



# IĞDIR İLİ COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLER VE İL EKONOMİSİNE OLASI KATKILARI

Dr. Öğr. Üyesi Emine AŞKAN  
Iğdır Üniversitesi Ziraat Fakültesi  
Tarım Ekonomisi Bölümü

# 1. Pazarlamanın Önemi ve Tanımı

- İnsan ihtiyaçları sonsuzdur. Sonsuz olan bu ihtiyaçları karşılamak için malların üretilmesi ve devamında faydalarının arttırılması gerekmektedir.
- Malların üretilmesi yanında, ihtiyaç sahiplerine uygun durumda ulaştırılması önem arz etmektedir. Bunu yapabilmek için üretim faaliyeti yanında pazarlama faaliyetinin de yerine getirilmesi gerekmektedir.

- Pazarlama genel anlamı ile insan ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için bir **değiş-tokuş (mübadele)** işlemidir.
- Değiş-tokuş veya halk dilinde daha yaygın kullanılan **alış-veriş** işlemi tamamen isteğe bağlı olarak yapılmakta ve bunu yapanlara karşılıklı fayda sağlamaktadır.
- **Pazarlama;** “mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye kadar akışı ve tüketicinin istediği yer ve şekilde, ona uygun fiyatı vermeye razı olduğu durumda emrine hazır hale getirilmesi işlemi” olarak tanımlanmaktadır.

- Pazarlama, satılabilir ürünlerin üretim kararından başlayıp, ürünün üretilmesi, işlenmesi ve son tüketiciye ulaştırılmasını ihtiva eden bir süreçtir.
- Üretici üretime başlamadan tüketicinin talep ettiği ürünü üretmeye karar verdiği için pazarlama faaliyetinde bulunmaktadır. Pazarlama, üretime yön verdiği için de üretimin bir bölümünü ifade etmektedir.
- Ürünün son tüketiciye ulaştırılmasından sonrada pazarlama faaliyeti bitmemekte, tüketici geri bildirimini ile devam etmektedir.

Üretici üretim öncesi, tüketici tüketim sonrası davranışlarıyla pazarlama hizmeti yapmaktadır.

Pazarlamanın Sağladığı Faydalar;

- Yer (mekân) faydası
- Şekil faydası
- Zaman faydası
- Mülkiyet faydası



## 2. Yerel (Yöresel) Ürün Kavramı

Dünyada pek çok yerel ürün coğrafi adı ile tanınmaktadır. Ürün ve kalitelerini buldukları yerin özgün doğal koşulları ya da beşeri faktörünün bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerinden alan ürünler **yerel ürün** olarak adlandırılmaktadır.

- Belli bir coğrafi bölgede yer alan, karakteristik özellikleriyle çevreden ayrılan bir yer, sınırlı bölüm olarak tanımlanan **yöre** kavramına bağlı olarak **yerel ürünler**; değişik bölgelerde üretilen ve üretildiği yöreye has tat, aroma ve bileşim gibi özelliklere sahip olan ürünler olarak tanımlanmaktadır.

## Daha geniř bir tanımla

### *Yerel (Yöresel), Bölgesel yada Geleneksel Ürünler;*

Coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye özgü, ün ve kalitelerini bölgenin doğal koşulları ya da bölgesel özelliklerinden (bilgi, deneyim ve geleneklerinden) alan, o bölgedeki hammadde ve üretim girdilerini kullanan ve bu alandaki ekonomik gelişim ile istihdamı teşvik eden ürünler olarak tanımlanmaktadır.



İklim, toprak yapısı ve yükseltiye bağlı olarak  
**Yerel ürünlerin oluşmasına** etki eden unsurlar;

- Farklı tarihi geçmişler
- Farklı yerel, bölgesel ve ulusal kültürler
- Farklı gelenekler
- Farklı hayat tarzları
- Farklı çalışma koşulları
- Merak
- İlgi \*

### 3. Yerel Ürün Piyasası

- *Yerel Ürün Piyasası*, tüketicilerin otantik ürün aradıkları, satın alma davranışlarını ürünün kalitesi ile kültürel boyutunun oluşturduğu piyasalardır.\*
- *Yerel ürünler*; bulunduğu yöre ekonomisini canlandıran, yöre kimliğini güçlendiren, bölge imajını yükselten ve yöre insanına özgüven sağlayan bir etkiye sahiptir.

- Modern ticaretin hızlı üretim, ucuz ürün, geliştirilmiş taşıma, depolama, kimyasal koruyucularla ürünün raf ömrünü uzatma ve modern ambalaj gibi yöntemlerle getirdiği avantajlar sayesinde, ürün satışında mesafe kavramı önemini kaybetmiş, özellikle e-pazarlamanın gelişmesiyle dünya tek bir pazar haline dönüşmüştür.
- Böylesine dinamik bir pazar yapısında benzer ürün kategorisinden bir bölge veya şehir ürününün dış pazarlara açılarak büyümesi, ülke ekonomisi ve zenginliği açısından hem zor hem de önemli bir durumdur.

## 4. Yerel Ürünlerin Tercih Nedenleri

- **Bilinçsel boyut faktörleri;** yöresel ürünün tazeliği, lezzeti, fiyatı, güvenilir ve sağlıklı oluşu ile çevreye daha duyarlı üretilmesi gibi özellikler vurgulanmaktadır.\*
- **Duygusal boyut faktörleri;** bireyin söz konusu bölge için hissettikleri, duyduğu sempati, o bölgeye ait olmanın verdiği gurur gibi unsurlar sayılmaktadır.
- **Davranışsal boyut faktörleri;** tüketicilerin yöre ekonomisini desteklemek, istihdam yaratmak gibi amaçlarla yöresel ürünlere yönelmeleri yer almaktadır.

## *Yerel ürün imajıyla satın alma davranışı arasındaki ilişkide;*

- Yöresel ürünlerin özel günlerde tüketilmesi
- Yüksek kaliteli malzemedен üretilmesi
- Güçlü ve bilinen bir markaya (yöre ismine) sahip olması
- Kalite-fiyat uygunluğu
- Geleneksel tatlara sahip olması gibi nedenler öne çıkmaktadır.



## 5. Coğrafi İşaret (CI) Kavramı


Yerel ürün pazarlamasında avantaj ve üstünlük konusu olabilecek bir durum, 1992 yılında AB ölçeğinde uygulanmaya başlayan ve Avrupa *tarımsal gıda coğrafyası kavramının* ortaya çıkmasıyla kullanılan “Coğrafi İşaret” uygulamasıdır.

## Coğrafi İşaretin Amaçları


- Çiftçi gelirlerini yükseltmek
- Kırsal nüfusu yerinde tutmak
- Tüketicileri doğru bilgilendirmek
- Tarımsal üretimin çeşitliliğini teşvik etmek
- Prestijli ürünlerin gelişmesini ve korunmasını sağlamak
- Tüketicie daha kaliteli ürün sunmaktır.

- Cİ 1995 yılında 555 sayılı KHK ile yasalaşmış, yasa tescilleri vermek üzere Türk Patent Enstitüsü'nü görevlendirmiştir.
- ***Türk Patent Enstitüsünde Coğrafi İşaret;*** bir malın coğrafi kökenini gösteren veya kullanılan bir unsur, madde, motif, malzeme ya da usul sebebiyle bir alana, yöreye yahut ülkeye atıfta bulunarak o mala istek ve güven duyulmasını sağlayan ad veya işaret olarak tanımlanmıştır.

# Yerel ürünler kaliteye önem veren tüketiciler tarafından Cİ amblemleri ile tanınmaktadır.

  
T. C.  
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

## COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİ




Tescil No : 192  
Koruma Tarihi : 19.03.2012  
Başvuru No : C2012/062  
Başvuru Sahibi : Oltu Ticaret ve Sanayi Odası  
Başvuru Sahibinin Adresi : Osman Ayyıldız Cad. Merkez Sok. No:9/1 Oltu ERZURUM

Coğrafi İşaretin Adı : Oltu Taşı  
Ürünün Adı : Oltu Taşı  
Coğrafi İşaretin Kaynaklandığı Alan : Oltu  
Coğrafi İşaretin Türü : Mahrec İşareti  
Coğrafi Sınırı : Türkiye  
Kullanım Biçimi : Markalama  
Diğer bilgiler ektedir.

Teknik özellikleri ve denetim biçimi ekte bulunan coğrafi işaret; 16.02.2015 tarih ve 29269 sayılı Resmî Gazetede ilan edilmiştir. 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname'nin 12 nci maddesi gereğince 19.03.2012 tarihinden geçerli olmak üzere tescil edilmiştir.

**Dr. Elit B. AKIN**  
Enstitü Başkanı a.  
Markalar Dairesi Başkanı



**COĞRAFI İŞARET VE  
GELENEKSEL ÜRÜN ADI  
AMBLEMİLERİ**



ATALARIMIZIN SAHİP OLDUĞU DEĞERLERİ  
TORUNLARIMIZA BIRAKMAK İÇİN...

**TÜRK  
PATENT**  
TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU

# Coğrafi İşaretin Yararları

- Geleneksel özellikler garanti altına alınabilir.
- Sürdürülebilirliğine destek sağlanır.
- Duyusal özellikler anlamında, kalite standartları sağlanabilir.
- Daha yüksek ticari rekabet, pazar payı ve fiyat artışı sağlanabilir.
- Ürünlerin marka değeri artabilir.
- Kırsalda istihdam, gelir ve refah artışı sağlanabilir.
- Nitelikli bir tedarik zincirinin oluşması, daha yüksek katma değerli ve dengeli fiyatlandırma sağlanabilir.



- Ekolojik denge, biyo çeşitlilik, toprak ve su varlığı korunabilir.
- Gıda ekstenini ele aldığımızda, tarımsal üretimde vahşi bir endüstriyelleşme engellenebilir.
- Nesiller, daha sağlıklı, daha bilinçli, daha çeşitli ve daha keyifli beslenme şansına erişebilir.
- İnsanlar fiziksel ve ruhsal olarak doğru gıdalarla beslendiklerinden emin olabilirler.
- Doğru beslenme kaygısı ortadan kalkabilir.

# Coğrafi İşaretler İki Şekilde Değerlendirilir

- **Menşe adı;** Coğrafi sınırları belirlenmiş yer veya bölgeyle özdeşleşmiş ürünlerin üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tümüyle bu yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması ürünün “**menşe adını**” belirtir.\*
- **Mahreç İşareti;** Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri sınırları belirlenmiş bir coğrafi alanda gerçekleşen ürüne **mahreç işareti** verilir.

## **6. Marka Ne Demektir?**

Üretici veya satıcının mal ve hizmetlerini belirlemeye, tanıtmaya ve rakiplerinininkinden ayırıp farklılaştırmaya yarayan isim, terim, sözcük, simge (sembol), tasarım (dizayn), işaret, şekil, renk veya bunların çeşitli bileşimleridir.

### **Markalaşma Nasıl Sağlanır?**

Markalaşmak etkili anlatımla mümkündür. Yenilikçi, ilgi çeken fikirlerle yapılmış başarılı bir reklam ve tanıtım markalaşmaya ivme kazandırmaktadır.

# 7. Iğdır'da Coğrafi İşaret Tescilli Almış Yerel Ürünler

- Iğdır Kayısısı (Menşe)
- Iğdır Taş Köfte Yemeği (Mahreç)



**İĞDIR**

**KAYISI**

**T.C.  
TÜRK PATENT VE MARKA KURUMU**

**TURKISH PATENT AND TRADEMARK OFFICE**

**RESMİ  
COĞRAFI İŞARET  
VE  
GELENEKSEL ÜRÜN ADI  
BÜLTENİ**

**OFFICIAL  
GEOGRAPHICAL INDICATION,  
DESIGNATION OF ORIGIN  
AND  
TRADITIONAL SPECIALITY GUARANTEED  
BULLETIN**

**2018**

**Sayı: 28  
Yayın Tarihi: 02.05.2018**

**Hipodrom Cad.No:115 06330 Yenimahalle-ANKARA  
Tel: (0 312) 303 10 00 Faks: (0 312) 303 11 73**

**Web Sitesi Adresimiz: <http://www.turkpatent.gov.tr>**



# Iğdır Kayısı

Tescil No:

385

Coğrafi İşaret Türü

Menş e



# Iğdır Taş Köfte Yemeği

Tescil No:  
Coğrafi İşaret Türü

276  
Mahreç



# Iğdır'da Coğrafi İşaret Tescil Süreci Devam Eden Yerel Ürünler

- Iğdır Beyaz Üzümü Miskali Menşe
- Iğdır Bozbaş Yemeği Mahreç
- Iğdır Omaç Aşı Çorbası Mahreç
- Iğdır Patlıcan Reçeli Mahreç



# Iğdır Beyaz Üzümü Miskali (Menşe)



# Iğdır Bozbaş Yemeği (Mahreç)





# Iğdır Omaç Aşı Çorbası (Mahreç)



# Iğdır Patlıcan Reçeli (Mahreç)



## 8. Genel Deęerlendirme

- Hayat standartlarında meydana gelen gelişmeler ülkeler arasındaki mesafeleri kısaltarak turistik faaliyetleri artırmış, geleneksel ürün statüsündeki ürünlerin yurt dışında da tanınmasına olanak vermiştir.
- Fakat bu ürünlerin genelde küçük ölçekli firmalarca üretildiği, ürünlerin üretim standartlarının uluslararası üretim standartlarına ve yüksek üretim kapasitelerine taşınamadığı görülmektedir.



- Ulusal ve küresel ticari piyasalarda **coğrafi işaretlerin** ticari bir araç olarak ekonomiye artı değer kazandırması, onu elinde bulunduran ülkelerin coğrafi işaretleri önemli bir çıkar aracı olarak nitelendirmeleri sonucunu doğurmaktadır.
- Özellikle gelişmekte olan ve ekonomisi esas olarak tarımsal ve işlenmiş ürünlerin ihracatına dayanan ülkeler için **coğrafi işaretlerin**, bu tür ürünlerin piyasaya sürülürken ayırt edicilik ve çekici sunumunun sağlanması amacıyla kullanımı, onları bu ülkeler gözünde daha değerli kılmaktadır.

- Pazarlamacılar hammadde ve tarımsal ürünlerin pazarlamasını yaparken tüketicinin gözünde daha çekici kılmak için çeşitli ayırt edici ve tanımlayıcı işaretler kullanırlar. **Ayırt edici işaretlerin** başında *markalar* gelmektedir. **Coğrafi işaretler** ise *tanımlayıcı* işaret olarak kullanılabilirler.
- **Markalar** fikri mülkiyet hakkına sahipken, **Coğrafi İşaretler** tescil ve üretim şartlarına uymak şartı ile birçok kişinin kullanımına açık olan haklardır.



- Ürünlerin sadece yeni ve ayırt edici markalar ve çekici ambalajlar ile piyasaya sunulması üreticiler tarafından yeterli bulunmamakta, ürünün kalitesini tüketiciye kanıtlamak için bazı tanımlayıcı terimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tanımlayıcı terimlerin en açık örneğini **Cİ** oluşturmaktadır.
- **Cİ** ürünün gerçek üreticilerine ilave katma değer sağlamaktadır.

- Örneğin, çok güzel ambalajlanmış ve üstüne ayırt edici bir marka basılmış bir kilimin değeri, üzerine “Bardız Kilimi” ibaresi konulduktan sonra çok daha fazla artmaktadır. Bu ürüne tüketiciler tarafından “Bardız Kilimi” ibaresi konulmadan önce verilen değer ve konulduktan sonra verilen değer arasındaki fark coğrafi işaretin ürüne kazandırdığı artı değeri simgelemektedir.
- Benzer bir örnek gıda sınıfında bal için verilebilir. “Van Çatak Balı” ibaresi konulan bir petek balı piyasa fiyatından daha fazla fiyata alıcı bulabilmektedir.

- Kısaca belirtmek gerekirse, ürünleri tanımlayan ve onların tüketicilerin gözünde belli bir kalite standardıyla özdeşleştirilmesini sağlayan **Cİ**, ticari kullanımda hem tüketici, hem üretici, hem de tüm ülke ekonomisi açısından etkili ticari değerlerdir.
- Iğdır ilinin Cİ tescilli 2 ürünün üretiminde uzmanlaşarak, ulusal veya uluslararası **marka değerler** ortaya çıkarmasıyla il ekonomisine önemli katkı sağlanabilecektir.\*
- Sektörün marka değerler oluşturmasıyla tarımsal ürünlerin pazarlanmasında da önemli bir stratejik destek sağlanmış olacaktır.

## Son Söz;

- Yerel Ürünlerimize Coğrafi İşaret Alalım.
- Coğrafi İşaret Aldığımız Ürünlerimizi Markalaştıralım.

TEŞEKKÜRLER