

TÜRKİYE’DE COĞRAFI İŞARET KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Suzan KANTARCI SAVAŞ

Arş. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Ekonometri Bölümü

suzan.kantarci@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Coğrafi işaret kavramı, bir malın veya ürünün coğrafi özelliklerine ilişkin bilgi veren işaretleri kapsamaktadır. Bilgi çağında gerçekleşen bilimsel gelişmelerle birlikte, küreselleşen dünyada malların ya da ürünlerin ticari faaliyetlerinin yapısı ve pazarlama yaklaşımları değişim göstermektedir. Bu doğrultuda, uluslararası alanda ticari faaliyetlerde önemli olan coğrafi işaret kavramı, Türkiye’de de önem kazanmaya başlamıştır. Bu çalışmanın amacı, Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) anlaşmasının imzalanmasından itibaren günümüze kadar Türkiye’de coğrafi işaret kavramına yönelik yapılan gelişmeleri incelemek ve günümüze kadar tescil almış ve tescil almayı bekleyen coğrafi işaretlerin yıllara göre dağılımlarını gözlemlemektir. Ek olarak, bu çalışma Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin işlevselliğini arttırabilmesine yönelik olarak sistematik bir yaklaşım sunmaktadır.

Yöntem: Türk Patent ve Marka Kurumu’nun sitesinden temin edilen tescil almış ve tescil almayı bekleyen coğrafi işaret sayılarının yıllara göre dağılımları oluşturulmuştur. Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin işlevselliğini arttırabilmesine yönelik zeytinyağı, vb. ürüne yönelik şematik bir yaklaşım sunulurken, bilgi çağında önemi artan istatistik ve bilgisayar biliminin kullanımına örneklerle dikkat çekilmektedir.

Bulgular: Bu çalışmanın sonucunda, coğrafi işaret kavramı irdelenmiştir. Türkiye’de coğrafi işaret kavramının uygulama sürecinde karşılaşılan sorunlar ortaya konmaktadır ve coğrafi işaretlerin uygulanabilirliğinin artırılmasına yönelik bir metodoloji özetlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yöresel Ürün, Sınai Mülkiyet Kanunu, Coğrafi Karakterizasyon.

OVERVIEW OF THE CONCEPT OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS ON TURKEY

Abstract

Objectives: The concept of geographical indications includes the signs, which give information about geographical features of goods or products. Along with the scientific developments that take place in the information age, the structure of the commercial activities of the goods or products in the globalizing world, and the marketing approaches are changing. In this direction, the concept of geographical indications, which has crucial manner in international business activities, has gained importance in Turkey. The aims of this study are to evaluate the improvements on geographical indications and to observe the yearly distribution of geographical indications registered and waiting to be registered in Turkey from Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) agreement up to our day. In addition, this study is to provide a systematic approach to increase the functionality of the geographical indications registered in Turkey.

Methods: The distribution of the numbers of the geographical indications registered and waiting to be registered provided from the web site of Turkish Patent Authority are handled according to years. While the schematic approach is presented in order to increase the functionality of the geographical indications such registered product as olive oil, etc. in Turkey, the attention is drawn to the usage of statistics and computer science fields whose importance is increasing during the information age.

Results: As a result of this study, the concepts of geographical indications are scrutinised. The problems are encountered during the application process of geographical indications in Turkey, a methodology is summarized to increase the applicability of geographical indications.

Keywords: Geographical indication, local product, industrial property rights, geographical characterization.

Giriş

Coğrafi İşaretler, belirli bir bölgede ya da belirgin bir niteliğe, ya da üne sahip ürünlerin ya da malların özelliklerinin tanımlanmasıyla, söz konusu ürünün ya da malların tüketiciler tarafından tercih edilmesinde önemli rol oynayan kalite işaretleri olarak tanımlanabilir. Coğrafi işaretler, tüketicinin satın almak istediği ilgili ürünün ya da malın, işaret edilen coğrafi bölgede ve ayırt edici özelliklerine uygun bir şekilde üretildiğine ilişkin güven sağlamaktadır. Coğrafi işaretler, tüketicinin bilincinin artmasına katkı sağlarken, üreticinin ürettiği ürünlerinin ya da tüccarın satmış olduğu malın kalitesini arttıracak faaliyetlerde bulunmasını teşvik edici bir rol oynar.

1990'lardan günümüze kadarki süreyi içine alan çağ, bilgi çağı olarak adlandırılmaktadır. Bilgi çağıyla birlikte, bilgiye dayalı bir toplum yapısı ortaya çıkmaktadır. Bilgi çağının içerisinde bulunduğumuz 21.YY.'da teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte, bilginin değer kazanmasıyla, üretim süreçleri ve pazarlama faaliyetleri farklılaşmaktadır. Bilgiye dayalı, yeni ürünler ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni ürünlerin ve hizmetlerin hakları Sınai Mülkiyet Hakları ile korunmaktadır.

Belirli bir ürünün ya da sürecin ticari anlamda piyasada ekonomik değerinin ifade edilebilmesi için marka, firma adı, ya da coğrafi işaret ile ayırt edici özelliğinin ortaya konması gerekmektedir (Gökovalı, 2010). Bir ürün coğrafi işaret almaya hak kazandığı an, ekonomik anlamda değeri artmaktadır. Coğrafi işarete konu olan ürün, üretici açısından düşünüldüğünde üreticilerin haklarının korunmasına ve ürettikleri ürünlerin değerlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Kırsal kalkınmayı destekleyici özelliğe sahip olup göçü önleyici bir faktör olarak görülebilir. Ürünlerin kalitesinin korunmasına olanak sağlayarak tüketiciler için güvenilir bir pazar oluşturmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008; Kan, Gülçubuk, Kan ve Küçükçongar, 2010; Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012).

Türkiye'de coğrafi konumu itibarıyla Asya ve Avrupa kıtasının arasında yer almaktadır. Doğası açısından düşünülürse, üç tarafının denizlerle çevrili olması, farklı iklim kuşaklarına sahip olması, toprak çeşitliği Türkiye'de coğrafi işaretli ürün yelpazesinin ne kadar çeşitli olabileceğine ışık tutmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012). Ayrıca, tarih öncesi çağlardan günümüze Türkiye'nin sınırlarıyla çevrili alanda bir çok medeniyetin izleri görülmektedir. Bu topraklarda hüküm süren medeniyetlerin bıraktıkları kültürel miras nesilden nesile ürünlerin varlığı ile devam etmektedir. Kültürel miras olarak aktarılan ürünlerin de coğrafi işaretler ile korunması gelecek nesillerin kimliklerinin bilincinde olmasına katkı sağlayacaktır. Uluslararası ticarete önemli bir etkisi olan coğrafi işaretlerin Türkiye'de de bilinçli bir tescilleme süreci ile tescillenerek belirli bir üne sahip ürünleri koruma altına almak, tüketicilerin ve üreticilerin kalite bilincinin artırılması, tarımsal kalkınmanın yaygınlaşması, ve küresel bazda ekonomik faaliyetler açısından önem arz etmektedir.

Bilgi çağında olduğumuz günümüzde, gelişmekte olan ülkemiz açısından coğrafi işaretli ürünlerin, ayırt edici özelliklerinin bilimsel çalışmalarla desteklenerek uluslararası pazarda yeni pazarlama stratejileri kullanılarak hak ettiği yeri alması için çalışmalar gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adının tanımı verilmiştir. İkinci bölümünde, uluslararası alanda coğrafi işaretlerin durumu açıklanmaktadır. Üçüncü bölümünde, Türkiye'deki coğrafi işaret kavramının tarihi ve uygulama esaslarına yönelik bilgiler özetlenmiştir. Ayrıca, Türkiye'de coğrafi işaret tescili almış ürünlerin ve tescil başvurusu yapmış ürünlerin yıllara göre dağılımına ilişkin güncel bilgiler yer almaktadır. Dördüncü bölümde, Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaret Koruması ile ilgili bilgiler verilerek Türkiye'de tescil almış aynı zamanda Avrupa Birliği'nin tescil sürecine dahil olan ya da başvuru yapan coğrafi işaretlerin durumu özetlenmektedir. Beşinci bölümde, Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramının Uygulamasında Karşılaşılan Sorunlar irdelenmektedir ve farklı bilim dallarının entegrasyonu ile Türkiye'de coğrafi işaretlerin yapısının sağlıklı çalışmasına ilişkin genel süreç özetlenmiştir. Bilgi çağında teknolojinin gelişmesiyle, verinin önem kazandığı günümüzde, önerilen sürecin istatistik ve bilgisayar bilimleriyle etkileşimine dayalı olduğuna dikkat çekilmektedir. Son bölüm olan, sonuç bölümünde gelişen Türkiye'de bilgi çağının getirileri olan bilimsel gelişmeleri kullanarak Coğrafi İşaretlerin yaygınlaştırılmasının önemi vurgulanmaktadır.

1. Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Tanımı

6769 Sınai Mülkiyet Kanunu'nun, coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları ile ilgili ikinci kitapta coğrafi işaretler menşe ve mahreç işareti olarak isimlendirilirken, coğrafi işaretler kapsamına girmeyen ürünler geleneksel ürün adı ile ifade edilmektedir.

Menşe adı (Protected Designation of Origin), "Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen

ürünleri tanımlayan adlar” olarak açıklanmaktadır (Tanrıkulu, 2011; Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Mahreç adı (Protected Geographical Indication), ise, “Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar” olarak tanımlanmaktadır (Tanrıkulu, 2011; Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Bir ürünün adı, geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlandığı takdirde, eğer geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanıyorsa ya da geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş ise Geleneksel ürün (Traditional Specialities Guaranteed) olarak tescillenebilir (Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının korunmasının temel amacı, konu olan ürünlerin kalite sürecinin korunması ve ürünün üretim sürecin sürdürülebilirliğini sağlamakla birlikte kültürel değerlerin varlığını yaşatmaktır. Aynı zamanda, bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlayarak göçün önlenmesini sağlamaktadır. Ülkelerin kendilerine has özellikteki ürünleriyle uluslararası piyasada var olabilmesini de sağlamaktadır.

2. Uluslararası Alanda Coğrafi İşaret Mevzuatı

Uluslararası alanda, bir malın veya ürünün coğrafi menşesine ilişkin işaretlerin korunması kavramı, ilk kez sınai mülkiyet haklarının korunmasına yönelik olarak 19. yüzyılın sonlarında 20 Mart 1883 tarihinde imzalanan Sınai Mülkiyetin Korunmasına yönelik Paris Sözleşmesi’nde hüküm olarak yer almıştır (World Intellectual Property Organization, 1967). Bu sözleşme, coğrafi işaretlere ilişkin hükümleri içeren ilk uluslararası sözleşme olarak adlandırılmaktadır. Bu sözleşmenin kapsamında yer alan ilgili maddelerde işaret hakkında sahip ürünün farklı bir bölgeden kaynaklandığının ifade etmesi yasaklanarak ürünlerin sahte kullanımlarının önüne geçilmesine yönelik yaptırımlar ortaya konmuştur (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2015). 1891 yılında, Sahte ya da Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesine konusu üzerinde durularak Madrid Anlaşması imzalanmıştır. 1958 yılında imzalanan Lizbon anlaşması kapsamında, menşe adı ilk kez uluslararası bir düzenlemede kullanılmıştır. Lizbon Anlaşmasının uygulayıcısı Dünya Fikri Haklar Örgütü (WIPO)’dür (World Intellectual Property Organization, 1967). Lizbon anlaşması hükümleri gereğince, tescil edilen coğrafi işaretler anlaşma ülkelerinin tamamında koruma altına alınmış olmaktadır. Lizbon anlaşmasında 2017 yılı itibarıyla 28 devlet üye gözükmektedir. 1994 yılında Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) imzalanmıştır. Bu anlaşmada, coğrafi işaretlerinde diğer fikri mülkiyet hakları (patent, marka, vs.) gibi uluslararası düzeyde korunması hedeflenmiştir. Anlaşma hükümleri Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yürütülmektedir (World Trade Organization, 1994).

Dünya’daki coğrafi işaretlerin durumu incelendiğinde konu ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda (RAPOR) coğrafi işaretlerin bir kısmının ülke bazlı coğrafi işaret düzenlemeleri ile korunduğu görülürken, bazı devletlerin marka hukuk sistemi içerisinde koruduğu görülmektedir.

Coğrafi işaretlerin en iyi uygulamaları Fransa başta olmak üzere, İtalya ve İspanya’da yer almaktadır. Bu ülkelerde kendi iç bünyelerinde coğrafi işaret düzenlemeleri yer almaktadır. Ayrıca Avrupa Birliği Komisyonunca coğrafi işaretlerin tescil durumu söz konusu olmaktadır (Commission of the European Communities, 2007). Amerika Birleşik Devlet’lerinde marka hukuku hükümlerine göre koruma gerçekleştirilmektedir.

3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Mevzuatı

Türkiye’de coğrafi işaretlere ilişkin ilk düzenleme ise, sınai mülkiyet sisteminin düzenlenmesi ile birlikte 1995 yılında yürürlüğe girmiş olan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile gerçekleştirilmiştir (Çalışkan ve Koç, 2012). Son yıllarda, uluslararası alanda olduğu gibi Türkiye’de coğrafi işaret konusuna daha çok önem verilmektedir. Bu doğrultuda, 2016 yılında yayımlanan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu yenilenmiş olup coğrafi işaretlere yönelik yeni düzenlemelere gidilmiştir. Türkiye’de coğrafi işaret tescili işlemlerini Türk Patent ve Marka Kurumu gerçekleştirmektedir. Türkiye’de tescil hakkı kazanmış bir coğrafi işaret sadece Türkiye sınırlarında koruma altındadır. Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin diğer ülkelerde koruma altına alınabilmesi için, koruma altına alınması istenen ülkenin yasal düzenlemelerine bağlı olarak tescil başvurusu yapılarak değerlendirilmiş olması gerekmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin başvurularının yıllara göre dağılımı incelendiğinde toplam 841 başvuru söz konusudur (Türk Patent ve Marka Kurumu). Tablo 1.’de görüldüğü üzere, en yüksek başvurunun 182

başvuru ile 2017 yılında gerçekleştiği, 126 başvuru ile 2016 yılındaki başvuru sayısının ikinci sırada yer aldığı Tablo 1.'de görülmektedir. 1998 yılında ise hiç başvurunun alınmadığı görülmektedir (Tablo 1.).

Tablo 1: Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Sayı	Yüzde(%)	Yıllar	Sayı	Yüzde(%)
1996	74	8,8	2007	14	1,7
1997	2	0,2	2008	16	1,9
1998	0	0,0	2009	11	1,3
1999	1	0,1	2010	29	3,4
2000	11	1,3	2011	27	3,2
2001	8	1,0	2012	38	4,5
2002	8	1,0	2013	9	5,0
2003	40	4,8	2014	9	8,1
2004	12	1,4	2015	48	7,4
2005	49	5,8	2016	126	15,0
2006	21	2,5	2017	182	21,6

841 başvurunun 10 adeti yurt dışından alınmış başvurulardır. Ayrıca, 10 adet başvurunun 4 adedi koruma hakkı kazanmıştır. Bu coğrafi işaretler, Prosciutto Di Parma (Parma Ham / Parma Jambonu), Scotch Whisky (İskoç Viskisi), Champagne, ve Hellim/ Halloumi'dir.

Başvuru sonrası, değerlendirilmesi tamamlanıp tescil hakkı kazanmış coğrafi işaretlerin yıllara göre dağılımı da Tablo 2.'de özetlenmiştir. Türkiye’de tescil almış coğrafi işaretli ürünlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde toplam 841 başvurunun 309 adedi tescil hakkı kazanmıştır. 1996 yılında 74 adet başvuru alınmış olup 66 adedi tescil hakkı kazanmıştır. Başvuruların değerlendirme süreleri farklılık arz etmektedir. Bu duruma bağlı olarak tescil başvurularının ilgili yıla ilişkin tescil hakkı kazanma sayıları farklı tablolarla ifade edilmiştir.

Tablo 2: Türkiye’de Tescil Almış Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Sayı	Yüzde(%)	Yıllar	Sayı	Yüzde(%)
1996	66	21,36	2007	19	6,15
1997	1	0,32	2008	31	10,03
1998	0	0,0	2009	24	7,77
1999	2	0,65	2010	51	16,50
2000	3	0,97	2011	5	1,62
2001	10	3,24	2012	2	0,65
2002	12	3,88	2013	7	2,27
2003	12	3,88	2014	5	1,62
2004	14	4,53	2015	8	2,59
2005	1	0,32	2016	19	6,15
2006	4	1,29	2017	13	4,21

4. Avrupa Birliği Komisyonu Coğrafi İşaret Korumasına Genel Bakış ve Türkiye'nin Durumu

Dünya geneline bakıldığı zaman coğrafi işaretlerin en başarılı uygulandığı ülkelerin başında Fransa gelmektedir. İtalya ve İspanya'da coğrafi işaret kavramı başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir. Bu ülkelerin başarılı olmalarının sebepleri incelendiğinde koruma altına alınma sürecinde üretici birliklerinin coğrafi işareti korumasına hak sahibi oldukları görülmektedir. Bu ülkeler Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerdir. Avrupa Birliği'ne üye ülkelerden biri ilgili ürüne coğrafi işaret başvurusunu Avrupa Birliği Komisyonuna yapabilmesi için önce ülkenin kendi resmi kurumu tarafından inceleme sürecine tabi olmuş olması gerekir. Ardından, incelemesi tamamlanan ürün ülkenin resmi kurumu tarafından Avrupa Birliği Komisyonuna iletilir. Avrupa Birliği Komisyonu, başvurunun yapılmasından sonraki 6 ay içerisinde incelemesini yaparak eksiklikler söz konusu ise başvuru sahibine ileterek sürecin kontrolünü yapar. İnceleme sonucunda kabulü gerçekleşen coğrafi işaretler Avrupa Birliği Resmi Gazetesinde yayınlanır.

Yayının yapılmasından itibaren geçen 3 aylık süreçte itiraz süresi tanınır. Olumlu sonuçlanan 3 aylık süreç sonunda başvuruların tescili sağlanır.

Avrupa Birliği'ne üye olmayan ülkeler de Avrupa Birliği Komisyonu'na başvuru yapabilmektedir. Bu kapsamda Avrupa Birliği Komisyonu coğrafi işaret koruma kapsamında, Türkiye'nin de tescili yapılmış 3 adet ve başvurusu sürecinde olan 11 adet coğrafi işareti bulunmaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'nce tescili yapılmış coğrafi işaretleri "Antep Baklavası", "Aydın İnciri" ve "Malatya Kayısı". Avrupa Birliği'nin gıda ve tarım ürünlerine ilişkin tescil edilmiş ya da tescil sürecindeki coğrafi işaretleri DOOR isimli veri tabanına kayıtlıdır (Commission of the European Communities, 2017).

5. Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramının Uygulamasında Karşılaşılan Sorunlar ve Öneriler

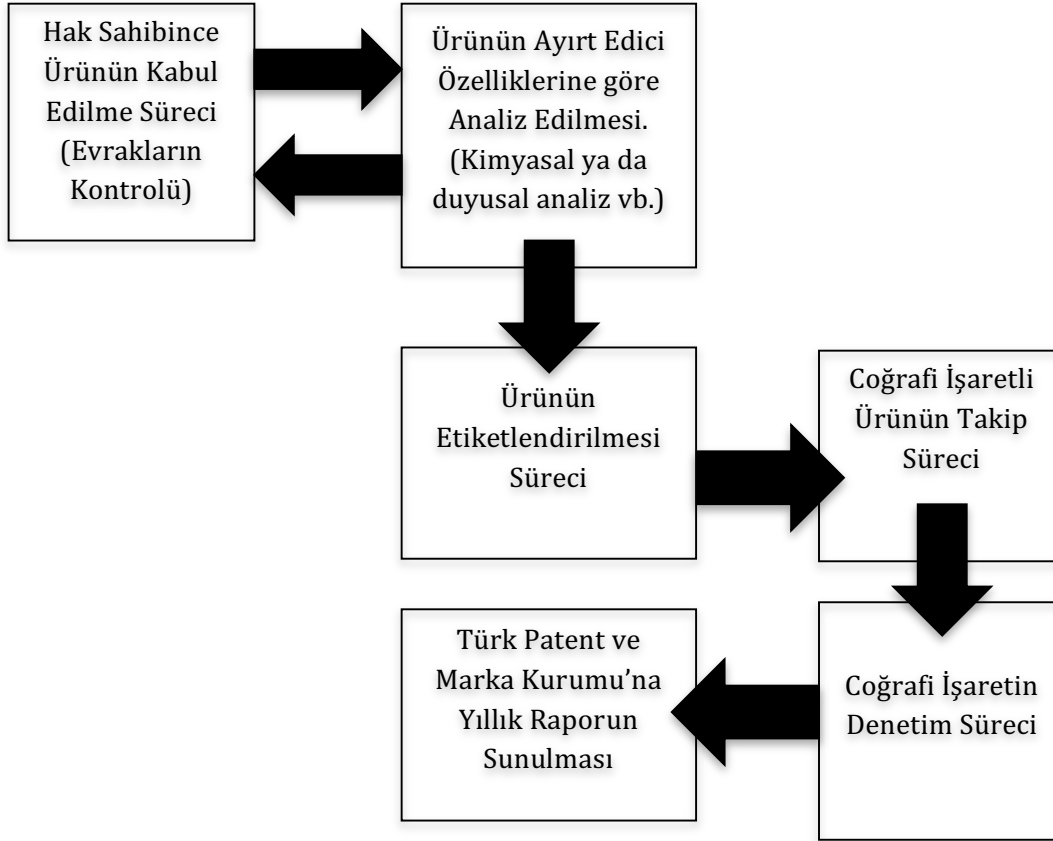
Coğrafi işaret korumasına hak kazanmış bir kurum ya da kuruluş, bir ürünün kabul edilme süreci, ürünün coğrafi işaret ile etiketlenmesi süreci ve denetim süreci olmak üzere üç ana süreç ile karşılaşmaktadır.

Bu sürecin başarı ile yürütülmesinde, tescil çerçevesinde ürün tanımı, ayırt edici özellikleri, denetleme şeklinin detaylı bir şekilde açıklanması önemlidir. Gerekli görüldüğü takdirde, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Üçüncü Kısım Tescil ve Değişiklik Talepleri kapsamında değişiklik yapma hakları söz konusudur.

Türkiye'de coğrafi işaret tescil süreci incelendiğinde, ilgili coğrafi işaret tescil sürecinde yaşanan sorunların başında ilgili ürünün ayırt edici özelliklerinin belirlenmesi gelmektedir. Ayırt edici özelliklerinin ürünün çeşidine göre ilgili uzmanlar tarafından akademik çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir (Rezzi, Axelson, Héberger, Reniero, Marini ve Guillou, 2005; Galtier, Dupuy, Le Dr'eau, Ollivier, Pinatel, Kister ve Artaud, 2007; Gümüskesen ve Yemiscioglu, 2007; Petrakis, Agiomyrgianaki, Christophoridou, Spyros ve Dais, 2008; Nasiboğlu, Kantarci, Kınay ve Vahaplar, 2016). Böylelikle, ilgili ürünün ayırt edici özelliklerinin coğrafi işaret korumasına dahil edilebilmesi için test edilebilmesi sağlanacaktır. Özellikle, tarımsal faaliyetler sonucu elde edilen ürünlerin zeytin, zeytinyağı, şarap vs. gibi ayırt edici özelliklerinin oluşturulmasında kimyasal ve duyu analizi tekniklerinden yardım alınması önerilmektedir (Nasibov ve Kantarci, 2010; International Olive Commission, 1996). Bir ürünün ayırt edici özelliklerinin oluşturulması, ziraat mühendislerinin, gıda ve kimya mühendislerinin, istatistikçilerin, coğrafyacıların, sosyologların ve tarihçilerin kolektif çalışması ile bölgelerin özelliklerine ve ürünlerine yönelik akademik faaliyetlerin artırılmasıyla aşılabılır (Nizam, 2011; Meral ve Şahin, 2013; Nizam-Bilgiç, 2014; Toklu, Ustaahmetoğlu ve Öztürk Küçük, 2016; Nizam-Bilgiç, 2017).

Coğrafi işaret tescil hakkı kazanmış ilgili kurum ya da kuruluşun gelen ürünün kabul edilme süreci ilgili kurum tarafından gerçekleştirilmelidir. Ayrıca ayırt edici özelliklerin tespiti için ayrı bir değerlendirme biriminin olması gereklidir. Değerlendirme birimi tarafından onayı verilen coğrafi işaretli ürünlere ilişkin takip edebilmek adına bir bandrol ya da barkod sistemi tanımlanmalıdır. Denetim sürecinde, ürünün izlenebilirliği açısından kayıt sistemi önem arz etmektedir. Tüm bunları gerçekleştirirken coğrafi işarete ilişkin kayıt sisteminin bilişim ve istatistik bilimi ile desteklenmesi, yıllara göre coğrafi işaretli ürünün durumunun izlenmesi de önemli bir husustur (Harrington, Kister, Artaud ve Dupuy, 2009; Kantarci, 2010; Kantarci, Vahaplar, Kınay, ve Nasibov, 2013). Değişen çevre koşulları ve değişen kalite sistemlerinin coğrafi işaret tescil sürecini nasıl etkilediği de takip edilmesi gereken konulardandır.

Coğrafi işarete konu olan ürünün denetleme sistemi, ürünün yapısına, üretim süreçlerine, coğrafi yapıya ve üretim ilişkileri temeline göre farklılık göstermektedir. Coğrafi İşaret tescil sisteminin kontrol sürecine ilişkin şematik yaklaşım takip eden şekilde özetlenmektedir (Şekil 1):

Şekil 1: Coğrafi İşaret Tescil Sisteminin Kontrol Sürecine İlişkin Şematik Yaklaşım

Şekil 1.'de önerilen şematik yaklaşım zeytinyağı ve benzeri tarımsal faaliyetler sonucu meyvenin suyundan elde edilen ürün çeşidi için önerilmektedir. Birinci aşama, hak sahibince ürünün kabul edilme sürecidir. Bu aşamada, hak sahibince korunacak ürünün kabul edilme süreci önem arz etmektedir. Bu süreçte çiftçi kayıt sisteminden faydalanması (Çiftçi Kayıt Sistemi, 2017), ürünün geldiği bahçenin tespiti, çiftçinin beyanının doğruluğu çok önemlidir. İkinci aşamada ürünün ayırt edici özelliklerinden bahsedilmektedir. Bu ayırt edici özelliklerin tespitine yönelik dünyada bazı standartlar kullanılmaktadır. Kullanılan standartlarca (örn. International Olive Commission, 2017) ilgili ürüne uygulanan kimyasal ve duyuusal analizler ile ilgili bileşenler ve değerleri tespit edilmektedir. Elde edilen verilere istatistiksel analizler (tanımlayıcı istatistikler, profil analizi, hipotez testleri, temel bileşenler analizi, vb.) uygulanarak değerlerin tespiti yapılmaktadır (örn. Gümüskesen ve Yemiscioglu, 2007; International Olive Commission, 2017). Analiz aşamasını geçemeyen ürün coğrafi işaretlenme hakkı kazanamamaktadır. Eğer ürün ilgili ayırt edici özellikleri sağlıyorsa, üçüncü aşamada ürünün etiketlenme süreci başlamaktadır. Bu süreç için takip edilebilir numaraya sahip barkod sistemi, kare kod ('Gemlik Zeytini' Coğrafi İşareti Barkod Sistemi, 2017) ya da bandrol sistemi önerilmektedir. Bu noktada bilgisayar bilimi devreye girmektedir. Coğrafi işaretli ürünün takip süreci, dördüncü aşamayı oluşturmaktadır. İlgili ürüne yönelik olarak tasarlanan veri tabanına birinci aşamada, kayıt numarası ile kaydedilen ürün ve üretici, üçüncü aşamada barkod, kare kod ya da bandrol numaralarının ürüne eşlenmesiyle sisteme kayıt edilmelidir. Böylelikle dördüncü aşamada ürünün takip aşaması için gerekli alt yapı üçüncü aşamada oluşturulur. Beşinci aşamayı oluşturan, coğrafi işaretin denetim süreci, ürünü, hak sahibinin hakkını, üreticiyi ve tüketiciyi korumak için en önemli aşama olarak tanımlanabilir. Bu aşamada, bilgisayar sistemine başından itibaren kayıt olan üreticinin ve ürünün takibinin düzenli olarak yapılması aşaması gelmektedir. Altıncı aşamada da, ürünü tescil ettiren hak sahibi, yıllık denetim raporunu Türk Patent ve Marka Kurumu'na sunmalıdır. Bu şematik yaklaşım, 'Ayvalık Zeytinyağı' coğrafi işaretinin üreticilerce temini ve ürünün denetleme sürecindeki deneysel çalışmalara dayanılarak ve karşılaşılan sorunlara çözüm önerisi niteliğinde hazırlanmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017). Sistemin dinamik bir yapıya sahip olması ve değişen ülke koşullarına ayak uydurabilmesi de önem arz etmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada, literatür taraması yapılmış olup, coğrafi işaretin ve geleneksel ürün adının tanımı, Dünya'da ve Türkiye'de coğrafi işaret mevzuatının durumu incelenmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun sitesinden temin edilen tescil almış ve başvuru yapmış coğrafi işaretlerin sayılarının yıllara göre dağılımları

gözlenmiştir. Ülkemizde tescil edilen coğrafi işaretleme sürecinde karşılaşılan sorunlara dikkat çekilerek işlevselliğini arttırabilmesine yönelik olarak öneriler sunulmuştur. Özellikle, farklı bilim alanlarında konuyla ilgili çalışan akademisyenlerin disiplinler arası faaliyetler göstererek koruma sürecini destekleyici çalışmalar yapabilmesi teşvik edilmelidir. Bilgi çağında önemi artan istatistik ve bilgisayar biliminin kullanımının sürecin takibinde önemli bir yer teşkil ettiği vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın sonucunda, coğrafi işaret kavramının ne olduğu, Türkiye’de coğrafi işaret kavramının uygulamasında karşılaşılan sorunlar ortaya konulmuş olup, coğrafi işaretlerin uygulanabilirliğinin arttırılmasına yönelik olarak bir uygulama süreci özetlenmiştir.

Kaynakça

- Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28), 193-214.
- Çiftçi Kayıt Sistemi (2017). [<https://www.turkiye.gov.tr/ciftci-bilgileri-sorgulama>] Erişim: 21/12/2017.
- Galtier, O, Dupuy, N, Le Dr’eu, Y, Ollivier, D., Pinatel, C., Kister, J., Artaud, J. (2007). Geographic Origins and Compositions of Virgin Olive Oils Determined by Chemometric Analysis of NIR Spectra. *Analytica Chimica Acta*, 595, 136-144.
- Gemlik Zeytini Coğrafi İşareti Barkod Sistemi (2017). [<http://www.gemliktb.org.tr/cografis-isaret/>] Erişim Tarihi: 21/12/2017.
- Gökovalı, U. (2010). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 141-160.
- Gumuşkesen, S., Yemiscioglu, F. (2007). Proje İsmi: Türkiye'deki Zeytin Çeşitlerinin ve Zeytinyağlarının Bölgesel Olarak Karakterizasyonu. Proje Numarası: 2005/BİL/020. [<http://food.ege.edu.tr/d-83/akademikyapi.html>]. Erişim Tarihi: 13/12/2017.
- Harrington, P. B., Kister, J., Artaud, J., Dupuy, N. (2009). Automated Principal Component-Based Orthogonal Signal Correction Applied to Fused Near Infrared-Mid Infrared Spectra of French Olive Oils. *Analytical Chemistry*, 81 (17) 7160-7169.
- International Olive Council (1996). Method for The Organoleptic Assessment of Extra Virgin Olive Oil Applying to use a Designation of Origin. [<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/224-testing-methods>] Erişim: 13/12/2017.
- International Olive Council (2017). [<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/224-testing-methods>] Erişim: 21/12/2017.
- Kan, M., Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A., Küçükçongar, M., (2010). Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19), 15-23.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 93-101.
- Kantarci, S. (2010). Multi Expert Decision Making by Using 2 Tuple Fuzzy Linguistic Representation and Its Application to Olive Oil Sensory Evaluation. Master thesis, Dokuz Eylül University, İzmir.
- Kantarci, S., Vahaplar, A., Kınay, A. O., Nasibov, E. (2013). A Software (Olivedesoft) System for Geographic Characterization of Turkish Virgin Olive Oil via Fuzzy Decision Tree. In *3rd International Fuzzy Systems Symposium*, 198-202.
- Meral, Y., Şahin, A. (2013) Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 16 (4), 16-24.
- Nasiboğlu, E., Kantarci, S., Kınay, A.Ö., Vahaplar, A. (2013). Geographic Classification of Turkish Natural Olive Oil via CART Decision Tree Algorithm Achieved from Chemical Data. *XIV. Ekonometri, İstatistik ve Yöneyim Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, 210.
- Nasibov, E., Kantarci, S. (2010). Çok Tanecikli Bulanık Sözel Bilgiye Dayalı Karar Verme Modeli ve Zeytinyağının Duyusal Analizine Uygulanması. *11. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*.

- Nasibov, E., Kantarcı Savaş S., Vahaplar, A., Kınay, A.Ö. (2016). Geographic Classification of Virgin Olive Oil with using T-operators in Fuzzy Decision Tree Approach. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 155, 86-96.
- Nizam, D. (2011). Coğrafi İşaretler ve Küresel Piyasalarda Yerelleşen Tarım Ürünleri: Ege Pamuğu Logosu Üzerine Bir Saha Çalışması. *Praksis*, 25, 87-116.
- Nizam-Bilgiç, D. (2014). *Geographical Indications in Commodity Chain Analysis: Policy and Resource Rents*. PhD Thesis, University of Sydney.
- Nizam-Bilgiç, D. (2017). Place-Based Labels in Agricultural Value Chains. *Comparative Sociology*, 16, 422-445.
- Petrakis, P. V., Agiomyrgianaki, A., Christophoridou, S., Spyros, A., Dais, P. (2008). Geographical Characterization of Greek Virgin Olive Oils (Cv. Koroneiki) Using "H" And "P NMR" Fingerprinting with Canonical Discriminant Analysis and Classification Binary Trees. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 56, 3200-3207.
- Rezzi, S., Axelson, D.E., Héberger, K. Reniero, F., Marini, C., Guillou, C. (2005). Classification of Olive Oils Using High Throughput Flow HNMR Fingerprinting with Principal Component Analysis, Linear Discriminant Analysis And Probabilistic Neural Networks, Application of Chemometrics to Food Chemistry, 13-24.
- Sınai Mülkiyet Kanunu (2016). *Resmî Gazete*, 6769. 10 Ocak 2017.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2015). Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı. [<https://www.sanayi.gov.tr/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=10d3f687-62ad-4d27-96944e736ea1b76d>] Erişim: 13/12/2017.
- Tanrıkulu, M. (2011). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E., Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı Ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23 (1), 145-161.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). Veri. [<http://www.turkpatent.gov.tr/>] Erişim: 13/12/2017.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). “Coğrafi İşaretler Bilgilendirme” [<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/commonContent/CAbout>] Erişim: 13/12/2017.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). Tescilli Coğrafi İşaretler. [<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>] Erişim: 21/12/2017.
- World Intellectual Property (1967). Summary of the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration. [<http://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>] Erişim: 13/12/2017.
- World Intellectual Property Organization (1967). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. [<http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/>] Erişim: 13/12/2017.
- World Trade Organization (1994). Uruguay Round Agreement: TRIPS Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. [http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=305907] Erişim: 13/12/2017.