

Coğrafi İşaret Tescilinin Yaratacağı Sosyo-Ekonomik Etkilerin İncelenmesi: Bozcaada Çavuş Üzümü Örneği

Eylem DURMUŞ

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-5749-0317>

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Çanakkale

Sema Ezgi YÜCEER

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0003-0169-2435>

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Çanakkale

Sibel TAN

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-4733-5874>

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Çanakkale

Makale Künyesi

*Araştırma Makalesi /
Research Article*

*Sorumlu Yazar /
Corresponding Author*
Eylem DURMUŞ
eylemdurmus@comu.edu.tr

Geliş Tarihi / Received:
30.11.2021

Kabul Tarihi / Accepted:
07.06.2022

Tarım Ekonomisi Dergisi
Cilt: 28 Sayı: 1 Sayfa: 21-29
*Turkish Journal of
Agricultural Economics*
Volume: 28 Issue: 1 Page: 21-29

DOI 10.24181/tarekoder.1030287
JEL Classification: Q1, 013, L11

Özet

Amaç: Bu çalışmada, Bozcaada Çavuş Üzümü ile ilgili uygulama örneğinde coğrafi işaret tescilinin yaratacağı olası sosyo-ekonomik etkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Tasarım/Metodoloji /Yaklaşım: Araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, araştırma verileri, derinlemesine görüşme metoduna uygun olarak hazırlanmış olan yarı-yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde ise araştırma yöntemine uygun olarak seçilen tematik analiz kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırmada, coğrafi işaret tescilli Bozcaada Çavuş Üzümü'nün yaratacağı olası sosyo-ekonomik etkilerin bölgesel gelişim, ekonomik kalkınma ve pazar oluşturma temaları etrafında şekillendiği görülmüştür. Bozcaada Çavuş Üzümü'nün çeşit özelliği gereği, sahip olduğu sınırlılıkların ve ada halkının geçimini turizmden sağlıyor oluşu, coğrafi işaret tescilinden beklenen faydaları negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Özgünlük/Değer: Araştırma, coğrafi işaret tescilinin beklenen etkileri, uygulama yönüyle inceleyen sınırlı sayıdaki çalışmalardan biridir.

Anahtar kelimeler: Coğrafi İşaret Tescili, Bozcaada Çavuş Üzümü, Nitel Araştırma, Sosyo-ekonomik etki.

Investigation of Socio-Economic Effects of Geographical Indication Registration: Bozcaada Çavuş Grape Sample

Abstract

Purpose: In this study, it is aimed to examine the possible socio-economic effects of geographical indication registration in regard to the application example of Bozcaada Çavuş Grape.

Design/Methodology/Approach: In the research, the qualitative research method was used and the research data were collected with a semi-structured interview form prepared in accordance with the in-depth interview method.

Findings: In the research, it has been seen that the possible socio-economic effects of Bozcaada Çavuş Grape with geographical indication registered are shaped around the themes of regional development, economic development and market creation. It has been determined that the limitations with Bozcaada Çavuş Grape due to its characteristics of variety and the fact that the Bozcaada people earn their mainstay from tourism negatively affect the benefits expected from the registration of geographical indications.

Originality/Value: The research is one of the limited number of studies examining effects of expected of geographical indication registration in terms of application.

Key words: Geographical Indication Registration, Bozcaada Çavuş Grape, Qualitative Research, Socio-economic effect.

1.GİRİŞ

Çeşitli gıda krizleri, küreselleşme ve çevresel endişeler neticesinde, yerel üreticilerin desteklenmesi ve tedarik zincirlerini şeffaflaştırmaya dönük hareketler, 21. yüzyılın başından itibaren gıda trendlerinin değişmesine neden olmuştur (Fernández-Ferrín et al., 2018). Bu dönemde bir yandan küresel sınırların yumuşayıp birçok alanda benzeşmeye gidildiği, öte yandan üretici ve tüketicilere, küresel kimlik yoksunlukları konusunda farkındalık kazandırıldığı bir eğilim söz konusudur (Hülür, 1991; Bayır, 2019). Bu eğilim, özellikle bölgesel menşeli ve geleneksel karaktere sahip ürünlere talebi teşvik etmektedir (Pieniak et al., 2009). Yeni pazar ve tüketim biçimlerini şekillendiren bu değişimler (Nar, 2015), yoğun üretim sistemlerine alternatif arayışına cevap olurken (Bond ve ark., 2008), verimli bir pazarlama aracı potansiyeli de barındırmaktadır (Vanhonacker, 2010). Çünkü bölge menşeli kavramı, tüketici zihninde; lezzet, kalite, doğallık ifadelerini çağrıştırarak yöresel ürün tercihlerini etkilemekte (Darby et al, 2006), pazarlama açısından farklılaşma ve rekabet avantajı sağlamaktadır (Lobb and Mazzochi, 2007).

Yöresel ürünler; yöre adı ile anılan, söz konusu yörede ünlenmiş, orijin bölgesi ile bağlantılı, yerel kimlik ve kültürün güçlü temsilcileridir (Galli and Brunori, 2013). Bir ürün ünlendiğinde, benzerleri hemen aynı isimle piyasaya sunulmaktadır. Nitekim menşe bölgesine dayalı koruma sistemleri, 19. yüzyılın sonlarında Fransa'da şarap üretim bölgelerindeki üreticileri, asma biti salgınından sonra Fransız şarap isminin haksız kullanımından korumak için geliştirilen protokollerden türetilmiştir (Moran, 1993; Tregear et al., 2007). İsmi haksız kullanımı, yöresel ürünün hem üreticilerine hem de tüketicilerine ciddi zararlar vermektedir. Hindistan'ın ünlü Darjeeling çayı dünyada 40 milyon kilogram satmıştır. Oysaki araştırmalar, Darjeeling çayının Hindistan'da sadece 10 milyon kilogram üretildiğini ortaya koymaktadır (Das, 2006). Bir diğer çarpıcı örnek ise Hindistan'ın meşhur Basmati pirinciyle ilgilidir. Basmati pirincinin Teksas'taki üreticiler tarafından Texmati, Kaliforniya'daki üreticiler tarafından ise Calmati adıyla satıldığı bilinmektedir (Roy, 2004). Sadece bu nedenle Hindistan'ın toplam Basmati pirinci ihracatının %10'unu oluşturan 45 bin tonluk Amerika Birleşik Devletleri (ABD) pazarını kaybettiği saptanmıştır (Ganesh and Ajeesh, 2017).

Bölge orijinli ürünlerin sağlayacağı tüm faydalardan asıl sahiplerinin yararlanması, taklitlerine karşı korunması ve ürün isminin haksız kullanımının önüne geçilmesi için bu ürünler, ulusal ve uluslararası düzeyde coğrafi işaret adları ile korunmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012).

“Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları Anlaşması'nın 22. maddesi coğrafi işaretleri, ... üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirli bir ünü, niteliği veya diğer özellikleri itibarıyla ilgili coğrafi orijine atfedilen ürünleri belirten işaretler” olarak tanımlanmaktadır (WTO, 2019).

Literatürde coğrafi işaretler hakkında çok sayıda çalışma mevcut olup, çoğu coğrafi işaretlerin boyutuna odaklanırken bazıları da tüketici tercihleri veya ödeme istekliliği ile ilgilidir. Ancak az sayıda çalışma coğrafi işaretlerin pratik olarak uygulanmasına odaklanmış durumdadır (Dokuzlu, 2016).

Bu nedenle araştırmada, coğrafi işaretlerin uygulama örneğine yer vererek, coğrafi işaret tescilinin olanı sosyo-ekonomik etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Coğrafi işaret tescilinin olası etkileri genellikle iki şekilde olmaktadır. Birincisi, üretim sürecinde yer alan varlıkların fiyatlandırılmasıyla ilgilidir ve doğrudan etki sınıfına girmektedir. İkincisi, coğrafi işaretlerin tüm aktörlere kapsamlı bir bölgesel fayda sunarak sosyo-ekonomik gelişimi ve kalkınmayı desteklemesi şeklindedir. Bu durum coğrafi işaret tescilinden kaynaklanabilecek dolaylı faydaları içermektedir (Bramley and Kirsten, 2007). Örneğin, yapılan bir araştırmada, Fransa'da Bourge-en-Bresse'de özel yöntemlerle yetiştirilen ve türünde dünyanın tek tescilli coğrafi işareti olan Bresse tavuğunun, benzerlerine göre 5-6 kat daha yüksek fiyatla alıcı bulunduğu tespit edilmiştir (Tekelioğlu, 2016). Üretim sürecindeki varlığın fiyatlandırılmasıyla ilgili bir etki söz konusu olduğundan, burada coğrafi işaret tescilinin yarattığı doğrudan etki gözlemlenmektedir. Suh and MacPherson (2007)'un yaptıkları çalışmada ise, coğrafi işaret tescilini takip eden 6 yıl içinde, Boseong bölgesindeki turist sayısının üç katına çıktığı belirtilmektedir. Coğrafi işaret tescilinin yarattığı etki doğrudan varlıkların fiyatlandırılmasıyla ilgili olmayıp bölgesel düzeyde olduğundan, bu durumda dolaylı etkiden söz edilecektir.

Böylesi bir ayırım, coğrafi işaret tescilinin olası etkilerini incelerken, çok boyutlu bir değerlendirme yapılmasını gerekli kılmaktadır (Alyakut, 2016). Bu nedenle çalışma boyunca coğrafi işaret tescilinin yaratacağı sosyo-ekonomik etkiler incelenirken söz konusu ayırım dikkate alınmıştır.

2.MATERYAL ve YÖNTEM

Coğrafi işaret tescilinin yaratacağı sosyo-ekonomik etkilerin tespitinde coğrafi işaret tescilli Bozcaada Çavuş Üzümlü ele alınmıştır. Araştırmanın ana materyalini Nitel Araştırma Yöntemi'ne göre hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formları oluşturmuştur. Veriler, tescil sahibi olan S.S. Bozcaada Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, Bozcaada Belediyesi, Bozcaada İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü'nde tescil sürecinde yer alan veya sürecin takibini sürdüren uzmanlar ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü'nde denetim organında yer alan uzman ekip ve denetime dahil olan önder üreticilerden elde edilen toplam dokuz adet derinlemesine görüşme ile toplanmıştır.

Araştırmanın ikincil verileri ise konu ile ilgili çeşitli bilimsel çalışmalardan elde edilmiştir.

Derinlemesine görüşmeler, araştırılan konuyu tüm yönleriyle ele almak ve değerlendirmek için mükemmel araçlardır. Bu yöntem ile veri toplanır iken daha çok açık uçlu soruların yer aldığı, keşif odaklı bir yöntem kullanılmaktadır. Bu da araştırmacıya, yanıtlayanın konu hakkındaki düşüncelerini ve bakış açılarını derinlemesine keşfetmek için olanak sunmaktadır (Gunion et al., 2011). Böylelikle tutarlılık, yoğunluk ve derinlik anlam kazanmaktadır (Weiss, 1995).

Görüşme soruları; yapılandırılmış, yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler olarak sınıflandırılmaktadır. Yapılandırılmamış görüşmeler, esnek görüşme biçimi olurken yapılandırılmış görüşmeler yazılı bir ankete bağlı kalan görüşme biçimidir. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler ise hem belirgin, kesin hem de açık uçlu sorular içeren yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmelerin karışımı olarak ortaya çıkmaktadır (Jamshed, 2014). Derinlemesine görüşmeyi, belirli bir soru formuna tamamen bağlı kalmaksızın, katılımcıdan alınan yanıtların da etkisiyle yeni ve derinleştirici sorular ile farklı yönlerden ele alabilmek, durumun içyüzünü analiz edebilmek adına yarı-yapılandırılmış görüşmeler sıklıkla tercih edilmektedir (Seggie ve Bayyurt, 2015).

Derinlemesine görüşmelerde, tamamıyla yapılandırılmış bir soru formuna veya ankete bağlı kalınmadığından, görüşülen her bir katılımcı, farklı bir bakış açısı ve anlatım ile içerik sunarak, adeta bir yapbozun eksik parçasını veya boşluğu doldurur nitelikte zengin bir veri sunmaktadır (Arksey, 1996; Houssert and Evens, 2011). Bunun yanı sıra derinlemesine görüşme, katılımcı ve görüşmeci arasında, sık ve sürekli bir diyaloga izin vermektedir. Böylelikle, analiz sırasında, görüşme akışının nasıl geliştiği ve nasıl geçiş yapıldığına ilişkin verilerin elde edilmesi mümkün olmaktadır (Highet, 2003). Yapılandırılmış bir soru formunun aksine derinlemesine görüşme, araştırmaya; daha fazla derinlik, bağlam ve esneklik sunmaktadır (Cassell and Symon, 2004). Ayrıca, katılımcı ile yakın bir ilişki ve güven inşa etme fırsatı yakalanıp, veri kalitesinin iyileştirilmesi sağlanmaktadır (Stokes and Bergin, 2006).

Bu araştırmada da, amaca hizmet edecek şekilde hazırlanan yarı-yapılandırılmış görüşme formu doğrultusunda görüşmeler gerçekleştirilmiş olup, elde edilen veriler uygun ofis programına aktarılarak çözümlenmeye hazır hale getirilmiştir. Mülakatlar 2019 yılından önce yapılmıştır.

Verilerin analiz edilmesinde tematik analiz kullanılmıştır. Tematik analiz, veri setini belirli temalar çerçevesinde düzenleyerek verilerin kodlanması ve analiz edilmesi işlemidir (Boyatzis, 1998). Bu noktada kodlama açısından önemli olan sorular neyin/nelerin tema olarak sayılabileceği ve tema büyüklüğünün ne olacağıdır.

Bir temanın, tema olabilmesi için başat olma özelliği göstermesi ya da temanın yaygınlığı dikkate alınabilir. Başat olma özelliği; derinlemesine görüşmeler sırasında, katılımcılarca temanın tekrar edilme sıklığını ve odak noktayı ifade etmektedir. Başat olma özelliği sayısal göstergelere işaret etmek zorunda olmayıp, araştırmanın amacına hizmet eder nitelikte bir yanıt olabilir (Clarke and Kitinger, 2004). Temanın yaygınlığı, temayı dile getiren katılımcıların sayısı veya veri setinde temanın ortaya çıktığı durumlar üzerinden hesaplanabilir (Reissman, 1993). Başat olma özelliği ve yaygınlık unsurlarının birlikte ele alınarak temaların belirlenmesi de mümkün olmaktadır.

Temalar belirlendikten sonra temalara ait alt temalar belirlenir. Temaların barındığı ham veriler kodlanarak temayı ifade edecek örüntüler elde etme aşamasıdır (Kalof et al., 2008). Veri setinin izin verdiği ölçüde türetilen alt temalar ise incelenen sorunlar ve açıklamalar arasındaki ilişkiyi gösteren (Özdoğan, 2018) veri ağlarıdır.

Gizlilik gereği kurum ve kuruluşlarla yapılan görüşmeler K₁, K₂, K₃ ve K₄ ile üreticilerle yapılan görüşmeler ise Ü₁, Ü₂, Ü₃, Ü₄ ve Ü₅ ile kodlanarak ifade edilmiştir.

3.BULGULAR ve TARTIŞMA

Coğrafi işaret tescili alındıktan sonra tescilin ortaya çıkaracağı sosyo-ekonomik etkileri konu alan çalışmalar, bölgesel kalkınma, ekonomik gelişim ve pazarlama süreçleri üzerine vurgu yapmaktadır (Gracia et al., 2007; Jena and Grote, 2012; Balogh and Jambor, 2017; Suresh et al., 2021). Coğrafi işaret tescilinin yaratabileceği sosyo-ekonomik etkilerin neler olduğu sorusu çerçevesinde araştırmanın hipotezi, coğrafi işaret tescili ile bölgesel kalkınma, ekonomik gelişim, mevcut pazarların geliştirilmesi ve yeni pazar fırsatlarının yakalanması yönündedir.

Katılımcılara Bozcaada Çavuş Üzümü coğrafi işaret tescili aldıktan sonra ortaya çıkan sosyo-ekonomik değişimlerin neler olduğu sorulduğunda, coğrafi işaretlerin bölgeyi ve geleneksel bilgiyi koruma özellikleri dile getirilerek bölgesel gelişim ana temasına vurgu yapılmıştır (Çizelge 1).

Araştırmadan elde edilen bulgulara paralel biçimde, coğrafi işaret tescilinin bölgesel kalkınmaya olan katkılarını ortaya koyan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır (Kan ve ark., 2010; Belletti and Marescotti, 2011; Çukur ve Çukur, 2017). Uzun yıllar sadece bir Avrupa olgusu olarak görülmüş olan coğrafi işaretler (Tekelioğlu, 2019), özellikle kırsal ekonomiler için güçlü bir kalkınma aracı niteliği taşımaktadır (Dange, 2010). Coğrafi işaretlerin kalkınma süreçlerine yol açma yeteneği, ürünün bölge ile olan bağlantısından süregelenmektedir (Bramley, 2011). Tanımı gereği coğrafi işaretler, sadece bir ürünün coğrafi kökenini, ürünün ait olduğu bölgeyi göstermekle kalmaz aynı zamanda ürünü benzerlerinden ayırt etme görevi üstlenerek kaliteyi de simgeler. Kalite kavramı Fransızca 'yöre (terrior)' kelimesiyle özetlenen birçok bölgesel faktörün (çevresel ve insani faktörler olmak üzere) varlığını ifade etmektedir (Cei et al., 2018a).

Çizelge 1. Coğrafi İşaret Tescilinin Olası Sosyo-ekonomik Etkiler (Bölgesel Gelişim)**Table 1.** Possible Socio-economic Impacts of Geographical Indication Registration (Regional Development)

| Temalar | | Nitel Veriler | | Cİ Tescilinin Olası Etkisi |
|-------------------------|------------------------------------|--|--|----------------------------|
| Ana Tema | Alt Tema | Kurum ve Kuruluşlar – K | Önder Üreticiler – Ü | |
| Bölgesel gelişim | Kırsal Kalkınma | K₁ : “Cİ aracılığıyla ürün-yöre bağlantısı kuruluyor.” K₂ : “Ürün kalitesini tescillemiş oluyoruz ve bir markamız oluyor, dolayısıyla kırsal kesimin değerleri korunuyor ve kuşaklara aktarılıyor.” | Ü₃ : “Tescil ile ürünün bölgeyi temsil gücü artıyor, büyüklerimizin mirasını koruyoruz.” Ü₅ : “Cİ etiketi sayesinde ürün benzerlerinden farklılaşıyor ve bölgeye de ayrışıyor.” | Dolaylı Etki |
| Bölgesel gelişim | Tarihi kökenlerin korunması | K₃ : “Çavuş üzümü çok özellikli ve tarihi uzun yıllara dayanan bir ürün; tadı, aroması, kabuk kalınlığı ile yöreyi temsil eden eşsiz bir simge. Çavuş üzümünü yaşatmak istiyoruz.” K₄ : “Bozcaada’da bulunan paraların üzerinde üzüm salkımlarının ve Rumlardan kalma 200 yıllık mezar taşlarında üzüm salkımı ve yaprağının bulunduğu biliniyor. Cİ tescili köken adını ve tarihi pekiştirerek bölgesel gelişim sağlıyor.” | Ü₂ : “Son yıllarda adada ticari çeşitlerin sayısı artmış durumda ve bu çavuş üzümünün önüne geçiyor. Çavuş üzümünün eski bir tarihi bulunuyor, Cİ bu tarihi köklere vurgu yapıyor ve bölge değerini de muhafaza etmeye yarıyor.” | Dolaylı Etki |

Katılımcılar, coğrafi işaret etiketi ile ürünün tanıtımı ve değerinin ortaya konulduğunu, ürün kalitesinin tüketiciye garanti edildiğini dile getirmektedirler. Coğrafi işaret tescilinin yaratacağı tüm bu etkiler neticesinde fiyat artışı ve ekonomi üzerinde pozitif yönlü değişimler beklenmektedir (Çizelge 2).

Coğrafi işaretlerin sosyo-ekonomik etkileri incelenirken, en yaygın kullanılan değişken, coğrafi işaretlerin referans fiyat üzerinden ürettikleri fiyat primidir (Cei et al., 2018b). Coğrafi işaret tescili ile yakalanan ürün farklılaştırmasının, ödeme istekliliği yaratarak (Meral ve Şahin, 2013) coğrafi işaret tescilli ürün üreticilerine fiyat primi olarak adlandırılan bir ek fiyat sağlaması beklenmektedir (Stigler, 1964). Bu noktada araştırma bulguları literatürle benzerlik göstermektedir. Fiyat priminin yanı sıra, coğrafi işaret tescilinin fiyat üzerine etki etmediği durumlar da söz konusu olabilir. Önder üreticilerle yapılan görüşmeler bunu destekler niteliktedir. Ü4, coğrafi işaret tescili ile Bozcaada Çavuş Üzümü'nün marka haline gelerek bir fiyat artışı yakalanacağı beklentisinde olduklarını ancak fiyatlarda bir değişme olmadığını ifade etmiştir. Aynı ürün için fiyat primi birimler arasında farklılık gösterebilir (Schröck, 2014) ya da coğrafi işaret tescilinin sağlayacağı faydalar her zaman yerel topluluklarla paylaşılabilir (Callois, 2006).

Coğrafi işaret tescilinin yaratacağı sosyo-ekonomik etkilerin incelenmesinde bir diğer önemli değişken ise üretim artışıdır. Ürün kökenini işaret eden coğrafi işaret tescili, ürünün imajını geliştirerek üretimin artmasına ve endüstrinin canlanmasına yol açabilmektedir (Suh and MacPherson, 2007). Kurum ve kuruluşlarla yapılan derinlemesine görüşmeler, bu savı destekler nitelikte iken üretici kanadında beklenti tersi yönde olmaktadır. Üreticilerin maliyet kalemlerinin yüksek oluşuna ilişkin kaygılarına ilaveten üretimden vazgeçme niyeti, üretim artışı beklentisini negatif etkileyen unsurlar olmaktadır (Çizelge 2). Özellikle Bozcaada Çavuş Üzümü çeşidinin çok narin, raf ömrünün kısa ve dayanıksız olması, yeni plantasyonlara kaynak ayrılmamasının temel nedenidir. Çeşitin bu özellikleri sebebiyle, yakın pazarlar dışında kendisine pazar bulamayan Bozcaada Çavuş çeşidi üreticileri, üretim maliyetlerini karşılayamamakta ve üretimden vazgeçmek durumunda kalmaktadırlar (Dardeniz ve ark., 2011).

Çizelge 2. Coğrafi İşaret Tescilinin Olası Sosyo-ekonomik Etkileri (Ekonomik Kalkınma)**Table 2.** Possible Socio-economic Impacts of Geographical Indication Registration (Economic Development)

| Temalar | | Nitel Veriler | | Cİ Tescilinin Olası Etkisi |
|--------------------------|---------------------------------|---|--|----------------------------|
| Ana Tema | Alt Tema | Kurum ve Kuruluşlar – K | Önder Üreticiler – Ü | |
| Ekonomik Kalkınma | Fiyat artış beklentisi | <p>K₁: “Cİ etiketinin fiyat artışına sebep olması beklenmektedir çünkü siz bu etiket ile ürün kalitesini tüketiciye garanti etmiş oluyorsunuz.” (+)</p> <p>K₂: “Bozcaada Çavuş Üzümü önceden yöre halkı için önemli bir geçim kaynağıydı. Halkın %90’ı geçimini buradan sağlamaktaydı. Şimdilerde ticari çeşitler bunun önüne geçti ancak Cİ tescili ile ürünün tekrar vurgulanacak önemi çok fazla olmasa da fiyat artışına yol açabilir.” (+)</p> | <p>Ü₂: “Cİ tescili için ilk adım atıldığında Bozcaada Belediyesi tanıtımlarda bulundu. Tanıtım oldukça fiyatlarda değişimler oldu.” (+)</p> <p>Ü₄: “Cİ tescili ile Bozcaada Çavuş Üzümünü bir marka haline getirir ve fiyat artışı yakalayabilir beklentisi vardı ancak fiyatlarda bir değişme olmadı.” (-)</p> | Doğrudan |
| Ekonomik Kalkınma | Üretim artışı beklentisi | <p>K₁: “Cİ tescili sonrası üretim artışı beklentisi oluyor. Ürün benzerlerinden çeşitli özelliklerle ve fiyat bakımından ayrıldığından üretim artışı beklentisi bölge ve üreticiye ekonomik anlamda katkı sağlayacaktır.” (+)</p> <p>K₃: “Cİ ürünün tanıtımına önemli katkılar sunuyor. Pandemi süreci tanıtımı engelledi. Eğer Cİ tesciline yönelik tanıtımlar yapılabilirse üretim artışı belki sağlanabilir.” (+)</p> | <p>Ü₁: “Cİ tescili ile bizim beklentimiz ata mirasına sahip çıkmak ve ürün adını korumaktır. Zaten çavuş üzümü yapanların sayısı azaldı. Üretimden giderek vazgeçiliyor. Üretim artışı beklemiyoruz.” (-)</p> <p>Ü₅: Cİ tescilinin üretimi artıracığını düşünmüyorum. Ürün satışı açısından bir şey değişmedi. Tescilin üreticiye faydası olmadı. İşçi ücretleri 2 kat arttı ancak fiyatlar aynı bu şartlarda nasıl üretim artışı olabilir.” (-)</p> | Dolaylı |

Coğrafi işaret tescili, ürün adının haksız kullanımının önüne geçmek, ürünü benzerlerinden ayırt ederek ürün imajını geliştirmek (Gangjee, 2017) ve rekabet üstünlüğü sağlayarak pazar oluşturabilmek için önemli bir araçtır (Marie-Vivien, 2008). Ürün farklılaştırması ve rekabet üstünlüğü yoluyla pazar oluşturma çerçevesinde, araştırma alanından toplanan bilgiler literatürle benzerlik göstermektedir. Ancak Bozcaada Çavuş Üzümü çeşidine özgü sınırlılıklar beklentileri olumsuz yönde etkilemektedir (Çizelge 3).

Çizelge 3. Coğrafi İşaret Tescilinin Olası Sosyo-ekonomik Etkiler (Pazar Yaratma)**Table 3.** Possible Socio-economic Impacts of Geographical Indication Registration (Creation of Market)

| Temalar | | Nitel Veriler | | Cİ Tescilinin Olası Etkisi |
|----------------------|--------------------------|--|---|----------------------------|
| Ana Tema | Alt Tema | Kurum ve Kuruluşlar – K | Önder Üreticiler – Ü | |
| Pazar Yaratma | Farklılaşma | <p>K3: “Cİ tescili ile ürün adının haksız kullanımı önleniyor ve böylece farklılaşmış oluyor. İçerde ve dışarda pazar yaratmak için bu güzel bir potansiyel ama çavuş üzümü üretimi azaldı ve işçilik bağlamında ciddi problemler var. Genç nesil artık çavuş üzümü yapmıyor.” (-)</p> <p>K4: “Cİ tescili ürünü benzerlerinden ayırt etmeye yaradığı için ürün farklılaştırması sağlıyor ancak pazarlama anlamında ciddi sıkıntılar var. Ürün çok dayanıksız dolayısıyla bu özelliği pazarlama avantajı sağlamanın önüne geçiyor.” (-)</p> | <p>Ü1: “Cİ etiketi tüketicilere o ürünün gerçek çavuş üzümü olduğunu gösteriyor. Başka üzümler bu isimle satılmıyor ama bu durum pazarlamada bir farklılık yaratmıyor. Çavuş üzümü dayanıklı bir çeşit olmadığı için tüketiminin hızlı olması gerekiyor.” (-)</p> <p>Ü4: “Şu an için ürün etiketleri basılıp Cİ etiketiyle ürünler satışa çıkmadı. Cİ etiketi ürünün nerede üretildiğini tüketiciye garanti ediyor. Bu yüzden diğer ürünlerden farklılığı belgelenmiş oluyor. Tüketici de buna göre seçimini yapacaktır.” (+)</p> | Dolaylı |
| Pazar Yaratma | Rekabet Üstünlüğü | <p>K2: “Çavuş üzümü Cİ tescili ile sağlaması umut edilen rekabet üstünlüğünü sağlayamadı. Ürün dış pazarlara gönderilemiyor. Dayanıklılığı az, transfere uygun değil bu sebeple daha çok il içinde satışı mümkün oluyor.” (-)</p> | <p>Ü5: “Cİ tescili iç ya da dış piyasada bir rekabet üstünlüğü sağlamadı. Ürün kolay bozulan, dayanıksız bir ürün, soğuk zincir yok, soğuk hava deposu ve soğuk hava depolarını inşa etme imkânı yok. Dolayısıyla il dışına dahi ürün göndermek zor.” (-)</p> | Dolaylı |

4.SONUÇ

Bozcaada Çavuş Üzümü'nün muhafazasının zor olması tüketimi ada içerisinde sınırlamaktadır. Soğuk hava depolarının kurulması ve ürünün dayanıklılığını artırıcı uygulamalar, özellikle pazar yaratma ve ekonomik kalkınma faydalarının yansıtılması için zorunluluk olarak görülmektedir (K₁, K₃, K₄, Ü₁, Ü₂, Ü₃, Ü₄, Ü₅).

Adada turizm oldukça ön planda olup, tarım sektörünün önüne geçmiş durumdadır. Bozcaada Çavuş Üzümü üreticileri de üretime devam etmek ve turizme yönelmek arasında kalmaktadır (K₁, K₂, K₃, K₄, Ü₁, Ü₂, Ü₃, Ü₄, Ü₅). Coğrafi işaret tescilinden doğacak faydaların yöreye yansıtılabilirse bu ikilem ortadan kalkacaktır. Bunun için ürün muhafazasına ilişkin sorunların çözümü, yeni pazarların bulunması, gençlerin tarımsal üretime teşviki önemli olmaktadır (K₂, K₄, Ü₁, Ü₂, Ü₃, Ü₄, Ü₅). Her yıl düzenlenen Bozcaada Bağbozumu Festivali sırasında, ürünün coğrafi işaret tescili sahibi olduğu vurgusu yapıp, Bozcaada Çavuş çeşidinin turizm ile entegrasyonu oldukça önemli bir fırsattır. Bu fırsatın değerlendirilebilmesi için coğrafi işaret tescilinin tanıtılmasına yönelik çalışmalar, bir diğer önemli konu olmaktadır.

Tescil sahibi organizasyonun etkin ve organize çalışması sağlanmalıdır. Coğrafi işaretlerin ne olduğunun tanıtılması, coğrafi işaret tescilinden doğacak faydaların örnekleri ile sunulması, tescil aldıktan sonra kullanımına yönelik adımların (coğrafi işaret logolu ambalaj, yeni pazar organlarının araştırılması, coğrafi işaret tescili sonrası yakalanacak katma değerden üreticinin fayda sağlamasına ilişkin çalışmalar vb.) atılması gerekmektedir (K₂, K₄, Ü₁, Ü₂, Ü₃, Ü₄, Ü₅). Örneğin, Dokuzlu ve ark. (2017)'nin önerdiği bir Ortak Pazarlama Ajansı (OPA) modeli ile üreticilerin yaratılan ek fiyattan pay alması sağlanabilir. OPA'nın çalışma prensibinde, üreticilerin ürün ile olan bağı kopmamakta ve modelde elde edilen kâr, OPA'nın komisyonu alındıktan sonra OPA aracılığıyla üreticinin teslim etmiş olduğu ürün miktarıyla orantılı olarak üreticiye iade edilmektedir.

En önemlisi, coğrafi işaret tescilinin, üretimden son kullanıcıya değin zincirde yer alan aktörlerin ve üretim faktörlerinin üzerine olan etkilerinin tek tek incelenmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesidir. Ancak bu şekilde coğrafi işaretlerin amacına ne denli ulaştığının nicel olarak ölçülebilmesi ve sürdürülebilirlik için iyi bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirilmesi mümkün olacaktır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını ve intihal yapmadıklarını beyan ederler.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Ek Bilgi

Bu makale, 14. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuş olup, Tarım Ekonomisi Dergisi'nde yayınlanmak üzere önseçim aşamasından geçmiştir.

KAYNAKLAR

- Alyakut, Ö. (2016). *Kültürel Ürünlerde Coğrafi İşaretleme Konusunun Medyaya Yansımaları*. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45): 675-686.
- Arksey, H. (1996). *Collecting data through joint interviews*. *Social Research Update*, 15. Issue. <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU15.html>. Erişim: Mayıs, 2022.
- Balogh, J. M. and Jámbor, A. (2017). *Determinants of the Revealed Comparative Advantages: The Case of Cheese Trade in the European Union*. *Acta Aliment*, 46: 305-311.
- Bayır, M. (2019). *Küresel Tüketim Toplumu ve Küreselleştirici Araçları*. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 2: 11-33.
- Belletti G. and Marescotti A. (2011). *Origin Products, Geographical Indications and Rural Development*. Editors; Barham, A. ve Sylvander, B. *Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition*. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=us6pBFbdb3UC&oi=fnd&pg=PA75&dq=geographical+indication+rural+development&ots=tYF0Finbm9&sig=sFAIgd49w85BuacxaggPiZqM3uA&redir_esc=y#v=onepage&q=geographical%20indication%20rural%20development&f=false. Erişim: Kasım, 2021.
- Bond, C., Thilmany, D. and Keeling Bond, J. (2008). *Understanding Consumer Interest in product and Process-Based Attributes for Fresh Produce*. *Agribusiness*, 24(2), 231-252.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Sage.
- Bramley, C. (2011). *A Review of The Socio-Economic Impact of Geographical Indications: Considerations for The Developing World*. *WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications, (June 22-24, Peru)*, 1-22 ss.
- Bramley, C. and Kirsten J. F. 2007. *Exploring The Economic Rationale for Protecting Geographical Indicators in Agriculture*. *Agricultural Economics Research, Policy and Practice in Southern Africa*, 46(1): 47-71.
- Callois, J. M. (2006). *Quality Labels and Rural Development: A new Economic Geography Approach*. *Cahiers d'Economie et de Sociologie Rurales (CESR)*, 78: 31-51.
- Cassell, C. and Symon, G. (2004). *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, Sage, London. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=auAjat0t9RMC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Essential+Guide+to+Qualitative+Methods+in+Organizational+Research,+Sage,+London+pdf&ots=KaOrmIkzM&sig=uWpFvan9MS6PYRvj9YLmLh7VjPw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Erişim: Mayıs, 2022.
- Cei, L., Defrancesco, E. and Stefani, G. (2018a). *From Geographical Indications to Rural Development: A Review of the Economic Effects of European Union Policy*. *Sustainability*, 10(10):1-21.
- Cei, L., Stefani, G., Defrancesco, E. and Lombardi, G. V. (2018b). *Geographical Indications: A First Assessment of the Impact on Rural Development in Italian NUTS3 Regions*. *Land Use Policy*, 75: 620-630.
- Clarke, V. and Kitzinger, C. (2004). *Lesbian and Gay Parents on Talk Shows: Resistance or Collusion in Heterosexism*. *Qualitative Research in Psychology*, 1: 195-217.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). *Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 28: 193-214.
- Çukur, F. ve Çukur T. (2017). *Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi*. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2):187-194.
- Dagne, T. W. (2010). *Harnessing The Development Potential of Geographical Indications for Traditional Knowledge-based Agricultural Products*. *Journal of Intellectual Property Law and Practice*, 5(6), 441-458.
- Darby K., Batte M. T., Ernst, S. and Roe, B. (2006). *Willingness to Pay for Locally Produced Foods: A Customer Intercept Study of Direct Market and Grocery Store Shoppers*. *American Agricultural Economics Association, Annual Meeting, (July 23-26, California)*, 1-31 ss.

- Dardeniz, A., Şeker, M., Yancar, A., Gökbayrak, Z., Bahar, E ve Kahraman, K. A. (2011). Çanakkale'de Bozcaada Çavuş Üzüm Çeşidi Yetiştiriciliği ve Karşılaşılan Sorunlar: Uluslararası Katılımlı 1. Ali Numan Kırac Tarım Kongresi ve Fuarı, (27-30 Nisan, Eskişehir), 1-15 ss.
- Das K. (2006). *International Protection of India's Geographical Indications with Special Reference to 'Darjeeling' Tea*. *The Journal of World Intellectual Property*, 9(5): 459-495.
- Dokuzlu, S. (2016). *Geographical Indications, Implementation and Traceability: Gemlik Table Olives*. *British Food Journal*, 118(9): 2074-2085.
- Dokuzlu, S., Durmuş, E. ve Meral, S. (2017). *Ortak Pazarlama Ajansları Araştırma ve Fizibilite Raporu*. DOĞAKA, Akdeniz Ofset, Osmaniye.
- Fernández-Ferrín, P., Calvo-Turrientes, A., Bande, B., Artaraz-Miñón, M. and Galán-Ladero, M. M. (2018). *The Valuation and Purchase of Food Products That Combine Local, Regional and Traditional Features: The Influence of Consumer Ethnocentrism*. *Food Quality and Preference*, 64: 138-147.
- Galli, F. and Brunori, G. (2013). *Short Food Supply Chains as Drivers of Sustainable Development Evidence Document*. https://www.researchgate.net/publication/262933441_Short_Food_Supply_Chains_as_drivers_of_sustainable_development_Evidence_Document. Erişim: Kasım, 2021.
- Ganesh, M. and Ajeesh, A. S. (2017). *Disputes Between India and Other Countries in Geographical Indications*. <https://www.slideshare.net/GANESHM59/disputes-between-india-and-other-countries-in-geographical-indication-73050671>. Erişim: Kasım, 2021.
- Gangjee, D. S. (2017). *Proving provenance? Geographical Indications Certification and Its Ambiguities*. *World Development*, 98: 12-24.
- Gracia, A., Pérez, P. L. and Sanjuán, A. I. (2007). *Hedonic Analysis of Farmland Prices: The Case of Aragón*. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 6(1): 96-110.
- Gunion, L.A., Diehl, D. C. and McDonald, D. (2011). *Conducting an In-depth Interview*. *EDIS*, 11(8): 1-3.
- Highet, G. (2003). *Cannabis and smoking research: Interviewing young people in selfselected friendship pairs*. *Health Education Research*, 18(1), 108-118.
- Houssart, J. and Evens, H. (2011). *Conducting task-based interviews with pairs of children: Consensus, conflict, knowledge construction and turn taking*. *International Journal of Research & Method in Education*, 34, 63-79.
- Hülür, H. (1991). *Indigenism: The Possibility of Constructing a Paradigmatic Myth in The Modern Global Times Third World Situation*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Jamshed, S. (2014). *Qualitative Research Method-Interviewing and Observation*. *Journal of Basic Clinical Pharmacy*, 5(4): 87-88.
- Jena, P. R. and Grote, U. (2012). *Impact Evaluation of Traditional Basmati Rice Cultivation in Uttarakhand State of Northern India: What Implications Does It Hold for Geographical Indications?*. *World Development*, 40(9): 1895-1907.
- Kalof, L., Dan, E. and Dietz, T. (2008). *Essentials of Social Research*. Maidenhead: Open University Press, England.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A. ve Küçükçongar, M. (2010). *Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri*. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik ve Araştırmalar Dergisi*, 12(19): 15-23.
- Lobb A.E. and Mazzocchi M. (2007). *Domestically Produced Food: Consumer Perceptions of Origin, Safety and the Issue of Trust*. *Food Economics-Acta Agriculture Scand C*, 4(1): 3-12.
- Marie-Vivien, D. (2008). *From Plan Variety Definition To Geographical Indication Protection: A Search For The Link Between Basmati Rice And India/Pakistan*. *The Journal of World Intellectual Property*, 11(4): 321-344.
- Meral, Y. ve Şahin, A. (2013). *Tüketicilerin Coğrafi İşaretleli Ürün Algısı: Gemlik zeytini Örneği*. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(4): 16-24.
- Moran, W. (1993). *Rural Space as Intellectual Property*. *Political Geography*, 12 (3): 263-277.
- Nar, M. Ş. (2015). *Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi*. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37): 941-954.
- Özdoğan, D. (2018). *Türkiye'de Zeytinyağında Kalite Ve Markalaşmanın İncelenmesi*. Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Guerrero, L. and Hersleth, M. (2009). *Association Between Traditional Food Consumption and Motives For Food Choice in Six European Countries*. *Appetite*, 53(1): 101-108.
- Riessman, C. K. (1993). *Narrative Analysis*. Newbury Park, CA: SAGE Publishings, Inc.
- Roy, T. (2004). *Handmade in India: Traditional Craft Skills in a Changing World*. A Copublication of the World Bank and Oxford University Press, Washington, DC 20433.
- Schröck, R. (2014). *Valuing Country of Origin and Organic Claim: A Hedonic Analysis of Cheese Purchases of German Households*. *British Food Journal*, 116(7): 1070-1091.
- Seggie, F. N. ve Bayyurt, Y. (2015). *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Stigler, G. J. (1964). *Public Regulation of The Securities Markets*. *Journal of Business*, 37(2): 117-142.

- Stokes, D. and Bergin, R. (2006). *Methodology or "methodolatry"?: An evaluation of focus groups and depth interviews. Qualitative market research: An international Journal*, 9(1): 26-37.
- Suh, J. and MacPherson, A. (2007). *The Impact of Geographical Indication on the Revitalisation of a Regional Economy: A Case Study of 'Boseong' Green Tea. Area*, 39(4): 518-527.
- Suresh, V., Kan, M. and Rental, S. 2021. *An Exploratory Study of Socio-Economic Challenges Of Jasmine Flower Cultivators and Traders of South India with Special Reference to Post Geographical indications. J. Glob. Innov. Agric. Sci.*,9(1): 57-65.
- Tekelioğlu, Y. (2016). *Bresse Kümes Hayvanı: Türünde Dünyanın Tek Coğrafi İşareti. Gastro Dergisi*, 81: 118-121.
- Tekelioğlu, Y. (2019). *Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulaması. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15):47-75.
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G. and Marescotti, A. (2007). *Regional Foods and Rural Development: The Role of Product Qualification. Journal of Rural studies*, 23(1): 12-22.
- Vanhonacker F., Lengard, V., Hersleth, M. and Verbeke, W. (2010). *Profiling European Traditional Food Consumers. British Food Journal*, 112(8-9): 871-886.
- Weiss, R. S. (1995). *Learning From Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies. New York: The Free Press.*
- WTO, (2019). *Uruguay Round Agreement: TRIPS Part II—Standards Concerning the Availability, Scope and Use of Intellectual Property Rights. WTO | intellectual property (TRIPS) - agreement text - standards . Erişim: Kasım, 2021.*