

Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Gastronomik Ürünlerin Tescil Belgesi Kullanım Düzeyinin Belirlenmesi¹

Determining the Level of Use of the Registration Certificate of Gastronomic Products with Geographical Indication Registration in the Aegean Region

Mustafa SANDIKCI²

İmran KAZAN³

Erdem BAYDENİZ⁴

Araştırma Makalesi / *Research Article*

Geliş Tarihi / *Received*: 18.03.2022

Kabul Tarihi / *Accepted*: 06.05.2022

Doi: 10.48146/odusobiad.1089969

Atıf / Citation: Sandıkçı, M., Kazan, İ. & Baydeniz, E., (2022). “Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Gastronomik Ürünlerin Tescil Belgesi Kullanım Düzeyinin Belirlenmesi” ODÜSOBİAD 12 (3), 2393 -2408 , Doi: 10.48146/odusobiad.1089969

Öz

Bu çalışmanın amacı Ege Bölgesi'ndeki coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyini belirlemektir. Çalışmanın evreni Ege Bölgesi'ndeki gastronomik ürünlere coğrafi işaret tescili almış kurum ve kuruluşlardan oluşmaktadır. Araştırma verileri 16.03.2021-17.04.2021 tarihleri aralığında 48 adet kurum ve kuruluştan toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak mülakat tekniğinden yararlanılmış olup, coğrafi işaretli ürünlerin tescillerinin firmalarca kullanım düzeyinin belirlemeye çalışılmasından ötürü tamsayım yöntemine gidilmiştir. Kurum ve kuruluşlardaki yetkililerin görevlerine bakıldığında; tarım danışmanı, tarım hizmetleri müdürü, akreditasyon sorumlusu, basın yayın müdürü, genel sekreter, genel sekreter yardımcısı, halkla ilişkiler uzmanı gibi görevlere sorular sorulmuştur. Konu ile ilgili alan yazın taraması yapılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme soruları 11 maddeden oluşmakta ve hazırlanan görüşme soruları e-posta yoluyla kurum- kuruluşların yetkili birimlerine gönderilmiş ya da telefon ile görüşme sağlanmıştır. Ayrıca e-posta veya telefon ile görüşme sağlanamayan kurumlara ait veriler Türk Patent ve Marka Kurumu web adresindeki ürün tescil bilgileri bölümünden alınmıştır. Araştırmada web sitelerinden kullanılan veriler ikincil veri kaynakları ve doküman-arşiv tarama tekniği ile elde edilmiş olup verilerin görselleştirilmesi için “Tableau ve Power BI” programlarından yararlanılmıştır. Görüşme sonrası elde edilen veriler doğrultusunda coğrafi işaretli ürünlerin tescillerinin firmalarca kullanım düzeyi şehirler bazında tablolar ile Görseller halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda Ege Bölgesi'ndeki coğrafi işaret ürün tesciline sahip 96 gastronomik ürün envanteri belirlenmiş olup, Mayıs 2021 tarihi itibarıyla 696 firma tarafından bu ürünlerin kullanıldığı belirlenmiştir. Coğrafi işaret tescili alınan ürünlerin üretici, satıcı ya da pazarlayıcı firmalarına bilgilendirme ve tanıtım yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, Ege Bölgesi, Tescil Belgesi, Gastronomik Ürün, İşletme.

¹ Bu araştırmanın etik kurul izni Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma Ve Yayın Etiği Kurulunun 16.04.2021 tarih ve 2021/167 nolu kararı ile alınmıştır.

²Sorumlu Yazar, Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, E-mail: sandikcimustafa@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1437-2484

³ Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Bozkır Meslek Yüksekokulu, E-mail: ikazan@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-6202-7178

⁴Doktorant, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, E-mail: erdembydeniz@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1003-0521



Abstract

The aim of this study is to determine the level of use of the registration certificate of gastronomic products with geographical indication registration in the Aegean Region. The universe of the study consists of institutions and organizations that have registered geographical indications for gastronomic products in the Aegean Region. Research data were collected from 48 institutions and organizations between 16.03.2021 and 17.04.2021. The interview technique was used as a data collection tool, and the full enumeration method was used to determine the level of use of the registrations of geographically indicated products by the companies. Considering the duties of the authorities in institutions and organizations, questions were asked to officials including agricultural consultant, agricultural services manager, accreditation officer, press director, general secretary, assistant general secretary, and public relations specialist. A semi-structured interview form was prepared by scanning the literature on the subject. The interview questions consist of 11 items and the prepared interview questions were sent to the authorized units of the institutions-organizations via e-mail or interviews were made by phone. In addition, the data of the institutions that could not be contacted by e-mail or telephone were obtained from the product registration information section of the Turkish Patent and Trademark Office web address. The data used from the websites in the research were obtained by secondary data sources and document-archive scanning technique, and "Tableau and Power BI" programs were used to visualize the data. In line with the data obtained after the interview, the level of use of the registrations of geographically indicated products by the companies was presented and interpreted in the form of tables and graphics on the basis of cities. As a result of the study, 96 gastronomic product inventories with geographical indication product registration in the Aegean Region were determined, and it was determined that these products were used by 696 companies as of May 2021. It is recommended to inform and promote the products with geographical indication registration to the manufacturers, sellers or marketers.

Keywords: Geographical indication, Aegean Region, Registration Certificate, Gastronomic Product, Business.

Giriş

Dünyadaki farklı endüstriler küreselleşmenin getirdiği olanaklarla çeşitli ürünün üretme imkânı bulmuş ancak daha fazla kar elde etmeye çalışan işletmelerden dolayı geleneksel yerli üretim ürünler yerine doğallığı bozulmuş ürünlerin üretimi artmıştır. Hal böyle olunca zamanla tüketicide sağlıksız tüketim algısı oluşturduğundan yöresel ürünlere tekrar dönme ve onlara sahip düşüncesi önem kazanmaya başlamıştır (Orhan, 2010: 243). Bu doğrultuda coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye has olan, sahip oldukları bilinirliği ve kalitelerini buldukları yerin doğal koşulları ve bölgesel özelliklerinden alan ürünler olarak tanımlanan yöresel ürünlere son zamanlarda talep hızla artmaktadır (Schneider ve Ceritoğlu, 2010: 30). Yapılan bazı yasal düzenlemeler, yerel kültürün önemli bir parçası olan, bu ürünleri üretendenin pazarda karşı karşıya kalabilecekleri haksız rekabetten korumak ve ürünlerin taklit edilmelerinin önüne geçilmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda yöresel olarak değerlendirilen ürünler uluslararası platformlarda coğrafi işaretler uygulaması ile korunmaktadır. Belli yöreye özdeşleşmiş yöresel ürünlerin ait olduğu bölge ile aralarında özel bir bağ bulunmaktadır ve bu yasal düzenlemeler bu bağın devam etmesine yönelik çalışmalar da sayılabilir (Tekelioğlu ve Demirer, 2008). Türkiye iklim zenginliğine sahip olmasıyla bağlantılı olarak büyük bir biyoçeşitliliğe ve özellikle zengin tarımsal ürün çeşidine sahiptir (Ekoiç, 2012). Kültürel ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını sağlamak, yöresel ürünlere bir yandan değer kazandırmak bir yandan da kırsal kalkınmanın desteklenmesine katkı sağlayacaktır.

Yöresel ürünleri koruyabilmek amacıyla coğrafi işaretler sisteminin kurulması da bu doğrultuda yapılan çalışmalardandır (Yucita, 2021). Türkiye’de coğrafi işaretin kullanılmaya başlandığı ilk yıllarda gastronomiye ilişkin işaretler çok az sayıda iken sonraki yıllarda gastronomi alanındaki coğrafi işaretler artış göstermiş olduğu ve hatta son verilere göre coğrafi işaretlerin genel dağılımına bakıldığında; en fazla coğrafi işaretin gastronomik ürünlerde olduğu görülmektedir (TPMK, 2021).

Coğrafi ürünlerin coğrafi işaret tesciline sahip olması onların katma değerlerinin artmasına yol açacak, buldukları bölge özelinde ülke ekonomisine de önemli katkı sağlamasının yanında özellikle Gastronomik ürünlerin marka kimliğinin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret kullanımı ürünlerin ait olduğu bölgenin yiyecek-içecek kültürlerinin özgünlüklerini (Diker ve Deniz, 2017: 191), gelecek nesillere aslına uygun bir şekilde aktarılmasını da sağlamaktadır. Bu doğrultuda coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerin tescil belgelerinin firmalarca kullanımı büyük önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesini kullanım düzeyinin bilinmesine ve tescil belgesi kullanacak firmaların farkındalığının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Coğrafi İşaret Kavramı

Coğrafi işaret, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından belli bir özelliği, tanınırlığı veya farklı başka özellikleri açısından kökence ait olduğu bölge, alan, yöre veya ülkeye has hale gelmiş bir ürünü gösteren işaret olarak tanımlanmaktadır (TPMK, 2021). Sınai Mülkiyet Kanununda (10.01.2017) coğrafi işaret; sahip olduğu kendine has özellikleri, şöhreti ile kaynaklandığı alan, ülke ile bütünleşmiş ürünleri belirten işaretler şeklinde tanımlanmıştır. Coğrafi işaret korumasına dâhil edilecek ürünler arasında; natürel ve beşerî niteliklerin bir arada olduğu el sanatları, gıda, maden ürünleri, tarım ile ilgili kanunda yer alan şartları barındıran sanayi ürünleri yer almaktadır. Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights-TRIPS) anlaşmasının 22–24 arası maddeleri coğrafi işaretleri uluslararası alanda korunmasını içermektedir (WIPO, 2021).

Türkiye’de coğrafi işaretlerin korunmasına 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (K.H.K.) ile başlanmıştır. Daha sonra bu KHK 22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Kanunun 191 inci maddesiyle yürürlükten kaldırılmıştır. Yerine 10 Ocak 2017 tarihinde marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin hakların korunması ve bu suretle teknolojik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesine katkı sağlamak üzere geliştirilmesine katkı sağlamak üzere 6769 sayılı Sınai Mülkiyet kanunu çıkarılmıştır. Bu kanun marka, coğrafi işaret, tasarım, patent, faydalı model ile geleneksel ürün adlarına ilişkin başvuruları, tescil ve tescil sonrası işlemleri ve bu hakların ihlaline dair hukuki ve cezai yaptırımları kapsamaktadır (SMK, 2017).

Coğrafi işaretlerin işlevleri asli ve tali fonksiyonlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Asli fonksiyonlar; ayırt etme işlevidir ve köken belirleme işlevi, kalite ve garanti gösterme işlevi ve reklam işlevlerini yerine getirmektedir. Tali işlevi ise; geleneksel, kültürel bilgiyi, değerleri korumayı, ülke tanıtımına katkıda bulunmayı, yerel kalkınmayı sağlamak ve göçü önlemek amaçlanmıştır (Yürekli, 2015: 51-55). Coğrafi işaretlemenin başlıca amaçları şu şekilde sıralanabilir (O’neil ve Xiao, 2006: 212; Kezer, 2013; Üner, 2014):

- Yerel üretimin devamlılığını sağlamak



- Coğrafi bölgeden ya da belli yerel özellikler bakımından tanınmış ürünlerin korunmasını sağlamak,
- Ürün üretim standartları, kalitesi ve niteliği korunmak,
- Coğrafi işaretleme ürünün korunmasını sağlamak,
- Ülkenin kültürel değerlerinin korunmasına yardımcı olmak,
- Coğrafi işaret almış ürün ait olduğu alanın tanınırlığını sağlayarak bölgeyi turistler için çekici kılmak,
- Üretimi arttırarak yöre insanına istihdam kapısı açmak,
- Coğrafi işaretleme ile üretici korunabilmek,
- Coğrafi işaretleme söz konusu ürünlerde olması gereken özellikleri barındırmayan ve bundan dolayı tüketicilerin de yanılmasını engellemek,
- Haksız kazanç sağlanması önlenememek,
- Milli ve kültürel varlıkların korunması sağlamak
- Coğrafi işaretleme ile ürünlerin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtmak,
- Turizm gelirlerini arttırmak.

Coğrafi işaret, piyasadaki ürünleri taklit ve sahtelerine karşı korumakta böylece haksız rekabetin de önüne geçmekte bir araç olarak kullanılmaktadır. Her bir ürünün kökeni onu diğerlerinden ayıran bir özellik kazandırdığından bu ürünlerin yasa dışı ve izinsiz olarak kullanımlardan korunması gerekmektedir. Taklit ve sahte kullanım da tüketiciler ve dürüst üreticileri olumsuz etkilemektedir (Tekelioğlu, 2016).

Yerel ve milli değer niteliğine sahip ürünler ve üretim yöntemlerini koruyan ülkeler bu sayede kültürel değerlerine sahip çıkmaktadır. Uluslararası piyasada yer edinebilmek için milli, manevi ve kültürel değerlere sahip çıkmak ön şart olarak görülmektedir Türkiye'nin tarihi, jeopolitik konumu ve kültürel değerlerinin zenginliği düşünüldüğünde coğrafi işaret tescilinin Türkiye için önemi açıkça görülmektedir (Tuncay, 2009: 49).

Türkiye'de en çok gastronomik ürünlere yapılan coğrafi işaretleme yöntemi; ürünlerin kalitesini ve güvenilirliğini kanıtlamaktadır (Karakulak, 2016: 1). Kalitesi kanıtlanmış olan coğrafi işaretli ürünler, tüketicilerin ürünlerle ilgili merak ettiklerini tıpkı markaların yaptığı gibi onlara sunduğundan, tüketicilerin araştırma süresini kısaltmakta ve bu süreç içindeki maliyetleri azaltmaktadır. Dolayısıyla coğrafi işaretleme tüketicilere önemli ölçüde kolaylık sağlayan bir araç olarak kabul edilmektedir (Tepe, 2008: 1-2).

Türkiye'de Coğrafi İşaret Türleri ve Coğrafi İşaret Tescil Süreci

Coğrafi işaret kavramı 'mahreç işareti' ve 'menşe adı' olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Bir ürünün tüm özellikler ya da temel nitelikleri belli bir coğrafi alana has olan doğal ve beşerî varlıklardan kaynaklanmakta ise bu durumdaki coğrafi işaretler "menşe adı olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamdaki ürünlerin üretiminden başlayarak işlenmesi ve diğer başka işlemlerinin hepsi belirlenen coğrafi alan sınırları çerçevesinde gerçekleşmelidir (TPMK, 2021). Mahreç işareti ise, bir ürünün üretim, işleme veya belirli niteliklerinden en az birinin ilgili coğrafyada gerçekleşmesi gereken ürünlerin aldığı

işaretler olarak bertilmektedir. Antep Baklavası, Hereke İpek Halısı mahreç işaretine örnek gösterilebilir. Mahreç işareti ve menşe adı ürünlerin üretimlerinin yapıldığı yerlerdeki farklılığı bu iki kavramı birbirinden ayıran en temel özelliğidir. Mahreç işareti ile tescillenmiş ürünlerin ve üretim aşamasında kullanılan hammadde ve üretim tekniklerin birebir buldukları coğrafi alana has olması ve ürünün aslına uygun kalitede üretilmesi en önemli noktadır. Menşe adına tescil alınmış ürünler buldukları coğrafi alan dışında üretimi yapılamayan ürünlerdir, ancak mahreç işaret ile tescilli ürünlerde bu zorunluluk yoktur, ürünler ait oldukları bölge dışında da üretilebilmektedir. Özetle, bir ürünü farklı ve tek kılacak özelliğini ait olduğu coğrafyadan alıyor ve üretimindeki süreç baştan sona o bölgede yapıyorsa o ürün menşe adı ile tescillenebilir. Ancak ürünün üretimi sırasında işlemlerin bazıları o coğrafi bölge dışında gerçekleşebiliyorsa o ürün mahreç işareti ile tescillenebilmektedir (Gökova, 2007: 144).

Geleneksel ürün adları kavramı, 2017 Mart ayında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yayımlanan Resmi Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Bülteninin 1. sayısında mevzuata girmiştir. Geleneksel ürün adları menşe adı veya mahreç işareti şeklinde değerlendirilemeyen ürünlerdir. Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili ile sadece o ürünü üreten belli bir üreticinin hakları değil, tescil belgesinde faaliyet gösteren ve üretimini belirlenmiş şartlara uygun üretim ve satış yapan tüm kişi ve kurumların haklarını korur (TPMK, 2021). Tescili alınan ürünler bireylerce daha fazla kabullenilebilecek, korunabilecek ve daha yaygın olarak kullanılacaktır (Ekinci Dağtekin, 2018: 853).

Türkiye’de coğrafi işaretlemeyi yürüten kurum Türk Patent ve Marka Kurumu’dur. Coğrafi işaret başvurusunu üretici olan gerçek veya tüzel kişiler, dernekler ve belediye ve sanayi odası gibi kamu kurum ve kuruluşları yapabilmektedir. Coğrafi işaret tescil belgesinde ürün adı, koruma tarihi, tescil numarası, başvuru sahibi ve açık adresi, coğrafi işaret türü, ürün tanıtımı ve ayırt edici özellikleri gibi bilgiler yer almaktadır (TPMK, 2021).

Tescili alınmak üzere başvurusu yapılan coğrafi işaret veya geleneksel ürün kurum tarafından değerlendirmeye alınır. Gerekli görülmesi durumunda, bu alanda uzman kurum veya kuruluşların görüşlerine başvurulur. 6769 sayılı Kanun’da belirtilen şartları sağlayan başvurular bültende ilan edilmektedir. İlanın yayımı tarihinden itibaren üç ay içinde itiraz edilmezse, kayıt ücretinin ödendiği tarihten itibaren iki ay içinde ödenmek kaydıyla, yapılan itiraz nihai olarak reddedilir veya itirazın değerlendirme sonucu düzeltme başvurusu kayda alınır. Bildirim ve ödeme bilgileri aynı süre içinde kuruma gönderilir. Tescil edilen coğrafi işaret veya geleneksel ürün sicile tescil edilir ve tescil bilgileri haber bülteninde yayınlanır. (SMK, 2021).

Coğrafi işaretli ürünleri tescil ettiren kurum ve kuruluşlara bakıldığında en fazla oran ticaret ve sanayi odaları ve ardından en fazla tescil alan kurumun belediyeler olduğu görülmektedir. Bunların yanı sıra valilikler, kaymakamlıklar, dernekler, ticaret borsaları, kooperatifler, ziraat odaları, esnaf sanatkârlar odaları, kalkınma ajansları, meslek odaları, Tarım ve Orman Bakanlığı, vakıflar, üretici birlikleri de coğrafi işaret tescili için başvuru yapan kurumlardır.

Türkiye biyolojik çeşitlilik bakımından Avrupa ve Orta Doğu’daki en zengin ülkelerdendir, Avrupa’da biyolojik çeşitlilik açısından dokuzuncu sırada yer almaktadır. Türkiye farklı iklim, flora ve fauna



özelliklerine sahip 7 coğrafi bölge ve dünyanın en önemli üç ekolojik bölgesine (Akdeniz, Avrupa Sibiryası ve İran-Turan) sahip bir ülkedir (Demirayak, 2002: 5). Türkiye iklim zenginliğine sahip olmasıyla bağlantılı olarak büyük bir bio çeşitliliğe ve zengin tarımsal ürün çeşidine de ev sahipliği yapmaktadır. Avrupa kıtasının 12 bin bitki türünün 9 bini ülkemizde bulunmakta ve bu türlerin %30'unu Türkiye'nin endemik bitkileri oluşturmaktadır. Bu zengin çeşitlilik beraberinde büyük bir Coğrafi İşaret potansiyelini doğurmaktadır (Ekoiq, 2012).

Mayıs 2021 itibari ile Türkiye'nin coğrafi işaretli ürün toplam tescil sayısı 743, işlemlerine devam eden toplam başvurusu sayısı 735'tir. Tescili alınmış coğrafi işaretli ürünlerin 471 adedi (%63,4) gastronomik ürün kapsamındadır. Yıllara göre bakıldığında, yıllar geçtikçe coğrafi işaretleme sisteminin de öneminin arttığı görülebilmektedir. Özellikle 2016 yılından itibaren coğrafi işaretleme sisteminde önemli bir artış istatistiklerde göze çarpmaktadır. Coğrafi işaretleme sistemini oluşturan ürünlerin dokumalar, halı-kilimler, dokuma dışında kalan el işleri ve çeşitli şekillerde gruplanmış yiyecek ve içeceklerden oluştuğu görülmektedir. Bu ürünlerin çoğunu gastronomi ürünlerinin oluşturduğu istatistiklerden görülebilmektedir (TPMK, 2021). Buradan hareketle gastronomik ürünlerin Türkiye ve Türkiye turizmi için önemli olduğu söylenebilir.

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Literatür incelendiğinde coğrafi işaretli ürünlerin turizme katkısını belirlemek üzere (Mercan ve Üzülmüş, 2014; Karakulak, 2016; Demirkol ve Şahinoğlu, 2016) yapılmış araştırmalar mevcuttur. Turizm ile gıda tüketimi arasında doğan ilişki gastronomi turizmi olarak ifade edilmektedir (Kumar, 2019: 2). Gastronomi turizmi; yiyecek üretim yerlerini, restoranları, yiyecek kökenli festivalleri ve bazı özel yiyeceklerle ilgili özel yerleri ziyaret etmeyi, özel bir yemeği tatmayı, yiyeceklerin üretim ve hazırlık süreçlerini yerinde izlemeyi veya ünlü bir şefin yaptığı özel bir yemek yemeyi veya onun nasıl yapıldığı gibi faaliyetleri içerir (Sormaz vd., 2015; Yüncü, 2010). Gastronomi turizmine katılan turistlerin belirledikleri destinasyonu tercih etme motivasyonunun en başında o bölgeye mahsus olan yemekler gelmekte bu da yöresel değerlere verilen önemi artırmaktadır (Aykut ve Güleç, 2020).

Turistler için önemli bir seyahat motivasyonu haline gelen ve son zamanlarda oldukça yoğun bir şekilde tercih edilen gastronomi turizmi, sürdürülebilirliğin önemini de artırmıştır (Akdağ vd., 2016: 273). Gastronomi turizminin sürdürülebilir olmasında özellikle yerel gastronomik mirasın korunması ve yerel halka destek verilerek yerel ekonomik kalkınmanın sağlanması önemlidir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi başka bir ifadeyle, tarımsal yiyecek ürünleri, geleneksel ve yöresel gastronomi öğelerine ve kırsal alanlara bir eğilimi olarak belirtilebilir (Durlu-Özkaya vd., 2013). Coğrafi işaret tescilini almış bir ürün, belli özellikleri barındırdığından ve belirlenen standartlara ulaşmış olmasından sürdürülebilirlik bakımından gerekli olan en önemli unsurlara sahip olduğu söylenebilir. Coğrafi işaret tescili uygulaması ürünlerin üretim yöntemleri koruma altına alınması esasına dayandığından sürdürülebilirliklerinin sağlanmasına büyük katkı sağlamaktadır. Buradan hareketle gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme arasında yakından bir ilişki olduğu söylenebilir (Kan vd.,2012). Coğrafi işaretli ürünler, alternatif bir turizm çeşitlerinden gastronomi turizmine önemli katkılar sunmaktadır. Gastronomi turizmi, turizm faaliyetlerinin yapıldığı destinasyonda sadece belli zaman diliminde değil tüm yıl içine yayılması açısından önemli görülmektedir. Özellikle kırsal kesimindeki gastronomi turizmi faaliyetlerini

gelişmesinde coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliklerinin artmasının ilgili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca gastronomi turizminin fazlaca kişi tarafından ilgi görmesi özellikle kırsal bölgelerin gelişimine hem bulunduğu bölgenin hem de tüm ülkenin ekonomisinin büyümesine destek verdiği bilinmektedir (Tepe, 2008: 26).

Yöntem

Türkiye'nin verimli toprakları, uygun yağış ve iklim koşulları, çok çeşitli ürünlerin yetiştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu ürünlerin pek çoğu yüksek endemizm düzeyine sahip ürünler olduğundan korunması ve gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Türkiye aynı zamanda köklü tarihinde çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış, bu sayede coğrafyamızda önemli geleneksel farklılıklar oluşmuştur. Gastronomi açısından düşünüldüğünde de ülkemizin sahip olduğu bio çeşitlilik ve zengin kültür birikimi yöresel ürünlerin sayısına önemli katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretleme uygulaması; özellikle yöresel ürünlere kalite standardı oluşturması, ürünlerin orijinalliklerinin korunması ve sürdürülebilmesi için eşsiz bir uygulamadır. Yöresel ürünlere alınan coğrafi işaret tescillerinin öneminin yerel halk tarafından bilinmesi ürünlerin korunması açısından büyük önem taşımaktadır. Tescillerin firmalarca kullanılması ürünlerin tanıtımlarının yapılmasına, ürünlerin yaygın olarak kullanılmasına, firmaların satış hacminin genişlemesine ve ürünün bulunduğu şehrin bilinirliğinin artmasına yol açtığı bilinmektedir. Firmaların ürün tescillerini kullanma düzeylerinin yüksek olması bu açıdan önemli görülmektedir.

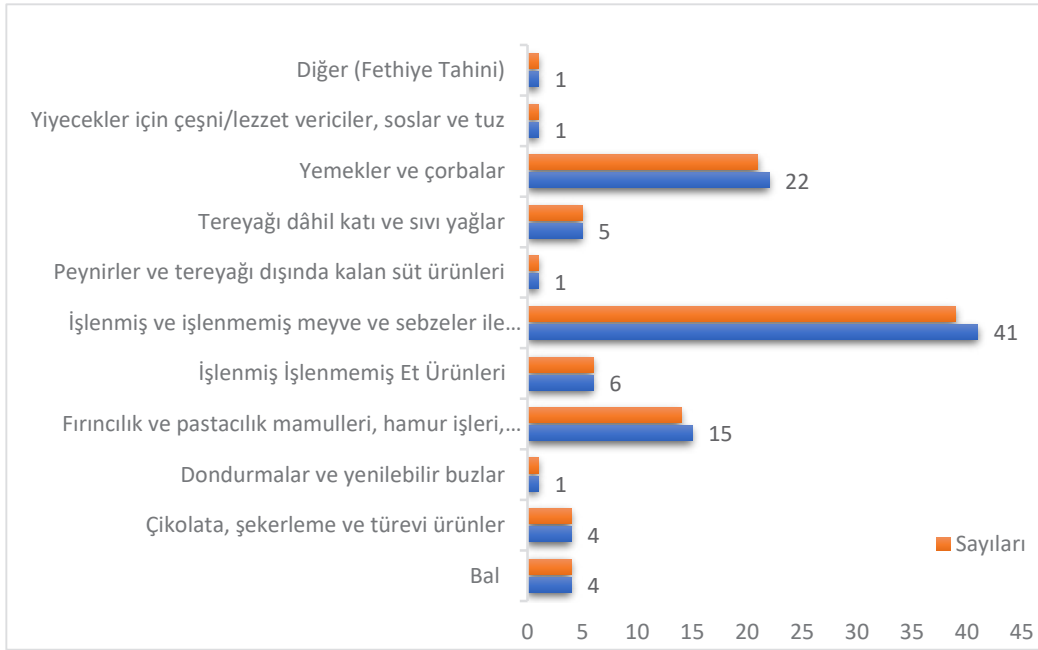
Bu çalışmanın amacı Ege Bölgesi'nde coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyini belirlemektir. Çalışmanın evrenini Ege Bölgesi'nde gastronomik ürünlere coğrafi işaret tescili almış 48 adet kurum ve kuruluş oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak mülakat tekniğinden yararlanılmış olup, coğrafi işaretli ürünlerin tescillerinin firmalarca kullanım düzeyinin belirlenmeye çalışılması olduğundan tamsayım yöntemine gidilmiştir. Tamsayım yöntemi bir anket, bir görüşme ya da benzeri tekniklerin, araştırma evrenini oluşturan tüm öğelerden her birinden tek tek ve eksiksiz veri toplanması yöntemidir (Baştürk ve Taştepe, 2013: 132). Konu ile ilgili alan yazın taraması yapılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Çalışma Ege Bölgesi'ndeki illerin gastronomik ürünlere tescil almış kurumlar, Türk Patent ve Marka Kurumu'ndaki verilere göre belirlenmiş ve kurumlardaki yetkililerin görevlerine bakıldığında; tarım danışmanı, tarım hizmetleri müdürü, akreditasyon sorumlusu, basın yayın müdürü, genel sekreter, genel sekreter yardımcısı, halkla ilişkiler uzmanı gibi görevlilere sorular sorulmuştur. Görüşme soruları 11 maddeden oluşmakta ve hazırlanan görüşme soruları e-posta ya da telefon görüşmesi ile veriler toplanmıştır. Araştırma verilerini Ege Bölgesi'nde gastronomik ürünlere coğrafi işaret tescili almış 48 adet kurum ve kuruluştan toplanmıştır. E-posta veya telefon ile görüşme sağlanamayan kurumlara ait veriler Türk Patent ve Marka Kurumu web adresindeki ürün tescil bilgileri bölümünden alınmıştır. Web sitelerinden alınan veriler Excel formatına dönüştürmüş ve veri görselleştirme tekniği olan "Tableau ve Power BI" interaktif yazılım programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin görselleştirilmesinde graph, packed bubbles teknikleri tercih edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünlere alınmış tescilin firmalarca kullanım düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmanın araştırmasının yapıldığı dönemde dünya çapında yaşanan salgının etkisiyle bazı kurum ve kuruluşlar zorunlu kapanmaya gittiğinden yetkililere ulaşma konusunda sorunlar yaşanmıştır. Verilerin toplanması aşamasından önce Afyon Kocatepe

Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan onay alınmıştır. Araştırma için veriler 16.03.2021-17.04.2021 tarihleri arasında toplanmıştır. Görüşme sorularının araştırmaya katılan katılımcılarca büyük ölçüde doğru bir şekilde anlaşıldığını ve katılımcıların pek çoğu tarafından bağlı oldukları kurumu temsil edecek şekilde cevaplandığını söylemek mümkündür.

Çalışmada evren olarak belirlenen Ege Bölgesi'nde İzmir, Manisa, Aydın, Muğla, Denizli, Kütahya, Uşak, Afyonkarahisar olmak üzere 8 il bulunmaktadır. Bu illerin coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünleri incelenmiştir.

Bulgular

Bu çalışmadaki verileri toplamak için görüşme yapılan kurum ve kuruluşlardaki yetkililere yöneltilen 11 adet görüşme sorusu sorulmuş olup ilki "Kurumunuz tarafından kaç tane gastronomik ürüne coğrafi işaret alınmıştır? Bu ürünler hangileridir" maddesine verilen cevaplar ve TPMK web sitesinde yer alan bilgiler doğrultusunda Ege Bölgesi illerindeki 127 ürüne coğrafi işaret tescili alındığı görülmüştür. Bu ürünlerin %75'ini gastronomik ürünler oluşturduğu bulunmuştur. Coğrafi işaret tescili alınmış gastronomik ürünlerin ürün gruplarına göre yüzde dağılımı Görsel 1'de gösterilmektedir.

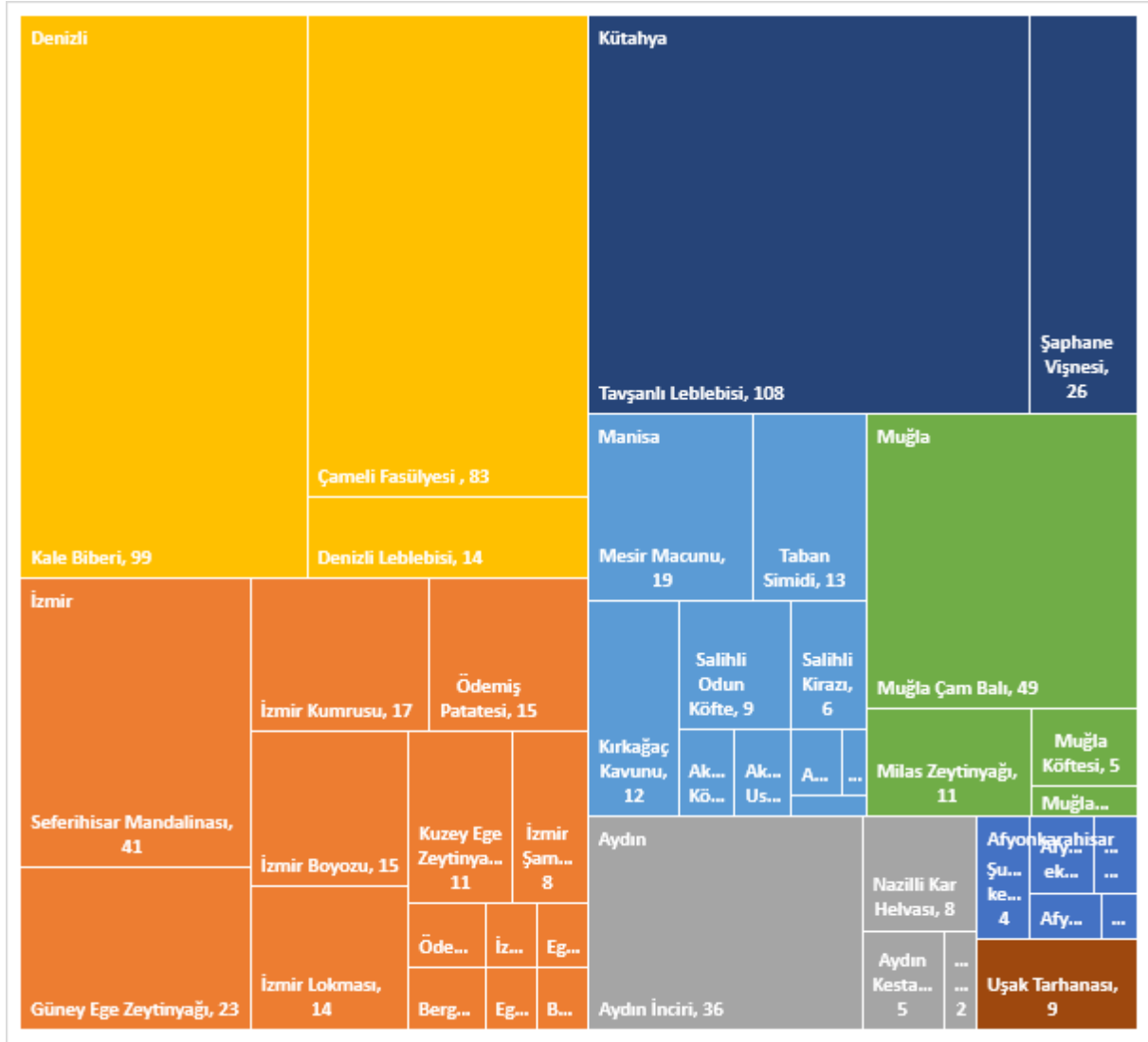


Görsel 1: Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaret Tescili Alınmış Gastronomik Ürünlerin Ürün Gruplarına Göre Yüzde Dağılımı

Ege Bölgesi'nde coğrafi işaret tescili alınmış gastronomik ürünlerin ürün gruplarına göre yüzde dağılımına bakıldığında en yüksek yüzdenin %41 ile işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlarda olduğu, %22 ile yemekler ve çorbaların ikinci en yüksek orana sahip grup olduğu görülmüştür. En düşük orana sahip ürün grubu olarak dondurmalar ve yenilebilir buzlar (Nazilli kar helvası) %1, yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz grubu %1 (Denizli Kekiği) ve diğer kategorisi (Fethiye Tahini) %1 ile en düşük yüzdeye sahip ürün gruplarıdır.

Tablo 1: Ege Bölgesi İllerinde Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünler

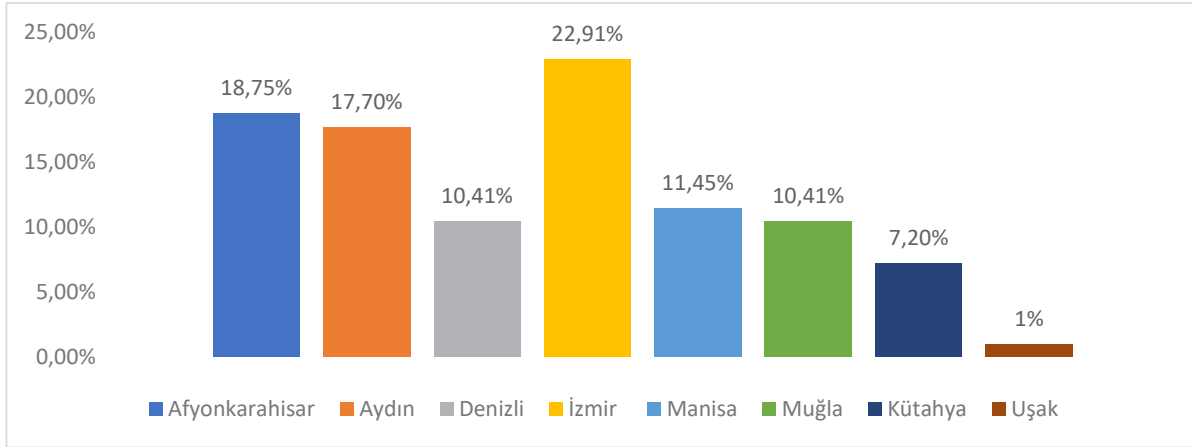
İZMİR	AFYONKARAHİSAR	MANİSA	AYDIN	DENİZLİ
Bergama Kozak Çam Fıstığı	Afyon Ağzıaçığı	Akhisar Domat Zeytini,	Aydın Kestanesi,	Babadağ Kekik Balı,
Bornova Kınalı Bamyası	Afyon Bükmesi	Akhisar Köfte,	Aydın Memecik Zeytini,	Buldan Kestanesi,
Bornova Misket Üzümü	Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı	Akhisar Uslu Zeytini,	Aydın Memecik Zeytinyağı,	Denizli Kekiği,
Bozdağ Kestane Şekeri	Afyon Kaymağı	Demirci Hünnabı,	Aydın Yamalak Sarısı Zeytini,	Denizli Leblebisi,
Ege Sultani Üzümü	Afyon Kebabı	Kula Leblebisi,	Aydın İnciri,	Denizli Çalkarası Üzümü/Denizli Çalkarası, Honaz Kirazı,
Ege İnciri	Afyon Lokumu	Kırkağaç Kavunu,	Bozdoğan Cevizli Sucuğu,	Kale Biberi,
Gümüldür Mandalinası	Afyon Pastırması	Manisa Mesir Macunu,	Dalama Tandırı,	Tavas Baklavası,
Güney Ege Zeytinyağları	Afyon Patlıcan Böreği	Manisa Sultani Çekirdeksiz Üzümü, Taban Manisa Simidi,	Dedebağ Keşkeği,	Çameli Fasulyesi,
Kavacık Üzümü	Afyon Sucuğu	Salihli Kirazı,	Dikmen Çiçek Balı / Dikmen Kekik Balı,	İsabey Çekirdeksiz Üzümü
Kemalpaşa Kirazı	Afyon Velense Hamur Aşı / Afyonkarahisar Velense Hamur Aşı	Salihli Odun Köfte	Karacasu Pidesi,	KÜTAHYA
Kuzey Ege Zeytinyağları	Afyon İlibada Sarması/İlibada Dolması	MUĞLA	Nazilli Kar Helvası,	Kütahya Bitli Helva,
Seferihisar Mandalinası	Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği	Bodrum Mandarinini	Nazilli Pidesi,	Kütahya Cimcik Aşı/Kütahya Cimcik,
Tire Şiş Köfte	Afyonkarahisar Çullama Köfte	Kavaklıdere Cevizi	Ortaklar Çöp Şiş, Sultanhisar	Kütahya Köpük Helvası, Kütahya Kızılıcık
Urla Sakız Enginarı	Emirdağ Güveci	Marmaris Çam Balı	Çileği,	Tarhanası,
Çeşme Kavunu	Sultandağı Gilli Kirazı	Milas Tepsi Böreği	Çine Köftesi,	Paşa Helvası,
Ödemiş Köftesi	Sultandağı Kirazı	Milas Yağlı Zeytini	İncirliova Deve Sucuğu	Tavşanlı Leblebisi,
Ödemiş Patatesi	Çay İlçesi Vişnesi	Milas Zeytinyağı	Germencik Ekşili Tavuk,	Şaphane Vişnesi
Ödemiş Çekişte Zeytinyağı	Şuhut Keşkeği	Muğla Göce Tarhanası		
İzmir Boyozu	UŞAK	Muğla Köftesi		
İzmir Kumrusu	Uşak Tarhanası	Muğla Saraylısı		
İzmir Lokması		Muğla Çam Balı		
İzmir Şambalisi				



Görsel 2: Tescilli Kullanılan Ürünler ve Kullanan Firma Sayısı

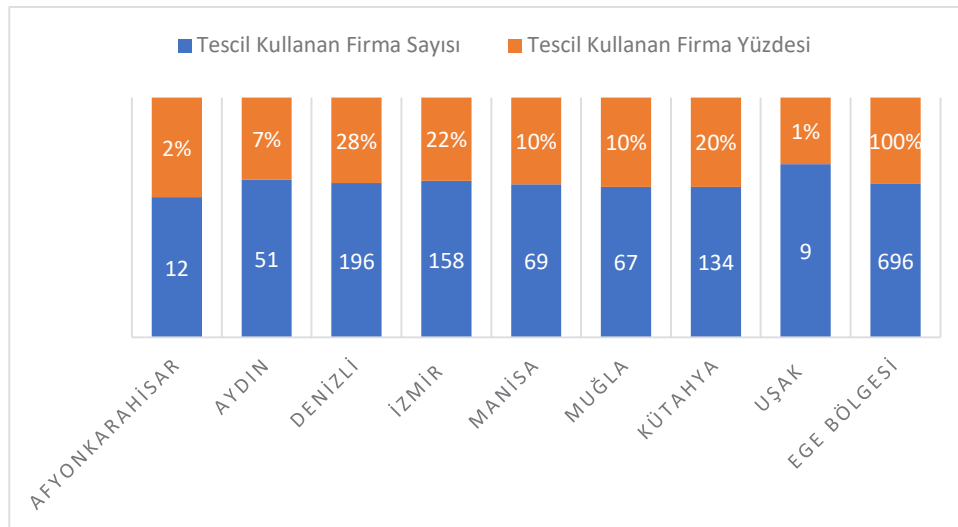
Ege Bölgesi'nde coğrafi işaretli ürünlerden toplamda 696 kullanım onayı alan işletme bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürün kullanımının en fazla olduğu il 196 işletme ile Denizli ili, bunu 158 işletme ile İzmir ili takip etmektedir. Coğrafi işaretli ürün kullanımının en düşük olduğu il ise sadece 1 ürüne sahip olan ve 9 işletme tarafından kullanım onayı alınan Uşak ili olarak belirlenmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerden edinilen verilere göre firmaların bu ürün tescillerini kullanmalarında farklı faaliyet tipleri olduğu görülmüştür. Mülakat katılımcıları tarafından bu faaliyetler üretim, piyasa arzı, pazarlama, dağıtım ve satış olarak belirtilmiştir.

Tescilli kullanan firma sayıları ürün bazında incelendiğinde, tescilin firmalarca en yüksek kullanım oranı Kütahya ilindeki “Tavşanlı Leblebisi” olduğu belirlenmiştir. Bu ürünün tescilini kullanan 108 firma bulunmaktadır. Denizli'nin “Kale Biberi” 99 firma ve “Çameli Fasülyesi” 83 firma ile Denizli ilini takip etmektedir. Mülakat katılımcılarının tamamı firma sayılarını artırmak için işletmelere coğrafi işaretlerin amacını ve önemini anlatan tanıtımların yapıldığını ve ilerleyen zamanlarda daha farklı amaçlara hitap eden etkinlikler düzenleneceğini belirtmişlerdir.



Görsel 3: Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaretleme Yapılan Gastronomik Ürünlerin İllere Göre Yüzde Dağılımı

Katılımcılara “Tescili alınmış olan coğrafi işaretli gastronomik ürünü marka tescilini kullanan firma var mı?”, “Eğer varsa kaç çeşit ürün veya hangi ürünler için var?” ve “Bu kapsamda kaç firma mevcut?” soruları yönlendirilmiş ve aynı zamanda TPMK web sitesinde yer alan veriler ile birlikte Ege Bölgesi illerindeki coğrafi işaretli ürünlerin tescilinin firmalarca kullanımlarının illere göre dağılımı bulunmuştur. Görsel 3'te belirtilen Ege Bölgesi'nde coğrafi işaretleme yapılan gastronomik ürünlerin illere göre yüzde dağılımına bakıldığında en fazla yüzdeye sahip ilin İzmir, en az yüzdeye sahip ilin ise Uşak olduğu belirlenmiştir.



Görsel 4: Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Tescillerini Kullanan Firmaların İllere Göre Sayısal Dağılımı



Görsel 4'te Ege Bölgesi'nde coğrafi işaretli ürünlerin tescillerini kullanan firmaların illere göre sayısal dağılımı incelendiğinde en fazla tescil kullanan firmaların Denizli ilinde olduğu en az ise Uşak ilinde olduğu belirlenmiştir. Ege Bölgesi'nde tescil kullanan firma sayısı 696 adet olarak belirlenmiştir.

Katılımcılara sorulan, "Firmaların marka tescilini alma sebebini biliyor musunuz? Firmaların marka tescilini alması sonrasındaki satış hacminde değişim hakkında bilgi sahibi misiniz?" sorularına; üreticilerin her geçen gün ürün hacmini genişlettiği, buradan hareketle satış hacminin genişlediği söylenebileceği ifade edilmiştir. Katılımcılar satış hacminin ne kadar genişlediğine dair bilgi veremeseler de pek çok ürünün tescilini kullanan firmaların büyüdüğü ifade edilmiştir.

"Firmaların marka tescilini almasıyla birlikte sizce şehrin marka bilinirliğinde olumlu etki olmuş mudur?" sorusu, görüşülen tüm yetkilerce olumlu karşılanan görüşme sorusu olmuştur. Yetkililer ürünlerin isimlerinde bölgenin, ilin veya ilçenin isminin de kullanılması ile tanınırlığının sınırların dışına ulaştığını kabul etmektedirler. "Coğrafi İşaretli ürün başvuru sürecinde olumsuz yanıt alınan gastronomik ürün mevcut mudur? Varsa yeni düzenlemelerle tekrar başvuru düşünülüyor mu?" sorusu için görüşme yapılan kurumlardan 3 tanesi evet cevabını vermiştir. Ancak olumsuz yanıt aldıklarını ürün için ileride tekrar başvuru yapabileceklerinden dolayı ürün ismi ve detayını vermek istememişlerdir. "Başvurusu yapılmış, tescil bekleyen ürün var mı?" maddesi için toplamda 69 ürün olduğu belirlenmiştir. "Coğrafi İşaretli Ürün kapsamında başvurulması planlanan gastronomik ürün mevcut mudur?" maddesine görüşme sağlanan kurumlardan 8 tanesi salgından kaynaklı hem ürünlerin araştırılması hem de yeni ürünlerin başvurularının hazırlanmasında gecikmeler olduğunu ifade etmiştir. Ancak olumsuzluklara rağmen başvurusu yapılabilir nitelikte ürünler üzerine araştırma yaptıklarını belirtmişlerdir. Görüşme yapılan kurum ve kuruluş yetkililerinin hepsi hem uzun hem kısa vadede yaptıkları planlar arasında coğrafi işaret tescili alma planı bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Küreselleşme ile birlikte dünya düzeni hızla değişmekte ve bu durum şehirlerin özgünlüğünü giderek azaltmaktadır. Oluşan bu aynışmaya karşı koymak ve şehirlerin kendilerinde olan farklılıkları, özgü değerleri ön plana çıkarmaları gerekmektedir. Şehirleri özgün kılan bazı değerler ise kentin kültürü, kendine özgün tatları ve sahip oldukları doğal çevresidir (Budak ve Kavanoz, 2019: s. 137). Bu bağlamda şehirlerin diğer şehirlerden ayıran, fark yaratan ürünlerinin olması, bu ürünleri tanıtırken koruma altına alınması elzemdir. Bu durum coğrafi işaretli ürün uygulama faaliyetleri yürüten şehirlerde daha fazla önem arz etmektedir. Coğrafi işaretli ürünler, üretildiği bölgelerin bilinirliğinin artmasına önemli katkı sunmaktadır. Bu bilinirlik sayesinde o yörede bulunan diğer ürünlere olan talepte artış sağlamaktadır. Bilinirlik ve talepteki artışlar bölgede bir ekonomik hareketlik doğurduğu gibi ülke çapında hatta kimi durumlarda uluslararası düzeyde bilinirlik bakımından olumlu etkiler de yaratmaktadır. Coğrafi işaretler, ekonomiye olan katkılarının yanı sıra belli şartları sağlayan üretici kişileri/firmaların ve tüketicileri de korumaktadır.

Coğrafi işaretleme uygulamasının yüksek oranda gastronomik ürünlere yapılması da göz önünde bulundurulursa sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından da coğrafi işaretli ürünlerin büyük önemi olduğu söylenebilir. Mercan ve Üzülmöz (2014) coğrafi işaretleme yöresel ürünlere ve yerel mutfakların

bilinirliğine etki edeceğinden, yerel ekonomiyi de desteklediğinden coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi yolu ile turizm için hem destekleyici hem de tamamlayıcı bir unsur olarak belirtmektedir.

Bu çalışmada Ege Bölgesi'nde bulunan illerin gastronomi alanı ile ilgili coğrafi işaret almış ürünlerin tescillerinin firmalarca kullanım düzeyi değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, Ege Bölgesi'nin gastronomi alanı ile ilgili toplamda 96 coğrafi işaretli ürününün tescilini Mayıs 2021 itibarıyla toplam 696 firmanın kullandığı görülmüştür. Bun firmaların Ege Bölgesi'nde yer alan şehirler bazında dağılımına bakıldığında ise firmaların %28'i Denizli, %22'si İzmir, %20'si Kütahya illerinin ürünlerine ait tescilleri kullandığı tespit edilmiştir. Ege Bölgesi'nde tescil kullanan firmaların %1 ve %2 oranı ile Uşak ve Afyonkarahisar illerinin ürün tescillerini kullandıkları belirlenmiştir. Bu doğrultuda Ege Bölgesi'nde coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin %18,75'ini barındırmasına rağmen ürünlerinin firmalarca kullanım oranı %2 olan Afyonkarahisar ili; ürünlerin %10,41'ini barındırmasına rağmen ürünlerinin firmalarca kullanım oranı %28 olan Denizli ili ve ürünlerin %7,2'sini barındırmasına rağmen ürünlerinin firmalarca kullanım oranı %20 olan Kütahya illeri özellikle dikkat çekici sonuçlar göstermiştir. Bölgenin tüm illerinin gelecek planlarında coğrafi işaretli ürünlerin sayısını artırma çabasının olduğu görüldüğünden coğrafi işaretlemenin kurumlarca önemli ölçüde dikkate alındığı söylenebilir. Planlara dâhil edilen ürünlerin tamamının gastronomik ürünler olması, coğrafi işaretli ürün çeşidinin ve bilinirliğinin artması gastronomi turizmini de olumlu yönde etkileyeceğini akla getirmektedir.

Bu çalışma verilerine göre coğrafi işaretlemenin firmalarca kullanım düzeyinin bazı şehirlerde ve ürünlerde desteklenmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda yöresel ürün ve değerler hakkında doğru ve güvenilir bilginin resmi kanallar tarafından tüketicilere iletilmesine imkân veren coğrafi işaret tescilinin üretici, satıcı ya da pazarlayıcı firmalarına bilgilendirme ve tanıtımlarının yapılması önerilebilir. Özellikle küçük ve orta ölçekli firmaların faaliyetlerini olumlu etkileyerek ekonomilerini canlandırabileceğinden firmaların stratejik planlarını yaparken bu ürünleri göz önünde bulundurmaları tavsiye edilebilir.

Araştırma ege bölgesi coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünler ile sınırlı kalmıştır. Aynı zamanda çalışmada tescil belgesi kullanım düzeyi belirlenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda araştırmacılar Türkiye'nin bütün illerindeki coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin envanterlerini inceleyebilir ve bu envanterlere ilişkin tescil belgesi kullanım düzeyleri belirlenerek alana katkı sağlayabilir. Ek olarak coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin yerel halk tarafından bakış açılarının nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılarak diğer çalışmalara katkı sağlanması önerilmektedir.

Yazar Katkıları

Çalışmaya 1. Yazar: %35, 2. Yazar: %33, 3. Yazar: %32 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

“Ege Bölgesi'nde Coğrafi İşaret Tesciline Sahip Gastronomik Ürünlerin Tescil Belgesi Kullanım Düzeyinin Belirlenmesi” başlıklı makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.



Kaynakça

- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü. ve Çetinsöz, B. C. (2016). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi İçin Yeni Bir Alternatif: *Surf & Turf. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 270-281.
- Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). Evren ve Örneklem, S. Baştürk (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (s.129- 159). Ankara: Vize Yayıncılık.
- Budak, S. ve Kavanoz, E. S. (2019). Küçük Yerleşimlerin Yerel ve Özgün Değerleriyle Öne Çıkarılma Süreci: Küreselleşme Çağında Kent Turizmi. *Siyasal: Journal of Political Sciences*, 28(2), 117-140.
- Demirayak, F. (2002). *Biyolojik Çeşitlilik-Doğa Koruma ve Sürdürülebilir Kalkınma, Aralık 2002, TÜBİTAK Vizyon 2023 Biyolojik Çeşitliliğin Korunması ve Sürdürülebilir Kalkınma Paneli*, 1-30.
- Demirkol, Ş. ve Şahinoğlu, Ş. (2016). *Gastronomi Turizmi ile Coğrafi İşaretlerin Entegrasyonunda Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, 17. Ulusal Turizm Kongresi, 20-23 Ekim 2016, Muğla: Sıtkı Koçman Üniversitesi, 1365-1374.
- Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Kars Kültürel ve Gastronomik Kimliğinde Kaz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38), 189-204.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ekinci Dağtekin, E. (2018). Coğrafi İşaret Olarak Diyarbakır Bazalt Taşı ve Tescili, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 851-860.
- Ekoiq, (2012), <http://ekoiq.com/cograf-i-isaretler-ve-surdurulebilirlik/>Erişim Tarihi:10.04.2021.
- Gökovalı, U., (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 93-101.
- Karakulak, Ç. (2016). *Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Kezer Ş. T. (2013). AB ve Türkiye'de Coğrafi İşaretler, Uzman Gözüyle, *Aylık Avrupa Birliği Bülteni*, 1 (4), 9-10.
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic Tourism- A Way of Supplementing Tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100-139.
- Mercan, Ş. ve Üzülmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 67-94.

- O'Neill, J. W. ve Xiao, Q. (2006). The Role Of Brand Affiliation In Hotel Market Value. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(3), 210-223.
- Orhan A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Üzerine Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 21, Sayı 2, Sayfa 243-254.
- Schneider K. G. ve Ceritoğlu, A. B. (2010). Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satınalma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi- İstanbul İlinde Bir Uygulama, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6, 29-52.
- SMK. (2021). 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (RG: 10.01.2017- 29944) Erişim tarihi: 13.04.2021.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E. ve Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Şimşek, A. ve Güleç, E. (2020). Coğrafi İşaretli Gastronomik Bir Ürün: Elâzığ Orciği, *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81.
- Tekelioğlu, Y. (2016). Coğrafi İşaretleme: Yöresel Ürünler, Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları, *Gastro Dergisi*, 59, 118-121.
- Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). *Küreselleşme Sürecinde Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretlerin Geleceği. Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye, Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı, Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Gazi Kitabevi, Ankara, 715-730.*
- Tepe, S. (2008). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri*. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- TPE. (2021). <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf;jsessionid=EB9AB9774D0318D8596ED011068F183C>. Erişim Tarihi:12.04.2021.
- Tuncay, M. (2009). *Coğrafi İşaretlerin Korunması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Üner E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- WIPO. (2021). https://www.wipo.int/geo_indications/en/ , Erişim Tarihi:13-04-2021.
- YUCİTA. (2021). <http://yucita.org/neden-yucita>. Erişim Tarihi:12.04.2021
- Yüncü, H. R. (2009). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. Ed: Salim Şengel, 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-34.
- Yürekli, D. (2015). *Coğrafi İşaretlerin Tescili ve Uygulama Sürecindeki Sonuçların Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Extended Abstract

Turkey's fertile soils, suitable precipitation, and climatic conditions allow a wide variety of crops to be grown. Since most of these products have a high endemism level, it is important to protect and transfer them to future



generations. Turkey has also hosted many civilizations in its deep-rooted history, thus creating important traditional differences in our geography. When considered in terms of gastronomy, our country's biodiversity and rich cultural accumulation significantly contribute to the number of local products. Geographical marking application is a unique practice to create a quality standard, especially for local products, and preserve and maintain the originality of the products. Knowing the importance of geographical indication registrations for local products by the local people is important to protect the products. It is known that the use of the registrations by the companies leads to the promotion of the products, the widespread use of the products, the expansion of the sales volume of the companies, and the increase in the awareness of the city where the product is located. Companies' high use of product registrations is considered important in this respect. This study aims to determine the registration certificate use of gastronomic products with geographical indication registration in the Aegean Region. The universe of the study consists of 48 institutions and organizations that have registered geographical indications for gastronomic products in the Aegean Region. The interview technique was used as a data collection tool. Since it tries to determine the companies' level of use of the registrations of geographically indicated products, the full enumeration method was used. A semi-structured interview form was prepared by scanning the literature on the subject. In the study, the institutions that have registered gastronomic products in the provinces of the Aegean Region were determined according to the data in the Turkish Patent and Trademark Office, and when the duties of the authorities in the institutions are examined; Questions were asked to officials such as agricultural consultant, agricultural services manager, accreditation officer, press director, general secretary, assistant general secretary, public relations specialist. The interview questions consisted of 11 items, and the data were collected by e-mail or telephone interview for the prepared interview questions. The research data were collected from 48 institutions and organizations that registered geographical indications for gastronomic products in the Aegean Region. The institutions' data that cannot be contacted by e-mail or phone are taken from the product registration information section of the Turkish Patent and Trademark Office web address. In the period when the research of this study, which was carried out to determine the level of use of the registration on geographically indicated products by the companies, was conducted, some institutions and organizations went to compulsory closure due to the effect of the worldwide epidemic, and there were problems in reaching the authorities. Before the data collection phase, the Afyon Kocatepe University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee were obtained. In the Aegean Region, which is determined as the universe in the study, there are 8 provinces, namely İzmir, Manisa, Aydın, Muğla, Denizli, Kütahya, Uşak, Afyonkarahisar. The gastronomic products of these provinces with geographical indication registration were examined. According to the results of the study, it was seen that a total of 696 companies used the registration of a total of 96 geographically indicated products related to the gastronomy field of the Aegean Region as of May 2021. Looking at the distribution of these companies based on cities in the Aegean Region, it has been determined that 28% of the companies use the registrations of their products in Denizli, 22% in İzmir, and 20% in Kütahya. It has been determined that the companies using registration in the Aegean Region use the product registrations of Uşak and Afyonkarahisar provinces with a rate of 1% and 2%. In this direction, Afyonkarahisar province, which has 2% of the use of its products by companies, although it contains 18.75% of geographically indicated gastronomic products in the Aegean Region; Denizli province, which has 28% of the products, although it contains 10,41% of the products, and Kütahya provinces, which has 20% of the products. However, it contains 7.2% of the products showed particularly remarkable results. Since it is seen that there is an effort to increase the number of geographically indicated products in the plans of all provinces of the region, it can be said that geographical indication is taken into account by the institutions. According to the data of this study, it is possible to say that the level of use of geographical marking by companies should be supported in some cities and products.