



## Coğrafi İşaret Kavramıyla İlgili Ulusal Yazında Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi

### Review of the Studies Conducted in the National Literature Regarding the Concept of Geographical Indication

Yenal YAĞMUR<sup>1</sup> Müge KARDEŞ<sup>2</sup>

#### Öz

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Siirt, Türkiye, yenal.yagmur@siirt.edu.tr

ORCID:0000-0002-9273-9122

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Siirt, Türkiye, muge.kardes@siirt.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4444-0484

Coğrafi işaret, az gelişmiş ya da kırsal alanların yerel kalkınmasını artırma, bir bölgenin turizm potansiyelini geliştirme, bölgesel göçü engelleyebilme potansiyeline sahip olma ve gelişmiş turizm destinasyonlarının potansiyellerini artırma bağlamında kilit bir rol oynamaktadır. Kavramın çok boyutlu işlevlere sahip olması, yerel yönetici ve bölgesel politika yapıcılarının yanı sıra akademik ilginin de bu yükselen konu üzerinde toplanmasına yol açmıştır. Artan akademik ilgi, ulusal yazında konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmalardaki niceliksel artışa yansımıştır. Bu bakımdan kavrama ilişkin niceliksel artışın niteliksel artışla yani konunun geniş perspektiften, farklı ve yeni yöntemlerle incelenip incelenmediğinin ortaya çıkarılması ve ulusal yazındaki çalışmalarla ilgili trend ve gelişmelerin bütüncül bir görselinin sunulması, mevcut araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Google Akademikte yer alan 135 makale çeşitli özellikler açısından incelenerek ortaya konulan çıktılarla, gelecekte araştırma yapmayı planlayan araştırmacılar için alan yazının durumuna yönelik bütüncül bir görsel sunulmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi işaret, Sistemantik yazın taraması, Google Akademik.

**JEL Kodları:** L83, Z32

#### Abstract

Geographical indication plays a key role in increasing the local development of underdeveloped or rural areas, improving the tourism potential of a region, having the potential to prevent regional migration, and increasing the potential of developed tourism destinations. The fact that the concept has multidimensional functions has led to local administrators and regional policymakers, as well as academic attention, focusing on this rising issue. Increasing academic interest is reflected in the quantitative increase in research conducted on the topic in national literature. In this respect, the aim of the present research is to reveal whether the quantitative increase in the concept has increased with a qualitative increase, that is, whether the topic has been examined from a broad perspective, with different and new methods, and to present a holistic visual of the trends and developments related to the studies in the national literature. In line with this purpose, 135 articles in Google Scholar were examined in terms of various features and an attempt was made to present a holistic visual of the status of the literature for researchers planning to conduct research in the future.

**Keywords:** Geographical indication, Systematic literature review, Google Scholar.

**Jel Codes:** L83, Z32

**Geliş / Submitted:** 31/10/2023

**Düzeltilme / Revised:** 26/11/2023

**Kabul / Accepted:** 4/12/2023

**Yayın / Published:** 15/12/2023

**Atıf / Citation:** Yağmur, Y., Kardeş, M., (2023). Coğrafi İşaret Kavramıyla İlgili Ulusal Yazında Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi, Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 6(3), 224-233.

<http://doi.org/10.58636/jtis.1383922>



## Giriş

Coğrafi işaretler, belirli ürünlerle ilişkilendirilen bölge veya yer adları olmakla birlikte bir ürünün kalitesini tüketicilere iletmek ve ürüne özgü nitelikleri, itibarı (tanınırlığı) ve coğrafi kökene atfedilebilecek diğer özellikleri yansıtmak için etiket olarak kullanılmaktadırlar (Zhang vd., 2023). Coğrafi işaret ürünleri yalnızca üreticilerin becerileriyle değil aynı zamanda yerel topluluğun tarihi, alışkanlıkları ve kültürüyle de bağlantılı olduğundan ürün ve bölge arasındaki ilişkiyi kurumsallaştırabilmektedir. Bu nedenle, coğrafi işaretli ürünler, ürün ve yerlerin birleşimini temsil etmekte ve bu ürünlerin tüketimi tüketiciler ile belirli yerler arasında bir bağın oluşmasına neden olabilmektedir (Li vd., 2023). Coğrafi işaretler, üreticileri standart kalitede ve yerleşik itibarla üretimlerini sürdürmeye teşvik ederek gelir akışı sağlamakla birlikte coğrafi işaretlerin çoğunlukla nispeten daha az gelişmiş, kırsal bölgelerden geldiği göz önüne alındığında, gelir ve istihdam olanakları sağlayarak doğrudan bölgedeki üreticilere fayda sağlayacaktır. Ayrıca coğrafi işaretli ürünler aracılığıyla ekonomik aktivitede artış sağlanması beklenmektedir. Bu artışın diğer sektörleri tetiklemesi ve istihdam fırsatlarının artması gibi kırsal alanda önemli etkilere sahip olmakla birlikte bu gelişmelerin kırsaldan kente göçün engellenmesi gibi faydaları bulunmaktadır (Dogan ve Gokovali, 2012). Kavramın tüm bu etkileri göz önüne alındığında, turizmin arz ve talep tarafını oluşturan paydaşlar için coğrafi işaret kavramı kilit işlevlere sahip değerli bir araç olduğu ya da olma potansiyeline sahip olduğu açıktır. Coğrafi işaret kavramına yönelik artan çok yönlü ilgi araştırmacıların dikkatlerinin bu kavramın üzerinde toplanmasına neden olmuştur. Bunun bir sonucu olarak kavram, ulusal yazında niceliksel anlamda geniş ölçekte incelenmiştir. Ancak Arslan'ın (2022) işaret ettiği gibi uluslararası ölçekte kavrama yönelik ilgi sınırlıdır ve uluslararası yazının henüz emekleme aşamasında olduğu söylenebilir. Bu bakımdan ulusal yazındaki belirli seviyedeki olgunluğun neden uluslararası yazına yansıtılmadığı, ulusal yazında kavramın hangi yönlerden ele alındığı ve ulusal yazındaki araştırma yörüngesinin belirlenmesi, hem yazınındaki gidişat ve gelişmelerinin ortaya konulması hem de kavramla ilgili çalışmak isteyen araştırmacılara bir yol haritası ortaya çıkarılabilmesi açısından önemlidir. Bu bağlamda araştırmada ulusal yazındaki çalışmalara ilişkin durum analizini gerçekleştirmek ve kavramın hangi yönlerden ele alınıp incelendiğine yönelik araştırma yörüngesi oluşturmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede çalışmada öncelikli olarak kavram ele alınarak irdelenmiş daha sonra ulusal yazında ulaşılan 135 makale belirli özellikleri bağlamında değerlendirilerek sunulmuştur.

## Kavramsal Çerçeve

### Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yerel Kalkınma ve Turizme Etkisi

Tüketicilerin homojen ve standart ürünler alması olarak adlandırılan kitle piyasasından sonra sağlıklı olma, formda kalma gibi özelliklerin ön planda olduğu fiyatın pek öneminin olmadığı fonksiyonel ürün özelliklerinin önemli olduğu yaratıcı piyasa ve sonrasında da tüketicilerin otantiklik aradığı, ürünün satın alma kalitesi ile kültürel faktörlerinin ön planda tutulduğu yöresel ürün piyasaları, tüketici davranışları ve yetkili stratejilerinin belirlendiği dünya gıda sistemi dinamiğini oluşturmaktadır (Ertan, 2010). Yöresel ürün piyasalarının önem kazanması ile yöresel ürünlerin piyasada ön planda olacağı düşünülmektedir. Coğrafi işaretlere sahip olan yöresel ürünler, tüketiciler tarafından daha çekici görülmekte ve turistik destinasyonların ilgi odağı olabilmektedir. Türk, Fransız, Çin Mutfağı gibi turistik destinasyonlardaki yöresel yiyecek ve içecekler rakipleri ile arasında bir ulus markası oluşturmaktadır. Geleneksel yöntemlerle hazırlanan ürünleri tatmak, turistler açısından önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda coğrafi işaretler, ait oldukları ürünlerin pazardaki profilini, popülerliğini artırarak alternatif yer ve turizm türü arayışında olan turistlerin destinasyona yönelmesi ile turizm ekonomisindeki hareketliliğin artması konusunda önemli bir paya sahiptir (Gülçubuk vd., 2010; Giray vd., 2012; Hacıoğlu vd., 2009). Coğrafi işaretli ürünler aracılığıyla bir destinasyonun bilinirliği artmakla birlikte aynı zamanda turizm faaliyetlerini de etkileyebilmektedir. Bir başka ifadeyle bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin gelişmesini sağlamaktadır. Nitekim Han vd. (2023) bir bölgede turizmin gelişimi, yerel ekonomik büyümeyi ve çevre kalitesini güçlendirirken turistlerin ihtiyaçlarını karşılama fırsatları sunması ve böylece bölge sakinlerinin yaşam kalitesini iyileştirmesi açısından kilit bir role sahip olduğunu belirtmektedir. Öte yandan istihdam fırsatları, turizm geliri, altyapı iyileştirmeleri ve döviz değişimi dahil olmak üzere turizmden elde edilen ekonomik faydaların, sıklıkla yerel toplulukları turizm gelişimini desteklemeye yönelttiği vurgulanmaktadır (Chan ve Bhatta, 2023). Bölgede turizm gelişimi, toplum ve çevre arasında bir denge sağlayan yerel toplulukların ekonomik olarak canlandırılmasını sağlarken özellikle olumlu bilinç geliştirilmesini de desteklemektedir (Aleshinloy vd., 2022). Yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları büyük ölçüde turistlerle olan etkileşimlere ve turizmin olası sonuçlarına bağlıdır (Chan ve Bhatta, 2023) ve bölge halkının turizm gelişimine yönelik olumlu tutumları, yerel kalkınma

için hayatidir (Han vd., 2023). Ayrıca coğrafi işaretler, yerel ve kırsal kalkınmada üreticilerin sahtekarlık ve dolandırıcılık gibi durumlarla haklarının gasp edilmesinin engellenmesi ve tüketicilerin yanıltıcı bilgilerle aldatılmasına engel olmak için koruma aracı olarak kullanılabilmesinin yanında ürünlerin piyasa imajını ve popülaritesini iyi yönde artırmak için pazarlama aracı olarak kullanılabilir. (Wilson vd., 1999; Lopez ve Martin, 2005). Bununla birlikte coğrafi işaret yerel işletmelerin sürdürülebilirliğinin sağlanarak biyoçeşitliliğinin artırılması, kültürel mirasın korunması ve az gelişmiş ve gelişmiş bölgeler arasındaki ekonomik farklılığın giderilmesi amacıyla ekonomik bir denge aracı olarak da kullanılabilir (Treager vd., 2007; Kan ve Gülçubuk, 2008).

## Yöntem

Araştırmada ulusal yazındaki coğrafi işaretlerle ilgili yayınların bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi amacıyla sistematik derleme tekniğinden yararlanılmıştır. Sistematik literatür taraması, belirli bir ilgi konusu hakkındaki çalışmaların sonuçlarını belirlemek, sentezlemek, değerlendirmek ve birleştirmek için kullanılan bir yöntemdir (Fink, 2005'ten aktaran Shafiee vd., 2019). Sistematik yazın taraması, yeni araştırma yollarının ortaya çıkarılmasını, bir yazında yapılmış olanlar ile yapılacak olanları belirginleştirmeyi, çalışma sonuçları ve kullanılan yöntemlerin belirlenmesini, özetlenmesi ve sentezlenmesini sağlamaktadır (Linnenluecke vd., 2020). Ayrıca sistematik yazın tarama yöntemi, detaylı ve sistematik yaklaşımı temel almaktadır ve yeniden üretilmesi kolay olması nedeniyle oldukça şeffaftır (Nadkarni, 2017).

Araştırmada ulusal yazındaki kavrama yönelik gidişat ve gelişmelerin ortaya çıkarılması amaçlandığından Google Akademik'te 23 Eylül 2023'te 'coğrafi işaret' anahtar kelimesi kullanılarak tarama gerçekleştirilmiştir. Tarama sırasında herhangi bir filtreleme gerçekleştirilmemiş olmakla birlikte araştırma kapsamı, seçilen anahtar kelimeyi odağına alan çalışmaların yirminci sayfadan itibaren azalmaya başlaması nedeniyle araştırmanın kapsamı Google Akademik'teki ilk yirmi sayfadaki makalelerle sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda toplamda 135 makaleye ulaşılmıştır. Ayrıca 2021-2023 (23 Eylül 2023 tarihine kadar yayınlanmış ve ulaşılabilir yayınlar araştırma kapsamına dahil edilmiştir.) yılları arasında gerçekleştirilen 44 çalışma, belirli özellikleri bağlamında incelenerek son birkaç yıldaki araştırma bilim alanındaki gidişat ve gelişimin ortaya konulması hedeflenmiştir.

## Bulgular

Araştırma kapsamında toplam 135 makale, coğrafi işaret kavramıyla ilişkilendirdikleri konulara ve araştırmalarda gerçekleştirdikleri yöntemlere göre sınıflandırılmıştır.

**Tablo 1.** Coğrafi İşaretle Kavramıyla İlgili Gerçekleştirilen Araştırmalar

Konular	Yöntem			Toplam
	Kavramsal	Görgül		
		Nicel	Nitel	
Coğrafi İşaretlemenin Önemi-Ürünlerin Ortaya Çıkarılması- Genel Değerlendirme	5	6	63	74
Gastronomi Turizmi ve Yerel Turizm	2		20	22
Tüketici Algısı		6		6
Yerel Kalkınma			6	6
Pazarlama (İhracat-Destinasyon-Sorunları)		1	3	4
Sosyo-ekonomik Etki	1	1	2	4
Marka/Marka Değeri	1	1	1	3
Turist Davranışı (Tutum-Motivasyon)		3		3
El Sanatları			2	2
Jeolojik Değerler			2	2
Kooperatifçilik	1		1	2
Kültürel Miras			2	2
Yönetici Algısı			2	2
Gastromilliyetçilik			1	1
Medya			1	1
Menüler			1	1
<b>Toplam</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>107</b>	<b>135</b>

Konular bağlamında yoğunluk (n=74) coğrafi işaret kavramıyla ilgili değerlendirme ve bu kavramı yöresel ürünlerle açıklama konusundadır. Bunu, gastronomi ya da yerel turizm (n=22) bağlamında ele alınan çalışmalar izlemektedir. Bu iki konu alanında gerçekleştirilen toplam çalışmaların %63,7'sini oluşturmaktadır. Coğrafi işaret kavramıyla ilgili en az çalışılan konular ise 1'er çalışmayla Gastromilliyetçilik, medya ve menüler konuları oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmaların yönteminde ağırlık (n=107) ise nitel araştırma yöntemidir. Bu çalışma yöntemini 18 çalışmayla nicel araştırma yöntemi ve 10 çalışmayla kavramsal araştırmalar izlemektedir. İncelenen araştırmalar

arasında karma araştırma yöntemlerini temel alan bir çalışma bulunmazken nitel araştırma yönteminde yoğunluk belge taraması ve yazın taramasını temel alan araştırmalar başı çekmektedir.

Coğrafi işaret kavramıyla ilgili olarak ulusal yazında 2021 ve 2023 (23 Eylül 2023 tarihine kadar yayınlanmış ve ulaşılabilmüş yayınlar araştırma kapsamına dahil edilmiştir.) yıllarında gerçekleştirilen çalışmalar Tablo 2’de sunulmuştur. Toplam 44 makale yazar/lar ve yıl, yayımlandığı dergi, çalışmanın ana amacı ve temel bulgusu bağlamında incelenmiştir. 44 makale, toplam yayın sayısının %63,7’sini temsil etmektedir. Ayrıca incelenen 44 makalenin 5 tanesi 2023, 21 tanesi 2022 ve 18 tanesi 2021 yılında yayınlanmıştır. Çalışmaların yayımlandığı dergiler bağlamında zirve 4 çalışmayla “Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research” dergisine aittir.

**Tablo 2.** Coğrafi İşaret Kavramıyla İlgili Çalışmalar

Yazar/lar ve Yıl	Dergi	Ana Amacı	Temel Bulgular
Çekiç vd. (2023)	Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi	Yerli turistlerin coğrafi işaret almış ürünlere yönelik davranışlarının değerlendirilmesi	Katılımcıların coğrafi işaretli ürünlere yönelik tutumlarının yüksek olduğuna ulaşılmıştır.
Denk ve Bilici (2023)	Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel	Yerel yöneticilerin coğrafi işaret sistemi hakkındaki bilgi ve farkındalıklarını ortaya koymak	Yerel yöneticilerin coğrafi işaret bilgi ve farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.
Kardeş Çolakoğlu ve Sarıışık (2023)	Kent Akademisi	Türkiye’de gerçekleştirilen coğrafi işaret tescil işlemlerinin mevcut durumunu “yemekler ve çorbalar” kategorisinde yer alan çorbalar bağlamında ortaya koymak	Çorba tescil sayısı en yüksek bölge İç Anadolu Bölgesi’nde ise tescil belgesine sahip çorbaya rastlanmamıştır.
Sabur ve Güneş (2023)	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Kayseri’nin Bünyan ve Akkışla ilçelerinde üretilen gilaburunun üreticiye ve gastronomi turizmüne sağladığı faydaların belirlenmesi	Bünyan ve Akkışla gilaburusunun üreticiler ve yerel gastronomi açısından önemli bir değer olduğu belirlenmiştir.
Tapan (2023)	Fikriyat Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi	Malatya ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin yerel ve kırsal kalkınma faaliyetlerindeki rolünün belirlenmesi	Coğrafi işaretli ürünler ekonomik anlamda da bir gelir kaynağı olup, turizm hareketliliğinin canlanmasında da önemli bir araç olduğu belirlenmiştir.
Arslan (2022)	Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi	Gastronomi ve turizm alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konusu üzerinde gerçekleştirilen araştırmaların bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi	Son dönemde gastronomi ve turizm alanında coğrafi işaret olgusuna yönelik artan bir ilgi bulunmaktadır.
Avşar ve Eryılmaz (2022)	Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	Amasya’nın coğrafi işaret potansiyelinin belirlenmesi	Amasya’da coğrafi işaretle tescil ettirilen ürünlerin çoğunluğu yiyecektir.
Celep ve Akdemir (2022)	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Türkiye’de tescilli coğrafi işaretli tatlı ürünlerinin özellikleri (mahreç-menşe-ürün grubu) ile yıl, bölge, il bazındaki dağılımlarını çıkarmak	Türkiye 143 tescilli coğrafi işaretli tatlı ürününe sahiptir ve yalnızca 2 tanesinin menşe adına, 141 tanesinin mahreç işaretine sahip olduğu bildirilmiştir.
Çakmakçı ve Salık (2022)	ATA-Gıda Dergisi	Erzurum’un coğrafi işaretli ürünlerini değerlendirmek	Erzurum yöresine ait 5 Menşe ve 22 Mahreç işaretli olmak üzere toplam 27 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır.
Çavuş ve Eker (2022)	Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	Bolu kanlıca mantarının gastronomi turizmüne katkısının araştırılması	Katılımcıların bir kısmı kanlıca mantarının tanıtım faaliyetinin olması gerektiğini savunmuş, önemli bir kısmı da tanıtılmaması gerektiğini belirtmişlerdir.
Çolak ve Alagöz (2022)	Five Zero	Coğrafi işaret kavramını açıklamak ve tarihsel gelişiminden bahsetmek	Ulusal düzeyde 2020 yılına kadar 990 coğrafi işaretli ürün, 2021 yılında ise 352 ürün tescil edilmiştir.
Domaç Yaşar (2022)	İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Coğrafi işaret sistemini değerlendirmek ve İğdir Kayısı’sını değerlendirmek	Dünyada ve Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlere yönelik başvuru ve farkındalık artmakta ve Coğrafi İşaretli İğdir Kayısı’sı yöreye önemli katkı sağlamaktadır.
Eti İçli ve Anıl (2022)	Balkan ve Near Eastern Journal of Social Sciences	2020 yılında menşe adı ile tescil edilen “Kırklareli Beyaz Peyniri” üreticilerinin coğrafi işaret hakkındaki bilgi, algı, tutum ve davranışlarını belirlemek	Kırklareli Beyaz Peyniri 2 yıl önce coğrafi işaretli ürün olarak tescillenmesine rağmen işletme yöneticileri coğrafi işaretlerle ilgili olarak yeterli bilgi ve farkındalık sahibi değildir.
Everest vd. (2022)	Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi	Çanakkaleli çiftçilerin coğrafi işaretli ürünlere ilişkin bilinç düzeylerinin belirlenmesi	Coğrafi işaret konusunda çiftçilerin sadece %21,3’ü detaylı bilgiye sahipken %71,9’u coğrafi işaretli ürün konusunda eğitim almak istemektedir.
Güleç vd. (2022)	Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları	Akdeniz bölgesine ait gastronomik ürünlerin Google Trends	Coğrafi işaretli ürünlerin coğrafi işaret aldıkları illerde internet aramalarında ilk

Yazar/ lar ve Yıl	Dergi	Ana Amacı	Temel Bulgular
	Dergisi	verileriyle arama hareketlerinin incelenmesi	sırada yer aldığı belirlenmiştir.
Güngör (2022)	Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Aydın'ın Bozdoğan ilçesinde yapılan Olukbaşı Oğlak çevirme kebabının coğrafi işaret potansiyelinin belirlenmesi	Olukbaşı oğlak çevirme kebabı tescillenmesi bölge ekonomisine katkı sağlarken kebabın üretimine yönelik aşamalar kayır altına alınarak bu bilgi gelecek kuşaklara aktarılabilir
Kalekahyası ve Göktaş (2022)	Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi	Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin tüketici farkındalığının ortaya çıkarılması	Tüketicilerin coğrafi işaret konusunda ve ürünlerine yönelik yeterli bilgiye sahip değildir.
Kart vd. (2022)	Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Afyon sucuğu üreticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik algılarının ortaya çıkarılması	Afyonkarahisar' da bununa işletmelerin sadece iki tanesinde Afyon sucuğu coğrafi işaret tescil kullanımına yönelik üretim gerçekleştirilmektedir.
Kazan vd. (2022)	Journal of Applied Tourism Research	Bozkır tahinine yönelik üreticilerin coğrafi işaret algılarını belirlemek	Tahin üreticilerinin mevcut durumlarının gelişebilmesi için 'yönlendirilmeye ve desteklenmeye' ihtiyaçları olduğu tespit edilmiştir.
Kızılaslan ve Hızarcı (2022)	Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi	Erbaa yöresinde bağıcılığın üretim ve pazarlama açısından durum tespitinin gerçekleştirilmesi	Erbaa' da 1998 yılından itibaren yaygınlaştırılmaya çalışılan sistemin bağıcılığı istenilen seviyeye taşıyamadığı belirlenmiştir.
Kızılaslan ve Kılıç (2022)	Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi	Amasya' da coğrafi işaret tescilli Amasya Misket Elması üreticilerinin coğrafi işarete yönelik algıları	Eğitim durumu, üretici tecrübesi, ürün fiyatı memnuniyeti ve üretim miktarındaki bir birimlik artışın coğrafi işaret bilinirliğini de arttırdığı belirlenmiştir.
Köşker (2022)	Journal of Humanities and Tourism Research	Batı Karadeniz'in coğrafi işaretli ürünlerini belirlemek	Bölgede en çok coğrafi işaretli ürüne Kastamonu (24) ve Bolu (21) sahiptir. Bununla birlikte bölgedeki tüm illerde coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır.
Paksoy (2022)	International Journal of Social and Economic Sciences	Kahramanmaraş'ın coğrafi işaret potansiyelinin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi	Coğrafi işaret alan yöresel ürünlerin kırsal alanda çoğunlukla kadınlar tarafından üretilmesi, kadın istihdamına önemli katkı sağlarken yerel yiyecekler ve el sanatları kırsal turizme büyük katkı sağlayacaktır.
Sandıkcı vd. (2022)	Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi	Ege Bölgesi'ndeki coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyini belirlemek	Ege Bölgesi'ndeki coğrafi işaret ürün tesciline sahip 96 gastronomik ürün bulunmakta ve 696 işletme tarafından bu ürünlerin kullanılmaktadır.
Topcu ve Çavdar (2022)	Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi	Gümüşhane imalat tipi dut ürünlerini satın alması üzerinde etkili olan motivasyon faktörlerinin ortaya çıkarılması	Gümüşhane imalat tipi dut ürünlerini yoğun ve ılımlı düzeyde tüketen kullanıcılar için etik değerler ve besin değerine dayalı faydalar ve etnosentrizm yaklaşımını destekleyen hedonik motivasyon faktörlerinin büyük etkisi bulunmaktadır.
Usta ve Şengül (2022)	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	Türkiye'nin coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti	Türkiye'de coğrafi işaretli 823 ürün bulunmaktadır.
Akay (2021)	Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi	Kırşehir'de coğrafi işaretli ürünlerin ortaya çıkarılması	Kırşehir'de coğrafi işaretli ürün sayısının yetersiz (3 ürün) olduğu tespit edilmiştir.
Baran ve Karaca (2021)	Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Sürdürülebilir gastronomi turizminde coğrafi işaretin incelenmesi	Coğrafi işaretin sürdürülebilir gastronomi için önemli bir etkiye sahip olabileceği belirlenmiştir.
Çakmakçı ve Salık (2021)	Akademik Gıda	Türkiye'nin şimdiye kadar coğrafi işaret almış peynirleri derlenerek çeşitli özelliklerine göre sınıflandırmak	27 farklı peynir çeşidi TÜRK PATENT tarafından menşee (13 adet) ve mahreç (14 adet) işaretli olarak tescillenmiştir.
Durmuş vd. (2022)	Tarım Ekonomisi Dergisi	Bozcaada Çavuş Üzümünün sosyo-ekonomik etkilerin belirlenmesi	Etkilerin bölgesel gelişim, ekonomik kalkınma ve pazar oluşturma alanlarında önemli olduğu belirlenmiştir.
Ekici (2021)	Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	1996-2020 yılları arasında Türkiye'de coğrafi işaret kullanım konusuna yönelik farkındalık düzeyinin belirlenmesi	Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı'ndan sonra coğrafi işaretlere ilginin ve bilincin arttığı sonucuna varılmıştır.
Eren ve Sezgin (2021)	Journal of Tourism Research Institute	Kapadokya Bölgesi'nin coğrafi işaretli ürünlerinin belirlenmesi	Kapadokya'da coğrafi işaret ile tescillenmiş 8 adet ürün bulunmaktadır.
Kan vd. (2021)	Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi	Kastamonulu tüketicilerin coğrafi işaret algılarının ortaya konulması	Coğrafi işaret hakkında Kastamonu'da bulunan tüketicilerin pozitif algıya sahip oldukları belirlenmiştir.
Kök ve Güngör (2021)	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Akçakoca'nın Melengüceği Tatlısının sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından incelenmesi	Şehirde bulunan işletmelerin tatlıyı düşük fiyata alıp yüksek ücretlerde sattığı bildirilmiştir. Akçakoca dışında da satışının yapılabileceğinin uygun olduğu belirtilmiştir.

Yazar/ lar ve Yıl	Dergi	Ana Amacı	Temel Bulgular
Köşker ve Özbey (2021)	Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research	Türkiye’deki coğrafi işaretli çorbalarını tespit etmek	Türkiye’de 18 coğrafi işaretli bulunurken Değerlendirme süreci devam eden 35 çorbanın bulunduğu tespit edilmiştir.
Mertol ve Yaylacı (2021)	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Coğrafi işaret almış Tokat’a ait ürünlerin incelenmesi	Coğrafi işaret olgusunun Tokat mutfak kültürünün önemini kavramasına yardımcı olacağı belirtilmiştir.
Özbay (2021)	Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi	Bingöl’de ‘Guldar’ köy domatesinin coğrafi işaret potansiyeli	En yüksek verim 5914 kg/ da ile Guldar domates genotipinden elde edilirken tat-aroma bakımından en yüksek tat-aroma değerine (4,44) Guldar genotipinin sahip olduğu; en düşük tat-aroma değerine (2,51) ise ASPEM genotipi olduğu bulunmuştur.
Özkök vd. (2021)	Uludağ Ancılık Dergisi	Tunceli’den elde edilen balların kimyasal analizler ile karakterizasyonun çıkartılması	Ballarda; aldehidler, alifatik asit ve esterleri, alkoller, hidrokarbonlar, karboksilik asit ve esterleri, ketonlar, terpenler, yağ asidi ve esterleri bileşik gruplarına ait bileşikler tespit edilmiştir.
Tanrıkulu ve Doğandor (2021)	Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Bolu’nun coğrafi işaretli ürünler açısından potansiyelinin değerlendirilmesi	Coğrafi işaretli ürünlerin Bolu için önemli olduğu belirlenmiştir.
Temizkan vd. (2021)	Turizm Akademik Dergisi	Eskişehir simidinin yapılış süreçlerini araştırarak coğrafi potansiyelinin araştırılması	Eskişehir simidinin özellikleri itibarıyla coğrafi işaret almaya aday olabileceği belirlenmiştir.
Uygun vd. (2021)	Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi	Antalya’nın coğrafi işaretli ürünlerinin belirlenmesi	Antalya’nın coğrafi işaretli ürün artışının yavaş ilerlediği belirlenmiştir.
Yanar ve Arın (2021)	Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi	Karacıkılavuz’da üretilen dokumanın yapım tekniği ile dokumaların bazı fiziksel özelliklerinin belgelenmesi	Dokumalarda renk solmaların görülmesi nedeniyle dokumaların muhafazalarında güneş ışığı almayan yapay aydınlatmalara direkt maruz bırakılmaları önerilmektedir.
Yılmaz vd. (2021)	İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Beypazarı Kurusu üreticilerinin perspektifinden meslek ve sektör bağlamında sürdürülebilirliğinin incelenmesi	Beypazarı Kurusunun yerel ekonomiye sağladığı katkısı konusuna katılımcıların çoğunluğu olumlu yönde görüş bildirmişlerdir.
Yılmaz ve Çilingir Ük (2021)	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	İşletme menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin olup olmadığının tespiti	İncelenen işletme menülerinden 43 tanesinde coğrafi işaretli ürün olduğu ve 41 tanesinde coğrafi işaretli ürün olmadığı belirlenmiştir.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmanın ana odak noktası, coğrafi işaret kavramını temel alan ulusal yazında gerçekleştirilen çalışmalarla ilgili trend ve gelişmelerin belirlenmesi ve araştırmalarda kavramın hangi konularla ilişkilendirilerek çalışıldığına yönelik bir araştırma yörüngesi oluşturmaktadır. Bu bakımdan 135 çalışma incelenmiştir. Yazında coğrafi işaret kavramını temel alan çalışmalar nicelik olarak ele alındığında son birkaç yılda yoğun şekilde çalışılmakla birlikte (2021-2023 arasında toplam yayınların %63,7’si üretilmiştir.), yayın sayısının çokluğu (Google Akademik veri tabanının Web of Science ya da Scopus veri tabanları gibi bir anahtar kelimenin arama motoruna yazılmasıyla veri tabanında toplamda kaç çalışmanın bulunduğuna yönelik bir sonucun olmaması nedeniyle) araştırma kapsamında bir kısıtlamaya (Google Akademik’teki ilk yirmi sayfadaki çalışmalar) gidilmesini zorunlu hale getirmiştir. Ancak coğrafi işaretle ilgili gerçekleştirilen çalışmaların nicelikteki artışının, niteliksel bağlamda konu ve yöntem açısından görülmediği söylenebilir. Bir başka ifadeyle, niceliksel üstünlük niteliksel bağlamdaki değerlere yansımamıştır. Aynı zamanda Arslan (2022) Web of Science veri tabanında 2004-2022 yılları arasında coğrafi işaret kavramıyla ilgili uluslararası yazında toplamda 38 çalışma bulunduğunu belirtmesine karşılık ulusal yazındaki niceliksel olgunluğun uluslararası bağlamda da yansıtılmadığı (2021-2023 yılları arasındaki çalışma sayısı 44’tür.) açıktır. Bu bakımdan bilim alanındaki araştırmacılar ve dergi editörlerinin mevcut durumun değiştirilmesine yönelik eylem gerçekleştirmeleri gerektiği ortadadır. Çünkü coğrafi işaretle ilgili uluslararası yazında 2004-2022 yılları arasında toplamda 38 yayın olması, konu açısından bilim alanının henüz emekleme aşamasında olduğunu gösterirken ulusal yazındaki niteliksel özellikler bağlamında olmasa da niceliksel olarak belirli bir olgunluğa eriştiğini (bu araştırma kapsamında incelenen 135 makale sayısı) göstermektedir ve doğal olarak bu olgunluğun uluslararası yazına yansımaları beklenmektedir. Bir başka ifadeyle kavramla ilgili uluslararası yazına yön veren, yeni kapılar açan araştırmaların ortaya çıkarak egemen bir ülke konumuna erişileceği düşünülmektedir. Ancak bu beklenti sadece niceliksel olarak ulusal yazında kendini göstermektedir. Bu durumun temel nedenlerinden bir tanesi, makalelerin büyük çoğunluğunun bir ilçe, il ya da bölge temelinde coğrafi işaretli ürünlere, coğrafi işaret alınmasına

yönelik sürece ve bu bölgeler için genel değerlendirmelere odaklanan çalışmaların ağırlıklı olmasındandır (bkz. Tablo 1). Elbette ki her bir yöredeki coğrafi işaretli ürünlerle ilgili farkındalık ve bu ürünlerin yöredeki ekonomik değerinin artırılması açısından önemlidir. Ancak gerçekleştirilen çalışmaların mevcut durum tespiti, genel değerlendirme ya da yazın taraması şeklinde tasarlanmak yerine, çok daha farklı konularla ilişkilendirerek veya yöntemsel farklılığa (135 makale arasında karma yöntemi temel alan bir araştırma bulunmamaktadır.) dayanarak yapılması, hem gelecekte yapılacak çalışmalara ufuk açıcı bir alan yaratılması hem de uluslararası yazının domine edilmesi açısından önemlidir. İncelenen makalelerin konusu, kısıtlı bir araştırma yörüngesinden oluşmaktadır. Bu yörüngenin bir destinasyonun reklam ve tanıtım faaliyetleri, destinasyon imajı ve marka kimliği gibi pazarlama alanıyla; ürünlerin gelecek kuşaklara aktarılmasına ve tanınırlığının artırılmasına yönelik yerel yönetimlerce oluşturulacak planlama ve politikaların hazırlanması ya da yiyecek içecek işletme menülerinde bulunurluğu gibi yerel iş birliği ve destinasyon yönetimi alanlarıyla ya da üretici ve tüketici (turist ve yerel halk) davranış tutum ve eğilimleri gibi turist ya da tüketici davranışı alanıyla ilişkilendirilerek konunun ele alınması, niteliksel olgunlaşmayı getireceği düşünülmektedir. Ayrıca gastronomi bilim alanının doğasının çok disiplini yapıyı barındırması, niteliksel zenginliğin çok disiplinli araştırmalarla ortaya konulmasını mümkün kılmaktadır. Öte yandan 2021-2023 yıllarında gerçekleştirilen çalışmalar gözden geçirildiğinde sınırlı da olsa farklı konulara odaklanan çalışmalar (örneğin Güleç vd., 2022; Çekiç vd., 2023) bulunmasına karşılık bu üç yılda kavramın yoğun şekilde ele aldığı görülmektedir. Ayrıca Tablo 2 aracılığıyla son birkaç yılda yapılmış çalışmaların özetlenerek belirli özellikler bağlamında sunulması, gelecekte yapılması planlanan araştırmacılar için mevcut durumun bir fotoğrafını çekerek bütüncül bir görselinin sunulması, araştırmacılar için toplu değerlendirme yapma imkânı sağlamakla birlikte bir yol haritası da sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma sınırlılığı konusuna gelince, çalışmanın en büyük sınırlılığını ulusal yazında gerçekleştirilen çalışmalara odaklanmasının yanında Google Akademik'te coğrafi işaret anahtar kelimesiyle taratılarak ulaşılan ilk yirmi sayfadaki makaleler oluşturmaktadır. Mevcut araştırma sınırlılığı, ulusal yazında kavramla ilgili gerçekleştirilmiş tüm yayınları temel alan bir çalışmayla üstesinden gelinebilir. Bunun yanı sıra ulusal yazındaki çalışmalarla ilgili anahtar kelime analizi ya da ağ analizleri yoluyla çalışılan konuların yoğunlaştığı ve konular ve bunların ilişkileri ortaya çıkarılabilmekle birlikte kavramla ilgili Scopus ve Web of Science veri tabanlarındaki ile ulusal yazında yer alan çalışmalara yönelik karşılaştırmalı bibliyometrik analizler gerçekleştirilebilir.

## Kaynaklar

- Akay, E. (2021). Kırşehir ilinin coğrafi işaret almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., Tasci, A. D., ve Ramkissoon, H. (2022). Antecedents and outcomes of resident empowerment through tourism. *Journal of Travel Research*, 61(3), 656-673.
- Arslan, F. (2022). Gastronomi ve turizm alanında coğrafi işaret konulu çalışmaların bibliyometrik analizi. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11), 1544-1556.
- Avşar, M. ve Eryılmaz, B. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin Amasya turizminin gelişimine katkısının değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 988-1003.
- Baran, Z., ve Karaca, Ş. (2021). Coğrafi işaretin sürdürülebilir gastronomi turizminde önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 253-263.
- Celep, B., ve Akdemir, N. (2022). Tescilli coğrafi işaretli gıda ürünleri: Türk tatlıları örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(3 (Special Issue: ICTEBS)), 550-563.
- Chan, R. C., ve Bhatta, K. D. (2023). Trans-Himalayan connectivity and sustainable tourism development in Nepal: A study of community perceptions of tourism impacts along the Nepal-China Friendship Highway. *Asian Geographer*, 40(1), 59-80.
- Çakmakçı, S., ve Salık, M. A. (2021). Türkiye'nin coğrafi işaretli peynirleri. *Akademik Gıda*, 19(3), 325-342.
- Çakmakçı, S., ve Salık, M. A. (2022). Erzurum'un coğrafi işaret tescilli almış ürünleri: Güncel bir bakış ve öneriler. *ATA-Gıda Dergisi*, 1(2), 1-10.
- Çavuş, O. ve Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320.
- Çekiç, İ., Bulut, Z., ve Oğan, Y. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 242-255.

- Çolak, M., ve Başaran Alagöz, S. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin önemi ve Çorum ilindeki coğrafi işaretli ürünler. *Five Zero*, 2(2), 111-126.
- Denk, E., ve Bilici, N. S. (2023). Coğrafi işaretler hakkında yerel yönetici görüşlerinin analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 319-334.
- Dogan, B., ve Gokovali, U. (2012). Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 761-765.
- Domaç Yaşar, Y. D. (2022). Türkiye’de coğrafi işaret sistemi: Iğdır Kayısı örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (31), 220-242.
- Durmuş, E., Yüceer, S. E., ve Tan, S. (2022). Coğrafi işaret tescilinin yaratacağı sosyo-ekonomik etkilerin incelenmesi: Bozcaada Çavuş Üzümü örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 28(1), 21-29.
- Ekici, F. G. (2021). Türkiye’de coğrafi işaret kavramı ve TRB1 bölgesi incelemesi. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 159-176.
- Eren, F. Y., ve Sezgin, A. C. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.
- Ertan, A. (2010). Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlamasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 157-170.
- Eti İçli, G., ve Anıl, N. K. (2022). Coğrafi işaretler ve Kırklareli Beyaz Peyniri. *Balkan ve Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8(4), 101-107.
- Everest, B., Abdullah, Aker., Ege, R. U., ve Çıracı, B. (2022). Çiftçilerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyleri ile bilgilenme isteklerinin analizi: Çanakkale ili örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 9(4), 1123-1130.
- Fink, A. (2005). Conducting research literature reviews: From the internet to paper. Sage.
- Giray, H., Özkan, Z., ve Oran, H., (2012). Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *Verimlilik Dergisi*, 4, 109-115.
- Gülçubuk, B., Yıldırak, N., Kızılaslan, N., Özer, D., Kan, M., ve Kepoğlu, A. (2010). Kırsal Kalkınma Yaklaşımları ve Politika Değişimleri, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ziraat Mühendisliği 7.Teknik Kongresi, 11-15 Ocak, Ankara.
- Güleç, E., Şimşek, A., ve Solmaz, R. (2022). Google Trends verileriyle coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin analizi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 418-444.
- Güngör, O. (2022). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında coğrafi işaret: Aydın Bozdoğan Olukbaşı Oğlak Çevirme Kebabı örneği. *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 84-92.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G.K., ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı - Balıkesir Örneği. *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. 17-19 Nisan, Antalya.
- Han, S., Ramkissoon, H., You, E., ve Kim, M. J. (2023). Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 100643.
- Kalekahyası, S., ve Gökteş, B. (2022). Coğrafi işaret almış yöresel ürünlerin bilinirlik düzeyi ve tüketici tutumlarına etkisi: Bayburt ili örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 673-702.
- Kan, M., ve Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. VIII. Tarım Ekonomisi Kongresi, Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 25-27 Haziran 2008.
- Kan, M., Kan, A., ve Kütükoğlu, Ş. (2021). Kastamonu ili merkez ilçesinde gıda ürünleri tercihinde coğrafi işaretlerin etkisi. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 40-51.
- Kardeş Çolakoğlu, N. K., ve Sarıışık, M. (2023). Türk mutfağında yer alan coğrafi işaret tescil belgesine sahip çorbalar üzerine bir araştırma. *Kent Akademisi*, 16(3), 1820-1834.
- Kart, N., Saraç, Ö., Pamukçu, H., ve Sandıkcı, M. (2022). Afyon sucuğu üreticilerinin sürdürülebilir gastronomi kapsamında coğrafi işaret tesciline yönelik algıları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 381-404.
- Kazan, i., Mehmet, K., ve Öztürk, E. (2022). Yöresel yiyeceklerin somut olmayan kültürel miras ve coğrafi işaretleme açısından incelenmesi: Bozkır Tahini. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(2), 209-224.
- Kızılaslan, N., ve Hızarcı, Z. (2022). Coğrafi işaret alan Erbaa Narince Bağ Yaprağı'nın üretim ve pazarlama durumu. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 11(1), 57-73.
- Kızılaslan, N., ve Kılıç, S. (2022). Üreticilerin Amasya misket elmasının coğrafi işaret tescili hakkında bilgi düzeyi ve bunu etkileyen faktörlerin analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 11(2), 208-218.



- Kök, A., ve Güngör, A. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi: Akçakoca-Melengüççeği Tatlısı örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Köşker, H. (2022). Batı Karadeniz Bölümünün coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti ve bunların turistik önemi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 22-35.
- Köşker, H., ve Özbey, Z. (2021). Türk mutfak kültüründe çorba ve coğrafi işaretli çorbalar üzerine bir değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), 471-489.
- Li, Q., Li, X., Chen, W., Su, X., ve Yu, R. (2023). Involvement, place attachment, and environmentally responsible behaviour connected with geographical indication products. *Tourism Geographies*, 25(1), 44-71.
- Linnenluecke, M. K., Marrone, M., ve Singh, A. K. (2020). Conducting systematic literature reviews and bibliometric analyses. *Australian Journal of Management*, 45(2), 175-194.
- Lopez, X.A.A., ve Martin, B.G. (2005). Tourism and Quality Agro-Food Products: An Opportunity for The Spanish Countryside. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie - 2006*, 97(2), 166-177.
- Mertol, H., ve Yaylacı, S. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 313-334.
- Nadkarni, S. (2017). The relationship of leadership and innovation in family businesses: A systematic literature review. Springer Gabler, Stuttgart, Germany.
- Özbay, N. (2021). 'Guldar' domatesinin coğrafi işaret almasına yönelik yürütülen arazi ve laboratuvar çalışmaları. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 8(2), 492-500.
- Özkök, A., Çelemlı, Ö. G., Zare, G., Özenirler, Ç., Mayda, N., ve Sorkun, K. (2021). Tunceli ballarının coğrafi işaret çalışması. *Uludağ Arcılık Dergisi*, 21(1), 39-53.
- Paksoy, M. (2022). Kahramanmaraş ilinin coğrafi işaret potansiyelinin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 12(2), 55-61.
- Sabur, D. G., ve Güneş, S. G. (2023). Kayseri Bünyan ve Akkışla gilaburusu örneğinde coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 141-156.
- Sandıkçı, M., Kazan, İ., ve Baydeniz, E. (2022). Ege Bölgesi'nde coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik ürünlerin tescil belgesi kullanım düzeyinin belirlenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2393-2408.
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., ve Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300.
- Tanrıkulu, M., ve Doğandor, E. (2021). Coğrafi işaretleri ve coğrafi işaret potansiyeliyle Bolu ili. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223-257.
- Tapan, İ. (2023). Malatya ilindeki coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi. *Fikiryat Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 41-64.
- Temizkan, S. P., Cankül, D., ve Serpil, K. (2021). Coğrafi işarete aday gastronomik bir değer: Eskişehir simidi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 229-241.
- Topcu, Y., ve Çavdar, M. (2022). Tüketicilerin coğrafi işaret tescilli Gümüşhane imalat tipi dut ürünleri satın alma motivasyonu. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 53(3), 178-186.
- Treager, A. (2003). From Stilton to Vimto: Using Food History to Re-think Typical Products in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 43( 2), 91-107.
- Treager, A., Filippo, A., Giovanni, B., ve Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, vol. 23(2007), 12-22.
- Usta, S., ve Şengül, S. (2022). Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 604-634.
- Uygun, A. İ., Demiral, Y. M., ve Nurcan, U. (2021). Antalya ilinin coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2), 91-104.
- Wilson, N. Vanittersum, K., ve Fearne, A. (1999). Co-operation and co-ordination in the supply chain: a comparison between the Jersey Royal and the Opperdoezer Ronde potato. The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains : spatial, institutional and co-ordination aspects (Le Mans, 28-30 October 1999) 67th European Association of Agricultural Economics Seminar, pp. 95-102 Le Mans, France.
- Yanar, A., ve Arin, K. (2021). Karacakılavuz dokumalarının coğrafi işaret ve kültürel miras bağlamında değerlendirilmesi ve belgeleme çalışması. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 4(8), 179-198.
- Yılmaz, E., ve Çilingir Ük, Z. Ç. (2021). Turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer alma düzeyi: Ankara ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 384-405.

- Yılmaz, E., Canbolat, C., ve Çilingir Ü. Z. (2021). Üreticilerin bakış açısından coğrafi işaretli bir yiyecek: Beypazarı Kurusunun değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 145-166.
- Zhang, G., Wang, C. L., Liu, J., ve Zhou, L. (2023). Why do consumers prefer a hometown geographical indication brand? Exploring the role of consumer identification with the brand and psychological ownership. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 74-85.

**Çıkar çatışması:**

Yazarların bildirecek bir çıkar çatışması yoktur.

**Hibe / Finansal Destek:**

Yazarlar bu çalışmanın herhangi bir finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Etik Kurul Onayı:**

Bu çalışmanın ana odak noktası ikincil veriler olması nedeniyle etik kurul iznine gerek yoktur.