



Coğrafi İşaretli Ürünlerde Kooperatiflerin Rolü: Bolu Mengen Peyniri Örneği (The Role of Cooperatives on Geographically Indicated Products: The Example of Bolu Mengen Cheese)

* Nihal KEMER^a , Aliye ÇILAN AKIN^b 

^a Bolu Abant İzzet Baysal University, Institute of Graduate Studies, Department of Tourism Management, Bolu/Türkiye

^b Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Bolu/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 29.03.2024

Kabul Tarihi: 20.06.2024

Anahtar Kelimeler

Coğrafi işaret

Mengen peyniri

Kooperatif

Öz

Peynir geçmişten günümüze sofraların vazgeçilmez ürünleri arasında yer almaktadır. Bu ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, üreticilerin örgütlü bir şekilde hareket etmesi büyük önem arz etmektedir. Bolu ilinde faaliyet gösteren Mengen ve Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi bu örgütlenmeyi sağlayabilen, coğrafi işaretli ürünün satışını yapabilen kooperatiflerden bir tanesi konumundadır. Kooperatifin coğrafi işaret almış Mengen peynirinin tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak için gerçekleştirdikleri ya da gerçekleştirmeyi düşündükleri faaliyetleri tespit etmek, bu konu ile ilgili düşüncelerini ortaya koymak çalışmanın temel amacıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan örnek olay incelemesi kapsamında kooperatifin sekiz ortağı ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Buna göre coğrafi işaretli Mengen peynirinin üretim kapasitesinin ve tanınırlığının artırılmasında kooperatif tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin çok sınırlı kaldığı ancak ilerleyen dönemde ulusal ve uluslararası düzeyde daha etkili faaliyetler gerçekleştirmeyi hedefledikleri saptanmıştır.

Keywords

Geographical indication

Mengen cheese

Cooperative

Abstract

Cheese has been among the indispensable products of the tables from past to present. In ensuring the sustainability of these values, it is of great importance that producers act in an organized manner. Operating in the province of Bolu, Mengen and Villages Production and Marketing Cooperative is one of the cooperatives that can provide this organization and sell geographically indicated products. The main purpose of the study is to identify the activities carried out or planned to be carried out by the Mengen Cooperative to ensure the recognition of the geographically indicated Mengen cheese and to increase its production capacity, and to reveal their thoughts on this subject. Within the scope of the case study conducted in line with the purpose of the study, face-to-face interviews were held with eight partners of the cooperative. Accordingly, it has been determined that the activities carried out by the cooperative in increasing the production capacity and recognition of the geographically indicated Mengen cheese are very limited, but they aim to carry out more effective activities at the national and international level in the future.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: nihalkemer06@gmail.com (N. Kemer)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1420

GİRİŞ

Coğrafi işaret, tüketiciler tarafından bilinen ve tanınan ürünlerin menşesi (köken) ve üretim yöntemlerinin güvence altına alınmasını sağlayan resmi kalite işareti olarak ifade edilmektedir. Coğrafi işaret, tarım ürünleri ya da besin maddelerinin coğrafi menşesinin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Cassago vd., 2021: s.13). Yerel özellikleri, kullanılan hammaddesi, gelenekleri ve kalitesi ünlenen ürünlerin korunmasını sağlamaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Coğrafi işaret menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere iki şekildedir. Ürünün bütün veya ana özelliklerinin doğal ve insan kaynaklı faktörlerle ilişkili olduğunu belirli bir coğrafi bölgeden geldiğini gösteren coğrafi işaretlere menşe adı verilmektedir. Mahreç işareti ise, üretim ve işleme aşamalarından en az birinin belli bir bölgede gerçekleştirildiği ürünler için kullanılmaktadır (Eroğlu Pektaş vd., 2018; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Tüketiciler artık sadece sağlıklı beslenme ve ürünlerin işlevselliği ile yetinmeyip aldıkları ürünlerin hangi aşamalardan geçip nasıl üretildiği ile de ilgilenmektedir (Delorme vd., 2021: s.769). Bu bağlamda tüketicilerin ürünün özellikleri hakkında bilgi sahibi olması ve üreticilerin sahteciliğe karşı korunması için çeşitli ürün etiketleri geliştirilmiştir (Rupprecht vd., 2020: s.1). Coğrafi işaretli ürünler hem pazar paylarını hem de tanınırlıklarını artırırken, aynı zamanda ürünün özgünlüğünü korumakta ve sahte ürünlerin üretilmesini engellemektedir (Bahar vd., 2019: s.5). Tüketicilerin farklı ve özgün ürünlere olan ilgisi ile bu ürünlere ödemeye razı oldukları fiyat doğru orantılı olmaktadır (Vural, 2021: s.424). Dolayısıyla coğrafi işaretli bir ürün tüketiciler açısından ekonomik olarak daha değerli bulunmaktadır (Akbulut, 2021: s.234).

Coğrafi işaretin Avrupa’da ilk çıkış sebebi tüketicilere köken teminatı ve üretim yollarındaki güvenceyi vermektir (Tekelioğlu, 2021: s.19). Coğrafi işaret Türkiye’de ilk defa 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile 1995 yılında Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından uygulanmaya başlamıştır (Orhan & Özdemir, 2021: s.46). 2017 yılında yürürlüğe giren 6769 sayılı “Sınai Mülkiyet Kanunu” ve 2018 yılında uygulamaya konulan “Amblem Yönetmeliği” ile coğrafi işaret uygulamaları yeni bir boyut kazanmıştır. Bu yeni gelişmeler sayesinde insanlar coğrafi işaret ile tanışmaya başlamıştır (Tekelioğlu, 2019: s.49). Dolayısıyla coğrafi işaret ürünlerin tanınırlığının artmasında önemli rol oynamaktadır.

Coğrafi işaretli ürünlerin tanıtım ve pazarlamasında dünyada örnek alınan İtalya, Portekiz, Fransa gibi ülkelerde, üreticilerin çok iyi örgütlendiği, özellikle pazarlama faaliyetlerinin kooperatifler ve üretici örgütler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir (Güneş & Artık, 2021: s.114). Coğrafi işaret sisteminin Avrupa Birliği’ndeki başarısında, sendika, kooperatif ve üretici birlikleri derneği, komite, konsorsiyum, federasyon gibi üretici örgütleri önemli rol oynamaktadır (Tekelioğlu, 2021:28). Nitekim, coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifler aracılığıyla tanıtılması, pazarlanması, üretici ve tüketici menfaatlerinin iyi şekilde sağlanmasının etkili bir yolu olarak görülmektedir.

Bu çalışmada Mengen Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi’nin coğrafi işaretli Mengen peynirinin tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak için gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirmeyi düşündükleri faaliyetleri tespit etmek, bu konu ile ilgili düşüncelerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmanın amacına ilişkin ulusal ve uluslararası literatürde çok sınırlı çalışmanın yapıldığı saptanmıştır.

Coğrafi İşaretli Mengen Peyniri

Mengen, ilçe merkezine bağlı elli altı köyü bulunan Bolu'nun kuzeydoğusunda yer alan ekonomisi orman üretimine, tarıma ve hayvancılığa dayanan bir ilçedir (Mengen Kaymakamlığı ve Bolu Belediye Başkanlığı, 2024). Mengen peyniri Bolu ilinin Mengen ilçesinin mahreç işareti almış bir üründür. Mengen' de Mengen peyniri dahil dört tane coğrafi işaret tescili almış ürün bulunmaktadır.

Tablo 1. Bolu İli Mengen İlçesine Ait Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler

Ürün Adı	Tescil Tarihi	Tescil Türü	Ürün Grubu	Tescil Ettiren
Mengen Höşmerimi	19.07.2022	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Mengen Belediyesi
Mengen Kaldırık Dolması	19.07.2022	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Mengen Belediyesi
Mengen Kedibatmaz	19.07.2022	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Mengen Belediyesi
Mengen Peyniri	06.10.2023	Mahreç İşareti	Peynirler	Mengen Belediyesi Mengen Kaymakamlığı

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2024).

Peynir sütü saklama yönteminin yanı sıra kültürel geçmişi yansıtan bir gıdadır. Bu gıda farklı coğrafi bölgelerde farklı şekillerde üretilebilmektedir. Peynirler bölgede yetiştirilen hayvan çeşitliliği, iklim durumu, üretim teknikleri gibi sebeplerden dolayı farklılık göstermektedir (Keskin, 2020: s.1). Peynirlere kimi zaman kullanılan sütün türüne kimi zaman saklama koşullarına göre isimler verilerek ait olduğu bölge ile özdeşleştirilmektedir (Oğan ve Çelik, 2023: s.1). Mengen peyniri de bulunduğu bölgenin özelliklerini taşıyan üretim ve saklama koşullarıyla ülke peynirleri arasında kendine yer edinmiş eşsiz lezzete sahip olan süt ürünleri arasında yer almaktadır. Bolu'nun Mengen ilçesinde inek ve koyun sütünün kullanılmasıyla az yağlı ve yarı sert bir yapıda üretilen Mengen peyniri, kaşar peynirine benzeyen, silindir şeklinde, açık sarı renkli bir peynirdir. Mengen peyniri taze olarak, ızgara veya tavada kızartılarak da tüketilebilmektedir. Müstakil Bolu Sancağı Salnamesi'nde (1916) Mengen peyniri ile ilgili kayıtlara rastlanmaktadır. Bolu Livası 1921-1925 salnamesinde ise Gerede'nin kazası olan Mengen nahiyesinin peynirinin meşhur ve kaşar peynirine yakın bir tat ve lezzette olduğu belirtilmektedir. Mengen peyniri ilçenin mutfak kültürü için önem arz etmektedir. Coğrafi sınırdaki uzun geçmişi, mutfak kültürünün önemi ve üretim aşamasında Mengen'in sınırları dahilinde elde edilen süt kullanılması sebebiyle bu peynirin coğrafi sınırla ün bağı bulunmaktadır. Bir kilogram Mengen peynirinin elde edilebilmesi için 10 kg süte ihtiyaç bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Literatür Taraması

Çalışmanın amacı kapsamında ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılmıştır. Coğrafi işaretli bir ürünün tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak için kooperatiflerin gerçekleştirdiği faaliyetleri veya rolünü doğrudan ortaya koyan çok sınırlı çalışmaya ulaşılmıştır. Ancak çalışmanın amacıyla doğrudan örtüşmese de coğrafi ürün ve kooperatif ilişkisi bulunan çalışmalara rastlanılmıştır. Bu kapsamda; Napasintuwong'un (2017) Tayland' da bulunan Thung Kula Rong-Hai bölgesinde yapmış olduğu çalışmada çiftçilerin coğrafi işaretli ürünlerin pazarlara ulaşmasında kooperatiflerin önemli rol oynadığı, kooperatiflerin coğrafi işaretli ürünler için çiftçilere teknik bilgi verdikleri ve coğrafi işaretli ürünlerin standardı için gerekli testlerin yapılmasını sağladıkları ortaya konulmuştur.

John, Lokina ve Egelyng (2020) kooperatiflerin kurulmasıyla üreticilere coğrafi işaretin avantajları konusunda bilgi verildiği takdirde bu durumun uzmanlaşmış pazarlara ulaşım için fırsat yaratacağı ve pirinç üreticilerine fayda

sağlayacağını belirtmişlerdir. Yazıcıoğlu, Sarıkaya ve Erol (2019) da çalışmalarında coğrafi işaretli ürünlerle bir niş pazar oluşturulabileceğini ve bu pazarın kooperatifçilik sistemi içinde değerlendirildiğinde üreticilerin de destekleneceğini belirtmişlerdir.

Alparslan ve Demirbaş (2019) yapmış oldukları araştırma sonucunda coğrafi işaret ile tescil edilmiş balların üretici tarafından daha yüksek fiyata satılabilmesi için kooperatif çatısı altında birleşmelerinin gerekliliğini vurgulamıştır. Ertan (2010) yaptığı araştırmada coğrafi işaret amblemi taşıyan ürünlerin güven ve kalite teminatı sağlaması sebebiyle tüketici tarafından yüksek fiyat ile satın alındığını bu sebeple gerçek üreticinin gelirinde artış olduğunu ortaya koymuştur. Zhang vd. (2022) de coğrafi işaretli ürünlerin güvenlik ve kalite kontrol düzeylerinin çiftçi kooperatiflerinde genel olarak yüksek olduğunu saptamıştır. Wang vd. (2022) tüketicilerin coğrafi işaretli tarım ürünlerine ilişkin daha rasyonel bir anlayışa sahip olmalarını sağlamak amacıyla yaptıkları çalışmada fiyat kaliteli pazarlama stratejisinin tüketicilerin satın alma niyetini önemli ölçüde artırabildiği sonucuna ulaşmışlardır.

Zhan, Yu ve Zhang (2021) Anhui eyaletinde yapmış oldukları çalışmada coğrafi işaretli tarım ürünlerinin üretilmesi ve işletilmesinin kooperatiflerin üretim performansını önemli ölçüde artırabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Kızılaslan ve Kılıç (2022) coğrafi işaretli Amasya misket elmasının üretim ve pazarlaması ile ilgili sorunlarına çözüm olarak üreticinin ürününü pazara sunma aşamasında aracılardan azaltılması, tutarsız fiyatların ortadan kaldırılması ve ürünün değerinde alıcı bulabilmesi için kooperatif ve birliklerin kurulmasının gerekliliğini vurgulamıştır.

Başaran ve Irmak (2022) çalışmalarında coğrafi işaret tescilli Devrek bastonunun ilçede üretimini yapan kişi sayısının çok olduğunu fakat geleneksel tekniklerle bu faaliyetin sürekliliğinin sağlanabilmesinde kooperatifin etkin rol aldığı sonucuna ulaşmıştır.

Erdal ve Gücüyener (2022) çalışmasında Bursa'nın coğrafi işaret alan bıçağının tanınırlığının ulusal ve uluslararası alanda sağlanması için bıçak tasarım yarışmalarının yapıldığını ve bıçak müzesinin kurulduğunu belirtmiştir. Korkmaz (2020) da Konya Ovası Projesi bölgesinde coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürünlerin tanıtımında, e-ticaret ile pazarlama, uluslararası, ulusal, yerel ve sanal fuarlarda yer alma, kuruluşların yurtiçi yurtdışı seyahatlerinde ürünlerin ikram edilmesi gibi yollara başvurulduğunu belirtmiştir. Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu (2014) coğrafi işaretli Van otlu peynirinin ildeki üreticiler tarafından ilin tanıtımına, turizm sektörüne katkı sağlayan bir ürün olarak algılandığını belirtmişlerdir. Uzar ve Filipovic (2023) tarafından yapılan çalışmada coğrafi işaret ile tescil edilmiş peynirin tüketiciler tarafından tanınırlığının ve satın alma niyetinin arttığı saptanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Çalışmada, Mengen Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi'nin coğrafi işaretli Mengen peynirinin tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak için gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirmeyi düşündükleri faaliyetleri tespit etmek, bu konu ile ilgili düşüncelerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Mengen ve Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi 2021 yılında 11 ortak ile kurulmuş olup 2024 yılında 16 ortak ile faaliyetlerine devam etmektedir. Kooperatifin kuruluş amaçları arasında coğrafi işaretli Mengen peynirinin tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak yer almaktadır. Bu kapsamda coğrafi işaret tescilli Mengen peynirinin kooperatifte üretilmeye başlamasından itibaren kazandığı katma değere yönelik katılımcıların görüşlerinin saptanması hedeflenmektedir.

Mengen ve Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifine ortak olan bireyler araştırmanın ana kümesini oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında verilerin elde edilmesinde nitel veri araştırma yöntemlerinden

örnek olay (özel durum) incelemesinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi; birçok disiplini bir araya getirerek olayları kendi tabiatında ayrıntılarıyla inceleyen bir bakış açısıdır (Baltacı, 2019: s.370). Örnek olay incelemesi ise, belli bir dönemde bir olgunun, ortamın veya programın birçok özellik açısından tüm yönleriyle ele alındığı, derinlemesine incelendiği yöntemdir (Tutar, 2023: s.342). Örnek olay yönteminde bir ya da daha fazla örgüt, grup, işletme veya topluluk hakkında belirli bir süre boyunca sistematik araştırmanın yürütülmesi ve analiz edilmesi esastır (Taşçı & Levent, 2021).

Çalışmada verilerin toplanmasında araştırmacılar tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Alan yazından oluşturulan varsayımlar görüşme soruları haline dönüştürülmüş ve bu görüşme soruları oluşturulurken, araştırma amacına uygunluğu da göz önünde bulundurularak, üç uzman kişinin görüşüne sunulmuştur. Hazırlanan görüşme formu için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları birimine 2024/68 protokol numarası ile etik kurul onayı başvurusu yapılmış ve görüşme formu kurul tarafından 01.03.2024 tarihli ve 2024/02 sayılı toplantıda incelenerek etik açıdan uygun bulunmuştur. Kurul onayı alınan sorular 5-20 Mart tarihleri arasında katılımcılara yöneltilmiştir. Mengen Kooperatifinin sekiz ortağı ile 30 dakikadan az olmamak üzere yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların izni dahilinde yapılan görüşmeler ses kaydı şeklinde kayıt altına alınmıştır. Görüşme soruları 'demografik özellikler' ve 'Mengen peyniri ile ilgili sorular' olmak üzere iki bölümde katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcılara Mengen peyniri ile ilgili yöneltilen görüşme soruları şu şekildedir:

- Mengen peynirinin tanınırlığının ve üretim kapasitesinin artırılması için kooperatif olarak yapmış olduğunuz faaliyetler nelerdir?
- Mengen peynirinin kooperatif olarak aylık toplam üretim ve satış miktarı nedir? Bu miktarın yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?
- Mengen peynirinin tanınırlığının ve üretim kapasitesinin artırılması için kooperatif olarak ilerleyen dönemlerde gerçekleştirmeyi düşündüğünüz faaliyetler nelerdir?
- Mengen peynirinin coğrafi işaret almasının ürünün pazardaki payına ve tanınırlığına etki ettiğini düşünüyor musunuz?
- Kooperatif olarak coğrafi işaretli bir ürünün satış ve üretimini yapmanın sizce avantaj ve/veya dezavantajları nelerdir?
- Yerelde bulunan yetkililer (Mengen Kaymakamlığı, Mengen Belediye Başkanlığı, Mengen İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü) coğrafi işaretli ürünün tanınırlığında kooperatife destek veriyorlar mı? Destek veriyorlarsa nasıl?

Katılımcıların isimleri gizli kalmak şartıyla her bir katılımcı K1... 'den K8'e kadar kodlanarak görüşme sonucunda elde edilen veriler Microsoft Excel programına aktarılmıştır. Çalışmada araştırma tekniğine karar verme aşamasında araştırmanın amacı ve soruları etkili olmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen veriler nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemiyle incelenmeye alınmıştır. Nitel veri analizinde amaç çeşitli verileri tanımlayıp ayrıntılı bir şekilde açıklamak veya verileri birbiri ile karşılaştırıp sonucunda ortak bir yargı elde etmektir (Çelik vd., 2020: s.381). Betimsel analiz yaklaşımında elde edilen verilerin okuyucuya mümkün olduğu kadar düzenlenmiş şekilde sunulması için bir çerçeve oluşturulup verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması gerekmektedir (Karataş, 2015: s.73).

Bulgular

Bu bölümde araştırmanın amacına uygun olarak katılımcılara yöneltilen görüşme sorularından elde edilen verilerin analizi sonucunda oluşturulmuş bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim durumu	Deneyim Süresi (Hizmet yılı)	Çalıştığı birim veya departman görevi
K1	37	Erkek	Ortaokul	3 yıl	Yönetim Kurulu Başkanı
K2	35	Erkek	Lise	2 yıl	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
K3	32	Erkek	Ortaokul	4 ay	Ortak
K4	63	Erkek	İlkokul	3 yıl	Üretici ortak
K5	66	Erkek	İlkokul	3 yıl	Üretici ortak
K6	32	Kadın	Lisans	3 yıl	Muhasip
K7	33	Erkek	Lisans	4 ay	Ortak
K8	56	Erkek	Lise	3 yıl	Ortak

Tablo 2’de katılımcılara ait demografik özelliklere yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen demografik soruların yanıtları değerlendirildiğinde; katılımcılardan 1’i kadın 7’si erkektir. Katılımcıların 2’si ilkokul mezunu 2’ si ortaokul mezunu 2’ si lise mezunu 2’ si lisans mezunu olup 32- 66 yaş aralığındadırlar. Katılımcıların 4 ay ile 3 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip oldukları belirlenmiştir. Katılımcılardan 1’i kooperatif yönetim kurulu başkanı, 1’i yönetim kurulu başkan yardımcısı, 1’i muhasip, 2’si üretici ortak ve 3’ü de ortak olarak kooperatifte görev almaktadır.

Katılımcılara yöneltilen “Mengen peynirinin kooperatif olarak aylık toplam üretim ve satış miktarı nedir? Bu miktarın yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” soruya karşılık, katılımcılar tarafından aylık 15 ton sütün kullanılarak tesiste 1.5 ton peynir üretimi yapıldığı, üretilen bu miktarın yeterli bulunmadığı ve tamamının satıldığı belirtilmiştir.

Mengen peynirinin tanınırlığının ve üretim kapasitesinin artırılması için yapılan ve yapılması planlanan faaliyetlere ilişkin katılımcı yanıtları tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 3. Mengen Peynirinin Tanınırlığının ve Üretim Kapasitesinin Artırılması İçin Yapılan ve Yapılması Planlanan Faaliyetler

Katılımcı	Yapılan Faaliyetler	Yapılması Planlanan Faaliyetler
K1	Festivalde stant açılması, sosyal medyanın kullanımı, lansman düzenlenmesi.	Coğrafi işaret tescilinin tanıtılması, üreticiye kalite güvenliğini hijyeni sanitasyonu anlatan eğitimlerin verilmesini sağlamak, modern işleme tesisi kurulması, müşteri sadakati sağlanması, fiyat kalite etkili pazarlama yapılması.
K2	Şeflerden destek alınması, sosyal medya kullanımı, TV programı, İzzet Baysal şükran günlerinde sunum yapılması, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı dergisinde Mengen peynirine atıf yapılması.	Yöresel ürünlerin tanıtıldığı stantlarda, festivallerde panayırılarda yer alınması, coğrafi işaretli ürünlerin öneminin vurgulanması ve pazar payının artması için bu ürünlerin denetiminde bizzat üretici kooperatif olarak yer almak, yurtdışı piyasaya ihraç sağlamak.

Tablo 3. Mengen Peynirinin Tanınırlığının ve Üretim Kapasitesinin Artırılması İçin Yapılan ve Yapılması Planlanan Faaliyetler (devamı)

K3	Mengen aşçılık festivalinde stant açılması, Mengen peynirinin otellere verilmesi, federasyon üyelerine Mengen peyniri tadımı yaptırılması, ilçede bireysel olarak satış yapılırken kooperatifin gıda sektöründe yer alan işletmeler ile iletişim kurması ile daha fazla kişiye ulaşım sağlanması.	Aşçılara numune göndermek, üretim kalitesini ve verimi artırmak için teknoloji altyapısını geliştirmek, ürünün satılacağı pazardaki değişiklikleri takip edebilmek, Mengen peynirinin reklamının en iyi şekilde yapılması ile sadece kooperatif değil bölgenin kazanmasına olanak sağlamak, Mengen peyniri ile ilgili yarışmalar yapmak.
K4	Aşçılık festivalinde stant açılması, isim yapmış gıda firması ile anlaşma yapılması.	Ünlü aşçılar ile görüşmek, girdi maliyetlerinin azaltılmasını sağlamak, sadık müşteri oluşturabilmek, pazarlamayı aracı olmadan kooperatif olarak yapmak, ürünün alternatif kullanımlarını anlatmak.
K5	Bursa ve Antalya'ya fuara gidilmesi, televizyonda yemek programında ürünün kullanılması, aşçılar festivalinde stant açılması.	Fuar gezilerinde artışı sağlamak, otellerle daha fazla iletişim kurmak, sosyal medyayı daha fazla kullanmak, Mengen peynirinin talebe uygun olarak ulaşımını sağlayabilmek için donanım oluşturmak.
K6	Gastronomi ve mutfak sanatları bölüm öğrencileri tarafından Mengen peyniri kullanarak lansmanda sunulması, MEB ve İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü arasında imzalanan proje ile 400 kişiye gıda güvenliği, girişimcilik, coğrafi işaret ile ilgili eğitim verilmesi, devlet tarafından desteklenen peynirler kapsamındaki tanıtım ile Mengen peynirinin literatüre girmesi, Doğu Marmara Kalkınma Ajansı ile çalışılması, Kurumlar arası iş birliği yapılması (Mengen kaymakamlığı, Mengen ilçe tarım ve orman müdürlüğü, Mengen belediyesi, Mengen ilçe milli eğitim müdürlüğü).	Kayıt dışı üretim ve satışın engellenmesi için kontrollerin yapılmasını teşvik etmede rol almak, IFS (International Featured Standard- Food Standard) ve BRC (British Retail Consortium) belgesi almak, sıfır atık ile çalışmak, yurt dışına satış sağlayabilen firmalar ile bağlantı kurmak, TBMM mutfağında Mengen peynirinin yer alması için yetkililerle işbirliğine gitmek, entegre süt işletmesi kurmak, doğaya zarar vermeden üretim sağlamak, Avrupa Birliğinin desteklediği projelerden destek almak, Fransa'da yapılan peynir tadım günlerine katılmak, Mengen peynirinin benzer yanları ve kullanım alanları sebebiyle İtalya, Yunanistan ve İsviçre mutfağına girebilmek.
K7	Kargo firmasıyla anlaşma yapılması, Mengen peynirinin esnafa satış için dağıtılması, büyük firmalar ile anlaşma yapılması, Mengen peynirinin kırsal turizm otellerinde yer alması.	Tüketicilerin psikolojik fiyatını artırmak, soğuk zincirin korunması için gerekli alt yapı, tesis ve araçları sağlamak, stoğu en iyi şekilde yönetebilmek, tesiste vardiya sistemi ile tam kapasite çalışmak, e-ticaret ile satış yapmak, pazar bölümlendirilmesi yapabilmek, peynirin AB (Avrupa Birliği) tarafından tescil edilmesi için gerekli girişimlerde bulunmak.
K8	Televizyon kanalında yemek yarışmasında Mengen peyniri ile ürünler hazırlanması, isim yapmış otellerde bulunan ünlü aşçılar ile ikili ilişkilerin bulunması.	Mengen peynirinin yapıldığı sütün elde edilmesi için süt sığırı kompleksi oluşturmak, risk yönetimi sağlayabilmek, İpard (Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Aracı) projesinden destek almak, gıda ile ilgili federasyonların yapmış olduğu toplantılarda tanıtım yapmak, Cİ ile ilgili politikaları olan tedarikçi firmalar ile görüşmek, Cİ tescili almış ürünlerin satılabileceği konaklamanın yapılabileceği tesis yapmak.

Katılımcıların Mengen peynirinin tanınırlığının ve üretim kapasitesinin artırılması için, TV programları, Mengen aşçılık festivalinde stant açmak suretiyle ilçe dışından gelen misafirlere ve otellerde çalışan aşçılara ulaşmak, Bolu'da her yıl düzenlenen İzzet Baysal Anma Günlerinde yer almak, kendilerine ait olan sosyal medya hesaplarından reklam yapmak, peynir ile ilgili fuarlara katılmak gibi faaliyetler gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte, Mengen peynirinin tanınırlığının ve üretim kapasitesinin artırılması için kooperatif olarak ilerleyen dönemlerde gerçekleştirmeyi düşündükleri çok sayıda hedeflerinin olduğu saptanmıştır. Bunlar arasında, coğrafi işaret tescilinin tanıtılması, modern işleme tesisi kurulması, ünlü aşçılar ile görüşülmesi, IFS (International Featured Standard- Food Standard) ve BRC (British Retail Consortium) belgesi almak, soğuk zincirin korunması için gerekli alt yapıyı sağlamak, sıfır atık ile çalışmak, e ticaret ile satış yapmak yer almaktadır.

Katılımcılara “Mengen peynirinin coğrafi işaret almasının ürünün pazardaki payına ve tanınırlığına etki ettiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna bazı katılımcıların verdikleri cevaplardan Mengen peynirinin coğrafi işaret almasının ürünün tanınırlığına pazardaki payına olumlu etki ettiği, süt fiyatlarında yükselmeye sebep olduğu üreticinin kazanç sağladığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda bazı katılımcıların vermiş olduğu cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Coğrafi işaret karşı tarafta güvenilirliği sağladığından tabii ki pazarı daha da arttırdı kadim peynirimizin dağılımı çoğaldı. Coğrafi işaret adı altında üretilen ürün her yerde insanlar tarafından bir güven sağladığı için alma noktasında diğer ürünlere göre tercih edildi” K8..

“Ediyor tabii düşünüyoruz çok çok fark oldu. Başkanımıza telefonlar geliyor ille peynir peynir nereden alabiliriz nasıl alabiliriz sosyal medya üzerinden çok siparişler var” K4..

“Bence pazardaki payı zaten coğrafi işaret oluşturuyor bir ürünü zaten bilen insana satmak kolay pazar payını artırmak için bilmeyen için ürünü satmamız gerekmez mi o zaman ne yapacaksın coğrafi işaret kullanacaksın özellikle yurt dışına satış yapmak istiyorsan. Ülkemizde yeni yeni 3- 4 yıldır bu coğrafi işaret ile ilgili bir uyanış var. Bazı müşteriler diyor ki ben nasıl anlayacağım o zaman ilçe tarımla görüşmesini tavsiye ediyoruz. Kesinlikle pazar payını çok ciddi artırıyor alım kapısını çok açıyor avantaja dönüştürüyor”K6..

“Çok fazla etkisi var Mengen peynirinin sadece Mengen içinde değil de tüm Türkiye’de tanınmasına vesile oldu coğrafi işaret peynir için çok önemli bir yol bence”K7..

Katılımcılara “kooperatif olarak coğrafi işaretli bir ürünün satış ve üretimini yapmanın sizce avantaj ve/veya dezavantajları nelerdir? sorusu yöneltilmiştir. Buna göre, katılımcılar tarafından coğrafi işaretli bir ürünün satış ve üretimini yapmanın herhangi bir dezavantajının bulunmadığı, bölgesel geliri artırması, adil rekabet sağlaması, göçü azaltması, yerel üreticiyi teşvik etmesi, üreticinin kazancını artırması başta olmak üzere çok sayıda avantaj sağladığı belirtilmiştir. Söz konusu avantajlar tablo 4’te detaylı bir şekilde görülmektedir.

Tablo 4. Coğrafi İşaretli Ürünün Üretimi ve Satışının Avantajları ile İlgili Bilgiler

Katılımcılar	Coğrafi İşaretli Ürünün Avantajları
K1	Üreticinin satışlar ile yaşam standardı olumlu etkilenir. Ulusal pazarda yüksek rekabet gücü sağlar. Gıda güvenliği teminatı verir. Üreticinin birlikte hareket etmesi için güç verir. Üreticinin sosyal refahını artırır ve bölge kültürünün korunmasını sağlar.
K2	Tüketicilere ayrıntılı bilgi verir. İş fırsatları için rehberlik eder. İlçedeki göçü önler. Ürünün piyasada kimliğinin oluşmasında yardımcı olur.
K3	Üretim artar. Bölge turizminin ve gastronomisinin gelişmesine katkı sağlar.
K4	Yeni pazar oluşumuyla, yerel üreticinin daha fazla üretmesini sağlar. Bölgesel gelir kaynağı artar.
K5	Mengen peynirinin pazardaki konumu değişir. Üreticide güven duygusu oluşturur. Ürüne kolay ulaşılabilirlik sağlar. Tüketicinin kalite algısı artar.
K6	Sosyal bilinci ve refahı artırır. Ürünün uluslararası alanda tanınırlığını kolaylaştırır. Kırsal turizm destinasyonlarında satışını artırır.
K7	Üreticiler arasında adil bir rekabet sağlar. Tüketiciler ürünlere kolay erişim sağlar. Süt üreticilerini üretim konusunda teşvik ederek üreticide psikolojik doyum sağlar.
K8	Karakteristik ürünlerin korunmasını ve gerçek değerini bulmasını sağlar.

“Yerelde bulunan yetkililer (Mengen Kaymakamlığı, Mengen Belediye Başkanlığı, Mengen İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü) coğrafi işaretli ürünün tanınırlığında kooperatife destek veriyorlar mı? Destek veriyorlarsa nasıl?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Verilen yanıtlar doğrultusunda özellikle kaymakamlığın ve belediyenin önemli destek sağladıkları saptanmıştır. Buna göre bazı katılımcıların vermiş olduğu cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Kaymakamımız çok destekliyor lansmanın da fazla katılım ile yapılmasında büyük emeği vardır. Bir yerde büyük bir yemek varsa Mengen peyniri de olsun tanınırlığı sağlansın gibi düşünüyor. Coğrafi işaret tescil sahibi kaymakamlık olduğu için kendi Instagram sayfalarında yapmış oldukları paylaşım ile alıcının güven tazelenmesine yardımcı olmuştur. İlçe Milli Eğitim ilçemizde yatılı çok öğrenci var Türkiye'nin her yerinden gelen birçok çocuk var biz bu çocukların kahvaltısı için coğrafi işaret almış Mengen peynirinin alımını yapalım tanınırlığı sağlayalım ilerde aşçı olacak bu çocuklar yaklaşımında bulunmuştur. Mengen Belediyesi sosyal tesislerimizde menüye koyalım Mengen peynirli tost yapalım diye hedef belirtmişti” K6..

“Belediyeye gerek yurt dışından gerek yurt içinden gelen misafirlere de peynirimizi tanıtmıştır hediyelerde bulunmuştur bu şekilde kaymakamlık da aynı şekilde” K2..

“Kaymakamlığın bu projenin içerisinde olması veyahut da birlikte hareket ediyor olması bile bize bir güç kattı Milli Eğitim bize işte yer tahsisinde çok destek oldular şu anda milli eğitime bağlı bir yerde üretim yapıyoruz. Halk Eğitim bu konu üzerine kurs verdi” K8..

“Kaymakamımız çok bize yardımcı oluyor mesela kaymakam vali Mengen peynirinin televizyonda yayınlanması için önderlik yaptı bu durumun çok faydası oldu bize” K4..

Sonuç ve Öneriler

Kooperatifler yöresel değerlerin sürdürülebilirliğini ve üreticinin kazanmasını hedefleyen örgütlü yapılardır. Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürünler bölge halkı ve ülke ekonomisi için önem arz etmektedir. Bu çalışmada Mengen ve Köyleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi'nin coğrafi işaret almış Mengen peynirinin tanınırlığını sağlamak ve üretim kapasitesini artırmak için gerçekleştirdikleri ya da gerçekleştirmeyi düşündükleri faaliyetleri tespit etmek amaçlanmıştır. Buna göre, kooperatifin üretim kapasitesini ve Mengen peynirinin tanınırlığını artırmak için üreticiye eğitim verilmesi, peynir üretiminde standardı sağlamak için testler yapılması, fuarlara katılım, televizyonda yemek programında ürünün kullanılması gibi uygulamaların yapıldığı saptanmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda Zhang vd. (2022); Zhan vd. (2021); John vd. (2020); Napasintuwong (2017)' un yapmış olduğu çalışmalarında da araştırma bulgularına benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Mengen peynirinin tanınırlığı ve üretim kapasitesini artırmak için kooperatifin; festivallerde panayırarda yer almayı, fiyat kalite etkisi ile pazarlama yapmayı, reklam faaliyetlerine yer vermeyi, peynirin Avrupa Birliği tarafından tescil edilmesini sağlamayı, Avrupa Birliği projelerinden destek almayı, pazarlama faaliyetlerini aracı olmadan kooperatif olarak yapmayı, tüketicilerin psikolojik fiyatını artırmayı, e-ticaret ile satış yapmayı hedefledikleri saptanmıştır. Bu durum Korkmaz (2020); Wang vd. (2022); Kızılaslan ve Kılıç (2022); Erdal ve Gücüyener (2022)' in çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir.

Çalışmada Mengen peynirinin coğrafi işaret almasının, ürünün tanınırlığının ve pazar payının artmasında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uzar ve Filipovic (2023); Wang vd., (2022)' nin çalışmaları, araştırma bulgularını desteklemektedir. Çalışmada coğrafi işaretli ürünün üretimini ve satışını yapmanın, bölgesel geliri arttırması, adil

rekabet sağlaması, göçü azaltması, yerel üreticiyi teşvik etmesi gibi çok sayıda avantaj sağladığı belirlenmiştir. Söz konusu avantajların sağlandığını (Yenipınar vd., 2014; Başaran ve Irmak, 2022; Yazıcıoğlu vd., 2019; Ertan, 2010) ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır.

Araştırmanın yapıldığı dönemde Mengen peynirinin üretim miktarının ve tanınırlığının artırılması konusunda kooperatif tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin çok sınırlı kaldığı saptanmıştır. Mengen peynirinin üretim kapasitesinin ve tanınırlığının artırılması için şu önerilerde bulunulmuştur;

- Mengen' de mutfak üzerine eğitim veren okullar (Mengen Aşçılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Mengen Meslek Yüksekokulu ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları) ile iş birliğine gidilmesi ve Mengen peyniri kullanılarak füzyon mutfağı çalışmaları yapılması,
- Dünya çapında bilinirliği bulunan peynirlerin yerine Mengen peyniri kullanılabilmesi için AR-GE çalışması yapılarak bu bilginin alanında ün kazanmış şefler ve restoran müdürleri ile paylaşılması,
- Mengen'e peynir evi peynir müzesi yapılması için yerel yönetimler ile iş birliğine gidilmesi, gastronomi turizminin canlanmasını sağlayacak projeler oluşturulması,
- Mutfak alanında uzman kişiler ve yöre ziyaretçileri için tadım menüleri oluşturulması,
- Mengen peynirinin geleneksel bir ürün olması sebebiyle pazarlama aşamasında retro pazarlama, ilişkisel pazarlama yöntemlerinin uygulanması,
- Bölgenin tanıtımı için hazırlanan yazılı ve görsel medyada coğrafi işaretli ürünlere yer verilmesi,
- Halkla ilişkiler uzmanı ile çalışmak, tüketiciye avantajlı veya armağanlı paketler oluşturmak, sosyal medya platformunda yarışmalar düzenlemek, slogan oluşturmak, sponsorlar bulmak gibi planlamalar yapılması,
- Kooperatifin sosyal sorumluluk projeleri içinde yer alması,
- Mengen peyniri kullanılarak yerelde, uluslarda ve uluslararası platformlarda ürünün geleneksel lezzetini bozmadan farklı reçeteler ile workshoplar düzenlenmesi,
- Profesyonel yardım ile kooperatif web sitesi oluşturularak coğrafi işaret hakkında farkındalık yaratmak için tanımlayıcı bilgilere yer verilmesi,
- Yerel yönetimlerin desteği alınarak AR-GE çalışmalarının yapılması ile Mengen peynirine Avrupa Birliği coğrafi işaret tescili alınma sürecinin sağlanmasıdır.

Sınırlılık

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular ve sonuçlar Bolu İli Mengen ilçesinde faaliyet gösteren kooperatif ile sınırlıdır.

Benzer çalışmanın daha büyük örneklem grubuyla ve farklı araştırma yöntemi kullanılarak yapılmasının araştırmalara/araştırmacılara yön vereceği ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları birimine 2024/68 protokol numarası ile etik kurul onayı başvurusu yapılmış ve Görüşme Formu kurul tarafından 01.03.2024 tarihli ve 2024/02 sayılı toplantıda incelenerek etik açıdan uygun bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Akbulut, C. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerde uzun vadeli programlar. *Coğrafi İşaretler Dergisi*, 1, 234.
- Alparslan, Ö. S., & Demirbaş, N. (2019). Avrupa birliği ve Türkiye’de bal üretim ve ticareti açısından coğrafi işaret uygulamalarının değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl University Journal of Agricultural Sciences*, 29(3), 526-538.
- Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N., & Topsakal, Y. (2019). Kırsal kalkınma kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin önemi: Yeşilova (Salda) bölgesine özgü ürünler örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 9(1), 1-7.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başaran, H. & Irmak, E. (2022). Devrek’te yerel ürün üretimi ve yerelde kadın girişimciliğinde kooperatiflerin yeri. *Ahi Evran Akademi*, 3(1), 19-31.
- Bolu Belediye Başkanlığı. (2024). <https://www.bolu.bel.tr/boluilceleri/>. Erişim Tarihi: 29.02.2024.
- Cassago, A. L. L., Artêncio, M. M., de Moura Engracia Giralde, J., & Da Costa, F. B. (2021). Metabolomics as a marketing tool for geographical indication products: a literature review. *European Food Research and Technology*, 247 (9), 2143-2159.
- Çelik, H., Baykal, N.B. & Memur, H.N.K. (2020). Nitel veri analizi ve temel ilkeler. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 379-406.
- Delorme M.M., Pimentel T.C., Freitas M.Q., da Cunha D.T., Silva R., Guimaraes J.T., Scudino H., Esmerino E.A., Duarte M.C.K.H., Cruz A.G. (2021). Consumer innovativeness and perception about innovative processing technologies: A case study with sliced Prato cheese processed by ultraviolet radiation. *Int. J. Dairy Technol*, 74, 768–777. doi: 10.1111/1471-0307.12807.
- Erdal, G. & Gücüyener, İ. (2022). Structural features and registration of the world brand Bursa knife. *Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 229-240.
- Eroğlu Pektaş, G. Ö., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). Türkiye’de coğrafi işaretler ve ihracat pazarlaması açısından değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 65-82.
- Ertan, A. (2010). Prestijli tarım ürünlerinin pazarlanmasında kalite ve coğrafi işaret kavramlarının tutundurulması ve bu bağlamda tarım satış kooperatiflerinin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 157-170.
- Güneş, E. & Artık, N. (2021). *Coğrafi İşaretli Ürünler*. Ankara: Ankara Ticaret Odası.
- John, I., Lokina, R. & Egelyng, H. (2020). Small-scale producers of quality products with potential of geographical indication protection in Tanzania. *International Journal of Food and Agricultural Economics (IJFAEC)*, 8 (2), 193-205.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.

- Keskin, E., & Dağ, T. (2020). Identity of cheese: a research on the cheeses of the Aegean Region in Turkey. *Journal of Ethnic Foods*, 7, 1-9.
- Kızılaslan, N. & Kılıç, S. (2022). Üreticilerin coğrafi işaret tescilli amasya misket elması üretim ve pazarlamasında yaşadığı sorunlar ve çözüm önerileri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 11(3), 183-202.
- Korkmaz, H.U. (2020). Kop Bölgesi coğrafi işaretlerinin incelenmesi ve öneriler. Sivas İnterdisipliner *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 36-53.
- Mengen Kaymakamlığı. (2024). <http://www.mengen.gov.tr/mahalli-idareler>. Erişim Tarihi: 29.02.2024.
- Napasintuwong, O. (2017). The Roles of agricultural cooperatives in certification and production of geographical indication (GI) RICE in Thailand. *FFTC Agricultural Policy Platform (FFTC-AP)*. <https://ap.ffc.org.tw/article/1215>
- Oğan, Y., & Çelik, M. (2023). A gastronomic product in Turkish culinary culture: A research on Yozgat Çanak cheese. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100650.
- Orhan, H.C. & Özdemir, F. (2021). Elâzığ coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm bakımından SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(2).
- Rupprecht, C.D., Fujiyoshi, L., McGreevy, S. R., & Tayasu, I. (2020). Trust me? Consumer trust in expert information on food product labels. *Food and Chemical Toxicology*, 137, 111170.
- Taşçı, G. & Levent, F. (2021). *Nitel Araştırmalarda Örnek Olay Yöntemi*. Lesley Barlett & Frances Vavrus, Anı Yayıncılık.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tekelioğlu, Y. (2021). Coğrafi işaretlerin A, B, C'si. *Coğrafi İşaretler Dergisi*, 1, 14-32.
- Tutar, H. (2023). Nitel araştırma deseni belirleme ölçütleri ve gerekçelendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 334-355.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). <https://www.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaret>, Erişim Tarihi: 23.01.2024.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaretler/liste?il=14&tur=&urunGrubu=&adi=>. Erişim Tarihi:23.03.2024
- Užar, D. & Filipović, J. (2023). Determinants of consumer purchase intention towards cheeses with geographical indication in a developing country: extending the theory of planned behavior. *Market-Tržište*, 35 (2), 183-204.
- Vural, B.M. (2021). Trade effects of geographical indications on turkish agricultural products and foodstuff. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 9(8), 1419-1425.
- Wang, S., Liu, H., Ren, P., Liu, Y., Yuan, M., & Shen, L. (2022). Research on marketing strategy of geographical indication agricultural products enterprises under the background of consumer psychology. *Psychiatria Danubina*, 34(suppl 4), 196-196.

- Yazıcıoğlu, İ., Sarıkaya, G. S., & Erol, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin kooperatifçilik sistemi içerisinde değerlendirilmesi. *Third Sector Social Economic Review*, 54(4), 1775-1787.
- Yenipınar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlı peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Zhan, H., Yu, J., & Zhang, A. (2021, December). Research on operating performance of farmer cooperatives' agricultural product with geographical indication under the background of rural revitalization. In *2021 3rd International Conference on E-Business and E-commerce Engineering* (pp. 208-212).
- Zhang, A., Zhan, H., & Yu, J. (2022, December). Study on quality and safety control of agricultural product with geographical indication of farmers' cooperatives. In *2022 International Conference on Artificial Intelligence, Internet and Digital Economy (ICAID 2022) 2022 International Conference on Artificial Intelligence, Internet and Digital Economy (ICAID 2022)* (pp. 966-977). Atlantis Press.

The Role of Cooperatives on Geographically Indicated Products: The Example of Bolu Mengen Cheese

Nihal KEMER

Bolu Abant İzzet Baysal University, Institute of Graduate Studies, Bolu/Türkiye

Aliye ÇİLAN AKIN

Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Tourism, Bolu/Türkiye

Extended Summary

Cheese has been among the indispensable values of tables from past to present. In ensuring the sustainability of these values, it is of great importance that producers act in an organized manner. Mengen and Villages Production and Marketing Cooperative is one of the cooperatives that can provide this organization and sell geographically indicated products.

Consumers are no longer satisfied with just healthy nutrition and the functionality of the products, but are also interested in the stages in which the products they buy are produced and how they are produced (Delorme et al., 2021:769). In this context, various product labels have been developed to inform consumers about the features of the product and to protect manufacturers against counterfeiting (Rupprecht et al., 2020:p.1). While geographically indicated products increase both their market share and recognition, they also protect the originality of the product and prevent the production of counterfeit products (Bahar et al., 2019: p.5).

Mengen is a district located in the northeast of Bolu, which has fifty-six villages connected to the district center, and its economy is based on forest production, agriculture and animal husbandry (Mengen District Governorship and Bolu Municipality, 2024). Mengen cheese is a product of the Mengen district of Bolu province. Mengen cheese, produced in Bolu's Mengen district with a low-fat and semi-hard structure using cow and sheep milk, is a cylindrical, light yellow cheese similar to kashar cheese. Mengen cheese can be consumed fresh, grilled or pan-fried.

The aim of the study is to identify the activities that Mengen Villages Production and Marketing Cooperative has carried out or intend to carry out to ensure the recognition of the geographically indicated Mengen cheese and to increase its production capacity, and to reveal their thoughts on this subject. Mengen and Villages Production and Marketing Cooperative was established with 11 partners in 2021 and continues its activities with 16 partners in 2024. The founding purposes of the cooperative include ensuring the recognition of geographically indicated Mengen cheese and increasing its production capacity. In this context, it is aimed to determine the opinions of the participants regarding the added value that the geographical indication registered Mengen cheese has gained since it started to be produced in the cooperative. Individuals who are partners of Mengen and Villages Production and Marketing Cooperative constitute the main mass of the research. Within the scope of the purpose of the research, case study analysis, one of the qualitative data research methods, was used to obtain data. A semi-structured questionnaire created by the researchers was used to collect data in the study.

To increase the recognition and production capacity of Mengen cheese, it was determined that the participants carried out activities such as reaching guests from outside the district and chefs working in hotels by opening stands at the Mengen cookery festival, taking part in the İzzet Baysal Memorial Days held every year in Bolu, participating in cheese-related fairs and tv programs, and advertising through their own social media accounts. However, it has

been determined that they have many goals that they intend to achieve as a cooperative in the future in order to increase the recognition and production capacity of Mengen cheese. Introducing a registration system for geographical indications, establishing a modern processing facility, meeting with renowned chefs, obtaining IFS (International Featured Standard- Food Standard) and BRC (British Retail Consortium) certificates, providing the necessary infrastructure to maintain the cold chain, focusing on zero waste practices, and selling via e-commerce are among these.

In the study, it was concluded that the geographical indication of Mengen cheese was effective in increasing the recognition and market share of the product. In the study, it was found that producing and selling geographically indicated products provides many advantages such as increasing regional income, providing fair competition, reducing migration, and encouraging local producers.

During the period when the research was conducted, it was determined that the activities carried out by the cooperative in increasing the production amount and recognition of Mengen cheese were very limited. The following suggestions have been made to increase the production capacity and recognition of Mengen cheese;

- Conducting R&D work to use Mengen cheese instead of world-renowned cheeses and sharing this information with chefs and restaurant managers who are renowned in their fields,
- Creating tasting menus for culinary experts and local visitors,
- Since Mengen cheese is a traditional product, retro marketing and relationship marketing methods should be applied in the marketing phase,
- Organizing workshops using Mengen cheese on local, national and international platforms with different recipes without compromising the traditional taste of the product,
- Ensuring the process of obtaining European Union geographical indication registration for Mengen cheese by carrying out R&D studies with the support of local governments.

Ek 1. Etik Kurul İzni



**Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu**

Aliye ÇILAN AKIN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği

Nihal KEMER
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği

Sayın Aliye ÇILAN AKIN, Nihal KEMER,

“COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERDE KOOPERATİFLERİN ETKİSİ: MENGEN PEYNİRİ ÖRNEĞİ” adlı İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna yapmış olduğunuz başvurunuz (Protokol NO. 2024/68) kurulumuzun 01.03.2024 tarihli ve 2024/02 toplantısında değerlendirilerek etik olarak **uygun bulunmuştur**. Bilgilerinize sunarız.