T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN KENT VE BÖLGE EKONOMİSİ AÇISINDAN ÖNEMİ: ANKARA ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan
Abdullah KERMOOĞLU

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR

ARALIK 2023, ERZİNCAN

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

"COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN KENT VE BÖLGE EKONOMİSİ AÇISINDAN ÖNEMİ: ANKARA ÖRNEĞİ" "**Yüksek Lisans**" tezim tarafımca incelenmiştir. Buna göre tezimde bilimsel etik ihlali ve intihal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir durum olmadığını taahhüt ederim. Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun birbiçimde elde edildiğini; aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi beyan ederim.

Abdullah KERMOOĞLU

T.C.

ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Ana Bilim Dalı	: Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
Program Adı	: Tezli Yüksek Lisans
Tez Başlığı	: Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kent ve Bölge Ekonomisi Açısından Önemi: Ankara Örneği

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 95 sayfalık kısmına ilişkin 21/12/2023 tarihinde **Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı %21'dir.

Filtrelemeye tırnak içerisindeki alıntılar dahil edilmiştir. Filtrelemede yedi (7) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 21/12/2023

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR **Öğrenci**: Abdullah KERMOOĞLU

KILAVUZA UYGUNLUK

"Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kent ve Bölge Ekonomisi Açısından Önemi: Ankara Örneği" başlıklı Yüksek Lisans Tezi Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan	**Danışman**
Abdullah KERMOOĞLU	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR danışmanlığında **Abdullah KERMOOĞLU** tarafından hazırlanan **"Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kent ve Bölge Ekonomisi Açısından Önemi: Ankara Örneği** adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy çokluğu kabul edilmiştir.

21/12/2023

JÜRİ:

Danışman	:	**Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR**	(İmza)
Üye	:	**Dr.Öğr. Üyesi Süleyman UĞURLU**	(İmza)
Üye	:	**Dr. Öğr. Üyesi Abdussamet POLATER**	(İmza)

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun …/…/2024 tarih ve .....sayılı kararı ile onaylanmıştır.

…./…/2024

Prof. Dr. Necdet TOZLU

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Bu tez çalışmamın hazırlanmasında yardım ve desteklerinden dolayı değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Yazar'a sonsuz şükranlarımı sunarım. Bunun yanı sıra tezimin hazırlanmasında yönlendirmeleri ve desteklerini hiç eksik etmeyen kıymetli hocalarıma da en kalbi duygularımla şükranlarımı sunuyorum.

Çalışma yaptığım bu meşakkatli süreçte benden manevi desteğini esirgemeyen değerli aileme teşekkür etmeyi borç bilirim. Ayrıca tez çalışmam boyunca benden manevi desteklerini esirgemeyen kıymetli büyüğüm Dr. Ahmet Osmanoğlu'na ve Fatih Ulutaş'a minnettar olduğumu belirtmek isterim.

Abdullah KERMOOĞLU, 21.12.2023

COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN KENT VE BÖLGE EKONOMİSİ AÇISINDAN ÖNEMİ: ANKARA ÖRNEĞİ

Abdullah KERMOOĞLU

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Tezi, Aralık 2023

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR

ÖZET

Türkiye, coğrafi işaretli ürünler açısından zengin bir yapıya sahiptir. Bu ürünlerin tescil sayılarına bakıldığı zaman geniş bir çeşitlilik ile karşılaşılır. Özellikle bazı bölgelerde bu rakamlarda artış meydana gelmektedir. Ankara bölgesi de bunlar arasında yer almaktadır. Ankara, coğrafi işaretli ürünler açısından oldukça zengin bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu ürünlerin çoğu da tescil edilmiştir. Ankara iline ait ürünler ekonomik anlamda değere sahip, kent ve bölge ekonomisine etki eden bir genişliğe sahiptir.

Ankara'daki coğrafi işaretli ürünlerin seçilmesi bölgenin bu alanda zenginliği ile ilişkilidir. Ankara'da tescil edilmiş olan ürünlerin pek çoğu yurtiçi ve yurtdışı ticaret hacmine sahip ürünlerdir. Çalışma kapsamında Ankara kentsel merkezi ve Ankara ili mülki idare sınırlarını kapsayan TR51 istatistiki bölgesi ele alınmıştır. Bölgenin öne çıkan coğrafi işaretli ürünlerinin bölge ve kent ekonomisi açısından önemi değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Kent Ekonomisi, Kalkınma, Tescil, Koruma

THE IMPORTANCE OF GEOGRAPHICALLY INDICATED PRODUCTS FOR THE CITY AND REGIONAL ECONOMY: SAMPLE OF ANKARA

Abdullah KERMOOĞLU

Erzincan Binali Yıldırım University

Graduate School of Social Sciences

Master Thesis, December 2023

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Ahmet YAZAR

ABSTRACT

Turkey has a rich structure in terms of geographically signalled products. When the number of registrations of these products is examined, a wide variety is encountered. Especially in some regions, an increase in these figures occurs. Ankara region is also among these. Ankara has a very rich product range in terms of geographically marked products. Most of these products are also registered. The products of Ankara province have an economic value and have a wide range that affects the city and regional economy.

The selection of geographically marked products in Ankara is related to the richness of the region in this field. Most of the products registered in Ankara are products with domestic and international trade volume. Within the scope of the study, the TR51 statistical region covering the urban centre of Ankara and the administrative boundaries of Ankara province is considered. The importance of the prominent geographically marked products of the region in terms of regional and urban economy has been evaluated.

Keywords: Geographical Indication, Urban Economy, Development, Registration, Protection

İÇİNDEKİLER

COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN KENT VE BÖLGE EKONOMİSİ AÇISINDAN ÖNEMİ: ANKARA ÖRNEĞİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI…..ii
KILAVUZA UYGUNLUK iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI iv
ÖN SÖZ v
ÖZET vi
ABSTRACT vii
İÇİNDEKİLER..... viii
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ x
TABLOLAR LİSTESİ xi
ŞEKİLLER LİSTESİ xii
GİRİŞ.....1

BİRİNCİ BÖLÜM
COĞRAFİ İŞARET VE EKONOMİK BOYUTU

1.1. Coğrafi İşaret Kavramı ve Tanımı.....3
1.1.1. Coğrafi İşaret Tarihçesi 5
1.1.2. Coğrafi Unsurları.....6
1.1.3. Coğrafi İşaret Türleri.....8
1.1.4. Coğrafi İşaretlerin Fonksiyonları 11
1.2. Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Ait Hukuksal Çerçeve.....13
1.2.1. Uluslararası Hukukta Coğrafi İşaretler.....14
1.2.2. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaretlere İlişkin Düzenlemeler 18
1.2.3. Türk Hukukunda Coğrafi İşaretler 19
1.3. Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi 20
1.3.1. Coğrafi İşaretlerin Kullanımı 20
1.3.2. Coğrafi İşaretlerin Denetimi.....22
1.4. Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Boyutu.....22
1.4.1. Kentsel ve Bölgesel Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Boyutu...25

1.4.2. Coğrafi İşaretlerin Türkiye ve Dünya Ekonomisine Katkıları 28

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET VE COĞRAFİ İŞARETLER YÖNÜYLE KENT EKONOMİSİ VE BÖLGESEL KALKINMA

2.1. Kent Ekonomisi Kavramı 32

2.1.1. Ekonomik Faaliyetlerin Karakterleri.....33

2.1.2. Bölgesel Gelişmişlik Faaliyetleri 35

2.2. Bölgesel Kalkınmada Yaşanan Değişim ve Rekabet Edebilirlik.....36

2.2.1. Bölgesel Kalkınmada Yaşanan Değişim 36

2.2.2. Bölgesel Kalkınmanın Temel İlkeleri 38

2.2.3. Kentsel Rekabet Edilebilirlik 40

2.2.4. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik.....41

2.3. Kentsel ve Bölgesel Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Rekabet Edilebilirlik: Ankara Örneği 43

2.3.1. Araştırmanın Önemi 43

2.3.2. Araştırmanın Amacı 43

2.3.3. Araştırma Sahası.....43

2.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları 44

2.3.5. Araştırmaya İlişkin Bulgular ve Değerlendirme 44

SONUÇ 70

KAYNAKÇA.....73

EK 79

Ek 1. AB Tarafından Korunan Türkiye'deki Korumalı Coğrafi İşaretler 79

Ek 2. Türkiye'deki Korumalı Menşe Coğrafi İşaretli Ürünler 81

Ek 3. 2015-2023 Yılları Arasında Dünyadaki Coğrafi İşaretli Ürünler 86

ÖZ GEÇMİŞ 110

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

% : Yüzde

AB : Avrupa Birliği

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

AT : Avrupa Topluluğu

ATO : Ankara Ticaret Odası

Cİ : Coğrafi İşaret

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

DTÖ : Dünya Ticaret Örgütü

KHK : Kanun Hükmünde Kararname

SMK : Sınai Mülkiyet Kanunu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Coğrafi İşaretli Ürünler ve Grupları 50
Tablo 2.2: Ankara Tiftiği İhracatı 58
Tablo 2.3: Ankara Simidi Yurt İçi İhracatı 60
Tablo 2.4: Çubuk Agat Taşı İhracatı 61
Tablo 2.5: Ankara Balı İhracat Tablosu (TL) 62
Tablo 2.6: Andezit Taşı İhracat Oranı 63
Tablo 2.7: Çubuk Turşusu Üretim Bandı 64
Tablo 2.8: Ankara İhcarat ve İthalat Oranları 65
Tablo 2.9: Sektörlere Bağlı İthalat ve İhracat Oranları 65

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: KHK'daki Kavramlar 10

Şekil 1.2: Türk Patent ve Marka Kurumu Amblem Çeşitleri.....11

Şekil 1.3: Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı (%).....49

Şekil 2.1: Ankara Döneri 52

Şekil 2.2: Ankara Erkeç Pastırması.....53

Şekil 2.3: Ankara Tava.....53

Şekil 2.4: Ankara Simidi.....53

Şekil 2.5: Çamlıdere Höşmerim Tatlısı.....54

Şekil 2.6: Ankara Balı.....55

Şekil 2.7: Çubuk Agat Taşı.....55

Şekil 2.8: Gölbaşı Sevgi Çiçeği 56

Şekil 2.9: Nallıhan Örtmesi.....56

Şekil 2.10: Nallıhan İğne Oyası 56

Şekil 2.11: Ankara Tiftiği 57

GİRİŞ

Coğrafi işaretler, bir bölgeye mashus olan ürünleri içine almaktadır. Bu ürünler bir bölgenin belli başlı özelliklerini taşır. Bu yüzden coğrafi işaretli ürünler olarak ifade edilmektedirler. Bugün dünyanın birçok yerinde bu tür ürünler ile karşılaşmak mümkündür. Özellikle mevcut olan ürünlerin taşımış olduğu özellikler de yine coğrafi yapı ile alakalıdır. Çünkü coğrafi işaretli ürünlere bakıldığı zaman bu ürünler yetiştiği ya da üretildiği bölgenin belli başlı özellikleri ile donatılmışlardır. Bu tür ürünler, bölgesel bir ayırt ediciliğe sahiptir. Bu açıdan daha çok ön plana çıkan ve tercih edilen bir yapıya bürünmüştür. Coğrafi açıdan çok fazla değer kazanmaları da yine bu yüzdendir. Bu tür ürünleri sınıflandırmak da mümkündür.

Coğrafi işaretli ürünler, şu üç temel üzerine oturmaktadır;

- Yerel ürünler
- Bölgesel ürünler
- Ülke bazlı ürünler

Bu eksende bir ürün dağılımı vardır. Özellikle bu ürünler, çok geniş bir skalaya sahip olduğu için sınıflandırma alanında da bu ürünler ile ilgili karmaşıklık ile karşılaşmak mümkündür. Temelde belli bir değeri taşırlar. Ancak sadece bir değerden ibaret değillerdir. Bu ürünler ekonomik anlamda da ön plana çıkan özelliğe sahiptirler. Çok nadir yetişen ürünler vardır. Ya da üretimi çok zor olanlar mevcuttur. Özellikle bu ürünler ekonomik açıdan yüksek bir değere sahiptir.

Bugün Türkiye bağlamında coğrafi işaretli ürünlere bakıldığı zaman birçok açıdan ön plana çıkan bölgesel değere sahip ürünlerle karşılaşılır. Bu ürünler sadece yerel anlamda bir zenginlik yaratmaz. Ülke geneline özgü bir değere de sahiptir. Özellikle ekonomik ve ticari açıdan ülke için bu değer çok önemli fırsatlar sunmaktadır. Kimi ürünler sadece bir bölgede üretildiğinden ticari alanda potansiyelleri yüksek olmaktadır. Bu ürünler üzerinden ticari bir hacim yaratılabilmektedir.

Ekonomide katma değerin sağlanabilmesi ve küresel ekonominin yerelde doğru yönlü bir hamle yapabilmesi açısından Coğrafi İşaretlerin önemi oldukça yüksektir. Ankara örneği üzerinden hem ekonomi yönüyle hem de kentin markalaşması yolunda coğrafi işaretli ürünlerin önemi tartışılmaya muhtaçtır.

Çalışmanın kapsamı, il bağlamında bir örneklem sunmaktır. Bu anlamda Ankara ili hem bir istatistiki bölge (TR51) hem de bir kent olma özelliğine sahiptir. Seçilen bu il üzerinden de çalışma genişletilmiştir. Ankara ilinde mevcut olan birçok tescilli ve patentli ürün vardır. Bu ürünlerin ekonomik alandaki hacimlerini, Ankara ve ülke açısından önemlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çünkü coğrafi işaretli ürünler özellikle ekonomik tabanda önemli bir değere sahiptir.

Çalışmamızın birinci bölümünde, coğrafi işaretli ürünlerin tanımı ve kapsamlı ele alınmıştır. Bunun yanı sıra Ankara'daki Coğrafi İşaret türleri ele alınarak bunlar ayrı ayrı incelenmiştir. Coğrafi işaret kapsamında gerekli olan veri taramaları bu bölüm üzerinden sunulmuştur.

İkinci bölümde ise rekabet, kent ekonomisi ve bölgesel kalkınma üzerinden konu ele alınmıştır. Bu bölümün son başlığında Ankara ilinde mevcut olan ürünlerin taraması yapılıp tescilleri ve ekonomik tabanları sunulmuştur. Bu ürünler bazında bölge ve kent ekonomisine değgin değerlendirmeler yapılmıştır.

Ele alınan ürünler Ankara ili baz alınarak ortaya konulmuştur. Bu ürünlerde patent ve tescillere bakılmıştır. Ankara örneğinde birçok ürün mevcuttur. Ancak çalışmada sadece tescilli ürünlere yer verilmiştir. Bu ürünlerin tescil değerlerinden gerekli özelliklerine kadar ayrıntılar sunulmuştur. Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik değerini gösterir istatistiki veriler üzerinden bölge ve kent ekonomisine ilişkin çıkarımlar yapılmıştır.

Tartışma kısmında çalışma ile benzerlik teşkil eden ve yararlanılan diğer çalışmalara yer verilmiştir. Bu kapsamda mevcut olan çalışmalar derlenip sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

COĞRAFİ İŞARET VE EKONOMİK BOYUTU

1.1. Coğrafi İşaret Kavramı ve Tanımı

Genel bir ifade ile coğrafi işaret; bir ürünün belirgin özelliklerinin dışında temel olarak bulunduğu coğrafya, bölge ya da ülkede benimsenmiş ve yer edinmiş bir işaret olarak ifade edilmektedir. Coğrafi işaretler kendi içerisinde ikiye ayrılmaktadır. Bunlar mahreç ve menşe'dir. Bir ürünün belirgin özellikleri bakımından belirli bir bölgeye has olan nitelikleri taşıması ve üretim aşamasında yer alan ürünlerin bölge sınırlarını kapsayan duruma mahreç işareti denmektedir. Ürünlerin özellikleri ve tamamını kapsayan durumlar neticesinde belirli bir coğrafi bölgede yer alan üretim ürünlerini tanımlamak için menşe adı kullanılmaktadır. Mahreç ve menşe adlarının temel olarak aralarındaki en belirgin fark üretim yeridir. Menşe ile ilgili ürünlerin belirli bir bölgenin sınırları içerisinde üretim yapılıyorken, mahreç ile ilgili ürünlerin coğrafi işaret bakımından üretim alanlarının farklı bir bölgede yapılması söz konusu olabilmektedir (https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret).

En yaygın olarak, bir coğrafi işaret, Jamaica Blue Mountain veya Darjeeling gibi, malın menşe yerinin adından oluşur. Ancak Vinho Verde, Cava veya Argan Yağı gibi coğrafi olmayan isimler veya genellikle bir yerle ilişkilendirilen semboller de coğrafi işaret teşkil edebilir. Özünde, bir işaretin coğrafi işaret olarak işlev görüp görmediği, ulusal hukuk ve tüketici algısı meselesidir. Ayrıca, bir işaretin coğrafi işaret olarak çalışabilmesi için, bir ürünün menşeini belirli bir yer olarak tanımlaması gerekir. Ayrıca, ürünün nitelikleri veya itibarı, esasen menşe yerinden kaynaklanmalıdır. Nitelikler, coğrafi üretim yerine bağlı olduğundan, ürün ile orijinal üretim yeri arasında bir bağ vardır (Hamid Ali, 2014, s. 34-36).

Coğrafi işaretler ve markalar, pazarda mal veya hizmetleri ayırt etmek için kullanılan ayırt edici işaretlerdir. Her ikisi de bir mal veya hizmetin menşei hakkında bilgi iletir ve tüketicilerin belirli bir kaliteyi bir mal veya hizmetle ilişkilendirmesini sağlar. Ticari markalar, tüketicileri bir mal veya hizmetin kaynağı hakkında bilgilendirir. Belirli bir şirketten kaynaklanan bir mal veya hizmeti tanımlarlar. Ticari markalar, tüketicilerin, onu üretmekten veya sunmaktan sorumlu şirket hakkındaki bilgilere dayanarak, bir mal veya hizmeti belirli bir kalite veya itibarla ilişkilendirmesine yardımcı olur. Coğrafi işaretler, bir malın belirli bir yerden geldiğini belirtir. Menşe yerine bağlı olarak, tüketiciler bir ürünü belirli bir kalite, özellik veya itibarla ilişkilendirebilir (Rovamo, 2006, s. 8).

TRIPS Anlaşması kapsamında Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Üyelerinin coğrafi işaretleri koruma yükümlülüğü büyük ölçüde ilgi çekmiştir. Son birkaç on yılda, coğrafi işaret, gelişmekte olan ülkelerde yerel malları ve geleneği biyokorsanlıktan ve yetkisiz kullanımdan korumak için fikri mülkiyet haklarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Fikri mülkiyet haklarından biri olan coğrafi işaret, belirli bir coğrafi kökene sahip olan ve esasen bu kökene atfedilebilecek nitelik, itibar veya özelliklere sahip olan mallar üzerinde kullanılan bir işarettir (WIPO, 2013).

Coğrafi işaretler, genel itibari ile bir topluma özgün olan ürünlerin belirlenmesi ve devamlılığına bakılarak uygun bir şekilde süreçlere uygulanması kabul edilen bir durumu ortaya koymaktadır. Coğrafi işaret, bir bölgeye has olan ürünlerin tescil kazanması ile ortaya çıkmaktadır. Bu ürünler çeşitli sektörleri içine alan dallardan oluşmaktadır. Bunlar; Tarım, el sanatları, sanayi ürünleri ve maden gibi sektörleri barındırmaktadır (Tanrıkulu, 2011, s. 178).

Coğrafi işaretler, ürünlerin belirli bir marka, patent gibi haklarının yerelde ya da ulusalda birçok alanda korunmasına ilişkin durumların tespiti oluşturmaktadır. Coğrafi işaretlerin, bir bireyi taşınmasının dışında bir bölge ya da üreticilerin adına koruması sağlanmaktadır. Belirgin özelliklere sahip bir coğrafi işaretli ürünün koruma altında kullanımına sahip hak sahibi dışında kişilerin kullanması, taklit etmesi ve başkalarına aktarması durumu yasal değildir (Tepe, 2008, s. 7).

1.1.1. Coğrafi İşaret Tarihçesi

Coğrafi işaret kavramının ilk nasıl ve ne şekilde çıktığı tam olarak bilinmemektedir. Yalnız ilk olarak Orta Avrupa ve İngiltere'deki dokumacıların ürünlere özellik katan coğrafyanın belirtilmesi amacıyla kullanılmıştır (Oraman, 2015, s. 79). Coğrafi işaretlerin tarihçesi oldukça eski bir geçmişe sahiptir. İnsanlar binlerce yıldır ürünlerin kökenlerini belirtmek ve farklı coğrafi bölgelerin ürünlerinin özelliklerini vurgulamak için çeşitli yöntemler kullanmışlardır. Ancak modern anlamda coğrafi işaretlerin kullanımı sanayi devrimi sonrasında daha belirgin hale gelmiştir (İloğlu, 2014, s. 10).

Eski Mısır'ın ticari faaliyetlerinde, ürünlerin kökenlerini ve kalitelerini belirleme amacıyla coğrafi işaretlerin kullanıldığına dair bazı kanıtlar bulunmaktadır. Özellikle Mısır'ın tarım ürünleri ve ticareti üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, ürünlerin coğrafi kökenlerini belirterek ticarette kullanıldığı düşünülmektedir.

Mısır, antik çağlarda tarım alanında oldukça gelişmiş bir uygarlıktı. Ürünlerin coğrafi kökenleri ve kaliteleriyle ilgili bilgi, ticarette ürünlerin tanımlanması ve farklı bölgelerin ürünlerinin ayırt edilmesi açısından önem taşıyordu. Mısır'ın tarım ürünleri, özellikle tahıllar ve diğer tarım ürünleri, ticarette önemli bir rol oynuyordu ve bu ürünlerin kalitesi ve coğrafi kökenleri belirleniyordu (Tekelioğlu, 2010, s. 33).

Ancak, coğrafi işaretlerin modern anlamdaki kullanımı ve yasal korumasıyla ilgili tarihçe genellikle Orta Avrupa ve İngiltere gibi daha yakın dönemlere aittir. Tarihsel olarak Mısır'da ürünlerin coğrafi kökenlerinin ve kalitelerinin belirtilmesiyle ilgili bilgiler, genellikle arkeolojik buluntular ve antik yazılı kaynaklar üzerinden yorumlanarak elde edilmektedir. Bu kaynaklar, Mısır'da ticaretin ve ürünlerin niteliklerinin belirlenmesi için coğrafi kökenlerin önemine işaret edebilir (Kan ve Gülçubuk, 2008, s. 58).

Türkiye'de ise coğrafi işaretlerin tescillenmesi durumu farklı bir şekilde ilerlemiştir. İlk girişim 1871 yılında düzenlenen "Alameti Farika Nizamnamesi"dir. Yapılan sözleşmelere ek olarak eksik olan yerlerde dünya genelindeki birçok sözleşmeye atıfta bulunarak düzenlemeler değiştirilmiştir. 1930 yılında imzalanan T.C. Başvekâlet Muamelat Müdürlüğü'nün yazısında, sahte olan menşelerin men'i hakkında Madrid Sözleşmesi'ndeki 1925 tarihli La Haye metninin kabul edilmesinin uygun olacağı

bildirilmiştir (Ilgaz, 1995, s. 136). Yalnız coğrafi işaretleme süreci günümüzde 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile resmiyet kazanarak Türk Patent Enstitüsü tescil haklarıyla ilgilenen resmi bir kurum haline gelmiştir.

1.1.2. Coğrafi Unsurları

555 sayılı KHK'nın coğrafi işaret tanımına göre coğrafi işaretin unsurları şunlardır (İloğlu, 2014, s.5) :

- Ürün
- Belirli bir coğrafi alan
- Ürünün belirli özellikleri itibariyle ün kazanmış olması
- Ürünün karakteristik özellikleri ile coğrafi köken arasında bağlantı olması.

Ürün: Coğrafi işaretlerin kullanılabilmesi için ürünün belirli özellikleri taşıması gerekir. Bunlar genellikle ürünün coğrafi bölgelerindeki belirli coğrafi koşullardan etkilenmesiyle ortaya çıkar. Örneğin, ürünün belirli bir coğrafi alanda yetişen bitkilerden üretilmesi, o bölgenin ikliminden veya toprak yapısından etkilenmesi gibi özellikler coğrafi işaretin dayandığı unsurlardan olabilir (İloğlu, 2014, s.5). Bir ürünün coğrafi işarete konu olabilmesi için belirli kriterleri karşılaması gerekir. Bu kriterler genellikle ürünün özgünlüğünü, belirli bir coğrafi bölgeye özgü olmasını ve bu bölgenin özelliklerini taşımasını sağlar. Kanun Hükmünde Kararname veya benzeri düzenlemelerde, bir ürünün coğrafi işarete konu olabilmesi için genellikle aşağıdaki kriterler aranır :

- Doğal Ürünler
- Tarım Ürünleri
- Madenler
- El Sanatları ve Ürünleri
- Sanayi Ürünleri

Belirli Bir Coğrafi Alan: Mahreç adı verilen coğrafi işaret türünde, bir ürünün hammaddesi belirli bir coğrafi bölgeden temin edilmelidir. Daha net bir ifadeyle mahreç, ürünün belirli bir coğrafi bölgeden elde edilen hammaddesi üzerine verilen bir işarettir. Bu, o bölgedeki doğal kaynaklardan elde edilen malzemenin, ürünün özgünlüğünü ve kalitesini belirtir (İloğlu, 2014, s. 8).

Coğrafi işaretlerin tanımlanması ve korunmasıyla ilgili ulusal ve uluslararası anlaşmalarda coğrafyanın tanımlanması farklı ifadelerle yapılmıştır. Bu farklı ifadeler, belirli bir coğrafi bölgenin veya yerin niteliklerini ve kökenini ifade etmeye yönelik farklı bakış açılarını yansıtabilir. TRIPS Anlaşması (Ticaret-Related Aspects of Intellectual Property Rights), coğrafyayı "üye ülke, bu ülkede bir bölge veya yer" olarak ifade eder. Bu tanım, coğrafi işaretlerin kaynağını belirtirken genel bir coğrafi alanı veya yeri belirtir. Öte yandan, ülke içinde coğrafyanın belirlenmesi konusunda farklı tanımlar da bulunabilir. Örneğin, 555 sayılı KHK'da coğrafya, "kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke" şeklinde ifade edilmiştir. Bu tanım, coğrafi işaretin belirli bir ürünün kökenini tanımlarken daha spesifik coğrafi alanları vurgular. Lizbon Anlaşması ise "coğrafi çevre" ve "bir ülke, bölge veya yöre" ifadeleriyle coğrafi alanı tanımlamıştır. Bu ifadeler, coğrafi işaretin belirli bir coğrafi çevreye veya belirli bir ülke, bölge veya yöreye atıfta bulunurken, o bölgenin veya çevrenin özelliklerini vurgular (Tepe, 2008, s. 8-9).

Menşe adları, genellikle ürünün kökeni olan coğrafyaya daha sıkı bağlıdır. Bu işaretler, belirli bir coğrafi bölgede uzun bir süre boyunca belirli özelliklerle ve belirli bir kalite standardıyla üretilen ürünleri temsil eder. Menşe adları, genellikle belirli bir bölgenin ismi veya coğrafi tanımıyla ilişkilendirilir. Diğer yandan, mahreç işaretleri, ürünün hammaddesinin belirli bir coğrafi bölgeden gelmesini ifade eder. Bu işaretler, belirli bir coğrafi alandan elde edilen hammaddenin veya ürünün özelliklerine katkıda bulunduğunu ve o bölgenin karakteristik özelliklerini taşıdığını belirtir. Bu farklar nedeniyle menşe adları genellikle daha spesifik bir coğrafi bölgeyi temsil ederken, mahreç işaretleri, hammaddenin belirli bir coğrafi alandan gelmesini vurgular ve bu anlamda daha esnektir. Bu iki tür işaret, ürünlerin kökenini ve coğrafi bağlarını farklı şekillerde ifade eder (Gündoğdu, 2006, s.17-18).

Ürünün Belirli Bir Karakteristik Özellik Kazanmış Olması: Bir ürünün sahip olduğu ayırt edici özellikler genellikle hem coğrafi alanın doğal faktörlerinden hem de insan etkileşiminden, beşeri faktörlerden kaynaklanabilir. Doğal faktörler, ürünlerin yetiştiği coğrafi alanın iklimi, toprak yapısı, su kaynakları ve bitki örtüsü gibi unsurları içerir. Beşeri faktörler ise üreticilerin bilgi birikimi, teknikleri, geleneksel üretim yöntemleri ve yerel tecrübeler gibi insan etkileşimlerinden kaynaklanır. Sonuç olarak, bir ürünün özgün özellikleri ve kalitesi, coğrafi alanın doğal unsurlarından kaynaklanabileceği gibi,

üreticilerin bilgi birikimi, becerileri ve geleneksel üretim yöntemleri gibi beşeri faktörlerden de etkilenebilir (Tepe, 2008: 13).

Uluslararası sözleşmelere bakıldığında ise Paris Anlaşması ve Madrid Anlaşması, coğrafi işaretlerle ilgili olarak ürünlerin karakteristik özelliklerinden veya kalitesinden bahsetmez. Lizbon Anlaşması ise ürünlerin karakteristik özelliklerinin yanı sıra kaliteyi de vurgular. TRIPS Anlaşması ise karakteristik özelliklerin varlığını vurgular (İloğlu, 2014, s. 8).

Ürünün Karakteristik Özellikleri ile Coğrafi Köken Arasında Bağlantı Olması: Coğrafi işaretlerin temel amacı, belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin tanımlanması ve korunmasıdır. Bu süreçte, ürün ile belirli bir coğrafi alan arasındaki bağlantı ve bu bağlantının ürünün karakteristik özelliklerinde kendini göstermesi önemlidir.

Ürünlerin coğrafi işaret alabilmesi için, bu ürünlerin belirli bir coğrafi bölge ile özdeşleşmesi ve o bölgenin özelliklerini taşıması gereklidir. Bu bağlantı, ürünün özelliklerinin doğrudan o coğrafi alanın iklimi, toprağı, geleneksel üretim yöntemleri veya diğer coğrafi özelliklerinden kaynaklanmasıyla ortaya çıkar. Bu bağlamda Menşe ve Mahreç adları coğrafi bağlantıları sağlamaktadır. Bu prensipler, coğrafi işaretlerin tanımlanması ve korunmasıyla ilgili olarak ürünün coğrafi bağlantısının ve özgünlüğünün önemini vurgular. Ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeyle ilişkilendirilmesi ve bu bölgenin özelliklerini taşıması, coğrafi işaretlerin temelini oluşturur (Tepe, 2008, s. 14-15).

1.1.3. Coğrafi İşaret Türleri

Coğrafi işaretlerin tescili ve korunması genellikle menşe adı veya mahreç işareti olarak yapılır. Bu iki tür işaret, ürünlerin coğrafi kökenini belirtmeye yönelik farklı yaklaşımları temsil eder (İloğlu, 2014, s. 116).

Menşe Adı

Coğrafi sınırları belirlenmiş yer ile söz konusu coğrafi yerin insan faktöründen ve doğasından kaynaklanan bir özelliğe sahip olan ve bu özellikleri itibariyle bölgeyle özdeşleşmiş ürünlerin üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması ürünün 'menşe adını' belirtir. (Türk patent, 2017, s. 2)

Menşe adı verilen işaretler, ürünlerin kökenini belirtmek ve bu bölgenin özelliklerini taşıdığını göstermek için kullanılır. Bu işaretlerin tescili ve korunmasıyla ilgili olarak ürünlerin belirli bir coğrafi bölgede üretilmesi gerekliliği, bu ürünlerin o bölgedeki özellikleri ve standartları taşıması gerektiğini ifade eder (Türk patent, 2017, s. 2).

Bir ürünün menşe adı taşıyabilmesi için şu şartlara ihtiyacı vardır (Meral ve Şahin, 2012, s. 90) :

"Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan, bölge ya da çok özel durumlarda Ülkeden kaynaklanan bir ürün olması,

Tüm özelliklerinin veya esas niteliğinin veya özeliklerinin bu yöre, alan veya bölgeye özgü coğrafi unsurlardan kaynaklanan bir ürün olması,

Üretimi, işlenmesi ve diğer tüm işlemlerinin tamamıyla bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması" (Meral ve Şahin, 2012, s. 90).

Menşe adı kapsamındaki bazı ürünler belirli istisnai durumlarda bulundukları yöreye sıkı sıkıya bağlı olmalarına rağmen, bazı koşullar altında başka yerlerde de üretilebilir veya benzeri ürünler üretilebilir. Özellikle Türk rakısı veya Afyon kaymağı gibi bazı ürünler, belirli bir coğrafi bölge ile özdeşleşmiş olmalarına rağmen, üretim süreçlerinde veya belirli koşullar altında farklı yerlerde benzeri ürünler üretilebilir. Bu durum, örneğin üretim yöntemlerinde veya belirli hammaddelerin temininde yapılan değişikliklerle mümkün olabilir. Ancak, bu istisnai durumlar genellikle sıkı denetim ve belirli standartlar altında gerçekleşir. Örneğin, Türk rakısı için belirli bir coğrafi alanda üretimin yapılması gerektiği halde, bu ürünlerin belirli standartları karşılaması ve üretim sürecinin denetlenmesi durumunda farklı yerlerde benzeri ürünler üretilebilir (Şahin, 2013, s. 25).

Mahreç İşareti

"Bir ürünün coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge ya da ülkeden kaynaklanması, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşmiş olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılması durumları 'mahreç işareti' göstergesini belirtmektedir.' Gaziantep baklavası, Damal bebeği mahreç işaretli ürünlere örnek olarak verilebilir" (Boran, 2017, s. 9).

Bir ürünün menşe adı taşıyabilmesi için şu şartlara ihtiyacı vardır (Meral ve Şahin, 2012, s. 90) :

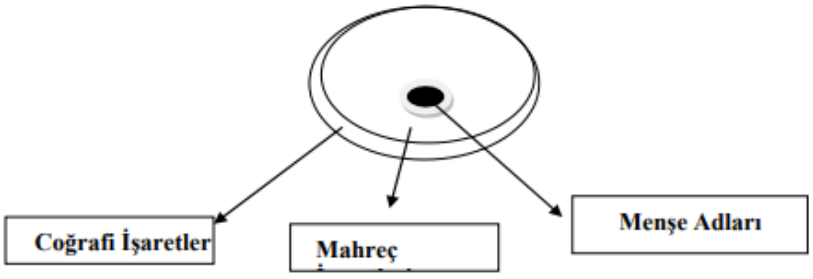
"Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, alan veya bölgeden kaynaklanan bir ürün olması,

Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle bu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş bir ürün olması,

Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması" (s. 90).

Mahreç işaretleri belirli bir coğrafi alanın ürünün imalatında kullanılan malzemeler ve üretim tekniklerinin doğrudan ürünü belirleyen unsurlar olduğunu vurgular. Bu işaretler, ürünün hammaddesinin belirli bir coğrafi bölgeden gelmesini ve bu bölgenin üretim tekniklerinin veya geleneklerinin ürünün özelliklerini belirlemesini ifade eder (Bozgeyik, 2009, s. 14). Mahreç işaretleri, ürünün hammaddesinin belirli bir coğrafi bölgeden gelmesini ifade ederken, menşe adları genellikle ürünün belirli bir coğrafi bölgede üretilmesini gerektirir. Dolayısıyla, mahreç işaretlerinde coğrafi bağlantı daha esnektir ve ürünlerin hammaddelerinin belirli bir coğrafi alandan gelmesi yeterli olabilir (Çalışkan ve Koç 2012, s. 197).

Şekil 1.1 Kanun Hükmünde Kararnamelerdeki Kavramlar



Kaynak: (Yıldız, 2008, s. 84)

Coğrafi işaretler, mahreç ve menşe adları aynı zamanda bizim hukuk sistemimizde ve mevzuatımızda da kendisine yer bulan bir sınıflandırmaya karşılık gelmektedir. Bu doğrultuda Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından belirlenmiş olan amblem çeşitlerinin dünyadaki ve ülkemizdeki genel sınıflandırmaya uygun biçimde belirlendiğini de bu noktada belirtmek gerekmektedir.

Şekil 1.2 Türk Patent ve Marka Kurumu Amblem Çeşitleri

Kaynak: (YÜCİTA, 2018, s. 6).

1.1.4. Coğrafi İşaretlerin Fonksiyonları

Coğrafi işaretlerin birkaç temel fonksiyonu bulunmaktadır. Bunlar; Kökenin belirlenmesi, Ürün Kalitesi ve Özgünlüğünün Korunması, Tüketici Güveni ve Bilinci, Pazar Değerini Artırma, Kültürel ve Ekonomik Mirasın Korunması şeklinde sıralayabiliriz (Gündoğdu, 2006, s. 75).

Kökenin Belirlenmesi: Coğrafi işaretler, bir ürünün kökenini belirtir. Belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu göstererek, ürünlerin coğrafi bağlantısını ve o bölgedeki özelliklerini vurgular.

Ürün Kalitesi ve Özgünlüğünün Korunması: Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi alandaki belirli standartları veya geleneksel üretim yöntemlerini temsil eder. Bu işaretler, ürünlerin belirli bir kalite standardını veya özgünlüğünü korumak için önemli bir araçtır.

Tüketici Güveni ve Bilinci: Coğrafi işaretler, tüketicilere belirli bir coğrafi bölgeden gelen ve o bölgenin özelliklerini taşıyan ürünlerin güvencesini verir. Bu işaretler, tüketicilerin ürünlerin kökeni ve kalitesi konusunda bilinçli tercihler yapmalarını sağlar.

Pazar Değerini Artırma: Belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu belirtmek, ürünlerin pazar değerini artırabilir. Coğrafi işaretler, bu ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini ve o bölgenin özelliklerini taşıdığını vurgulayarak tüketici talebini artırabilir.

Kültürel ve Ekonomik Mirasın Korunması: Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi bölgede uzun süredir var olan geleneksel üretim yöntemlerini ve kültürel mirası korur. Bu işaretler, belirli bir coğrafi alanda üretilen ve o bölgenin kültürel ve ekonomik mirasını temsil eden ürünlerin korunmasına yardımcı olur.

Bu fonksiyonlar, coğrafi işaretlerin ürünlerin kökenini, kalitesini, özgünlüğünü koruma ve tanımlama amacıyla nasıl kullanıldığını özetler. Bu işaretler, hem üreticilerin hem de tüketicilerin çeşitli açılardan fayda sağladığı önemli bir araçtır (Gündoğdu, 2006, s. 76-78).

2.1.5. Coğrafi İşaretlerin Önemi

Coğrafi işaretler genellikle belirli bir coğrafi bölgeye özgü olan ve o bölgenin özelliklerini taşıyan özel ürünleri ifade eder. Bu işaretler, belirli bir coğrafi bölgenin belirli standartları, iklimi, toprağı veya geleneksel üretim tekniklerini yansıtan ve o bölgenin en iyi veya en kaliteli ürünlerini temsil eden işaretlerdir. Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi bölgenin kendine özgü niteliklerini taşıyan ve o bölgede üretilen en iyi ve en özgün ürünleri ifade eder. Bu işaretler, tüketicilerin bu belirli bölgenin ürünlerini tercih etmesine yönlendirir ve o bölgenin kültürel ve coğrafi özelliklerini yansıtan ürünlere odaklanılmasını sağlar (Tekelioğlu, 2019, s. 146).

Coğrafi işaretlerin asıl amacı, belirli bir coğrafi bölgeye özgü olan ve o bölgenin özelliklerini, geleneklerini ve yöresel bilgi birikimini taşıyan ürünleri korumaktır. Bu işaretler, bu özgün ürünlerin sahte veya yapay olanlarından korunmasını sağlar. Coğrafi işaretler, tekel hakkı sağlamaz, ancak belirli bir coğrafi bölgenin özgün ürünlerini o bölgenin asıl üreticilerini koruma niyetinde olan kolektif bir haktır. Bu işaretler, tarımsal çeşitliliği teşvik ederken, yöresel ürünleri ve kültürlerini koruma altına alarak çiftçilerin refah seviyelerini artırmayı ve göçü engellemeyi hedefler. Aynı zamanda coğrafi işaretler, bu özgün ürünlere pazarlama gücü kazandırarak ülke ekonomisine katkı sağlar. Yöresel ürünlerin coğrafi işaretlerle korunması, o bölgenin kültürel mirasını sürdürmeye ve bu ürünlerin sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. Bu işaretler, tüketicilere bu ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini ve o bölgenin özelliklerini taşıdığını göstererek, bu ürünlerin özgünlüğünü ve kalitesini vurgular. Bu da hem tüketicilerin doğru tercihler yapmasını sağlar hem de yerel üreticilerin korunmasına yardımcı olur (Tanrıkulu, 2018, s. 230). Turistler, coğrafi işaretlerle tanımlanan ürünlerin yer aldığı bölgelere giderek bu

ürünleri yerinde görebilir, deneyimleyebilir ve satın alabilirler. Bu, turizmi başlatan ve teşvik eden bir faktör olabilir çünkü insanlar belirli bir coğrafi bölgenin özgün ürünlerini deneyimlemek ve o bölgenin kültürel bağlamını daha iyi anlamak için o bölgeyi ziyaret etmeyi tercih edebilirler. Böylelikle, coğrafi işaretler sadece belirli ürünlerin kökenini ve kalitesini vurgulamakla kalmaz, aynı zamanda turizm faaliyetlerine de katkıda bulunarak belirli bölgelerin turistik cazibesini artırabilir. Bu işaretler, tüketicilerin ilgisini çekerken aynı zamanda belirli bölgelerin kültürel ve tarihi zenginliklerini keşfetmelerini teşvik edebilir (Orhan, 2010, s. 71).

1.2. Coğrafi İşaretlerin Korunmasına Ait Hukuksal Çerçeve

Coğrafi işaretlerin tarihsel kökeni gerçekten de ürünlerin kökenini belirtme ve ayırt edici özelliklerini ifade etme amacıyla ortaya çıkmıştır. Özellikle ticaretin yoğun olduğu bölgelerde, ürünlerin üretim yerleri ile ilişkilendirilmesi ve bu bağlamda kalite veya özgünlük vurgusu yapılması, ticari fayda sağlamak için önemli olmuştur. Örneğin, 12. yüzyılda İngiltere ve Orta Avrupa'da ticari ürünlerin kaynak bölgeleri ile ilişkilendirilmesi, bu ürünlerin özgünlüğünü belirtmek ve kaliteyi vurgulamak amacıyla etiketlenmiştir. Baharatlar, bitkiler ve benzeri ürünler, ürettikleri bölgeye özgü özellikler taşıdıkları için bu tür etiketlemeler önem kazanmıştır (Aktuğ, 2020).

Fransa coğrafi işaretlerin düzenlenmesi konusunda önemli adımlar atmıştır. Tarihsel olarak, coğrafi işaretlerin düzenlenmesine ilişkin ilk yasalar 1803 ile 1824 yılları arasında hazırlanmıştır. Bu yasalar, belirli coğrafi bölgelerde üretilen ürünlerin korunması ve bu ürünlerin özgünlüğünün vurgulanması için önemli düzenlemeler getirmiştir. Ayrıca, taklit ve kopyalama gibi hukuk dışı konularla ilgili ilk yasalar da 1905'te Fransa tarafından hazırlanmıştır. Bu yasalar, ürünlerin sahtelerine karşı koruma sağlamayı ve orijinal üreticilerin haklarını korumayı amaçlamıştır. Fransa'nın coğrafi işaretler konusundaki önemli adımlarından biri de 1908'de gerçekleşmiştir. Bu yılda, sahte şarap üretimi ile mücadele etmek ve yüksek kaliteli üretim yapan üreticilerin ve ürünlerin korunmasını sağlamak için "Appellation d'Origine Contrôlée (AOC)" adı altında yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemeler, belirli coğrafi bölgelerde üretilen şarapların kalitesini ve kökenini vurgulamak amacıyla önemli bir adım olmuştur. AOC, ürünlerin belirli bir coğrafi alandan geldiğini ve o bölgenin belirli standartlara uygunluğunu belirten bir işaret veya onaylama sistemidir. Bu, ürünlerin kalitesini

korumak ve tüketicilere güvenilirlik sağlamak için önemli bir mekanizma olmuştur (Yasaman, 2003, s. 25).

1.2.1. Uluslararası Hukukta Coğrafi İşaretler

Coğrafi işaretlerin tarihsel olarak kullanımı oldukça uzun bir geçmişe sahiptir ve farklı kültürlerde çeşitli amaçlarla kullanılmıştır. Örneğin, Mısır'da piramitlerin inşasında kullanılan tuğla ve taşların kökenlerini belirtmek için coğrafi işaretlerin kullanıldığı bilinmektedir. Yunanistan'da ise Thasos Adası şaraplarının kalitesini vurgulamak için coğrafi işaretlerin kullanıldığına dair geçmiş kayıtlar bulunmaktadır. Fransa özellikle coğrafi işaretler konusunda uzun bir geçmişe sahiptir. Örneğin, Rokfor peyniri üretimi Fransız yasalarınca 1070 yılından bu yana korunmakta ve üretimi titizlikle denetlenmektedir. Rokfor peyniri üreticilerine verilen ilk koruma ise 1407 yılında gerçekleşmiştir. Fransa, tarım ve gıda ürünlerine yönelik kalite sertifikasyon çalışmalarında köklü bir geçmişe sahiptir ve coğrafi işaretler konusunda Avrupa Birliği'ne öncülük etmiştir. Bu tarihsel örnekler, coğrafi işaretlerin ürünlerin kökenini belirtmek, kalitesini vurgulamak ve üretim süreçlerini korumak için uzun zamandır kullanıldığını göstermektedir (Tekelioğlu, 2010, s. 34).

Uluslararası düzenlemeler; Paris Sözleşmesi, Madrid Anlaşması, Lizbon Anlaşması, Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) şeklinde sıralanmaktadır.

I. Paris Sözleşmesi

1883 yılında kabul edilen Paris Sözleşmesi, sınai mülkiyetin korunmasıyla ilgili olarak önemli bir uluslararası sözleşmedir. Bu sözleşme, coğrafi işaretli ürünlerin coğrafi kökeni ile ilgili resmi madde gösteren ilk uluslararası sözleşmedir. Paris Sözleşmesi, sınai mülkiyet haklarının korunması amacıyla 1883 yılında imzalanmıştır ve daha sonra birkaç kez yenilenmiş ve değiştirilmiştir. Brüksel'de (1900), Londra'da (1934), Lizbon'da (1958) ve Stockholm'da (1967) yapılan toplantılarda sözleşme revize edilmiş ve güncellenmiştir. 1979 yılında ise sözleşme daha kapsamlı bir değişiklik geçirmiştir. Paris Sözleşmesi, sınai mülkiyet haklarının korunması alanında çeşitli konuları ele alır. Bu konular arasında patentler, ticari markalar, ticari isimler ve coğrafi işaretlerin yanı sıra haksız rekabeti önleme konuları da bulunur. Coğrafi işaretlerin korunması da sözleşme kapsamında yer alır ve ülkeler arasında bu alandaki standartları belirleyen önemli bir

adımdır (Kızıltepe, 2005, s. 90). Paris Sözleşmesi'nin en temel avantajlarından biri, üye ülkeler arasında sınai mülkiyet haklarının uluslararası düzeyde korunmasını sağlamasıdır. Sözleşme, üye ülkeler arasında ortak bir anlayışın oluşturulmasını ve bu ülkelerin birbirleriyle iş birliği yaparak sınai mülkiyet haklarının korunmasını amaçlar.

Bu sözleşme, coğrafi işaretlerin uluslararası düzeyde korunması için önemli bir çerçeve oluşturur. Üye ülkelerin bir araya gelmesi, sayısal çoğunlukla uluslararası boyutta korumanın güçlenmesini sağlar. Ortak standartlar ve anlayış, üye ülkelerin birbirleriyle iş birliği yaparak sahte coğrafi işaretlere karşı mücadele etmelerini ve sınai mülkiyet haklarını korumalarını kolaylaştırır (Coşkun, 2001, s. 27).

II. Madrid Anlaşması

Madrid Anlaşması 1891'de yürürlüğe girmiştir ve zaman içinde birkaç kez revize edilmiştir. Anlaşma, uluslararası ticari marka korumasını artırmak ve uluslararası ticaretin kolaylaştırılmasını sağlamak amacıyla bir dizi toplantıda güncellenmiştir. Bu revizyonlar, Washington'da (1911), Lahey'de (1925), Londra'da (1934), Nice'te (1957) ve Stockholm'de (1967) gerçekleşmiştir. Madrid Anlaşması, uluslararası ticari marka başvurularını kolaylaştırarak, bir ülkede yapılan başvurunun diğer anlaşma üyesi ülkelerde de geçerli olmasını sağlar. Bu, ticari marka sahiplerine uluslararası bir koruma sağlamak için kolaylık ve birlikte hareket etme olanağı sunar. 2018 itibariyle, Madrid Anlaşması'na Türkiye dahil olmak üzere 100'den fazla ülke taraf olmuştur. Bu, anlaşmanın uluslararası ticari markaların korunması için geniş bir uluslararası destek gördüğünü ve etkisini artırdığını göstermektedir. Bu anlaşma, uluslararası ticarette ticari markaların korunması ve uluslararası düzeyde iş yapmayı kolaylaştırarak küresel ticarette önemli bir rol oynamaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

Madrid Anlaşması, ticari markaların uluslararası korunmasıyla ilgili olduğundan, coğrafi işaretlerin veya özellikle şarap adları gibi belirli coğrafi işaretlerin korunmasına yönelik kesin bir düzenleme içermez. Coğrafi işaretlerin korunması genellikle farklı uluslararası anlaşmalar veya ulusal yasalar aracılığıyla gerçekleşir. Bu nedenle, Madrid Anlaşması'nın coğrafi işaretlerin korunması veya şarap adları gibi belirli coğrafi işaretlere yönelik kesin bir koruma sağladığını söylemek mümkün değildir (Coşkun, 2001, s. 29).

III. Lizbon Anlaşması

Lizbon Anlaşması, 1958 yılında imzalanmış ve 1979 yılında Stockholm'de yenilenmiştir. Bu anlaşma, coğrafi işaretlerin korunması ve uluslararası düzeyde tescili konusunda standartları belirler. Anlaşma, üye ülkeler arasında coğrafi işaretlerin korunması ve tescili için birlikte çalışma ve iş birliği yapma imkanı sunar. Lizbon Anlaşması'na Türkiye gibi birçok ülke üye olmuştur ve anlaşmanın uygulayıcısı Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı (WIPO) olarak belirlenmiştir. WIPO, coğrafi işaretlerin uluslararası tescili ve korunması konusunda üye ülkeler arasında koordinasyonu sağlar ve bu alanda standartları belirler. Bu anlaşma, coğrafi işaretlerin uluslararası düzeyde korunması ve tescili için önemli bir çerçeve oluşturur ve üye ülkeler arasında iş birliği ve koordinasyonu teşvik eder. Bu sayede, coğrafi işaretlerin korunması ve tescili konusunda daha etkili bir uluslararası mekanizma oluşturulur (WIPO, 2021).

Lizbon Anlaşması, menşe adlarının kökeni olan ülkelerin dışında kalan birçok ülkede de kabul edilmesini ve korunmasını hızlandırmayı amaçlayan bir uluslararası anlaşmadır. Bu anlaşmanın temel hedeflerinden biri, menşe adlarına ilişkin korumanın uluslararası düzeyde kabul edilmesini ve işlemesini sağlamaktır. Anlaşma, üye ülkeler arasında menşe adlarına ilişkin tescilin ulusal olarak yapıldığı ürünlerin diğer üye ülkeler tarafından tanınmasını ve korunmasını kolaylaştırır. Bir üye ülkenin ulusal olarak tescil ettiği coğrafi işaretli ürünlerin diğer üye ülkelere bildirimi ile uluslararası kapsamda bir tescil sağlanır. Bu sayede, belirli bir coğrafi bölgenin ürünlerinin menşe adları daha geniş bir uluslararası koruma altına alınabilir (Gündoğdu, 2006: 39). Menşe adı kavramı Lizbon Anlaşması'nda tanımlanmış ve uluslararası bir anlaşmada yer almıştır. Lizbon Anlaşması'nın ikinci maddesinde yer alan menşe adı tanımı şöyle ifade edilir: “Kalitesi ve karakteristik özellikleri, doğal ve insan faktörleri de dâhil olmak üzere, tamamen veya esas itibarıyla, kökeni bulunduğu coğrafyadan kaynaklanan bir ürün olduğunu belirten, bir ülkenin, bölgenin ya da yörenin coğrafi adı.” Bu tanım, menşe adının bir ürünün kökeni olan coğrafi bölgeyi ifade eden bir terim olduğunu vurgular. Ürünün kalitesi, karakteristik özellikleri ve kökeni ile bağlantılı olarak belirli bir coğrafi bölge ile ilişkilendirilmesini sağlar (Wilson, 2002, s.271).

Menşe adları, ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini ve o bölgenin özellikleri, iklimi, toprağı veya geleneksel üretim yöntemleri gibi faktörlerden

etkilendiğini vurgular. Bu adlar, belirli bir coğrafi bölgede üretilen ve o bölgenin özelliklerini taşıyan ürünleri tanımlamak için kullanılır. Lizbon Anlaşması'ndaki bu tanım, menşe adlarının coğrafi işaretlerin korunması ve tanınmasında önemli bir rol oynadığını ve bu tür adların belirli bir coğrafi kökeni işaret ettiğini vurgular. Bu, ürünlerin belirli coğrafi bölgelerle ilişkilendirilmesini ve bu bölgelerin ürünlerinin korunmasını sağlayarak tüketicilere güvenilirlik sağlar (Lucatelli, 2000, s. 9).

Lizbon Anlaşması'nda geçen bu tanıma göre menşe adının sağlaması gereken üç şart bulunmaktadır (WIPO, 2021):

a) Menşe ad bir ülkenin veya yörenin "coğrafi adı" olmalıdır,

b) Bu işaret o ülke, bölge veya yöreden kaynaklanan "bir ürünü" ifade etmelidir,

c) Ürünle coğrafi kökeni arasında "niteliksel bir bağlantı" bulunmalıdır.

IV. Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS)

TRIPS Anlaşması (Ticaret-Related Aspects of Intellectual Property Rights - Fikri Mülkiyet Haklarıyla İlgili Ticaret Yönünden Anlaşmalar) 1995 yılında yürürlüğe girmiş ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yürütülmektedir. Bu anlaşma, fikri mülkiyet hakları konusunda birçok ülkenin kabul ettiği çok taraflı bir anlaşmadır. TRIPS Anlaşması, coğrafi işaret (Geographical Indication) kavramının kullanıldığı ilk çok taraflı anlaşmalardan biridir. Bu anlaşma, coğrafi işaretlerin korunması ve ticarette kullanılmasıyla ilgili olarak uluslararası standartların belirlenmesini hedefler. Coğrafi işaretler, TRIPS Anlaşması'nda belirli bir coğrafi alanın ürünlerinin kökenini belirlemek ve bu ürünlerin belirli bir niteliği, ünü veya diğer özellikleriyle ilişkilendirilmesini sağlamak için kullanılır. Anlaşma, coğrafi işaretlerin korunması ve ticari kullanımıyla ilgili uluslararası standartları belirleyerek, bu işaretlerin uluslararası alanda etkin bir biçimde korunmasını hedefler (Wilson, 2002: 273).

Anlaşmada coğrafi işaretlerle ilgili tanımlar ve haksız kullanımların engellenmesine dair hükümler yer almaktadır. TRIPS anlaşmasında coğrafi işaretlere yönelik 3 farklı düzeyde koruma söz konusudur (Yıldız, 2008, s. 54).

• Tüm mal türleri üzerindeki coğrafi işaretler için öngörülen koruma.

•Şarap ve alkollü içecekler üzerindeki coğrafi işaretler için öngörülen ek koruma.

• Sadece şaraplar üzerindeki coğrafi işaretler için öngörülen ek koruma.

TRIPS Anlaşması daha genel bir terim olan "coğrafi işaretleme" ifadesini kullanır. Bu terim, menşe adlarının yanı sıra coğrafi işaretlerin korunması için daha geniş bir kavramı ifade eder. Beşeri faktörlerin vurgulanmaması, bu anlaşmada daha genel bir çerçevenin oluşturulmasını sağlar. Anlaşmaya üye devletler, coğrafi işaretlerin kullanımıyla ilgili sahte veya aldatıcı uygulamaları önlemekle yükümlüdürler. Bu, coğrafi işaretlerin yanıltıcı bir şekilde kullanılmasını veya haksız rekabet yaratıcı uygulamaları engellemeyi amaçlar (Yıldız, 2008, s. 69).

1.2.2. Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaretlere İlişkin Düzenlemeler

Avrupa Birliği coğrafi işaretlerin korunması ve bu işaretlerin küçük ölçekli çiftçiler ile kırsal bölgelerde yaşayan insanların yaşamlarını sürdürmelerine katkı sağlaması konusunda büyük bir önem atfetmektedir. AB'nin bu alandaki ilk yasal düzenlemeleri 1992 yılında uygulanmaya konulmuştur. Avrupa Birliği'nin coğrafi işaret koruması, ürün bazlı bir ayrıma dayanır. Bu kapsamda, belirli bir coğrafi alandan gelen ve o bölgenin özel koşulları veya üretim yöntemleriyle ilişkilendirilen ürünler koruma altına alınır. Bu, söz konusu bölgelerde üretilen ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü vurgulamak amacıyla yapılır (Demirer, 2010, s. 54).

Zamanla, farklı ürün kategorileri için farklı tüzükler ve düzenlemeler oluşturulmuştur. Örneğin, şaraplar, peynirler, et ürünleri gibi farklı gıda gruplarına özgü tüzükler ve koruma sistemleri oluşturulmuştur. Her bir tüzük, o ürünün özelliklerini, üretim sürecini, belirli standartları ve coğrafi bölge ile ilişkisini tanımlar. Bu düzenlemeler, küçük ölçekli üreticilerin ürünlerini korumalarına ve bu ürünler üzerinden daha iyi bir gelir elde etmelerine olanak tanırken, aynı zamanda tüketicilere de belirli coğrafi bölgelerin ürünlerine dair kalite ve özgünlük garantisini sağlar. Bu sayede, geleneksel üretim yöntemleri ve yerel kültürlerin korunması da desteklenmiş olur (İloğlu, 2014, s. 36).

Avrupa Birliği coğrafi işaretlere ilişkin tüzükler oluşturmuştur. Bu tüzükler şu şekilde sıralanmaktadır (İloğlu, 2014).

• *2081/92 sayılı Tarım ve Gıda Maddelerine ilişkin Mahreç İşaretleri ve Menşe Adlarının Korunması Hakkında Konsey Tüzüğü,*

• 510/2006 sayılı Tarım Ürünleri ve Gıda Maddelerinde Coğrafi İşaretlerin ve Menşe Adlarının Korunması Hakkında Tüzük,

• 2012/1151 sayılı Tarım Ürünleri ve Gıda Maddeleri Hakkında Kalite Tasarısı Hakkında Avrupa Konseyi Tüzüğü.

Avrupa Birliği coğrafi işaretlerini ve bunların korunması için farklı tüzükler geliştirmiştir. Bu tüzükler, ürünlerin coğrafi kökeni ve özelliklerini vurgulamak amacıyla üç farklı işareti içerir: Menşe Adı (PDO - Protected Designation of Origin), Coğrafi İşaret (PGI - Protected Geographical Indication) ve Geleneksel Özellik Garantisi (TSG - Traditional Specialties Guaranteed). Her biri farklı niteliklere sahip olan bu işaretler, ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini, o bölgenin özel koşulları veya üretim yöntemleriyle ilişkilendirildiğini ve belirli bir kalite veya itibara sahip olduğunu gösterir. Avrupa Birliği, bu işaretleri tüketicilere gerçek bir köken garantisi sağlamak ve üreticilere ürünlerini daha iyi tanıtmak için kullanır. Bununla birlikte, Avrupa Birliği için geçerli olan semboller aracılığıyla, PDO, PGI ve TSG işaretleri ürün ambalajlarında veya etiketlerinde tüketicilere sunularak, bu ürünlerin kökenini ve özelliklerini vurgular (Sanjuan, 2007, s. 112).

1.2.3. Türk Hukukunda Coğrafi İşaretler

Türk Patent ve Marka Kurumu, coğrafi işaret ve geleneksel ürün tescil başvurularını kabul eder ve bu başvuruların değerlendirilmesini gerçekleştirir. Bu değerlendirme sürecinde, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun (SMK) hükümleri dikkate alınır. Bu kanunda belirtilen koşulları sağlayan başvurular, kurul tarafından incelenir. Başvuruların değerlendirilmesi sonucunda olumlu bulunan tescil talepleri Resmî Gazete'de yayımlanan bültende duyurulur. Tescile itiraz süreci, bültende yayımlanan tescilin ilanından itibaren 3 ay içinde yapılabilir. Bu süre, üçüncü tarafların tescil kararına itiraz etme ve gerekçelerini bildirme süresidir. Eğer bu süre içinde itiraz gelmezse veya itiraz sonucunda tescil iptal edilmezse, tescil resmileşir ve ilgili ürün coğrafi işaret veya geleneksel ürün statüsü kazanır. Türkiye coğrafi zenginlikleri ve tarihi geçmişi sayesinde gerçekten benzersiz bir konuma sahip. Farklı coğrafi bölgelerindeki çeşitlilik, tarımsal ürünlerin çeşitlenmesine ve özgünlüğüne katkı sağlıyor. Örneğin, Akdeniz'in zeytinleri, Karadeniz'in fındıkları veya Güneydoğu Anadolu'nun biberleri gibi

ürünler, belirli coğrafi bölgelere özgü özellikler taşıyor ve bu da coğrafi işaret alma potansiyeline sahipler (Tanrıkulu, 2014, s. 243).

Ayrıca, Türkiye'nin zengin tarihi ve kültürel mirası da el sanatları, geleneksel üretim metotları ve benzersiz lezzetlerde kendini gösteriyor. Bu öğeler, birçok ürüne özgünlük katan unsurlar haline geliyor. Coğrafi işaret, bu özgünlüğü ve belli bir coğrafi alana özgü üretim metodlarını, ürünlerin kalitesini ve itibarını vurgulamak için önemli bir araç olarak kullanılıyor (Bağırlar, 2015, s. 75).

Coğrafi işaretler ve ürün standartları konusu Türkiye'de artan bir önem kazanmış durumda. Bu konuda AB uyum süreci önemli bir dönüm noktası olmuştur. Türkiye, Avrupa Birliği ile olan uyum süreci kapsamında coğrafi işaretlerin tanınması, tescili ve korunması konusunda çeşitli adımlar atmıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu (TPE) bünyesinde, belirli kriterler ve standartlar çerçevesinde coğrafi işaret tescili işlemleri gerçekleştirilmektedir. Bu süreçte, belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin özgünlüğü ve nitelikleri belirlenmekte ve tescillenmektedir. Bu adımlar, ürünlerin coğrafi kökenlerinin korunması ve benzersizliğinin vurgulanması için önem taşımaktadır. AB uyum süreci, Türkiye'nin coğrafi işaretler konusundaki mevzuatını AB standartlarına uygun hale getirmesini gerektirmiştir. Bu süreç, ürünlerin coğrafi özelliklerinin ve üretim metodlarının korunması, ulusal ve uluslararası alanda tanıtılması ve pazarda değer kazanması açısından büyük bir önem arz etmektedir. Bu süreçle birlikte, Türkiye'de coğrafi işaretlerin bilinirliği ve bu konudaki farkındalık giderek artmaktadır (Bağırlar, 2015, s. 77).

1.3. Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi

Coğrafi işaretlerin kullanımı ve denetimi, belirli bir coğrafi alana özgü ürünlerin korunması, üretiminin belirli standartlara göre yapılması ve sahteciliğin önlenmesi amacıyla oldukça önemlidir.

1.3.1. Coğrafi İşaretlerin Kullanımı

555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, coğrafi işaretlerin tescili için başvuru yapabilecek kişileri belirler. Buna göre, gerçek kişiler ve tüzel kişiler coğrafi işaret tescili için başvurabilir. Başvurular Türk Patent ve Marka Kurumu'na yapılır veya bu kurumun yetkilendirdiği makamlara iletilir. Bu başvurular, belirli bir coğrafi bölgeye özgü bir ürünü temsil eden coğrafi işaretin

tescili için yapılır. Gerçek kişiler, bireyler olarak bu başvuruyu yapabilirken, tüzel kişiler ise şirketler, kooperatifler veya dernekler gibi kurumsal yapılar olarak bu süreci yönetebilirler. Başvuruda bulunacak kişiler, coğrafi işaretin belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu, belirli bir nitelik veya ün kazandırdığını kanıtlamakla yükümlüdür. Bu başvurular, ürünün coğrafi kökeni, üretim metotları, kalite özellikleri ve belirgin farklılıkları gibi unsurları içermelidir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021).

Coğrafi işaret başvurusunda bulunabilecekler şu şekildedir :

• Söz konusu ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler,

• Tüketici dernekleri,

• Konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları.

Türk Patent ve Marka Kurumu'na (2020) göre bir coğrafi işaretin tescili için gereken bilgi ve şartlar şu şekilde sıralanmaktadır :

- Coğrafi işaret tescili için başvuran kişinin gerçek veya tüzel kişi olması durumunda, başvuru yapanın belirli kriterleri sağlaması ve belirli bilgi ve belgeleri sunması gerekmektedir. Bu başvuru sürecinde, başvuru yapanın ürünün tek üreticisi olması durumu söz konusu ise bu durumu ispatlamak için gerekli bilgi ve belgeler talep edilir.
- Coğrafi işaret tescili için başvuruda bulunan kişinin, tescil edilmesini istediği coğrafi işaretin adı, menşe adı veya mahreç işareti olduğunu belirtmesi gerekmektedir. Bu işaretler, belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu ve o bölgenin kültürel, coğrafi veya diğer belirgin özelliklerini yansıttığını göstermelidir.
- Ürünün tanımı ve gerekiyorsa hammaddenin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyusal özellikleri açıklayıcı teknik bilgi ve belgeler istenmektedir
- Mahreç işareti, belirli bir coğrafi alanda üretim, işleme veya diğer işlemlerle özdeşleşmiş bir işarettir. Bu işaretin tescili için başvuruda bulunan kişilerden, ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer ilgili işlemlerin belirlenmiş coğrafi alan sınırları içinde nasıl gerçekleştirildiğini açıklayan teknik bilgi ve belgeler istenir.
- Coğrafi işaret başvurularında, belirli bir coğrafi bölgenin sınırlarının açık ve kesin bir şekilde belirlenmesi önemlidir. Bu amaçla, başvuru dosyasına eklenen

belgeler arasında, o bölgenin coğrafi sınırlarını net bir şekilde gösteren haritalar veya belgeler bulunmalıdır.

- Başvuru belgelerinde menşe adı ve mahreç işaretinin kullanım biçimi, işaretleme veya etiketleme şekillerini açıklayan bilgilere yer verilmelidir.
- Başvuru ücretinin ödendiğini gösteren belge gerekmektedir (İloğlu, 2014).

1.3.2. Coğrafi İşaretlerin Denetimi

Coğrafi işaretlerle koruma altına alınan ürünlerin belirlenen standartlara uygun olarak üretilip üretilmediğini denetlemek önemlidir. Bu denetimler, tüketicilerin güvenilir ve kaliteli ürünlere erişimini sağlamanın yanı sıra üreticilerin de belirli standartlara uymalarını teşvik eder. İyi bir denetim ağı, ürünlerin belirlenen coğrafi özelliklere uygun şekilde üretildiğini ve kalite standartlarını karşıladığını doğrular (Tekelioğlu, 2021, s. 29).

Bu denetimler, üretim sürecinin her aşamasını kapsayabilir. Üretim yöntemleri, hammaddelerin kullanımı, işleme süreçleri ve son ürünün kalitesi gibi unsurlar göz önünde bulundurulur. Başarılı bir denetim sonucunda onaylanan ürünler, tüketiciler tarafından güvenle satın alınır. Bu durum, tüketicilerin ürünlerin doğal ve özgün özelliklerine güvenmelerini sağlar, aynı zamanda da belirli bir coğrafi bölgeye özgü olan ve o bölgedeki kültürel mirası yansıtan ürünlerin korunmasına yardımcı olur. Ülkelerin iyi bir denetim ağı oluşturması, coğrafi işaretler altında korunan ürünlerin kalitesini ve itibarını artırır. Bu da sadece tüketiciler için değil, aynı zamanda o ürünleri üreten üreticiler ve ilgili coğrafi bölgeler için de önemli bir değer sağlar. (İloğlu, 2014, s. 10).

1.4. Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Boyutu

Coğrafi işaretlerin ekonomik boyutu oldukça önemlidir. Coğrafi işaretler, bir bölgenin ya da ülkenin belirli bir coğrafi alanda ürettiği ürünlerin özgünlüğünü, kalitesini, itibarını ve kökenini belirten işaretlerdir. Bu işaretler, tüketiciler için güvence sağlar ve ürünlerin belirli bir coğrafi bölgede üretildiğini veya işlendiğini gösterir (Smith, 2018, s. 123-135).

Ekonomik olarak coğrafi işaretlerin önemi şu şekillerde ortaya çıkar:

Pazar Değeri Artışı: Coğrafi işaretler, ürünlerin kalitesi, özgünlüğü ve kökeniyle ilişkilendirildiği için bu ürünlerin pazar değerini artırır. Özel ve belirli bir coğrafi bölgede üretilen ürünler, tüketiciler tarafından daha değerli ve istenilen hale gelir.

Rekabet Avantajı: Coğrafi işaretli ürünler, diğer benzer ürünlerden ayırt edilir ve bu da ürünlere rekabet avantajı sağlar. Bu işaretler, tüketici zihninde o bölgenin veya ülkenin ürünlerinin kalitesi ve özgünlüğü ile özdeşleşmesini sağlar.

Ticaretin Teşviki: Coğrafi işaretler, belli bir coğrafi alandan gelen ürünlerin uluslararası ticaretini artırır. Bu işaretler, dış pazarlarda ürünlerin tanınmasını ve tercih edilmesini sağlar.

Bölgesel Kalkınma: Coğrafi işaretler, belirli bölgelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunabilir. Örneğin, belirli bir yöreye özgü ürünlerin coğrafi işaret almasıyla o bölgedeki üreticilerin gelir seviyeleri artabilir.

Kültürel Mirasın Korunması: Coğrafi işaretler, belirli bir bölgenin veya ülkenin kültürel mirasını korur. Geleneksel üretim yöntemleri ve özel tatlar gibi unsurlar, coğrafi işaretler sayesinde sürdürülebilir hale gelir.

Coğrafi işaretler, sadece ekonomik faydalar sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve yerel ekonomilerin güçlenmesine de katkıda bulunur. Bu nedenle, birçok ülke ve bölge, coğrafi işaretlerin korunması ve yönetilmesi için çeşitli yasal düzenlemeler yapmaktadır (Johnson, 2020, s. 287-301).

Coğrafi işaretler, özellikle belirli bir coğrafi bölgede üretilen ve bu bölgenin özel koşulları, kültürel unsurları veya doğal özellikleri nedeniyle o bölgedeki ürünlerin özgünlüğünü temsil eden işaretlerdir. Bu ürünler genellikle belirli bir bölgede ve belirli koşullarda yetiştirildiği için özel bir niteliğe sahiptirler. Bu tür ürünlerin sınırlı bir alanda ve belirli koşullarda yetişmesi, onları diğer benzer ürünlerden ayırt etme ihtiyacını doğurur. Bu işaretler, sadece ürünleri değil, aynı zamanda üreticileri ve tüketicileri de korur. Üreticiler, ürünlerinin özel koşulları ve özgünlüğü nedeniyle adil bir rekabet ortamında korunur. Tüketiciler ise coğrafi işaretleri gördüklerinde, ürünün belirli bir kalite standardına ve özgünlüğe sahip olduğunu bilirler. Bu şekilde, coğrafi işaretler sadece ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü korumakla kalmaz, aynı zamanda kültürel mirası ve belirli coğrafi bölgelerin ekonomik kalkınmasını da destekler (Akay vd, 2021, s. 18).

Ekonomik yapılanmanın, insanların yaşam koşullarını iyileştirmeye odaklanarak, daha rahat bir yaşam sürmelerine olanak tanıyan çabaları desteklemesi önemli bir hedeftir. Geleneksel yaşam tarzından gelen deneyimlerin ve öğretilerin, üretim süreçlerine doğrudan katkı sağlaması bu çalışmaların temelini oluşturur. Geleneksel ve yöresel ürünler, özellikle kaliteleri, üretim biçimleri ve emek değerleri gibi faktörlerden dolayı öne çıkar. Bu ürünlerin özgünlüğü, tüketiciler tarafından takdir edilir ve genellikle belirli bir coğrafi alanda özel olarak üretilirler. Bu durum, bu ürünlerin diğer sektörlere de hareketlilik kazandırmasına neden olabilir.

Türkiye açısından konu değerlendirildiğinde ise AB'nin coğrafi işaret listesinde Türkiye'den "Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası", "Aydın İnciri", "Malatya Kayısısı", "Aydın Kestanesi", "Taşköprü Sarımsağı", "Milas Zeytinyağı" ve "Bayramiç Beyazı" olan 7 adet coğrafi işaretli ürün tescillenmiştir. Aydın'ın son 11 aylık kestane ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 79 artmıştır. Ege İhracatçılar Birliği verilerine göre, devletin kestane ihracatının değeri 23 milyon 676 bin doları bulduğu gözlemlenmiştir. Söz konusu dönemde 5 bin 165 ton kestane ihraç edilmiştir, bu da devletin Türkiye'nin toplam kestane ihracatı içindeki payının yüzde 42 olduğunu göstermektedir. Veriler, Türkiye'den en çok kestane ithal eden ülkelerin İtalya, Almanya ve Hollanda olduğunu göstermektedir (Bramley ve Kirsten, 2007, s. 57).

Örneğin coğrafi işaret ürünümüz olan Aydın inciri menşei no. 90, 09.12.2003 tarihinde uygulanmış; Aydın Ticaret Odası adına Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 20.07.2006 tarihinde tescil edilmiştir. Aydın İnciri'nin tescili 11.06.2013 tarihinde tamamlanmış ve TR/PDO/0005/01116 başvuru numarası ile Avrupa Komisyonu'na sunulmuştur. Avrupa Birliği'nin itiraz sürecinde, 17.02.2016'da Avrupa Birliği'nin resmi gazetesinde gıda kategorisinde 1.6 olması beklenmektedir. Yaş veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar PDO grubunda yayımlanarak ülkemizin ilk coğrafi işaretli ürünü olmuştur. Türkiye 2020/21 yılında 320.000 ton incir üretti. 2020/2021'de 148 bin ton olan kuru incir üretiminin 85,5 bin tonu (%58) Türkiye, 25 bin tonu (%17) İran, 10 bin tonu (%7) İspanya tarafından üretilmiştir (TÜİK, 2022). Aynı şekilde Aydın da 190.000 ton ile Türkiye üretiminin %61,4'ünü karşılamaktadır. Aydın'ı 43 bin tonla İzmir ve 28 bin tonla Bursa izlemiştir. Çevre ve iklim koşullarına bağlı olarak Aydın ve İzmir'de üretilen incirlerin çoğu güneşte kurutulmaktadır. Diğer illerde üretilen incirler daha çok taze olarak tüketilmektedir. Türkiye, Covid-19 salgınına rağmen 2020 yılında

yaklaşık 21.000 ton taze incir ve 50.000 ton kuru incir ihraç ederek toplam 255 milyon dolar gelir elde etti. Sonuç olarak, 2020 yılı taze incir borsa fiyatı bir önceki yıla göre %20,72 azalarak ortalama 4,40 TL/kg olurken, kuru incir fiyatı %34,07 artarak 21,25 TL/kg oldu. İncir üretimi, 320.000 ton olarak kaydedilen bir önceki yıla göre %3,2 arttı. 2020 yılında incir üretim fiyatı bir önceki yıla göre %13,90 artarak 5,24 TL/kg olmuştur (TÜİK, 2021).

Sonuç olarak, geleneksel ve yöresel ürünlerin ekonomik faaliyetlere ve diğer sektörlere olan olumlu katkıları, sadece ekonomik değil aynı zamanda kültürel ve toplumsal açıdan da önemlidir. Bu tür çalışmalar, yerel ekonomilerin güçlenmesine ve insanların yaşam kalitesinin artmasına önemli ölçüde katkı sağlayabilir (Aktuğ, 2020, s. 155).

1.4.1. Kentsel ve Bölgesel Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Boyutu

Kentsel ve bölgesel kalkınmada coğrafi işaretlerin ekonomik boyutu oldukça önemlidir. Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi bölgeye özgü olan ve o bölgenin özel koşullarıyla, gelenekleriyle veya doğal unsurlarıyla ilişkilendirilen ürünleri tanımlar. Bu işaretler, ürünlerin kalitesini, itibarını ve benzersizliğini vurgulayarak ekonomik değerlerini artırabilir. Coğrafi işaretler özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük fırsatlar sunabilir. Özellikle Türkiye gibi zengin bir kültürel ve doğal mirasa sahip olan ülkeler, coğrafi işaretleri kullanarak ekonomilerine ve tanıtımlarına katkı sağlayabilirler (Aytop ve Şahin, 2014, s. 1302).

Bu işaretler, ürünlerin sadece belirli bir coğrafi bölgeye özgü olduğunu değil, aynı zamanda o bölgenin kültürel mirasını, yerel üretim tekniklerini ve geleneklerini de temsil ettiğini gösterir. Bu da tüketicilerde o ürünlere ve o bölgelere karşı ilgi uyandırabilir. Gelişmekte olan ülkeler, coğrafi işaretleri kullanarak uluslararası pazarda rekabet avantajı elde edebilirler. Bu işaretler, ülkenin özgün ürünlerini ve kültürel kimliğini vurgulayarak, tüketicilerin dikkatini çekebilir ve ülkenin imajını güçlendirebilir. Bunun sonucunda da ekonomik büyüme, ihracat artışı ve turizm gibi alanlarda olumlu etkileri yansımaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012: 197). Coğrafi işaretlerin korunması genellikle sadece belirli bir ürünü değil, aynı zamanda o ürünün üretim sürecinde rol oynayan doğal kaynakları,

geleneksel üretim yöntemlerini ve hatta bazen o ürünle ilişkilendirilen doğal yaşamı da kapsar (Oraman, 2015, s. 80).

Türkiye gibi kırsal alanda güçlü potansiyele sahip ülkelerde coğrafi işaretlerin değerlendirilmesi büyük bir hareketlilik getirebilir. Coğrafi işaretler, kırsal alanlarda üretilen ürünlerin özgünlüğünü ve kalitesini vurgulayarak bu bölgelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunabilir. Türkiye'nin zengin doğal kaynakları, çeşitli tarım ürünleri, el sanatları, geleneksel ürünleri ve benzersiz coğrafi bölgeleri, coğrafi işaretler için büyük bir potansiyel oluşturur. Örneğin, yöresel ürünler, geleneksel el sanatları veya tarımsal ürünler, belirli bölgelere özgü ve bu bölgelerin kimliğini yansıtan coğrafi işaretlerle korunabilir ve pazarlanabilir (Asan, 2016, s. 15-16). Bu işaretler, kırsal alandaki üreticilere ekonomik değer sağlayabilir, yerel işgücünü ve istihdamı artırabilir, yerel kültürü ve gelenekleri koruyabilir ve turizmi teşvik edebilir. Ayrıca, coğrafi işaretler uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlayabilir, Türkiye'nin özgün ürünlerini tanıtabilir ve ihracat potansiyelini artırabilir. Ancak, bu potansiyeli değerlendirmek için, üreticilerin coğrafi işaretlerin önemini anlamaları ve bu işaretlerin korunması için gereken standartlara uymaları gerekmektedir. Aynı zamanda, devletin destekleri, eğitim programları ve kaynakların bu alana yönlendirilmesi de kırsal alanın güçlendirilmesinde ve coğrafi işaretlerin etkin kullanımında önemli rol oynar. Coğrafi işaretler, Türkiye gibi kırsal alanda güçlü potansiyele sahip ülkelerde, yerel ekonomiyi destekleyebilir, geleneksel üretim yöntemlerini koruyabilir ve uluslararası alanda ülkenin imajını güçlendirebilir. Bu da kırsal alanların güçlenmesi ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması açısından büyük bir fırsat sunar (Kan ve Gülçubuk, 2008, s. 58).

Özellikle İspanya, İtalya, Fransa gibi gelişmiş ülkelerde coğrafi işaretlerin yıllık olarak 45 milyon dolarlık bir değer yaratabildiği örnekleri göz önünde bulundurduğumuzda, coğrafi işaretlerin ekonomik potansiyelini görebiliriz. Görülmektedir ki ürünlerin coğrafi işaretlerle tescillenmesi, sadece o ürünün kalitesini ve benzersizliğini vurgulamakla kalmaz, aynı zamanda bölgenin ekonomik büyümesine katkıda bulunabilir. Turizm, yerel istihdam, bölgesel kalkınma gibi alanlarda coğrafi işaretlerin etkileri görülebilir. Coğrafi işaretler kentsel ve bölgesel kalkınmada gerek ekonomik gerekse beşeri gelişimleri doğrudan etkilemektedir (Mercan ve Üzülmez, 2014: 83).

Gelişmekte olan ülkeler için geleneksel ürünleri coğrafi işaret tescil sistemiyle koruma altına almak, ekonomik kalkınma ve bu ülkelerin uluslararası alanda rekabet edebilirliği açısından önemli bir iktisat politikası olabilir. Geleneksel ürünler, genellikle belirli bir coğrafi bölgeye özgüdür ve o bölgenin kültürel mirasını yansıtır. Ancak, bu ürünlerin uluslararası alanda tanıtılması ve korunması için gerekli olan marka ve patent sistemlerine sahip olmamak, bu ürünlerin kopyalanmasına ve taklit edilmesine olanak tanır. Bu durum, geleneksel ürünlerin yerel üreticileri için gelir kaybına ve ürünlerin özgünlüğünün kaybolmasına neden olabilir. Geleneksel ürünlerin coğrafi işaretlerle korunması, bu ürünlerin sadece ekonomik değerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda o bölgenin kültürel mirasını, yerel ekonomiyi ve istihdamı da destekler. Bu durum, gelişmekte olan ülkeler için sürdürülebilir kalkınma politikalarının bir parçası olarak önemli bir adım olabilir (Doğan, 2015: 60).

Coğrafi işaretler bölgesel kalkınmayı desteklemek ve ekonomik eşitsizlikleri azaltmak için stratejik bir araç olarak kullanılabilir. Bu işaretler, yerel ürünlerin özgünlüğünü vurgulayarak belli bölgelerin ekonomik ve kültürel değerini artırabilir. Ayrıca, coğrafi işaretlerin kullanılmasıyla ürün çeşitliliği ve kalitesi artırılabilir. Bu işaretler, belirli bir coğrafi bölgeyle ilişkilendirilmiş ürünlerin standartlarını belirleyerek, tüketicilere kaliteli ve güvenilir ürünler sunulmasını sağlayabilir. Bu da yerel ekonomiyi ve istihdamı destekleyebilir. Coğrafi işaretler, olumsuz çevresel etkileri azaltmaya da yardımcı olabilir. Belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin korunması, o bölgenin doğal kaynaklarının sürdürülebilir şekilde kullanılmasına ve çevresel etkilerin azaltılmasına katkıda bulunabilir. Coğrafi işaretler yerel üreticiler için bir teşvik olarak işlev görürken, aynı zamanda bölgesel kalkınma için önemli bir araç olabilir (Başaran, 2016).

Coğrafi işaretler, küreselleşmenin getirdiği etkilere karşı yerel ekonomiyi destekleyebilen ve kırsal alanları hareketlendirebilen önemli bir araçtır. Küreselleşme, genellikle büyük şehirlerdeki ticari merkezlerdeki büyümeyi teşvik ederken, kırsal alanlardaki yerel ekonomiyi olumsuz etkileyebilir. Coğrafi işaretler, bu dengeyi sağlayarak yerel üreticilerin ve ürünlerin korunmasına ve tanıtılmasına olanak tanır. Küreselleşmeyle birlikte tüketici tercihleri de değişebilir. Coğrafi işaretler, yerel veya belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin kalitesini, benzersizliğini ve doğallığını vurgular. Bu durum, tüketicilerde bu tür ürünlere olan ilgiyi artırabilir. Bu işaretler, yerel ürünlerin ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliğini artırarak, yerel

ekonominin gelişmesine katkıda bulunabilir. Sonuç olarak, coğrafi işaretler yerel ekonomiyi canlandırmak, küreselleşmenin olumsuz etkilerini en aza indirmek ve yerel üreticilerin korunmasını sağlamak için önemli bir araç olarak öne çıkar. Bu işaretler, küresel pazarda yerel ürünlerin tanıtılması ve korunmasını sağlayarak, yerel ekonominin gelişmesine katkıda bulunabilir (Rangnekar, 2004).

1.4.2. Coğrafi İşaretlerin Türkiye ve Dünya Ekonomisine Katkıları

Coğrafi işaretler, Türkiye ve dünya ekonomilerine çeşitli katkılarda bulunmaktadır. Türkiye açısından ekonomik katkılarına bakacak olursak, coğrafi işaretler asimetrik bilginin üstesinden gelmeye, ödeme isteğini artırmaya ve aksi takdirde niş pazarlar yaratmaya yardımcı olmaktadır (Moschini, vd., 2010, 2008). Tarım ürünleri için, tüketici tercihleri ve ödeme isteklilikleri genellikle coğrafi olarak korunan ürünlerin yüksek kalitede olduğu algısı ve yerli ürünler yerine yabancı ürünlere olan tercihlerinden kaynaklanmaktadır (van Ittersum vd., 2007; Teuber, vd., 2011). "Tüketici etnosentrizm" olarak da anılan ikincisi, genellikle tüketicinin kendi ana bölgesine olan bağlılığı ve yerel üreticileri destekleme arzusu tarafından yönlendirilir (Lusk vd., 2006). Üreticinin bakış açısına göre, coğrafi işaretler, segmentlere ayrılmış (niş) pazarlar oluşturdukları ve tüketicilerin ödeme istekliliğini artırdıkları için ürünlerin itibarını korumak ve artırmak için çekici bir araçtır (Vandecandelaere vd., 2018). Bu da kar marjlarını ve satış potansiyellerini yükselterek üreticilere fayda sağlamaktadır. Ayrıca coğrafi işaretler, pazarları bölümlere ayırarak diğer üreticilerin pazara erişimini engelleyerek rekabet baskılarını azaltır.

Bu itibarla, coğrafi işaretlerin ekonomik değeri büyük ölçüde farklılaştırma ekonomisine ve niş pazarlamaya dayanmaktadır. Bu "sosyal olarak inşa edilmiş farklılaşma", küçük üreticilerin bir ticari markanınkine benzer bir rekabet avantajı yaratmasına olanak tanır. Bununla birlikte, Alavoine-Mornas (1997), tipik bir yerel bölgenin bir ürüne getirdiği orijinalliğin, ancak tüketiciler onun değerini anlarsa farklılaşmaya yol açabileceğini belirtmektedir. Bu ifade, bazı durumlarda menşe etiketleme yoluyla niş pazarlamanın, farklılaşmayla ilişkili faydaları yakalamak için kapsamlı bir farkındalık kampanyası gerektirebileceğini vurgulamaktadır.

Coğrafi işaret çalışmalarının Türkiye açısından ekonomik katkılarına bakıldığında;

Pazarlama ve Değer Katma: Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi bölgeye özgü ürünlerin pazarlama sürecinde önemli bir rol oynar. Türkiye gibi ülkeler, coğrafi işaretlerle korunan ürünler aracılığıyla ulusal ve uluslararası pazarda daha yüksek fiyatlarla satış yapabilirler. Bu işaretler, ürünlere ek değer katarak ekonomik getiriyi artırabilir.

Kültürel Mirasın Korunması: Coğrafi işaretler, belirli bölgelerin kültürel mirasını korur. Türkiye gibi zengin bir kültürel geçmişi olan ülkeler, coğrafi işaretler aracılığıyla geleneksel ürünlerin ve üretim yöntemlerinin devamlılığını sağlayabilirler (Avcı, 2008, s. 25).

Turizmi Teşvik: Coğrafi işaretler, turizmi canlandırabilir. Yerel ürünler ve geleneksel el sanatları gibi coğrafi işaretlerle korunan unsurlar, turistlerin ilgisini çekebilir ve turizm potansiyelini artırabilir.

Ekonomik Kalkınma ve İstihdam: Coğrafi işaretler, yerel üreticilerin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayabilir. Özellikle kırsal alanlarda, coğrafi işaretlerle korunan ürünlerin üretimi, yerel istihdamı artırabilir ve ekonomik büyümeyi teşvik edebilir.

Rekabet Avantajı: Coğrafi işaretler, ulusal ve uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlayabilir. Türkiye gibi ülkeler, coğrafi işaretlerle korunan ürünleriyle benzersiz bir kimlik oluşturarak, diğer ürünlerden ayrışabilir ve daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşabilir (Applebee, 1984, s. 580).

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Etkilerin Azaltılması: Coğrafi işaretler, yerel üretim ve geleneksel tarım yöntemlerinin korunmasına yardımcı olarak sürdürülebilirlik ilkesini destekleyebilir. Ayrıca, coğrafi işaretlerle korunan ürünlerin sahtesinin üretimi zorlaşabilir, bu da kaliteyi ve doğallığı koruyabilir ve çevresel etkileri azaltabilir.

Bu katkılar, coğrafi işaretlerin ekonomik açıdan değerli bir araç olduğunu gösterir. Ülkeler, bu işaretlerin kullanımıyla yerel ekonomiyi destekleyebilir, kültürel mirası koruyabilir ve ulusal ve uluslararası pazarda rekabet avantajı elde edebilirler (Short, vd., 2010).

Avrupa'da coğrafi işaretlerin sağladıkları katkılardan bazıları:

- **Ürün Tanınırlığı ve Değer Artışı:** Coğrafi işaretler, ürünün belirli bir bölgeden geldiğini ve belirli bir kalite standardını karşıladığını gösterir.

- **Turizm ve Kültürel Mirasın Desteklenmesi:** Coğrafi işaretler, bölgesel kimlik ve kültürel farklılıkların paylaşılması ve tanıtılmasına yardımcı olabilir. Bu da turizmi teşvik eder ve ekonomiye katkı sağlar.
- **Yerel İstihdamın Artması:** Coğrafi işaretler, yerel üretim ve el sanatlarını destekleyerek yerel ekonomik kalkınmayı teşvik eder. Bu da yerel iş gücünü artırabilir.
- **Tarım ve Gıda Sektörünün Gelişimi:** Coğrafi işaretli ürünler, tarım ve gıda sektörlerini teşvik eder. Bu eşsiz özgün tatları ve özellikleri, kişiliği için çekici hale gelir.
- **İhracatın Artması:** Coğrafi işaretli ürünler, uluslararası pazarlarda daha uygun olabilir. Bu da verimi artırabilir ve dış ticarete katkı sağlar.
- **Kalite ve Güvenilirlik:** Coğrafi işaretler, ürünün güvenilirliğini garanti eder.
- **Sürdürülebilir Tarım ve Üretim Uygulamalarının Teşviki:** Coğrafi işaretler, sürdürülebilir tarım ve üretimin kayıt altına alınmasını teşvik eder. Bu, çevre ve doğal yaşamın korunmasına katkı sağlayabilir (Pacciani vd., 2001).

Avrupa'daki çeşitli ülkelerdeki coğrafi işaretler şu şekildedir;

Prosciuttodi Parma (jambon) İtalya, Kalamata (zeytinyağı) Yunanistan, Parmigiano Reggiano (peynir) İtalya, Calçot de Valls (sebze) İspanya, Scotch Beef (sığır eti) Birleşik Krallık (İskoçya), Budějovicképivo (bira) Çek Cumhuriyeti, Mozzarella (peynir) İtalyan geleneği, Falukorv (geleneksel et ürünü) İsveç geleneği, Karjalanpiirakka (bisküvi) – Fin geleneği.

Coğrafi işaretlerin Avrupa Birliği açısından önemini kavrayabilmek için Birliğin tarım politikalarının iyi bilinmesi gereklidir. Tarım politikalarının AB'de desteklenmesi yarım asır boyunca süregelmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'da kırsal yoksulluk çok yüksek seviyelerde olmuştur. Tarım ürünlerinin kıta içerisinde yeterlilik seviyesi çok düşmüş ve üretim genellikle küçük ölçekle ve düşük teknoloji ile sağlanmıştır. Bunların sonucunda, büyük bir ihtiyaçtan doğan ve çiftçileri destekleyen bir sistem 1962 yılında ortaya çıkarılmıştır. Sistemin amaçları; tarımsal üretkenliği artırmak, kırsal ve tarımsal nüfus için uygun bir yaşam standardı sağlamak, küçük fiyat geçişleri

ile piyasaları dengeye getirmek, çiftçileri kendi kendine yeterli kılmak ve gıdayı makul fiyatlarla temin etmek olmuştur (Brooks, 1999, s. 20).

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET VE COĞRAFİ İŞARETLER YÖNÜYLE KENT EKONOMİSİ VE BÖLGESEL KALKINMA

2.1. Kent Ekonomisi Kavramı

Üretim, dağıtım, tüketim, istihdam, kentteki iş gücü, mülkiyet ve toprak kullanımı, arazi kullanımı ve mülkiyet yapıları kent ekonomisinin farklı ama birbiriyle ilişkili boyutlarıdır (Keleş, 1980). Kentleşme süreci 19. yüzyılda özellikle endüstrileşme ve göç gibi faktörlerle hız kazanmıştır. Ancak kent ekonomisinin ayrı bir bilim dalı olarak ele alınması daha sonraki yıllara dayanmaktadır. Kent ekonomisi, kentlerdeki ekonomik faaliyetleri, kentin yerleşik piyasasını, arazi durumunu ve diğer ekonomik unsurları inceleyen bir disiplindir (Kılınçaslan, 2018). Bu alanın temelleri, Alman iktisatçısı Johann Heinrich Von Thünen'in çalışmalarıyla atılmıştır. Von Thünen, 19. yüzyılın başlarında, tarımsal ürünün pazara olan uzaklığına bağlı olarak arazinin nasıl şekillendirildiği ile ilgili bir model geliştirmiştir. Von Thünen'in modeli, bir kentte bulunan tarımal hizmetlerin, pazar ile olan uzaklığa bağlı olarak farklı biçimde yerine getirildiğini göstermektedir. Bu, ulaşım maliyetleri ve pazara erişim gibi ekonomik unsurlar ile arazi bilgilerinin önemini ortaya koymaktadır. Kent ekonomisi daha sonra bu temel kavramlar etrafında gelişmiş ve 20. yüzyıldan ayrı bir ekonomi dalı olarak kabul edilmiştir. Kent ekonomisi, planlama, ekonomik büyüme, ulaşım gibi konularda kentlerde sürdürülebilir büyüme ve geliştirilmiş stratejilerin kullanılması için kullanılan önemli bir disiplin haline gelmiştir (Kılınçaslan, 2018).

Kent ekonomisi, genel olarak ekonomik analiz yöntemlerini kullanarak pazar yerlerindeki çeşitli sorunları araştırarak belirli çözüm yöntemleri sunmaktadır. Bu alandaki analizler, genellikle makroekonomik ve mikroekonomik düzeyde yapılabilir ve bölgedeki ekonomik sistemleri, ortaya çıkan gelişmelerin, gelir eşitsizliğinin ve diğer

önemli dolaşım incelemelerini içerir. İşte kent ekonomisinin genel konuları ve mikroekonomi odaklı bazı konular şunlardır;

- Eğitim
- Ulaşım
- Çöküntü Bölgeleri
- Konut

Vb. konularda durumları ortaya koymaktadır. Kent ekonomisi, genellikle ekonomik analiz yöntemlerini kullanarak geniş alanlardaki çeşitli kapsamlara sahiptir (Kılınçaslan, 2018).

Kent ekonomisi, hane halkları ve firmalar arasındaki farklı ekonomik hedeflere odaklanan bir disiplindir. Hanehalkları, seçim sırasında genellikle kendi maksimum faydalarını artırmayı amaçlarlar. Bu, genellikle tercih edeceği mal ve hizmetleri en etkin şekilde kullanmalarını içerir. Firmaların ise amacı genellikle maksimum kar elde etmektir. Bu, üretim ve satış faaliyetlerini optimize ederek, pazar taleplerine uygun ürün ve hizmetler sunarak gerçekleşmektedir. Kent ekonomisi, hane halkları ve ekonomik ekonomik faaliyetlerini inceleyerek, buna ait birimlerin özellikleri de dahil olur. Kent ekonomisi, sağlık hizmetleri yer seçimlerini araştırarak, hanehalkları ve katkıları maksimum fayda ve kar elde edilmesi için uygun yerleri belirlemeye çalışır (O'Sullivan, 1992).

Kent ekonomisi, mekansal düzeni, farklı arazi kullanımları ile ilişkileri ve bu iletişimlerle ortaya çıkan kamu politikalarını inceleyen bir alan olarak öne çıkıyor. Kentler, üretim ve tüketim üstünlüklerinin mekânsal olarak yoğunlaşmasıyla şekillenir. Bu yoğunlaşma, belirli yöntemlerin bir araya getirilmesiyle ortaya çıkar ve genellikle benzer ekonomik faaliyetler yürütenlerin bir araya getirilmesini içerir.

2.1.1. Ekonomik Faaliyetlerin Karakterleri

Ekonomik faaliyetlerin bölgesel karakterini ticari kapitalizm ile ilişkilendirerek tarihsel bir temele oturtmak mümkündür. Ticari kapitalizm özellikle 16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar olan dönemi kapsar. Bu dönemde Avrupa'da kolonicilik ve ticaret ağlarının gelişmesiyle birlikte uluslararası ticaretin önemi büyük ölçüde artmıştır. Ekonomik entegrasyonun yerelde ve genelde ortaya çıkarmış olduğu faaliyetlerin dönüşümü

açısından ticari kapitalizm önem arz etmektedir. Bu süreç içerisinde yapılan çalışmaların kentsel ve bölgesel ekonomik dengede direk olarak fayda sağladığını görmekteyiz. Gelişmiş bölgelerin belirli endüstrilerde ortaya çıkması ve bu sektörlerde monopol oluşumu, geri kalan bölgelerdeki ekonomik farklılıkları daha da derinleştirebilir.

Bölgesel ekonomik durum, bir bölgenin süreç içerisindeki durumunu değişken parametreler ile doğrusal bir şekilde politik yapıdaki değişiklikleri açıklamak için önemli ipuçları sunar. Bunu sürdürmek için bazı ekonomik faaliyet türlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bölgesel ekonomik oluşum ve şekillenen durumların temel sonuçları bizlere önemli faktörler sunmaktadır. Bu faaliyetler şu şekilde sınıflandırılabilir:

Temel Sektörler:

Tarım: Gıda üretimi, hayvancılık, tarım ürünleri yetiştirme gibi tarım faaliyetleri oluşturur. Bu sektörün bazı bölümlerinin ana gelir kaynağı olabilir.

Sanayi: İmalat, üretim ve endüstriyel üretim gibi faaliyet sanayi üretimi oluşur. Çeşitli üretim kapasitesi, üretim hatları ve fabrikalar bu üretim faaliyetini göstermektedir (Becker ve Status, 2008, s. 6).

Hizmet Sektörü:

Finans: Bankacılık, sigortacılık, yatırım gibi finansal faaliyetlerdir.

Perakende ve Ticaret: Malların satışı, pazarlaması, ticaret ve pazarlama faaliyetleri.

Turizm: Seyahat, konaklama, eğlence ve turistik faaliyetlerde bulunur.

Bilgi ve Teknoloji Sektörü:

Yazılım geliştirme, bilişim teknolojileri, dijital hizmetler, araştırma-geliştirme gibi alanlar modern ekonomilerde giderek önem kazanmaktadır.

Ekonomik hizmetlerin özellikleri, ekonomik yapı, geliştirme olanakları, gelir değişimleri ve genel refah düzeyi ile ilişkilidir. Örneğin, gelişmiş bir bölge genellikle hizmet sektörüne odaklanabilirken, kırsal bölgelerde daha çok tarıma dayalı ekonomik faaliyetler üzerine kurulmuş bir yapı vardır (İloğlu, 2014, s. 55).

Günümüzde ülkemiz açısından konu ele alındığında ekonomik faaliyetlerin bölgesel açıdan kurumsal yapılarla düzenlenmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin bölgesel kalkınma ajansları, belirli bir bölgedeki ekonomik kalkınmayı teşvik etmek ve desteklemek için kurulmuş kuruluşlardır. Merkezi hükümetten bağımsız olarak faaliyet gösterirler ve belirli bir bölge ekonomik, sosyal ve bazen de kültürel bölgelere odaklanırlar. Bu ajanslar, bölgedeki iş dünyasını destekleyen, girişimcilik potansiyelini artırmayı, istihdamı teşvik etmeyi, altyapıyı genişletmeyi, yatırım çekmeyi ve genel olarak ekonomik büyümeyi teşvik etmeyi amaçlayan çeşitli programlar yürütürler (Bilen, 2006, s. 257-273).

Devlet Planlama Teşkilatı'nın tanımında da belirtildiği gibi, bu ajanslar genellikle kamu ve özel sektör iş birliğiyle finanse edilen kuruluşlardır. Yani hem devlet kaynakları hem de özel sektör katkılarıyla faaliyet gösterirler. Bu ajanslar, bölgesel ekonomik dengesizlikleri azaltmayı, belirli bir bölgedeki potansiyeli ortaya çıkarmayı ve yerel ekonomiyi güçlendirmeyi hedefler. Bunun için çeşitli teşvikler, eğitim programları, altyapı projeleri ve yerel işletmeler yatırım politikaları gibi araçlar kullanabilirler (Çalt, 2005, s. 9).

2.1.2. Bölgesel Gelişmişlik Faaliyetleri

Bölgesel ekonomik sistem arasındaki gelişmişlik farklılıkları, pek çok faktörün etkileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Doğal görünüm, nüfus yoğunluğu, finansal koşullar ve ekonomik etkileşim gibi birçok faktör, bir bölgedeki politikanın gelişim dinamiklerini ortaya koymaktadır. Doğal durumun farklı koşulları, bir bölgenin ekonomik potansiyelini de büyük ölçüde belirlememektedir. Örneğin, bir bölge maden zenginiyse veya tarıma elverişli topraklara sahipse, bu bölgedeki ekonomiler bu çevrede şekillenebilir. Nüfus yapısının da önemi yadsınamaz. Nüfusun az olduğu bölgelerde, büyüme potansiyeli ve tüketim de daha az olabilir (Öztürk ve Bayraktar, 2009).

Tarihsel birikimler de gelişmişlik farklarını ekonomik modellemeler ile ortaya koymaktadır. Önceki dönemlerde bölgesel ekonomik, kültürel veya siyasi olarak yaşanan gelişmeler, günlük o bölgedeki süreci etkileyebiliyordu. Ekonomik politikaların önemine binaen devletler belirli bölgeleri teşvik etmek veya desteklemek için çeşitli politikaları izleyebilmektedirler. Altyapı yatırımları, vergi personeli, eğitim ve teknolojiye erişim gibi toplumsal ve bireysel refah unsurları bölgesel gelişimde önemli rol oynamaktadır.

Bölgedeki gelişmişlik farklılıklarının azaltılması için devletler genellikle farklı politika araçlarını kullanmaktadırlar. Bu politikalar, yaşadıkları bölgeleri desteklemek, yatırım çekmek, altyapıyı yaygınlaştırmak, eğitim ve sağlık hizmetlerini yaygınlaştırmak gibi hedeflerini gerçekleştirmektedir. Bu sayede, gelişmişlik farkları azaltılmaya çalışılır ve ülke genelinde daha kapsamlı bir kalkınma hedeflenmektedir (Tanrıverdi, 2013, s.39).

1950'lerden itibaren birçok ülkede ekonominin önem kazanmasıyla birlikte bölgesel kalkınma politikaları da eş oranda büyük bir önem kazanmıştır. Sistemin, ülke içindeki birimler arasında oluşan ekonomik değişimleri artırmaya yönelik politikalar oluşturmak ve bu dengesizlikleri gidermeye çalışmak temel amaçları arasına girmiştir. Özellikle 1950'ler ve 1960'lar, devletin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek için planlı ve düzenli politikalar uygulamaya çalışılmıştır. Bu dönemde devlet, planlama ve politika oluşturmada önemli bir rol üstlenmiştir. Bölgesel kalkınma planları hazırlanarak geri kalmış bölgelerin gelişimine odaklanılarak bu bölgelere yatırım yapılması teşvik edilmiştir ancak 1980'lerle birlikte neoliberal politikaların yükselişi, yönetimin ekonomi üzerindeki doğrudan etkisini azaltmıştır (Mert ve Çıracı, 2004, s. 80).

2.2. Bölgesel Kalkınmada Yaşanan Değişim ve Rekabet Edebilirlik

2.2.1. Bölgesel Kalkınmada Yaşanan Değişim

1950'li yıllardan itibaren birçok ülke tarafından bölgesel kalkınmayı desteklemek amacıyla çeşitli politikalar uygulanmaya başlandı. Bu dönemde ülkeler, ekonomik ve sosyal değişimlere uyum sağlama, fırsatların değerlendirilmesi ve olumsuz etkilerin giderilmesi amacıyla kendi stratejilerini belirlemeye çalışarak bölgesel ekonomik potansiyeli ortaya çıkarmak istemiştir. Bölgesel politikalar, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecini hazırlayarak zaman içinde evrim geçirmiş ve farklılaşmıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde bölgesel kalkınma politikaları üç dönemde incelenebilmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013 s. 93).

Bunlar:

1. Geleneksel Politikalar Dönemi (1945-1970)
2. Geçiş Dönemi (1970-1990)
3. Bilgi Çağının ve Rekabetçilik Öne Çıktığı Dönem (1990-Günümüz)

Geleneksel Politikalar Dönemi (1945-1970)

Ulusal ve uluslararası bölgesel gelişme özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında önem kazandı. Savaşın yıkıcı etkilerinin giderilmesi, ekonominin canlandırılması ve altyapının sağlıklılaştırılması konuları, birçok ülkedeki gelişmeler için stratejik hale geldi. 1945-1970 yılları arasında birçok ülkede bölgesel artışlar oldu. Kırsal bölgelerdeki düşüş arttı ve bu durum büyük kent merkezlerine göçü hızlandırdı. Bu göç dalgası, kentlerde altyapı desteğini de beraberinde getirdi. 1950'lerde ekonomik politikalarında devlet müdahalesinin önemi ciddi anlamda vurgulanmıştır. Büyümenin sürekliliği için sürdürülebilir ekonomiye müdahale edilmesi gerektiği fikri, o dönemde oldukça kabul görmüştür. Gelir görünümünde denge ve bölgelerarası denge kavramlarının ortaya çıkması özellikle farklılaşmalara neden olmuştur. Bu dönemde, 1960'lara gelindiğinde, bölgesel dengesizliğin azaltılması veya ortadan kaldırılması önem arz etmiştir. Oluşan ekonomik dengesizliklerin giderilmesi için dört politika aracı kullanılmıştır (Kara, 2008, s. 44-45). Bunlar;

- Mali teşvikler
- Altyapı yatırımları
- KİT'lerin yükümlülüklerini yerine getirmesi
- Kamu ya da özel işletmelerinin merkezlerinin yer değiştirilmesi

Bu dönemdeki devlet müdahalesi oldukça belirgindi ve bölgesel eşitsizlikleri sağlamaya yönelik olarak ülke genelinde doğru kullanım ve yatırımların büyümesi üzerinde çalışılmıştı. Politikalar genellikle benzer bir yönde ve dar bir kapasitede kaldı. Yardımlar genellikle şirketlere ve temel altyapı yatırımlarına aktarılmaya çalışılıyordu. Bölgelerin mevcut ekonomik modellerin dışında gelir kaynakları oluşturma durumları söz konusu olmuştur. Bu durum coğrafi işaretli ürünlerin yerel ve bölgesel kalkınmada ekonomik önemini artırmıştır (Treasury, HM, 6 2010).

Geçiş Dönemi (1970-1990)

1960'ların sonlarından 1970'lerin ortalarına kadar olan dönemde, birçok ülkenin ekonomik açıdan bunalım yaşaması ve devletlerin otoriter sürdürülebilirlik açısından uyguladığı politikalar uygulanamaz hale gelmiştir. Mevcut ekonomik durumlar farklı entegre çözümleri de beraberinde getirmiştir. Verimlilik düşerken devamlılık oranı

artmıştır. Bu durum, devlet müdahalelerine ve özellikle firmalara yapılan sübvansiyonlara karşı bir tepkiyi beraberinde getirmiştir. Ekonomik koşullardaki değişimler, politikaların sorgulanması ve eleştirilmesine yol açmıştır. Bölgesel değişimlerin azaltılması için hedefe yönelik politikalar terk edilerek, bu amaç için değişme ve değiştirme yöntemine gidilmiştir. Ayrıca, küreselleşmenin korunması, rekabet gücü yüksek olan ürünlerin öne çıkması için bölgesel alanlara odaklanma artmıştır. Bu süreçte, küresel ekonomik büyümenin revaçta olması nedeniyle bölgesel politikaların yerine genellikle küresel odaklı stratejiler tercih edilmiştir. Bu durum 1980'lerde politika yönetim anlayışının değişmesine neden olmuştur. Bu dönemde, yerel birimlerden ziyade bölgesel yapıların kesintisini vurgulayan bir dönüşüme neden olmuştur (Eraydın, 2004, s. 127-128).

Bilgi Çağının ve Rekabetçiliğin Öne Çıktığı Dönem (1990-Günümüz)

1980'lerde politika ve yönetim anlayışındaki değişimler yerel ekonomik dengelerin bozulmasına ve küreselleşme sürecine geçişin yavaşlamasına neden olmuştur. Bu nedenle bu dönemde küreselleşme sürecinin pozitif etkilerinin yanı sıra negatif etkileri de ortaya çıkmıştır. Küreselleşmeyle birlikte bazı ekonomiler bu süreçte olumlu yönlere ayrılırken, diğerleri için adaptasyonun zorlukları ortaya çıktı. Pozitif etkilenen ekonomiler, küresel ticaret ve iletişimdeki artıştan, yeni teknolojilerin getirdiği faydalardan yararlanarak büyüme gösterdi. Ancak bazı ekonomiler bu değişime hızlı bir şekilde uyum sağlayamadı ve bölgeler arası dengesizlikler ortaya çıktı. Bölgelerin küreselleşmeyle başa çıkabilmesi ve kalkınma potansiyellerini değerlendirebilmesi için yeni stratejilerin geliştirilmesi gerekiyordu. Bu nedenle süreç içerisinde bölgesel kalkınmada ortaya çıkan bazı kavramlar ve etkileri önem kazanmıştır. Özellikle Bachtler ve Yuill'in belirttiği ettiği gibi ekonomilerin rekabet gücü; yenilik yapma kapasitesi, işler arası etkileşim ve ağlar gibi faktörlere bağlı hale geldi. Bu kavramlar, bir bölgenin rekabet edebilirliğini artırabilmek için önem kazandı. Yenilikçilik, iş birliği ağları ve öğrenmeye teşvik eden bir çevre oluşturmak, bölgesel kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır (Bachtler ve Yuilll, 2001, s. 10).

2.2.2. Bölgesel Kalkınmanın Temel İlkeleri

Gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun ülkelerin bölgeleri arasında sosyal politikaların her biri, ülkelerin veya bölgelerin sosyal ve ekonomik farklılıklarını giderme yolunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu farklılıkları gidermede ise üç ana ilke

bulunmaktadır. Bunlar; sosyal karlılık ilkesi, kalkınma kutbu ilkesi ve halkın katılımı ilkesidir.

Sosyal Karlılık İlkesi: Bu ilke, yapılan sosyal politikaların veya ekonomik girişimlerin toplumun geneline nasıl bir fayda sağlayacağına odaklanır. Temel amaç, korumanın genel refahı artıracak şekilde en verimli ve etkili biçimde kullanılmasıdır. Bu ilke, sosyal yardım programlarından altyapı hizmetlerine kadar geniş bir yelpazedeki faaliyetlerde uygulanabilir. Örneğin eğitim ve sağlık hizmetleri gibi alanlarda yapılan yatırımlarda olduğu gibi (Samırkaş ve Bahar, 2013 s. 93).

Kalkınma Kutbu İlkesi: Bu ilke, belirli bir bölge veya ülkenin kalkınmasını sağlamak için sadece bir bölgeye veya bir sektöre odaklanmayı içerir. Burada amaç, belirli bir bölgede ekonomik, sosyal ve altyapısal eksiklikleri gidererek o bölgenin genel gelişimini desteklemektir. Bu ilke, geri kalmış veya dezavantajları olan yatırımlarla öne çıkar. Örneğin, kırsal program tarımı destekleyen programlar veya altyapı eksikliklerini gidermeye yönelik projeler bu ilkeye örnek olarak verilebilir (Dinler, 2012, s. 273).

Halkın Katılımı İlkesi: Bu ilke, toplumun yayılmasını ve paylaşımını vurgular. Karar alma oranlarına ve uygulanan politikalara aktif katılımı teşvik eder. Bu ilke, demokratik partilerin serbest bırakılması, yerel bölümlerin mali yapısının geniş olması ve politika yapım işlemlerinin gerçekleştirilmesine katkı sağlar.

Halkın bölgesel kalkınma politikalarına yönelik düzenlemeleri, politikaların başarılı olma olasılığını artırmaktadır. Bu katılım, yerelin daha iyi anlaşılmasını, politikaların daha duyarlı ve etkili olmasını sağlar. Ayrıca bu katılım süreci, kendi politikalarını oluşturma ve birleştirme ortamı da sağlamaktadır. Ticaret odaları, ziraat odaları gibi profesyonel odaların bu süreçte rol alması oldukça önemlidir. Çünkü bu odalar, kendi sektörlerinin ihtiyaçlarını ve potansiyelini en iyi şekilde ortaya koyabilirler. Belediye meclisi ve bölgesel kalkınma komisyonları gibi yerel yönetim organları da yerelin görüşünü daha doğrudan yansıtılabilir ve politika oluşturma faaliyetlerine yardımcı olurlar. Ülkelerin bölgesel kalkınma politikaları üzerinde karar alma süreçlerinin ve mekanizmasının geniş kapsamlı olması önemlidir. Bu noktada toplumun üyelerinin politika oluşturma sürecinde aktif rol alması, toplumun geniş kesimlerinin çıkarlarının yansıtılabilmesini sağlar (Kara, 2008, s. 9-10).

2.2.3. Kentsel Rekabet Edilebilirlik

Bölgesel rekabetin ve kentlerin bu rekabetteki rolünün önemi kentsel rekabet edebilirlikte yatmaktadır. İlk olarak bir bölgenin kalkınması, o bölgedeki kentlerin rekabet gücünü belirleyebilir. Ardından kentlerin uluslararası rekabet ortamındaki rakiplere karşı çekim gücü oluşturma gerekliliği üzerinde duruluyor. Bu, kentlerin ekonomik anlamda çekici olmalarının ve uluslararası yatırımcıların kendilerini çekmelerinin önemli olduğunu ifade eder. Bu çekim gücü, yatırımların bölgeselleşmesi ve ekonomik büyüme sağlama açısından kritiktir.

Son olarak, kentlerin yaşam koşullarının yaratılmasının da geçerli olduğu belirtiliyor. Rekabetçi kentler, iş fırsatları ve istihdam potansiyeli sunarak bölgenin ekonomik yapısına destek vermektedir. Peter Karl Kresl ve Balwant Singh, Rekabetçilik ve Kentsel Ekonomi hakkında yaptıkları araştırmaları ile rekabetçi bir kentsel ekonominin özelliklerini belirlemiştir (Kresl ve Singh, 1999). Bunlar;

- Yüksek gelir getiren işlerin üretimi yönünde kentin geliştirilmesi,
- Çevreye duyarlı hizmet üretimi,
- Üretimde arz edilen ürün ve hizmetler yönünde gelişim sağlanması,
- Kentin ihtisaslaşacağı alanların kentin mevcut alanlarına göre değil, gelecekteki potansiyellerine uygun olarak belirlenmesi,
- Ekonomik büyüme de istihdamın etkilerini göze alarak tam istihdama ulaşacak düzeyde ekonomik büyüme oranının belirlenmesi,

Ekonomilerin genel ekonomik değişkenlere açık olmaları, mevcut yapılar içerisinde kendi rekabet yapılarını artırmak adına üretimlerini daha uygun bir şekilde başka alanlara kaydırmaları ve kendi rekabet edebilirliklerini geliştirmeleri gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun özellikle ticaretin serbestleştiği, teknolojinin hızla değişip yayıldığı bir dönemde daha belirgin hale geldiği görülmektedir. Dolayısıyla, rekabetin artırılması ve yaygınlaştırılması için kentsel ve bölgesel politikaların daha fazla önem taşıdığı vurgulanmaktadır. Bu politikalar, kentlerin yerel rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı olacak teşvikleri, altyapı yatırımlarını ve eğitim programlarını birleştirmelerini sağlamaktadır (Kresl ve Singh, 1999).

Kentlerin ihtisaslaştığı her alanda ulusal ve bölgesel düzeyde rekabet içinde oldukları bilinmektedir. William F. Lever'ın yaptığı çalışmalarda, kentlerin belirli bir hedefe ulaşmak için rekabet ettikleri ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda, kentlerin gelişme çabalarının arttığı ve bu çabaların genellikle belirli bir alana göre odaklandığı ileri sürülmektedir. Kentler, ekonomik, kültürel veya teknolojik alanlarda uzmanlaşarak diğer kentlerle rekabet edebilmektedir (Lever, 1998). Bu hedefler ise şunlardır;

- İstihdam yaratan sektörde yatırımların çekilmesinin sağlanması,
- Ekonomik büyümenin sağlanması,
- Mevcut firmaların geliştirilmesinin sağlanması,
- Yeni alanlarda firmaların kurulması ve ekonominin gelişmesinin sağlanması,
- Önemli yatırımlar için rekabetin sağlanması,
- Ulusal düzeydeki kaynaklardan yaralanmak için rekabet edebilirliğin sağlanması.

2.2.4. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik

Son dönemde dünya çapında ekonomik kalkınmanın belirli tarzda ihtisaslaştığı ve aynı zamanda farklı bölgelerin ekonomik yapılarının rekabetçi ortamda zarara uğradığı görülmektedir. Bu bölgelerin ekonomik açıdan düşüşe geçişinin süreklilik açısından büyümeye doğrudan etki ettiği saptanmıştır. Bu durumların, küreselleşme sürecinin artan çeşitlilik ortamının bir sonucunun olduğu ifade edilmektedir. Dünya genelinde yaşanan bu dönüşüm, artan küreselleşme sürecinde politika yapıcıların en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Uluslararası rekabet ortamında üretime dayalı politikaların rol belirleyici tarafta olması ekonomik koşulların sürekli değişen politik çerçeveden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bölgesel rekabet edebilirlik, belirli bir mekandaki üretim faktörlerinin konumu ve kullanımının, iktisadi aktörlerin rekabet edebilirliklerini etkilemekte oluşu fikrine dayanmaktadır (Hanna ve Rowley, 2008).

Uluslararası düzeyde rekabet edilebilirliğe sahip olan sökterler, belirli bir teknolojik altyapıya göre ekonomik düzenleyicileri belirleyebilmektedir. Ayrıca bu ekonomik odaklanmanın desteklenmesi ve yığınlaşma etkisinden daha iyi nasıl yararlanılacağı konuları politik çalışmalarla desteklemelidir. Ekonomik büyümeyi ve

istihdamı artırarak ülkenin genel kalkınmasına katkı sağlayarak bölgesel rekabet edilebilirlik sağlanabilir (Kara, 2008, s. 9-10).

Rekabet edebilirlik, bir bölge veya ülke, uluslararası düzeyde diğer bölgelerle veya ülkelerle karşılıklı ilişkiler çerçevesinde ekonomik faaliyetlerin artırılması ve sürdürülebilirliği ifade etmektedir. Rekabeti artırmak için bir bölgeyi veya şehri genellikle altyapı yatırımları, eğitim programları, teknolojik inovasyonlar açısından teşvik ederek iş yapma ortamı geliştirilmektedir. Bu çabalar, yerel ekonominin güçlenmesine ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Avrupa Komisyonunun açısından rekabet edebilirlik, uluslararası pazarda kabul edilebilir mal ve hizmetleri üretebilme yeteneği ile birlikte sürdürülebilir gelir dağılımı, istihdamın sürdürülmesi ve uluslararası rekabet ortamında sürdürülebilirliği sağlama amacını taşımaktadır. Bu anlamda, rekabet edebilirlik stratejisi genellikle ekonomik politika, eğitim, altyapı geliştirme, yenilik ve teknolojiye yatırım yapma gibi çoklu alanlarda uygulanmaktadır. Bu stratejiler, bir bölge veya ülkenin uluslararası düzeyde rekabet avantajı elde etmesine ve sürdürülebilir bir ekonomik büyüme desteğine yardımcı olmaktadır (European Commission, 2016).

Bölgesel rekabet edebilirlik, genellikle bir bölgenin veya ülkenin ekonomisinin, uluslararası rekabet ortamında sürdürülebilir bir şekilde başarılı olma kapasitesini ifade eder. OECD'nin tanımına göre, bu kavram şu unsurları içerir:

- Firmaların Rekabet Yeteneği
- Endüstrilerin Rekabet Yeteneği
- Bölgelerin Rekabet Yeteneği
- Ülkelerin Rekabet Yeteneği
- Uluslararası Rekabet Ortamında Yüksek Gelir ve İstihdam Yaratma Yeteneği.

Bu unsurların bir araya gelmesiyle bir bölge veya ülke, uluslararası düzeyde rekabet edebilir bir konuma ulaşabilir ve ekonomik büyüme ile istihdam artışı sağlayabilir (OECD, 2016)

2.3. Kentsel ve Bölgesel Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Rekabet Edilebilirlik: Ankara Örneği

2.3.1. Araştırmanın Önemi

Araştırma, birçok alanda önem taşıyan boyuta sahiptir. İlk etapta coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılıp farkındalıklarının ortaya konulması bağlamında önem taşıyan bir çalışma olmuştur. İkinci etapta ise çalışmada bu ürünlerin ekonomik alana olan etkisine yer verilmiştir. Bu açıdan da önem taşıyan bir çalışma olmuştur. Coğrafi işaretli ürünler belli bir alana özgü ürünlerdir. Bu yüzden her koşulda ve her alanda aynı şekilde oluşmazlar. Bu özelliklerinden dolayı da ekonomik bir değere ve öneme sahiplerdir. Çalışma ile birlikte bu ekonomik değere ve öneme yer verilmiştir. Bu ürünlerin detaylı bir şekilde tanıtılması ve görselleştirilmesi bağlamında da önem taşıyan bir çalışma olmuştur. Çalışma kapsamında ekonomik alana ne ölçütte indirgendiğine de değinilmiştir. Tüm bunlar çalışmanın genel kapsamını meydana getirmektedir. Coğrafi işaretli ürünler, birçok kişi tarafından bilinmez. Bu ürünlerin bilinmesi bağlamında da önem taşıyan bir çalışmadır.

2.3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, coğrafi işaretli ürünlerin kent ekonomisine ve bölgesel kalkınmaya olan etkisinin araştırılmasıdır. Bu tür ürünler sadece coğrafi işaretli olarak bilinmektedir. Ancak bunların ülke ekonomisine olan etkileri de çok fazladır. Bu kapsamda ekonomik alana indirgenen bir çalışma olduğu için amacını da bu ürünlerin önemi oluşturmaktadır. Araştırmada farklı alanlarda ön plana çıkan ürünler ele ala alınmıştır. Bu ürünler sadece TR51 istatistiki bölgesini oluşturan Ankara ili ve Ankara kentsel merkezi odaklı olarak seçilmiştir.

2.3.3. Araştırma Sahası

Araştırma sahası TR51 istatistiki bölgesi olan Ankara ili örneği üzerinden yürütülmüştür. Coğrafi işaretli ürünlere bakıldığı zaman birçok alana mahsus olan ürünler ile karşılaşmak mümkündür. Bu yüzden hepsini ele almak mümkün değildir. Ölçek bağlamında Ankara'nın seçilmesinde belli başlı temel gerekçeler vardır. Bugün Ankara'ya bakıldığı zaman birçok ürün bazında genel bir zenginliği Ankara ilinin içerdiği görülmektedir. Ankara Anadolu'nun ortasında birden fazla bölgenin kesişimi niteliğinde

bir konumda yer almaktadır. Sahip olduğu geniş il sınırları dikkate alındığında İç Ege, Orta ve Batı Karadeniz, İç Anadolu gibi farklı bölgelerin ve farklı yörelerin kesişimi doğal olarak coğrafi ürün çeşitliğiliğini de artırmıştır. Tüm bu özellikler Ankara'nın araştırma sahası olarak belirlenmesinde etkili olmuştur. Ayrıca Ankara, dış ticaret bağlamında da hacmi yüksek olan bir metropoldür. Yani hem ürün hem de ekonomik alan bazında güçlü bir yapısı vardır.

Araştırmada elde edilen veriler Türkiye İstatistik Kurumu, Türk Patent Enstitüsü gibi kurumlar tarafından yayımlanan raporlar ve bültenlerden elde edilmiştir. Bu bakımdan ikincil veriler üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Genel olarak çalışmada betimsel niteliktedir ve nicel yöntem takip edilmiştir. Bunun yanında ürünlere ilişkin açıklamalar ürünlere ait görsellerle desteklenmiştir.

2.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın temel belli başlı sınırlılıkları vardır. Bu sınırlıklardan ilki çalışmanın sadece Ankara ili örneği üzerinde yürütülen aaştırmayı içermesidir. Ankara ili dışında başka bir kent ve/veya bölge dikkate alınmamıştır. Bunun dışında seçilen ürünlerde de sınırlıklar mevcuttur. TR51 istatistiki bölgesi kapsamındaki bütün coğrafi işaretli ürünler çalışmaya dahil edilmemiştir. Sadece ekonomik anlamda ön plana çıkan belli başlı ürünler seçilerek çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma kapsamında sunulan bu ürümler dış ticaret hacimleri dikkate alınarak ele alınmıştır.

2.3.5. Araştırmaya İlişkin Bulgular ve Değerlendirme

Bölgesel ve kentsel kalkınmadaki hizmetlerin önemi oldukça büyüktür. Coğrafi işaretler, belirli bir bölgede üretilen ürünlerin orijinalliğini ve sınırlarını belirtmek için kullanılan sembollerdir. Bu işaretler, genellikle bir bölgeye özgü sosyal, iklimsel, topografik veya kültürel özelliklere sahip ürünlerdir. Türkiye'nin gerek coğrafi gerekse de fiziki yapıda dünya genelinde birçok ürünün yetiştiği nadir ülkelerden biri olduğunu ifade etmektedir. Ülkenin bulunduğu konum itibari ile kentsel ve bölgesel kalkınmada belirli ürünlerin o yörenin ekonomisine sağladığı fayda çok önemlidir. Türkiye'de coğrafi işaret kavramının yaygınlaşmasıyla birlikte söz konusu ürünlerin hem iç ticarette hem de dış ticarette önemli bir yer edindiği görülmektedir (Şahin, 2019). Başarılı bir farklılaşma stratejisi yaratarak farklılaştırılmış bir imaj oluşturmak ve bu sayede rekabet avantajı

sağlama ve taklit edilmenin önüne geçme yönündeki çalışmalar önemlidir (Hayes vd., 2003).

Toplumların kalkınma sürecinde yaşadığı evrim ve değerlerindeki değişim kalkınmada yeni anlayışları gündeme getirmektedir. İnsanın yaşam standartları ve refah düzeyi gelişmekle artık daha fazla nitel değerlere önem verilen bir evreye geçiş görülebilmektedir. Önceleri sadece gelir düzeyi, ekonomik büyüme ve maddi refah kalkınma seviyesinin belirlenmesinde temel olarak kabul edilirken zaman içinde bu kavramlar daha geniş bir perspektife evrildi. Günümüzde sadece ekonomik göstergeler değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik, sağlık, eğitim gibi niteliksel faktörler de kalkınmanın birer parçası olarak değerlendirilmeye başlandı. Çevrenin korunması, sağlıklı gıda tüketimi ve sürdürülebilir ekonomik gelişme gibi unsurlar, toplumların kalkınma hedeflerini belirleyen önemli faktörler haline geldi (Tekelioğlu ve Demirer, 2008, s. 716). Coğrafi işaretler, dağılıma sadece bölgesel özelliklerin vurgulanmasıyla aynı zamanda farklılaştırılmış ürün hakları sağlama ve rekabet avantajı kazanma olanağı sunmaktadır. Bunlar;

- Rekabet Üstünlüğü,
- Fiyat Esnekliği,
- Pazar Erişimi ve İhracat Olanakları.

Coğrafi işaretler, belirli bir bölgede üretilen, göze çarpan özellikleri ve kökenini vurgulayan bir tür tescil sistemidir. Bu tescil, satışa sunulan bölgedeki belirli koşullar veya özelliklerin altında üretilebildiğini ve bu nedenle o bölgeye özgü kalite, ün veya başka bir belirgin oluşuma sahip olduğunu belirtir. Coğrafi işaretler, kültürel ürünler hakkında daha fazla bilgi sağlayarak bulundukları kentlere ya da bölgelere ekonomik fayda sağlamaktadır. Bu durum, bir ürünü satın alırken belirli bir standarda veya kalite seviyesine sahip olma güvencesi sağlar. Bu kapsamda coğrafi işaretli ürünlerin özellikle kırsal kalkınma sürecinde sağlayacağı avantajlar şunlardır: Koruma, pazarlama, kırsal kalkınma, ekonomik denge ve bilgi aktarım aracı avantajını hem üretici hem de tüketici tarafının yaşamasıdır (Kan, 2011, s. 55). Doğrudan üretim ürünleri dahil olmak üzere belirli çeşitliliğin ücretlendirilmesi, ekonomik ve bölgesel kalkınma üzerinde kalıcılığa sahip olabilir. Bu kapsamda coğrafi işaretlerin bölgesel ürün üzerinden bölgedeki tüm faktörlere dolaylı etkileri arasında doğrudan etki alanı oluşturarak yasal netlik arazi

değerlemesi ve istihdam artışı gibi konularda fayda sağlamaktadır. Doğrudan etkilerinin yanı sıra marka imajının güçlenmesi gibi dolaylı etkiler, özellikle kırsal kalkınma üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Coğrafi işaretli ürünler genellikle belirli bakanlık bölgeleriyle ilişkilidir ve genellikle bu üretilen ürünler kültürel entegrasyona bağlı kalarak bölgesel bir rant haline de gelmektedir (Zografos, 2008; Passeri, 2007). Coğrafi işaretlerin gelişimi ve değişim gösteren ekonomik düzen bazı gelişmeleri de beraberinde getirir. Bunlar;

Ürün Kalitesi ve Güvenilirlik: Coğrafi işaretli ürünler genellikle belirli bir bölgenin özel koşulları, iklimi, toprak yapısı veya geleneksel üretim yöntemleri gibi parametrelerle ilişkilidir.

Bölgesel Kimlik ve Pazarlama: Coğrafi işaretler, belirli bir bölgenin kültürüyle ve farklı yöreleriyle bağlantılı biçimde pazarlama avantajını arttırır. Bu bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlar, çünkü bu ürünler genellikle talep görür ve değer kazanır.

Ekonomik Değerin Adil Dağılımı: Coğrafi işaretler, bölgelere belli bir bölümün kendine özgü faaliyetlerini pazarlama ve satma fırsatını tanır. Bu ekonomik değerin bölgede daha adil bir şekilde dağılmasına olanak sağlar, çünkü bu ürünlerin kendi benzersiz ürünleri üzerinden gelir elde edebilirler.

Sosyal ve Çevresel Etkiler: Çalışmalar, bakanlık işaretlerinin sadece ekonomik olmadığını, aynı zamanda sosyal anlamda da aktif olarak çalıştığını belirtiyor. Bu tür kötü üretim genellikle geleneksel bozulmalara dayanır ve yerel topluluklar sosyal kalkınmayı destekleyerek bulunabilir. Ayrıca bakanlık işaretli ürünler genellikle sürdürülebilir tarım ve üretimin satışını teşvik eder, bu da olumlu bir etki yaratır (Reviron vd. 2009). Kent ekonomileri belirli bir üretim anlayışı ile sürdürülebilir bir sistemin içerisinde faaliyet alanlarını belirlemektedir. Bu süreç itibari ile coğrafi işaretlerin kent ekonomisi başta olmak üzere bölgesel ekonomik yapıya uygun bir mikro getiri sistemi oluşturmaktadır. Bu durum ulusal ve uluslararası alanda birçok sistematik yapıyı olumlu şekilde etkilemektedir. Genel itibari ile kentsel ve bölgesel kalkınmanın baş aktörlerinden coğrafi işaretlerin önemi her bölge için farklılık göstererek yapısal ekonomiye entegre bir şekilde sürdürülmektedir (Şentürk, 2011).

Küreselleşme, ekonomik, kültürel ve teknolojik ilişkilerin güçlendirilmesi, bölgesel kalkınma politikalarının daha karmaşık hale gelmesine neden olmuştur. Türkiye'de olduğu gibi birçok ülkede bu değişimler farklı sonuçların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Merkezi hükümet politikalarının yanı sıra, yerel yönetimlerin, iş dünyasının ve sivil toplumun daha fazla söz sahibi olduğu, yerel ihtiyaçlara sunulan ve daha duyarlı politikaların yer aldığı bir sürece doğru geçiş yaşanmaktadır. Özellikle bölgesel kalkınma ajansları, yerel ekonominin gelişmesi, gelişmişlik destekleri, işbirlikleri ve bölgesel dayanışmayı artırmak adına önemli bir rol üstlenmektedir. Bu süreçte, yerel aktörlerin daha fazla etkili olduğu, bölgesel kalkınma politikalarının belirlenmesinde ve daha aktif rol üstlendiği bir döneme doğru gelişim görülmektedir. Bu durum, küresel düzeydeki rekabetin yanı sıra, yerel dinamiklerin ve katılımların da kaydedildiği, daha esnek ve yerelleştirilmiş politika uygulamalarının benimsenmesine yönelik bir şekilde yansıtılmaktadır. Kentsel ve bölgesel ekonomik faaliyetlerin her bölgede farklı sonuçlarının ortaya çıkması coğrafi işaretlerin öneminin değişken bir statü içerisinde olduğunu göstermektedir. Her bölgenin yerel ekonomik dengesinin farklı sektörlere dayandığı ve bunlara ek olarak coğrafi işaretli ürünlerin sağlamış olduğu ekonomik entegrasyon birleşimi fayda haline getirilmeye çalışılmaktadır.

Coğrafi işaretler, bir bölge, ülke veya belirli bir yerin ürünlerine özgünlük katan ve kalite, itibar ve karakter sağlayan işaretlerdir. Coğrafi işaretlerin varlığı bölgesel ekonomik yapıların içerisinde rekabet edilebilirlik süreçlerine direk etki etmektedir. Coğrafi işaretler bulundukları bölgelerin gelişmişlik süreçlerine doğrudan entegre olarak rekabet süreçler içerisinde ekonomik fayda ortaya koymaktadır (Elmas, 2001). Bölgesel gelişme ve rekabet edebilirlik için şu adımlar atılabilir:

Stratejik Planlama: Ülke genelinde bölgesel kalkınma ve rekabet edebilirlik için yeniden planlar oluşturulmalıdır. Bu planlar, farklı bölgelerin özelliklerini, potansiyelini ve deneyimlerini dikkate almalıdır.

Bölgesel Potansiyel Tanımlama: Her bölgenin ekonomik, doğal kaynakları, insan kaynakları gibi potansiyelleri belirlenmeli ve bu potansiyellerin nasıl değerlendirileceği üzerine odaklanılmalıdır

Yerel Ekonomik Çeşitlilik: Bölgesel gelişme için çeşitlendirilmiş ekonomik faaliyetler teşvik edilmelidir. Her bölgeye özgü topluluklar değerlendirilerek, tarım, sanayi, turizm gibi farklı sektörlerin geliştirilmesi desteklenmelidir.

Eğitim ve İnsan Kaynakları: Bölgesel kalkınma için eğitim ve insan kaynakları önemlidir. Bölgeler arasında eşit düzeyde eğitim imkanları ve istihdam yaratılmalıdır.

İnovasyon ve Teknoloji Transferi: Teknoloji ve inovasyon, bölgesel kalkınmanın temel unsurlarıdır. Yeni teknolojiler ve inovasyonlarla ilgili bölgesel transfer desteği ve yerel girişimcilik ortamları oluşturulmalıdır.

Kamu-Özel İş Birliği: Kamu-özel sektör iş birliği ile bölgesel kalkınma projeleri geliştirilmelidir. Bölgesel kalkınmada özel sektör ve yerel yönetimlerin rolü büyüktür.

Türkiye'de coğrafi işaretleme potansiyeli olan ürünlerin satışa sunulduğu yerel festivallerin önemli bir yeri vardır. Ülkenin farklı illerinde, belirli bir bölgedeki spesifik ve kültürel özelliklerini vurgulamak amacıyla festivaller düzenlenmektedir. Bu festivaller, bölgesel olarak yerelde ve genelde ekonomik fayda sağlamaktadır. Coğrafi işaret potansiyeli olan ürünlerin bölgelere göre farklılık göstermesi ve sürdürülebilir bir sistem içerisinde kendine yer edinmesi önemli bir konudur. Ekonomik faaliyetlerin çeşitlilik arz ettiği bölgelerde coğrafi işaretlerin sağladığı faydaya göre rekabet edebilirlik durumu her noktada değer yaratmaktadır.

Örneğin, Aydın'ın Germencik ilçesinde düzenlenen "Germencik Nar Festivali" gibi festivaller, bölgenin ekonomik kalkınmasına direkt olarak etki etmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin kentsel ve bölgesel kalkınmada pozitif bir değişime neden olması düzenli bir sürecin içerisine dahil olmasına ortam hazırlamaktadır (Çağlı, 2012, s. 79).

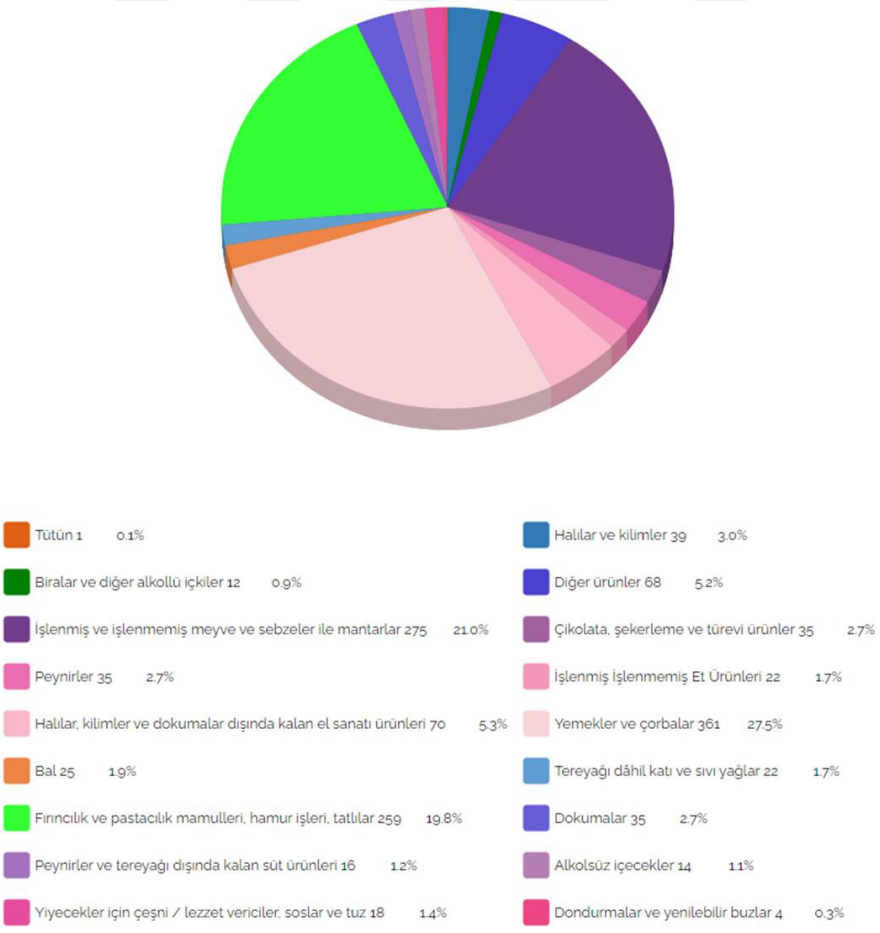
Avrupa Birliği'nin yenilik politikaları, üye ülkeler arasındaki ekonomik ve sosyal farklılıkların azaltılmasını, bölgeler arasında dengesizliklerin giderilmesini ve bütünleşmeyi hedefler. Bu amaçlanan AB yapısal politikaları genellikle iki temel yöntem üzerine odaklanmıştır (Avrupa Birliği Başkanlığı, 2005) :

Bölgesel Kalkınma Fonları ve Yardımları: AB, bölgesel farklılıkların giderilmesi için bölgesel kalkınma fonları ve yardımlar sağlar. Özellikle daha az gelişmiş bölgelerin gelişimini sağlayabilmek adına bu fonlama sistemi içerisinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Yapısal Dönüşüm ve Yeniden Yapılandırma: AB, bölgesel kalkınma için yapısal olarak desteklenmesi amacıyla çeşitli programlar yürütmektedir. Özellikle sanayide yaşadığımız istihdam sorunlarına yönelik birçok program yürürlüğe konulmaktadır.

Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlere bakıldığı zaman birçok ürün ile karşılaşılmaktadır. Ankara ili üzerinden gidildiği zaman sadece bu yöreye özgü olan ürünler ön plana çıkmaktadır. Türkiye, bölgesel ölçekli bir ürün zenginliğine sahiptir. Aşağıdaki grafiğe bakıldığında da anlaşılacağı üzere Türkiye ölçeğinde ön plana çıkan belli başlı ürünler vardır. Bu ürünler öncelikli olarak diğer ürünlere oranla daha çok yoğunluk göstermiştir. Örneğin aşağıdaki grafikte tütünden dokumaya kadar birçok ürüne yer verilmiştir. Türkiye ölçeği bağlamında bu grafikteki ürünler en çok yetiştirilen ürünlerdir. Yani en çok yoğunluğa sahip olan ürünler oldukları için ön plana çıkmışlardır. Bunlar dışında da Türkiye'de birçok ürün yetişmektedir. Ancak aşağıdaki grafikte en yoğun olan ve çok yetişen ürünler tercih edilmiştir.

Şekil 1.1 Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Dağılımı (%)



Kaynak: TÜRK PATENT, 2022

Yukarıdaki grafikte mevcut olan ürünler Türkiye bağlamında en çok yetişen ürünlerdir. Bunlar dışında da birçok ürün vardır. Ancak bu ürünler en yoğun olan yetişme potansiyeline sahiplerdir. Bu yüzden tercih edilmişlerdir. Burada en az yetişen ürün % 1 lik kısım ile tütündür. En çok yetişen ise % 21 ile sebze ve meyvelerdir.

Ek 1 ve Ek 2'deki tablolara bakıldığı zaman Türkiye ölçeğinde coğrafi işaretli ürünlerin ne kadar çok olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak sadece Türkiye üzerinde değil dünya bağlamında da coğrafi işaretli ve koruma altına alınmış olan ürünler mevcuttur. Özellikle dünya ölçeği bağlamında bakıldığı zaman Türkiye üzerinden birçok ürünjün koruma altına alınmış olduğu da ortaya çıkmaktadır. Bu ürünlerin her biri hem koruma altında hem de çok talep gören ürünlerdir. Türkiye, coğrafi işaretli ürünler bazında gelişmiş bir ülkedir. Özellikle zengin bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu yüzden de dünya üzerinjde de coğrafi işaretli ürünler listesine girmiştir.

Tablo 2.1 Coğrafi İşaretli Ürünler ve Grupları

Coğrafi İşaret Adı	**Tecil Numarası**	**Ürün Grubu**
Akyurt Fıtı Çorbası	957	Yemek ve Çorbalar
Akyurt Homaçı	982	Yemek ve Çorbalar
Akyurt Soğuk Çorba	1039	Yemek ve Çorbalar
Akyurt Tandır Böreği	982	Hamur İşleri
Akyurt Toyga Çorbası	1094	Yemek ve Çorbalar
Akyurt Tutmaç Aşı	1038	Yemek ve Çorbalar
Andezit Taşı	989	Diğer Ürünler
Ankara Döneri	233	Yemek ve Çorbalar
Ankara Erkeç Pastırması	408	İşlenmiş İşlenmemiş Et Ürünleri
Ankara Seymen Kıyafeti	1133	Halı, Kilim, Dokuma, El Sanatları
Ankara Simidi	235	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Ankara Tava	234	Yemek ve Çorbalar
Ankara Tiftiği	802	Diğer Ürünler

Ayaş Domatesi	1236	İşlenmiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Ayaş Dutu	900	İşlenmemiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Beypazarı Cevizli Sucuğu	1069	Çikolata, Şekerleme vb.
Beypazarı Dolması	1115	Yemek ve Çorbalar
Beypazarı Havuç Lokumu	999	Çikolata, Şekerleme vb.
Beypazarı Hoşmerim Tatlısı	1170	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Beypazarı Kurusu	173	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Çamlıdere Hoşmerim Tatlısı	691	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Çubuk Agat Taşı	691	Diğer Ürünler
Çubuk Homaçası	1118	Yemek ve Çorbalar
Çubuk Turşusu	99	İşlenmiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Çubuk Vişnesi	1087	İşlenmiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Elmadağ Tandır Ekmeği	1370	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Gölbaşı Sevgi Çiçeği	412	Diğer Ürünler
Kalecik Çöreği	560	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Kalecik Ekmeği	559	Fırıncılık, Pastacılıkı Mamulleri
Kalecik Karası Üzümü	89	İşlenmiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Kazan Kavunu	763	İşlenmiş İşlenmemiş Meyve Sebze
Kazan Kavurması	1225	Yemek ve Çorbalar
Kızılcahamam Bazlaması	400	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Mamak Ekşi Maya Ekmeği	827	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri
Mamak Ravak Yoğurdu	828	Süt Ürünleri
Nallıhan İğne Oyası	325	Halı, Kilim Dokuma
Nallıhan Örtmesi	342	Dokuma
Polatlı Soğanı	725	İşlenmiş, İşlenmemiş Meyve Sebze
Şereflikoçhisar Tahinli Pide	971	Fırıncılık, Pastacılık Mamulleri

Yukarıda ismi geçen ürünlerin her biri sadece Ankara yöresine özgü olan ürünlerdir. Bu ürünler, yörenin daha çok tanınmasında etkili olmaktadır. Ürünlerin her biri tescilli ve patentlidir. Ankara yöresine ait olan bu ürünlerin ticari hacmi de çok yüksektir. Hem yurt içi hem de yurt dışı olacak şekilde geniş bir ticari hacmi barındırır.

Ankara bölgesinde coğrafi işaretli ürünler, o bölgeye özgü iklim, toprak ve geleneksel üretim yöntemlerinden kaynaklanan belirli özelliklere sahip, coğrafi işaret tescili almış ve genellikle yüksek kaliteli ürünlerdir. Bu ürünler, bölgenin kültürel ve doğal zenginliğini yansıtarak yerel ekonomiye katkıda bulunurlar. Bu coğrafi işaretli ürünler, sadece belirli bir bölgeye özgü olmanın ötesinde, yerel kültürün, doğal kaynakların ve geleneksel üretim yöntemlerinin bir yansımasıdır. Coğrafi işaret tescili, bu ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü koruma amacını taşırken, aynı zamanda bu ürünlerin yerel ekonomiye ve kültüre sağladığı değeri vurgular. Ankara ve çevresinde coğrafi işaret tescili almış bazı önemli ürünler şunlardır;

Şekil 2.2 Ankara Döneri

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.3 Ankara Erkeç Pastırması

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.4 Ankara Tava

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.5 Ankara Simidi

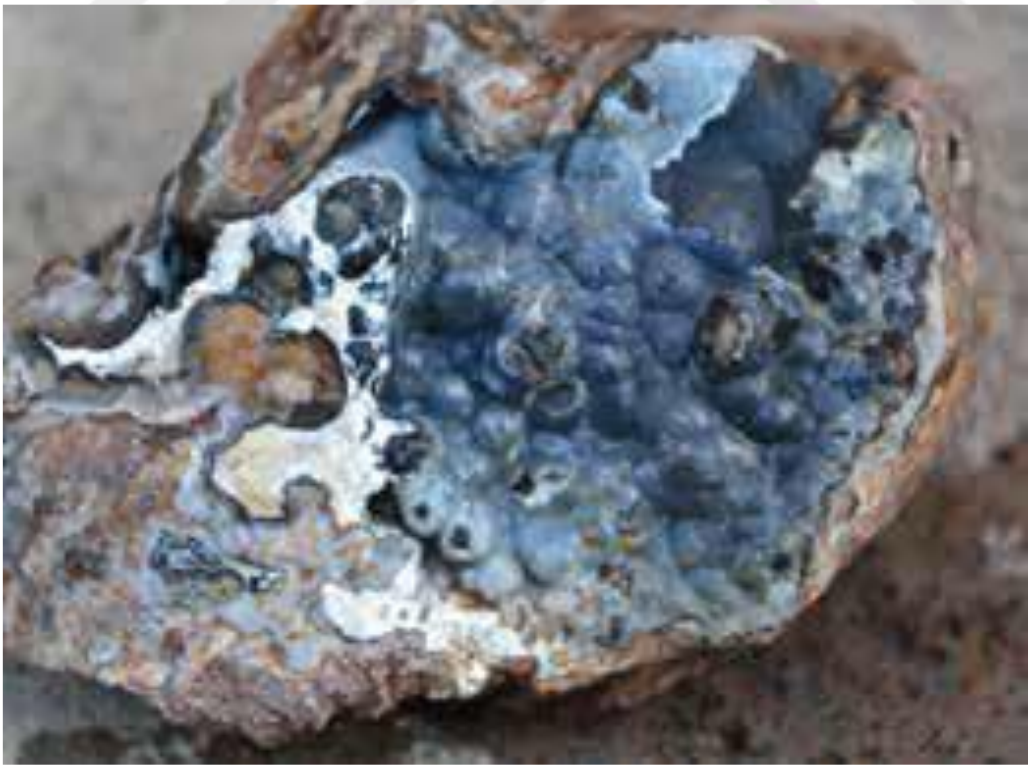
Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)
Şekil 2.6 Çamlıdere Höşmerim Tatlısı

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.7 Ankara Balı

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.8 Çubuk Agat Taşı



Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.9 Gölbaşı Sevgi Çiçeği

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.10 Nallıhan Örtmesi

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.11 Nallıhan İğne Oyası

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Şekil 2.12 Ankara Tiftiği

Kaynak: (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022)

Temel olarak verilen bu 10 işaretli üründen bölgeye farklı açılardan en fazla katkı sağlayan ürünler, bu önemlerine istinaden ayrıca ele alınmıştır.

- **Ankara Tiftiği**

Ankara Tiftiği, Türkiye'nin başkenti Ankara'da özel bir yere sahip olan ve tekstil endüstrisinde önemli bir rol oynayan bir yerli hayvan gen kaynağıdır. Tiftik lifi üretimi, Ankara ekonomisine çeşitli şekillerde önemli katkılarda bulunmaktadır. Ankara Tiftiği, özellikle tiftik lifinin üretimi ve işlenmesi süreçleri aracılığıyla ekonomik çeşitlilik sağlar. Tiftik lifi, tekstil endüstrisinde kullanılan değerli bir malzemedir ve üretiminin ekonomik değeri yüksektir. Bu durum, Ankara'nın ekonomik portföyüne değerli bir gelir kaynağı ekler. Ankara Tiftiği yetiştiriciliği, tarım sektörünü destekleyerek istihdamı artırır. Tiftik üretim süreci, hayvan bakımından tiftik işlemeye kadar geniş bir yelpazede iş fırsatları sunar. Bu da Ankara'da tarım sektöründe çalışanların sayısını artırarak kırsal kesimde istihdamı destekler. Ankara Tiftiği, sadece ekonomik bir katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kültürel ve geleneksel bağları güçlendirir. Yerel üreticilerin ve yetiştiricilerin bu özel türü koruma ve sürdürme çabaları, Ankara'nın kültürel mirasını zenginleştirir ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlar. Ankara Tiftiği yetiştiriciliği, sürdürülebilir tarım uygulamalarına uygun olarak gerçekleştirilebilir. Yerel ekosistemlere zarar vermeden, doğal kaynakları etkili bir şekilde kullanma ve koruma amacıyla yapılan bu tür tarım uygulamaları, Ankara'nın uzun vadeli ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğine katkıda bulunur. Ankara Tiftiği, sadece yerel pazarda değil aynı zamanda ulusal ve uluslararası pazarlarda da benzersiz bir ürün olarak tanıtılabilir. Bu durum, Ankara'nın pazarlama ve marka imajını güçlendirerek bölgenin ekonomik rekabet gücünü artırabilir (Artık, Şireli, & Ölmez, 2022).

Ankara tiftiği, 16 Eylül 2021 tarihinde ATO (Ankara Ticaret Odası) başvurusu ile tescil edilmiştir. ATO başkanı Gürsel Baran tarafından bizzat tescil edilmiştir. Ankara Keçisi Ankara'nın bütün ilçelerinde yetiştirilmekle beraber, en çok ürün alınan ilçeler Ayaş, Beypazarı, Güdül ve Nallıhan'dır. Türkiye haricinde Güney Afrika, Birleşik Devletler, Kanada, Yeni Zelanda, Rusya, Arjantin ve Brezilya'da yetiştirilmektedir. Fabrikası da bu yerlerde mevcuttur. Ekonomik alanda istihdam oranı ise 2023 yılına göre % 5 artmıştır https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/ .

Tablo 2.2. Ankara Tiftiği İhracatı

Ankara Tiftiği	İhracat Oranı
2023	% 90
2022	% 85
2021	% 80
2020	% 75
2019	% 75
2018	% 65
2017	% 60
2016	% 60
2015	% 50
2014	% 45

Kaynak: TÜİK

Tablo kapsamında bakıldığı zaman yıllara bağlı olarak artışın olduğu gözlemlenir. Özellikle 2023 yılına gelindiği zaman % 90 lık bir ihracat hacmi ile karşılaşılmıştır. Bu oran mevcut olan dağılımlar bağlamında oldukça yüksektir. Tiftik çok değerli bir üründür. Bu yüzden birçok alanda da kullanımı vardır. Bu özellikle, ürünün ihracat hacmini yıl bazlı artırmıştır.

- **Nallıhan Örtmesi**

"Nallıhan Örtmesi," Türk tekstil sanatının önemli bir örneği olan geleneksel bir el dokuma tekniğidir. Bu tekstil ürünü, Ankara'nın Nallıhan ilçesinde uzun bir geçmişe dayanan ve özel bir yere sahip olan bir el sanatıdır. Nallıhan Örtmesi, dokuma ustalığı, renk zenginliği ve desen çeşitliliğiyle bilinir ve kültürel mirasımızın önemli bir parçasını oluşturur.

Nallıhan Örtmesi, tamamen el dokuma tekniği kullanılarak üretilir. Usta dokumacılar, geleneksel tezgahlar kullanarak ince, dayanıklı ve estetik açıdan zengin kumaşlar üretir. Nallıhan Örtmesi, genellikle canlı renkler ve çeşitli desenlerle karakterizedir. Yerel motifler, semboller ve geleneksel desenler, örtmenin estetik

çeşitliliğini artırır. Geleneksel yöntemlere bağlı kalarak üretilen Nallıhan Örtmesi genellikle doğal malzemelerden yapılır. Pamuk ve yün gibi malzemeler, örtmenin kalitesini ve dayanıklılığını artırır. Nallıhan Örtmesi, Nallıhan'ın kültürel mirasının önemli bir parçasıdır. Bu özel dokuma tekniği, bölgenin tarihini, yaşam tarzını ve kültürel özelliklerini yansıtarak geçmişten günümüze uzanan bir bağ kurar.

Nallıhan Örtmesinin üretimi, bölgede dokuma geleneğini sürdüren yerel ustalar ve işçiler için istihdam olanağı yaratır. Nallıhan Örtmesi, bölgenin turistik çekiciliğini artırır. Yerli ve yabancı turistler, bu el yapımı ürünleri görmek ve satın almak için Nallıhan'ı ziyaret edebilirler. Bölgenin kültürel kimliğini güçlendirir. Bu el sanatı, yerel halk arasında kültürel mirası koruma ve yaşatma amacıyla önemli bir değere sahiptir.

Nallıhan Örtmesi, geleneksel el sanatlarına duyulan ilginin arttığı bir dönemde, kültürel zenginliği ve estetik değeriyle öne çıkan bir tekstil ürünüdür. Bu el yapımı örtüler, sadece fonksiyonel birer eşya olmanın ötesinde, bölgenin tarihini ve kültürünü günümüze taşıyan önemli birer kültür hazinesidir.

- **Ankara Simidi**

Ankara Simidinin üretimi, bölgedeki fırınlarda istihdam yaratır. Usta fırıncılar ve yardımcıları, simit üretimi sürecinde çalışarak ekonomik katkı sağlarlar. Ankara Simidi, yerel bir lezzet olarak turistlerin ilgisini çeker. Ankara'ya gelen ziyaretçiler, bu özel simidi denemek ve Ankara'nın yerel gastronomisini keşfetmek isteyebilirler. Ankara Simidi, Ankara'nın kültürel tanıtımına önemli bir katkıda bulunur. Bu lezzet, bölgenin geleneksel mutfağına özgü bir tat olarak tanımlanır ve Ankara'nın kültürel kimliğini güçlendirir. Ankara Simidi, sadece bir hamur işi değil, aynı zamanda Ankara'nın gastronomik mirasının bir parçasıdır. Geleneksel tarifi ve özgün lezzetiyle Ankara Simidi, bölgenin zengin kültürel çeşitliliğini yansıtarak yerel ve ulusal düzeyde tanınan bir lezzet haline gelmiştir.

Tablo 2.3. Ankara Simidi Yurt İçi İhracatı

Ankara **Simidi**	**İhracat Tablosu Oranları (Yurt içi)**
2023	% 85
2022	% 75

2021	% 75
2020	% 70
2019	% 65
2018	% 65
2017	% 60
2016	% 55
2014	% 50

Kaynak: TÜİK

Yukarıdaki tabloda yıl bazlı Ankara simidinin ihracatı verilmiştir. Bu kapsamda Ankara simidinin yıllara bağlı bir ihracat hacmine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ürün yurt içinde ihracat potansiyeline sahiptir. Yurt dışı kaynaklı ihracat portalı içinde yer almamıştır. Bu yüzden ihracat alanında yurt içinde değerlenmiş bir potansiyel taşımaktadır.

- **Çubuk Agat Taşı**

Ankara'ya özgü doğal taşlardan biridir. Çubuk ilçesinde çıkarılan bu özel taş, estetik görünümü ve benzersiz desenleri ile dikkat çeker. Çubuk Agat Taşı hem yerel sanatçılar hem de taş koleksiyoncuları tarafından değer gören bir doğal malzemedir. Çubuk Agat Taşı'nın kullanımı, yerel el sanatçıları ve takı tasarımcıları için yeni ve yaratıcı projelerin oluşturulmasına olanak tanır. Bu, yerel sanata katkı sağlar. Çubuk Agat Taşı, özellikle taş koleksiyoncuları ve doğal taş meraklıları için turistik bir çekicilik oluşturmaktadır. Çubuk ilçesindeki taş atölyeleri ve mağazalar, bu taşı ziyaretçilere sunarak bölge turizmine katkı sağlar. Çubuk Agat Taşı, bölgenin doğal kaynaklarının bir yansıması olarak kültürel zenginliğe katkıda bulunur. Taşın yerel kültürle olan bağı, bölgenin kimliğini güçlendirir. Çubuk Agat Taşı, doğal güzellikleri ve estetik değeriyle sadece bir taş değil, aynı zamanda Ankara'nın doğal kaynaklarından biri olarak öne çıkar. Bu taş, yerel sanat ve ekonomiye katkı sağlayarak bölgenin çeşitli yönlerini zenginleştirir.

Çubuk agat taşı, 2017 yılında tescil edilmiştir. Başvuran ve tescil ettiren ise Çubuk belediyesidir. Ankara ilinin Çubuk ilçesinin kuzeyi ile Çankırı ilinin Şabanözü ve Eldivan ilçelerinin güneyindeki yaklaşık 100 km^2'lik bir alanda üretilmektedir. Fabrikası da

buradadır. Yılda 300 milyon ton üretimi sağlanmaktadır. Bu alanda çubuk ilçesinde oturanlar istihdam edilmektedir. http://www.naturadergi.com/

Tablo 2.4. Çubuk Agat Taşı İhracatı

Çubuk Agat Taşı	İhracat Oranı
2023	% 70
2023	%60
2022	% 55
2021	% 50
2020	% 55
2019	% 55
2018	% 45

Kaynak: TÜİK

Yukarıdaki tabloya bakıldığı zaman yıl bazlı bir ihracat artış hacmi ile karşılaşılmıştır. Bu kapsamda en son 2023 yılına gelindiği zaman ihracatta önemli bir artışa ulaşılmıştır.

- **Ankara Balı**

Ankara ve çevresindeki doğal bitki örtüsünden elde edilen özel bir doğal üründür. Bu bölgede yetişen çeşitli bitki türlerinden toplanan nektarın arılar tarafından işlenmesiyle üretilen bal hem lezzeti hem de sağlık üzerindeki olumlu etkileriyle bilinir. Ankara Balının üretimi, bölgedeki arıcılar için önemli bir geçim kaynağıdır. Arıcılık faaliyetleri, yerel ekonomiye istihdam sağlar ve arı popülasyonunun korunmasına katkıda bulunur. Ankara Balı, bölge turizminde önemli bir rol oynar. Ankara'nın doğal zenginlikleri arasında yer alan bu bal hem yerli hem de uluslararası turistlerin ilgisini çekebilir ve bölgenin tanıtımına katkıda bulunmaktadır. Ankara Balı, bölgedeki geleneksel tarım ve arıcılık uygulamalarının bir parçasıdır. Bu ürün, Ankara'nın zengin tarım kültürüne ve geçmişine olan bağlılığını yansıtarak yerel kimliğin bir parçası haline gelir. Ankara Balı hem lezzet hem de besleyici özellikleriyle Ankara'nın doğal

kaynaklarından biridir. Yerel ekonomiye katkı sağlaması ve bölge kültürüne olan bağlılığı ile Ankara'nın zenginliklerinden birini temsil eder.

Tablo 2.5. Ankara Balı İhracat Tablosu (TL)

Ülkeler	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
ABD	166.442	202.565	187.623	178.948	196.531
Almanya	84.287	93.069	85.978	82.202	90.136
Japonya	48.445	42.821	44.521	44.788	49.348
Polonya	23.869	25.620	25.712	29.637	37.344
Fransa	35.630	35.570	32.302	32.819	34.869
İspanya	27.988	32.251	27.920	26.802	31.690
Belçika	26.571	25.925	24.915	24.818	28.147
Suudi Arabistan	12.185	15.999	16.970	17.918	23.525
İtalya	22.568	23.602	27.875	23.580	22.304
Hollanda	16.736	15.927	15.791	14.785	13.582

Kaynak: (TÜİK)

Yukarıdaki tabloya bakıldığı zaman burada geniş bir dış ticaret hacmi ile karşılaşılmıştır. Ankara balının yurt dışı bağlantılı olarak birçok ülkeye ihracatı söz konusudur. Özellikle geniş ölçekli bir ihracat durumu mevcuttur.

- **Andezit Taşı**

Andezit taşı, Çok sert bir yüzeye sahiptir. Mineral bakımdan çok zengin bir üründür. Taşların yapısı andezit alanında farklılaşır. Çok sağlam bir yüzeyi vardır. Bu yüzden birçok ürünün üretiminde kullanılmaktadır. Yapısında cam ve kristaller bulunur. Genellikle gri, kahverengi ya da yeşil renge sahiptir.

29 Eylül 2022 yılında ATO tarafından tescil edilmiştir. Üretimi Ankara'dadır. 2023 yılı verilerine göre üretiminde % 7 lik artış oluşmuştur. İstihdam alanında Ankara ölçeğinde istihdam sunmaktadır. Fabrikası da sadece Ankara'dadır.

Tablo 2.6. Andezit Taşı İhracat Oranı

Andezit Taşı	**Dağılım Oranı**
2023	% 95
2022	% 90
2021	% 90
2020	% 85
2019	% 80
2018	% 70
2017	% 65
2016	% 60
2015	% 50
2014	% 50

Kaynak: TÜİK

Yukarıda sıralanmış olan bu oranlar, andezit taşının yıl bazlı üretim ağını ortaya koymaktadır. Bu oranlara bağlı olarak son yıllarda üretiminde ve satışında artış yaşanmıştır.

- **Çubuk Turşusu**

Ankaraya özgü olan bir turşudur. Kalem şeklinde bir yapıya sahiptir. Renk bakımından oldukça koyudur. Başka yörelerde bu turşu çeşidine rastlanır. Fakat renk bakımından değişkenlik saptanır. Üst kısmı yumuşak bir dokuya sahiptir. Ayrıca uzun süre kalsa da bozulma söz konusu olmaz. Turşu kurulurken belli başlı baharat ve yeşillerden yararlanılır. Bunlar da yine Ankara'ya özgüdür.

Çubuk turşusu, 26 Ağustos 2008 yılında tescil edilmiştir. Başvuru yapan ve tescil ettiren kişi ve kurum ise Çubuk belediyesidir. Ankara'nın Çubuk ilçesinde 25 çeşit turşu

üretilmektedir. Coğrafi işaretli çubuk turşusu, Çubukluların önemli bir geçim kaynağı olarak da dikkati çekmektedir. Fabrika Çubuk ilçesindedir.

Tablo 2.7. Çubuk Turşusu Üretim Bandı

Çubuk Turşusu	**Üretim Bandı Oranları**
2023	% 100
2022	% 95
2021	% 90
2020	% 85
2019	% 80
2018	% 80
2017	% 75
2016	% 70
2015	% 65
2014	% 60

Kaynak: TÜİK

Yukarıda sıralanmış olan değerlere bakıldığı zaman çubuk turşunun üretiminde genelde düşüş yaşanmamıştır. Oldukça seri ve yüksek bir tüketime sahiptir. Bu durum çubuk turşusunun üretimini olumlu yönde etkilemiştir.

Ankara aynı zamanda bir metropol olmasından dolayı yığılma ekonomisinin canlı olduğu bir kent bölge niteliğindedir. Bu bakımdan ihracat ve ithalat rakamları sürekli biçimde yüksek seyretmektedir. Ancak coğrafi işaretli ürünlerin ihracat içindeki payının ne kadar olduğunu kestirmek net istatistiki verilere erişim sorunu nedeniyle gerçekçi oranlara karşılık gelmemektedir.

Tablo 2.8. Ankara İhcarat ve İthalat Oranları

(Milyon ABD $)

Aylar	Yıl	İhracat (FOB) Değer	İhracat (FOB) Değişim (%)	İthalat (CIF) Değer	İthalat (CIF) Değişim (%)	Dış ticaret dengesi Değer	Dış ticaret dengesi Değişim (%)	İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)
Ocak- Kasım	2022	231 271		331 099		- 99 828		69,8
	2023	232 810	0,7	332 736	0,5	- 99 926	0,1	70,0
Kasım	2022	21 871		30 655		- 8 784		71,3
	2023	22 999	5,2	28 916	-5,7	- 5 918	-32,6	79,5

Kaynak: TÜİK

Yukarıdaki tabloya bakıldığı zaman bu tabloda Ankara iline ait olan ithalat ve ihracat oranları ele alınmıştır. Özellikle ihracatın Ankara'da yoğun olduğu tablodan anlaşılmaktadır. İhracat bağlamında Ankara ilinde birçok ürün üzerinden pazarlamalar yoğunluk kazanmıştır. Bu durum ekonomik anlamda il bazında ticarette gelişmenin de önünü açmıştır.

Tablo 2.9. Sektörlere Bağlı İthalat ve İhracat Oranları

(Milyon ABD $)

Sektörler	Kasım 2022 Değer	Kasım 2022 Pay (%)	Kasım 2023 Değer	Kasım 2023 Pay (%)	Kasım Değişim (%)	Ocak- Kasım 2022 Değer	Ocak- Kasım 2022 Pay (%)	Ocak- Kasım 2023 Değer	Ocak- Kasım 2023 Pay (%)	Ocak- Kasım Değişim (%)
ISIC Rev.4					İhracat (FOB)					
Toplam	**21 871**	**100,0**	**22 999**	**100,0**	**5,2**	**231 271**	**100,0**	**232 810**	**100,0**	**0,7**
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	801	3,7	1 108	4,8	38,2	6 873	3,0	8 533	3,7	24,1
Madencilik ve taşocakçılığı	347	1,6	308	1,3	-11,1	4 213	1,8	3 438	1,5	-18,4
İmalat	20 608	94,2	21 467	93,3	4,2	218 904	94,7	219 669	94,4	0,3
Diğer	115	0,5	116	0,5	1,6	1 280	0,6	1 170	0,5	-8,6
BEC					İthalat (CIF)					
Toplam	**30 655**	**100,0**	**28 916**	**100,0**	**-5,7**	**331 099**	**100,0**	**332 736**	**100,0**	**0,5**
Sermaye (yatırım) malları	3 718	12,1	4 883	16,9	31,3	36 030	10,9	47 739	14,3	32,5
Ara (ham madde) malları	23 706	77,3	19 549	67,6	-17,5	267 714	80,9	241 390	72,5	-9,8
Tüketim malları	3 195	10,4	4 464	15,4	39,7	27 112	8,2	43 364	13,0	59,9
Diğer	36	0,1	20	0,1	-43,6	242	0,1	243	0,1	0,3

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

ISIC: Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması

BEC: Geniş Ekonomik Grupların Sınıflaması

Kaynak: TÜİK

Ankara bağlamında sektörlere bağlı olarak yukarıdaki tabloda ihracat ve ithalat oranları verilmiştir. Yine tabloya bakıldığı zaman ihracatın daha yoğun olduğu ortaya çıkmaktadır. İhracat bazında ilde geniş bir sektörel dağılım ile de karşılaşılmıştır. Sektör alanında Ankara ili geniş bir ticaret hacmini barındırmaktadır. Bu yüzden gelişmiş birçok ticari alana ve zemine sahiptir. Ankara bu kapsamda geniş bir ürün yelpazesini de ihrac etmektedir.

Ankara bazında ön plana çıkan birçok ürün vardır. Bunların hepsi de menşei olan ürünlerdir. Çoğu da yurt dışına satılmakta ve önemli bir ihracat hacmini elinde bulundurmaktadır. Bu ürünler hem geniş hem de gelişmiş olan birçok alt yapı ve özelliklere sahiptir. Özellikle bölgesel bazlı bakıldığı zaman bu ürünler birçok alanda yetişmeyecek bir değere sahiptir. Bu özelliklerinden dolayı da ürünlerin yurt dışına ihracatı daha çok olmuştur. Çünkü birçok ürün yurtdışında birçok yerde yetişmeyen nadir ürünlerdir. Tüm bunlar, ürünlerin değerini daha çok arttırmıştır (Denk, 2021).

Ürün bazında bakıldığı zaman ön plana çıkan ayırt edici birçok özellik vardır. Bu özelliklerinden dolayı da kimi ürünler sadece yurt dışında değil yurt içinde de üretilemeyen ürünlerdir. Bu gibi özelliklerinden dolayı ürünlerin hem fiyatı hem de kullanımı farklılaşmaktadır. Ankara bağlamında bu tip ihracat hacmine sahip olan bir ilde bu gibi ürünlerin sayısı çok fazladır (Tekelioğlu, 2019). Bu konuda yapılmış araştırmalar da Ankara'da üretilen coğrafi işaretli ürünlerin benzer yönde avantajlarının var olduğunu ortaya koymaktadır.

"Üreticilerin Bakış Açısından Coğrafi İşaretli Bir Yiyecek: Beypazarı Kurusunun Değerlendirilmesi" başlıklı çalışmada, Ankara beypazarı örnek alınmıştır. Bu kapsamda coğrafi işaretli olan ürünlere yer verilmiştir. Bu ürünlerin etkili bir şekilde tanıtılması bağlamında bir çalışma olmuştur. Bu çalışmada içerik analizi tercih edilmiştir. Çalışmaya örnek olarak sunulan ürünler tescil bağlamında seçilmiştir. Üstelik bu ürünlerin en önemli yönü ise daha çok tanınıyor ve biliniyor olmalarıdır. Çalışma bu kapsamda geniş ölçekli bir araştırma sunmuştur (Yılmaz, 2021).

"Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılış Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi" adlı çalışmada coğrafi işaretli ürünler ülke bazında seçilmiştir. Yani ürünlere bakıldığı zaman bir bölgeye mahsus olma durumu söz konusu değildir. Ancak çalışmada Ankara'ya mahsus olan ürünler de vardır. Bu açıdan çalışmamıza uyan veriler sunan bir çalışma olmuştur. Çalışmada nicel anlamda içerik analizi kullanılmıştır. Tüm ürünler tescil yapılarından özelliklerine kadar çalışmaya dahil edilmiştir (Çalışkan, 2013).

"Coğrafi İşaretler Ve Türkiye Uygulamaları" çalışmasında genel ve geniş bir veri ağı ile karşılaşılmaktadır. Bu çalışmada geniş ölçekli bir alan taraması yapılmıştır. Nicel

anlamda birçok ürün çalışmaya dahil edilmiştir. Betimsel bir model ile çalışma ele alınmıştır. Çalışmaya dahil edilen ürünler arasında Ankara'ya mahsus olanlar da vardır. Tüm bu ürünler coğrafi işaretli olmalarının yanında ekonomik temelli olarak da ele alınmıştır. Bu açıdan çalışmamıza katkı sunan bir çalışma içeriği ortaya konmuştur (Tekelioğlu, 2019).

"Türkiye'de Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler" çalışmasında belli başlı yörelerden seçilmiş olan ürünler ele alınmıştır. Bu ürünlerin genel kapsamları ve yöresel uyumlulukları incelenmiştir. Ayrıca potansiyel bakımından ticari hacimleri de ele alınmıştır. Bu açıdan ürünler iki temel yönden çalışmamıza katkı sunmuştur. İlk etapta Ankara ili bağlamında ürünler seçilmiştir. İkinci olarak da ekonomik bağlamda ele alındıkları için çalışmamızla ortak yönler taşımaktadır. Çalışmada detaylı bir tarama ve içerik analizi uygulanmıştır. Çalışma bağlamında ürünler seçilirken tescilli olmalarına dikkat edilmiştir. Üstelik seçilmiş olan ürünlerde de en çok hacme sahip olanlar örnekleme dahil edilmiştir. Bu açıdan mevcut olan örneklem ürünleri en çok tanınan ve tercih edilen ürünlerdir (Denk, 2021).

"Ankara ili Çankaya ilçesinde coğrafi işaretli ürünlerde tüketici algısı (Beypazarı kurusu, Çubuk turşusu, Kalecik karası üzümü örneği)" çalışmasında Ankara'ya mahsus olan ürünler baz alınmıştır. Bu ürünlerin ne olacağı başlığa da taşınmıştır. Bu açıdan çalışmamıza bire bir kaynaklık teşkil eden bir çalışma ortaya konmuştur. Bu çalışma ile birlikte Ankara iline özgü olan ön plana çıkan ürünler derlenmiştir. Ayrıca bu ürünlerin genel potansiyelleri ne ise bunlara değinilmiştir. Bu kapsamda ticari ve ekonomik boyutlu olarak ürünler ele alınmıştır. Ürünler ele alınırken mevcut olan birçok yönleri ile de tasnif edilmiştir (Sancak, 2019).

"Ankara'da Bulunan Coğrafi İşaretli Gıda Ürünlerinin Gıda Güvenliği ve Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi" çalışmasında ön plana çıkan husus ise sürdürülebilirlik kavramı olmuştur. Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik açıdan sürdürülebilirliği üzerinde durulan çalışmada ürünlerin her birinde yöreye mahsus olan özelliklere de ayrıca yer verilmiştir. Bu kapsamda ortaya konan ürünlerin her anlamda ekonomik potansiyelleri ele alınmıştır (Özkaya, 2021).

“Türkiye’de Hayvansal Gıdaların Coğrafi İşaret Korumalarının Avrupa Birliği Çerçevesinde Değerlendirilmesi” çalışmasına bakıldığı zaman burada ürünler hayvansal gıda bağlamında ele alınmıştır. Ancak bu ürünlerin arasına Ankara ili ile ilgili örnekler de dahil edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik alandaki yerine ve konumuna bakılmıştır. Coğrafi işaretli hayvansal gıda ürünlerinin mevcut durumu, ticari hacmi ele alınmış ve incelenmiştir (Güler, 2018).

“Coğrafi İşaretli Ürünlerin Markalaşma Algısı Üzerine Bir Araştırma” çalışmasında farklı bir araştırma yolu izlenmiştir. Bu çalışmada ürünlerin markalaşmaları yani tescil edilmeleri üzerine yoğunlaşılmıştır. Bu ürünler arasında Ankara’ya ait olan tescilli ürünler de vardır. Ayrıca bu ürünlerin ekonomik alandaki hacimlerine de yer verilmiştir (Uygurtürk, 2021).

“El Sanatları Ürünlerinde Coğrafi İşaretleme Ve Ürün Kimlik Bilgisinin Önemi” başlıklı çalışmada ise el sanatlarına yönelik bir araştırma söz konusudur. Bu kapsamda çalışmaya bakıldığı zaman gıda ürünleri kapsam dışında tutulmuştur. Ekonomik açıdan el sanatları ürünlerinin hacmi üzerinde durulmuştur (Tağı, 2016).

SONUÇ

Dünyada tescil edilmiş olan ürünlere bakıldığı zaman geniş bir yelpaze ile karşılaşılır. Bu ürünlerin her biri farklı olan bölgelere mensup ürünlerdir. Tescil adı altında yer alan ürünlerin değeri her anlamda yüksek tutulmaktadır. Çünkü bu tür ürünler bir bölgeye mahsus olacak şekilde yetişir. Yetiştiği bölgenin de belli başlı özelliklerini alır. Bu yüzden değer bağlamında daha üst sıralardadır. Coğrafi işaretli ürünlerin en önemli özelliği çok nadir bir alanda üretilmeleridir. Bu durum onların daha çok talep görmelerine etki etmektedir. Diğer ürünlere bakıldığı zaman bu özellik yoktur. Belli başlı ürünlere birçok bölgede rastlamak mümkündür. Türkiye bağlamında bakıldığı zaman Tükiye bir tarım ülkesidir. Bu yüzden dünyanın birçok yerinde yetişmeyen ürünler Türkiye'de yetişmektedir. Özellikle Türkiye'de yetişen ürünlerin değeri bölgeye mahsus olduğu için de artmaktadır. Bu ürünler bazında geniş bir ürün çeşitliliğinin olduğunu belirtmek mümkündür.

Türkiye, coğrafi işaretli ürünler bazında birçok ürüne yer vermektedir. Bu ürünlerin her biri tescilli olduğu için dünya pazarında da kendisine yer bulmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik alandaki yeri daha geniştir. Bu durum Türkiye bazında daha çok önem kazanmaktadır. Çünkü bugün Türkiye'de yetişen birçok tescilli ürün mevcuttur. Üstelik bu ürünlerin her biri hem yetiştiği bölgeye hem de ülke ekonomisine etki etmektedir.

Türkiye'de yetişen coğrafi işaretli ürünlerin ön plana çıkan belli özellikleri vardır;

- Sadece Türkiye'de yetişmeleri
- Üretim bandları bazı ürünlerde zayıf olması
- Geniş bir ticari hacmi barındırmaları
- Birçok ülkeden talep görmeleri
- Zengin birçok gıda içeriğini barındırmaları
- Ülke ekonomisine katkı sağlamaları

Ankara ili coğrafi işaretli ürün çeşitliliği bakımından dikkat çekici biçimde ön plana çıkmaktadır. Ankara'ya bakıldığı zaman geniş bir ürün yelpazesi ile karşılaşılır. Üstelik bu ürünler sadece bölgeye mahsus olan ürünlerdir. Bu yüzden üretim bağlamında

da önem taşımaktadırlar. Ankara açısından birçok tescilli ürün ile karşılaşmak mümkündür. Üstelik bu ürünler bölgeye her anlamda katkı sunan ürünlerdir.

Ankara, birçok tescilli ürüne sahip olan bir ildir. Bu ürünlerin çoğu da hem yurtiçi hem de yurtdışı olacak şekilde ekonomik alana katkı sunmaktadır. Çalışmaya Ankara'nın dahil edilmesindeki en temel unsur da budur. Ankara bu açıdan ön plana çıkan bir potansiyele sahiptir. Ankara'da mevcut olan birçok ürün vardır. Bunların büyük bir kısmı tescilli ürünlerdir. Ancak tescilli ürünler dışında kalan başka ürünlere de sahiptir. Çünkü Ankara ili, iklim bazında birçok ürünün yetişmesine ev sahipliği yapan bir ildir.

Ankara'da yetişen ve gelişme gösteren ürünler, sadece Ankara bölgesinde tanınmamaktadır. Bugün ülkenin birçok yerinde hatta yurdışında da tanınmış olan ürünler vardır. Bu durum ürünlerin daha çok gelişmesine ve daha çok değer kazanmasına yardımcı olmuştur. Özellikle de bölgesel anlamda bu ürünlerin değeri daha çok artmıştır. Bu açıdan bakıldığı zaman ürünlerin gelişmesi ve değer kazanması günümüzde daha fazladır.

Ankara bağlamında coğrafi işaretli ürünlerin ticari alandaki hacmi çok geniştir. Kimi ürünler sağlık bakımından özellikle tercih edilir. Belli başlı ürünlerin ayırt edici olan özellikleri vardır. Bu ayırt edici durumlarından dolayı hem ülke içinde hem de ülke dışında olacak şekilde tercih edilmekteler. Ürünlerin barındırmış olduğu özelliklerin bir çoğu bölgeye mahsus olan özelliklerdir.

Ankara'ya mahsus olan coğrafi işaretli ürünlerin ayırt edici özelliklerine şu şekilde değinmek mümkündür;

- Sadece bölgeye mahsus olmaları
- Bazı ürünlerin yetişmesinin nadir olması
- Üretimde sınırlılıkları barındırması
- Sağlık bağlamında tüketilmeleri
- Çok fazla ihtiyaç barındırmaları
- Ekonomik alt yapılarının güçlü olması

Yukarıda sıralanmış olan bu özelliklerden dolayı Ankara'daki ürünlerin tercih edilirlği daha fazladır. Özellikle sadece bölgeye mahsus olan belli başlı ürünler vardır. Bu

ürünler göz önüne alındıkları zaman tercih edilmeleri daha çok artmaktadır. Çünkü kimi ürünlerin seçilmesinde nadir olmaları gibi bir özellik de hakimdir.

Ankara örneğinde ele alınan coğrafi işaretil ürünler hem ülke içinde hem de ülke dışında marka değeri oluşturma potansiyeli yüksek ürünlerdir. Bu durumu ihracat rakamlarında gözlemlemek mümkündür.

Ankara örneğinde mevcut olan bu ürünler sürdürülebilir kalkınmaya destek olan ürünlerdir. Ankara ile birlikte ülkenin ekonomik hacmini de desteklemektedir. Çünkü sürdürülebilir bir alt yapı ile birlikte ekonomik alanda da canlanma meydana gelmektedir. Bu tür ürünler ile birlikte özellikle Ankara başta olmak üzere bölgesel bir kalkınma hamlesi söz konusu olmuştur. Ankara bu kapsamda geniş bir hacme sahiptir.

Tescilli ürünler, rekabeti de artırmaktadır. Çalışma kapsamında bakıldığı zaman kimi ürünler geniş bir rekabeti ellerinde barındırır. Bu ürünler ekonomik rekabeti destekleyen ürünlerdir. Çalışma sonucunda bu ürünlerin bölgesel kalkınmaya olumlu etkileri olduğu sonucuna varılmıştır. Bu ürünlerin ülke ekonomisi için taşıdıkları potansiyel de ortaya çıkarılmıştır.

Ankara örneği baz alınarak hazırlanmış olunan bu çalışmada önemli olan birçok coğrafi işaretli ürüne yer verilmiştir. Bu ürünler ile birlikte daha çok gelişmelerine ve sürdürülebilir olmalarına da değinilmiştir.

KAYNAKÇA

Akay, B., Aktuğ, S. S. ve Dağ, M. (2021). Sivil Toplum Kuruluşlarının Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: Hakkâri İlinde Bir Alan Araştırması. Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi. 5(1), 1-25.

Aktuğ, S. S., Kekeç, F. ve Dağ, M. (2020). Yazılı Basının Kalkınma Üzerindeki Etkileri: Türkiye'ye İlişkin Dönemsel Bir Analiz. Akademik İzdüşüm Dergisi. 5(2), 149-171.

Ali, H. (2014). "Geographical Indications In Pakistan: The Need For Legal and Institutional Reforms and Economic Development'', Queen Mary University Of London, September, 30-129.

Applebee, A.N.; "Writing and Reasoning, Review of Educational Research", Sayı 54 (4), Yıl 1984, s. 577-596.

Artık, N., Şireli, U. T., ve Ölmez, T. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünler. Ankara: Ankara Ticaret Odası.

Asan, H. (2016). Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Dergisi, S: 9, ss. 14-16.

Avcı, Dilek, E. "Fen ve Teknoloji Eğitiminde Öğrenci Günlüklerinin Kullanılması'', Eurasian Journal of Educational Research, Yıl 2008, 30, s. 17-32.

Avrupa Birliği Başkanlığı. (2005). Avrupa Birliği ile katılım müzakereleri rehberi (1. Baskı). İstanbul: İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları.

Aytop, Y. ve Şahin A. (2014). Coğrafi İşaretli Gemlik Zeytinine İlişkin Tüketici Tercihleri: Kahramanmaraş Kent Merkezi Örneği, XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, ss: 1301-1308, Samsun.

Bağırlar, M. (2015). TRIPS anlaşması kapsamında marka hakkının korunması. (Uzmanlık tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı.

Başaran, D. (2016). Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Etkisi: Gaziantep ve Siirt İlleri Örneği. Antalya.

Becker, T. ve Status, A. (2008). European food quality policy: The importance of geographical ındications organic certification and food quality ınsurance schemes in European countries. 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists (s. 1-15). Belgium: University of Hohenheim.

Bilen, G. (2006). Avrupa Birliğinde bölgesel politikalar ve Türkiye'nin uyumu., (s. 257-273). Ankara.

Boran, Ş. (2017). Coğrafi İşaretin Önemi ve Odamızın Coğrafi İşaret Tescil Çalışmaları, AR&GE Bülten, İzmir Ticaret Odası, ss: 9-14.

Bozgeyik, H. (2009). Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi (Antep Baklavasının Coğrafi İşaret Olarak Tescili Üzerine), FMR Dergisi 9(2), ss. 9-21.

Bramley C, Kirsten JF. 2007. Exploring the Economic Rationale for Protecting Geographical Indicators in Agriculture. Agrekon, 46(1): 47 – 71.

Brooks, M.G. and J.G. ; ''The courage to be constructivist classrooms'', Educational Leadership, November, Yıl 1999, s. 18-24.

Coşkun A (2001) Coğrafi işaretler. Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Çağlı, I. B. (2012). Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılış Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Doğu Coğrafya Dergisi-28, ss: 193- 214.

Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılış Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Doğu Coğrafya Dergisi-28, ss: 193- 214.

Çalt, G. (2005). Bölgeselleşme ve Avrupa Birliği'nin bir aracı olarak bölgesel kalkınma ajansları. Altıncı Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi (s. 9). Ankara: TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası.

Demirer H R (2010) Yöresel ürün ve coğrafi işaretler; Fransa ve Türkiye üzerine bir inceleme. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Antalya.

Dinler, Z. (2012). Bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltıcı politikanın ilke, amaç ve araçları ile çeşitli ülkelerde izlenen politikalar. Bölgesel iktisat (9. Baskı) içinde (273). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

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

Denk, E. (2021). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler. Ankara Turizm Fakültesi Dergisi, 1(1), 51-61.

Elmas, G. (2001). Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Dengesizlikler AB ve Türkiye. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Eraydın, A. (2004). Bölgesel kalkınma kavram, kuram ve politikalarında yaşanan değişimler. Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu (2003), cilt 1, DPTPamukkale Üniversitesi, (s. 137). Denizli.

European Commission. (2016). The Sixth Periodic Report on the Social and Economic Situation and Development of Regions in the EU. 24 Kasım 2016, http://aei.pitt.edu/5712/1/5712.pdf

Gündoğdu G (2006) Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması (Beta Yayınları, İstanbul).

Gündoğdu, G. (2006). Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması. İstanbul: Beta Yayınları.

Gündoğdu, G. (2006). Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı ve Korunması. İstanbul: Beta Yayınları.

Güler, D. G. S. (2018). Türkiye'de Hayvansal Gıdaların Coğrafi İşaret Korumalarının Avrupa Birliği Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, 11(1), 50-55.

Hanna, S. ve Rowley, J. (2008). An analysis of terminology use in place branding. Place Branding and Public Diplomacy, 4(1).

Hayes, D.J., Lence, S.H. and Stoppa, A. (2003). Farmer owned brands? Centre for agricultural and rural development, Iowa State University. Briefing Paper 02-BP 39.

İloğlu, N. (2014). Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye Uygulaması, (Uzmanlık Tezi), Türk Patent Enstitüsü, Ankara.

İloğlu, N. (2014). Coğrafi işaretlerin tescili ve denetimi üzerine farklı ülke sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye uygulaması. Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü, Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Johnson, B. R. (2020). Protecting Cultural Heritage through Geographical Indications. Cultural Economics Quarterly, 8(4), 287-301.

Kan, M. (2011). Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada coğrafi işaretlerin kullanımı ve etkisi: Akşehir kirazı araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

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

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

Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22 (2), 57-66.

Kara, M. (2008). Bölgesel rekabet edebilirlik kavramı ve bölgesel kalkınma politikalarına yansımaları. Uzmanlık Tezi, Devlet Planlama Teşkilatı [DPT], Ankara.

Keleş, R., 1980, Kent bilim terimleri sözlüğü, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.

Kılınçaslan, İ., 2018, Kent ekonomisi, Ninova Yayınları, İstanbul.

Kızıltepe H (2005) Türk coğrafi işaretler mevzuatı, AB Mevzuatı ile mukayesesi ve bazı önemli ülkelerdeki coğrafi işaret mevzuatı. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Türk Patent ve Marka Kurumu, Ankara.

Kresl, P. ve Singh, B. (1999). Competitiveness and the urban economy: Twenty four large US metropolitan areas. Urban Studies, 36(5-6), 1017-1027.

Lever, W. (1998). Competitive Cities in Europe. Urban Studies, 36(5-6), 1029-1044. Urban Studies: http://usj.sagepub.com/content/36/5-6/1029.extract.

Lucatelli S (2000) Apellations of origin and geographical indications in OECD member countries: economic and legal indications. Document: COM/AGR/APM/TD/WP (2000) 15 /FINAL.

Lusk, Jayson L. et. al., Consumer Behavior, Public Policy, and Country-of-Origin Labeling, Review of Agricultural Economics 28(2), 2006, pp. 284 – 292.

Mercan, Ş.O. ve Üzülmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği,Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 29(2), ss:67-94.

Mert, Z.G. ve Çıracı, H. (2004) İstanbul Bölgesi Büyük Sanayinin Mal ve Hizmet Üretimi Mekansal Dağılımı,İTÜ Dergisi, Mimarlık, Planlama, Tasarım 3 (1), İstanbul.

Moschini, Gian Carlo, Menapace, Luisa and Pick, Daniel, Geographical Indications and the Competitive Provision of Quality in Agricultural Markets, American Journal of Agricultural Economics 90(3), 2008, pp. 794 – 812.

O'Sullivan, A., 1992, Urban economics, 8th edition, McGraw-Hill/Irwin, New York.

OECD. (2016). Regional Competitiveness and Skills. OECDilibrary: 24 Kasım 2016, http://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional.

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

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

Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı. Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), 243-254.

Öztürk, N., Bayraktar, Y., (2009)Bilgi Çağının Kentsel ve Bölgesel. Gelişme Üzerine Etkileri.7.Uluslararası Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, 1283-1300.

Özkan Tağı, S. A. Y. (2016). El Sanatları Ürünlerinde Coğrafi İşaretleme Ve Ürün Kimlik Bilgisinin Önemi. Art-e Sanat Dergisi, 9(17), 343-353.

Özkaya, F. B. Ö. (2021). Ankara'da Bulunan Coğrafi İşaretli Gıda Ürünlerinin Gıda Güvenliği ve Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies(5), 497-508.

Rangnekar, D. (2004). The Socio-Economics of Geographical Indications, A Review of Empirical Evidence from Europe. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development. içinde Switzerland: Issue Paper.

Reviron, S., Thevenod-Mottet, E. and El-Benni, N. (2009). Geographical indications: Creation and distribution of economic value in developing countries. NCCR Trade Working Papers, (14).

Rovamo, O. (2006). "Monopolizing Names? The Protection Of Geographical Indications In The European Community'', Helsinki University Faculty Of Law, August, 16-39.

Samırkaş, M. ve Bahar, O. (2013). AB'de uygulanan bölgesel kalkınma politikaları. Turizm, yoksulluk ve bölgesel gelişmişlik farklılıkları (1. Baskı) içinde (s. 93). Ankara: Detay Yayıncılık.

Samırkaş, M. ve Bahar, O. (2013). AB'de uygulanan bölgesel kalkınma politikaları. Turizm, yoksulluk ve bölgesel gelişmişlik farklılıkları (1. Baskı) içinde (s. 93). Ankara: Detay Yayıncılık.

Sanjuan A I (2007) Food Quality in Europe içinde Identity and Quality of Mediterranean Food stuffs, Mediterra, Ed. Hervieu B (Presses de Sciences Po, France).

Sancak, K. (2019). Ankara ili Çankaya ilçesinde coğrafi işaretli ürünlerde tüketici algısı (Beypazarı kurusu, Çubuk turşusu, Kalecik karası üzümü örneği). Yüksek Lisans Tezi, 1,126.

Short, J.C. Ketchen, D.J. Shook, C. and Ireland, R.D. (2010), The concept of opportunity in entrepreneurship: Past accomplishment and future challenges, Journal of Management, 36, 46-65.

Smith, A. (2018). The Economic Impact of Geographical Indications. Journal of International Economics, 15(2), 123-135.

Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S: 15, ss: 23-27.

Şahin, G. (2019). Türkiye'nin coğrafi işaretleri ve bunların Türkiye ekonomisinde etkin kullanımları, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şentürk, B. (2011). Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: Mikro ve makro açidan bir değerlendirme, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Uygurtürk, H. Ş. N. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Markalaşma Algısı Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(40), 377-394.

Tan, J. (2006). Growth of Industry Clusters and Innovation: Lessons from Beijing Zhongguancun Science Park. Journal of Business Venturing, 21(6), 827-850.

Tanrıkulu, M. (2011). "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi" , Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Volume: 1, 176-178.

Tanrıkulu, M. (2014). Coğrafya ve Kültür: Mekan-Kültür-Tarih -Coğrafi işaret (1 baskı). Ankara: Edge Akademi Yayınları.

Tanrıkulu, M. (2018). Coğrafya ve Kültür (Mekan-Kültür-Tarih-Coğrafi İşaret) (2 baskı). Ankara: Edge Akademi Yayınları.

Tanrıverdi, Sezai; (2010), Banka Muameleleri Vergisinin Bankacılık Sektöründe Rekabeti Bozucu Etkileri ve Bir Model Önerisi. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Ankara.

Tekelioğlu Y (2021) Coğrafi işaretlerin A, B, C'si. Coğrafi İşaretler Dergisi 1: 14- 32.

Tekelioğlu, Y. (2010). Anadolu'nun Sahipsiz Değerleri: Yöresel Ürünler, Borsanomi Antalya Ticaret Borsası Bülteni, S: 25, ss: 30-41.

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

Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme sürecinde, yöresel ürünler ve coğrafi işaretler geleceği. İGEME'den Bakış, 36: 1-716.

Tepe, S. (2008). "Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara, 16-70.

Tepe, S. (2008). Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri, (Uzmanlık Tezi), Türk Patent Enstitüsü, Ankara.

Treasury, H.M. (2010). Productivity in The UK: 3-Region dimension. Birleşik Krallık.

TÜRK PATENT (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2023). https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret adresinden alınmıştır.

Türk Patent ve Marka Kurumu (2021) Coğrafi İşaretler Portalı. Erişim Tarihi: (03.12.2023). https://www.ci.gov.tr.

Türk Patent ve Marka Kurumu (2021) Coğrafi İşaretler Portalı. Erişim Tarihi: (02.12.2023). https://www.ci.gov.tr.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017). Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları. Erişim Tarihi: 06.12.2023. https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/

Vandecandelaere, Emilie et. al., Economic Impacts of Geographical Indications: Worldwide Evidences from Nine Case Studies, 13th European IFSA Symposium, Chania, Greece, 2018.

Wilson N (2002) Consumer attitudes towards regional foods -a case study of protected designation of origin (PDO) and protected geographical ındication (PGI) products. Imperial College at Wye, University of London.

Yasaman, H. (2003). Marka Hukuku ile İlgili Makaleler, Hukuki Mütalaalar. Bilirkişi Raporları. 23.

Yıldız B (2008) Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi'nde (TRIPS' de) Coğrafi İşaretlemelere İlişkin Düzenlemeler. Ankara Barosu, FMR.

Yılmaz, E. C. C. (2021). Üreticilerin Bakış Açısından Coğrafi İşaretli Bir Yiyecek:Beypazarı Kurusunun Değerlendirilmesi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 145-166.

Zografos, D. (2008). Geographical indications and socio-economic development. IQ Sensato Working Paper, No 3.

http://www.naturadergi.com/

https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/

EK

Ek 1. AB Tarafından Korunan Türkiye'deki Korumalı Coğrafi İşaretler

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Antep Baklavası / Gaziantep Baklavası PGI-TR-0781	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	10/07/2009 Kayıtlı
Afyon Pastırma PGI-TR-1030	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	13/08/2012 Uygulandı
Afyon Sucuğu PGI-TR-1029	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	13/08/2012 Uygulandı
İnegöl Köfte PGI-TR-01260	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	17/09/2014 Uygulandı
Kayseri Pastırması PGI-TR-2311	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı
Kayseri Mantısı PGI-TR-2310	Gıda Sınıfı 2.5. Makarna	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı
Kayseri Sucuğu PGI-TR-2312	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Antakya Künefesi PGI-TR-2451	Gıda Sınıfı 2.4. Bitki özlerinden yapılan içecekler	Türkiye	14/03/2019 Yayınlandı
Maraş Çöreği PGI-TR- 02597	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	16/03/2020 Uygulandı
Maraş Tarhanası PGI-TR-02611	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	01/06/2020 Uygulandı
Erzurum Su Böreği PGI-TR-02781	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	01/07/2021 Uygulandı
Bursa Kestane Şekeri PGI-TR-02808	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	22/10/2021 Uygulandı
Hopa Hamsili Ekmeği PGI-TR-02846	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	24/05/2022 Uygulandı
Manisa Mesir Macunu PGI-TR-02893	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Silifke Yoğurdu PGI-TR-02895	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Türkiye	11/01/2023 Uygulandı

Ek 2. Türkiye'deki Korumalı Menşe Coğrafi İşaretli Ürünler

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Aydın İnciri PDO-TR-1116	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	11/06/2013 Kayıtlı
Malatya Kayısısı PDO-TR-1221	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	13/05/2014 Kayıtlı
Aydın Kestanesi PDO-TR-1362	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	08/09/2015 Kayıtlı
Taşköprü Sarımsağı PDO-TR-2217	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	09/01/2017 Kayıtlı
Antepfıstığı / Antep fıstığı PDO-TR-2318	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	21/07/2017 Uygulandı
Milas Zeytinyağı PDO-TR-2379	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	13/11/2017 Kayıtlı
Bayramiç Beyazı PDO-TR-2391	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	01/02/2018 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini PDO-TR-2398	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	12/04/2018 Uygulandı
Giresun Tombul Fındığı PDO-TR-2419	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	26/04/2018 Kayıtlı
Çağlayancerit Cevizi PDO-TR-02608	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	18/05/2020 Uygulandı
Gemlik Zeytini PDO-TR-02618	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	10/07/2020 Uygulandı
Milas Yağlı Zeytini PDO-TR-02628	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	04/08/2020 Uygulandı
Gaziantep Menengiç Kahvesi / Gaziantep Melengiç Kahvesi PDO-TR-02661	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	25/02/2021 Uygulandı
Araban Sarımsağı PDO-TR-2767	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	08/04/2021 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Tonya Tereyağı PDO-TR-02780	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	30/06/2021 Uygulandı
Edremit Zeytinyağı PDO-TR-02783	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	05/07/2021 Uygulandı
Aydın Memecik Zeytinyağı PDO-TR-02802	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	24/09/2021 Uygulandı
İpsala Pirinci PDO-TR-02806	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	14/10/2021 Uygulandı
Aydın Memecik Zeytini PDO-TR-02813	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	12/11/2021 Uygulandı
Kırkağaç Kavunu / Kırkağaç kavunu PDO-TR-02829	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	14/02/2022 Uygulandı
Demirci Hünnabı PDO-TR-02830	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	17/02/2022 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Amasya Çiçek Bamyası PDO-TR-02836	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	13/04/2022 Uygulandı
Bursa Siyah İnciri PDO-TR-02838	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	19/04/2022 Uygulandı
Suruç Narı PDO-TR-02850	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	07/06/2022 Uygulandı
Safranbolu Safranı PDO-TR-02860	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	10/08/2022 Uygulandı
Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzümü PDO-TR-02878	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	17/11/2022 Uygulandı
Isparta Gülyağı PDO-TR-02884	Gıda Sınıfı 2.10. Uçucu yağlar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Kilis Zeytinyağı PDO-TR-02892	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Bursa Şeftalisi PDO-TR-02887	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Urla Sakız Enginarı PDO-TR-02894	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Rize Çayı PDO-TR-02890	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Ayaş Domatesi PDO-TR-02883	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Bingöl Bali PDO-TR-02886	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Hüyük Çileği PDO-TR-02891	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Ezine Peyniri PDO-TR-02889	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı

Ek 3. 2015-2023 Yılları Arasında Dünyadaki Coğrafi İşaretli Ürünler

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
'Tarsus Sarıulak Zeytini PDO-TR- 02898	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	19/01/2023 Uygulandı
Silifke Yoğurdu PGI-TR-02895	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Türkiye	11/01/2023 Uygulandı
Isparta Gülyağı PDO-TR-02884	Gıda Sınıfı 2.10. Uçucu yağlar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Kilis Zeytinyağı PDO-TR-02892	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Bursa Şeftalisi PDO-TR-02887	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Manisa Mesir Macunu PGI-TR-02893	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Urla Sakız Enginarı PDO-TR-02894	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Rize Çayı PDO-TR-02890	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Bingöl Bali PDO-TR-02886	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Hüyük Çileği PDO-TR-02891	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Ezine Peyniri PDO-TR-02889	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Türkiye	05/01/2023 Uygulandı
Limburgse vlaai PGI-NL+BE-02877	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Hollanda Belçika	09/12/2022 Uygulandı
Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzümü PDO-TR-02878	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	17/11/2022 Uygulandı
Terre Abruzzesi / Terre d'Abruzzo PGI-IT-02874	Şarap	İtalya	10/11/2022 Uygulandı
Canino yeşil kuşkonmaz PGI-IT-02868	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	29/09/2022 Uygulandı
Poulet du Bourbonnais PDO-FR-02865	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	13/09/2022 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Huître de Normandie PGI-FR-02864	Gıda Sınıfı 1.7. Taze balık, yumuşakçalar ve kabuklular ve bunlardan elde edilen ürünler	Fransa	09/09/2022 Uygulandı
Safranbolu Safranı PDO-TR-02860	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	10/08/2022 Uygulandı
Lari Ciliegia PGI-IT-02855	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	30/06/2022 Uygulandı
Suruç Narı PDO-TR-02850	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	07/06/2022 Uygulandı
Lesachtaler Brot PGI-AT-02849	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Avusturya	03/06/2022 Uygulandı
Sable de Camargue PDO-FR-02848	Şarap	Fransa	31/05/2022 Uygulandı
Cedro Santa Maria del Cedro PDO-IT-02847	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	26/05/2022 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Hopa Hamsili Ekmeği PGI-TR-02846	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	24/05/2022 Uygulandı
Tome fraîche de l'Aubrac PGI-FR-02839	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Fransa	25/04/2022 Uygulandı
Bursa Siyah İnciri PDO-TR-02838	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	19/04/2022 Uygulandı
Amasya Çiçek Bamyası PDO-TR-02836	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	13/04/2022 Uygulandı
Sebadas / Seadas / Sabadas / Seattas / Savadas / Sevadas di Sardegna PGI-IT-02834	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri, Sınıf 2.5. Makarna	İtalya	24/03/2022 Uygulandı
Demirci Hünnabı PDO-TR-02830	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	17/02/2022 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Kırkağaç Kavunu / Kırkağaç kavunu PDO-TR-02829	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	14/02/2022 Uygulandı
Lorraine PGI-FR-02815	Şarap	Fransa	15/11/2021 Uygulandı
Aydın Memecik Zeytini PDO-TR-02813	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	12/11/2021 Uygulandı
Canelli PDO-IT-02810	Şarap	İtalya	09/11/2021 Uygulandı
Bursa Kestane Şekeri PGI-TR-02808	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	22/10/2021 Uygulandı
Caciottone di Norcia PGI-IT-02807	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	19/10/2021 Uygulandı
İpsala Pirinci PDO-TR-02806	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	14/10/2021 Uygulandı
Haricot de Soissons PGI-FR-02805	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	11/10/2021 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Aydın Memecik Zeytinyağı PDO-TR-02802	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	24/09/2021 Uygulandı
Napoli Pomodoro Pelato PGI-IT-02794	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	04/08/2021 Uygulandı
Olio Campania PGI-IT-02795	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	04/08/2021 Yayınlandı
Edremit Zeytinyağı PDO-TR-02783	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	05/07/2021 Uygulandı
Sel de l'Île de Ré / Fleur de sel de l'Île de Ré PGI-FR-02782	Gıda Sınıfı 2.6. Tuz	Fransa	02/07/2021 Uygulandı
Erzurum Su Böreği PGI-TR-02781	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	01/07/2021 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Tonya Tereyağı PDO-TR-02780	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	30/06/2021 Uygulandı
Alaska Pollock PGI-US-2771	Gıda Sınıfı 1.7. Taze balık, yumuşakçalar ve kabuklular ve bunlardan elde edilen ürünler	Amerika Birleşik Devletleri	10/05/2021 Uygulandı
Emilia-Romagna PDO-IT-02770	Şarap	İtalya	28/04/2021 Uygulandı
Ruster Ausbruch PDO-AT-02769	Şarap	Avusturya	26/04/2021 Uygulandı
Araban Sarımsağı PDO-TR-2767	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	08/04/2021 Uygulandı
Ciliegia di Bracigliano PGI-IT-02766	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	31/03/2021 Yayınlandı
Cancoillotte PGI-FR-02765	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Fransa	19/03/2021 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Roccamonfina Castagna PGI-IT-02764	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	16/03/2021 Kayıtlı
Gaziantep Menengiç Kahvesi / Gaziantep Melengiç Kahvesi PDO-TR-02661	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Türkiye	25/02/2021 Uygulandı
Saucisson Gaumais / Collier Gaumais / Baudruche Gaumaise / Pipe Gaumaise PGI-BE-02653	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Belçika	05/01/2021 Uygulandı
Lenticchia di Onano PGI-IT-02651	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	15/12/2020 Kayıtlı
Finocchio di Isola Capo Rizzuto PGI-IT-02650	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	14/12/2020 Kayıtlı
Cidre du Perche / Perche PDO-FR-2648	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Fransa	01/12/2020 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Huile d'olive du Languedoc PDO-FR-2649	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Fransa	01/12/2020 Uygulandı
Chataigne des Cévennes PDO-FR-02639	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	07/10/2020 Kayıtlı
Milas Yağlı Zeytini PDO-TR-02628	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	04/08/2020 Uygulandı
Île-de-France PGI-FR-02624	Şarap	Fransa	29/07/2020 Kayıtlı
Gemlik Zeytini PDO-TR-02618	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	10/07/2020 Uygulandı
Maraş Tarhanası PGI-TR-02611	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	01/06/2020 Uygulandı
Çağlayancerit Cevizi PDO-TR-02608	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	18/05/2020 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Maraş Çöreği PGI-TR- 02597	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	Türkiye	16/03/2020 Uygulandı
Washington İlçesi (Catoctin, Cumberland Vadisi)	Şarap Diğer	Amerika Birleşik Devletleri	26/02/2020 Sözleşme kapsamında korunmaktadır
Mimbres Vadisi	Şarap Diğer	Amerika Birleşik Devletleri	26/02/2020 Sözleşme kapsamında korunmaktadır
Wiener Gemischter Satz PDO-AT-02593	Şarap	Avusturya	21/02/2020 Uygulandı
Rosalia PDO-AT-02594	Şarap	Avusturya	21/02/2020 Kayıtlı
Ennstaler Steirerkas PDO-AT-02588	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Avusturya	28/01/2020 Kayıtlı
Pampepato di Terni / Panpepato di Terni PGI-IT-02467	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	İtalya	06/01/2020 Kayıtlı
Delia Çantaları PGI-IT-02469	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	24/10/2019 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Pregler / Ostiroler Pregler PGI-AT-02512	Ruh içeceği 9. Meyve ruhu	Avusturya	07/06/2019 Kayıtlı
Olio Lucano PGI-IT-02458	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	26/04/2019 Kayıtlı
Olio di Roma PGI-IT-02453	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	05/04/2019 Kayıtlı
Antakya Künefesi PGI-TR-2451	Gıda Sınıfı 2.4. Bitki özlerinden yapılan içecekler	Türkiye	14/03/2019 Yayınlandı
Haricot de Castelnaudary PGI-FR-02450	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	08/03/2019 Kayıtlı
Raffadali Antep Fıstığı PDO-IT-02449	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	22/02/2019 Kayıtlı
Cerise des coteaux du Ventoux PGI-FR-02446	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	03/01/2019 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Vanille de l'île de La Réunion PGI-FR-02447	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Fransa	02/01/2019 Kayıtlı
Huile de noix du Périgord PDO-FR-02445	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Fransa	20/12/2018 Kayıtlı
Limone dell'Etna PGI-IT-02444	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	12/12/2018 Kayıtlı
Sel de Camargue / Fleur de sel de Camargue PGI-FR-02443	Gıda Sınıfı 2.6. Tuz	Fransa	05/12/2018 Yayınlandı
Cetara Alici Colatura PDO-IT-02440	Gıda Sınıfı 1.7. Taze balık, yumuşakçalar ve kabuklular ve bunlardan elde edilen ürünler	İtalya	16/10/2018 Kayıtlı
Willamette Vadisi PGI-US-02439	Şarap	Amerika Birleşik Devletleri	14/10/2018 Kayıtlı
Terres du Midi PGI-FR-02484	Şarap	Fransa	28/09/2018 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Rucola della Piana del Sele PGI-IT-02436	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	20/09/2018 Kayıtlı
Kivi de Corse PGI-FR-02433	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	11/09/2018 Kayıtlı
Noirmoutier Terre Pomme de PGI-FR-02434	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	11/09/2018 Kayıtlı
Grappa della Valle d'Aosta / Grappa de la Vallee d'Aoste PGI-IT-02479	Alkollü içki 6. Üzüm cibresi ruhu veya üzüm cibresi	İtalya	30/08/2018 Yayınlandı
Pancetta de l'Ile de Beauté / Panzetta de l'Ile de Beauté PGI-FR-02427	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	17/08/2018 Yayınlandı
Figatelli de l'Ile de Beauté / Figatellu de l'Ile de Beauté PGI-FR-02432	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	17/08/2018 Yayınlandı
Saucisson sec de l'Ile de Beauté / Salciccia de l'Ile de Beauté PGI-FR-02431	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	17/08/2018 Yayınlandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Bulagna de l'Ile de Beauté PGI-FR-02429	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	17/08/2018 Yayınlandı
Basmati PGI-IN-2425	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Hindistan	18/07/2018 Yayınlandı
Brousse du Rove PDO-FR-02424	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Fransa	28/06/2018 Kayıtlı
Huile d'olive de Provence PDO-FR-02421	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Fransa	28/05/2018 Kayıtlı
Pecorino del Monte Poro PDO-IT-02420	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	16/05/2018 Kayıtlı
Giresun Tombul Fındığı PDO-TR-2419	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	26/04/2018 Kayıtlı
Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini PDO-TR-2398	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	12/04/2018 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Cappero delle Isole Eolie PDO-IT-02395	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	15/03/2018 Kayıtlı
Nebrodi Provolati PDO-IT-02394	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	02/03/2018 Kayıtlı
Südtiroler Schüttelbrot / Schüttelbrot Alto Adige PGI-IT-02392	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	İtalya	14/02/2018 Kayıtlı
Bayramiç Beyazı PDO-TR-2391	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	01/02/2018 Kayıtlı
Mozzarella di Gioia del Colle PDO-IT-02384	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	29/12/2017 Kayıtlı
Olio di Puglia PGI-IT-02381	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	22/12/2017 Kayıtlı
Miel wallon PGI-BE-02409	Gıda Sınıfı 1.4. Diğer hayvansal ürünler (yumurta, bal, tereyağı hariç çeşitli süt ürünleri vb.)	Belçika	22/12/2017 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Correze PDO-FR- 02407	Şarap	Fransa	20/12/2017 Yayınlandı
Vézelay PDO-FR-02406	Şarap	Fransa	12/12/2017 Kayıtlı
Milas Zeytinyağı PDO-TR-2379	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	Türkiye	13/11/2017 Kayıtlı
Viande de Blanc-Bleu Belge / Belgisch Witblauw Vlees PGI-BE-02377	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Belçika	10/11/2017 Uygulandı
Yakın Trentino PGI-IT-2320	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	07/08/2017 Kayıtlı
Bulot de la Baie de Granville PGI-FR-02319	Gıda Sınıfı 1.7. Taze balık, yumuşakçalar ve kabuklular ve bunlardan elde edilen ürünler	Fransa	04/08/2017 Kayıtlı
Antepfıstığı / Antep fıstığı PDO-TR-2318	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	21/07/2017 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Modica Cioccolato PGI-IT-02314	Gıda Sınıfı 2.2. çikolata ve türevi ürünler	İtalya	12/06/2017 Kayıtlı
Lucanica di Picerno PGI-IT-02313	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	İtalya	05/06/2017 Kayıtlı
Kayseri Pastırması PGI-TR-2311	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı
Kayseri Mantısı PGI-TR-2310	Gıda Sınıfı 2.5. Makarna	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı
Kayseri Sucuğu PGI-TR-2312	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Türkiye	22/05/2017 Uygulandı
delle Venezie / Beneških okolišev PDO-IT-02360	Şarap	İtalya	10/04/2017 Kayıtlı
Escavèche de Chimay PGI-BE-02359	Gıda Sınıfı 1.7. Taze balık, yumuşakçalar ve kabuklular ve bunlardan elde edilen ürünler	Belçika	31/03/2017 Kayıtlı
Pic Saint-Loup PDO-FR-02354	Şarap	Fransa	09/03/2017 Uygulandı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Pitina PGI-IT-02332	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	İtalya	23/01/2017 Kayıtlı
West-Vlaanderen'de PDO-BE-02261'in bir çok yeri var	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Belçika	11/01/2017 Kayıtlı
Taşköprü Sarımsağı PDO-TR-2217	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	09/01/2017 Kayıtlı
Cidre Cotentin / Cotentin PDO-FR-02206	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Fransa	21/11/2016 Kayıtlı
Lenticchia di Altamura PGI-IT-02204	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	17/11/2016 Kayıtlı
Jambon du Kintoa PDO-FR-02166	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	31/08/2016 Kayıtlı
Kintoa PDO-FR-02165	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	31/08/2016 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Friuli / Friuli Venezia Giulia / Furlanija / Furlanija Julijska krajina PDO-IT-02176	Şarap	İtalya	21/07/2016 Kayıtlı
Cairanne PDO-FR-02175	Şarap	Fransa	13/07/2016 Kayıtlı
Marrone di Serino / Castagna di Serino PGI-IT-02147	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	24/06/2016 Kayıtlı
Maasvallei Limburg PDO-BE+NL-02172	Şarap	Belçika Hollanda	12/05/2016 Kayıtlı
Jambon noir de Bigorre PDO-FR-02105	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	14/01/2016 Kayıtlı
Bigorre Porc noir PDO-FR-02106	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	14/01/2016 Kayıtlı
Ail menekşe de Cadours PDO-FR-02103	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	07/01/2016 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Oliva di Gaeta PDO-IT-02101	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	23/12/2015 Kayıtlı
Brillat-Savarin PGI-FR-02102	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Fransa	23/12/2015 Kayıtlı
Charolais de Bourgogne PGI-FR-02099	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	08/12/2015 Kayıtlı
La Clape PDO-FR-02113	Şarap	Fransa	26/11/2015 Kayıtlı
Ossolano PDO-IT-02093	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	24/11/2015 Kayıtlı
Saucisson sec d'Auvergne / Saucisse sèche d'Auvergne PGI-FR-02094	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	23/11/2015 Kayıtlı
Raclette de Savoie PGI-FR-02095	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	Fransa	23/11/2015 Kayıtlı
Andria Burrata PGI-IT-01393	Gıda Sınıfı 1.3. peynirler	İtalya	27/10/2015 Kayıtlı
Anguria Reggiana PGI-IT-01385	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	İtalya	14/10/2015 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Chapon du Périgord PGI-FR-01377	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	24/09/2015 Kayıtlı
Lucques du Languedoc PDO-FR-01375	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	24/09/2015 Kayıtlı
Poulet du Périgord PGI-FR-01374	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	24/09/2015 Kayıtlı
Poularde du Périgord PGI-FR-01373	Gıda Sınıfı 1.1 Taze et (ve sakatat)	Fransa	24/09/2015 Kayıtlı
Thym de Provence PGI-FR-01364	Gıda Sınıfı 1.8. Antlaşmanın Ek I'indeki diğer ürünler (baharatlar vb.)	Fransa	18/09/2015 Kayıtlı
Aydın Kestanesi PDO-TR-1362	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Türkiye	08/09/2015 Kayıtlı
Pizzoccheri della Valtellina PGI-IT-01349	Gıda Sınıfı 2.5. Makarna	İtalya	24/06/2015 Kayıtlı
Jambon d'Auvergne PGI-FR-01348	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	Fransa	23/06/2015 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Marche PGI-IT-01338	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	26/05/2015 Kayıtlı
Mortadella di Prato PGI-IT-01333	Gıda Sınıfı 1.2. Et ürünleri (pişirilmiş, tuzlanmış, tütsülenmiş vb.)	İtalya	08/05/2015 Kayıtlı
Abricots Rouges du Roussillon PDO-FR-01328	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	15/04/2015 Kayıtlı
Terrasses du Larzac PDO-FR-02084	Şarap	Fransa	30/03/2015 Kayıtlı
Pampapato di Ferrara / Pampepato di Ferrara PGI-IT-01323	Gıda Sınıfı 2.3. Ekmek, pasta, kek, şekerleme, bisküvi ve diğer fırıncılık ürünleri	İtalya	26/03/2015 Kayıtlı
PGI-IT-01324 Ferrari Kapakları	Gıda Sınıfı 2.5. Makarna	İtalya	26/03/2015 Kayıtlı
Olio di Calabria PGI-IT-01314	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	20/02/2015 Kayıtlı

Ürün adı	Ürün tipi	Ülke	Öncelik tarihi / Durum
Sel de Salies-de-Béarn PGI-FR-01311	Gıda Sınıfı 2.6. Tuz	Fransa	03/02/2015 Kayıtlı
Culurgionis d'Ogliastra PGI-IT-01307	Gıda Sınıfı 2.5. Makarna	İtalya	02/02/2015 Kayıtlı
Sicilya PGI-IT-01305	Gıda Sınıfı 1.5. Sıvı ve katı yağlar (tereyağı, margarin, sıvı yağ, vb.)	İtalya	29/01/2015 Kayıtlı
Citron de Menton PGI-FR-1299	Gıda Sınıfı 1.6. Taze veya işlenmiş meyve, sebze ve tahıllar	Fransa	05/01/2015 Kayıtlı

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Abdullah KERMOOĞLU	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Fakülte	İİBF
Bölümü	SBKY
Yüksek Lisans	
Üniversite	
Enstitü Adı	
Ana Bilim Dalı	
Programı	
Makale ve Bildiriler (Varsa)	
1. **2.**	