

T.C
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**COĞRAFİ İŞARET ALMAYA İTEN NEDENLER VE KARŞILAŞILAN
ZORLUKLAR ÜZERİNE DEMATEL YÖNTEMLİ ÇALIŞMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGÜR DOĞAN ÖZTÜRK

TEZ DANIŐMANI
DOÇ. DR. SEVGİ GÖNÜLLÜOĞLU

BİLECİK 2022

10300740

T.C
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**COĞRAFİ İŞARET ALMAYA İTEN NEDENLER VE KARŞILAŞILAN
ZORLUKLAR ÜZERİNE DEMATEL YÖNTEMLİ ÇALIŞMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÖZGÜR DOĞAN ÖZTÜRK

TEZ DANIŐMANI
DOÇ. DR. SEVGİ GÖNÜLLÜOĞLU

BİLECİK 2022

10300740

BEYAN

“Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler ve Karşılaşılan Zorluklar Üzerine Dematel Yöntemli Çalışma” adlı yüksek lisans tezimin hazırlık ve yazımı sırasında bilimsel araştırma ve etik kurallarına uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel kurallara uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin herhangi bir kısmının Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını, aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Bu çalışmanın, Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP), TÜBİTAK veya benzeri kuruluşlarca desteklenmesi durumunda; projenin ve destekleyen kurumun adı proje numarası ile birlikte, ETİK KURUL onayı alınması durumunda ise ETİK KURUL tarih karar ve sayı bilgilerinin beyan edilmesi gerekmektedir.			
DESTEK ALINMIŞTIR		DESTEK ALINMAMIŞTIR	X
Destek alındı ise;			
Destekleyen kurum;			
Desteğin Türü		Proje Numarası	
1- BAP (Bilimsel Araştırma Projesi)			
2- TÜBİTAK			
Diğer;.....			
ETİK KURUL onayı var ise;			
ETİK KURUL karar tarih/sayı:	/.....	

Öğrenci Adı ve Soyadı

Özgür Doğan ÖZTÜRK

Tarih

.....

İmza

.....

ÖN SÖZ

Tez çalışmasının hazırlanmasında yardımlarını ve katkılarını asla esirgemeyen ve coğrafi işaret alanı ile beni tanıştıran değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU hocama teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Tez çalışmasının araştırma metodolojisinin belirlenmesinde, araştırma yönteminin analizinde yardım ve desteğini esirgemeyen Doç. Dr. Gözde KOCA hocama teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Tez çalışmasının araştırma kısmında desteğini esirgemeyen Öğr. Gör. Mesut KAPLAN hocama teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Tüm eğitim hayatım boyunca bana inanıp, hem maddi hem manevi olarak her zaman beni destekleyen sevgili babam Aziz ÖZTÜRK, annem Öneser ÖZTÜRK, ablalarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Bu tezi yeğenim Turna Lena KIY'e armağan ediyorum.

Özgür Doğan ÖZTÜRK

ÖZET

COĞRAFI İŞARET ALMAYA İTEN NEDENLER VE KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR ÜZERİNE DEMATEL YÖNTEMLİ ÇALIŞMA

Günümüzde küresel bir olgu olarak kabul edilen coğrafi işaretler, bir ürünün nereli olduğunu gösteren yer adı olarak ifade edilebilir. Yöresel ürün olarak adlandırılan coğrafi işaretle vasıflandırılan ürünler, kaliteli, bilinirliğe sahip, yöresine ve bölgesine değer katan niteliğe sahip olmalarından dolayı bölgesel kalkınma için önemli birer kaldıraçlardır. Hem geçmiş günümüze taşıma yeteneğine sahip hem de ekonomik kalkınmaya sağladığı katkılardan dolayı coğrafi işarete sahip ürünlerin ön plana çıkışı, konunun önemini arttırmaktadır. Rekabetin gittikçe yoğunlaştığı bir o kadar da zorlaştığı çağımızda, özellikle ülkemizde sayısız yöresel ürünler olmasına karşın coğrafi işarete sahip ürünlerin yeterince olmayışı, bu çalışmanın ana amacının temel çıkış noktasıdır.

Tez çalışmasının örneklem grubunu, coğrafi işaret başvurusu veya tescil işlemleri yapan kurum/kuruluş çalışanları ve bu kurum/kuruluşlara destek veren alanında uzman kişiler oluşturmaktadır. Örneklem grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Belirlenen kritik faktörlerin değerlendirilmesinde, ikili karşılaştırma esasına dayalı soru formu kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde Excel programı yardımıyla, çok kriterli karar verme tekniklerinden DEMATEL yöntemi kullanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, belirlenen kriterlerin her birisinin arasındaki ilişki, birbirleri üzerindeki etkilerinin önemi yönünden öncelik sıralamasına göre düzenlenmiştir. Coğrafi işaret almadaki nedenler için belirlenen beş kriter arasında değerlendirme sonucunda kritik başarı faktörüne sahip kriter ‘turizme katkıda bulunma’, coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen altı kriter arasında kritik başarı faktörüne sahip kriter ‘bilgi eksikliği’ kriteri olarak saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler, Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar, Kritik Başarı Faktörleri, DEMATEL

ABSTRACT

DEMATEL METHOD RESEARCH ON THE REASONS AND DIFFICULTIES IN OBTAINING GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Geographical indications, which are accepted as a global phenomenon today, can be expressed as a place name showing where a product is from. Products that are qualified with geographical indications, called local products, are important levers for regional development, as they are of high quality, well-known, and add value to their region and region. The prominence of products that have the ability to carry the past to the present and the geographical indication due to their contribution to economic development increases the importance of the subject. The main starting point of this study is the fact that there are not enough products with geographical indications, although there are numerous local products, especially in our country, in our age when the competition is getting more and more intense.

The sample group of the thesis study consists of the employees of the institution/organization that makes geographical indication application or registration and the experts in the field who support these institutions/organizations. Purposive sampling method was used to determine the sample group. In the evaluation of the determined critical factors, a question form based on pairwise comparison was used. In the analysis of the data obtained in the research, the DEMATEL method, one of the multiple decision making techniques, was used with the help of the Excel program.

As a result of the analysis, the relationship between each of the determined criteria was arranged according to the priority order in terms of the importance of their effects on each other. As a result of the evaluation among the five criteria determined for the reasons that lead to obtaining geographical indications, the criterion with a critical success factor was determined as 'contributing to tourism', and the criterion with a critical success factor among the six criteria determined for the difficulties in obtaining geographical indications was the criterion of 'lack of information'.

Keywords: Geographical Indication, Purposes of Obtaining Geographical Indications, Difficulties in Obtaining Geographical Indications, Critical Success Factors, DEMATEL

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
GRAFİKLER.....	xi
RESİMLER.....	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Coğrafi İşaret Kavramı, Unsurları Ve Tarihsel Gelişimi.....	3
1.1. Coğrafi İşaretin Tanımı.....	3
1.2. Coğrafi İşaret Tarihçesi.....	4
1.2.1. Paris Sözleşmesi.....	5
1.2.2. Madrid Anlaşması.....	5
1.2.3. Lizbon Sözleşmesi.....	6
1.2.4. Trips Anlaşması.....	7
1.3. Coğrafi İşaret Türleri.....	7
1.3.1. Menşe (Köken) Adı.....	7
1.3.2. Mahreç (Çıkış) İşareti.....	8
1.3.3. Geleneksel Ürün Adı.....	8
1.4. Coğrafi İşaret Unsurları.....	9
1.4.1. Ürün.....	9
1.4.2. Belirli Bir Coğrafi Alan.....	10
1.4.3. İşaret(Ad).....	10
1.4.4. Ürünün Belirli Bir Karakteristik (Hususiyet) Kazanmış Olması.....	10
1.4.5. Ürünün Karakteristik Özelliği İle Coğrafi Kökeni Arasında İlişki Olması ..	10
1.5. Coğrafi İşaretlerin Tescili, Kullanımı Ve Denetimi.....	11
1.5.1. Başvurma Hakkına Sahip Kişiler.....	11
1.5.2. Başvuru Koşulları.....	11

1.5.3. Tescil	12
1.5.4. İtiraz ve İncelenmesi	13
1.5.5. Tescil Edilemeyecek Adlar ve İşaretler.....	13
1.5.6. Coğrafi İşaretin Denetimi.....	13
1.5.7. Coğrafi İşaret Tescilinin Önemi ve Faydaları	14
1.6. Coğrafi İşaretlerin AB ve Türkiye' deki Durumu	15
1.6.1. Coğrafi İşaretin Avrupa Birliğindeki Durumu	15
1.6.2. Coğrafi İşaretin Türkiye'deki Durumu	21

İKİNCİ BÖLÜM

COĞRAFİ İŞARET ALMAYA İTEN NEDENLER VE KARŞILAŞILAN

ZORLUKLAR

2.1.Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterler.....	26
2.1.1.Turizme Katkıda Bulunma	26
2.1.2.Çevre Ve Biyolojik Çeşitliliği Koruma.....	27
2.1.3.Ürün Taklitçiliği İle Mücadele Etme	28
2.1.4.Yerel Üretim Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme	29
2.1.5.Geleneksel Bilgi Ve Kültürel Değerleri Koruma	29
2.2.Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterler	30
2.2.1.Yetersiz Devlet Teşviki	31
2.2.2.Bilgi Eksikliği	31
2.2.3.Yöresel Ürün Geliştirme Azlığı	32
2.2.4.Sürdürülebilirlik Ve Üretimin Devam Etmesinin Zorlukları	33
2.2.5.Kurumların Uyum İçerisinde Çalışmaması	33
2.2.6. Söz Konusu Ürüne Önceden Başvurunun Yapılmış Olması.....	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR VE SONUÇ

3.1. Araştırmanın Amacı	35
3.2. Araştırma Yöntemi	35
3.2.1. DEMATEL Yöntemi	36
3.3.Araştırma Evren ve Örneklemi	36
3.4.Araştırmanın Sınırlılıkları	37
3.5.Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Oluşturulması	37
3.6.Veri Toplama Süreci ve Analizi.....	37
3.7.Bulgular	38

3.7.1. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Bilgileri.....	38
3.7.2. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler	40
3.7.3. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar	48
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	56
KAYNAKÇA	59
EKLER.....	69

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Cİ: Coğrafi İşaret

CoğİşKHK: Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararname

TRİPs: Trade Related Intellectual Property Rights (Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Antlaşması)

KHK: Kanun Hükümünde Kararname

TDK: Türk Dil Kurumu

IPARD: Instrument for Pre-Accession Assistance Rural Development (Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma)

TKDK: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu

OECD: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

EUIPO: European Union Intellectual Property Office (Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ofisi)

Türk Patent: Türk Patent ve Marka Kurumu

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

PGI: Mahreç İşareti

PDO: Menşe Adı

TSG: Geleneksel Özellik Garantisi

Md. : Madde

DEMATEL: Decision Making Trail and Evaluating Laboratory (Karar Verme Deneme ve Değerlendirme Laboratuvarı)

SMK: Sınai Mülkiyet Kanunu

GSMH: Gayrisafi Milli Hasıla

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. AB'ye Üye Olan Veya Olmayan Ülkelerin 1973-2021 yılları Arası Başvuru Ve Tescil Sayıları	18
Tablo 1.2. AB'ye Üye Olan Ülkelerin Başvuru, PDO, PGI Ve TSG Sayıları	19
Tablo 1.3. AB'ye Üye Olmayan Ülkelerin Başvuru, PDO, PGI Ve TSG Sayıları	20
Tablo 2.1. Coğrafi İşaret Almaya İten Neden Kriterleri ve Referanslar	30
Tablo 2.2. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterleri ve Referanslar	34
Tablo 3.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	38
Tablo 3.2. Katılımcıların Çalıştığı Kurum/Kuruluşların Coğrafi İşaret Başvuru-Tescil Sayıları Bilgileri	39
Tablo 3.3. Coğrafi İşaret Başvuru- Tescil Aşamasında Başka Kurumlardan Destek Alma Bilgileri	40
Tablo 3.4. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterler.....	40
Tablo 3.5. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Direk Etki Matrisi (A Başlangıç Matrisi) 41	
Tablo 3.6. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler Normalleştirilmiş Direk Etki Matrisi (N Matrisi).....	41
Tablo 3.7. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Toplam Etki Matrisi (T Matrisi).....	42
Tablo 3.8. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin D ve R Değerlerinin Belirlenmesi	43
Tablo 3.9. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Etkileyen ve Etkilenen Gruplarının Belirlenmesi	43
Tablo 3.10. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Kriter İlişki Düzeyi D+R.....	44
Tablo 3.11. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Kriter İlişki Düzeyi D-R.....	44
Tablo 3.12. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Etkileyen ve Etkilenen Grupları	45
Tablo 3.13. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterlerin Önem Ağırlık ve Öncelikleri.....	47
Tablo 3.14. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterler	48
Tablo 3.15. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar Direk Etki Matrisi(A Başlangıç Matrisi).....	48
Tablo 3.16. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi (N Matrisi)	49
Tablo 3.17. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Toplam Etki Matrisi (T Matrisi).....	49

Tablo 3.18. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin D ve R Değerlerinin Belirlenmesi	50
Tablo 3.19. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Etkileyen ve Etkilenen Grubunun Belirlenmesi	50
Tablo 3.20. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin İlişki Düzeyi D+R	51
Tablo 3.21. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin İlişki Düzeyi D-R	51
Tablo 3.22. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Etkileyen ve Etkilenen Grupları	52
Tablo 3.23. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Önem Ağırlık ve Öncelikleri.....	54

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. 1996-2021 Yılları Arasında Türkiye’de Coğrafi İşaret Başvuru ve Tescil Sayısı... 22	
Şekil 3.1. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterlerin Etki-İlişki Yönlü Graf Diyagramı 46	
Şekil 3.2. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin Etki-İlişki Yönlü Graf Diyagramı 52	

GRAFİKLER

Grafik 1.1. AB Coğrafi İşaret Tescil Türü	17
Grafik 1.2. Türkiye’ de Coğrafi İşaret Türleri	22
Grafik 1.3. Türkiye’nin Coğrafi İşaret Tescilli Ürün Grupları	23
Grafik 1.4. Türkiye’de Coğrafi İşaret Tescil Ettiren Kurum Ve Kuruluşlar.....	24
Grafik 1.5. 2009-2021 Türkiye’nin AB’ne Coğrafi İşaret Başvuru Sayısı	25

RESİMLER

Resim 1.1. Menşe İşareti Amblemi	8
Resim 1.2. Mahreç İşareti Amblemi	8
Resim 1.3. Geleneksel Ürün Adı Amblemi	9
Resim 1.4. AB Coğrafi İşaret Amblemleri	16
Resim 1.5. Coğrafi İşaret Ve Geleneksel Ürün Tescilinde Kullanılan Amblemler.....	21

GİRİŞ

İnsanlar yaşadıkları yörenin coğrafi özelliklerinden, fiziksel özelliklerinden, yaşam tarzlarından, maddi ve kültürel unsurlarından etkilenecek kendilerine özgü bir yaşam kültürü oluşturmuşlardır. Sanayi devrimleri ile beraber ulaşım ve iletişimde yaşanan gelişmelere paralel olarak toplumsal ilişkiler hızlı bir şekilde gelişmeye başlamıştır. Toplumsal ilişkilerin gelişmesine paralel biçimde genel olarak ülkelerin birbirleri arasında ticaret hacmi istatistikleri her geçtiğimiz gün yükseliş eğilimi sergilemektedir. Ticaret hacminin yükseliş eğilimine paralel olarak da ülkeler kendi çıkarları için haksız rekabet uygulamaya başlamışlardır. Yöreye özgü ürünler üzerinde yanlış uygulamalar, haksız rekabet gibi konuların önüne geçebilmek adına “coğrafi işaret” unsuru oluşmuştur. Coğrafi işaret unsurunun ortaya çıkışı, tarihi boyut olarak tam bilinemesi de hukuksal boyutu yapılan anlaşmalar ile bilinebilmektedir.

Coğrafi işaret kavramı esasen yöresel bir ürünü ifade etmekle birlikte ayırt edici özelliği, kalitesi, ünü veya diğer özellikleri ile kökeninin dayandığı yöre, alan, bölge ve ülke ile adının özdeşleştiği ürünü gösteren işarettir. Gıda, madencilik, zanaat, tarım ve sanayi mamülleri coğrafi işaret tesciline tabi olabilir. Yöresel ve otantik ürünler kaliteyi ön planda tutan tüketicilerce tercih edilip, coğrafi işaret (CI) amblemi ile bilinmektedir. Coğrafi işaretler belirli bir yöreye özgü olup, o alandan kaynaklanan ve benzerlerinden ayırt edilecek özelliklere sahip ürünleri tanımlayan bir kavramdır (Pektaş vd., 2018: 65). Globalleşen dünyada, coğrafi işaretlerin ürünün kalitesini garanti altına alma ve ürünün bilinirliğini artırma özelliği nedeniyle üreticilerin kimlikleri daha belirgin hale gelmektedir. Haksız rekabet, taklitçilik gibi uygulamaların önüne geçebilmek için, coğrafi işaret uygulamasının genel amacı yöreye özgü ürünlerin ulusal ve uluslararası alanda tescilleme işlemi ile koruma altına alınmasının sağlanmasıdır. Koruma altına alınan ürünler ile bölgenin ticaret hacminin ve turizm faaliyetlerinin artması yöre halkına ekonomik kazanımlar sağlamaktadır.

Tez çalışmasının genel olarak bölümlerini belirtmek gerekirse, üç bölümden meydana gelmektedir. Bu bölümler:

Araştırmanın birinci bölümünde, coğrafi işaret kavramı, gelişimi, Türkiye’de tescil aşamaları, AB ve Türkiye’deki durumu kapsamlı bir araştırma ile sunulmuştur.

Araştırmanın ikinci bölümünde, coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterlere Google Akademik, WOS ve YÖK Tez veri tabanlarındaki makaleler ve tezler incelenerek referans gösterimi sağlanmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın amacı ve yöntemi, araştırmada kullanılan yöntem, araştırma evren ve örnekleme, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmada kullanılan ölçeğin oluşturulması, veri toplama süreci ve analizinden bahsedilmiştir. Bölümün devamında, araştırma bulguları DEMATEL yöntem kullanılarak Excel yardımıyla analiz edilmiştir. Sonuç ve öneriler bölümünde gerçekleştirilen analizler ve araştırma sonuçları yorumlanmış ve konuyla ilgili gerekli öneriler iletilerek araştırma yerine getirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. Coğrafi İşaret Kavramı, Unsurları Ve Tarihsel Gelişimi

1.1. Coğrafi İşaretin Tanımı

Yeryüzünde var olmuş bütün toplumlar birbirinden farklı kültürel yapılara ve tecrübelerine sahiptir. Toplumların coğrafya ve kültürlerinin bir araya gelmesinden dolayı kendilerine has ürünler meydana gelmiştir. Bu ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla literatüre coğrafi işaret kavramı eklenmiş ve literatürde bu kavramın açıklanması için birçok tanım yapılmıştır.

Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YUCİTA) kurucu üyelerinden olan Tekelioğlu (2010) yılında yaptığı çalışmasında coğrafi işaretin tanımını, tüketicilerce tanınmış ve ünlenmiş ürünlerin kökeni ile üretim yöntemlerinin güvence altına alınmasını sağlayan ayırt edici resmi kalite işaretleri şeklinde tanımlamıştır(Tekelioğlu, 2010: 118).

Coğrafi işaretler, ürünün belirli bir kalitesinin, itibarının veya ürünün diğer ayırt edici özelliklerinin coğrafi kökeniyle bağdaştığı malları tanımlayan fikri ve sınai mülkiyet haklarıdır (Marie ve Vivien, 2008: 321).

Coğrafi işaretler, malum bir çevrede üretilen ürünü tanımlamak, belirgin vasfını ortaya çıkarmak ve özgünlüğünü garanti altına almak amacıyla yerel ürünlere verilen sınai mülkiyet haklarıdır (İlıcılı, 2005: 2).

2017 yılında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununca kurum isminde değişiklik yapılarak kurumun o zamanki ismi olan Türk Patent Enstitüsünden şu anki güncel ismi olan Türk Patent ve Marka Kurumu olarak revizyon edilmiştir. TÜRK PATENT, Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin tescil ve denetiminden sorumlu kurumudur. Bu kurum coğrafi işaretin tanımını ise; ürünün menşeyini, özelliklerini ve bu özellikleri ile coğrafi bölge arasındaki bağı tüketiciye açıklayan ve bu ürünün ayırt edici niteliklerini tüketicilere garanti eden bir kalite belgeleme işaret çeşidi şeklinde yapmıştır.

1.2. Coğrafi İşaret Tarihçesi

Coğrafi işaret kavramının ilk ortaya çıkışı ve tarihçesi hakkında farklı kaynaklar ve farklı bilgiler bulunmaktadır. Bir görüşe göre coğrafi işaretler ilk olarak eski Mısır'da piramitlerin yapımında kullanılan dayanıklı tuğla ve taşların kökenini belirtmek için ve bir başka görüşe göre şarabın kalitesini belirtmek için eski Yunanistan'daki Thassos adasından alınmıştır (Tekelioğlu,2008 :119).

Bir başka düşünceye göre sanayi toplumuna geçişten önceki göçme eğilimli toplumlar aynı üretim kültürlerine bağlı kalarak faaliyetlerini sürdürmüşler ve gittikleri yerlerde aynı geleneksel işaretleri kullanmışlardır. Bu işaretler önceleri sadece ürünlerin kalitesini belirtmek ve diğer türlerinden farklı yönlerini gözetmek maksadıyla kullanılmıştır. Endüstri toplumlarına geçişle beraber bu ürünlerin imal edildiği işletmelerin farklı tutulması fikri öncelik konusu olmuş ve bununla beraber markalaşma gibi özellikleri olan işaretler doğmuştur. (Gündoğdu, 2006: 7). Sanayi toplumlarına geçilmesiyle birlikte fabrikasyon mal üretimin başlaması ve artmasıyla, bir imalatçının mallarını diğerlerinden ayırmak için imalat adları kullanmaya başlandı. Böylece mallar, imalatçısının adıyla anılmaya ve tanınmaya başlandı(Coerper, 1992: 72).

Kavramsal olarak eski devirlere dayanmakla birlikte, yasal korumasının sağlanması için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Coğrafi işaretlerin nasıl korunacağı günümüzde tüm ülkelerde tek bir konuya bağlı olmayıp birkaç paralel uygulamanın birleştirilmesiyle mümkün olmaktadır (İlgaz, 1996: 121). Üreticilerin ve tüketicilerin korunması yalnızca ulusal düzeyde kalmayıp, uluslararası platformlarda da koruma sağlanmaya çalışılmıştır. Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları'nın teknik ve hukuksal boyutu olduğundan, bu haklara ilişkin işlemlerin ve uygulamaların uluslararası boyutta koordinasyonlu hale getirilmesi için birçok uluslararası anlaşma ve sözleşmeler mevcuttur(Gökovalı, 2007 : 144).

Uluslararası bağlamda coğrafi işaretlerin korunmasına yönelik yöntemler arasında “çok taraflı” ve “ikili” anlaşmalar yer almaktadır. Taraflar arasında, korunması amacıyla coğrafi işaretlerin bir çizelgesi oluşturur ve her bir taraf kendisine ait çizelgedeki ve diğer tarafların çizelgelerinde bulunan coğrafi işaretleri koruyacağını garanti ederek hem kendi hakkını korur hem de karşı tarafın haklarına saygı duyarak söz verir. Böylece ülkenin dışında da koruma sağlanmış olur (Şentürk, 2011: 19).

Coğrafi işaret kavramının hukuki koruma açısından tarihsel boyut alanı ile ilgili yazılan kaynaklar incelendiğinde uluslararası imzalanan 4 anlaşmaya dayanmaktadır. Sırasıyla bu anlaşmalar bölümün devamında sunulmuştur.

1.2.1. Paris Sözleşmesi

20 Mart 1883'de Belçika, Brezilya, İspanya, Hollanda, Tunus, İngiltere, Fransa, İsviçre, İtalya ve Portekiz arasında imzalanan "Sınai Mülkiyetin Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi", sınai mülkiyet haklarına ilişkin ilk uluslararası anlaşmadır ve ulusal marka hukukunun anayasası olarak kabul edilmektedir. (Yolçiev,2008:202). İmzalanan anlaşma doğrultusunda ürünün menşesi ile alakalı doğrudan ya da dolaylı sahte işaret kullanımı engellenmekte, ve eğer ki kullanım durumunda bir haksız rekabet eylemi olarak onay kılmaktadır (Tekelioğlu,2019 :50). Bunun amacı, farklı ülkelerdeki sınai mülkiyet haklarına ilişkin hukuk sistemlerini koordine ederek uluslararası bir hukuki kurumsal yapı oluşturmaktır. Paris Sözleşmesi öncesine kadar bir ürün için, ülkede başvuruda bulunulduğunda, aynı ürünün başka bir ülkede korunması için başvuruda bulunulmuyordu. Paris Sözleşmesi üye diğer ülkelerde de ürün başvurusunu yapmayı mümkün duruma getirmiştir.

Paris Sözleşmesi, Cİ' ler ile ilgili olarak uluslararası bir standart temin etmemekte, yalnız Cİ' lerin korunması amacıyla umumi hükümler içermekteydi. 1883 senesinde imzalanan orijinal Paris Sözleşmesi'nde Cİ' lerin sahte ve yanıltıcı olarak kullanılmasına müdahale eden unsurlar vardı; fakat bu müdahaleler yanlış ticaret unvanı kullanıldığı hallerde geçerliydi(Gökovalı, 2007: 145). Sahte mahreç, ürünlerin gerçek menşesini belirtmeyen coğrafi adlar için kullanılan işaretlerdir. Örneğin, Fransa'da üretilen şarap için İtalya ibaresinin kullanılmasıdır (Tuncay, 2009 : 32).

Türkiye'nin 1925 yılında katıldığı bu sözleşmeye 2021 yılında 188 ülke üyedir. Paris sözleşmesinde sahte veya aldatıcı mahreç işaretini engelleyen bir hüküm bulunmadığından 1891 yılında Madrid Anlaşması imzalanmıştır.

1.2.2. Madrid Anlaşması

Paris Sözleşmesi coğrafi işaretlemede yeterli koruma sağlayamadığından dolayı 1891 senesinde Madrid Anlaşması taraflarca imzalanmıştır. İmzalanan bu anlaşmanın amacı anlaşmaya katılım sağlayan ülkelerin mallarının menşesi konusunda yanlış ve yanıltıcı işaretleme yapılmasının önüne geçmektir (Tekelioğlu,2019:51). Türkiye ise Madrid

Anlaşmasına 1930 yılında katılım sağlamış, ayrıca 2021 yılından itibaren protokolün 106 üye ülkesi bulunmaktadır.

Madrid anlaşması, yalnızca düzmece ve yanıltıcı boyuttaki mahreç işaretlerin kullanılmasıyla alakalı değil, aynı zamanda yasa dışı işaretlerin kullanımına da ilişkin yasaklar içermektedir. Madrid anlaşması kapsamına göre ürünün kendine has menşesine dair doğruluk bilgisi bulunmayan veya doğruluğu olsa dahi hatalı bilgi veren mahreç işaretlerine ait kullanımının yasaklanması asıl amaçtır. Genel koruma açısından Madrid anlaşması kendisinden önceki anlaşmalardan daha kapsamlı kritik kararlar içermektedir. Ancak coğrafi işaretlerin korunması konusunda her iki anlaşmanın da etkinliği zayıftır (Çoşkun, 2001: 154).

1.2.3. Lizbon Sözleşmesi

Lizbon Sözleşmesi, 1958 yılında menşe adlarının korunması ve onların uluslararası tescili ile ilgili (Ilgaz, 1995 :124), altı üye ülke ile kurulan 2021 yılında üye sayısının yirmi yedi olduğu bir sözleşmedir.

Lizbon Sözleşmesi, menşe adlarının kaynağı durumundaki ülkelerin haricinde de onaylanması ve koruma altına alınmasını sağlamak için uluslararası bir düzen kurma amacındadır. Sözleşmeye göre, menşe adı (*Appellation of Origin*) kavramı ilk defa uluslararası bir sözleşmede tanımlanmıştır (Gündoğdu, 2006 :54).

Lizbon Sözleşmesi madde 2/1'e göre menşe adı, "kalitesi ve karakteristik özellikleri, doğal ve beşeri faktörler de dâhil olmak üzere, tamamen veya esas itibarıyla kökeni bulunduğu coğrafi bölgeden kaynaklanan bir ürünü belirten, bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin coğrafi adıdır".

Lizbon Sözleşmesi menşe adı tanımına göre;

- Söz konusu işaretin yörenin, bölgenin veya ülkenin adı olmasını, coğrafi işaretin ülke, bölge ve yöre adı olmaması durumunda kabul edilemeyeceğini ve korunamayacağını anlatmaktadır.
- Ürün ile coğrafi köken arasında bir bağlantı olmasını, ürünün kalitesini ve karakteristik özelliklerinin esas itibarıyla bulunduğu coğrafi bölgeden almadığı durumda kabul edilemeyeceğini ve korunamayacağını anlatmaktadır.

Lizbon Sözleşmesi'ne bakıldığında, menşe adlarının güvence altına alınması, Paris Sözleşmesi ve Madrid Anlaşması'nda mahreç işaretlerinin güvence altına alınmasından daha yüksek olduğu görülmektedir (Goldstein, 2001: 437).

Menşe adının coğrafi işaret olma zorunluluğu ve menşe adının koruma altına alınıp mahreç işaretlerinin koruma kapsamı dışında bırakılması katılımın sınırlı sayıda kalmasının sebeplerindedir.

1.2.4. Trips Anlaşması

CI korumasının ana kaynağı, sınai mülkiyet haklarını organize eden Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (Trade-Related Intellectual Property Rights-TRIPs)'dır. 15 Nisan 1994 senesinde Fas'ın Marakeş şehrinde CI'nin uluslararası korumasının sirküler hale getirilmesinde en son hamle, Uruguay Round müzakereleri sonunda DTÖ'nün kuruluşu ile atılmış, imzalanan DTÖ kurucu anlaşmasına ilave olarak onaylanan TRIPs, DTÖ üyelerinin tümünde CI korumasını gerektirmektedir (Tekelioğlu, 2019: 51).

DTÖ' nün kurucularından olan Türkiye TRIPS Anlaşması'na DTÖ kurulurken üye olmuş 2000 senesinde sözleşmenin kararlarını uygulamaya başlamıştır. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları sözleşmesinin 22.1. maddesinde Coğrafi İşaretler; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler olarak tanımlanmaktadır (WTO, 1994:328).

TRIPS, CI korumasına ilişkin en kapsamlı ve konuyla ilgili en fazla sayıda üye ülkeyi bir araya getiren anlaşmadır. Bu anlaşma ile daha yüksek bir koruma seviyesine ulaşan CI, çok sayıda devletin anlaşmayı imzalamasıyla daha geniş bir coğrafi alanda korunma şansına sahip oldu. Ancak, CI düzeyine ulaşmayan menşe işaretleri TRIPS kapsamında değildir, bu nedenle hala Paris ve Madrid Sözleşmeleri tarafından korunmaktadır (Şentürk, 2011: 27).

1.3. Coğrafi İşaret Türleri

Uluslararası ve ulusal metinlerde coğrafi işaretler hukuku kapsamında koruma altına alınan 'hak objesi', ürünün coğrafi kökenini belirten işaretlere ilişkin olsa da bu hak objesi için kullanılan kavramlar, bu kavramların kapsamları ve taşımaları gereken nitelikler birbirlerinden farklılık arz etmektedir (Rauffus, 2010 :39).

1.3.1. Menşe (Köken) Adı

Coğrafi işaret korumasına konu olan ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda ise bu tür coğrafi işaretlere "menşe adı" denir (Chandola, 2006:168). Menşe adına örnek olarak; Adana Karpuzu, Amasya Misket Elması, Fransa Şarabı, Çerkez Peyniri, Isparta Gülü gösterilebilir. Amasya Misket Elması Amasya'da , Adana Karpuzu Adana ve çevresinde üretilir. Bu ürünler, ait oldukları

coğrafya dışında üretilmezler. Çünkü niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilirler.



Resim 1.1. Menşe İşareti Amblemi

Kaynak: [Erişim:15.11.2021, <https://www.turkpatent.gov.tr/>]

1.3.2. Mahreç (Çıkış) İşareti

Ürünün belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarı ile bir coğrafi bölge ile özdeşleşmesi; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin sınırları belirlenmiş coğrafi alanda yapılmasını gerektiren coğrafi işaretler mahreç işareti olarak adlandırılır (Nakae vd., 2018: 205). Menşe adına sahip olan ürünler, temel niteliklerini sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan sağlayan ve üretimleri bütünüyle o coğrafi sahada gerçekleşen ürünlerdir. Mahreç işaretine sahip ürünler belirlenen özelliklerden en az birini bulundurması halinde ait oldukları bölgenin dışında da üretilebilir. (Çalışkan, Koç, 2012 : 196). Mahreç işaretine örnek olarak; Antep Baklavası, Hereke İpek Halısı gösterilebilir.



Resim 1.2. Mahreç İşareti Amblemi

Kaynak: [Erişim:15.11.2021, <https://www.turkpatent.gov.tr/>]

1.3.3. Geleneksel Ürün Adı

'Geleneksel ürün adı' kavramını izaha başlamadan önce bu uygulamanın Coğrafi işaret çatı kavramı altında hukuki boyut olarak yer almadığını belirtmek gerekmektedir.

Menşe ve Mahreç İşareti kapsamına alınamayan, geleneksel hammadde ve malzemeler, bileşenler veya geleneksel metotlarla yapılmış, yapılmaya da devam edilen bu

şekliyle de en az 30 yıl süreyle kullanıldığı, pazarlarda yer aldığı kanıtlanabilen ürünleri kapsamaktadır (Moctezuma,2005: 4). 1992’de “Certificate of Specific Character / Spesifik Özellik Sertifikası” şeklinde uygulamaya konmuşken, 2006’da Geleneksel Ürün Adı şeklini almıştır (Yıldız, 2018: 29). Bu uygulamayla esasında üretim teknikleri ve uygulama biçimleri yani gelenekler koruma altına alınmaya çalışılmaktadır.



Resim 1.3. Geleneksel Ürün Adı Amblemi

Kaynak: [Erişim:15.11.2021, <https://www.turkpatent.gov.tr/>]

1.4. Coğrafi İşaret Unsurları

Bir işaretin Coğrafi İşaret olarak nitelendirilmesi için bazı unsurları taşıması gerekmektedir. CoğİŞKHK'da yapılan tanımlar incelendiğinde ve coğrafi işaretlerin özellikleri dikkate alındığında bir coğrafi işaretin;

- Ürün,
- Belirli bir coğrafi alan,
- İşaret (ad),
- Ürünün belirli bir karakteristik (hususiyet) kazanmış olması,
- Ürünün karakteristik özelliği ile coğrafi kökeni arasında ilişki olması

şeklinde beş unsurdan oluştuğu söylenebilir (Coşkun, 2001 :6).

1.4.1. Ürün

Ürün kavramının açıklaması TDK’ ya göre; “topraktan, bitkilerden, hayvanlardan, denizden ve benzeri doğal kaynaklardan elde edilen faydalı şey” olarak açıklanmaktadır.

Bir işaretin coğrafi işaret olarak nitelendirilmesi için o işaretin bir ürünü belirtmesi gerekmektedir (Acar, 2018 :166). Coğrafi işaret etiketi, bir ürünün menşei ile kullanılan ürün arasındaki farkı gösterir. Cİ etiketi denilince akla ilk gelen ürün olmakla beraber, ürünlere sınıflandırma getirilmektedir. AB hukuku tarafından ürünün sınıflandırılmasının yapıldığını ve korumanın bu sınıflandırmaya göre sınırlandırıldığı görülmektedir (Kan, 2011 : 20).

1.4.2. Belirli Bir Coğrafi Alan

Coğrafi işaretler sınırları belirlenmiş bir coğrafyadan kaynaklanan ürünleri ifade etmektedir (Acar, 2018: 166). Coğrafi işareten bahsedebilmek için öncelikle ürünün geldiği bir kaynağa, mekana ihtiyaç vardır.

TRIPs Anlaşması coğrafi işaret tanımına dahil coğrafya "üye ülke, bu ülkede bir bölge veya yer" şeklinde ifade etmiştir. 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'de belirli bir coğrafya ögesini anlatmak için, "kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke" şeklinde ifade edilmiştir. İlk uluslararası alanda yapılan Lizbon Anlaşması'nın tanımında ise "coğrafi saha" "coğrafi çevre, bir ülke, bir bölge veya yöre" şeklinde ifade edilmiştir (Tepe: 2008: 8).

1.4.3. İşaret(Ad)

Coğrafi işaret unsurlarından olan "işaret(ad)" kavramıyla anlatılmak istenen ürünün köken bağlantısını iyi sağlamak şartıyla, bir coğrafi ad içerip içermediğine bakılmaksızın ürünü diğer ürünlerden ayıran adların ve işaretlerin varlığı anlamına gelmektedir (Sarıipek ve Çevik, 2020: 4912).

Coğrafi işaret olarak belirtilen ürünün menşeyini gösteren herhangi bir kelime, cümle veya sembol olabilir. Coğrafi işaretler genellikle buldukları bölge veya coğrafyadan türetilen isimlerdir. Bölgenin doğal ürünlerini ve yiyeceklerini tanımlamak ve satmak için kullanılan küçük bir köy, kasaba veya ülkenin adı olabilir (Rovamo, 2005 :6). Örneğin; Malatya kayısı, Parmesan peyniri, Fransız şarabı gibi coğrafi işaretli ürünler üretildikleri yöreden, bölgeden, coğrafyadan isimlerini almışlardır.

1.4.4. Ürünün Belirli Bir Karakteristik (Hususiyet) Kazanmış Olması

Coğrafi işarete tabi ürünler iklim, rüzgar, nem, yağış, bitki örtüsü, toprak yapısı gibi doğal faktörler ve üretim teknolojisi gibi insan faktörleri ile karakterize edilebilir. Ürünün menşeyi bulunduğu coğrafi bölgenin doğal veya beşeri nitelikte olması, ürüne özgünlük kazandırmakta ve coğrafi işaretlere konu olmasına imkan vermektedir (Özgür, 2011: 38).

1.4.5. Ürünün Karakteristik Özelliği İle Coğrafi Kökeni Arasında İlişki Olması

Coğrafi işarete konu olan bir ürünün en önemli özelliklerinden biri, ürünün özelliği ile coğrafi menşeyi arasındaki bağıdır. Aslında bu özellik, hem kültürel mirasın korunmasını hem de tüketicinin karar verme sürecini etkilerken, coğrafi işaretli ürünün bazı özellikleri hakkında tüketicileri bilgilendiren bir unsurdur. Bu unsur, coğrafi işaretli ürünleri diğer ürünlerden

ayırma işlevinin yanında sahte işaretli ürünlerin uygunsuz kullanımını engelleyerek tüketicilere yanlış bilgi verilmesini de engeller (Gündoğdu, 2006: 747).

"Terroir" terimi, ürüne özelliklerini veren coğrafi çevrenin tüm doğal ve beşeri özelliklerini içerir. Bu terim Fransızcadan türetilmiştir. "Terroir", bir ürünün menşei olan ve ürüne belirli özellikler kazandıran bir coğrafi bölgenin toprak yapısını, iklimini ve bitki örtüsünü ifade eder (Barham, 2003 :13). Ürünün karakteristiğinin doğal faktörlerden etkilenmesine örnek olarak; Malatya kayısısında, bu ürüne aromasını, kokusunu, tadını veren Amasya'nın coğrafi konumu, iklimi, nemi, sıcaklığı ve toprak yapısıdır.

1.5. Coğrafi İşaretlerin Tescili, Kullanımı Ve Denetimi

1.5.1. Başvurma Hakkına Sahip Kişiler

Tescili gerçekleşmiş coğrafi işaretin ve geleneksel ürün adının, koşulları sağlayan herkes tarafından üretimi ve pazarlaması gerçekleştirilebilse de, tescil için başvuru hakkına herkes sahip değildir. Cİ işaret başvurusu Türk Patent Ve Marka kurumuna yapılmaktadır. 6769 sayılı Coğrafi İşaretler KHK' de belirtildiği üzere Cİ başvurusunu gerçekleştirebilecekler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

- Üretici grupları,
- Ürün veya ürünün kaynaklandığı coğrafi alanla ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları,
- Ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler,
- Ürünün tek bir üreticisi varsa, bu durumu ispat etmesi şartıyla ilgili üretici.

1.5.2. Başvuru Koşulları

Coğrafi işaret başvurusu TÜRK PATENT kurumunun resmi internet sitesinde yer alan elektronik başvuru sistemi EPATS üzerinden yapılmaktadır. EPATS üzerinden yapılacak başvuru formunun eksiksiz doldurulması gerekmektedir. Başvuru formuna girilecek bilgiler 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun belirlediği başvuru şartlarını kapsamaktadır. Bu formda aşağıdaki bilgiler yer almaktadır.

1. Başvuru sahibinin kimliğine ilişkin bilgiler,
2. Tescillenmesi istenilen coğrafi işaret başvuru ürünü, uygun olduğu ürün grubuna ilişkin bilgi ve açıklama,
3. Coğrafi işaret tanımına uygunluğu kanıtlayan bilgi ve dokümantasyonlar,

4. Tescilinin gerçekleştirilmesi istenilen ürünün tanımı, ürünün ve gerekiyorsa hammaddesinin özelliklerini açıklayan bilgi ve dokümantasyonlar,
5. Tescillenmesi istenilen ürünün, üretim yöntemini ve varsa söz konusu ürüne özelliğini veren yerel üretim tekniklerine ilişkin bilgi ve dokümantasyonlar,
6. Tescillenmesi istenilen ürünün, coğrafi işaret tanımı kapsamında, ürünün niteliklerinin ve diğer özelliklerinin coğrafi yöre ile bağlantısını içeren bilgi ve dokümantasyonlar,
7. Ürünün ilgili coğrafi alandaki geçmişine ilişkin bilgi ve belgeler,
8. Denetimin formatını detaylandıran bilgi ve belgeler,
9. Coğrafi işaretin kullanımı ve varsa etiketleme ve paketleme yöntemleri hakkında açıklayıcı bilgiler,
10. Kayıt ücretlerinin ödenmesi.

1.5.3. Tescil

TDK'na göre "tescil" kelimesi; herhangi bir şeyi resmi olarak kaydetme, kütüğe geçirme anlamına gelmektedir. Cİ tescili için, belirtilen şartlar çerçevesinde yapılmış bir başvuru TÜRKPATENT tarafından incelenir (Tanrıku ve Doğandor, 2021: 223). 6769 sayılı SMK'ya göre yapılacak olan bu incelemede, tescil işlemlerinin yapılması istenilen ürünün, coğrafi işaret için belirtilen tanımlamalara girip girmediği tescil edilmeyecek ürün işaretlerinden olup olmadığı ve başvurunun, başvuru hakkını taşıyan kişiler tarafından yapıp yapılmadığı araştırılır.

TÜRKPATENT, gerektiğinde başvuruya ilişkin teknik bilgilerin kanıtlanması için bir veya birden fazla kamu kurumu, üniversite veya tarafsız özel kuruluşun başvuruyu incelemesini şart koşar (Tuncay, 2009: 47). Bu durumda, inceleme masraflarıyla ilgili kurum veya kuruluşa ödenmesi gereken ücret TÜRKPATENT tarafından başvuru yapan tarafa bildirilir. Başvuru yapan taraf öngörülen zamanda masrafların ücretini ödemediği takdirde, başvuru işlemleri iptal edilir.

TÜRKPATENT KHK' da belirtilen şartlara uygun denetimlerin yapılmasının ardından, denetimden geçen başvurular, kurum tarafından ayda iki defa yayımlanan TÜRKPATENT bülteninde yayımlanır (Yılmaz, 2020: 18). Yayımlanan ürün başvuru hakkında üç ay içerisinde bir itiraz edilse bile itirazın reddi kabul edildiği takdirde tescil ücretinin ödenmesiyle Cİ siciline kayıt edilir.

Cİ sicilinde yer alacak maddeler şunlardır:

1. Başvuru tarihi ve numarası,
2. Tescil tarihi ve numarası,
3. Coğrafi işaret sahibinin kimliği, adresi,
4. Coğrafi işaretin kullanım koşulları.

1.5.4. İtiraz ve İncelenmesi

Cİ başvurusunun TÜRKPATENT bülteninde ilan edildiği tarihten itibaren üç ay içerisinde, 6769 sayılı SMK' da belirtilen maddelerin hükümlerine göre tescil talebinin geçersizliği ile ilgili Türk Patent ve Marka Kurumu'na itiraz edilebilir. Belirtilen süre içerisinde edilen itiraz durumunda, itiraz işaret başvuru sahibine bildirilir ve görüşü hakkında bilgi alınır. İtiraz incelemesinin uzman kamu kuruluşları veya tarafsız özel kuruluşlar tarafından incelenmesi gerektiğinde doğacak olan hizmet bedelleri itiraz sahibine bildirilir. İtiraz sahibinin belirlenen süre zarfında inceleme hizmet bedelini ödememesi durumunda itiraz geri çekilmiş sayılır. Kamu kurumları itirazda bulunduğu takdirde, tebliğde belirtilen itiraz inceleme ücreti kamu kurumundan talep edilemez (Arı, 2002: 63).

1.5.5. Tescil Edilemeyecek Adlar ve İşaretler

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili kapsamında tescil edilemeyecek bazı adlar ve işaretler bulunmaktadır. Bu kapsamda aşağıda sayılan maddeler söz konusu olduğunda coğrafi işaret tescil işlemleri gerçekleştirilemez (Oraman, 2015: 78).

- Menşe adı veya mahreç işareti tanımlarına uymayan adlar.
- Ürünlerin öz adı olmuş adlar.
- Ürünün gerçek kaynağı konusunda halkı yanıltabilecek olan bitki tür ve çeşitleri, hayvan ırkları veya benzeri adlar.
- Kamu düzenine veya genel ahlaka aykırı adlar.
- Yabancı ülke kaynaklı başvurularda kanunda belirtilen şartları taşıyan kişiler tarafından başvurusu yapılmış olmasına rağmen kendi ülkesinde korunmayan, koruması sona eren veya kullanılmayan adlar.
- Tescilli veya başvurusu yapılmış bir coğrafi işaret ile tamamen veya kısmen eş sesli olan ve tüketiciyi yanıltabilecek adlar

1.5.6. Coğrafi İşaretin Denetimi

Coğrafi işaret başvurusunun en önemli kısımlarından biriside denetim kısmıdır. Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adlarının tescilinin denetim işlevinin nasıl ve ne şekilde olacağı 6769 sayılı SMK'da; tescilli coğrafi işaretleri ve geleneksel ürün adlarını taşıyan

ürünlerin üretimi, piyasaya arzı veya dağıtım aşamalarında veya ürün piyasada iken kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunun denetimine ilişkin her türlü faaliyeti kapsar şeklinde açıklanmıştır.

Ayrıca 2018 tarihinde TÜRK PATENT ile Ticaret Bakanlığı arasında gerçekleştirilen oturma gereği Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü'ne, İl Ticaret Müdürlüklerine tüm coğrafi işaretlerin pazar denetiminde sorumluluk verilmiştir (Yılmaz, 2020: 22).

Tarım ve gıda ürünlerine ilişkin coğrafi işaretlerin piyasadaki denetimini, tescilde belirtilen özelliklere uygunluğunu Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yapmaktadır. Tescilde belirtilen coğrafi işaretlerin kullanımına ilişkin denetim raporlarının her yıl kuruma sunulması gerekmektedir. Kuruma sunulan belgelerde, denetim işlemlerinde eksiklik görülmesi halinde, tescili ettiren gerçek/tüzel kişiye bu eksikliğin giderilmesi için altı ay süre tanınır. Denetim işlemlerinin belirtilen şekilde yapılmaması veya eksikliğin giderilmemesi durumunda, tescilli coğrafi işaretin geçersizliğine karar verilebilir.

1.5.7. Coğrafi İşaret Tescilinin Önemi ve Faydaları

Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları arasında yer alan coğrafi işaretler, önemli bir konuma sahiptirler. Çünkü tescil işleminin gerçekleştirilmesiyle yöreye özgü ürünler ekonomiye kazandırılmakta ve bu değerler koruma altına alınarak gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Yöreye özgü ürünler bir ulusun tarihini şekillendirir. Bu nedenle yöreye özgü ürünlerin korunma altına alınması ve tescil işlemlerinin önemini anlaşılması gerekmektedir. (Hoş ve Zencir, 2019 : 45).

AB'ye uyum süreci dikkate alındığında, Türkiye'de istenen reformlar arasında kırsal alanların ekonomik ve sosyal yapıya bağlı olarak geliştirilmek istenmesi yıllardır temel sorunlardan biridir. Türkiye'de kırsal alanların güçlendirilmesi sorunu Cumhuriyetin ilan edildiği yıllarından sonra ortaya çıkmıştır ve halen kentsel bölgelerin gelişmişliği, kırsal bölgelerin gelişmişliğinin çok üzerindedir. (Kan ve Gülçubuk, 2008, 58). Kırsal alanlarda yaşayan insanların, kentlere göç etmesiyle birlikte yöreye özgü ürünlerin üretiminde azalmalar her geçtiğimiz gün artmakta ve kültürel mirasımız yok olmaktadır. Tescil işlemleri sayesinde, gelecek nesiller bu ürünleri tanıma ve üretimine devam etme avantajına sahip olabileceklerdir.

Coğrafi İşaret tescilinin getirileri (Türk Patent , 2018);

- Tüketicinin korunması,

- Ürünün gerçek üreticilerini korumak,
- Taklitleri önleyerek ürünün itibarını yaşatmasını sağlamak,
- Ülkenin tarihi ve kültürel değerlerini korumak,
- Bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmak,
- Ülkede ki ihracat gelirlerinde artma sağlayarak önemli bir yere sahip olmasıdır.

Coğrafi işaretleme, bölgede üretim yapan ve ürünün bulunduğu coğrafi bölgeye özgü özelliği içeren ürünleri üreten bütün üreticiler tarafından kullanılabilme avantajı sağlamaktadır. Bu toplu tekel hakkının güvence altına alınması, söz konusu ürünün üreticilerini, ürünün üretiminde belirli bir kaliteyi korumaya teşvik ederek ürünün kalitesini standartlaştırır (Rangnekar, 2004 :14). Cİ'in yerel ve dolayısıyla kırsal kalkınmaya sağladığı faydaları 5 ana başlıkta toplayabiliriz (Kop vd., 2006, 81).

a) Koruma araçları; Bu işaretler, üreticilerin hileli kullanım nedeniyle haklarını kötüye kullanmalarına ve tüketicileri aldatmalara karşı koruma aracı olarak kullanılabilir.

b.Pazarlama aracı; Coğrafi işaretler, ürünün piyasadaki imajını, itibarını ve profilini olumlu yönde etkiler.

c) Kırsal kalkınma aracı; üretim açısından farklı boyutları olan bir yaklaşımdır ve yerel işletmelerin sürdürülebilirliğini sağlamak, kırsaldaki kültürel birikimi ve biyolojik çeşitliliği korumak için kullanılabilir.

d) Ekonomik denge yaratmak için bir araç; kırsaldaki az gelişmiş alanlar ve kentsele geçişteki gelişmiş alanlar arasındaki iktisadi farkı ortadan kaldırmak için kullanılır.

e) Bilgi aracı; Cİ, üreticilerle tüketiciler arasında ki bilgi ve kültürel paylaşımı sağlar. Bu paylaşım sadece tüketilen ürün hakkında olmaz, ürünün yetiştirildiği yörenin kültürünü de tanınır hale getirebilir.

1.6. Coğrafi İşaretlerin AB ve Türkiye' deki Durumu

1.6.1. Coğrafi İşaretin Avrupa Birliğindeki Durumu

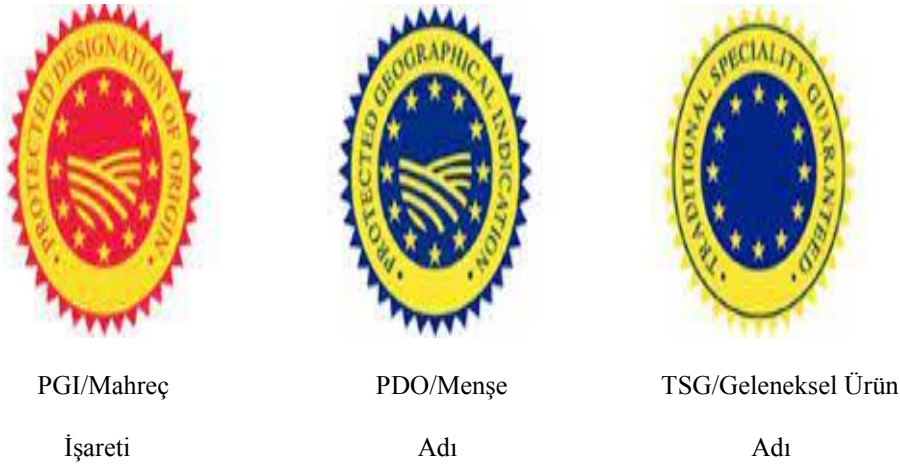
Avrupa'nın farklı bölgelerinde, özellikle İtalya ve Fransa'da, bu ülkelerin zengin bölgesel ürün çeşitliliği nedeniyle, menşe işareti uygulamaları çok gelişmiştir. Bu amaçla Avrupa Birliği, çiftçilerin gelirlerini artırmak, kırsal nüfusu koruyarak göçü önlemek, tüketicileri doğru bilgilendirmek ve coğrafi işaretlerin tarımsal üretimi teşvik etmesi amacıyla coğrafi işaretler konusunda ortak bir yasal çerçeve oluşturmuşlardır. Kanun ve yönetmeliklere

göre 1992 yılı kapsamında 2081/92 sayılı “Tarım ve Gıda Ürünlerinin Menş e Adlandırılmaları ve Coğrafi İşaretlerin Korunması” başlıklı bir yönetmelik yayınlanmıştır (TPE, 2004: 91). 2081/1992 sayılı Konsey Tüzüğü ile sistems el olarak coğrafi işaretin yasal düzenlemesinin altyapısı oluşturulmuştur (Demir, 2020: 33).

Avrupa Birliği'nin coğrafi işaretlere bakışı, kırsal kalkınma, kültürel mirasın korunması ve KOBİ'lerin kırsal ekonomi bağlamında teşvik edilmesinin yasal ve ticari temeli olarak tanımlanmaktadır

AB' de coğrafi işaretler içeriğinde son yapılan yenilemede, 1151/2012 sayılı mevzuat coğrafi işaretin aslında gıda ve tarım ürünlerini gösterdiği şeklindedir. Bu yasa alkollü içecekler ve aromalı şaraplar için geçerli değildir. Alkollü içecekler ve aromalı şaraplar hem ülkelerin kendi tüzüğü ile hem de AB'deki coğrafi işaret tüzüğü ile koruma altına alınmaktadır.

Avrupa Birliği'nde tescil işlemleri, Türkiye'dekinin benzeri olmak üzere üç farklı şekilde yapılmaktadır. Avrupa Birliği'nde tescil çeşitleri; Protected Geographical Indication ‘PGI / mahreç işareti’, Protected Designation of Origin ‘PDO / menş e adı’ ve Traditional Specialty Guaranteed ‘TSG / geleneksel ürün adı’ şeklinde yapılır (Demir, 2020: 33). Avrupa Birliği coğrafi işaret amblemleri Resim 1.4.'deki gibidir.



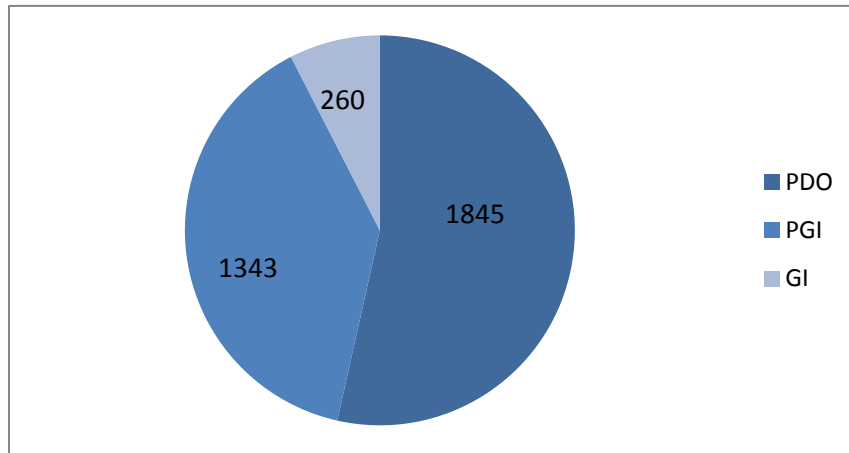
Resim 1.4. AB Coğrafi İşaret Amblemleri

Kaynak: [Erişim:15.11.2021, <https://www.turkpatent.gov.tr/>]

510/2006 sayılı tüzüğe göre coğrafi işaret korumasından yararlanmak isteyen kişiler/kurumlar öncelikle kendi ülkelerinin ulusal makamlarına başvurmaları gerekmektedir. Başvuru, ulusal makamlar tarafından incelenir ve değerlendirilir, onaylandıktan sonra koruma altına alınır ve ardından Avrupa Komisyonu'na iletilir. Komisyona sunulan bu başvuruların

incelenmesi yapıldıktan sonra Avrupa Birliği'nin resmi gazetesinde yayımlanarak tescillenir(TPE, 2014)

Avrupa Birliği'ne üye olan veya olmayan ülkelerin Kasım 2021 tarihi itibarıyla Avrupa Komisyonu tarafından tescillenmiş coğrafi işaret ürün sayısı Grafik 1.1'de coğrafi işaret tescil türü sayılarında görüleceği üzere 3448 adettir. Tescillenmiş ürünlerin 1845(%53,5) tanesi Protected Designation of Origin '*PDO / menşe adı*', 1343(%38,9) tanesi Protected Geographical Indication '*PGI / mahreç işareti*', 260(%7,6) tanesi Specialty Guaranteed '*TSG / geleneksel ürün adı*' türünde tescillenmiştir. TSG, PDO ve PGI tescil türünden farklıdır. Türkçe'ye geleneksel ürün adı olarak çevrilen tescil türünün koruması diğer tescil türlerine göre zayıftır. Bunun nedeni, bu tür koruma türündeki ürünün bölge ile ilişkisinin güçlü olmamasıdır. Bu tescil prosedürü, bölge ile yakın bağlantısı olmasa da uzun yıllardır bölgede üretimde olduğu için üretim şeklinin korunması gereken ürünler için kullanılmaktadır(Demir, 2020 :33).



Grafik 1.1. AB Coğrafi İşaret Tescil Türü

*15 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ağı tarafından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

AB'ye üye ülkelerle üye olmayan ülkelerin coğrafi işaret kapsamında başvuru sayıları ve tescil sayıları 1973-2021(Kasım) yılları arasında Tablo 1.1' de gösterilmektedir. Toplam başvuru sayısı; 5268, tescillenmiş başvuru sayısı; 3448 adettir. AB'ye en yüksek coğrafi işaret başvurunun yapıldığı sene 2006 senesi olmasına rağmen en yüksek tescillenme işlemlerinin yapıldığı sene 1996'dır. 2018 senesinden itibaren AB'ye coğrafi işaret başvuru sayılarında önemli miktarda düşüşler yaşandığı görülmektedir.

Tablo 1.1. AB'ye Üye Olan Veya Olmayan Ülkelerin 1973-2021 yılları Arası Başvuru Ve Tescil Sayıları

Yıl	Başvuru Sayısı	Tescil Sayısı	Yıl	Başvuru Sayısı	Tescil Sayısı
<u>1973</u>	358	358	<u>2003</u>	147	66
<u>1976</u>	33	33	<u>2004</u>	295	286
<u>1978</u>	35	35	<u>2005</u>	75	75
<u>1981</u>	37	37	<u>2006</u>	893	170
<u>1982</u>	29	29	<u>2007</u>	251	227
<u>1983</u>	22	22	<u>2008</u>	161	142
<u>1986</u>	28	28	<u>2009</u>	129	129
<u>1989</u>	114	114	<u>2010</u>	255	41
<u>1991</u>	24	24	<u>2011</u>	417	191
<u>1992</u>	7	7	<u>2012</u>	69	69
<u>1993</u>	1	1	<u>2013</u>	84	62
<u>1994</u>	12	10	<u>2014</u>	127	64
<u>1995</u>	2	2	<u>2015</u>	59	59
<u>1996</u>	467	467	<u>2016</u>	160	55
<u>1997</u>	80	78	<u>2017</u>	165	164
<u>1998</u>	56	56	<u>2018</u>	63	62
<u>1999</u>	220	220	<u>2019</u>	96	41
<u>2000</u>	37	37	<u>2020</u>	98	55
<u>2001</u>	26	26	<u>2021</u>	84	54
<u>2002</u>	52	52			

*15 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ağı tarafından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

Avrupa'daki Cİ kayıtları esas olarak gıda ve tarım ürünleriyle ilgili olduğundan, Cİ'ler, endüstrinin iyi gelişmediği bölgelerde mükemmel bir kalkınma aracıdır. Bir çalışmada, coğrafi işaret tescillerinin %70'i ekonomik olarak geri kalmış bölgelerle bağlantılı olduğu tespit edilmiştir(Parrot vd., 2002 : 9). Bu nedenle, nispeten küçük ve yerel üreticilerin coğrafi işaretlerden yararlanma potansiyelinin çok daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

AB' ye üye ülkelerin 2021 Kasım ayı itibariyle Tablo 1.2' de görüleceği üzere, 3380 adet coğrafi işaretli ürün başvurusu bulunmaktadır. Bu başvurulardan tescillenen ürün sayısı; 3231(%95,6) adettir. Tescillenen ürünlerin 1800 tanesi PDO, 1186 tanesi PGI, 245 tanesi TSG' dir. AB' ye üye ülkelerin coğrafi işaret tescillenen ürün listesinde birinci Fransa 872 tescilli ürünü, ikinci Fransa 743 tescilli ürünü, üçüncü ise İspanya 357 tescilli ürünü bulunmaktadır.

Tablo 1.2. AB'ye Üye Olan Ülkelerin Başvuru, PDO, PGI Ve TSG Sayıları

Sıra No	Ülkeler	Başvuru				Tescil Türü					
		Sayı	PDO	PGI	TSG	Sayı	PDO	PGI	TSG		
1	İtalya	883	581	257	34	21	Danimarka	13	1	12	-
2	Fransa	758	469	224	50	22	İrlanda	12	3	5	-
3	İspanya	379	201	136	20	23	Finlandiya	10	5	2	2
4	Yunanistan	279	112	148	14	24	Lüksemburg	5	3	2	-
5	Portekiz	212	94	85	11	25	Letonya	4	1	2	-
6	Almanya	177	31	105	33	26	İrlanda/UK	3	-	-	3
7	Macaristan	85	42	24	11	27	Malta	3	2	1	-
8	Romanya	72	41	21	9	28	Hırvatistan/ Slovenya	2	2	-	-
9	Bulgaristan	71	53	4	12	29	Estonya	2	-	1	1
10	Hırvatistan	68	30	17	7	30	Hollanda/ Belçika	2	-	-	2
11	Avusturya	54	35	8	7	31	İspanya/Fransa	2	-	2	-
12	Çekya	43	17	26	-	32	Belçika/Hollanda	1	-	-	-
13	Slovenya	42	22	16	4	33	Belçika/Hollanda/Fransa/Almanya	1	-	-	1
14	Polonya	36	9	24	2	34	Kıbrıs/Yunanistan	1	-	-	1
15	Belçika	33	11	14	4	35	Fransa/Belçika/Hollanda	1	-	-	1
16	Hollanda	31	11	17	-	36	Fransa/İtalya	1	-	-	1
17	İsveç	27	4	4	3	37	Almanya/Belçika/Hollanda	1	-	-	1
18	Slovakya	26	10	12	1	38	Macaristan/ Avusturya	1	-	-	1
19	Kıbrıs	23	9	11	1	39	Litvanya/Polonya	1	1	-	-
20	Litvanya	14	-	6	7	40	Hollanda/Belçika/Almanya	1	-	-	1

*15 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ağı tarafından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

AB'ye üye olmayan ülkelerin başvuru, PDO, PGI Ve TSG sayıları Tablo 1.3'de incelenmiştir. Başvuru sayısı 1888 adet, tescil sayısı ise 252'dir. Tescillenen ürünlerin türü incelendiğinde; "PDO 45, PGI 157, TSG 15" tanedir. Tablo incelendiğinde sonuçlar doğrultusunda AB üyesi olmayan ülkelerin coğrafi işaret kavramının önemini tam olarak anlamadıkları sonucuna varılmıştır. Cİ kavramının ekonomik önemini vurgulamak için örnek vermek gerekirse; 2012 yılında paylaşılan verilere göre, Fransa ekonomisi, sadece coğrafi işaretli ürünlerden yıllık 19 milyar EURO gelir elde etmiştir. Bununla birlikte, Fransa'nın coğrafi işaretli ürünlerin ihracatından elde ettiği yaklaşık 6 milyar Euro, tarım-gıda sektörünün yıllık toplam ihracatının %30'una karşılık gelmektedir. Fransa'da coğrafi işaret

tescilli şaraplar diğer şaraplara göre %230 oranında, peynirler ise %30 oranında daha yüksek fiyata alıcı bulmaktadır. Dikkati üzerine çeken bir diğer veri ise, ihracatı gerçekleştirilen Fransız şaraplarının %85'i coğrafi işaret tescil işlemi gerçekleştirilmiş şaraplar olduğu görülmektedir (Kezer ,2013 : 11).

Tablo 1.3. AB'ye Üye Olmayan Ülkelerin Başvuru, PDO, PGI Ve TSG Sayıları

Sayı	Ülkeler	Başvuru Tescil Türü				Sayı	Ülkeler	Başvuru Tescil Türü			
		Sayısı	PDO	PGI	TSG			Sayısı	PDO	PGI	TSG
1	ABD	683	1	1	-	26	Hindistan	3	-	1	-
2	İsviçre	186	-	-	-	27	Ermenistan	2	-	-	-
3	Çin	110	4	99	7	28	Belarus	2	-	-	-
4	Avustralya	109	-	-	-	29	Brazilya	2	1	-	-
5	Sırbistan	106	-	-	-	30	Kamboçya	2	-	2	-
6	Güney Afrika	106	1	-	-	31	Kosta Rika	2	-	-	-
7	Şili	92	-	-	-	32	El Salvador	2	-	-	-
8	Japonya	83	-	-	-	33	Honduras	2	-	-	-
9	UK	82	30	44	2	34	Endonezya	2	-	1	-
10	Güney Kore	64	-	-	-	35	Ukranya	2	-	-	-
11	Vietnam	40	1	-	-	36	Andora	1	-	1	-
12	Arnavutluk	36	-	-	-	37	Kamerun	1	-	-	-
13	Gürcistan	33	-	-	-	38	Küba	1	-	-	-
14	Türkiye	32	6	1	-	39	Dominik Cumhuriyeti	1	1	-	-
15	Lihtenştayn	24	-	-	-	40	Ekvator	1	-	-	-
16	Kolombiya	13	-	1	-	41	Guyana	1	-	-	1
17	Bosna Hersek	10	-	-	-	42	İzlanda	1	-	-	-
18	Karadağ	9	-	-	-	43	Mogalistan	1	-	-	-
19	Kanada	7	-	-	-	44	Fas	1	-	-	-
20	Meksika	7	-	-	1	45	Panama	1	-	-	-
21	Moldova	6	-	-	-	46	Rusya	1	-	-	-
22	Norveç	4	-	2	2	47	Sri Lanka	1	-	-	-
23	Peru	4	-	-	1	48	Trinidad ve Tobago	1	-	-	-
24	Tayland	4	-	4	-	49	Venezuela	1	-	-	-
25	Guatemala	3	-	-	1						

*15 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ağı tarafından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

AB' ye tescillenen ürünlerin kategorisi incelendiğinde; 1623 tanesi şarap, 1566 tanesi gıda ve tarım ürünleri, 255 tanesi alkolsüz içecek, 5 tanesi aromalı şaraptır.

1.6.2. Coğrafi İşaretin Türkiye'deki Durumu

Coğrafi işaret alanında ulusal ilk hukuki düzenleme 1995 yılında 555 sayılı KHK ile yapılmıştır. KHK ile Türkiye' de ilk coğrafi işaret tescilleri yapılmaya başlanmıştır. Yine aynı yıl 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik de yürürlüğe girmesiyle coğrafi işaretler Türkiye'deki coğrafi işaret sistemi AB ile kısmen uyumlu hale getirilmiştir.

2017 yılında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun yürürlüğe girmesiyle 555 sayılı KHK yürürlükten kaldırılmıştır. 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu coğrafi işaretlerin korunmasına ilişkin kapsamlı düzenlemeler yürürlüğe getirmiştir.

Sınai Mülkiyet Kanunu ile birlikte Türk Patent Enstitüsünün ismi değişerek Türk Patent ve Marka Kurumu olmuştur. Türk Patent ve Marka Kurumu içerisinde yeni kurulan Coğrafi İşaretler Dairesi, Türkiye'deki coğrafi işaretlerle ilgili olarak yetkili birim olarak atanmıştır.

Denetimler her yıl Türk Patent ve Marka Kurumu ile Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından yapılmaktadır. Denetimin amacı; "tarım ve gıda ile ilgili coğrafi işaret veya geleneksel ürün adlarının kullanımının tescilde belirtilen özelliklere uygunluğu" kontrol edilmektedir.

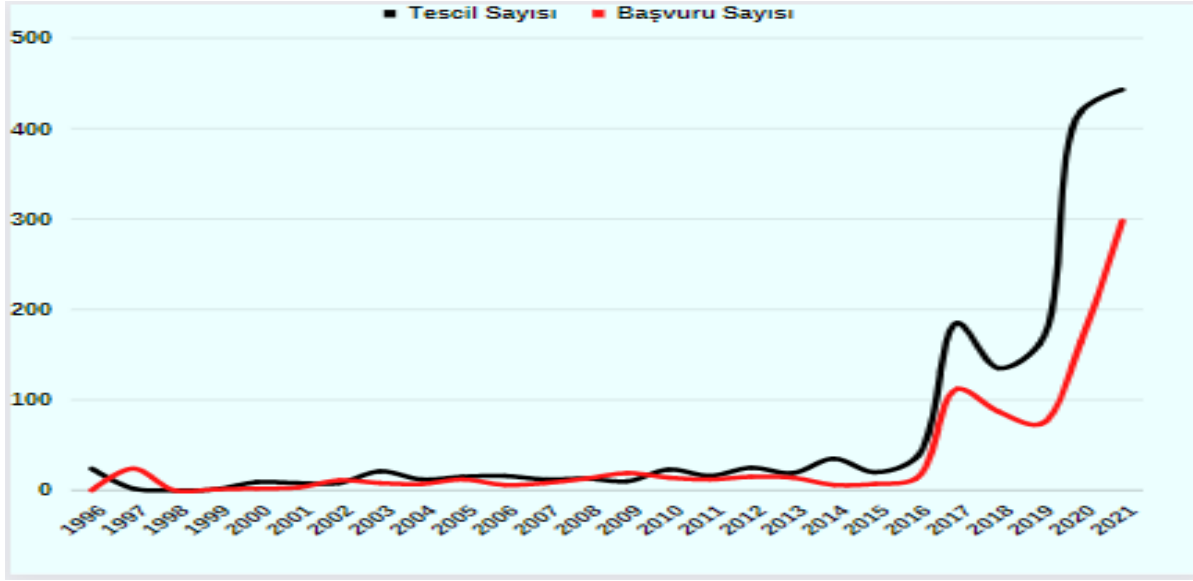
2017 yılında yayımlanan Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Yönetmeliği ile coğrafi işaretler için amblem kullanım zorunluluğu getirilmiştir. Resim 1.5'de Türkiye'nin coğrafi işaret amblemleri gösterilmiştir.



Resim 1.5. Coğrafi İşaret Ve Geleneksel Ürün Tescilinde Kullanılan Amblem

Kaynak: [Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

Şekil 1.1'de görüleceği üzere, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ve ilgili yönetmeliğin yürürlüğe girmesinden sonra tescil ve başvuru sayıları katlanarak artmıştır.10 Kasım 2021 tarihi itibariyle toplam başvuru sayısı 1772'dir. Kasım 2021 itibariyle 932 coğrafi işaret tescilli ürün bulunmaktadır. Yine aynı tarih itibariyle işlem gören başvuru sayısı ise 840'dır.



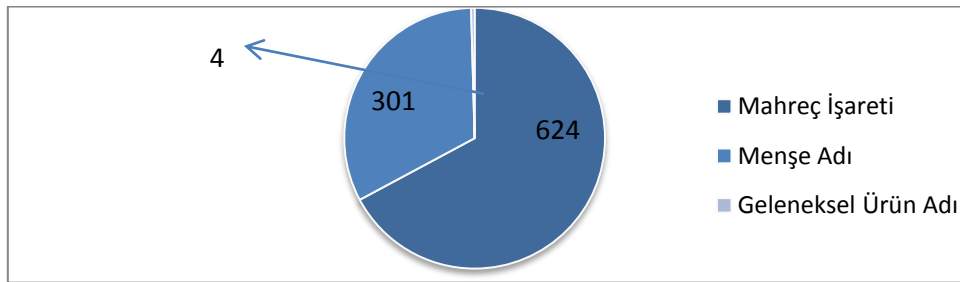
Şekil 1.1. 1996-2021 Yılları Arasında Türkiye’de Coğrafi İşaret Başvuru ve Tescil Sayısı

*10 Kasım 2021’e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Türk Patent Ve Marka Kurumu veri tabanından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

Türkiye’nin içinde bulunduğu coğrafi konumu ve üç ayrı iklim kuşağına sahip olması, farklı toprak yapısı ile kültürel miras ve beşeri sermayesinin çeşitliliği sadece bu topraklara özgü ürünlerin ve imalat tekniklerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır(Gökovalı, 2010 :143) Kasım 2021 tarihi itibarıyla Türkiye’de coğrafi işaretlerin türleri incelendiğinde Grafik 1.2’de görüleceği üzere; 932 tescilli coğrafi işareten, 624 mahreç işaretli, 301 menşe adlı, 4 geleneksel ürün adı olarak tescillenmiştir.



Grafik 1.2. Türkiye’ de Coğrafi İşaret Türleri

*10 Kasım 2021’e kadar olan süre dahil edilmiştir

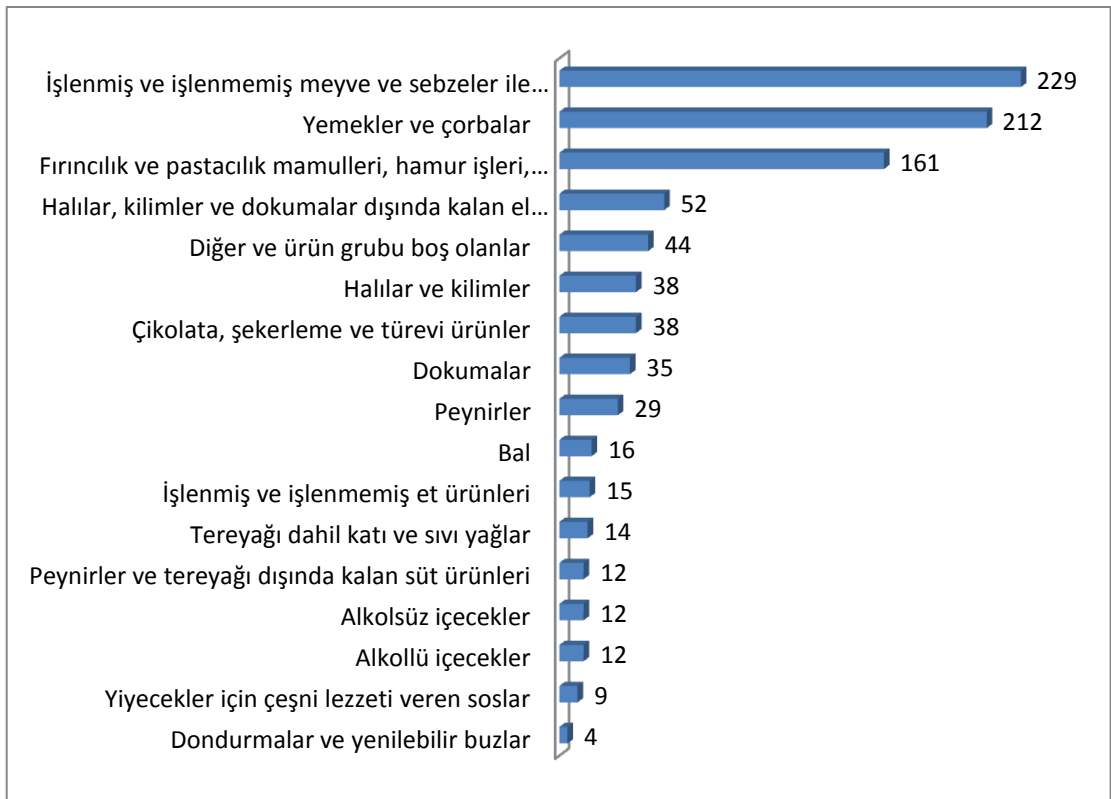
Kaynak: Türk Patent Ve Marka Kurumu veri tabanından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

Coğrafi işaret tescilli ürünleri genel olarak inceleyecek olursak Grafik 1.3’ de görüleceği üzere, 229 (%24,6) ile en çok tescil alan ürün grubu ile işlenmiş veya işlenmemiş meyveler ve sebzeler ile mantarlar grubudur. Meyve ve sebzelerin hemen ardından tescillerin

212 (%22,7) adet ile yemekler ve çorbalar ürün grubu gelmektedir. Üçüncü en yüksek tescil alan grup ise %17,2 ile fırıncılık, pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılar grubudur.

Ülkemizde en çok coğrafi işaret tescili alan ürün grupları genel olarak gıda ve tarım ürünleridir. Gıda ve tarımla ilgili ürün gruplarının (alkollü ve alkolsüz içecekler) toplam tescil edilen ürünlere oranı %81,9'dur. Bu ülkemizdeki coğrafi işaret çeşitliliğinin genel olarak gıda ve tarım sektöründen geldiğinin bir göstergesidir. Diğer tescil edilen ürün grupları ise; halı ve kilimler, dokumalar, halı, kilim ve dokumalar haricinde kalan diğer el sanatları ve diğer kategorisine giren ürünlerdir. Grafik 1.3 Türkiye'nin coğrafi işaret tescilli ürün gruplarını detaylı olarak göstermektedir.



Grafik 1.3. Türkiye'nin Coğrafi İşaret Tescilli Ürün Grupları

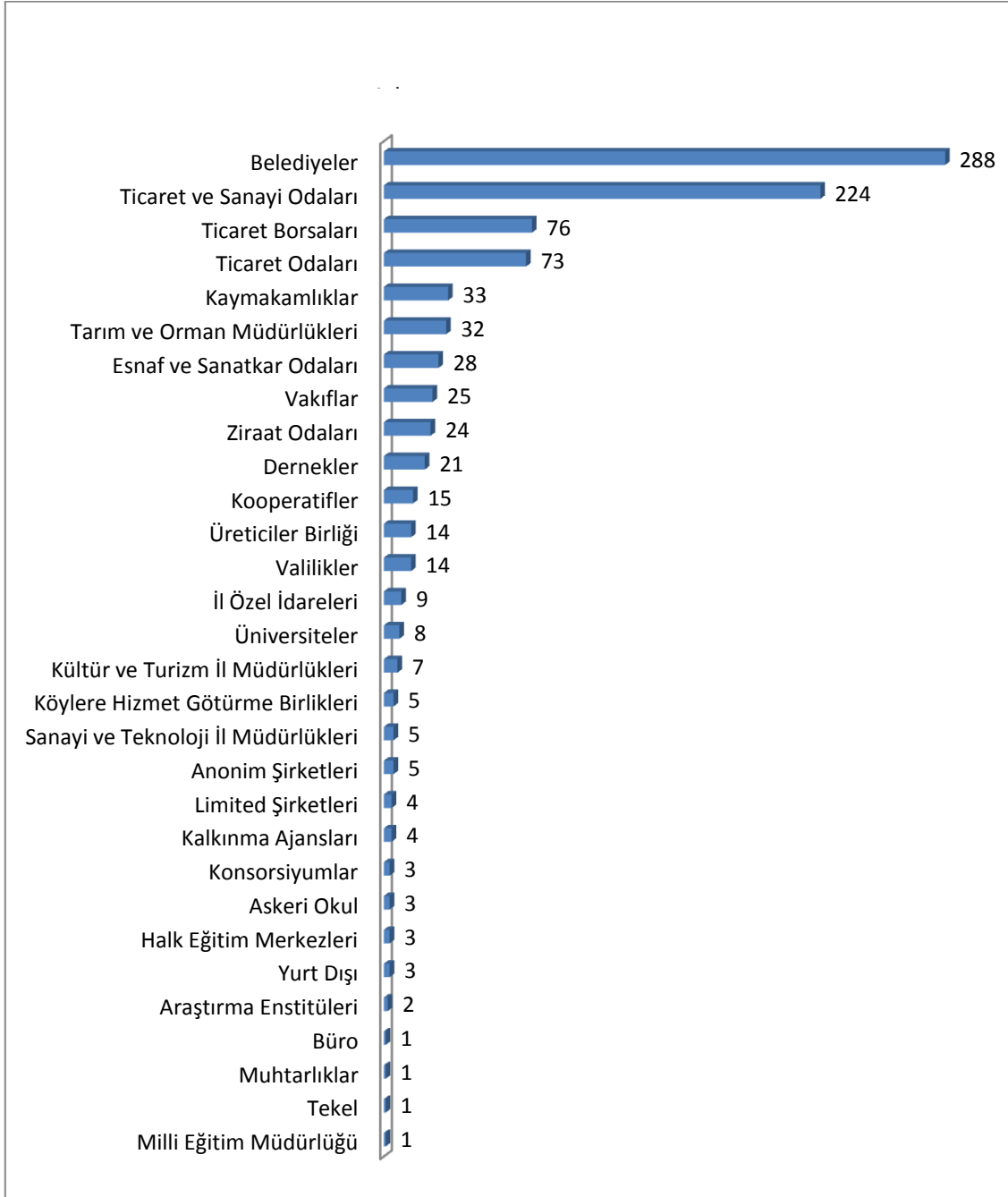
*10 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Türk Patent Ve Marka Kurumu veri tabanından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

Grafik 1.4' de ülkemizdeki coğrafi işaret tescillerinin tescil ettirenlerin yapısına bakıldığında, en çok tescili 288 tescil ile belediyelerin yaptırdığını görüyoruz. Hemen ardından 224 tescil ile ticaret ve sanayi odaları gelmektedir. Üçüncü ve dördüncü olarak ise 76 tescil ile yöre bölgelerin ticaret borsaları ve 73 tescil ile ticaret odaları takip etmektedir. Diğer tesciller ise kaymakamlıklar, valilikler, üretici birlikleri, üniversiteler, meslek odaları,

kooperatif gibi birçok farklı kurum tarafından yapılmıştır. Coğrafi işaretler için ideal sistemde devlet kurumları yerine ürünü çok iyi bilen ve tanıyan devlet kurumları dışındaki kuruluşlar ürünleri tescil ettirip denetimlerde aktif rol almalıdır ve tescil sayılarını arttırmalıdır.



Grafik 1.4. Türkiye’de Coğrafi İşaret Tescil Ettiren Kurum Ve Kuruluşlar

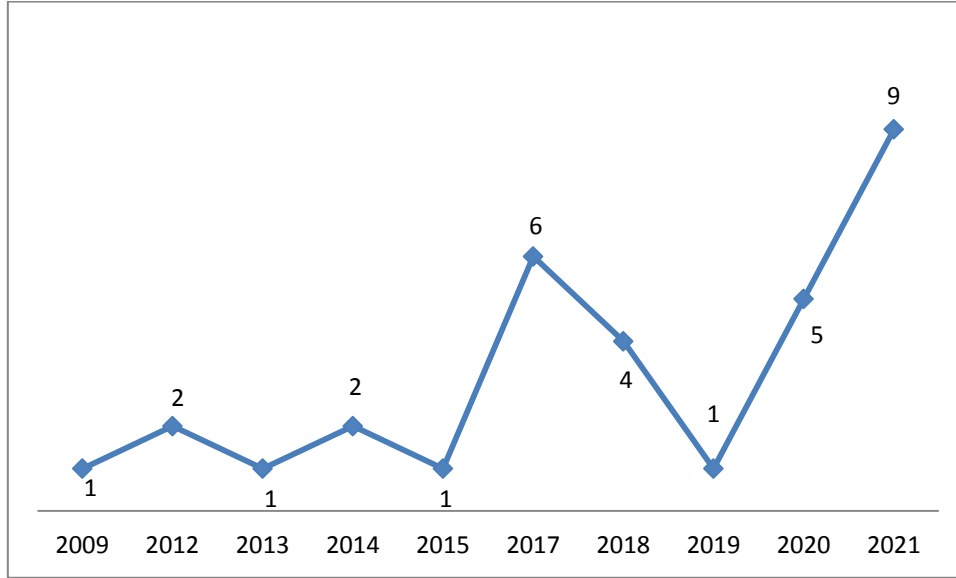
*10 Kasım 2021’e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Türk Patent Ve Marka Kurumu veri tabanından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

Grafik 1.5 2009-2021 yılları arasında Türkiye’nin AB coğrafi işaret başvuru sayısını göstermektedir. Grafikten de görüleceği üzere AB tescil sistemine Türkiye’nin son yıllarda

başvuru sayısında artış görülmektedir. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun ulusal düzeyde tescillenen ürün listesini Türkiye'nin AB tescilli coğrafi işaret sayısını arttırmak için, başvuru sayısının da aynı doğrultuda arttırılması gerektiği kanaatine varılmaktadır. Kasım 2021 tarihinde, Türkiye'nin AB'ne coğrafi işaret başvurusunda bulunan ürün sayısı toplamda, 32'dir. Türkiye'nin AB'de tescil listesinde 15 Kasım 2021 itibariyle 7 ürün bulunmaktadır. Bu ürünler ve tescil yılları, Malatya Kayısı (2017), Milas Zeytinyağı, Aydın Kestanesi, Aydın İnciri, Antep Baklavası (2020), Taşköprü Sarımsağı, Bayramiç Beyazı (2021)'dir.



Grafik 1.5. 2009-2021 Türkiye'nin AB'ne Coğrafi İşaret Başvuru Sayısı

*15 Kasım 2021'e kadar olan süre dahil edilmiştir

Kaynak: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyet Ağı tarafından yazar tarafından hazırlanmıştır.

[Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

Coğrafi işaretler yerel ürünlere ayırt edici nitelikler kazandırmakta olup bu sayede yerel ürünlerin katma değeri artmakta, ürünlerin orijinalliği tescillenmekte, üreticiler rekabet üstünlüğüne kavuşmakta ve böylece yerel ekonomiler kalkınmaktadır (Özsoy, 2015: 35). Türkiye yerel ürün potansiyeli çok yüksek olan benzersiz bir ülke konumunda olup ve bu potansiyelini planlanacak hedefler doğrultusunda bir Cİ sistemi ile buluşturulması durumunda GSMH' ya çok önemli katkı sağlayacaktır (Tekelioğlu, 2019: 47).

İKİNCİ BÖLÜM

2. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler ve Karşılaşılan Zorluklar

Bölümün bu kısmında coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluklar çalışmasının faktörlerinin belirlenmesinde literatür incelemesi yapılmaktadır. Literatür incelemesi 15.10.2021 – 15.12.2021 tarihleri arasında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Kütüphanesi aboneliğinde Google Akademik, YÖK Tez ve WOS veri tabanlarında yer alan coğrafi işaret kavramı ile yazılmış makaleler ve araştırmalar incelemeye dahil edilmiştir. Çalışmanın devamı “coğrafi işaret almaya iten nedenler” için belirlenen kriterler ve “coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar” için belirlenen kriterler olarak ikiye ayrılarak belirlenen kriterlerin geçtiği çalışmalar referans gösterilerek sunulmuştur.

2.1.Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterler

Coğrafi işaret almadaki nedenler, “Yerelliğin Dünya ile Buluşması” sloganıyla yerel veya başka bir ifadeyle otantik ürünlerin korunarak gelecek nesillere bozulmadan aktarılması amacıyla, belirli bir alan ile özdeşleşmiş olan bu ürünlerin birer marka haline gelerek öncelikle kapsam dahilindeki ürünlerin kalitesini koruyarak üreticiye destek olmak ve kırsal kalkınmayı desteklemek amacı ön plana çıkmaktadır (Şahin, 2013: 24). Bu noktadan hareketle coğrafi işaretlerin ülkeler için hem maddi hem manevi açıdan önemli olduğu sonucuna varıyoruz.

2.1.1.Turizme Katkıda Bulunma

Hızlı bir biçimde değişim gösteren tüketim alışkanlıkları ile beraber turizmde, kültürel ve geleneksel değerlerin hakim olmaya başladığı görülmektedir. Yöresel ürün ve lezzetlerin koruma altına alınıp geliştirilmesi turizm sektörüne ve ülke tanıtımına önemli katkı sağladığı söylenebilir(Yenipınar vb., 2014: 14).

Kezer’e (2013) göre coğrafi işaret tescilinin başlıca amaçlarını sıralarken, turizm gelirlerini arttırdığını belirtmiştir. Oraman’a (2015) göre, coğrafi işaretlerin tescilinin amaçlarını sıralarken, turizme katkıda bulunma amacına değinmiştir.

Coğrafi işaretlerin korunması sadece ekonomik fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda geleneksel bilgi ve üretim biçimlerini koruyarak kültürel mirası da korur. Dolayısıyla coğrafi işaretler, bu ülkelerdeki turizm ve diğer coğrafi faaliyetler üzerinde olumlu etki yapabilir ve bunları ekonomik faydaya dönüştürebilir (Gökovalı, 2007:150).

Taşdan ve Albayrak'ın (2014) yılında yaptığı çalışmada, Cİ tescil işlemleri gerçekleştirilen ürünün, kırsal ve turizme katkıda bulunma gibi pazar avantajları yaratma etkisi bulunmasına değinilmiştir.(Taşdan ve Albayrak, 2014: 1292).

Rahmah (2017) yılında Tarımsal Ürünlerin Coğrafi İşaret Altında Korunması: Endonezya Tarımsal Kalkınma İçin Alternatif Bir Araç başlıklı çalışmasında, bölgeye özgü tarımsal ürünlerin coğrafi işaret tescil işlemlerinin gerçekleştirilmesiyle birlikte bir tanıtım işlevi olacak ve turizmi teşvik edecektir. Çünkü çok sayıda turist süreci bilmek ve orijinal ürünleri almak için ziyaret edecektir. Böylece Cİ, Endonezya' yı ziyaret etmek için etkili bir reklam ve promosyon haline geleceğine değinmiştir (Rahman, 2017: 98).

Günümüzde turizmin gelişebilmesi için Cİ'nin bir elçi olduğu kabul edilmektedir. Fransa'nın ünlü peyniri Roquefort, yaratmış olduğu katma değer ve ihracat gelirlerinin yanı sıra her sene mağaraları ziyarete gelen yerli ve yabancıların bıraktıkları turizm gelirleri ile de yöre ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır (Tekelioğlu, 2019: 55).

2.1.2.Çevre Ve Biyolojik Çeşitliliği Koruma

Coğrafi işaret üretim çeşitliliğini teşvik ederek; çevreyi, biyolojik çeşitliliği ve doğal kaynakları koruyarak ve gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olarak bölgeye katma değer katar. Bu çeşitlilik; bitki türleri, bazı hayvan türleri ve bakterilerdir. Örneğin bazı Cİ normlarında peynir üretiminde kullanılan sütün belirli bir hayvan ırkından gelmesi gerektiği vurgulanarak bu hayvanın ırkının dolaylı da olsa devamlılığını sağlar (Tepe, 2008:28).

Coğrafi ortam özelliklerinin ortaya çıkardığı ürün zenginliğinin coğrafi işaret yoluyla korunması, dünya ticaretinin gelişmesiyle birlikte artan ve giderek ilgi gören bir konudur. Coğrafi işaretlerin korunmasının amaçları arasında tüketicileri sahte ürünlere karşı korumak, üreticilerin refahını sağlamak, kırsal kalkınmaya yardımcı olmak ve ülkelerin sahip oldukları kültürel değerleri koruyup diğer nesillere aktarabilmelerini sağlamak, çevreyi, biyolojik çeşitliliği korumaktır(Oraman, 2015:76).

Sorgho, Z., & Larue, B. (2014) yılında Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaret ve İç Ticaret başlıklı çalışmalarında, AB'nin coğrafi işaret düzenlemeleri raporunu çalışmasında değerlendirdikleri bölümde bu işaretleme amaçlarını, tüketicileri bilgilendirme, kırsal kalkınmayı teşvik etme, çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma olarak sıralamışlardır

Coğrafi işaret korumasının sürdürülebilirliğe özel katkıları arasında, çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma ve hatta zenginleştirmek için güçlü bir araç olarak görülebilir (Vandecandelaere, E., vd., 2021: 4).

Coğrafi işaret tescili ile birlikte geleneksel bitkiler, doğal kaynaklar, biyolojik çeşitlik ve çevre koruma altına alınmaktadır (Rahmah, 2017: 97).

2.1.3.Ürün Taklitçiliği İle Mücadele Etme

Ekonomik küreselleşmenin hızlanmasıyla birlikte ticarete konu olan mallarda ve uluslararası ticarete katılan ülke sayısında büyük artış yaşanmıştır. Ülkeler pazar paylarını arttırabilmek amacıyla önceki dönemlerle kıyaslanamayacak kadar kıyasıya bir rekabet içerisindedir(Çalışkan ve Koç, 2015: 195). Yaşanılan bu kıyasıya rekabet ortamında küreselleşen ekonomiden daha fazla pay almaya çalışan ülkeler orijinal olmayan ürünleri pazara sunmaya başlamışlardır. Bu ürünlerin bazıları, ürünü coğrafi isim kullanarak tanımladığından, ürünlerin kaynağı hakkında tüketicileri yanıltmaktadır. Bu tür sorunlar ticari dolandırıcılık sorunudur ve fikri mülkiyet korunması ile ilgili benzer bir uluslararası yaklaşımı gerekli kılmaktadır.

WIPO(Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü), Interpol(Uluslararası Kriminal Polis Teşkilatı) ve Europol gibi uluslararası kuruluşlar sahte ürünler ve ürün taklitçiliğine karşı mücadele etmektedirler. Dolayısıyla bir fikri ve sınai mülkiyet hakkı olan coğrafi işaretler; haksız rekabeti ve tüketiciyi aldatmayı engelleyerek, ürün taklitçiliği ile mücadele etme konusunda koruma sağlamaktadır(Doğu, 2008: 3).

Doğan'a (2015) göre, yerel ürünlerin taklit üretimlerinin artması üreticilerin yasal korunmaya ihtiyacını arttırmaya başlamıştır. Yenilikçi ürün ve katma değeri yüksek teknolojilerin gelişmiş ülkelere marka ve patent sistemi ile daha fazla gelir sağladığı düşünüldüğünde, bu imkanların görece yetersiz olduğu gelişmekte olan ülkelerde geleneksel ürünlerin coğrafi işaret tescil sistemi ile korunması önemli bir ekonomi politikasıdır(Doğan, 2015:60).

Coğrafi işaretli ürünlerde en çok karşılaşılan sorun, taklit ürünlerin piyasaya çıkma hızıdır. Bu konuyla mücadelenin zorluğu yanında gerçek üreticilerin üretim ve buna paralel olarak satış hacmini arttırmaları daha ucuz olan taklitlerinin satışını gerçekleştirmesinde olumsuz bir etki yaratacaktır (Tepe, 2008: 29-30)

Güney Afrika'da keçi, eşek ve manda etlerinin paketlenerek sığır eti olarak satıldığı vakalara rastlanmıştır. Cİ tescili ile birlikte sahte ve aldatıcı ürünlerle mücadele edilerek ürün taklitçiliğinin önüne geçilebilmektedir (Juma, C. N., vd 2016: 2).

Coğrafi işaret koruması, sahte ürünlerin üretimini ve dağıtımını önleme, ürünün belirtilen bölgede üretilebilme miktarı fırsatı sunar (Takayama vd. 2021: 3).

2.1.4.Yerel Üretim Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme

Coğrafi işaret tescili alan bir ürünün yapım tekniği, hammadde gibi özelliklerini de tescilde belirttiğinden önemli belgeleme aracıdır. Cİ sadece ürünü değil aynı zamanda tescil alan ürün de yöre halkının haklarını korumaktadır. Coğrafi işaretlerin işlevleri arasında, yerel üretimi ve kırsal kalkınmayı destekleme unsuru yer almaktadır(Yanar ve Erdoğan, 2018: 48).

Coğrafi işaretler, ürünlerin ayırt edici özelliklerinden yararlanarak elde edilen hak yerel ekonomilerin canlanmasında potansiyel oluşturmaktadır. 1995 yılından sonra Türkiye’de koruma altına alınan coğrafi işaret kavramı yerel ekonomi ve kırsal kalkınmayı destekleme konusunda önemli bir araçtır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 57).

Rahmah (2017) yılında yaptığı çalışmada, Cİ tarımsal sanayi ve yatırımın büyümesini sağlayacaktır. Yerel bölgelerde çeşitli özgün ürünler bulunduğundan, bu bölgelerde iş kurmak için yatırımcıları cezp edecek, böylece yatırımın büyümesiyle tarımın gelişmesi sağlanacaktır. Bu nedenle Cİ tescili yerel ve kırsal kalkınmayı destekleyerek, yeni istihdam ve gelir kaynakları yaratarak kırdan kenti göçü engelleyecektir (Rahmah, 2017: 99).

Coğrafi işaretler reformun merkezinde yer alan yerel ve kırsal kalkınma stratejisi olan Ortak Tarım Politikası (OTP)’ nin hedefleri arasındadır (Sorgho, Z., & Larue, B., 2014: 2). 2021-2027 döneminde OTP için, 95,5 milyar avro, Kırsal kalkınma için Avrupa Tarım Fonu (EAFARD)’ ndan ve Avrupa Tarımsal Garanti Fonu(EAGF)’ndan 291,1 milyar olmak üzere toplam 386,6 milyar avro tahsil edilmiştir.

Tehrani, P. M., & Manap, N. A.(2013) yılında yaptıkları çalışmada, İran halılarının coğrafi işaret tescili ile birlikte, üreticilere ve tüketicilere fayda sağladığı, yerel ve kırsal kalkınmaya destekte bulunduğunu, İran halılarının pazarlanabilirliğini ve değerini arttırdığını belirtmişlerdir.

Üreticiler için yüksek satış fiyatları sağlayan, tüketiciler için ürünlerin kalite güvencesi olan, yerel üretim ve kırsal kalkınmanın kaldıraçları ve yöresel beceri ve geleneklerin koruma araçları olan Cİ günümüzde artık küresel bir olgu olarak kabul edilmektedir(Tekelioğlu, 2019: 47).

2.1.5.Geleneksel Bilgi Ve Kültürel Değerleri Koruma

Polat’a (2007) göre, ülkelerin ulusal tanıtım çalışmaları yaparken tanıtımlarında geleneksel bilgi ve kültürel değerler ön plana çıkartılmaktadır (Polat,2017 :25).

Son yıllarda birçok Avrupa ülkesinde çok yönlü politika hedeflerine ulaşmak için Cİ'ler bir araç olarak görülmektedir. Kamu otoriteleri tarafından ulaşılmak istenen bu hedefler ana hatlarıyla şöyle özetlenebilir: Doğal çevrenin korunması, sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi, kırsal nüfusun geçiminin güvence altına alınması, (geleneksel bilgi ve kültürel değerlerin korunması) ve güçlendirilmesi olarak sıralanmaktadır(Demirer,2010: 6).

Coğrafi işaretli ürünlerin uluslararası alanda korumasına ilişkin ilk anlaşma 1883 yılında imzalanan Paris Sözleşmesi'dir. Bu anlaşmanın amaçları arasında geleneksel üretim yöntemleri ve kültürel değerleri korumak amaçlanmıştır (Moctezuma, K., 2005: 2).

Literatür incelemesi sonucu oluşturulan coğrafi işaret almaya iten nedenler için belirlenen kriterler Tablo 2.1' de yer almaktadır.

Tablo 2.1. Coğrafi İşaret Almaya İten Neden Kriterleri ve Referanslar

Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler	
1- Turizme katkıda bulunma	Kezer 2013; Oraman 2015; Gökova 2007; Taşdan ve Albayrak 2014; Köşker ve Ulu 2014; Rahmah, M. 2017; Tekelioğlu 2019
2- Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma	Tepe 2008; Oraman 2015; Rahmah, M. 2017; Sorgho, Z., & Larue, B. 2014; Vandecandelaere, E., vd. 2021
3- Ürün taklitçiliği ile mücadele etme	Çalışkan ve Koç 2015; Demirer 2010; Doğan 2015; Tepe 2015; Gürsu Doğu 2008; Juma, C. N., vd 2016; Takayama vd. 2021
4- Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme	Kan ve Gülçubuk 2008; Rahmah, M. 2017; Sorgho, Z., & Larue, B. 2014; Tehrani, P. M., & Manap, N. A. 2013; Tekelioğlu 2019
5- Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma	Demirer 2010; Polat 2017; Yanar ve Erdoğan 2018; Moctezuma, K. 2005

2.2. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterler

Coğrafi işaretlerin gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde tescil işlemleri gerçekleştirilen ürün için hem kırsal üreticiye hem de ülkelerin GSMH'sına çok büyük bir getiri sağlamaktadır. Hem ürünün dünya çapında tanınması hem de ülkeye ayrı bir prestij kazandırmasına sebep olmaktadır. İşte bu nedenle, Türkiye için konu değerlendirildiğinde, öncelikle uluslararası nitelik taşıyan coğrafi işaretli ürün sayısının artırılmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla konunun önünde duran engellerin kaldırılması ve bütüncül bir yaklaşım ile coğrafi işaretli ürün potansiyelinin değerlendirilmesi için ulusal bir politika izlenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

2.2.1.Yetersiz Devlet Teşviki

Coğrafi işaretli ürün üretiminde desteklerin yeterli olmaması üreticilerin maddi açıdan sıkıntı çekmesine yol açmaktadır (Bali, 2021:48-50).

Durusoy'un (2017) senesinde Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanması Üzerine Analitik Bir Araştırma: Kars Kaşarı Örneği isimli doktora tezinde Kars Kaşarı için yaptığı swot analizinde, zayıf yanları kısmında kredi ve teşviklerin yetersizliği sonucunda ulaşmıştır(Durusoy, 2017: 118).

Ngokkuen ve Grote (2012) yılında yaptığı araştırmada yasemin pirinci ürünü için, coğrafi işaret almada karşılaşılan problemleri incelediklerinde, kredi eksikliği, yetersiz çiftlik büyüklüğü, yetersiz teşvikler, yetersiz alt yapı sorunlarının olduğu sonucuna varmışlardır (Ngokkuen ve Grote, 2012: 162).

Yerel ve geleneksel ürünlerin korunması ve dolayısıyla yörelerin ekonomik ve sosyal kalkınması için yerel üreticilere daha fazla devlet teşviki sağlanmalıdır (Zanandrea, G., vd. 2018 : 4257).

1995 senesinde Meksika'da yaşanan ekonomik kriz döneminde Meksika'nın Ageva bölgesinde çiftçilikle uğraşan yerel halk ömrü boyunca sadece bir kere açan Ageva bitkisinin üretimi ve satışı için federal hükümetten yardım istemesine rağmen hükümet yeterli desteği sağlayamamıştır. Bu bitki tekila içeceğinin yapımında hammadde olarak kullanılmaktadır. Hükümetten yeterli desteği göremeyen yerel halk uluslararası özel şirketlerle iş birliği kurarak bu ürünlerin üretim ve satışında destek alma durumunda kalmışlardır(Bowen vd., 2009: 114).

2.2.2.Bilgi Eksikliği

Türkiye'de coğrafi işaret kavramı yeni gelişme eğilimi içerisindedir. Coğrafi işaretlerin anlaşılmasında sorunlar içerisinde konuya ilişkin olarak ilgili çevrelerin yeterince bilgilenmemiş olmasıdır (Kan, Gülçubuk, 2008:64).

Taşdan ve Albayrak'a (2014) göre, turşu işletmecilerinin coğrafi işaret belgesine sahip olup olmadıklarını incelediği çalışmada, bu belgeye sahip olmadıklarını belirlemiştir. Nedeni olarak ise böyle bir belgenin varlığından haberdar olmadıklarını belirtmiştir(Taşdan ve Albayrak, 2014: 1296).

Velčovská ve Sadílek (2014) yılında yaptıkları çalışmada, Avrupa Birliğinde coğrafi işaretin kullanımını ve yayılımını ele almışlardır. Ampirik araştırma tekniği kullandıkları

araştırmada anket yöntemi ile tüketicilerin PGO ve PDI etiketli ürünleri kullanımını incelemiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin bilgi düzeylerinin düşük olduğu belirtilmiştir.

Reliance Industries Limited şirketi tarafından üretilen petrol ürünleri için 2005 yılında beş ürün için coğrafi işaret başvurusu yapılmıştır. Bu ürünler Cİ yayınında ilan edilmesine rağmen ürünlere yapılan itirazlar sonucunda, ürünlerin özgünlüğu konusunda bilgi eksikliği ve konuyla ilgili bilgi eksikliği ürünlerin tescil edilememesine yol açmıştır (Vinayan, S., 2017: 124).

Oroman (2015) yılında yaptığı çalışmada, Türkiye’de yıllara göre coğrafi işaret başvuru ve tescil sayılarını grafikler yardımıyla anlatmıştır. 2008 ve 2012 yılları arasında başvuru sayısı artmasına rağmen tescil sayısının aynı oranda artmadığını belirtmiştir. Bunun sebebini ise başvuruların bilinçsiz ve başvuru koşullarına uymadığına değinmiştir(Oroman, 2015: 79).

2.2.3.Yöresel Ürün Geliştirme Azlığı

Küreselleşen dünyada yerel tatların ve canlıların önemi artarken tam bir yöresel ürün cenneti olan Türkiye bu ekonomik potansiyeli yeterince kullanamamaktadır(Yalçın, 2013:2010).

Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı’na göre coğrafi işaret kavramı ile ilgili Türkiye’nin güçlü ve zayıf yönleri ile tehdit ve fırsatlarının açıklandığı tabloda “Kırsal nüfusun ve yöresel ürün üreticilerinin sayısının azalması ve aynı zamanda geleneksel bilginin kaybolması” tehditler grubunda değerlendirilmiştir(Başat,Sandıkçı,Çelik, 2017:68).

Yöresel gastronomik ürünlerin niteliklerinin korunması ve ürünlerin kaynağı olan yörede yaşayanların, üreticilerin bu artı değerli geleneksel ürünlerin avantajlarından üst düzeyde yararlanabilmesi için “coğrafi işaretleme” kavramı önemli hale gelmiştir. AB ülkeleriyle karşılaştırıldığında; Türkiye’de coğrafi işaretleme konu olabilecek çok fazla ürün olmasına karşın küçük bir kısmının tescillenebildiği, bu ürünlerin yöresel ekonomik kalkınmada yeterince değerlendirilemediği görölmektedir. Yöresel gastronomik ürünlerin özellikle kırsal kalkınma için etkin biçimde kullanılmasının gerektiği düşünölmektedir. Coğrafi işaretli yöresel gastronomik ürünlerin, yörelerin ulusal ve uluslararası tanıtımında önemli bir öge olduğu ve özellikle turizm açısından da değer yaratacağına inanılmaktadır(Hoşcan,2018: 391).

2.2.4.Sürdürülebilirlik Ve Üretimin Devam Etmesinin Zorlukları

Birleşmiş Milletler tarafından yayınlanan Ortak Geleceğimiz adını taşıyan yayında sürdürülebilirlik “mevcut durumdaki gereksinimleri karşılarken, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yetisini koruyan gelişim” olarak tanımlanmıştır (Reijnders, 2000:28). Ekonomi biliminin en temel kuramlarının başında insan ihtiyaçlarının sınırsız olmasına karşılık, bunları karşılayacak olan doğal kaynakların kısıtlı olması gelmektedir. Bu bakış açısıyla ele alındığında, 20. yüzyılın sonlarından itibaren daha sıklıkla konuşulmaya başlanan sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir üretim gibi kavramların ihtiyaçların karşılanabilirliğinin devamı için yaşamsal önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır(Topoyan,2005:259).

Coğrafi işaretli ürünlerin, piyasada seri üretimi olmaması ve geleneksel yöntemlerle üretilmesi değerlerini arttırmakla beraber iklim ve benzeri engeller karşısında üretim aşaması safhasında ve bu üretimin devamlılığında problemler oluşmaktadır. Bali'nin (2018)'deki çalışmasında, coğrafi işaretli ürün, üretimde desteklerin yeterli olmaması üreticilerin maddi açıdan sıkıntı çekmesine ve Cİ tescil almış ürünlerin sürdürülebilirliği için üretimleri desteklenmeli ve tanıtımı için faaliyetler ulusal politika içinde sistemli bir şekilde yer almalıdır sonucunu vurguladığı görülmektedir(Bali, 2021: 48-50).

Anson ve Pavithran (2014) yılında yaptıkları çalışmada, Hindistan ve uluslararası alanda Cİ koruması bulunan pakkali pirinç üretiminin pazarlama stratejilerinin eksikliğinden kaynaklı üretimde istikrarsızlığın olduğu sonucuna varmışlardır.

2.2.5.Kurumların Uyum İçerisinde Çalışmaması

Kan'a (2011) göre, coğrafi işaretli Akşehir Kirazı'nın yerel düzeyde ekonomik kalkınma aracı olarak kullanılmama olanağını incelediği çalışmasında; isim sorunları, bilgi noksanlığı, kurumlar arası iletişim eksikliği coğrafi işaretin etkin kullanılmasını engelleyen faktörler arasında yer aldığını vurgulamıştır.

Kayran'a (2021) göre, paydaşlarla yapılan görüşmede katılımcılardan elde edilen veriler çerçevesinde Şanlıurfa'nın gastronomi destinasyonu olmasındaki en büyük engel (Kan) 2011 yaptığı çalışmadaki sonuca benzer olarak, şehrin dinamikleri arasındaki iş birliği eksikliği çıkmıştır. Bu anlamda yerel yönetim, kamu kurumları, STK'lar ve özel sektör arasında entegrasyon sorununun şehrin gastronomi destinasyonu olması yönünde engel teşkil ettiği sonucuna varılmıştır(Kayran, 2021:89).

Demir (2020) yılında yaptığı çalışmada, coğrafi işaret tescili ile ilgili kayıt sisteminin yetersiz ve eksik olduğuna değinmiştir. Yetersiz olmasının sebebini ise eksik insan gücü, teknolojik yetersizlikler olarak açıklamıştır. Etkili bir sistemin kurulmasıyla coğrafi işaret alanındaki kurumların bu sisteme entegre edilmesi gerektiğini ve kurumların bu sayede birbirleri arasındaki işbirliğinin artacağına değinmiştir.

2.2.6. Söz Konusu Ürüne Önceden Başvurunun Yapılmış Olması

TPE'nin (2016)'da yayınladığı rapora göre, yöreye özgü bir ürünün tescil işlemleri bir kurum veya üretici tarafından gerçekleştirilmiş olsa bile, standartlar dahilinde üretimini gerçekleştiren herkes bu tescil işleminden faydalanabilmektedir. Yani söz konusu ürün için yörede farklı üreticilerin veya kurumların başvuru işlemleri gerçekleştirmesi üreticiler ve kurumlar için zaman kaybından öteye gitmeyecektir. TÜRK PATENT kurumunun sitesinde başvuru ve tescil işlemleri yapılan ürünlerin listesi veri tabanında gösterilmektedir.

Coğrafi işaretler, fikri ve sınaî mülkiyet haklarından (FSMH) birisi olmakla birlikte diğer sınaî mülkiyet haklarından (patent, marka, endüstriyel tasarımlar) farklı olarak söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması sadece bir üreticiyi değil gerekli koşullarda üretim yapan kişilerin hepsini birden korumaktadır (Babcock ve Clemens, 2004: 13). Buradan çıkartacağımız sonuç, coğrafi işaret tescilinin sağladığı fayda, kolektif bir hak olarak söz konusu ürün için üreticilerin hepsinin bu haktan faydalanabileceğidir.

Literatür incelemesi sonucu oluşturulan coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterler Tablo 2.2' de yer almaktadır.

Tablo 2.2. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterleri ve Referanslar

Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar	
1- Yetersiz devlet teşviki	Durusoy 2017; Bali 2018; Chuthaporn Ngokkuen, Ulrike Grote 2012; Zandrea, G., vd. 2018; Bowen vd. 2009
2- Bilgi eksikliği	Taşdan ve Albayrak 2014; Kan ve Gülçubuk 2008; Velčovská ve Sadilek 2014; Vinayan, S. 2017; Oroman 2015
3- Yöresel ürün geliştirme azlığı	Yalçın 2013; Başat, Sandıkçı ve Çelik 2017; Hoşcan 2018
4- Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları	Bali 2021; Ansont ve Pavithran 2014
5- Kurumların uyum içerisinde çalışmaması	Kan 2011; Kayran 2021; Demir 2020
6- Söz konusu ürüne önceden başvurunun yapılmış olması	TPE 2016, Babcock ve Clemens, 2004

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR VE SONUÇ

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, coğrafi işaret konusu içerisinde literatür incelemesi sonucu elde edilen kriterlerin bir bütün halinde sunulması ve belirlenen kriterler için uzman görüşü alınarak kriterler arasındaki başarı faktörlerinin analizi ve değerlendirilmesidir.

3.2. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorlukların belirlenmesinde çok kriterli karar verme tekniği olan DEMATEL yöntemi kullanılmaktadır. Coğrafi işaret başvurusu veya tescili yapan kurum/kuruluş çalışanları, literatür incelemesi sonucu oluşturulan soru formu dahilinde faktör değerlendirmesi yapmaktadırlar. İnsanlar yaşadıkları süre içerisinde birçok karar verme hakkına sahiptirler. İnsanlar her zaman bazı soyut ihtiyaçlar için bile kararların verilmesinde farklı seçim, amaç veya ölçüt hakkına sahiptirler(Ersöz ve Kabak, 2010: 99). Karar verme, belirli bir amaca ulaşmak için kişi veya bir kurumun karşılaştığı alternatif davranış biçimlerinden biri veya bir kaçını seçme süreci olarak tanımlanmaktadır (Özden, 2015: 1).

ÇKKV yöntemleri, 1960'lı yıllarda karar verme işlerine yardımcı olacak bir takım araçların gerekli görülmesiyle geliştirilmeye başlanmıştır (Herişçakar, 1999: 332). ÇKKV; birçok kriteri birlikte değerlendirerek alternatiflere değerler atama süreci olarak ifade edilmektedir (Phua ve Minowa, 2005; 208). Çok kriterli karar verme, birden fazla ve aynı anda uygulanan kriterlerin içerisinde en iyi tercihin seçilmesini sağlayan yöntemdir (Güneş ve Umarusman, 2003; 243).ÇKKV yöntemleri alternatiflerin karşılaştırılmasında kullanılan ve elde ettikleri sonuçlar ile alternatifleri sıralama, alternatifler arasından seçme ve sınıflandırma yapabilen uygun yöntemler olarak araştırmalarda kullanılmaktadır (Herişçakar, 1999: 332). ÇKKV yöntemleri seçim hakkına sahip kişilerin hükümlerini göz önünde bulundurmaları bakımından subjektif, matematiksel olarak iyi tanımlanmış işlemlere dayalı olmaları bakımından objektif analiz metotları olarak önemi belirtilmektedir(Çakır ve Perçin, 2013: 450).

Bu çalışmada, coğrafi işaret alanında uzman kişilerin görüşleri esas alındığından subjektif yöntemlerden olan DEMATEL yöntem kullanılmıştır.

3.2.1. DEMATEL Yöntemi

DEMATEL yöntemi; araştırmada karmaşık ve birbirine girmiş problem gruplarının çözümünde kullanılması amacıyla 1972 ve 1976 yılları arasında Cenevre Battelle Memorial Enstitüsü, Bilim ve İnsan İlişkileri programı tarafından geliştirilmiştir(Aksakal, Dağdeviren, 2010; 907). Yöntemin amacı, karmaşık değişken faktörleri arasındaki bağlantıları grafik temelli göstermektir(Ayçin, 2019;90).

Birbirine bağlı faktörler sisteminde, tüm standartlar doğrudan veya dolaylı olarak birbirini etkilemektedir. Ayrıca birbirini etkileyen faktörlerin hangisinin daha önemli olduğuna cevap vermek önem arz eder. DEMATEL yöntemi, faktörlerin etki derecesini ve önem düzeyini belirler (Tzeng vd., 2007; 1031).

DEMATEL yöntemi, birbiriyle ilişkili çoklu kriterlere sahip bir karar probleminde, kriterler arası etkileşimi ve yönünü tespit etmek için kullanılır (Ecer, 2020; 64). Bu açıdan problemlerin çözümünde ve kriterler arası etki düzeyinin belirlenmesinde kullanılmaktadır(Öner, 2021; 40).

3.3.Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, araştırmanın yöntemi ile ilgili olarak, coğrafi işaret başvurusunda bulunan veya tescil alan kurum/kuruluş çalışanları ve başvuru/tescil işlemleri sisteminde dışarıdan destek veren kurum/kuruluş çalışanlarından coğrafi işaret alanında uzman kişileri içermektedir.

Araştırmada örneklem olarak amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırmanın derinlemesine araştırma yapabilmesi amacıyla çalışmanın amacı bağlamında konuyla ilgili uzman kişilerin seçilmesidir (Büyüköztürk, 2012: 9). Bu doğrultuda, coğrafi işaret başvuru ve tescil işleminde bulunan veya dışarıdan destek veren kişilerin seçilmesi ile ilgili konu hakkında bilgi ve deneyime sahip oldukları varsayımına dayanmaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler Google Akademik, WOS, YÖK Tez veri tabanlarından sağlanmıştır. Amaçlı örnekleme kapsamında, konu hakkında yeterli bilgiye sahip olduğu düşünülen coğrafi işaret alanında uzman kişilerin belirlenmesinde şu kriterler aranmıştır:

- Katılımcının çalıştığı kurum/kuruluşun coğrafi işaret başvuru veya tescil işlemi olması

- Katılımcının coğrafi işaret başvuru veya tescil işlemine destek vermiş olması

Amaçlı örnekleme yöntemine uygun olarak 15 katılımcıdan anket formuna geri dönüş sağlanmış olup, 1 katılımcı anket formunu eksik doldurduğundan 14 katılımcı örneklem grubuna dahil edilmiştir.

3.4.Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın yürütülmesinde karşılaşılan temel sınırlılık verilerin elde edildiği örneklem grubudur. Coğrafi işaret kavramının Türkiye özelinde bilinirliğinin az olması varsayımı doğrultusunda araştırmanın coğrafi işaret alanında uzman olmayan kişilerle yapılmasının anlam vermeyeceği düşünülmektedir. Bu nedenden dolayı, coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterlerin kritik başarı faktörleri nelerdir? araştırma sorusunu yanıt bulmak için örneklem grubunun amaçlı örnekleme şeklinde belirlenmesi tercih edilmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile sınırlandırılmıştır.

3.5.Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Oluşturulması

Çalışmada veri toplama aracı olarak DEMATEL yöntemine göre ikili karşılaştırma yapılmasına olanak veren anket formu kullanılmıştır. Coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluklar çalışması için kritik başarı faktörlerinin belirlenmesi amacıyla, coğrafi işaret başvurusunda bulunan kurum/kuruluş yöneticileriyle yüz yüze görüşme sağlanarak notlar alındıktan sonra literatür taraması yapılmıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan, coğrafi işaret almaya iten nedenler- coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar özelinde yapılmış olup, bu kavramsal başlıklar altında faktörler belirlenmiştir.

Coğrafi işaret almaya iten nedenler için 5 alt kriter, coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için 6 alt kriter belirlenmiştir.

Anket formu, coğrafi işaret alanında uzman kişilerin, her bir satırdaki kriterin sütündeki her bir kritere etkisini değerlendirmesine yönelik olarak hazırlanmıştır.

3.6.Veri Toplama Süreci ve Analizi

Oluşturulan anket formu, 09.12.2021 – 18.12.2021 tarihleri arasında, örneklem grubuna dahil olan coğrafi işaret alanında uzman kişiler ile internet aracılığıyla hazırlanan google formlar anketine verilen cevaplar ile toplanmıştır. İlgili dönemde COVID-19 pandemisi söz konusu olduğundan, katılımcılar ile yüz yüze görüşme kısıtlı yapılmıştır. İlgili

kişiler ile anket formuna verilen cevaplar dışında zoom online görüşme aracı ile iletişime geçilmiştir. Katılımcılara, verilen cevapların bu araştırma dışında 3. kişiler ile paylaşılmayacağı hakkında anket formunda bilgilendirme yapılmıştır.

3.7.Bulgular

3.7.1. Araştırmaya Katılan Kişilerin Demografik Bilgileri

Çalışmaya dahil olan coğrafi işaret uzmanlarına ait demografik bilgiler Tablo 3.1’de verilmektedir.

Tablo 3.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Toplam Çalışma Yılı	Sektör	Pozisyon
Cİ1	Erkek	Yüksek Lisans	26	Kamu	Öğretim Görevlisi
Cİ2	Erkek	Yüksek Lisans	5	Kamu	Proje Personeli
Cİ3	Erkek	Üniversite	1	Kamu	Proje Personeli
Cİ4	Kadın	Üniversite	6	Kamu	Genel Sekreter
Cİ5	Kadın	Üniversite	2	Özel	Dernek Başkanı
Cİ6	Erkek	Üniversite	4	Kamu	Uzman
Cİ7	Erkek	Üniversite	16	Kamu	Yönetici
Cİ8	Kadın	Yüksek Lisans	12	Kamu	Memur
Cİ9	Erkek	Üniversite	11	Kamu	İlçe Müdürü
Cİ10	Erkek	Üniversite	27	Kamu	Uzman
Cİ11	Erkek	Üniversite	10	Kamu	Memur
Cİ12	Kadın	Üniversite	12	Kamu	Proje Koordinatörü
Cİ13	Kadın	Doktora	3	Kamu	AB ve Proje Ofisi İlçe Koordinatörü
Cİ14	Erkek	Yüksek Lisans	16	Kamu	Yönetici

Tablo 3.1 incelendiğinde, katılımcılardan Cİ5 katılımcısı hariç diğer hepsi kamu kurumunda çalışmaktadır.

Anket formuna katılan katılımcıların çalıştıkları kurumların coğrafi işaret başvuru sayısı-tescil sayısına verdikleri cevap Tablo 3.2’de verilmektedir.

Tablo 3.2. Katılımcıların Çalıştığı Kurum/Kuruluşların Coğrafi İşaret Başvuru-Tescil Sayıları Bilgileri

Katılımcı	Çalıştığı Kurum/Kuruluşun Coğrafi İşaret Başvuru Sayısı	Çalıştığı Kurum/Kuruluşun Coğrafi İşaret Tescil Sayısı
Cİ1	0	0
Cİ2	12	16
Cİ3	12	16
Cİ4	2	0
Cİ5	1	0
Cİ6	18	27
Cİ7	3	0
Cİ8	2	1
Cİ9	2	0
Cİ10	2	1
Cİ11	0	0
Cİ12	3	2
Cİ13	2	0
Cİ14	2	2

Tablo 3.2 incelendiğinde, iki kurum çalışanının çalıştığı kurumda coğrafi işaret başvurusu veya tescili olmadığını belirtmişlerdir. Bu iki kurum çalışanı coğrafi işaret başvuru veya tescil aşaması sırasında coğrafi işaret almaya çalışan kurum/kuruluşlara dışarıdan destek veren kurum çalışanlarıdır. Kurumlar arasında en fazla coğrafi işaret tescili bulunan Cİ6’nın çalıştığı kurum 27 tane ürünle birinci sıradadır. Yine coğrafi işaret başvuru sayısı 16 tane olarak en fazla olan Cİ6’nın çalıştığı kurumdur.

Katılımcıların “coğrafi işaret başvuru veya tescil aşamasında başka kurum kuruluşlardan destek aldınız mı?” Sorusuna verdikleri cevap Tablo 3.3’de verilmektedir. İki kurum çalışanı dışında diğer kurum çalışanları dışarıdan destek aldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 3.3. Coğrafi İşaret Başvuru- Tescil Aşamasında Başka Kurumlardan Destek Alma Bilgileri

Katılımcı	Coğrafi işaret başvuru veya tescili aşamasında başka kurum/kuruluşlardan destek aldınız mı?
Cİ1	Hayır
Cİ2	Evet
Cİ3	Evet
Cİ4	Evet
Cİ5	Evet
Cİ6	Evet
Cİ7	Evet
Cİ8	Evet
Cİ9	Evet
Cİ10	Evet
Cİ11	Evet
Cİ12	Hayır
Cİ13	Evet
Cİ14	Evet

3.7.2. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler

Araştırma anketinin demografik sorulardan sonraki bölümü ikinci kısmında coğrafi işaret almaya iten nedenlerin etkileyen kriterlerin öneminin belirlenmesi için 14 uzman kişinin, kriterler üzerinde işaretledikleri seçimler doğrultusunda her kriterin diğer kriterlerle ilişkisi dematel yöntemiyle bölümün devamında çözüme sunulmaya çalışılmıştır. Coğrafi işaret almaya iten nedenlerin belirtildiği kriterler ve bu kriterler için oluşturulan kodlar Tablo 3.4’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterler

Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler	
K1	Turizme katkıda bulunma
K2	Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma
K3	Ürün taklitçiliği ile mücadele etme
K4	Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme
K5	Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma

Coğrafi işaret almaya iten nedenleri etkileyen kriterlerin değerlendirilmesi için katılımcıların, kriterler üzerinde yapmış oldukları puanlamaların aritmetik ortalaması alınarak tablo 3.5’ de Direk Etki Matrisi olan Matris A oluşturulmuştur.

Tablo 3.5. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Direk Etki Matrisi (A Başlangıç Matrisi)

A Matrisi	K1	K2	K3	K4	K5	Toplam
K1	0	2,285714286	2,571428571	2,714285714	2,714285714	10,2857143
K2	2,428571429	0	2,357142857	2,642857143	2,357142857	9,78571429
K3	2,142857143	2	0	2,5	2,357142857	9
K4	2,5	2,142857143	2,5	0	2,428571429	9,57142857
K5	2,571428571	2,285714286	2,357142857	2,357142857	0	9,57142857
Toplam	9,642857143	8,714285714	9,785714286	10,21428571	9,857142857	9,857142857

Tablo 3.5 Başlangıç Matrisi olan A Matrisinde bulunan ikili kriterlerin satır toplamları ve sütun toplamları incelendiğinde; Satır toplamlarının en yükseği, 10,2857 ile turizme katkıda bulunma kriteri ve sütun toplamlarının en yükseği 10,214286 ile yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme kriterinin bulunduğu gösterilmiştir. DEMATEL yöntemi aşamalarından olan Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi'nin oluşturulması için satır ve sütun değerleri arasında toplamı en yüksek olan turizme katkıda bulunma (K1) kriteri k değeri olarak seçilmiştir. A Başlangıç Matrisinde bulunan değerlerin k değerine bölünmesiyle bulunan Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi(N MATRİSİ) Tablo 3.6'da belirtilmiştir.

Tablo 3.6. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler Normalleştirilmiş Direk Etki Matrisi (N Matrisi)

N Matrisi	K1	K2	K3	K4	K5
K1	0	0,222222222	0,25	0,263888889	0,263888889
K2	0,236111111	0	0,229166667	0,256944444	0,229166667
K3	0,208333333	0,194444444	0	0,243055556	0,229166667
K4	0,243055556	0,208333333	0,243055556	0	0,236111111
K5	0,25	0,222222222	0,229166667	0,229166667	0

Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi oluşturulduktan sonra DEMATEL yönteminin Toplam Etki Matrisi oluşturulma aşamasına geçilmiştir. Toplam Etki Matrisi bütün ölçütlerin diğer ölçütlere olan etkisinin bulunması amacıyla meydana getirilir. Oluşturulan Toplam Etki Matrisi(T Matrisi) Tablo 3.7' de sunulmuştur.

Tablo 3.7. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Toplam Etki Matrisi (T Matrisi)

T Matrisi	K1	K2	K3	K4	K5
K1	2,978451572	2,922387395	3,21536944	3,325126159	3,241537672
K2	3,054292472	2,63469271	3,085246691	3,200595047	3,101676012
K3	2,844135811	2,621241054	2,704622362	2,990506361	2,906304651
K4	3,006230203	2,758965035	3,041397536	2,941108824	3,053100087
K5	3,014053432	2,771270235	3,035415629	3,13102003	2,865342673

Toplam Etki Matrisi (T Matrisi) hesaplanma işleminin ardından, DEMATEL yöntemine göre eşik değerinin belirli bir duruma getirilmesi şarttır. Eşik değerinin belirlenmesi için Toplam Etki Matrisindeki, sayıların aritmetik ortalaması bulunarak sonuçlandırılır. Pratikte aritmetik ortalama uygulanarak eşik değeri 2,977763567 sonucu elde edilmiştir. Eşik değeri kriterlerin birbirlerinin arasında olan etki ilişkisinin tespit edilmesinde önemli bir unsurdur. Daha sonraki aşamalarda yer alan etki-ilişki yönlü graf diyagramında kriterler arasındaki okların yönü eşik değeri sayesinde belirlenmektedir.

Tablo 3.7 ' ye bakıldığında; koyu renkle gösterilen değerlerin, bulunan eşik değerinin üzerinde olduğu belirlenmiştir. T matrisinde belirtilen ikili kriterlerden turizme katkıda bulunma kriteri(K1) kriteri satır ile sütun kesişim hücreleri eşik değerden yüksek olduğu için koyu renk ile belirtilmiştir. Bunun anlamı turizme katkıda bulunma kriteri kendisinden etkilendiği manasını vermektedir. Toplam Etki Matrisinde kriterlerin birbirlerini etkileme-etkilenme konumlarını izah etmek amacıyla matriste yer alan çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin diğer kriterler ile olan bağlantıları izah edilerek örnek gösterilebilir.

Sütun kısmında yer alan çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin kendisine emsal gelen hücre miktarı 2,634692713'dür. Eşik değeri 2,977763567 bulunduğu için, çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin kendisini etkilemediği söylenebilir. Diğer kriterler ile ilişkisine bakıldığında çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin turizme katkıda bulunma kriterine etki derecesinin 3,054292475 olduğu görülmektedir. Buradan hareketle eşik değerinden yüksek olduğu için çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin turizme katkıda bulunma kriterini etkilediği anlamı çıkmaktadır. Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriteri ile kesiştiği hücre değeri 3,085246694, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme kriteri ile kesiştiği hücre değeri 3,20059505, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma kriteri ile kesiştiği hücre değeri 3,101676015'dir. Kesişen hücre değerleri eşik değerinden yüksek olduğu için çevre ve

biyolojik çeşitliliği koruma kriteri, ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriterini, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme kriterini ve geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma kriterini etkilediği anlamı çıkmaktadır.

D ve R değerlerinin bulunduğu Tablo 3.8 aşağıda verilmiştir. D ve R değerlerinin bulunmasının amacı, kriterlerin etkileyen(gönderici) ve etkilenen(alıcı) gruplarını belirlemektir.

Tablo 3.8. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin D ve R Değerlerinin Belirlenmesi

						D
	2,978451572	2,922387395	3,21536944	3,325126159	3,241537672	15,68287224
	3,054292472	2,63469271	3,085246691	3,200595047	3,101676012	15,07650293
	2,844135811	2,621241054	2,704622362	2,990506361	2,906304651	14,06681024
	3,006230203	2,758965035	3,041397536	2,941108824	3,053100087	14,80080168
	3,014053432	2,771270235	3,035415629	3,13102003	2,865342673	14,817102
R	14,89716349	13,70855643	15,08205166	15,58835642	15,1679611	XXXXXXXXXX

Tablo 3.7’de gösterilen Toplam Etki Matrisi(T Matrisi)’ nde bulunan kriterlerin değerlerinin satır toplamları (D), sütun toplamları (R) değerlerini vermektedir. Her bir kriterin satır toplamları(D) ve sütun toplamları (R) toplanmasıyla elde edilen (D+R) değerleri kriterler arasındaki ilişki düzeylerinin tespit edilmesi için hesaplanır.

Satır toplamları (D)’den sütun toplamları (R)’nin çıkartılmasıyla (D-R) değerleri belirlenir. (D-R) değerleri ile kriterlerin etkileyen mi? etkilenen mi? gruba dahil olacağı belirlenmektedir. (D+R) ve (D-R) değerlerinin yer aldığı Tablo 3.9 aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 3.9. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Etkileyen ve Etkilenen Gruplarının Belirlenmesi

XXXXXXXXXX	D	R	D+R	D-R
K1	15,68287224	14,89716349	30,58003573	0,785708749
K2	15,07650293	13,70855643	28,78505936	1,367946503
K3	14,06681024	15,08205166	29,14886189	-1,01524142
K4	14,80080168	15,58835642	30,38915811	-0,787554736
K5	14,817102	15,1679611	29,98506309	-0,350859097

Coğrafi işaret almaya iten nedenlerin (D+R) değerlerinin hesaplanmasıyla kriterler arasında ilişki düzeylerinin belirlendiği Tablo 3.10'da gösterilmiştir. Kriterler arasında ilişki düzeylerine bakıldığında en yüksek ilişki düzeyine sahip kriter turizme katkıda bulunma kriteri, en düşük ilişki düzeyine sahip kriter ise çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriteri olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3.10. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Kriter İlişki Düzeyi D+R

İlişki Düzeyi Sıralaması	Kriterler	D+R
1	Turizme katkıda bulunma(K1)	30,58003573
2	Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme(K4)	30,38915811
3	Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma(K5)	29,98506309
4	Ürün taklitçiliği ile mücadele etme(K3)	29,14886189
5	Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma(K2)	28,78505936

Tablo 3.11'de belirtildiği gibi (D-R) kriter ilişki düzeyi verilmiştir. Kriterler arasında en yüksek (D_i-R_i) değerine sahip olan çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriteri 1,367946503 değer ile diğer kriterler ile en çok bağlantıya sahip olan kriter olarak en önde gelmektedir.

Tablo 3.11. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Kriter İlişki Düzeyi D-R

İlişki Düzeyi Sıralaması	Kriterler	D-R
1	Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma(K2)	1,367946503
2	Turizme katkıda bulunma(K1)	0,785708749
3	Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma(K5)	-0,350859097
4	Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme(K4)	-0,787554736
5	Ürün taklitçiliği ile mücadele etme(K3)	-1,01524142

Tablo 3.11'de yer alan (D-R) değerleri ile kriterlerin grupları belirlenmiştir. Çalışma için belirlenen kriterlerin hangi gruba dahil olduğunu gösteren veriler Tablo 3.12'de yer almaktadır.

Tablo 3.12. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenlerin Etkileyen ve Etkilenen Grupları

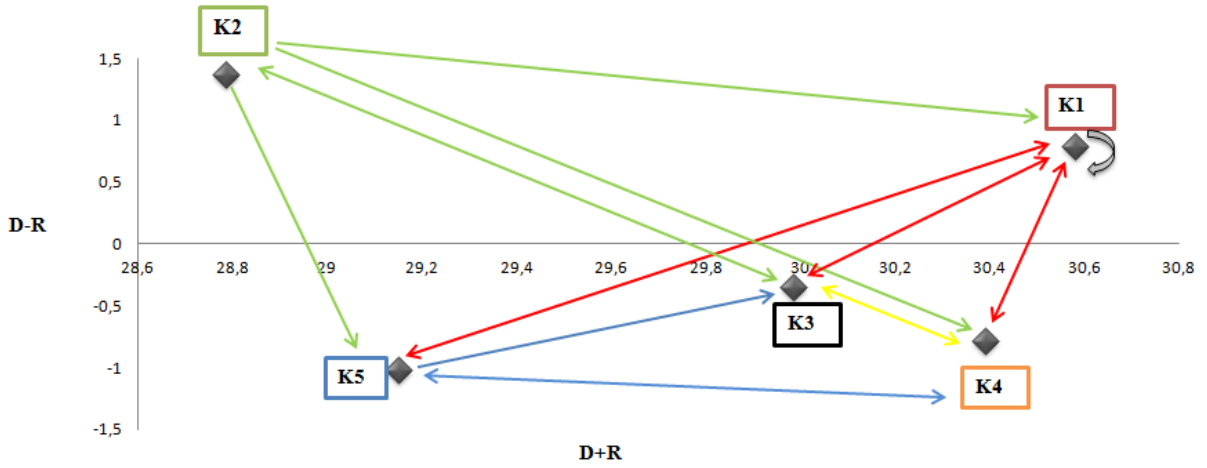
Sıralama	Etkileyen Grubu
1	Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma
2	Turizme katkıda bulunma

Sıralama	Etkilenen Grubu
1	Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma
2	Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme
3	Ürün taklitçiliği ile mücadele etme

Coğrafi işaret almaya iten nedenlerin etkileyen ve etkilenen kriterleri Tablo 3.12’de belirtilmektedir. Tablo 3.12’de görüleceği üzere iki adet kriter etkileyen, üç adet kriter etkilenen kriter grubunda yer almaktadır. Kriterlerin etkileyen ve etkilenen grupta yer alması kriterin ($D_i - R_i$) değerinin pozitif veya negatif bir değer sonucu alması ile alakalıdır.

Tablo 3.12 incelendiğinde çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriteri ile en yüksek ($D_i - R_i$) değer ile diğer kriterler üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğu görülmektedir. Etkileyen grubu içerisinde çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinden sonra turizme katkıda bulunma kriteri gelmektedir. Etkilenen gruba bakıldığında ($D_i - R_i$) değeri negatif olup tüm değerler içerisinde en güçsüz değere sahip kriter ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriteridir. Ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriterinden sonra sırasıyla yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme kriteri ve geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma kriteri diğer kriterlerden etkilenen kriterlerdir.

Dematel yöntemi, belirlenen kriterler arasındaki ilişkiyi koordinat düzleminde bütün halinde sunmayı amaçlamaktadır. Coğrafi işaret almaya iten nedenler için belirlenen kriterlerin etki-ilişki durumlarını bir koordinat düzleminde görselleştirmek amacıyla dikey eksen ($D-R$) ve yatay eksen ($D+R$)’ den oluşan diyagram Şekil 3.1’de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterlerin Etki-İlişki Yönlü Graf Diyagramı

Etki-ilişki yönlü graf diyagramı dematel yöntem ile çalışılan tezlerin en önemli adımlarından birisi olduğunu söylemek mümkündür. Coğrafi işaret almaya iten neden kriterlerinin kendi aralarında etkileşim ve ilişki durumunu Şekil 3.1 görsel açıdan tek tek gözlemlenmesine olanak sağlamaktadır. Etki-ilişki yönlü graf diyagramı incelenecek olursa, okların bir kriter üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kriter turizme katkıda bulunmadır. Graf diyagramında doğrusal çizgilerin hangi kriterden hangi kritere gideceğini ve ok yönlerinin nasıl olacağını belirlemek toplam etki matrisi (T Matrisi) tablosuyla ve eşik değerinin durumuyla ilişkilidir.

Şekil 3.1 etki-ilişki yönlü graf diyagramı incelenecek olursa, kriterler arasında çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma (K2) kriteri diğer tüm kriterlerden istisnai farkı yalnız geleneksel bilgi ve kültürel değerlerden (K5) etkilenen, diğer tüm kriterleri etkileyen kriter konumundadır.

Turizme katkıda bulunma kriteri (K1), çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma (K2) kriterinin haricinde diğer kriterle doğruların her iki yönünde bulunan oklardan hem etkilenen hem de etkileyen kriter olduğu görülmektedir. Turizme katkıda bulunma (K1) kriteri kendisine de etkilediğinden dolayı düzlemde kendisini kapsayan dairesel şekille gösterilmiştir.

Ürün taklitçiliği ile mücadele etme (K3) kriteri, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma (K5) kriterinden etkilenen, diğer kriterler ile doğruların her iki yönünde bulunan oklardan etkileyen ve etkilenen kriter olduğu gözlemlenmektedir.

Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme (K4) kriteri, turizme katkıda bulunma (K1), geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma (K5), ürün taklitçiliği ile mücadele etme (K3) kriterleri ile hem etkileyen hem de etkilenen konumundadır. Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma (K2) kriterinden etkilenen kriter konumundadır.

Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma (K5) kriteri, turizme katkıda bulunma (K1) ve yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme (K4) kriterleri ile hem etkileyen ve hem de etkilenen kriter durumundadır. Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma (K5) kriteri çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma (K2) kriterinden etkilenen, ürün taklitçiliği ile mücadele etme (K3) kriterini etkileyen durumdadır.

Etki-Yönlü Diyagram özetle, kendisini de etkileme bakımından en baskın kriter olarak turizme katkıda bulunma kriterini söylemek mümkündür. Etkileme-etkilenme yoğunluğu açısından turizme katkıda bulunma kriterini yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma ve ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriteri takip etmektedir. Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriterinin ise diyagramda en az etkileşim yoğunluğuna sahip olduğu ifade edilebilir.

Dematel yöntemin son aşaması olan kriter önem ve ağırlıklarının hesaplanması işleminin ardından coğrafi işaret almaya iten nedenlerin uygulama kısmı sona erecektir. Belirlenen kriterlerin ağırlıkları ve öncelik sıralamaları hesaplanarak Tablo 3.13'de sunulmuştur.

Tablo 3.13. Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler İçin Belirlenen Kriterlerin Önem Ağırlık ve Öncelikleri

Kriterler	Toplam ve Net Etki (w _i)	Ağırlıklar (W _i)	Öncelikli Sıralama
Turizme katkıda bulunma	30,59012787	20,54%	1
Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme	30,39936139	20,41%	2
Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma	29,98711575	20,13%	3
Ürün taklitçiliği ile mücadele etme	29,16653673	19,58%	4
Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma	28,81754535	19,34%	5

Tablo 3.13'de görüleceği üzere en yüksek toplam ve net etki değerine sahip olan kriter turizme katkıda bulunma kriteridir. En düşük etkiye sahip kriter ise çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriteridir. Tabloda yüzdelik ile ifade edilen ağırlıklar kısmına baktığımızda en yüksek değere sahip kriter ile en düşük değere sahip kriter arasında %1,2 düşük miktarda

fark olması, coğrafi işaret alanında uzman kişilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda coğrafi işaret almadaki amaç kriterlerinin hemen hemen aynı düzeyde öneme sahip olduklarını göstermektedir.

3.7.3. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar

Araştırma anketinin üçüncü bölümü coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterlerin katılımcıların değerlendirdiği puanlamalar doğrultusunda Dematel yöntemi ile analiz edilmeye devam edilmiştir. Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorlukların gösterildiği kriterler ve bu kriterler için oluşturulan kodlar Tablo 3.14’de gösterilmiştir.

Tablo 3.14. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterler

Coğrafi İşaret Almadaki Zorluklar	
C1	Yetersiz devlet teşviki
C2	Bilgi eksikliği
C3	Yöresel ürün geliştirme azlığı
C4	Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları
C5	Kurumların uyum içerisinde çalışmaması
C6	Söz konusu ürüne önceden başvurunun yapılmış olması

Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterlerin değerlendirilmesi için 14 uzman kişinin, kriterler üzerinde yapmış oldukları puanlamaların aritmetik ortalaması alınarak Tablo 3.15’de Direk Etki Matrisi olan Matris A oluşturulmuştur.

Tablo 3.15. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar Direk Etki Matrisi(A Başlangıç Matrisi)

A Matrisi	C1	C2	C3	C4	C5	C6	Toplam
C1	0	2,1428571	2,2857143	2,4285714	2,0714286	1,5714286	10,5
C2	2,3571429	0	2,5714286	2,5	2,4285714	2,2857143	12,14286
C3	2,1428571	2,2142857	0	2,4285714	1,9285714	1,9285714	10,642857
C4	2,3571429	2,2142857	2,2142857	0	1,9285714	2	10,714286
C5	2,0714286	2,2142857	2,2857143	2,0714286	0	2,0714286	10,714286
C6	1,9285714	2,1428571	2,0714286	2,0714286	2	0	10,214286
Toplam	10,857143	10,928571	11,428571	11,5	10,357143	9,8571429	10,5

Tablo 3.15 Başlangıç Matrisi olan A Matrisinde yer alan ikili kriterlerin satır toplamları ve sütun toplamları bakıldığında satır toplamlarının en büyüğü 12,14286 ile bilgi eksikliği kriteri ve sütun toplamlarının en büyüğü 11,5 ile sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları kriterinin olduğu görülmektedir. DEMATEL yöntemi adımlarından olan

Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi'nin oluşturulması için satır değerleri en yüksek olan bilgi eksikliği (C2) kriteri k değeri olarak seçilmiştir. A matrisinde bulunan değerlerin (k) değerine bölünmesi ile bulunan Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi (N MATRİSİ) Tablo 3.16'da gösterilmiştir.

Tablo 3.16. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Normalleştirilmiş Direkt Etki Matrisi (N Matrisi)

N Matrisi	C1	C2	C3	C4	C5	C6
C1	0	0,176470588	0,188235294	0,2	0,170588235	0,129411765
C2	0,194117647	0	0,211764706	0,205882353	0,2	0,188235294
C3	0,176470588	0,182352941	0	0,2	0,158823529	0,158823529
C4	0,194117647	0,182352941	0,182352941	0	0,158823529	0,164705882
C5	0,170588235	0,182352941	0,188235294	0,170588235	0	0,170588235
C6	0,158823529	0,176470588	0,170588235	0,170588235	0,164705882	0

Kriterlerin birbirleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için hesaplanan Toplam Etki Matrisi(T Matrisi) Tablo 3.17' de gösterilmiştir.

Tablo 3.17. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Toplam Etki Matrisi (T Matrisi)

T Matrisi	C1	C2	C3	C4	C5	C6
C1	1,223004914	1,376751299	1,433508955	1,450524883	1,316527931	1,238005283
C2	1,542298872	1,3846694	1,613877719	1,619234335	1,488293874	1,425375173
C3	1,386224523	1,394397502	1,288892336	1,464423864	1,3209638	1,271938653
C4	1,405049727	1,400741149	1,449792324	1,304405031	1,327193681	1,281712712
C5	1,38796498	1,40092347	1,454077546	1,449932897	1,190104557	1,286682515
C6	1,330000421	1,347042625	1,389747646	1,397855065	1,284203323	1,095708223

Toplam Etki Matrisi (T Matrisi) meydana getirilmesinin ardından eşik değerini belirleyebilmek için T Matrisinin aritmetik ortalaması alınarak, uygulamada eşik değeri 1,372834757 olarak bulunmuştur. İlk uygulamada da belirtildiği üzere eşik değeri, kriterlerin birbirleri arasındaki ilişkiyi ve diyagram çizilirken kriterler arasındaki okların yönünün belirlenmesinde kullanılmaktadır.

Tablo 3.17 incelendiğinde koyu renkle belirtilen değerlerin eşik değerinin üstünde olduğu görülmektedir. T matrisinde yer alan ikili kriterlerden bilgi eksikliği (C2) kriteri satır

ve sütun kesişim hücreleri eşik değerden yüksek oldukları için koyu renk ile belirtilmiştir. Bunun anlamı bilgi eksikliği kriteri kendisinden de etkilendiği anlamı çıkmaktadır.

DEMATEL yönteminde bir sonraki aşamasında kriterlerin (D) ve (R) değerlerinin yer aldığı Tablo 3.18 aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 3.18. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin D ve R Değerlerinin Belirlenmesi

							D
	1,223004914	1,376751299	1,433508955	1,450524883	1,316527931	1,238005283	8,038323265
	1,542298872	1,384669442	1,613877719	1,619234335	1,488293874	1,425375173	9,073749414
	1,386224523	1,394397502	1,288892336	1,464423864	1,3209638	1,271938653	8,126840678
	1,405049727	1,400741149	1,449792324	1,304405031	1,327193681	1,281712712	8,168894624
	1,38796498	1,40092347	1,454077546	1,449932897	1,190104557	1,286682515	8,169685965
	1,330000421	1,347042625	1,389747646	1,397855065	1,284203323	1,095708223	7,844557302
R	8,274543436	8,304525486	8,629896525	8,686376075	7,927287165	7,59942256	

Kriterlerin etkileyen(gönderici), etkilenen(alıcı) gruplarının belirlendiği (D+R) ve (D-R) değerlerinin yer aldığı Tablo 3.19'de gösterilmiştir.

Tablo 3.19. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Etkileyen ve Etkilenen Grubunun Belirlenmesi

	D	R	D+R	D-R
C1	8,038323265	8,274543436	16,3128667	-0,236220172
C2	9,073749414	8,304525486	17,3782749	0,769223928
C3	8,126840678	8,629896525	16,7567372	-0,503055848
C4	8,168894624	8,686376075	16,8552707	-0,517481451
C5	8,169685965	7,927287165	16,09697313	0,2423988
C6	7,844557302	7,59942256	15,44397986	0,245134742

D ve R verilerinin toplamı ile elde edilen (D+R) değerleri ve ilişki düzeyi sıralamaları Tablo 3.20'de gösterilmiştir. (D+R) değerlerinin hesaplanması coğrafi işaret almadaki nedenler için belirlenen kriterlerin DEMATEL yöntem ile çözüme kavuşturulması sırasında belirtildiği gibi kriterlerin ilişki düzeylerinin tespit edilmesi için gereklidir.

Tablo 3.20. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin İlişki Düzeyi D+R

İlişki Düzeyi Sıralaması	Kriterler	D+R
1	Bilgi eksikliği(C2)	17,3782749
2	Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4)	16,8552707
3	Yöresel ürün geliştirme azlığı(C3)	16,7567372
4	Yetersiz devlet teşviki(C1)	16,3128667
5	Kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5)	16,09697313
6	Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması(C6)	15,44397986

Tablo 3.20’de görüldüğü üzere kriterler arasında en yüksek ($Di + Ri$) değerine sahip olan kriter bilgi eksikliği(C2) kriteridir. Bilgi eksikliği kriteri 17,3782749 değer ile diğer kriterler ile en fazla ilişkiye sahip kriter olarak birinci sırada yer almaktadır. Bilgi eksikliği(C2) kriterini sırasıyla sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4), yöresel ürün geliştirme azlığı(C3), yetersiz devlet teşviki(C1), kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5) takip etmektedir. 15,44397986 ile en düşük ($Di + Ri$) değerine ve diğer kriterlerle en az ilişkiye sahip olan kriter söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması(C6) sonuncu sırada yer almaktadır.

Tablo 3.21’de yer alan (D-R) değerleri ile kriterlerin grupları belirlenmektedir.

Tablo 3.21. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin İlişki Düzeyi D-R

İlişki Düzeyi Sıralaması	Kriterler	D-R
1	Bilgi eksikliği(C2)	0,769223928
2	Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması(C6)	0,245134742
3	Kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5)	0,2423988
4	Yetersiz devlet teşviki(C1)	-0,236220172
5	Yöresel ürün geliştirme azlığı(C3)	-0,503055848
6	Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4)	-0,517481451

Kriterlerin ilişki düzeyi sıralamasında birinci sırada bilgi eksikliği(C2) kriteri 0,769223928 değer tüm kriterler üzerinde daha güçlü bir etki oluşturduğu görülmektedir. Son sırada ise sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriteri -0,517481451 değer ile diğer tüm kriterler üzerinde en düşük etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kriterlerin hangi gruba dahil olduğunu gösteren veriler Tablo 3.22’de yer almaktadır.

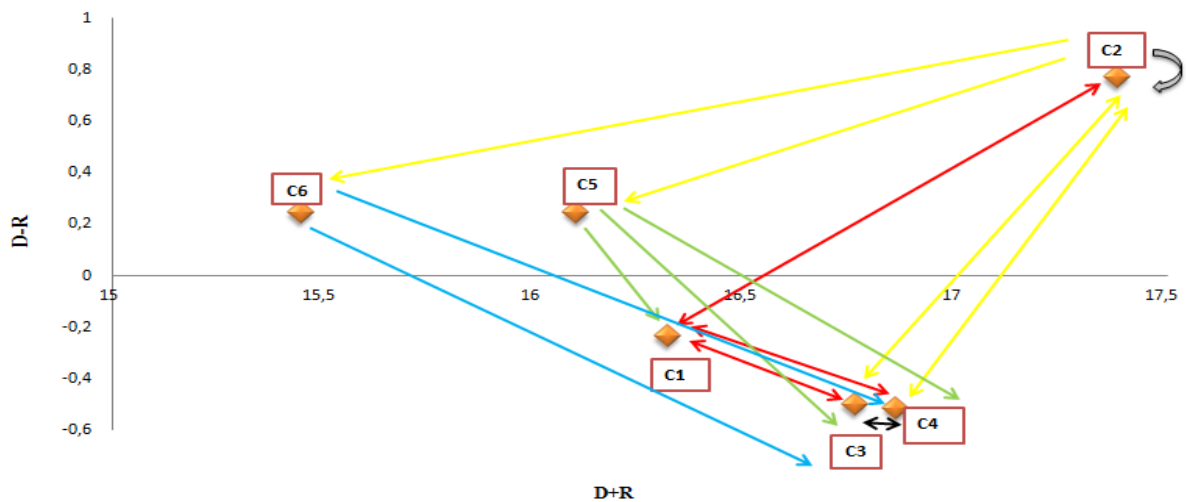
Tablo 3.22. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Etkileyen ve Etkilenen Grupları

Sıralama	Etkileyen Grubu
1	Bilgi eksikliği
2	Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması
3	Kurumların uyum içerisinde çalışmaması

Sıralama	Etkilenen Grubu
1	Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları
2	Yöresel ürün geliştirme azlığı
3	Yetersiz devlet teşviki

Etkileyen grup içerisinde bilgi eksikliği kriterini sırasıyla söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması kriteri takip etmekte ve son olarak kurumların uyum içerisinde çalışmaması kriteri gelmektedir. Etkilenen gruba bakıldığında ise $(D_i - R_i)$ değeri negatif olup tüm kriterler içerisinde en düşük değer sahibi olan kriter sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları kriteridir. Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları kriteri diğer kriterlerden en fazla etkilenen kriter olduğu söylenebilir. Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları kriterinden sonra yöresel ürün geliştirme azlığı son olarak da yetersiz devlet teşviki diğer kriterlerden etkilenen kriterlerdir.

Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterlerin etki-ilişki durumlarının gösterildiği diyagram Şekil 3.2.'de gösterilmiştir.



Şekil 3.2. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar İçin Belirlenen Kriterlerin Etki-İlişki Yönlü Graf Diyagramı

Şekil 3.2 bilindiği üzere DEMATEL yöntemde belirlenen kriterlerin birbirleri arasındaki etkileşim ve ilişki durumlarını şekiller ve oklar yardımıyla sunmaktadır. Şekil 3.2'deki diyagram incelenecek olursa, bilgi eksikliği kriteri diğer kriterleri ve kendisini de etkilediğinden okların bu kriter üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Şekil 3.2'deki graf diyagramını yorumlamamız gerekirse, bilgi eksikliği(C2) kriteri kriterinin diğer tüm kriterler üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca bilgi eksikliği kriteri kendisini de etkilemektedir. Bu sebepten dolayı bilgi eksikliği kriteri kendisini kapsayan dairesel şekilde gösterilmiştir.

Yetersiz devlet teşviki(C1) kriteri, kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5) kriterinden etkilenmiş, bilgi eksikliği(C2), yöresel ürün geliştirme azlığı(C3), sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesi(C4) kriterlerini etkilemiş hem de bu kriterlerden etkilenmiştir.

Yöresel ürün geliştirme azlığı(C3) kriteri, kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5) ve söz konusu ürüne önceden başvurunun yapılmış olması(C6) kriterlerinden etkilendiği, yetersiz devlet teşviki(C1), bilgi eksikliği(C2) ve sürdürülebilirlik üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriterlerini etkilediği hem de bu kriterlerden etkilendiği görülmektedir.

Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriteri, kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5) ve söz konusu ürüne önceden başvurunun yapılmış olması(C6) kriterlerinden etkilendiği, yetersiz devlet teşviki(C1), bilgi eksikliği(C2) ve yöresel ürün geliştirme azlığı(C3) kriterlerini etkilediği hem de bu kriterlerden etkilendiği görülmektedir. Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriteri etkileme ve etkilenme ilişkisine bakıldığında yöresel ürün geliştirme azlığı(C3) kriteri ile benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Kurumların uyum içerisinde çalışmaması(C5) kriteri, yetersiz devlet teşviki(C1), yöresel ürün geliştirme azlığı(C3) ve sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriterlerini etkilediği, bilgi eksikliği(C2) kriterinden etkilendiği görülmektedir.

Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması(C6) kriteri, bilgi eksikliği(C2) kriterinden etkilendiği, yöresel ürün geliştirme azlığı(C3) ve sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları(C4) kriterlerini etkilediği görülmektedir. Koordinat üzerinde en az etkileşim içinde bulunan kriter olduğu görülmektedir.

Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluk kriterlerinin önem ağırlık ve öncelikleri Tablo 3.23 aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 3.23. Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluk Kriterlerinin Önem Ağırlık ve Öncelikleri

Kriterler	Toplam ve Net Etki (w_i)	Ağırlıklar (W_i)	Öncelikli Sıralama
Bilgi eksikliği	17,39529086	17,60%	1
Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları	16,86321255	17,05%	2
Yöresel ürün geliştirme azlığı	16,76428665	16,95%	3
Yetersiz devlet teşviki	16,31457692	16,50%	4
Kurumların uyum içerisinde çalışmaması	16,09879813	16,28%	5
Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması	15,44592519	15,62%	6

Tablo 3.23' e göre en yüksek w_i değerine sahip olan kriter bilgi eksikliğidir. Bu nedenle %17,60 önem ağırlık derecesi ile birinci öncelikli sıradadır. Bilgi eksikliğinin peşinden ikinci sırada sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları kriteri %17,05 oran ile gelmektedir. Sırayla, yöresel ürün geliştirme azlığı %16,95 oran ile üçüncü sırada, yetersiz devlet teşviki %16,50 oran ile dördüncü sırada, kurumların uyum içerisinde çalışmaması %16,28 oran ile beşinci sırada yer almaktadır. Söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması kriteri %15,62 oran ile öncelikli sıralamada son sırada yer almaktadır.

Tabloda yüzdelik olarak ifade edilen ağırlıklara(W_i) bakıldığında birinci(bilgi eksikliği) ve ikinci(sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları) kriterleri arasında %0,45'lik küçük bir fark ile sıralamanın olduğu görülmektedir. Tıpkı bilgi eksikliği ile sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları arasında olan küçük fark gibi öncelikli sıralamanın üç, dört ve beşinci sırasında yer alan yöresel ürün geliştirme azlığı, yetersiz devlet teşviki, kurumların uyum içerisinde çalışmaması kriterleri arasında %0,83 gibi küçük oransal fark vardır.

Kriterlerin önem ağırlıkları Tablo 3.23'e göre genel olarak bakıldığında da farkın az olduğu görülmektedir. Birinci sırada yer alan bilgi eksikliği kriteri ile son sırada yer alan söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması kriteri arasında fark yalnızca %1,98'dir. Bilgi eksikliği, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, yöresel ürün geliştirme

azlığı, yetersiz devlet teşviki, kurumların uyum içerisinde çalışmaması, söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması kriterlerinin etki değeri birbirine yakın düzeydir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluklar çerçevesinde öncelikle literatür çalışması yapıldıktan sonra belirlenen kriterlerin, kritik faktörlerinin analizi ve değerlendirilmesi incelenmiştir. Coğrafi işaret almaya iten nedenler ve karşılaşılan zorluk faktörleri, coğrafi işaret alanında bilgi ve tecrübeye sahip on dört uzmanın ikili karşılaştırma esasına dayalı soru formuna verdikleri cevaplar çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan DEMATEL yöntemi ile analiz edilmiştir.

“Coğrafi işaret almaya iten nedenler nelerdir?” ve “Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar nelerdir?” temel sorularının cevaplandırılması, coğrafi işaret almak isteyen kurum/kuruluşlar için önemli olan faktörlerin bilinmesi açısından önem arz etmektedir. Değerlendirme sonuçlarına göre;

Coğrafi işaret almaya iten nedenler için belirlenen kriterler incelendiğinde, beş kriter arasında etkileyen(gönderici) grubunda çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma kriteri ve turizme katkıda bulunma kriteri yer alırken, etkilenen(alıcı) grubunda geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma kriteri, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme kriteri ve ürün taklitçiliği ile mücadele etme kriteri bulunmaktadır. Coğrafi işaret almaya iten nedenler için belirlenen kriterler içerisinde önem ve diğer kriterleri en çok etkileyen kriter “turizme katkıda bulunma” kriteridir. Analiz sonucunda turizme katkıda bulunma kriteri kritik başarı faktörüdür.

Yenipınar vb (2014), Kezer (2013), Oraman (2015), Taşdan ve Albayrak (2014), Rahman (2014), Tekelioğlu (2019) yaptıkları çalışmalarda coğrafi işaretli ürünlerin turizme katkıda bulunacağına değinmişlerdir. Bu çalışmada uzmanların verdikleri cevaplar doğrultusunda kritik başarı faktörü olarak turizme katkıda bulunma kriterinin çıkması bu çalışmalarını destekleyici niteliktedir.

Hızla değişen tüketici alışkanlıklarının kültürel ve geleneksel değerleri turizmde ön plana çıkardığı açıktır. Yöreye özgü ürün ve tatların koruma altına alınması turizm sektörünün ve ülkenin tanıtımına pozitif bir katkı sunmaktadır. Ancak yöreye özgü ürünlerin öneminin anlaşılmaya başlaması hızlı bir şekilde taklit edilmelerine neden olabilir. Bu ve benzeri gelişmeler doğrultusunda ürünün taklitlerinden ayrılmasını, hukuken koruma altına alınmasını ve ürünün özdeşleştiği yerle tescillenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu kapsamda; coğrafi

işaretler, yöreye özgü ürünlerin sürdürülebilir bir şekilde korunmasına, bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına ve turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorluklar için belirlenen kriterler incelendiğinde, coğrafi işaret almada karşılaşılan zorlukların altı kriteri arasında etkileyen(gönderici) grubunda bilgi eksikliği, söz konusu ürüne önceden başvuru yapılmış olması, kurumların uyum içerisinde çalışmaması yer alırken, etkilenen(alıcı) grubunda sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, yöresel ürün geliştirme azlığı, yetersiz devlet teşviki bulunmaktadır. Coğrafi işaret almada karşılaşılan zorlukların altı kriteri içerisinde önem ve diğer kriterleri en çok etkileyen kriter bilgi eksikliği kriteridir. Bu doğrultuda bilgi eksikliği kriteri diğer bir kritik başarı faktörüdür.

Kan ve Gülçubuk (2018), Taşdan ve Albayrak (2014), Velčovská ve Sadílek (2014), Vinayan, S., (2017), Oroman (2015) yaptıkları çalışmalarda coğrafi işaretli ürünler ve coğrafi işaret konusuyla ilgili bilgi eksikliği hususuna değinmişlerdir. Bu çalışmada uzmanların verdikleri cevaplar doğrultusunda kritik başarı faktörü olarak bilgi eksikliği kriterinin çıkması bu çalışmalarını destekleyici niteliktedir.

Coğrafi işaret almaya iten nedenler ve coğrafi işaret almada karşılaşılan zorlukların alt boyutlarının kritik başarı faktörlerinin belirlenmesi Türkiye’de coğrafi işaret alanında başarılı bir coğrafi işaret sisteminin kurulmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Türkiye’de coğrafi işaret günümüzde gelişmiş ülkelere nazaran hala çok yeni denilebilecek bir noktada olup kavramın kendisi ve bu kapsamdaki ürünler henüz yeterli düzeyde bilinmediği görülmektedir. Bu çalışmanın yapıldığı tarihte Türk Patent Ve Marka Kurumu’na toplam coğrafi işaret başvuru sayısı 1772, tescillenen coğrafi işaretli ürün sayısı ise 932 adettir. Türkiye’nin Avrupa Birliği’nde tescillenen ürün sayısı ise 7 tanedir. Türkiye’nin coğrafi yapısı, farklı iklim kuşaklarına sahip olması, farklı toprak yapısı, kültürel ve beşeri sermayesinin çeşitliliği, bölgeye özgü üretimin ve üretim tekniklerinin yapıyor olması coğrafi işaret başvuru sayısında ve tescillenen ürün sayısının yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. Araştırmaya katılan coğrafi işaret alanında uzman on dört katılımcının cevapları doğrultusunda “coğrafi işaret almada karşılaşılan zorlukların” alt faktörleri arasında bilgi eksikliği kriterinin kritik başarı faktörü çıkması konuyu desteklemektedir. Türkiye’de coğrafi işaret başvuru ve tescil işlemlerinin başarılı olabilmesi için, yörelerin üretici birlikleri ile coğrafi işaret başvurusunda bulunacak kurum veya kuruluşların konu hakkında bilgilendirilmesi, yerel ve kırsal ekonomiye katkıları konusunda

eğitimlerin verilmesi, sŸrdŸrebilir Ÿretim kaliteli ve verimli bir Ÿekilde yapılması amaçlanmalıdır diye dŸŸnŸlmektedir.

Gelecek alıŸmalar için Ÿneriler;

- alıŸmanın Ÿrneklemini geniŸletilerek, daha geniŸ çaplı inceleme yapılabilir.
- alıŸmada belirlenen kriterlere yeni kriterler eklenerek aynı veya daha farklı metodlarla inceleme yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y.** (2018). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* ,6(2),163-177.
- Aksakal, E., & Dağdeviren, M.** (2010). ANP Ve DEMATEL Yöntemleri İle Personel Seçimi Problemine Bütünleşik Bir Yaklaşım. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Ve Mimarlık Fakültesi Dergisi* ,25(4),905-913.
- Aksakal, E., & Dağdeviren, M.** (2015). Yetenek Yönetimi Temelli Personel Atama Modeli Ve Çözüm Önerisi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Ve Mimarlık Fakültesi Dergisi* ,30(2), 249-262.
- Anson, C. J., & Pavithran, K. B.** (2014). Pokkali rice production under geographical indication protection: the attitude of farmers. *Journal of Intellectual Property Rights*, 49-53.
- Arı, Z.** (2002). *Prof. Dr. Ömer Teoman'a 55.Yaş Günü Armağanı*. İstanbul: Beta.
- Ayçin, E.** (2019). *Çok Kriterli Karar Verme: Bilgisayar Uygulamalı Çözümler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Babcock, B. A., Hayes, D. J., Lawrence, J. D., & Clemens, R. L.** (2008). Creating a geographically linked collective brand for high-quality beef: a case study. *Innovative Marketing*, 4(2).
- Bali, C.** (2021). *Tarımsal Üretimde Coğrafi İşaretin Üreticiler Üzerindeki Etkileri: Adıyaman Ve Şanlıurfa İli Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Şanlıurfa: T.C. Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Basole, A.** (2015). Authenticity, innovation, and the geographical indication in an artisanal industry: the case of the Banarasi Sari. *The Journal of World Intellectual Property*, 18(3-4), 127-149.
- Barham, E.** (2003). Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling. *19 Journal of Rural Studies* ,19(1),127-138.
- Başat, H. T., Sandıkçı, M., & Çelik, S.** (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi . *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* ,5(2),64-76.

Besky, S. (2014). The labor of terroir and the terroir of labor: Geographical Indication and Darjeeling tea plantations. *Agriculture and Human Values*, 31(1), 83-96.

Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of rural studies*, 25(1), 108-119.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Geliştirilmiş 2. baskı)*. Ankara: Pegem A Yayıncılık

Chandola, H. V. (2006). Basmati Rice: Geographical indication or mis-indication. *The Journal of World Intellectual Property*, 9(2), 166-188.

Chinnici, F., Duran Guerrero, E., Sonni, F., Natali, N., Natera Marin, R., & Riponi, C. (2009). Gas Chromatography– Mass Spectrometry (GC– MS) characterization of volatile compounds in quality vinegars with protected European geographical indication. *Journal of agricultural and food chemistry*, 57(11), 4784-4792.

Chandola, H. V. (2006). Basmati Rice: Geographical Indication or Mis-İndication. *The Journal of World Intellectual Property*, 9(2), 166-188.

Coşkun, A. Y. (2001). *Coğrafi işaretler*. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi), Türk Patent Enstitüsü, Ankara.

Çakır, S., & Perçin, S. (2013). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleriyle Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü. *Ege Akademik Bakış*, 13(4), 449-459.

Çalışkan, V., & Koç, H. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.

Deselnicu, O. C., Costanigro, M., Souza-Monteiro, D. M., & McFadden, D. T. (2013). A meta-analysis of geographical indication food valuation studies: What drives the premium for origin-based labels?. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 204-219.

Demir, İ. (2020). *Coğrafi İşaretlerin Sosyoekonomik Etkileri*. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C. Türk Patent Ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Dairesi Başkanlığı.

Demirer, H. R. (2010). *Yöresel Ürünler Ve Coğrafi İşaretler;Fransa Ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dias, C., & Mendes, L. (2018). Protected designation of origin (PDO), protected geographical indication (PGI) and traditional speciality guaranteed (TSG): A bibliometric analysis. *Food Research International*, 103, 492-508.

Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. *NWSA-Social Sciences* ,10(2),58-75.

Durusoy, Y.Y. (2017). *Coğrafi İşaretili Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından ALGILANMASI Üzerine Analitik Bir Araştırma: Kars Kaşarı Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

European Union Geographical Indications (2021). [Erişim:15.11.2021, <https://www.tmdn.org/giview/>]

Ersöz, F., & Kabak, M. (2010). Savunma Sanayi Uygulamalarında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Literatür Araştırması. *Savunma Bilimleri Dergisi* ,9(1),97-125.

Goldstein, P. (2001). *International Intellectual Property Law*. New York.

Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler Ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* ,21(2),141-160.

Gönenç, S., 2007. Coğrafi İşaretlerin Koruyucu Mekanizmasını Engelleyen Faktörler. *Gıda Mühendisliği Dergisi*. TMMOB Yayını, Yıl:10 Sayı:25 Sayfa: 45-54
Halloway, C.J., and Taylor, N., 2006. *The Business of Tourism Seventh Edition*. Prentice Hall s.199. England.

Gündoğdu, G. (2006). *Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.

Güneş, M., & Umarusman, N. (2003). Bir Karar Destek Aracı Bulanık Hedef Programlama ve Yerel Yönetimlerde Vergi Opimizasyonu Uygulaması. *Review of Social, Economic&Business Studies* ,2, 245-255.

Gürsu, D. (2008). *Avrupa Birliği'nde Kalite Politikası ve Türkiye'nin Uyumu*. Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koordinat Dairesi Başkanlığı.

Herişçakar, E. (1999). Gemi Ana Makine Seçiminde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri AHP ve SMART Uygulaması. *Gemi İnşaatı ve Teknolojisi Teknik Kongresi*, 99, 240-256. İstanbul.

Hoş, K., & Zencir, E. (2019). Türkiye'de Mahreç İşaretli Ürünlere İlişkin Akademik Yayınların İncelenmesi. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics* , 2(1),39-64.

Hoşcan, N. (2018). Küreselleşme Sürecinde Yöresel Gastronomik Ürünlerin Üretiminde ve Pazarlanmasında Kooperatifçilik Üzerine Bir Model Önerisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* , 2(Ek1), 390-413.

İlgaz, D. (1995). Coğrafi İşaretlerin Korunması: Dünyada Ve Türkiye'de Durum. *Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi* , 4(1&2), 117-142.

İlçalı, G. (2005). Coğrafi İşaretler, Coğrafi İşaretlerde Denetim ve Denetimde Akreditasyonun Önemi, Ankara Üniversitesi, Avrupa Toplulukları Araştırma Uygulama Merkezi (ATAUM), 36. *Dönem Avrupa Birliği Temel Eğitim Programı Semineri, Ankara.*

Juma, C. N., Otieno, D. J., Oluouch-Kosura, W., Gyau, A., & Oduol, J. A. (2016). A survey of consumer perceptions and preferences for geographical indication and quality attributes of honey in Kenya (No. 310-2016-5447).

Kalekahyası , S. (2009). Bayburt İlindeki Coğrafi İşaret Almış Yöresel Ürünlerin Bilinirlik Düzeyi ve Tüketici Tutumlarına Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Kırıkkale: Bayburt Üniversitesi Disiplinlerarası Anabilim Dalı.

Kan, M. (2011). *Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı Ve Etkisi:Akşehir Kirazı Araştırması.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.

Karakuzu, D. B. (2005). *Fikri Mülkiyet Hukuku.* Beta Yayınları.

Kayran, M. F. (2021). *Şanlıurfa İlinin Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kezer, T. Ş. (2013). *AB ve Türkiye'de Coğrafi İşaretler.* Ankara: Uzman Gözüyle, Aylık Avrupa Birliği Bülteni.

Kop P, Van DE, Sautier D, Gerz A (2006) Origin Based Products. Lessons for Propoor Market Development. Royal Tropical Institute – CIRAD, 372:225-228.

KORUCUK, S., & MEMİŞ, S. (2019). Yeşil Liman Uygulamaları Performans Kriterlerinin Dematel Yöntemi ile Önceliklendirilmesi: İstanbul Örneği. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 134-148.

KÖŞKER, H. (2020). Coğrafi işaret konusunda yazılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.

Latorre, C. H., Crecente, R. P., Martín, S. G., & García, J. B. (2013). A fast chemometric procedure based on NIR data for authentication of honey with protected geographical indication. *Food chemistry*, 141(4), 3559-3565.

Likoudis, Z., Sdrali, D., Costarelli, V., & Apostolopoulos, C. (2016). Consumers' intention to buy protected designation of origin and protected geographical indication foodstuffs: the case of Greece. *International Journal of Consumer Studies*, 40(3), 283-289.

López-Moctezuma, H., Ferrera-Cerrato, R., Farias-Larios, J., Aguilar-Espinosa, S., Bello, M. D. R. F., & López-Aguirre, J. G. (2005). Micorriza arbuscular, Bacillus y sustrato enriquecido con vermicomposta en el desarrollo de plantas de papayo. *Terra latinoamericana*, 23(4), 523-531.

Marie-Vivien, D. (2008). From plant variety definition to geographical indication protection: A search for the link between Basmati rice and India/Pakistan. *The Journal of world intellectual property*, 11(4), 321-344.

Menapace, L., Colson, G., Grebitus, C., & Facendola, M. (2009). Consumer preferences for country-of-origin, geographical indication, and protected designation of origin labels. *European Review of Agricultural Economics*, 38(2), 193-212.

Miguélez, E., Zumalacárregui, J. M., Osorio, M. T., Figueira, A. C., Fonseca, B., & Mateo, J. (2008). Quality traits of suckling-lamb meat covered by the protected geographical indication “Lechazo de Castilla y León” European quality label. *Small Ruminant Research*, 77(1), 65-70.

Moctezuma, K. (2005). Promoting Geographical Indication Extension as a Tool to Sustain Tradition: Examining the Comté Case (Doctoral dissertation, MA Thesis, Monterey Institute of International Studies).

Muñoz-Falcón, J. E., Prohens, J., Vilanova, S., Ribas, F., Castro, A., & Nuez, F. (2009). Distinguishing a protected geographical indication vegetable (Almagro eggplant) from closely related varieties with selected morphological traits and molecular markers. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 89(2), 320-328.

Nakae, M., Motomura, H., Hagiwara, K., Senou, H., Koeda, K., Yoshida, T., ... & Matsuura, K. (2018). An annotated checklist of fishes of Amami-oshima Island, the Ryukyu Islands, Japan. *Memoirs of the National Museum of Nature and Science*, Tokyo, 52, 205-361.

Ngokkuen, C., & Grote, U. (2012). Geographical indication for jasmine rice: Applying a logit model to predict adoption behavior of Thai farm households. *Quarterly Journal of International Agriculture*, 51(892-2016-65165), 157-185.

Oraman, Y. (2015). Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.

Öner, M. (2021). *Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi Sistemine İlişkin Kritik Başarı Faktörlerinin Dematel Yöntemiyle Analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özden, Ü. H. (2015). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Özgür, D. (2011). *Coğrafi İşaretlerin Korunması: Avrupa Birliği'ndeki Hukuki Çerçeve Ve Türkiye Uygulaması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özsoy, T. (2015). Coğrafi İşaretlemenin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 31-46.

Parrott, N., Wilson, N., & Murdoch, H. (2002). Spatializing Quality: Regional Protection and the Alternative Geography of Food. *European Urban and Regional Studies*, 9(3), 241-261.

Pektaş, G. E., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). Türkiye’de Coğrafi İşaretler ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 65-82.

Phua, H. M., & Minowa, M. (2005). A GIS-Based Multi-Criteria Decision Making Approach To Forest Conservation Planning At A Landscape Scale: A Case Study In The Kinabalu Area, Sabah, Malaysia. *Landscape and Urban Planning* , 71(2-4), 207-222.

Polat, E. (2017). Turizm Ve Coğrafi İşaretleme:Balıkesir Örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-31.

Rahmah, M. (2017). The Protection of Agricultural Products under Geographical Indication: An Alternative Tool for Agricultural Development Indonesia. *Journal of Intellectual Property Rights*, 22(2), 90-103.

Rangnekar, D. (2004). The socio-economics of geographical indications. *UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper, 8*, 13-15

Rauffus, G. (2010). Der internationale Schutz geografischer Herkunftsangaben, Sippligen. *Jenaer Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft*.

Rovamo, O. (2006). *Monopolizing Names? The Protection of Geographical Indications in the European Community*. Department of Public Law. Helsinki: Department of Public Law, IPR University Center, University of Helsinki.

SARIİPEK, S., & Çevik, S. (2020). Oraların nesi meşhur: şehir pazarlamasında coğrafi işaret tescilli ürünler. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 4907-4938.

Sorgho, Z., & Larue, B. (2014). Geographical indication regulation and intra-trade in the European Union. *Agricultural Economics*, 45(S1), 1-12.

Suh, J., & MacPherson, A. (2007). The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of ‘Boseong’green tea. *Area*, 39(4), 518-527.

Sylvander, B. (2004). *Development of Origin Labelled Products: Humanity*. Innovation and Sustainability, Dolphins WP7 Report.

Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi Ve Vize(Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.

Şentürk, B. (2011). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Mikro Ve Makro Açından Bir Değerlendirme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Takayama, T., Norito, T., Nakatani, T., & Ito, R. (2021). Do geographical indications preserve farming in rural areas? Evidence from a natural experiment in Japan. *Food Policy*, 102, 102101.

TANRIKULU, M., & DOĞANDOR, E. (2021). Coğrafi İşaretleri ve Coğrafi İşaret Potansiyeliyle Bolu İli. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223-257.

Tashiro, A., Uchiyama, Y., & Kohsaka, R. (2018). Internal processes of Geographical Indication and their effects: an evaluation framework for geographical indication applicants in Japan. *Journal of Ethnic Foods*, 5(3), 202-210.

Taşdan, K., Albayrak, M., & Albayrak, K. (2014). Coğrafi İşaret Tescilli Geleneksel Ürünlerde İzlenebilirlik: Ankara İli Örneği. *11. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, 3, 1292-1300.

Tehrani, P. M., & Manap, N. A. (2013). Urgency and benefits of protecting Iranian carpets using geographical indications.

Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi İşaretler Ve Türkiye Uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 8(15), 47-75.

Tepe, S. (2008). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri*. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı.

Topoyan, M. (2005). *Yeniden Üretim Süreçleri İçin Sürdürülebilir Ürün Tasarımlarının Oluşturulması*. İstanbul: 5. Ulusal Üretim Aşamaları Sempozyumu.

Tuncay, M. (2009). *Coğrafi İşaretlerin Korunması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türk Patent Ve Marka Kurumu(2021). T.C. Coğrafi İşaret Başvuru ve Tescil İşlemleri 2021-11. [Erişim:10.11.2021, <https://ci.turkpatent.gov.tr/>]

- Tzeng, H. G., & Chiang, H. C.** (2007). A Novel Hybrid MCDM Model Based on Factor Analysis and DEMATEL. Expert systems with Applications. *Evaluating Intertwined Effects in E-Learning Programs*, 32(4), 1028-1044.
- Van de Kop, P., Sautier, D., & Gerz, A.** (2006). *Origin-based products: Lessons for pro-poor market development* (Vol. 372, pp. 104-p). The Royal Tropical Institute-KIT.
- Vandecandelaere, E., Samper, L. F., Rey, A., Daza, A., Mejía, P., Tartanac, F., & Vittori, M.** (2021). The Geographical Indication Pathway to Sustainability: A Framework to Assess and Monitor the Contributions of Geographical Indications to Sustainability through a Participatory Process. *Sustainability*, 13(14), 7535.
- Van Ittersum, K., Meulenberg, M. T., Van Trijp, H. C., & Candel, M. J.** (2007). Consumers' appreciation of regional certification labels: a Pan-European study. *Journal of Agricultural Economics*, 58(1), 1-23.
- Vats, N. K.** (2016). Geographical indication-the factors of rural development and strengthening economy.
- Velcovská, Š., & Sadílek, T.** (2014). The system of the geographical indication—important component of the politics of the consumers' protection in European Union. *Amfiteatru Economic Journal*, 16(35), 228-242.
- Vinayan, S.** (2017). Geographical indications in India: Issues and challenges—An overview. *The Journal of World Intellectual Property*, 20(3-4), 119-132.
- Vitrolles, D.** (2011). When geographical indication conflicts with food heritage protection. The case of Serrano cheese from Rio Grande do Sul, Brazil. *Anthropology of food*, (8).
- Yalçın, B.** (2013). Yöresel Ürünlerin Pazarlanması Üzerine Değerlendirmeler. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 6(11), 205-213.
- Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S.** (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafî İşaretleme: Van Otlı Peyniri (The. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13, 23.
- Zanandrea, G., Priesnitz, M. C., dos Santos Dullius, A. I., Menegotto, M. L. A., Camargo, M. E., Russo, S. L., & Fabris, J. P.** (2018). Produtos Tradicionais Portugueses:

Indicação Geográfica. REVISTA GEINTEC-GESTAO INOVACAO E
TECNOLOGIAS, 8(1), 4250-4258.

EKLER

Ek 1

DEMATEL YÖNTEMİ ANKET ÇALIŞMASI

Sayın Katılımcı,

Bu anket araştırması, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Doç. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU danışmanlığında “Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler ve Karşılaşılan Zorluklar Üzerine Dematel Yöntemli Çalışma” adlı tez çalışmasında uzman görüşlerinin alınması için hazırlanmıştır. Siz değerli katılımcıların 5 dakikasını alarak anketi doldurması istenecektir. Vereceğiniz yanıtlar gizli tutularak yalnızca akademik çalışmada kullanılacaktır. Hiçbir ticari amacı yoktur, sizlere herhangi bir sorumluluk getirmeyecektir. Ankete katılım sağladığınız için teşekkür ederim.

Özgür Doğan ÖZTÜRK

İşletme Yüksek Lisans

Öğrencisi

1. Kısım

Demografik Bilgiler

1)	Yaş?					
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ve üstü
2)	Cinsiyet?					
	Erkek			Kadın		
3)	Eğitim durumunuz?					
	Lise	Lisans	Yüksek Lisans		Doktora	
4)	Çalıştığınız kurum/kuruluş ... sektörüdür.					
	Özel			Kamu		

5)	Çalıştığınız kurumdaki göreviniz?	
6)	Çalıştığınız kurumdaki tecrübe yılınız?	
7)	Çalıştığınız kurum veya kuruluşun kaç tane coğrafi işaretli ürün başvurusu var ?	
8)	Çalıştığınız kurum veya kuruluşun kaç tane coğrafi işaret tescili almış ürünü var?	
9)	Coğrafi işaret başvuru veya tescili aşamasında başka kurum/kuruluşlardan destek aldınız mı?	
	Evet	Hayır

2. Kısım

Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler

	Etki yok	Düşük	Orta	Yüksek
1-Turizme katkıda bulunma, çevre ve biyolojik çeşitliliği korumayı ne derece etkiler?				
2-Turizme katkıda bulunma, ürün taklitçiliği ile mücadele etmeyi ne derece etkiler?				
3-Turizme katkıda bulunma, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı desteklemeyi ne derece etkiler?				
4-Turizme katkıda bulunma, geleneksel bilgi ile kültürel değerleri korumayı ne derece etkiler?				
5-Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma, turizme katkıda bulunmayı ne derece etkiler?				
6-Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma, Ürün taklitçiliği ile mücadele etmeyi ne derece etkiler?				
7-Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma, Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı desteklemeyi ne derece etkiler?				
8-Çevre ve biyolojik çeşitliliği koruma, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri korumayı ne derece etkiler?				
9-Ürün taklitçiliği ile mücadele etme, turizme katkıda bulunmayı ne derece etkiler?				
10-Ürün taklitçiliği ile mücadele etme, çevre ve biyolojik çeşitliliği korumayı ne derece etkiler?				
11-Ürün taklitçiliği ile mücadele etme, yerel üretim ve kırsal kalkınmayı desteklemeyi ne derece etkiler?				
12-Ürün taklitçiliği ile mücadele etme, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri korumayı ne derece etkiler?				
13-Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, turizme katkıda bulunmayı ne derece etkiler?				
14-Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, çevre ve biyolojik çeşitliliği korumayı ne derece etkiler?				

	Etki yok	Düşük	Orta	Yüksek
15-Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, ürün taklitçiliği ile mücadele etmeyi ne derece etkiler?				
16-Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı destekleme, geleneksel bilgi ile kültürel değerleri korumayı ne derece etkiler?				
17- Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma, turizme katkıda bulunmayı ne derece etkiler?				
18- Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma, çevre ve biyolojik çeşitliliği korumayı ne derece etkiler?				
19- Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma, ürün taklitçiliği ile mücadele etmeyi ne derece etkiler?				
20- Geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma, Yerel üretim ve kırsal kalkınmayı desteklemeyi ne derece etkiler?				

3.Kısım

Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar

	Etki yok	Düşük	Orta	Yüksek
1-Yetersiz devlet teşviki, bilgi eksikliğini ne derece etkiler?				
2-Yetersiz devlet teşviki, yöresel ürün geliştirme azlığını ne derece etkiler?				
3-Yetersiz devlet teşviki, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorluklarını ne derece etkiler?				
4-Yetersiz devlet teşviki, kurumların uyum içerisinde çalışmamasını ne derece etkiler?				
5-Yetersiz devlet teşviki, söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olmasını ne derece etkiler?				
6-Bilgi eksikliğı, yetersiz devlet teşvikini ne derece etkiler?				
7-Bilgi eksikliğı, yöresel ürün geliştirme azlığını ne derece etkiler?				
8-Bilgi eksikliğı, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorluklarını ne derece etkiler?				
9-Bilgi eksikliğı, kurumların uyum içerisinde çalışmamasını ne derece etkiler?				
10-Bilgi eksikliğı, söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olmasını ne derece etkiler?				
11-Yöresel ürün geliştirme azlığı, yetersiz devlet teşvikini ne derece etkiler?				
12-Yöresel ürün geliştirme azlığı, bilgi eksikliğini ne derece etkiler?				
13-Yöresel ürün geliştirme azlığı, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorluklarını ne derece etkiler?				

	Etki yok	Düşük	Orta	Yüksek
14-Yöresel ürün geliştirme azlığı, kurumların uyum içerisinde çalışmamasını ne derece etkiler?				
15-Yöresel ürün geliştirme azlığı, söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olmasını ne derece etkiler?				
16-Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, yetersiz devlet teşvikini ne derece etkiler?				
17-Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, bilgi eksikliğini ne derece etkiler?				
18-Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, yöresel ürün geliştirme azlığını ne derece etkiler?				
19-Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, kurumların uyum içerisinde çalışmamasını ne derece etkiler?				
20-Sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorlukları, söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olmasını ne derece etkiler?				
21-Kurumların uyum içerisinde çalışmaması, yetersiz devlet teşvikini ne derece etkiler?				
22-Kurumların uyum içerisinde çalışmaması, bilgi eksikliğini ne derece etkiler?				
23-Kurumların uyum içerisinde çalışmaması, yöresel ürün geliştirme azlığını ne derece etkiler?				
24-Kurumların uyum içerisinde çalışmaması, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorluklarını ne derece etkiler?				
25-Kurumların uyum içerisinde çalışmaması, söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olmasını ne derece etkiler?				
26-Söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olması, yetersiz devlet teşvikini ne derece etkiler?				
27-Söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olması, bilgi eksikliğini ne derece etkiler?				
28-Söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olması, yöresel ürün geliştirme azlığını ne derece etkiler?				
29-Söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olması, sürdürülebilirlik ve üretimin devam etmesinin zorluklarını ne derece etkiler?				
30-Söz konusu ürüne daha önceden başvuru yapılmış olması, kurumların uyum içerisinde çalışmamasını ne derece etkiler?				

EK 2**UZMANLARIN ANKET CEVAPLARI****Coğrafi İşaret Almaya İten Nedenler**

"→": Etkiler, "O":Etki Yok, "1": Düşük Etki, "2": Orta Etki, "3":Yüksek Etki														
Sorular	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14
1- K1→K2	3	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	0
2- K1→K3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	0
3- K1→K4	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
4- K1→K5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1
5- K2→K1	3	1	2	3	3	2	3	3	2	1	3	2	3	3
6- K2→K3	3	2	3	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	1
7- K2→K4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3
8- K2→K5	3	3	1	3	3	2	2	3	1	2	3	2	3	2
9- K3→K1	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	0
10- K3→K2	3	0	2	2	3	3	2	3	1	1	3	3	2	0
11- K3→K4	3	3	3	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	2
12- K3→K5	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	1
13- K4→K1	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2
14- K4→K2	3	1	1	3	3	2	2	3	1	1	3	3	3	1
15- K4→K3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1
16- K4→K5	3	3	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1
17- K5→K1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2
18- K5→K2	3	1	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	2
19- K5→K3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	3	1
20- K5→K4	3	2	1	2	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2

Coğrafi İşaret Almada Karşılaşılan Zorluklar

"→": Etkiler, "O":Etki Yok, "1": Düşük Etki, "2": Orta Etki, "3":Yüksek Etki														
Sorular	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14
C1→C2	3	2	1	2	2	0	3	2	3	3	3	3	3	0
C1→C3	3	2	1	2	2	0	3	2	3	3	3	3	3	2
C1→C4	3	3	3	2	3	0	3	2	3	2	3	2	3	2
C1→C5	3	1	3	2	3	0	3	1	3	3	3	2	2	0
C1→C6	3	0	0	2	2	0	2	1	2	2	3	2	3	0
C2→C1	3	2	0	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2
C2→C3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2
C2→C4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	3	1
C2→C5	3	1	1	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
C2→C6	3	2	1	2	2	2	3	3	3	1	3	2	3	2
C3→C1	3	1	1	2	3	1	1	2	3	1	3	3	3	3
C3→C2	3	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
C3→C4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2
C3→C5	3	1	0	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2
C3→C6	3	0	1	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2
C4→C1	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
C4→C2	3	1	3	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2
C4→C3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2
C4→C5	3	1	0	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2
C4→C6	3	0	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2
C5→C1	3	0	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
C5→C2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	1	3	2	3	2
C5→C3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
C5→C4	3	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2
C5→C6	3	1	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	3	2
C6→C1	3	0	1	2	3	2	2	2	3	1	3	2	1	2
C6→C2	3	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
C6→C3	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2
C6→C4	3	1	1	2	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2
C6→C5	3	0	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	2