. Gruplara göre coğrafi işaret kavramı konusunda bilgi düzeyleri

		1. Grup	2. Grup	Ortalama	Ki-Kare
Coğrafi işaret kavramını duydunuz mu?	Evet, duydum	94.29	85.00	90.91	1.328
	Hayır, hiç duymadım	5.71	15.00	9.09	
Coğrafi işaret kavramını duyum kaynağınız?	Kalkınma Kooperatifi	58.62	56.25	57.78	9.267
	Gazete	6.90	6.25	6.67	
	Komşu/Akraba	31.03	12.50	24.44	
	Muhtar	3.45	0.00	2.22	
	Ziraat Odası	0.00	6.25	2.22	
	İnternet	0.00	12.50	4.44	
Coğrafi işaret konusunda yeterli bilgiye sahip misiniz?	Televizyon	0.00	6.25	2.22	0.521
	Evet	63.64	70.59	66.00	
	Hayır	12.12	5.88	10.00	
	Kısmen	24.24	23.53	24.00	

* %90, ** %95, *** %99 güven sınırında istatistiki olarak önemlidir.

Coğrafi işaret kavramını duymuş olan üreticilerin Yamula Patlıcanı coğrafi işareti hangi tarihte aldığı sorulmuş ve üreticilerin önemli bir çoğunluğu 2010 tarihini belirtmiştir (Çizelge 7). Yamula Patlıcanı coğrafi işareti 25.02.2010 tarih ve 27591-0 sayılı Resmi Gazetede ilan edilmiştir. Mülga 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname’nin 12 nci maddesi gereğince 27.11.2007 tarihinden geçerli olmak üzere tescil edilmiştir. Bu nedenle üreticilerin 2010 yılını daha çok hatırlamalarında coğrafi işaretin Resmi Gazetede yayımlanma tarihinin 2010 olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çizelge 7. Yamula Patlıcanı coğrafi işaret tescil tarihi konusundaki bilgi düzeyleri

Yıllar	Frekans	%
2004	1	2.33
2007	7	16.28
2008	3	6.98
2009	4	9.30
2010	21	48.84
2011	3	6.98
2012	3	6.98
2014	1	2.33
Toplam	43	100.00

Çizelge 8’de üreticilerin Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sisteminin işleyişi konusundaki düşünceleri, sistemdeki yerleri ve katkıları gösterilmiştir. Çizelge incelendiğinde üreticilerin yarıya yakınının Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sisteminin bölgede kısmen işlediğini belirtmişlerdir. Bu durum coğrafi işaretin kullanımı konusunda sorunların varlığına işaret etmektedir. Üreticilerin yaklaşık %85’i coğrafi işaret sistemi içinde hareket ettiği (kısmen de olsa) söylenebilir. Coğrafi işaret sistemi içindeki rolleri noktasında alınan bilgiler incelendiğinde ise en önemli katkının Yamula Patlıcanı coğrafi işaretli ürünü üretmek olarak gösterilmiştir. Bunun yanı sıra sistemin işleyişine özellikle 1. Grup üreticilerden teknik bilgi, denetim ve pazarlamaya katkı şeklinde sistem işleyişinde rol alan üreticiler bulunmaktadır. Fakat bunların oranının düşük olması sistemin etkin bir şekilde işleyişinde rol oynayacak anahtar kişilerin varlığı yada kişilerin ne yapmaları gerektiği konusunda yeterli çaba sarf etmedikleri hususlarında sıkıntıları işaret etmektedir.

Çizelge 8. Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sisteminin durumu konusundaki görüşler

	1. Grup	2. Grup	Ortalama	^a Ki-Kare ^b Likelihood Oranı ^c Linear by Linear
Yamula Patlıcanı coğrafi işaret tescil sisteminin işleme durumu				
Evet	27.27	23.53	26.00	0.18
Hayır	24.24	29.41	26.00	
Kısmen	48.48	47.06	48.00	
Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sistemine dahil olma durumu				
Evet	48.39	58.82	52.08	1.16
Hayır	12.90	17.65	14.58	
Kısmen	38.71	23.53	33.33	
Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sistemine yapılan katkı				
Üretime katkı	74.19	100.00	83.33	^a 5.27
Teknik bilgi katkısı	6.45	0.00	4.17	
Denetime katkı	3.23	0.00	2.08	
Pazarlamaya Katkı	3.23	0.00	2.08	^b 7.85*
Yönetime katkı	0.00	0.00	0.00	^c 4.13**
Maddi katkı	0.00	0.00	0.00	
Hiçbir katkı sağlamıyorum	12.90	0.00	8.33	

* %90, ** %95, *** %99 güven sınırında istatistiki olarak önemlidir.

Çizelge 9’da üreticilerin coğrafi işaret sisteminden beklentileri gösterilmiştir. Çizelge incelendiğinde üreticilerin coğrafi işaret sisteminden beklentileri üretim artışı ve pazar alanının genişlemesi olarak görülmektedir. Bu beklentileri kalite artışı ve kar marjındaki artışlar takip etmektedir. Görüleceği üzere ilk dört beklenti daha çok üretimde ekonomik yönlü gelişmeler yönündedir. Beşinci beklenti tanınırlığın artması olup bu hem ürün hem de bölge tanınırlığını kapamaktadır. Altıncı beklenti ise üreticilerin birlikte hareket etme yönünde bir gelişme sağlanması şeklinde belirtilmiştir. Üreticilerin coğrafi işareten beklentileri coğrafi işaret sisteminin bölge için sağlaması beklenen avantajlarla benzerlik göstermektedir. Kan ve Gülçubuk (2008), Kan ve Gülçubuk (2021) ve Kan ve ark. (2024) yaptıkları çalışmalarda da coğrafi işaretlerin öneminden bahsederken araştırma bulguları ile örtüşen avantajları ortaya koymuştur. Bu durum coğrafi işareten beklentilerin çoğunlukla ekonomik yönlü

olduğu söylenebilir.

Çizelge 9. Yamula Patlıcanı coğrafi işaret sisteminden beklentiler

	1. Grup	2. Grup	Ortalama	^a Ki-Kare ^b Likelihood Oranı ^c Linear by Linear
Pazar alanı genişleyecek	24.39	20.51	23.14	
Yamula patlıcanının üretim alanı artacak	13.41	15.38	14.05	
Kaliteye daha çok önem verilmeye başlanacak	13.41	10.26	12.40	
Kar marjımızda artış olacak	12.20	10.26	11.57	
Tanıtım daha çok olmaya başlayacak	13.41	7.69	11.57	
Üreticiler daha çok birlikte hareket edecek	8.54	7.69	8.26	
Fiyat artışı olacak	8.54	7.69	8.26	^a 15.07
Üretimde daha çok denetim olmaya başlayacak	3.66	2.56	3.31	^b 17.33*
Üreticiler daha az gübre kullanmaya başlayacak	0.00	5.13	1.65	^c 0.52
Üreticiler daha az ilaç kullanmaya başlayacak	0.00	2.56	0.83	
Özel sektör ve kamu kurumları ile diyalogumuz gelişecek	0.00	2.56	0.83	
Çevre koruma önlemleri artacak	0.00	2.56	0.83	
Daha fazla eğitim faaliyetleri yapılmaya başlanacak	1.22	0.00	0.83	
Hiçbir değişiklik beklemiyorum	1.22	5.13	2.48	

* %90, ** %95, *** %99 güven sınırında istatistiki olarak önemlidir.

Araştırma alanında görüşülen üreticilerin Yamula Patlıcanı'nın bölgeye olan katkısını değerlendirmeleri istenmiş ve sonuçlar Çizelge 10'da sunulmuştur. Çizelge incelendiğinde üreticilerin %76.36'sının Yamula Patlıcanı'nın bölgeye katkısının olumlu olduğunu düşünmektedir. Bu durum bu patlıcanın yerel kalkınmada bir araç olarak kullanımı konusunda pozitif bir argüman oluşturmaktadır. Kan ve Gülçubuk (2008), Kan ve Gülçubuk (2021), Kan ve Belveren (2022), Kan ve ark. (2024) yaptıkları çalışmalarda da coğrafi işaretlerin yerel kalkınmada kullanılabilecek önemli araçlardan biri olabileceğinden bahsetmektedirler.

Çizelge 10. Gruplara göre Yamula Patlıcanı'nın bölgeye katkısı hakkındaki düşünceler

	1. Grup	2. Grup	Ortalama
Olumlu Katkısı Var	82.86	65.00	76.36
Olumsuz Etkisi Var	0.00	0.00	0.00
Hem olumlu Hem de Olumsuz Etkisi Var	14.29	20.00	16.36
Bilmiyorum/Kararsızım	2.86	15.00	7.27

Yamula Patlıcanı'nın bölgeye olan olumlu katkıları incelendiğinde üreticiler özellikle bölgeye artı gelir sağlaması, artı iş imkanı sağlaması ve bölge tanınırlığının artması yönü ile olumlu katkılar sağladığını düşünmektedirler (Çizelge 11). Bu durum Yamula Patlıcanı'nın yerel ekonomik kalkınma açısından bölge açısından önemli bir değere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca üreticilerin %16.36'unun Yamula Patlıcanı'nın bölgeye hem olumlu hem olumsuz katkıları olduğunu belirtmesi üzerine (Çizelge 10) olumsuz katkıların neler olduğu da araştırılmıştır. Bu konuda özellikle toprakların verimsizleşmesi, bilinçsiz ilaç kullanımının çevreye verdiği zarar, yevmiye ücretlerinin yükselmesi ve pazarlamada yaşanan sıkıntılar olarak gösterilmiştir.

Çizelge 11. Gruplara göre Yamula Patlıcanı'nın bölgeye olumlu katkıları

Olumlu Katkıları	1. Önemli			2. Önemli			3. Önemli		
	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.	1. Grup	2. Grup	Ort.
Artı gelir sağlıyor	74.29	65.00	70.91	14.71	15.00	14.81	10.00	17.65	12.77
Artı iş imkanı sağlıyor	14.29	10.00	12.73	67.65	60.00	64.81	10.00	23.53	14.89
Bölgenin tanınırlığını artırıyor	11.43	15.00	12.73	14.71	20.00	16.67	46.67	41.18	44.68
Bölgede turizm faaliyetlerini artırıyor	0.00	5.00	1.82	2.94	0.00	1.85	6.67	0.00	4.26
Kurumlarla olan ilişkilerimizi artırıyor	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.33	5.88	4.26
Birlikte hareket etme durumumuzu artırıyor	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.33	0.00	2.13
Kadınların görünürlüğünü artırıyor	0.00	0.00	0.00	0.00	5.00	1.85	10.00	11.76	10.64
Kadınların işgücüne katılımını artırıyor	0.00	5.00	1.82	0.00	0.00	0.00	6.67	0.00	4.26
Diğer	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.33	0.00	2.13

4. SONUÇ

Bu çalışma Kayseri ili Kocasinan ilçesine bağlı Yemliha Kasabası ve çevresinde yayılım alanı gösteren menşei işaretli Yamula Patlıcanı üretimi yapan üreticilerin coğrafi işaret bilgi düzeyleri ve coğrafi işareten beklentilerinin yanı sıra coğrafi işaretin bölgeye katkısını belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Sonuç olarak, Yamula Patlıcanı yalnızca bir tarımsal ürün olmanın ötesine geçerek yerel kimliğin, pazar farklılaşmasının ve kırsal kalkınmanın bir unsuru haline gelmiştir. Üreticiler, çeşitliliğin özgünlüğünü büyük ölçüde kabul etmekte ve onu tanımlayan başlıca özellikler olarak aroma, renk ve çekirdek yapısını vurgulamaktadır. Ürünün diğer patlıcan çeşitlerine göre daha yüksek fiyatlarla satılması, güçlü ekonomik potansiyelini desteklemektedir. Bunun yanında, üreticilerin önemli bir kısmı coğrafi işaret kavramına ilişkin farkındalık kazanmış, bu farkındalığın oluşmasında özellikle Yemliha Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin faaliyetleri belirleyici olmuştur.

Ayrıca üreticilerin coğrafi işaret sistemine ilişkin geniş farkındalığı ve pazarların gelişmesi, gelir artışı ve bölgesel görünürlük konusundaki beklentileri, Yamula Patlıcanı'nın hem ekonomik hem de kültürel yaşama derinlemesine yerleşmiş olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, üreticilerin coğrafi işaret sisteminin işleyişini yalnızca “kısmen” başarılı bulması, sistemin bölgede bazı yapısal sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Son yıllarda Kooperatifin eski etkinliğini yitirmiş olması ve sürecin yönetiminde kilit aktörlerin rolüne dair yaşanan sıkıntılar bu sorunların başında gelmektedir. Bölgede yapılan çalışmada Kooperatifin son yıllarda Yamula Patlıcanı alımını durdurması, aktif faaliyetlerini azaltması ise bölgede coğrafi işaretin devamlılığı açısından önemli bir risk olduğu söylenebilir. Bunun yanında bölgede kadın kooperatiflerinin Yamula Patlıcanı ve bu Patlıcana yönelik işlenmiş ürünleri üretme çabaları ise önemli bir kazanç ve bölge için özellikle coğrafi işaretin sürdürülebilirliği hususunda önemli gelişmeler olarak nitelendirilebilir. Gelişme noktasında kadın kooperatiflerinin desteklenmesi ise bir çözüm önerisi olarak sunulabilir. Özellikle bu noktada Kayseri ili Kocasinan Belediyesi'nin bölgede coğrafi işaretin gelişmesine olan önemli katkıları bulunmakta olup bu durum coğrafi işaret sisteminin gelişmesinde yerel yönetimlerin katkısı açısından önemli bir örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla, coğrafi işaretin bölgesel kalkınmaya olan katkısını artırmak için örgütlenmenin güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve katma değerli ürünlerin teşvik edilmesi kritik önem taşımaktadır. Bu yönde atılacak adımlar, Yamula Patlıcanı'nın yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal anlamda da bölgeye sağlayacağı katkıyı daha sürdürülebilir ve kalıcı hale getirecektir.

Teşekkür

Bu çalışma TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 2023/1 çağrı döneminde desteklenen “Coğrafi İşaretlerin Yerel Kalkınma Yönüyle Değerlendirilmesi: Kayseri İli “Yamula Patlıcanı” Örneği” isimli çalışmadan elde edilen verilerden derlenmiştir.

Etik Beyan

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 16.11.2023 tarih ve 2023/10/03 sayılı Etik Kurul izni alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Beyanı Özeti

Yazarlar makaleye eşit katkıda bulunduklarını beyan etmişlerdir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

KAYNAKLAR

- Berg, P. G., Ignatieva, M., Granvik, M., & Hedfors, P. (2013). Green-blue infrastructure in urban–rural systems—Introducing resilient citylands. *Nordic Journal of Architectural Research*, 2, 11-42.
- Bosona, T., Gebresenbet, G., Nordmark, I., & Ljungberg, D. (2011). Integrated logistics network for the supply chain of locally produced food, Part I: Location and route optimization analyses. *Journal of Service Science and Management*, 4(2), 174-183.
- Coley, D., Howard, M., & Winter, M. (2009). Local food, food miles and carbon emissions: A comparison of farm shop and mass distribution approaches. *Food Policy*, 34, 150-155.
- eAmbrosia. (2025). *Geographical indications register-Türkiye*.
<https://ec.europa.eu/agriculture/eambrosia/geographical-indications-register/>
- Ekonomik Forum. (2016). Coğrafi işaretli ürünler için özel bir yapıya ihtiyaç var. *Ekonomik Forum Dergisi*. Erişim adresi: http://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2016/268/018_027.pdf
- Fazlıoğlu, N., Başalan, A., Güven, E. & Eren, T. (2024). Coğrafi işaret konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 259-275.
<https://doi.org/10.54707/meric.1527403>
- Fieldman, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40(A), 152-164.
- Gündoğdu, G. (2006). *Türk hukukunda coğrafi işaret kavramı ve korunması* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Halweil, B. (2002). *Home grown: The case for local food in a global market*. Worldwatch Institute.
- Kan, M., & Belveren, A. (2022). Geographical indication and quality perception: The case of Mersin Province, Türkiye. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 10(9), 1756-1768.
- Kan, M., Doğan, M. A., & Algan, İ. (2024). The role of women in the production of geographical indication registered products: Case of “Yamula Patlıcanı (eggplant)”. In M. Kantar Davran (Ed.), *Kırsal ve tarımsal yaşamda kadın II* (Chapter 7, pp. 125–150). Ankara, Türkiye: IKSAD Publishing House.
<https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.14298344>
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2021). Küresel gıda pazarında yöresel-yerel gıdalar ve coğrafi işaret sistemindeki gelişmeler. In S. Ak Kuran (Ed.), *Gıda paradoksları: Sürdürülebilirliğin zorlukları ve alternatif perspektifler* (pp. 219-249). Gazi Kitabevi.
- Kan, M., Kan, A., & Bayraktar, Ö. V. (2019). Türkiye’de coğrafi işaret sistemindeki gelişmelerin yansımaları. *Şırnak Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Kongresi*, 1312-1322.

- Kan, M., Peker, K., Kan, A., Doğan, H. G., & Özdemir, H. Ö. (2020). Coğrafi işaretlerde denetim ve iyi yönetim: Elazığ-Baskil üzerinden bir değerlendirme. In H. Kürüm & K. Şen (Eds.), *Her yönüyle Baskil* (pp. 676-700). Fırat Üniversitesi.
- Kan, M., Kan, A., & Kütükoğlu, Ş. (2021). Kastamonu ili merkez ilçesinde gıda ürünleri tercihinde coğrafi işaretlerin etkisi. *International Academician Studies Congress 2021 Spring*, Mersin, 79-80.
- Kan, M., Özdemir, H. Ö., Ünal, E., & Dinç, M. (2024). Kırşehir ilinde coğrafi işaret algısı ve coğrafi işaretlerin bölgeye katkısının değerlendirilmesi. In A. Kazankaya & A. Doğan (Eds.), *Tarım ve doğa bilimlerine ait güncel perspektif* (Bölüm 10, pp. 189-209). İksad Publishing House. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.13145325>
- Karagöz, Y. (2016). SPSS ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler. 1. Baskı, 1195 s. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kesici, T., & Kocabaş, Z. (1998). *Biyoistatistik* (No. 79). Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Yayınları.
- Köklü, N. (1995). Tutumların ölçülmesi ve Likert tipi ölçeklerde kullanılan seçenekler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 28(2), 89-90. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/486/5698.pdf>
- Köşker, H. (2020). Coğrafi işaret konusunda yazılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.
- Lea, E. (2005). Food, health, the environment and consumers' dietary choices. *Nutrition & Dietetics*, 62(1), 21-25.
- Martinez, S., Hand, M., Pra, M. D., Pollack, S., Ralston, K., Smith, T., Vogel, S., Clark, S., Lohr, L., Low, S., & Newman, C. (2010). *Local food systems: Concepts, impacts, and issues*. United States Department of Agriculture. https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/46393/7054_err97_1_.pdf
- Meral, Y., & Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(4), 16-23.
- Nayal, P., Pandey, N., & Paul, J. (2021). Covid-19 pandemic and consumer-employee-organization wellbeing: A dynamic capability theory approach. *Journal of Consumer Affairs*. 56:359-390. <https://doi.org/10.1111/joca.12399>
- Perito, M. A., Sacchetti, G., Mattia, C. D., & Chiodo, E. (2019). Buy local! Familiarity and preferences for extra virgin olive oil of Italian consumers. *Journal of Food Products Marketing*, 25(4), 462-477.
- Pınar, H., Coşkun, Ö. F., Uysal, E., Gülşen, O., & Yetişir, H. (2017). Farklı Yamula patlıcanı genotiplerinin genetik benzerliklerinin ISSR moleküler markır yardımıyla belirlenmesi. *Akademik Ziraat Dergisi*, 6(2), 157-162.
- Resmi Gazete. (1995). 555 sayılı coğrafi işaretlerin korunması hakkında kanun hükmünde kararnamenin uygulama şeklini gösterir yönetmelik. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22454.pdf>
- Resmi Gazete. (2010). 25.05.2010 tarih ve 27591 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Yamula Patlıcanı coğrafi işaret kararı. <https://www.resmigazete.gov.tr/ilanlar/eskiilanlar/2010/05/20100525-4.htm#%C3%8703>
- Resmi Gazete. (2017). 22.12.2016 tarih ve 6769 sayılı sınai mülkiyet kanunu. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170110-9.htm>
- Révion, S., & Chappuis, J.-M. (2011). Geographical indication: Collective organization and management. In E. Barham & B. Sylvander (Eds.), *Labels of origin for food: Local development, global recognition* (pp. 45-62). Wallingford: CAB International. <https://doi.org/10.1079/9781845933524.0045>
- Saatcı, G. (2019). Coğrafi işaretli yiyeceklerin tanıtım unsuru olarak yöresel yemekler kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 358-374

Stephanie E., (2003). Slovin's Formula Sampling Techniques, Houghton-Mifflin, New York, USA

Tarım ve Orman Bakanlığı, (2023). Yerli Ürünlerin (Yamula Patlıcanı Ve Cılgalan Biberi) Islah Çalışması Projesi. https://kayseri.tarimorman.gov.tr/Menu/157/Yerli-Urunlerin-_yamula-Patlicani-Ve-Cilgalan-Biberi_-Islah-Calismasi-Projesi

Topçu, Y., & Yalçın, S. (2016). Tüketicilerin bölge orijinli/coğrafi işaretli elma tüketim tercihleri için ödeme istekliliği. *XIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 1*, 475-484.

Tosun, E., Pınar, H. & Hasyüncü, S. (2021). Farklı kültürel uygulamaların Yamula Patlıcanının verim ve bazı kalite özellikleri üzerine etkilerinin belirlenmesi. *Avrupa Bilim Ve Teknoloji Dergisi*, (21), 378-382. <https://doi.org/10.31590/ejosat.727626>

TÜİK (2025). Tarımsal Fiyat ve Ekonomik Hesaplar-Patlıcan Fiyatları. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=tarim-111>

TÜRKPATENT. (2019). *Yamula patlıcanı coğrafi işaret belgesi*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/c24118df-7148-46ef-91f2-744b5e6fbf32.pdf>

TÜRKPATENT. (2025). *Türkiye coğrafi işaretleri*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>

TÜRK TARIM, (2020). Çiftçilerden 1000'den fazla ata tohumu toplandı. <http://www.turktarim.gov.tr/Haber/444/ciftcilerden-1000den-fazla-ata-tohumu-toplandi->

Vogt, R. A., & Kaiser, L. L. (2007). Still a time to act: A review of institutional marketing of regionally-grown food. *Agriculture and Human Values*, 25, 241-255.

Wallgren, C. (2006). Local or global food markets: A comparison of energy use for transport. *Local Environment*, 11(2), 233-251.

Winter, M. (2003). Embeddedness, the new food economy and defensive localism. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 23-32.

Wiseman, S. R. (2018). Localism, labels, and animal welfare. *Northwestern Journal of Law and Social Policy*, 13(2), 66-83.

World Trade Organization (WTO). (2021). *TRIPS: Geographical indications: Background*. Retrieved September 03, 2025, from https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_background_e.htm

Yönet Eren, F., & Sezgin, A. C. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2 (1), 61-78

Zuluğ, A. (2010). Coğrafi işaretli gıdalara ilişkin tüketici tercihleri üzerine bir araştırma: İstanbul örneği (Yayınlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.