



Coğrafi İşaretlerin Kırsal Kalkınma Etkisi

*Selim Çağatay**

**Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağı (YÜciTA)
Prof. Dr. Akdeniz Üniversitesi, İktisat Bölümü*

03 Aralık 2021



Cİ'lerin genel anlamda iktisadi etkileri:

Dolayısıyla iyi işleyen bir Cİ sisteminin aşağıdaki iktisadi etkileri uyandırması beklenmektedir:

- ürün farklılaştırılması
- ürün kalitesinin yükselmesi
- artan pazarlanan miktar
- artan rekabet gücü
- fiyat farkı
- artan üretici geliri
- ihracat artışı
- artan istihdam özellikle kadın istihdamı
- yoksulluğun azalması
- kültür turizmi
- kıır-kent göçünün azalması

- Kırsal kalkınma



Sunum Planı

- Kırsal kalkınma-teorik yaklaşım
- Coğrafi işaretler ve kırsal kalkınma-alternatif stratejiler
- Avrupa Birliği ve diğer ülke uygulamaları
- Türkiye için öneriler

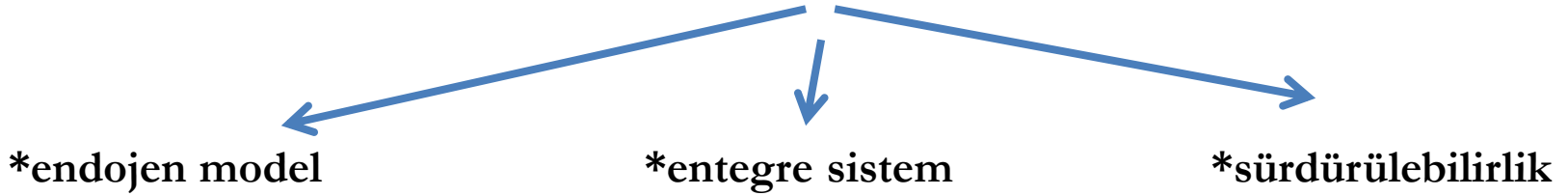


Kırsal Kalkınma-Teorik Yaklaşım



Kırsal Kalkınma: Avrupa Birliği Yaklaşımı

AB kırsal kalkınma düzenlemeleri:



Endojen model

- yerel kaynaklardan en verimli şekilde yararlanılan
- yerel paydaşların en önemli aktörler olarak yer aldığı
- teknolojik yeniliklerin takip edildiği
- yerel paydaşlar arasında kolektif hareketin, işbirliğinin yoğun olarak ortaya çıktığı bir yapı...



Kırsal Kalkınma: Avrupa Birliği Yaklaşımı

Entegre sistem

- kırsal kesim ekonomisinin sadece tarım sektörüne dayanmadığı
- tarım ve tarım-dışı iktisadi aktiviteler arasında ilişkilerin kurulduğu
- ekonomik ve sosyal aktivitelerin birlikte yürütüldüğü

bir yapı...

Sürdürülebilirlik

- üretim sürecinde çiftçinin haklarının korunduğu
- doğaya gerekli özenin gösterildiği
- kaynak kullanımının kontrol edildiği

bir yapı



Kırsal Kalkınma: Avrupa Birliği Yaklaşımı

AB kırsal kalkınma planlarında **toprak** çok önemli bir yer teşkil ediyor

- farklı iktisadi aktiviteler de yer alsa kırsal bölgelerde gelir kaynaklarının başında işlenen toprak ve buna bağlı olarak yaratılan istihdam gelmekte yani «**toprak ve tarım sektörüne**» büyük rol düşmekte
- kentsel ve kırsal nüfusun **gıda tüketim ihtiyaçlarının** karşılanıyor olması da kırsal kalkınma planları içerisinde toprağın önemini arttırmakta

Bunlara ek olarak **Türkiye’de kırsal kalkınma düşünülünce** üzerinde durulması gereken bir nokta

- mevcut yapısal sorunlar içerisinde kırsal alanın güçlendirilmesi, **küreselleşen dünya ticaretinin negatif etkilediği** yerel ekonomileri ve küçük işletmeleri canlı tutma amacı da önem kazanmakta



Kırsal Kalkınma: Avrupa Birliği Yaklaşımı

Yukarıdaki bakış açısı kalkınmış/gelişmiş bir kırsal kesimde şu özellikleri arıyor:

- geleneksel bileşenlerin ün kazanıp, doğrudan üretime katılması ve bununla birlikte gelişen kırsal ekonomi ve yükselen yaşam standartları (**ekonomik boyut**)
- yerel ürün projeleri, kırsal toplumun bu projelerde yer alması, ortak bir hedefe yönelik çalışma gerçekleşirken topluma daha iyi hizmetlerin sunulduğu ve koşulların iyileştirildiği sosyal bir ortamın oluşturulması (**toplumsal boyut**)
- bireylerin mevcut potansiyellerini öncelikli olarak bölgede değerlendirmeleri bilincinin kazandırılması, buna yönelik eğitimler (**insani boyut**)



Coğrafi İşaretler ve Kırsal Kalkınma-Alternatif Stratejiler



Kırsal Kalkınma: Coğrafi İşaretler

Yöresel/Geleneksel ürün pazarlarına ilişkin....:

- yerel ekonomileri canlandırmak için başvurulacak yenilikçi uygulamalardan biri
- yaşanan gıda krizleri sonucunda piyasalara dinamizm katan
- ürün kalitesinin yaratmış olduğu güven ve tüketicinin giderek artan talebi
- ürünlerin üretildikleri bölge ile olan bağı ve ürün kalite algısı arasında pozitif korelasyon
- üretimde kullanılan kaynakların üretim bölgesinden temin edilebilmesi, üretim maliyetini düşürmekte
- yerel/bölgesel kurumsal yapının oluşması

Tüketici zihninde yanlış tercih oluşumunu engellemek, ürünleri sahtelerine karşı korumak ve üreticilerin uygun şartlarda kaliteli üretim yaparak hak edilen geliri sağlamaları adına ulusal ve uluslararası hukukta fikri mülkiyet hakkı oluşturan coğrafi işaret düzenlemelerine gidilmiştir.



Kırsal Kalkınma: Coğrafi İşaretler

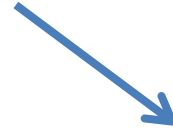
Yöresel/Geleneksel ürünlere değer kazandırılma faaliyetlerine ilişkin...

- süreçte yer alan aktörler yerel karakterli ve homojen yapıda olabildikleri gibi heterojen bir yapı da gösterebilmektedirler
- aktörün sosyal, ekonomik, siyasi vb. amaçları doğrultusunda geleneksel ürün üzerindeki stratejileri farklı olabilmektedir
- bu farklılık beklenen hedeflerin de çeşitliliğini arttırmakla birlikte tedarik zincirinde yer alan yerel aktörlerden ürünlerin katma değerlerinin yükseltilmesi amacıyla yönelik olarak
 - ortak bir ürün kültürüne sahip olmaları
 - sistemli bir üretim süreci ile üretim ağının genişletilmesine çabalamaları beklenmektedir



Kırsal Kalkınma-Coğrafi İşaretler

Alternatif Kalkınma Stratejileri



Tipik ürünün
ününe/itibarına dayalı
kalkınma stratejisi

Tipik ürünün ait olduğu
yörenin kalitesine
dayalı strateji



Alternatif stratejilerin Cİ'ler açısından temel farklılıkları

	<i>ÜÜR Stratejisi</i>	<i>YK Stratejisi</i>
Genel amaç:	Tipik ürün ününden elde edilen rantın yönetimi.	Yöresel promosyon, kırsal alanın küresel imajının gelişmesi ve kolektif artığın yaratılması.
Cİ'nin rolü:	Stratejinin ana elemanı.	İkincil önemde ama söz konu ürün çok spesifik ise kullanılan bir strateji olur.
İnisiyatif kullanan aktörler:	Zincirdeki firmalar.	Yerel birlikler, yerel kamu kurumları, yerel firmalar.
Dahil etme/dışlama:	Öncüler rantı paylaşmamak için diğer aktörleri dışlamaya çalışabilirler.	İnisiyatifi alanlar diğer aktörleri de dahil etmek isterler (ürün kimliğini koruyarak).
Yaklaşım:	Pazarlama kanalları ve tüketici gereksinimleri kararları belirler. Odak ya üretim maliyetidir veya ya da ürün/süreç karakteristikleridir.	Tipik ürün yerel toplum için bir kültür işareti ise tarih ve kültüre dikkat çekilir. Dışarıdan kurumlara yöresel isim ile pazarlama stratejileri için daha çok alan tanınır.



Alternatif stratejilerin belirlenmesinde yol gösterecek ön koşullar:

Cİ “Ürün Ünü/İtibarı” Stratejisinin Pratiğe Geçirilebilmesi için Gerekli Ön Koşullar:

- Yerleşik ürün kültürünün (**homojen üretim teknikleri**) varlığı
 - üreticilere ve paydaşlara göre homojen bir ürün
 - her iki aktör de Cİ logosunun homojenliği garanti edeceğini bilir
- Ekonomik, kültürel, sosyal faktörler temelinde rant edinimi
 - üretici ve tüketici **Cİ logosunun rant yaratma** potansiyelinin farkında
 - üretici ve tüketici **Cİ'nin kolektif mülkiyet hakkı** doğurduğunu bilir
- Coğrafi isim jenerik mi ? (**tüketimde bir belirleyici mi?**)
 - tüm paydaşlara göre
- Dışlama ve koruma etkisi (üretici, ürün ve rant korunuyor mu?)
 - üreticiler ve paydaşlar **Cİ logosunun her türlü korumayı sağladığını** düşünür



Alternatif stratejilerin belirlenmesinde yol gösterecek ön koşullar:

Cİ “Yöresel Kalite” Stratejisinin Pratiğe Geçirilebilmesi için Gerekli Ön Koşullar:

- Sosyal birliktelik
 - üreticiler ve paydaşlara göre ürünle ilgili **aktörler arasında iyi ilişkiler** hakim
- Kısıtlı üretim alanı
 - üretim alanı **bölge ile sınırlı değil**
- Kısa mesafelerde satış olanağı (üretim bölgesi içinde **sektörler arası sinerji**)
 - üretici, tüketici ve paydaşlara göre çok yaygın ve etkin
- Ürünün yöre dışı çekiciliği (**yaygın tanınırlık**)
 - üretici, tüketici ve paydaşlara göre tüm Türkiye’de talep çok yoğun ve yaygın
 - pazarlama olanakları geniş
 - tanınırlık çok yüksek



Avrupa Birliği ve Diğer Ülke Uygulamaları



Beklenen (olumlu) Bulgular

Toskana- zeytinyağı, sığır eti, koyun peyniri	Doğrudan ve dolaylı gelir artışı, istidam artışı, pozitif sosyal etkileşim
İtalya-parmesan peyniri; Aragon-kuzu eti	Sadece yerel değil geniş bölgeye pozitif dışsallık tespiti
İtalya-Cİ'leri	İller düzeyinde yüksek katma değer
Galler-kuzu eti	Cİ düzenlemelerinin Cİ'ye ilişkin iktisadi aktivitelerde yol açtığı artan şeffaflık ve zincirde daha adaletli gelir paylaşımı
İtalya-robiola di roccaverano, murazzano, rascheera peynirleri	Daha küçük ölçekli üreticilerce üretiliyor ve yerele ekonomik katkısı daha yüksek (diğer Cİ peynirlere göre güçlü üretim gelenekleri tespit edilmiş)
Malezya-durian meyvesi	Dolaylı pozitif etki (turizm üzerinden)
Letonya ve Estonya	Malezya örneği ile benzer tespitler
Hırvatistan-zeytinyağı	Malezya, Letonya, Estonya: benzer tespitler
Nikaragua-queso chontaleno peyniri	Yüksek talebin getirdiği rekabet kaliteden ödün verilmesine yol açıyor
Fransa-çeşitli Cİ ve Cİ olmayan peynirler	Cİ peynirler emek yoğun üretim olduğu için nüfusu yerelde tutmakta başarılı



Beklenmeyen (olumsuz veya küçük olumlu) Bulgular

İtalya-taze meyve ve işlenmiş et; İngiltere-peynir	Cİ ile menşee bağlantısı zayıfsa zincirlere daha fazla aktör dahil etme çabaları ayırt edici yerel özelliği kaybetme riskini doğuruyor (<u>aktörlerin farklı beklentileri</u>). Cİ başarısı aktörlerin motivasyonları ile yakından ilgili
Meksika-tekila	Üreticiler için tek belirleyicinin coğrafi sınır olması (<u>biyofiziksel koşulların tanımlanmaması</u>) zamanla üretim yeri-kalite bağlantısını aşındırmış; yerel aktörler etkilerini sanayi üretimine kaybetmişler (<u>çok yüksek talep etkisi</u>)
İtalya-pecorino romano, gorgonzola peynirleri	Artan iç pazar ve ihracat payına rağmen yerele yansımayan gelir etkisi (<u>üretim gelenekleri çok güçlü değil</u>)
Midilli-zeytinyağı	Küçük üreticiler daha yüksek gelir elde ediyor, büyük şişeleycilerin ise (<u>karşılaştıkları yüksek talep</u> ve uluslararası perakendecileri memnun etme çabası) yerele katkısı sınırlı



Beklenmeyen (olumsuz) Bulgular

Fransa-comte peyniri; Polonya-osycpek peyniri	Yerel dışı pazarlara yöneldikçe üretim süreçleri özgünlüğünü kaybediyor; Comte için üretim gelenekleri küçük üreticilerin yararına geliyor; eğer yerelde sosyal-örgütsel bağlara önem verilirse kırsal kalkınma anlamında önemli bir araç olarak ortaya çıkıyor
Meksika-Cİ olmayan bir sosis türü vs İspanya-İber jambonu	Cİ tanımlamasının yapılmamasının yol açtığı ekonomik kayıplar tespit ediliyor; diğer tarafta ise kapasite artışı, mirasın korunması, istihdam artışı tespit edilen pozitif etkiler
Taylan-yasemin pirinci	Gelir artışı ve yoksulluğun azalması, üretici hanelerde tüketim harcaması artışı (ilginç: sonucu direkt Cİ'ye bağlamıyorlar çünkü üreticiler içinde Cİ'ye girenlerin hepsinin arazi, eğitim vs. koşulları girmeyenlere göre çok daha iyi; ama yine de küçük bir olumlu Cİ etkisi)
Hindistan-basmati pirinci	Taylan-yasemin pirinci ile benzer tespitler
Endonezya-kahve	Yerel kurumsal yapının zayıf olması beklenen pozitif etkinin doğmasına engel
Güney Amerika genel bulgu: fayda yerel üreticilere değil yerel seçkinlere...	ürün ile menşe özelliklerinin bağı kopuyor; bunu zorlayan bir uygulama da yok (kurumsal yapı zayıf), üreticiler arasında örgütlenme çok zayıf
Macaristan-soğan	Yerel refah etkisi çok düşük çünkü yerelde sosyal ağlar (işbirliği) çok zayıf



Coğrafi İşaretlerin Kırsal Kalkınma Yolunda Başarısını Sınırlayan Faktörler





Türkiye için Öneriler



- **Amaç: kalitenin korunması, yaratılan artı değerın üreticiye ve yöreye aktarılması**

Cİ'nin gerçek sahibi örgütlü üretici olmalı

- Kooperatif veya birlik
- Kolektif mülkiyet hakkının bilincinde **(eğitimler; başarı örneklerinin çiftçilerce anlatımı)**
 - Üretim şartnamesi kullanımı
 - Amblem kullanımı
- Kendini denetleyen üretici
- Üreticiyi denetleyen tescil sahibi
- Tescil sahibini denetleyen bağımsız, akredite bir firma



- İlgi odağı Cİ değil, girdi temininden nihai tüketiciye tüm Cİ değer zinciri olmalı
(kooperatif zincirin tüm halkalarına hizmet etmeli, eşit söz sahipliği prensibiyle yönetmeli: başarı örneklerinin kendi dilinden anlatım)
- Değer zinciri boyunca **«izlenebilirlik»**: kalitenin garantisi, takibi
- Değer zinciri boyunca «izlenebilirlik»: Cİ sonucu yaratılan artı değer in bölüşümünün izlenmesi, piyasa aksaklıklarının önüne geçilmesi-**iyi yönetim**
- Değer zincirinin **ekonomik değerinin** hesaplanması
- Değeri yükselen Cİ'nin sadece dış pazarlarda tüketimi değil iç pazarlarda üretimi özendirilmeli: **tüketim kooperatifleri**
- **Cİ politikası** oluşturulmalı



İlginize teşekkür ederim...

selimcagatay@yahoo.com