

Derleme Makale

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kooperatifçilik Sistemi İçerisinde Değerlendirilmesi

Evaluation of Geographic Indication Products in the Cooperative System

İrfan YAZICIOĞLU Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-8575-0817	Gizem Sultan SARIKAYA Arş. Gör. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi gssarikaya@ogu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-4725-7981	Ersan EROL Öğr. Gör. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi ersane@ogu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-2774-2576
--	---	--

Makale Gönderme Tarihi 10.09.2019	Revizyon Tarihi 04.11.2019	Kabul Tarihi 21.11.2019
---	--------------------------------------	-----------------------------------

Öz

Kooperatifçilik, uzun tarihi geçmişi içerisinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde lokomotif olarak itici bir güç olmuştur. Ülkelerin ekonomik kalkınmasında, yardımlaşma ve dayanışmaya dayalı bir sistem olan kooperatifçilik, çeşitli sahalarda organize edilen bir yapıdadır. Bu sahalardan biri de gıda sektörüdür. Ülkelerin kültürlerini, kimliklerini yansıtan, iç turizm ve dış turizm hareketinde etkili bir faktör olan coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirilmesi durumunda hem yetiştiriciliğini yapan halk, hem de satın alacak olan tüketiciler ekonomik avantajlar elde edebileceklerdir. Yapılan literatür taraması sonucunda coğrafi işaretli ürünlerin birincil problemini denetimin oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın amacı coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirilmesinde denetim problemine ilişkin bir model ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda coğrafi işaretlerin denetimi hususunda kooperatifçilik sisteminin oluşturmuş olduğu ikili iç ve dış denetim sisteminden faydalanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Kooperatifçilik, coğrafi işaretler, denetim, coğrafi işaretlerin denetimi

Abstract

Cooperatives have been a driving force as a locomotive that has developed and developed with a long history. Cooperatives, a system based on solidarity and solidarity in the economic development of countries, is organized in various fields. One of these areas is the food sector. If the geographically indication products, which reflect the cultures and identities of the countries and which are an effective factor in the domestic tourism and foreign tourism movement, are evaluated within the cooperative system, both the people who produce them and the consumers who will buy them will have economic advantages. As a result of the literature review, it was determined that the primary problem of geographically indication products is inspection. The aim of this study is to present a model related to the audit problem in the evaluation of geographically indication products within the cooperative system. In this direction for the inspection of geographical indications internal and external audit system formed by the cooperative system can be utilized.

Keywords: Cooperatives, geographical indication, control, control of geographical indication

GİRİŞ

Coğrafi işaretlerin kullanımı, bir bölgedeki tarihe, geleneğe ve folklore dayalı olarak ürünlerin niteliği açısından değerlendirilmektedir (Agarwal ve Barone, 2005, s. 1; Duman, 2018, s. 12; Orhan, 2010, s. 246). Türkiye’de coğrafi işaretler tarım ürünleri, doğal ürünler, madenler, el

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Yazıcıoğlu, İ., Sarıkaya, G.S., Erol, E. 2019, Türkiye’de Kamu Yönetimi Açısından Hukuk Devleti Algısının Ölçümü, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(4), 1775-1787

sanatları ürünleri ve sınai ürünleri kapsarken (T. C. Resmi Gazete, 1995; Çukur ve Çukur, 2017, s.189), Avrupa Birliği'nde coğrafi işaretler; menşe, mahreç ve geleneksel özellikli ürün ayırımına tabi tutulmaktadır ve tarımsal ürünler ile gıdaları kapsamaktadır (Arıkan ve Taşcıoğlu, 2016, s. 579). Coğrafi işaretli ürünlerin tescillenmesinden sorumlu Türkiye Patent ve Marka Kurumu (2019) tarafından verilen bilgiler doğrultusunda Türkiye'de tescillenen 144 tane menşe işareti, 264 tane mahreç işareti bulunmaktadır. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2019 yılı verilerine göre yemekler ve çorbalar kategorisinde tescilli, 91; yiyecekler için çeşni, /lezzet vericiler, soslar ve tuzlar, 2; çikolata şekerleme ve türevi ürünler; 6, dondurmalar ve yenilebilir buzlar grubunda, 3; fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar, 59; işlenmiş-işlenmemiş et ürünleri, 3; işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar, 12; peynirler, 7; tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar, 2 adet olmak üzere toplamda 180 tane mahreç işaretli ürün bulunmaktadır. Geriye kalan coğrafi işaretli ürünler ise farklı kategorilere aittir.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu (2018) tarafından verilen veriler doğrultusunda coğrafi işaretli ürünler olan Darjeeling çayı, Kona kahvesi, Manchego peyniri, Taliouine safran ve Tête de Moine peyniri üzerinden yapılan değerlendirmelerde, bu ürünlerin ihraç değerinde, varış yerlerine olan artışta ve pazar erişiminde artış gözlemlendiği belirtilmiştir. Örneğin, Darjeeling çayının varış yerlerinin sayısı 2004 yılında 35 ülke iken 2015 yılında 45 ülkeye ulaşmıştır, Manchego peyniri üzerindeki etkileri ise coğrafi işaretli ürünlerin temel olarak ihracat pazar payındaki artışla açıklanmaktadır. Başarı gerekçeleri ise değer yaratma, farklılaşma, coğrafi işaretli ürünlerin üretiminden denetimine oluşturulan organizasyon yapısı, etkin pazarlama stratejileri olarak gösterilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik etkilerinin yanında yerel kültürel miras aracılığıyla gelen turist sayısını arttırdığını (Suh ve MacPherson, 2007; Gangjee; 2015; Coombe, Ives, ve Huizenga, 2014) gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. İtalya'da coğrafi işaretli ürünlerin pazarlanmasında konsorsiyumlar %76, dernekler %14 ve kooperatifler % 6'lık bir paya sahiptir (Tekelioğlu, 2013) ve tarımsal gıda sektörünün % 50'si kooperatifler tarafından yönetilmektedir, bununla birlikte 34.000 hizmet kooperatifi bulunmaktadır (Cooperatives Europe, 2019). Fransa'da ise sadece Jura Dağları Bölgesi'nde 250 adet süt ve süt ürünleri kooperatifi bulunmaktadır (Ricard, 2015, s. 1). Kooperatif birlikleri, kooperatif değerlerini yayarak bu değerler doğrultusunda ağ ve hizmetleri bir araya getirmeyi amaçlamaktadır (Castellini ve Maran, 2012, s. 9). Kooperatifçilik sistemi içerisinde ülkelerin kültürlerini, kimliklerini yansıtan, iç turizm ve dış turizm hareketinde etkili bir faktör olan coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi farklı ağlar aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu ağlar zincir veya küçük ölçekli marketlerden oluşabileceği gibi gıda kooperatiflerini de içermektedir. Gıda kooperatifleri tüketiciler için yerel ürünleri içermelerinin yanında yerel kaynak kullanımına vurgu yapmaktadır (Katchova and Timothy, 2013, s. 6).

Türk Patent Enstitüsü (2019) 'nün coğrafi işaretlerin denetimi hususunda hazırlamış olduğu rapor gereğince tescile konu olan ürünün denetimi coğrafi sınır, hammadde, üretim metodu ve diğer bilgiler çerçevesinde yapılmaktadır. Denetimin çeşidi, hangi noktalarda gerçekleştirileceği, ürünün orijinallliği ve üretim aşamalarında gerçekleştirilecek olan kontroller konusunda denetim eksiklikleri ortaya çıkabilmektedir (Tanrıku, 2007, s. 176). Coğrafi işaretli ürünlerin denetimine ilişkin literatür incelendiğinde Türkiye'de Kaya ve Şahin 2017 ve 2018 yılında iki aşamalı olarak gerçekleştirdikleri çalışmada coğrafi işaretli ürünlerin denetiminin yeterince yapılmadığı sonucunu ortaya konulmuştur, bununla birlikte 2019 yılında Tokat'ta yapılan Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yaygınlaştırılması ve Pazarlanmasına İlişkin yapılan çalıştay sonucunda coğrafi işaretli ürünlerin denetlenmesi ile ilgili kurumsal koordinasyonun olmaması ve denetim süreçlerini ortaya koyan bir sistemin geliştirilememiş olması ana problemler olarak tespit edilmiştir (Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2019, s. 13). Bu çalışmanın amacı coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirilmesinde denetim problemine ilişkin bir model ortaya konulmasıdır.

Kavramsal Çerçeve

Kooperatif Fransızca'dan türetilmiş bir kelime olup, dağınık ve düzensiz imkanların birleştirilmesi (Can, Engindeniz ve Can, 2017, s. 123), birlikte iş görmek, işbirliği, yardımlaşma (Güreşçi ve Gönç, 2017, s. 221 Geray, 1992, s. 427; Everest ve Yercan, 2016, s. 67; Alkan, 2016,

s. 114; Mülâyim, 2013, s. 67) anlamlarında kullanılmakla birlikte Türk Dil Kurumu (2019) tarafından iki farklı anlam ile açıklanmıştır. Birinci anlamında “*ortakların gereksinmelerini uygun şartlarda gelir elde etmelerini sağlamak amacıyla kurulan birlik*”, ikinci anlamında ise “*üreticilerin, ürünlerini daha iyi şartlarda pazarlamak amacıyla araçları ortadan çıkararak kurdukları ortaklık*” olarak tanımlanmaktadır. 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’nun birinci maddesi gereği kooperatif; “*Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek veya geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklar*” olarak tanımlanmaktadır. Kooperatifçilik diğer yardım şekillerinden ayrılmaktadır. Bunun ilk olarak sebebi işbirliğinin iki aktörden fazla kişi arasında gerçekleşmesidir. İkinci sebebi ise bireyler kolektif çabalarıyla ait oldukları gruplara, topluluklara yardımcı olabilir veya bir bütün olarak topluma yardım edebilir. Kooperatifçiliğin karakteristik özelliği, yardım sunan ve yardım alan kişiler arasında ortak bir karşılıklı bağımlılığın söz konusu olmasıdır (Van Vugt, M., vd., 2012, s. 5).

Kooperatif hareketinin temelini, köylülerin girdi ve nakit para ihtiyacı ile ürünlerin pazarlanarak satılması oluşturmaktadır (Başaran ve Irmak, 2018, s. 117). İlk kayda geçen kooperatif, 1750 yılında, Fransa-Comte topluluğundaki yerel peynir üreticilerinin kurdukları peynir kooperatifidir. Bu tarih sonrasındaki on yıl içinde Fransa, İngiltere, ABD ve Yunanistan’da kooperatifler kurulmuştur. (Dogarawa, 2005, s. 3). 1794 yılında Viyana’da saat birlikleri, 1806 yılında İtalya’nın Osoppo kentinde dünyanın ve İtalya’nın ilk süt kooperatifi kurulmuştur, 1821 yılında The Economist dergisinde ilk defa kooperatifçilik fikri ile ilgili yayım yapılmıştır (Shaffer, 1999, s. 1). 1844 yılında Rochdale Society öncülüğünde, sosyal gelişim hedefiyle yirmi sekiz işsiz topluluk üyesi, sınırlı kaynaklarını bir araya getirme ve grubun iyiliği için işbirliği girişiminde bulunma amacıyla ilk modern kooperatif olarak kayda geçmiştir. Kooperatifler aracılığı ile Rochdale topluluk üyeleri, insanların başka türlü erişemeyecekleri mal ve hizmetleri bir araya getirmişlerdir ve dış etkenlere karşı özerklik yaratarak başarılı bir ortam sağlamışlardır (Gibson, Kobluk ve Gould, 2005, s. 2). Türkiye’de ise kooperatifçilik Mithat Paşa’nın öncülüğü ile 1861 yılında başlamıştır. Bugünkü anlama en yakın olarak kurulan kooperatif ise 1924 yılında “Aydın İncir Müstahsilleri Kredi ve Satış Kooperatifi” dir (Öksüz, 1982, s. 331). Milletlerarası Kooperatif Birliği kooperatifçiliğin mutlak ilkelerini birinci ve ikinci derece ilkeler olarak gruplandırmıştır. Birincil ilkeler, demokratik yönetim, serbest giriş, sermayeye sınırlı faiz verilmesi, ekonomik katılım, özerklik ve bağımsızlık (Ceylan, 2018, s. 60-61), ikinci derecedeki ilkeler ise dinsel ve siyasal tarafsızlık, peşin satış, kooperatif eğitiminin geliştirilmesi olarak belirlenmiştir (Eken, 2010, s. 16).

Temel kooperatif tipleri, faaliyet türü, üyeler, faaliyetin coğrafi yayılımı ya da üyelere sağlanan yardımın niteliği (Oana, 2015, s. 29), meslekler, yerleşim yerleri, yapılan işin cinsi, tek veya çok amaçlı olup olmamasına (Örki, 2016, s. 16) göre farklılaşmaktadır. Kooperatifler; üyelere hizmet sunan kooperatifler (tüketici kooperatifleri, konut kooperatifleri, üretici kooperatifleri ve pazarlama kooperatifleri), tarım veya çiftçi kooperatifleri, konut kooperatifleri, kamu hizmeti sağlama kooperatifleri, işçi kooperatifleri gibi farklı gruplar altında sınıflandırılmaktadır (Tchami, 2007, s. 30). Tüketici kooperatifleri; üyelerine mal ve hizmet sunma amacını taşımaktadır (Wanyama, 2015, s. 6). Üretim kooperatifleri; sınai ve tarımsal ürün üreticilerinin bir araya gelerek, el emeği veya makine kullanarak oluşturdıkları, ortak üretim, sürüm veya satış için kurulan kooperatif türleridir (Nebiler, 2010, s. 45). Tarımsal amaçlı kooperatifler; ortaklarının bitkisel, hayvansal ve ormancılık konularındaki çıkarlarını geliştirerek ekonomik ve sosyal yönden gelişimini sağlamak amacıyla kurulup faaliyet gösteren kooperatif türüdür (Köksal, 2006, s. 25).

2014 yılında 145 ülkeden gelen verilerle yapılan Küresel Kooperaatif Sayımı’nda 2.6 milyon kooperatifin 1 milyardan fazla üyeye sahip olduğu, 12.6 milyon çalışanın, 770.000 kooperatif satış ofisinde çalıştığı ortaya konulmuştur. Ancak, kooperatifler genellikle yerel olarak sahip olunan ve işletilen işletmelerdir. Ulusal düzeyde, kooperatif ekonomisi, dünyadaki 4 ülkede Yeni Zelanda (% 20), Hollanda (% 18), Fransa (% 18) ve Finlandiya’da (% 14) Gayri Safi Yurtiçi

Hasıla'nın % 10'unu oluşturmaktadır. Bu sayımda en yaygın kooperatif türünün tarım kooperatifleri olduğu belirtilmiştir. Bunun sebebi, Hindistan ve Çin'de çok sayıda bulunan kooperatiflerdir. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı 2017 yılına kadar olan verileri incelendiğinde Türkiye'de illere göre en fazla faal kooperatifin bulunduğu iller sırasıyla; İzmir-395, İstanbul-376, Muğla-352, Aydın-326, Antalya-312 ve Ankara-306 olarak açıklanmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2019).

Kooperatif şirketleri, piyasa ekonomisinin mekanizmalarına ve kültürüne entegre olmuş işletmelerdir ve ulusal olarak daha büyük (ve genellikle büyüyen) bir orana karşılık geldikleri dünyanın en gelişmiş piyasa ekonomilerinde yer almaktadır. Bu ekonomik bağlamda, kooperatifler çoğu kez piyasa başarısızlıklarının etkilerini önlemeye yardımcı olurlar (Bernardi, 2007, s. 11; Kılıçarslan, 2013, s. 37). Kooperatiflerin potansiyel olarak ekonomik açıdan daha verimli olabileceğine ve rekabetçi piyasa ekonomilerinin önemli dinamik bileşenlerini temsil edebileceğine inanıldığından (Altman, 2010, s. 563), kooperatifler gelişmiş ülkelerde ekonomik ve sosyal kalkınmanın aracı olarak kullanılmaktadır (Küçük Kaplan, 2003, s. 28). Kooperatifler, kalkınmayı teşvik ederek kriz zamanlarında ülkelere yardım etmektedir. Bununla birlikte sosyal entegrasyon için fırsatlar sunmaktadır (Saner, Yiu ve Filorodo, 2012, s. 4) ve piyasa ekonomisinde, kooperatifler üretim maliyetlerini ve işlem (bilgi) maliyetlerini düşürebilmektedir (Szabo, 2006, s. 6).

Kooperatifçilik sistemi içerisinde ülkelerin kültürlerini, kimliklerini yansıtan, sürdürülebilirliğe vurgu yapan, iç turizm ve dış turizm hareketinde etkili bir faktör olan coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi farklı ağlar aracılığıyla sağlanarak iktisadi katkılarından yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde faydalanılabilecektir (Katchova and Timothy, 2013, s. 6). Coğrafi işaretlerin ekonomik değeri büyük ölçüde farklılaşma ve niş pazarlama ekonomisine dayanmaktadır. Bu “sosyal olarak inşa edilmiş farklılaşma” küçük üreticilerin bir markanıninkine benzer bir rekabet avantajı oluşturmalarına izin vermektedir (Bramley, Biénabe ve Kirsten, 2009, s. 116), yerel ürünler çeşitli stratejiler ile değerlendirilerek, gıdalarda kalitenin artırılması, niş ürünlerin pazarlanarak ekonomik kalkınmada süreklilik sağlanması coğrafi işaret kavramıyla teşvik edilmeye çalışılmaktadır (Kan vd., 2010, s. 15).

Coğrafi İşaretler

Coğrafi işaretler, menşei belirli bir ülke veya bölgede olan (Čačić, vd., 2011, s. 67), kaliteli, itibara sahip, ürünün itibarının coğrafi köklerinin karakteristiğine atfedildiği (Chandola, 2006, s. 168), Sınai Mülkiyet Hakları arasında yer alan yasal işaretlerdir (Suh ve MacPherson, 2007, s. 518; Başkaya, 2017, s. 12). Coğrafi işaretler; menşe ve mahreç işareti olmak üzere iki kategoride değerlendirilmektedir. Menşe adı; coğrafi işaret korumasına konu olan ürünün üretimi ve işlenmesi işlemlerinin tamamının sınırları belirlenmiş coğrafi sahada olması gerektiğini ifade etmektedir (Yanar ve Tağı, 2014, s. 29; Tuncay, 2009, s. 1). Ürünün üretiminden işlenmesine kadar en az bir işleminin sınırları belirlenmiş coğrafi alanda yapılması ise mahreç işareti olarak tanımlanmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012, s. 196). Bu iki terim arasındaki temel fark üretim yeri ile ilgilidir. Menşe işaretli ürünler üretildikleri bölgenin dışında üretilmemektedir (Durlu-Özkaya ve Can, 2013, s. 17). Bir işaretin coğrafi işaret olarak nitelendirilebilmesi için o işaretin bir ürünü belirtmesi, sınırları belirlenmiş bir coğrafyadan kaynaklanan ürünleri ifade etmesi, belirli bir karakteristik taşıması ve ürünün karakteristik özelliği ile coğrafi kökeni arasında ilişki olması gerekmektedir (Acar, 2018, s. 166; Kan ve Gülbuçuk, s. 59-60). Coğrafi işaret kapsamına alınacak ürün için ilk olarak tanıtıcı bir ad bulunmalı, ürün bütün özellikleriyle tanımlanmalı, özelliği alınan coğrafi sahanın sınırları net bir şekilde belirtilmeli, menşesine olan bağlılığı ve bu bağlılığın yönleri detaylandırılmalı, ürünün elde edilmesinde kullanılacak yöntem belirlenmeli ve son olarak marka halini alacak ürünün logosu belirlenmelidir (Şahin, 2013, s. 26-27).

Uluslararası alanda coğrafi işaretleri koruma biçimleri özel yasalarla sağlanabildiği gibi haksız rekabet yasaları, tüketiciyi koruma yasaları ve markalarla ilgili yasalarla da sağlanabilmektedir. Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına Yönelik 1883 Paris Sözleşmesi (Marie-Vivien, 2008, s. 321), Malların Kaynağı ile İlgili Sahte veya Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Önlenmesi Hakkında 1891 Madrid Sözleşmesi, Menşe Adlarının Korunması ve Uluslararası Tesciline İlişkin 1958

Lizbon Sözleşmesi ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) çerçevesinde gerçekleştirilen 1995 Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması içerisinde coğrafi işaretler ile ilgili hükümler bulunmaktadır (Doğan, 2015, s. 61). Türkiye’de ise coğrafi işaretler, 1995 tarihinde yürürlüğe giren 555 Sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile koruma altına alınmıştır (Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK, 2016).

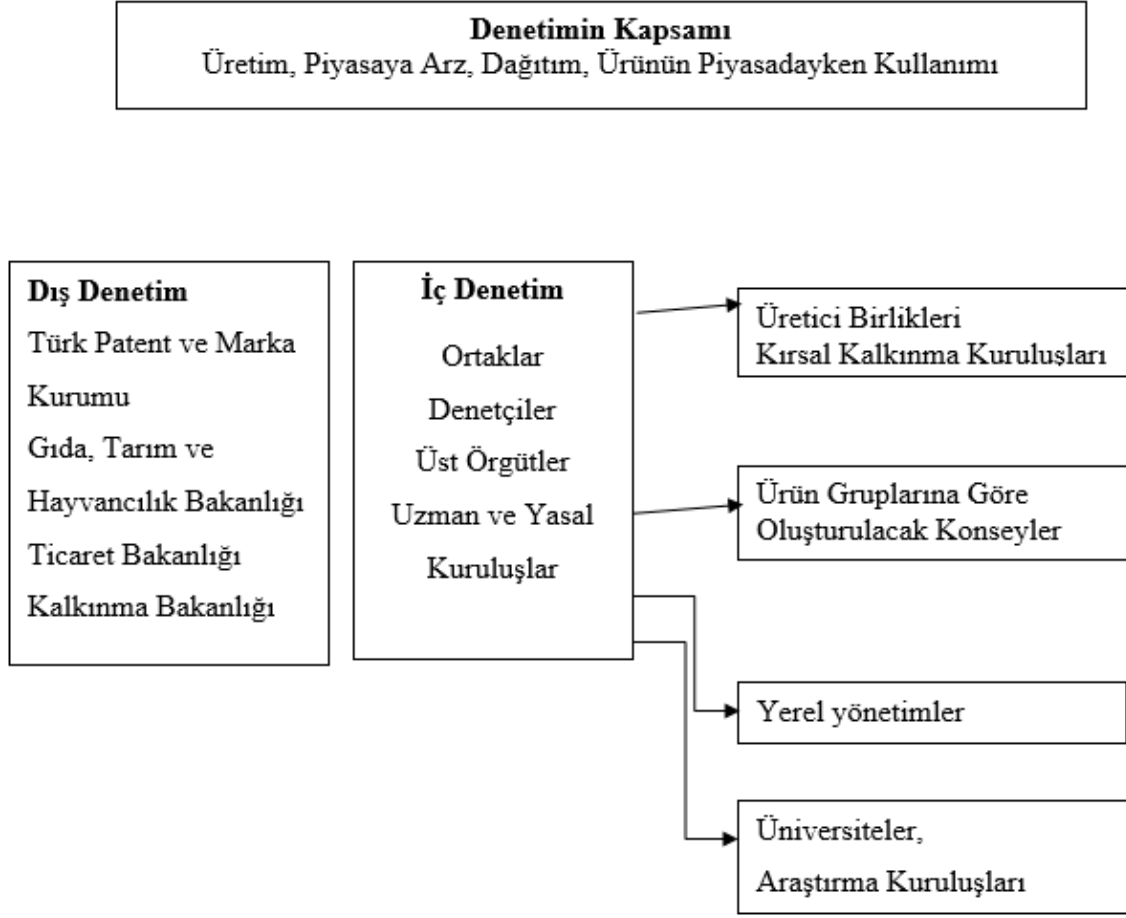
Coğrafi işaret tescilinde temel amaç genel nitelikleri itibariyle belirli bir üne kavuşmuş olan ürünlerin korunmasıdır. Bununla birlikte üretimi yapan üreticilerin tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanabilmesi, coğrafi işarete konu olan ürünün kalite standartlarının sağlanması, halkın yanıltılmasına engel olunması ikincil amaçları oluşturmaktadır (Mercan ve Üzülmüş, 2014, s. 69). Coğrafi işaretli ürünler ve bu ürünlerin korunması iki farklı yaklaşım kullanılarak analiz edilmektedir. Bu yaklaşımlardan ilki standart mikro ekonomik modelleri kullanır ve temel olarak coğrafi işaretli ürünlerin sağlayacağı refah sonuçları ile ilgilenmektedir. İkinci yaklaşım, kurumsal kalite analizini ve yerel endojen gelişim teorilerini kullanmaktadır (Belletti, Marescotti and Touzard, 2017, s. 46).

Coğrafi işaretlerin korunması, çok kapsamlı altyapı ve büyük finansman gerektiren Ar-ge harcamalarına ihtiyaç duyulmaması, patent ile kıyaslandığında daha az maliyetli olması, yeni bir ürün üretmeye gerek kalmadan mevcut ürünler için de uygulanabilmesi ülkelere özellikle karşılaştırmalı üstünlükler sağlamaktadır (Meral ve Şahin, 2013, s. 17). Yüksek kaliteli coğrafi işaretli ürünler, bölgelerin kültürel değerleri ile birleşerek tüketiciler üzerinde marka değerine ve bilinirliğini etkilemektedir (Pektaş vd., 2018, s. 79). Kültürel değerlerin korunarak diğer nesillere aktarımı sağlanmaktadır, çevre ve biyolojik çeşitlilik korunabilmektedir (Oraman, 2015, s. 76). Yerli ürünlerin kimliği korunmaktadır (Suh, J ve MacPherson, 2009, s. 519).

Coğrafi işaretli ürünlerin amaçlarına hizmet edebilmesi için ulusal ve uluslararası alanda uygulanan kontrol ve denetim mekanizmaları farklılık göstermektedir. Avrupa Birliği’nde denetim ISO/IEC Guide 65 ve ISO / IEC 17065, akreditasyon için geçerli olan standart ile sağlanmaktadır. Uluslararası alanda coğrafi işaretlerin denetim mekanizmaları incelendiğinde, Fransa’da üreticiler tarafından sağlanan otokontroller, koruma ve yönetim komitelerince gerçekleştirilen iç denetimler ve Fransa Ulusal Menşe Adlandırılmaları ve Kalite Enstitüsü (INOA) ile anlaşmalı sertifikasyon ve denetim kuruluşlarınca sağlanmaktadır. Bu kuruluşların akreditasyonu ise uluslararası standartlarda akredite olmuş Fransa Akreditasyon Komitesi tarafından gerçekleştirilir (İloğlu, 2014, s. 61).

Coğrafi İşaretlerin Korunmasına İlişkin Kanun Hükmünde Kararname’de coğrafi işaretli ürünlerin kullanımının denetimi; *“coğrafi işareti tescil ettiren, söz konusu ürünün üretimi, işlenmesi veya diğer işlemleri ile uğraşan kişilerden oluşan ve yasal kuruluş biçimine bakılmaksızın herhangi bir dernek, birlik veya benzeri örgüt, coğrafi işarete konu olan ürünün üretimi, pazarlanması, tescilli menşe adı veya mahreç işaretinin kullanım biçimi, markalanması, ürün üzerinde belirtilmesi, işaretleme veya etiketleme şekillerini ayrıntılı olarak denetlemek üzere yeterli personel, ekipman ve diğer olanaklara sahip olacak ve sözkonusu ürünün üretim durumlarını sürekli kontrol edecektir. Denetim işlemi için konu ile ilgili uzman ve tarafsız kurum veya kuruluşlarla işbirliği yapılabilir”* olarak açıklanarak ilgili yasa hükmünden de anlaşılacağı gibi denetim tescili yapan kuruluşa bırakılmaktadır. İlgili çalışmalar (Tanrıkulu, 2007; Kaya ve Şahin, 2019; Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2019, Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yaygınlaştırılması ve Pazarlanmasına İlişkin yapılan Çalıştay Raporu, 2019) incelendiğinde ortaya konulan coğrafi işaretlerin denetiminde meydana gelen bu aksaklıklar aşağıdaki modelde de belirtildiği üzere kooperatifçilik sisteminde oluşturulan iç ve dış denetim sisteminin coğrafi işaretli ürünlere uygulanması ile giderilebilir.

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Denetimi



Kaynak: Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı, 2015; İloğlu, 2014; Avrupa Birliği Fikri Mülkiyetler Ofisi, 2017; Karaorman, 2013.

Türk Hukuk Sistemi'nde kooperatiflerin denetimi kamu menfaati ve özel yani ortakların menfaati olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmaktadır. Kamu menfaati söz konusu olduğunda devlet, özel menfaatlerin söz konusu olduğu durumlarda ise kooperatiflerin ilgili organları tarafından denetim sağlanmaktadır (Yazıcı, 2016; iii). İç denetim, kooperatifin ortakları veya genel kurulda seçilmiş kooperatifçiler tarafından sağlanırken, dış denetim kooperatif kuruluş aşamasında ve kuruluş sonrasında olmak üzere iki aşamada gerçekleşmektedir. Kuruluş aşamasından sonraki süreçte gerçekleşen denetimde kamu kurum ve kuruluşları, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Tarım ve Köyşleri Bakanlığı, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nın denetleme işleminde yetkili kurumlar olmasının yanında (Özdemir, 2010:151), kooperatif üst kuruluşları (Milli Kooperatifler Birliği, Kooperatif Merkez Birlikleri) ve bağımsız denetim kuruluşları tarafından denetim sağlanmaktadır (Karaorman, 2013, s. 28-29). Coğrafi işaretlerin bu sistem içerisinde değerlendirilmesi hususunda kooperatifçilik sisteminin oluşturmuş olduğu ikili iç ve dış denetim sisteminden faydalanılabilir. Dış denetimde görevli olan Türk Patent ve Marka Kurumu, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı'nın yanında Kalkınma Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, Kültür ve Turizm Bakanlığı bu kurumlar içerisine dâhil olarak farklı kanallar aracılığıyla sağlanacak denetim sağlık, ekonomi, pazarlama, turizm gibi farklı disiplinlere katkı sağlayabilir. Kooperatifçilik sisteminde dış denetimde sağlanan olağan ve ihbara dayalı denetim sistemi hukuki, idari ve mali açıdan yapılacak denetimlerin tamamını içerecek şekilde coğrafi işaretli ürünlerin denetimi sisteminde de kurulabilir (Özdemir, 2010, s. 156). İç denetim sisteminde oluşturulacak olan birimler uygunluk denetimi, performans denetimi, bilgi ve sistem denetimi (Çankaya, Dinç ve Kara, 2012, s. 55), önleyici kontroller, yönlendirici kontroller, tespit edici

kontroller, düzeltici ve telafi edici kontroller (Dicle, 2016, s. 28) yerel yönetimler, üretici birlikleri, kırsal kalkınma kuruluşları, ürün gruplarına göre oluşturulacak konseyler ile sağlanabilir. Üniversiteler ve araştırma kuruluşları aracılığı ile iç denetime olan güvenilirlik araştırmaları, oluşturulacak yeni politikalar için gerekli bilgileri sağlayarak sürekli gelişime katkıda bulunacaktır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Türkiye coğrafi işaretli ürünlere sahip olabilmek için gerekli olan, iklim çeşitliliği, toprak yapısı, yerel, bölgesel ve ulusal kültürü bünyesinde bulundurmaktadır (Yalçın, 2013, s. 206-207; Meral ve Şahin, 2013, s. 16). Coğrafi işaretlerle koruma altına alınmış ürünler ülke ekonomisi içerisinde önemli bir potansiyel oluşturmakla birlikte bu ürünlerin üretimi ve satışı ile birlikte gerçekleşecek olan istihdam ve katma değer kalkınmada etkili olmaktadır (Kantaroglu ve Demirbaş, 2018, s. 515). Toplumsal duyarlılığın artması ile birlikte ekolojik üretim ve düzenli kontrol vurgusuyla kooperatifler önemli bir boşluğu doldurma potansiyeline sahiptir. (Şahin, 2018, s. 62-70). Yerellik vurgusuyla niş bir pazar haline gelebilecek coğrafi işaretli ürünler kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirmeye söz konusu olarak üreticileri destekleyebilecektir.

Coğrafi işaretli ürünler kırsal kalkınmayı ve turizmi destekleme gibi pazar oluşturma etkisi bulunmaktadır (Taşdan, Albayrak ve Albayrak, 2014, s. 1292). Coğrafi işaretli ürünlerde söz konusu olan denetim problemi kooperatifçilik sisteminde gerçekleşen mali, ekonomik ve yönetsel alanda iç ve dış denetime (Karaorman, 2013, s. 74), tabii tutularak aşılabılır. Coğrafi işaretlerin korunmasında mevcut denetim otokontrolle dayandığından, asıl üreticileri temsil eden kooperatifler tarafından yapılan başvuru sayısının artırılması sağlanmalıdır. Coğrafi işaretlerin sağladığı olanaklardan faydalanabilmek tarımsal amaçlı kooperatifler, üretici örgütlenmeler tarafından sağlanacak pazarlama projeleri desteklenmelidir (Pektaş, Kahraman ve Alkan, 2018, s. 70).

Bununla birlikte;

- Kooperatifçilik sistemi üretimden pazarlamaya uzun bir süreçtir. Bu sürecin üretici ve tüketici boyutları coğrafi işaretler açısından akademik çalışmalar ile ortaya konularak geliştirilmelidir.
- Ticaret açısından kooperatifler, coğrafi işaret almanın avantajları hakkında bilgilendirilmeli, kamu sektörü aracılığıyla teşvik sistemleri kurulmalı, coğrafi işarete sahip kooperatifler desteklenmelidir.
- Türkiye’de 2012 yılında tescilli coğrafi işaretli ürünlerin başvurularından sadece üç tanesi kooperatifler aracılığıyla yapılmıştır (Kantaroglu ve Demirbaş, 519). Coğrafi işaretlerin kooperatifler içerisinde değerlendirilmesi yasal süreçler ile yapılandırılabilir.
- Sınırları coğrafi işaretli ürünler ile çizilmiş olan kooperatifler kurulduktan sonra satış ve pazarlama için sosyal platformlardan faydalanılmalıdır.
- Coğrafi işaretlerin denetimini sağlayacak iç denetim kuruluşlarında görev yapacak bireyler için denetçi el kitabı oluşturulabilir.
- Kamu kurumu ve kuruluşları, aracılığıyla sağlanacak bilgilendirme sistemi, eğitimler, seminerler girişimci coğrafi işaretli ürüne sahip kooperatif girişimci sayısının artırılması için faydalı olabilir. Üniversiteler, yerel ve bölgesel kalkınma ajansları oluşturulacak olan projeler ile sayıca az olan coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirilmesi hususunda öncülük edebilirler.
- İç denetimde problem ve aksaklıklar yaşanmaması için oluşturulacak her bir birimin ve kuruluşun görev ve sorumlulukları belirgin sınırlarla çizilmelidir.

KAYNAKÇA

Acar, Y. (2018). Türkiye’deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, Cilt.6, Sayı:2, 163- 177.

- Agarwal, S., Barone, M. J. (2005). Emerging Issues for Geographical Indication Branding Strategies, 9. Midwest Agribusiness Trade Research and Information Center, Iowa State University.
- Alkan, Y. (2016). Tarım Kooperatiflerinin İstihdam Üzerindeki Etkileri. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.4, 113-131.
- Altman, M. (2010). Cooperatives, History and Theories of. International Encyclopedia of Civil Society, IGI Global.
- Ani L. Katchova And Timothy A. Woods .(2012). Association of Agricultural Economists (IAAE) Triennial Conference, Foz Do Iguaçu, Brazil.
- Arıkan, M., Taşcıoğlu, Y. (2016). Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gelişimi ve Yasal Yapılanmanın İncelenmesi. 12. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27.
- Başaran, H., Irmak, E. (2018). Edirne'de Tarımsal Amaçlı Kooperatiflerde Ortaklık Yapısı ve Kooperatif Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi, Cilt.21, 116-122.
- Başkaya, E., P.(2017). "The Role Of Food Products Protected Under Geographical Indications On City Branding", Bahcesehir University Graduate School of Social Sciences Master of Business Administration Program, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Belletti, G., Marescotti, A., Touzard, J. M. (2017). Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies. World Development, Cilt. 98, 45-57.
- Bernardi, A. (2007). The Cooperative Organization: Economic, Organisational and Policy Issues, Journal For Cooperative Management.
- Bozgeyik, H. (2009). Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Denetimi (Antep Baklavasının Coğrafi İşaret Olarak Tescili Üzerine).
- Bramley, C., Biénabe, E., Kirsten, J. (2009). The Economics of Geographical Indications: Towards a Conceptual Framework for Geographical Indication Research in Developing Countries. The Economics of Intellectual Property, 109.
- Čačić, J., Tratnik, M., Gajdoš Kljusurić, J., Čačić, D., & Kovačević, D. (2011). Wine With Geographical Indication–Awareness of Croatian Consumers. British Food Journal, Cilt.113, Sayı:1, 66-77.
- Can, B. A., Engindeniz, S., Can, O. (2017). Kırsal Kalkınmada Kooperatiflerin Rolü Ve Önemi; Ss Çavuşlu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 52, Özel sayı. 120-139.
- Castellini, M., Maran, L. (2012). An Overview of Management Systems in the Cooperative Sector. An Analysis of the Italian Leghe. Journal of Co-Operative Accounting and Reporting, Cilt.1, Sayı:1, 5-28.
- Ceylan, E. (2018). Köy Kalkınma Kooperatiflerinde Etik ve Sosyal Sorumluluğun Araştırılması; Kastamonu Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birliği Örneği, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Chandola, H. V. (2006). Basmati Rice: Geographical Indication or Mis-Indication. The Journal of World Intellectual Property, Cilt.9, Sayı:2, 166-188.
- Coombe, R. J., Ives, S., & Huizenga, D. (2014). Geographical indications: the promise, perils and politics of protecting place-based products. The SAGE Handbook of Intellectual Property. London: SAGE Publications Ltd,

- Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt.17, Sayı:28, 193-214.
- Çankaya, F., Dinç, E., Kara, M. (2012). İç Denetimin Başarısını Etkileyen Denetim Türleri: Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Üzerinde Bir Uygulama. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:39, 47-67.
- Çukur, F., Çukur, T. (2017). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Muğla İli Örneği. Turkish Journal Of Agricultural Economics, Cilt.23, Sayı:2, 187-194.
- Dicle, R. (2016). Tarım Kredi Kooperatiflerinde iç kontrol sistemi ve iç denetim: Malatya Bölge Birliği Müdürlüğüne bağlı kooperatiflerde iç kontrol sistemi etkinliğinin araştırması, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Dogarawa, Ahmad Bello.(2010). The Role of Cooperative Societies in Economic Development.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. Social Sciences, Cilt.10, Sayı:2, 58-75.
- Duguid, F., Durutaş, G., Wodzicki, M. (2015). Türkiye’de Kadın Kooperatifleri’nin Mevcut Durumu, The World Bank.
- Duman, S. (2018). Kastamonu’ya Gelen Kayak Turistlerinin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü, Journal Of Tourism and Gastronomy Studies, Cilt.1, Sayı:1, 13-20.
- Eken, M. (2010). Tüketim Kooperatiflerinde Ortak-Kooperatif İlişkisi: Damla Tüketim Kooperatifi Örneği, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Everest, B., Yercan, M. (2016). Kooperatif Ortaklarının Kooperatifçilik İlkelerini Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: Tarım Kredi Kooperatifleri Örneği. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt.53, Sayı:1, 67-73.
- Fonte, M., Cucco, I. (2017). Cooperatives and Alternative Food Networks in Italy. The Long Road Towards A Social Economy in Agriculture. Journal of Rural Studies, Sayı:53, 291-302.
- Gangjee, D. (2015). Geographical Indications and Cultural Rights: The Intangible Cultural Heritage Connection. Research Handbook on Human Rights and Intellectual Property. Edward Elgar Publishing.
- Geray, C. (1992). Kooperatifçiliğin Dünya'daki ve Türkiye'deki Nicel Gelişimi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt.47, Sayı:1, 427-441.
- Gibson, R., Kobluk, D., and Gould, L. (2005). The Co-Operative Movement a Historical Overview And Relevance to Northern & Aboriginal Communities.
- Güreşçi, E., Gönc, M. (2017). Türkiye’de Kooperatiflerin Temel Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, Sayı:52, 219-229.
- İloğlu, N. (2014). Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi ve Türkiye Uygulaması. Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü, Ankara.
- İnternet Erişimi: Erişim Tarihi: 2/05/2019,
<http://Www.Mevzuat.Gov.Tr/Mevzuatmetin/1.5.1163.Pdf>
- İnternet Kaynağı: Avrupa Birliği Fikri Mülkiyetler Ofisi, Erişim Tarihi: 5.09.2019
https://euipo.europa.eu/tunnelweb/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/Enforcement_of_GIs/EUIPO_Geographical_Indications_full_report_en.pdf

- İnternet Kaynağı: Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK, Erişim Tarihi: 10.06.2019, [Http://Www.Mevzuat.Gov.Tr/Mevzuatmetin/4.5.555.Pdf](http://www.mevzuat.gov.tr/Mevzuatmetin/4.5.555.pdf)
- İnternet Kaynağı: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Erişim Tarihi: 18/06/2019, <http://yapikooperatifportal.csb.gov.tr/Home/istatistik>
- İnternet Kaynağı: Erişim Tarihi: 04.09.2019, https://coopseurope.coop/sites/default/files/CoopsEurope_Brochure_HiResApril.pdf
- İnternet Kaynağı: Erişim Tarihi: 13.06.2019, [Http://Www.Mevzuat.Gov.Tr/Mevzuatmetin/4.5.555.Pdf](http://www.mevzuat.gov.tr/Mevzuatmetin/4.5.555.pdf)
- İnternet Kaynağı: Erişim Tarihi: 13.06.2019, <https://www.oka.org.tr/Documents/CoğrafiIsaretliurunlertokatcalistayisonucraporu.pdf>
- İnternet Kaynağı: Food and Agricultural Organization, Erişim Tarihi: 19.06.2019, <http://www.fao.org/3/I8737EN/i8737en.pdf>
- İnternet Kaynağı: Ticaret Bakanlığı, Erişim Tarihi: 2/05/2019, [https://Esnaf.Ticaret.Gov.Tr/Dokuman-Ve-Formlar/Kooperatifler/Istatistiki-Veriler](https://esnaf.ticaret.gov.tr/Dokuman-Ve-Formlar/Kooperatifler/Istatistiki-Veriler)
- İnternet Kaynağı: Türk Dil Kurumu, Erişim Tarihi: 26.04.2019. [Http://Www.Tdk.Gov.Tr/](http://www.tdk.gov.tr/)
- İnternet Kaynağı: Türk Patent Entitüsü, Erişim Tarihi: 3.05.2019, <https://www.turkpatent.gov.tr>
- İnternet Kaynağı: Türk Patent ve Marka Kurumu, Erişim Tarihi: 4.09.2019, <https://www.ci.gov.tr/veri-tabani>
- İnternet Kaynağı: Türkiye İstatistik Kurumu, Erişim Tarihi 29.04.2019, [Www.Tuik.Gov.Tr](http://www.tuik.gov.tr)
- İnternet Kaynağı: Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı, Erişim Tarihi: 5.09.2019, <https://www.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=10d3f687-62ad-4d27-9694-4e736ea1b76d>
- Kan, M., Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. UÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt.22, Sayı:2, 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A., Küçükçongar, M., Küçükçongar, M. (2010). Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt.12, Sayı:19, 15-23.
- Kantaroğlu, M. ve Demirbaş, N. (2018). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri Üretim Potansiyelinin Değerlendirilmesi. VIII. IBANESS Kongreler Serisi, 21-22 Nisan, Plovdiv-Bulgaristan.
- Karaorman, F. (2013). Kooperatiflerde Denetim ve Tekirdağ İli Saray İlçesi Örneği, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Kaya, S. Y., Şahin, E. (2018). Tescilden Uygulamaya Coğrafi İşaretler: Adana Kebabı Üzerine Bir İnceleme. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt.2, Sayı:1, 189-199.
- Kılıçarslan, M. (2013). Nakliye Kooperatiflerinin Üyeleri Üzerinde Meydana Getirdiği Kooperatif Etki: Yozgat Kamyoncular Kooperatifinde Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köksal, K. (2006). Üretim Kooperatiflerinden Aracılık Kooperatiflerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Küçükkaplan, İ. (2003). Kooperatif Bankacılığı ve Dünya Genelindeki Uygulamaları, Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt.8, Sayı:3, 27-48.
- Lerman, Z., Parliament, C. (1991). Size and Industry Effects in the Performance of Agricultural Cooperatives. Agricultural Economics, Cilt.6, Sayı:1, 15-29.

- Local Foods and Food Cooperatives: Ethics, Economics and Competition Issues Ani L. Katchova and Timothy A. Woods University of Kentucky.
- Marie-Vivien, D. (2008). From Plant Variety Definition to Geographical Indication Protection: A Search for the Link Between Basmati Rice and India/Pakistan. The Journal of World Intellectual Property, Cilt.11, Sayı:4, 321-344.
- Meral, Y., Şahin, A. (2013). Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi, Cilt.16, Sayı:4, 16-24.
- Mercan, Ş. O., Üzülmmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.29, Sayı:2, 67-94.
- Mülayım, Z, G. (2013). Kooperatifçilik, 7.Baskı, Ankara.
- Nebiler, E. (2010). Türkiye’deki Kooperatiflerin Lojistik Faaliyetleri: Nakliye Kooperatiflerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oana, D. B. (2015). The Structure of the Cooperative System within The Contemporary Market Economy. Annals Of'constantin Brancusi'University Of Targu-Jiu. Economy Series, (6).
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.1, Sayı:1, 76-85.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde" Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi, Cilt.21, Sayı:2, 243-254.
- Öksüz, E. (1982). Kooperatifçilik Kavramı ve İlkelerinin Işığında Türkiye’de Köy Kalkınma Kooperatifleri, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Cilt.31, 329-358.
- Örki, A. (2016). Ekonomik Kalkınmada Kooperatiflerin Öneminin Örneklerle Değerlendirilmesi. Journal of Economics & Management Sciences, Cilt.3, Sayı:2, 13-22.
- Özdemir, H. (2010). Kooperatiflerde Dış Denetim, Mali Çözüm, 151-163.
- Pektaş, G. Ö. E., Kahraman, C., Alkan, G. Türkiye’de Coğrafi İşaretler Ve İhracat Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi. Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt.23, Sayı:39, 65-82.
- Ricard, D. (2015). Dairy Cooperatives in the French Mountains. Heritage, Diversity of Structures, Dynamics of Movement. Journal of Alpine Research| Revue de géographie alpine, (103-1).
- Saner, R., Yiu, L., Filadoro, M. (2012). Cooperatives- Conspicuously Absent In Trade & Development Discourse, ISSN 2235-8048.
- Shaffer, J. (1999). Historical Dictionary Of The Cooperative Movement, Scarecrow Press. London.
- Suh, J., Macpherson, A. (2007). The Impact Of Geographical Indication On The Revitalisation Of A Regional Economy: A Case Study Of ‘Boseong’green Tea. Area, Cilt.39, Sayı:4, 518-527.
- Szabo, G. G. (2007). “Co-Operative Identity”: A Theoretical Concept for Economic Analysis of Practical Co-Operation Dynamics. Studies in Agricultural Economics, 5-22.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)’nin Coğrafi İşaretleri. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:15, 23-37.
- Tanrikulu, M. (2007). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi. Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi, Cilt.1, Sayı:2, 173-184.

- Taşdan, K., Albayrak, M., Albayrak, K. (2014). Coğrafi İşaret Tescilli Geleneksel Ürünlerde İzlenebilirlik: Ankara İli Örneği, XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3, 1292-1300.
- Tchami, G. (2007). Handbook On Cooperatives For Use By Workers Organizations.
- Tekelioğlu, Y. (2013). Coğrafi İşaretleme, 3. Uluslararası Antalya Coğrafi İşaretler Seminerinin Ardından.
- Tuncay, M., (2009). Coğrafi İşaretlerin Korunması, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.
- Uluocak, İ. (2009). Kooperatifçilik Eğitiminin Ülkemizdeki Durumu ve Kooperatif Tarzı Yapılanmanın Özel Öğretim Kurumlarında Uygulanması, Bursa Çağdaş Eğitim Kooperatifi Örneği.
- Van Vugt, M., Biel, A., Snyder, M., Tyler, T. R. (2012). Perspectives on Cooperation in Modern Society: Helping the Self, The Community, and Society. In Cooperation in Modern Society. Routledge.
- Wanyama, F. O. (2016). Cooperatives And The Sustainable Development Goals A Contribution to the Post-2015 Development Debate.
- Yanar, A., Tağı, S. Ö. (2014). Burdur İline Ait Coğrafi İşaretlerin Belirlenmesi ve Özgün Turistik Hediye Eşya Tasarım Önerileri. Art-E Sanat Dergisi, Cilt.1, Sayı:1, 29-41.
- Yazıcı, A, S. (2016). 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu'na Göre Kooperatiflerin Denetimi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

Review Article

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kooperatifçilik Sistemi İçerisinde Değerlendirilmesi

Evaluation of Geographic Indication Products in the Cooperative System

İrfan YAZICIOĞLU Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-8575-0817	Gizem Sultan SARIKAYA Arş. Gör. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi gsssarikaya@ogu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-4725-7981	Ersan EROL Öğr. Gör. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi ersane@ogu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-2774-2576
--	---	--

Extensive Summary

Cooperatives, a system based on solidarity and solidarity in the economic development of countries, is organized in various fields. One of these areas is the food sector. If the geographically indication products, which reflect the cultures and identities of the countries and which are an effective factor in the domestic tourism and foreign tourism movement, are evaluated within the cooperative system, both the people who produce them and the consumers who will buy them will have economic advantages. The use of geographical indication is evaluated in terms of the quality of products based on history, tradition and folklore in a region (Agarwal ve Barone, 2005, s. 1; Duman, 2018, s. 12; Orhan, 2010, s. 246). Geographical indications of agricultural products in Turkey, natural products, minerals, handicraft products and industrial products fully covering the (T. C. Resmi Gazete, 1995; Çukur ve Çukur, 2017, s. 189), in the European Union; It is subject to the distinction of origin, local and traditional characteristics and includes agricultural products and foods (Arıkan ve Taşcıoğlu, 2016, s. 579).

In accordance with the report prepared by the Turkish Patent AND Trademark Office (2019) on the inspection of geographical signs, the inspection of the product subject to registration is carried out within the framework of geographical boundary, raw material, production method and other information. Inspection deficiencies may arise in terms of the type of inspection, where it will be carried out, the authenticity of the product and the controls to be performed during the production stages. (Tanrıku, 2007, s. 176).

As a result of the literature review, it was determined that the primary problem of geographically indication products is inspection. The aim of this study is to present a model related to the audit problem in the evaluation of geographically indication products within the cooperative system. The problem of inspection in geographically marked products can be overcome by subjecting to internal and external auditing in financial, economic and administrative areas (Karaorman, 2013, s. 74). Since the current control in the protection of geographical indication is based on self-control, it should be ensured that the number of applications made by cooperatives representing the main producers is increased.