

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Kongrelerinde Yer Alan Coğrafi İşaretle İlgili Bildirilerin Değerlendirilmesi¹

Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: mboyraz@aku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6755-1999>

Öz

Bu araştırmanın amacı, turizmde coğrafi işaretli ürünler alanında yazılmış bildirilerin bibliyometrik olarak incelenmesidir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2013-2017 yılları arasında düzenlenmiş turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan tam metin bildiriler oluşturmaktadır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi benimsenmiştir. Araştırma ile beş yıllık dönemde 26 farklı turizm kongresinin altısında coğrafi işaretler temalı yalnızca dokuz bildiri tespit edilmiş, bu bildirilerin ortaya konmasında 18 farklı yazarın katkı sunduğu belirlenmiştir. Kongrelere en çok bildiri ve yazar ile katkı sağlayan üniversitenin Mersin Üniversitesi olduğu; bildirilerin %55,6’sının iki yazar tarafından ortak olarak gerçekleştirildiği; %22,2’sinin en az iki farklı üniversitede çalışan yazarlar tarafından üniversiteler arası akademik araştırma olarak tamamlandığı belirlenmiştir. Bildirilerin tamamının “Sürdürülebilirlik” teması altında “Bölgesel Turizm Kalkınmasında Coğrafi ve Yerel İşaretlemenin Rolü” konusunda yazıldığı tespit edilmiştir. Veri toplama yöntemi açısından bildirilerde nitel araştırma yöntemi (%77,8) ile literatür tarama tekniğinin ağırlıklı olarak kullanıldığı; yaklaşım bakımından %44,4’lük eş oranda hem keşifsel hem de betimsel olarak tasarlandığı; alan araştırması olması yönünden yarısından fazlasının (%55,6) uygulamalı olarak gerçekleştirildiği; veri analizinde ise %92,3 betimsel ve %7,7 ilişkisel istatistikler kullanıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Coğrafi İşaret, Bibliyometrik Analiz.

Makale Gönderme Tarihi: 14.11.2018

Makale Kabul Tarihi: 20.12.2018

Önerilen Atf:

Boyraz, M. (2018). Turizm Kongrelerinde Yer Alan Coğrafi İşaretle İlgili Bildirilerin Değerlendirilmesi, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(6):36-49.

© 2018 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

¹ Bu çalışma 5. Uluslararası Geleneksel ve Yöresel Değerler Sempozyumu’nda sözlü olarak sunulmuştur.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2018, 2(6):36-49

DOI: [10.29226/TR1001.2018.81](https://doi.org/10.29226/TR1001.2018.81)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

Investigation of Geographical Indications Proceeding Papers in Tourism Congresses

Research Assistant Mehmet BOYRAZ, Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, e-mail: mboyraz@aku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6755-1999>

Abstract

The aim of the research is investigate bibliometrically proceedings written in the field of geographical indications in tourism. The research population consists of full text papers that are presented in tourism congress between the years of 2013-2017 in Turkey. In this qualitatively designed research, descriptive analysis has been adopted for the accessed data. Nine papers on geographical indications themes were found in 26 different tourism congresses in five years' period and it was determined 18 different authors contributed to the presentation of them. The results show that Mersin University has contributed most to the congresses in terms of the number of authors and papers; 55.6% of them were made cooperatively by two authors; 22.2% of papers have been completed as academic research between universities by authors working in at least two different universities. It has been found that the all of the papers were written on the subject of the "Role of Geographical Marking in Regional Tourism Development" and under the theme of "Sustainability". In terms of data collection method, qualitative research method (77,8%) and literature review are mainly used; in terms of approach the both of 44,4% are explorative or descriptively designed; more than half (55,6%) of the papers written as in the field research; and in terms of data analysis, it was determined that 92.3% descriptive and 7.7% relational statistics were used for papers.

Keywords: Tourism, Geography Indication, Bibliometric Analysis.

Received: 14.11.2018

Accepted: 20.12.2018

Suggested Citation:

Boyras, M. (2018). Investigation of Geographical Indications Proceeding Papers in Tourism Congresses, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 2(6):36-49.

© 2018 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Temel olarak benzerlerinden farklılaşmış ve bu farkı kaynaklandığı yöreye borçlu olan bir yöresel ürün adını ifade eden coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü göstermektedir (Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK), 2016). Dünyadaki gelişmelere paralel olarak özellikle son yıllarda ülkemizde de ürünlerin kaynağına ve coğrafi işaretlere olan ilgi artmıştır. Artan ilgi ile birlikte coğrafi işaretlerin korunması ve tüketiciye ürünlerin kaynağı konusunda garanti sunulması için piyasa denetiminin etkin bir şekilde yapılmasının önemi belirginleşmiştir (Türk Patent Enstitüsü (TPE), 2015). Türkiye’de fikri mülkiyet sisteminin yasal ve kurumsal alt yapısı içinde coğrafi işaretlere ilişkin esas düzenleme 27.06.1995 tarihli ve 22326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK)” olmuştur. 22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun kabul edilmesiyle 555 sayılı KHK yürürlükten kaldırılmıştır (TPE, 2015).

Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne 2007 tarihinde sunulan Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı’nda bu yasanın amacı, “yöresel veya geleneksel karaktere sahip ürünlerin teşviki ve üretimin çeşitlendirilmesi yoluyla ürünlerin piyasa değerlerinin artırılarak bölgesel, kırsal ekonomilerin güçlendirilmesine katkı sağlamak; üretim metodunda ve kaynakta garanti sunulmak suretiyle tüketicilerin yüksek kalitede ürünlere erişimini kolaylaştırmak ve adil ticaretin sağlanması amacıyla; doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu tarım, maden, el sanatları ve benzeri alanlarda ortaya çıkan ve kanunda yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adıyla korunmasına ilişkin kuralları ve şartları belirlemek” olarak tanımlanmıştır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2009)

Coğrafi değerler, ün ve kalitelerini buldukları coğrafyanın kendine özgü doğal koşulları veya beşeri faktörlere ilişkin, bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerden almaktadırlar. Yöresel ürünler sahtelerine karşı korunmak ve ticarete haksız rekabete uğramamak için ulusal ve uluslararası düzeyde yasal olarak coğrafi işaretlerle koruma altına alınmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, coğrafi işaretlere ilişkin yasal düzenlemeleri çok hızlı bir şekilde yapmaya devam etmektedir. Bu bağlamda bir taraftan yerel değerlere yönelik, ülkeler ve bölgeler arası sahiplenmeye ilişkin tartışmalarında önüne geçilmesi (Orhan, 2010:246) diğer taraftan coğrafi değeri olan ürünlerin değerlendirilerek ekonomik kalkınma aracı ve turistik zenginlik olarak yerel kalkınmada kullanılması amaçlanmaktadır. Yöresel ürünlerin turizm değerine dönüştürülmesinde coğrafi işaretleme rolü açısından bilimsel araştırmaların yapılması önemlidir. Diğer taraftan turizmde bölgesel pazarlamanın başarıya ulaşması bakımından coğrafi işaretli ürünlerin önemini ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla coğrafi işaretler ile yöresel ürünlerin turistik bir değer taşıması için yeni yöntemlerin ortaya konulması da kaçınılmazdır. Bu kapsamda araştırma ile turizm alanında coğrafi işaretli ürünleri konu alan bildirilerin çeşitli parametreler açısından bibliyometrik olarak incelenmesi ve gelecekte yapılacak araştırmalara yön vermesi amaçlanmaktadır.

Coğrafi İşaret

Coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri (Sınai Mülkiyet

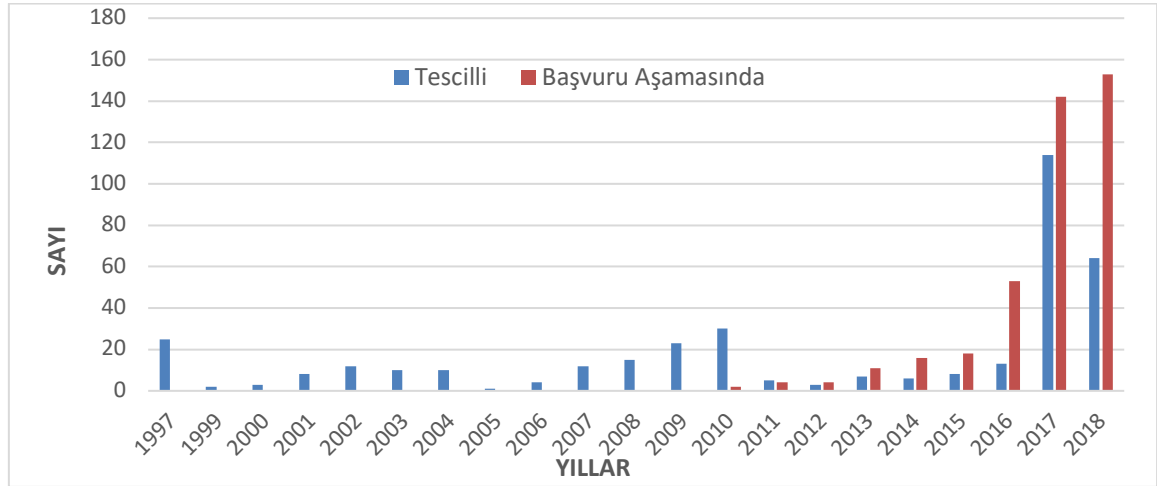
Kanunu (SMK), 2016) tanımlamaktadır. Niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilen ürünler için kullanılan menşee adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilmektedirler. Menşee adına Devrek Bastonu, İznik Çinisi, Finike Portakalı, Malatya Kayısı, Gemlik Atı, Afyon Mermeri, Eskişehir Lüle Taşı örnek gösterilebilir.

Mahreç işaretleri ise coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlamak için (SMK, 2016) kullanılmaktadır. Mahreç işaretlerinin, ürünün özelliklerinden en az biri o yöreye ait olmakla birlikte, menşee adından farklı olarak yöre dışında da üretilmesi söz konusudur. Ürünün yöre ile bağı sadece ünü de olabilir. Mahreç işaretine Kütahya Çinisi, Şile Bezi, Kayseri Mantısı, Antep Baklavası, Zile Pekmezi, Hereke İpek Halısı, Sürmene Bıçağı, Hatay Defne Sabunu örnek olarak gösterilebilir.

Coğrafi bir yer adı içermese dahi menşee adı ve mahreç işaretinde yer alan şartları taşıyan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanılan, günlük dilde yerleşmiş ve coğrafi bir yer adı içermeyen adlar "geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması" ve/veya "geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması" şartlarından en az birini sağlaması halinde geleneksel ürün adı (SMK, 2016) olarak tanımlanmaktadır. Baklava, lokum, hoşmerim, pastırma vb. ürünler geleneksel ürün adına örnek olarak gösterilebilir.

Türkiye’de 1997-2018 yılları arasında coğrafi işaret tescili alan veya başvurusu incelemede bulunan ürünlerin yıllara göre dağılıma tablo 1’de detaylı olarak yer verilmektedir. 1997-2017 yılları arasında coğrafi işaret tescili almış 198 ürün bulunmaktadır. Ocak ayında yürürlüğe giren 6769 sayılı SMK ile birlikte Türk Marka ve Patent Kurulu tarafından 2017 yılı itibariyle 104 ürün daha tescillenmiş ve %50’nin üzerinde bir artış ile toplamda coğrafi işaretli 302 ürüne ulaşılmıştır. 01 Ekim 2018 tarihi itibariyle coğrafi işaretli ürün sayısı 375’e çıkmıştır. Aynı tarih itibariyle 403 ürün ise tescil aşamasında olup başvuru işlemleri devam etmektedir (Türk Patent (TP), 2018a).

Tablo 1: Yıllara Göre Coğrafi İşaret Tescili Almış / Başvuru Aşamasında Olan Ürünler

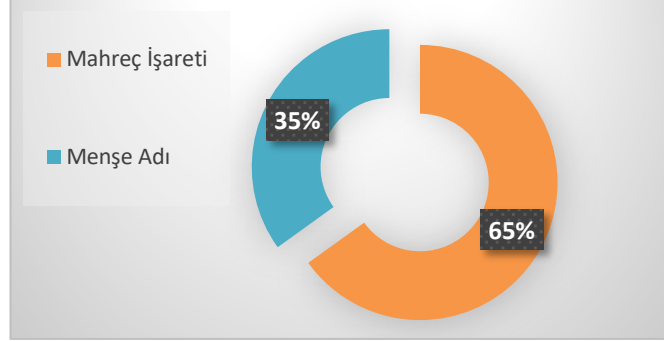


Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2018a) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Coğrafi işaretli ürünlerin tescil türüne göre dağılımı şekil 1’de yer aldığı üzere toplam 375 adet coğrafi işaretli üründen %65’inin (244 ürün) mahreç işareti, %35’inin ise (131 ürün) menşee adı olarak tescillendiği görülmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin altısı yabancı ülke kaynaklı olup geri kalan 369’u 80 farklı il tarafından tescillenmiştir. İl başına ortalama 4,6 coğrafi işaretli ürün

düşerken, en çok coğrafi işaretli ürün başvurusunun yapıldığı ilk üç il sırasıyla; 33 ile Ankara, 24 ile Şanlıurfa ve 21 ile Gaziantep ilidir. Türkiye genelinde başvuru yapmayan tek il ise Aksaray olarak öne çıkmaktadır (TP, 2018a).

Şekil 1: Coğrafi İşaretlerin Türüne Göre Dağılımı



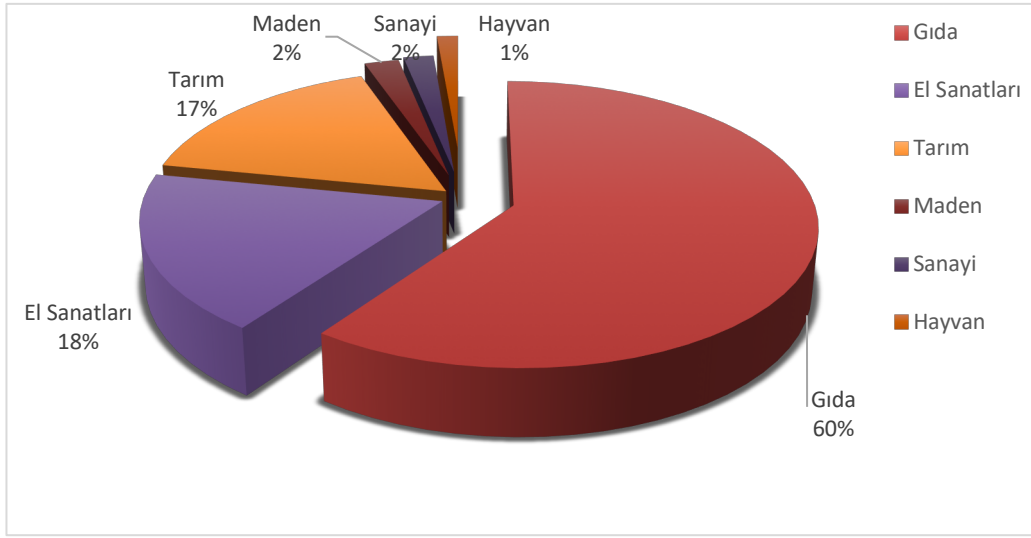
Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2018a) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili tek bir üreticinin haklarını değil, tescil belgesindeki şartlara uygun üretim yapan ve pazarlayanların tümünün haklarını korumaktadır. Bu tesciller yöresel, bölgesel ve ülkesel genelliğe sahip olup, sağladığı haklar belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamamaktadır (SMK, 2016). Dolayısıyla üreticilerin oluşturduğu örgütlerin coğrafi işaret tescili için en uygun yapılar olduğu söylenebilir. Bu yapılar adına gerçekleştirilen tesciller ile sağlanabilecek korumanın daha etkin olduğu AB ülkelerinin uygulamalarında gözlemlenebilmektedir (TPE, 2015). Türkiye’de 01 Ekim 2018 itibariyle yapılan coğrafi işaret tescil başvurularının %73’ten fazlasını oluşturan büyük çoğunluğunun valilik, kaymakamlık, belediye, vb. kamu kurumları ile Ticaret ve Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları tarafından yapılmıştır. Bunun yanı sıra başvuru sahiplerinin %9’unu özel şirketler, %6’sını sivil toplum kuruluşları, %2’sini eğitim kurumları oluşturmaktadır. Diğer taraftan tescil başvurusunda bulunan kurumların %9’una dair ise Türk Patent ve Marka Kurumu istatistiklerinde herhangi bir bilgi yer almamaktadır (TP, 2018a).

Coğrafi işaretler temel olarak; doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünlerinden tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürün için verilmektedir (KHK, 1995). Şekil 2’de coğrafi işaretli ürünlerin tescil edildiği ürün grubu türlerine göre dağılımına yer verilmektedir. Yapılan tesciller incelendiğinde bu alanlara ilave olarak gıda ürünlerinin ve hayvan ırklarının da coğrafi işaret kapsamında kabul edildiği görülmektedir. Türkiye’de 2018 Ekim ayı itibariyle tescilli coğrafi işaretlerin ürün gruplarına göre dağılımında en yüksek payı %60 oranı ile gıda ürünleri almaktadır. Bu ürünleri sırasıyla %18’lik oran ile el sanatları ürünleri, %17’lik oran ile tarım ürünleri takip etmektedir. Maden ve sanayi ürünleri %2’lik oranda çok düşük düzeyde ve son olarak hayvan ırkları ise %1’lik oranda tescillenmiştir (TP, 2018a).

Coğrafi işaretler, yöreye özgü ürünlerin tanımlanması, tanıtılması ve korunması açısından önemli bir araçtır. Bu tür ürünlerin coğrafi işaret ya da geleneksel ürün adı konusunda tescilli olduğuna yönelik tüketiciyi bilgilendirmek ve denetleme faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla amblem kullanılmaktadır. Amblem şu şekilde tanımlanmaktadır: “Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adlarının 6769 sayılı Kanun hükümlerine uygun olarak tescil edilmiş olduğunu gösteren ve Kurum tarafından oluşturulan; tescil edildiği adla birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanılan ya da niteliği gereği ürünün kendisi veya ambalajı üzerinde kullanılmadığı durumlarda kolayca görülebilecek şekilde hak sahibi kullanıcılar tarafından uygulanan ve coğrafi işaretler bakımından kullanılması zorunlu olan işaret.” (TP, 2018b). Coğrafi işaret kapsamından tescillenen ürünler için menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adına göre şekil 3’te yer alan farklı amblemler kullanılmaktadır.

Şekil 2: Coğrafi İşaretli Ürünlerin Tescil Edilen Ürün Grubu Türüne Göre Dağılımı



Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (2018a) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Amblemler, ürünlerin niteliğine ve satış yerine göre farklı şekillerde ürüne eşlik ederek ürünü üreten, hasat eden, satışa hazır hale getiren, toptan veya perakende satan, servis eden tüm aktörlerin, bu ürünün coğrafi işarete veya geleneksel ürün adına sahip olduğunu fark etmelerini ve depolama, taşıma, satış vb. faaliyetler esnasında ayırt edici özelliklerinin bozulmaması için tescil belgesinde belirtilen hususlara uymaları konusunda farkındalık oluşturmaları ve azami gayret göstermelerini sağlayacaklardır (TP, 2018b).

Şekil 3: Tescilli Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblemleri



YÖNTEM

Araştırmanın amacı, turizm alanında coğrafi işaretli ürünler konulu yayınlanan bildirilerin çeşitli bibliyometrik parametreler açısından incelenmesidir. Yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, Türkiye’de düzenlenen turizm kongreleri kapsamında coğrafi işaretler alanında üretilen bilimsel araştırmaların yoğunlaştığı konulara ve kullanılan metotlara dikkat çekilerek alanda yapılacak araştırmalara kaynak oluşturacak, yöntem ve konu seçimine yön verecek bir araştırmanın ortaya konması benimsenmiştir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2013-2017 yılları arasında gerek periyodik olarak gerek en fazla iki defa düzenlenmiş periyodik olmayan turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan tam metin bildiriler arasında, gerek araştırma başlığında gerek anahtar kelimeler arasında “coğrafi işaret” kelimelerini içeren araştırmalar oluşturmaktadır. Araştırma ile Tablo 2’de yer aldığı üzere Türkiye’de 2013-2017 yılları

arasındaki 5 yıllık periyotta 26 farklı turizm kongresinin düzenlendiği tespit edilmiştir. Coğrafi işaretlere olan ilginin 2017 yılı itibariyle 2 katından fazla artması, diğer bir ifadeyle 2016 yılı ve öncesinde coğrafi işaretlere olan ilginin çok düzeyde seyretmesi ve daha bütüncül bir bakış açısı için son 2013 yılı öncesinde gerçekleştirilen kongrelerdeki bildirimler araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Tablo 2: Turizm Kongrelerinde Yer Alan Coğrafi İşaretli Bildirilerinin Dağılımı

Kongre Türü	Kongre Sayısı	Bildirilerin Dağılımı			
		Kongre Bazlı		Coğrafi İşaret	
		f	%	f	%
Periyodik Olarak Düzenlenen Kongreler (3 defa ve üzeri)	20	1388	67,0	8	0,39
Gastronomi Turizmi Kongresi (GTK)	4	98	5,2	3	0,14
Ulusal Turizm Kongresi (UTK)	5	561	27,1	3	0,14
Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu (DATS)	2	78	3,8	1	0,05
Sürdürülebilir Turizm Kongresi (STK)	3	220	10,6	1	0,05
Türk Dünyası Turizm Sempozyumu (TDTS)	3	194	9,4	-	-
Disiplinler-arası Turizm Araştırmaları Kongresi (DATAK)	2	118	5,7	-	-
Turizm Şûrası (TŞ)	1	109	5,3	-	-
Periyodik Olmayan Kongreler (2 defa ve altı)	6	684	33,0	1	0,05
Uluslararası Turizmin Geleceği, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi	1	189	9,1	-	-
Uluslararası Kültürel Miras ve Turizm Kongresi (KMTK)	1	194	9,4	-	-
Ulusal Alternatif Turizm Kongresi (ATK)	1	56	2,7	1	0,05
Uluslararası Helal Turizm Kongresi (HTK)	1	144	6,9	-	-
Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi (TKMK)	1	46	2,2	-	-
Uluslararası Batı Asya Turizmi Kongresi (BATK)	1	55	2,7	-	-
TOPLAM	26	2072	100,0	9	0,43

Nitel olarak tasarlanan araştırmada verilerin temin edilmesinde arşiv-doküman tarama tekniği kullanılmıştır. Bu noktadan hareketle, belirtilen nitelikleri taşıyan 9 bildiri araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır. Tespit edilen bildirimlerin incelenmesi ve değerlendirilmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bildirimler istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutularak belirli bibliyometrik parametreler açısından ele alınmıştır.

BULGULAR

2013-2017 yılları arasında düzenlenen turizm temalı 26 farklı kongre ya da sempozyum gerçekleştirilmiştir. Beş yıllık bu süreçte toplam 2072 adet olmak üzere kongre başına yaklaşık 80, yıllık ise ortalama 414 tam metin bildiri yer almıştır. İncelenen bildirimlerin sadece 9'unun coğrafi işaretler konusunda yazıldığı, temsil oranının ise %0,43 ile çok düşük düzeyde kaldığı görülmektedir.

Coğrafi işaret konulu bildirimlerin bibliyometrik parametrelere göre dağılımına ilişkin verilere tablo 3'de yer verilmiştir. Yıllara göre bildirimlerin %55,6'sının 2016 yılında, %44,4'ünün ise 2017 yılında düzenlenen kongrelerde sözlü olarak sunulduğu görülmektedir. Bildirimlerin %66,7'si kongre bildirimler kitabında yayınlanmış olup bunları %50'si üç, %50'si ise dört anahtar kelimeye sahiptir. Bildirimlerin geri kalan %33,3'ü ise kitapta bölüm olarak yer alırken, bu çalışmalarda anahtar kelime kullanılmamıştır. Sayfa sayısı bakımından incelendiğinde ise; bildirimlerin %77,8'inin 1-10 sayfa arasında ve %22,2'sinin 11-20 sayfa arasında olduğu tespit edilmiştir.

Coğrafi işaretler konusu ile ilgili turizm kongrelerinde yer alan 9 bildirinin 18 farklı yazar tarafından yazılmıştır. Bildirilerin %55,6'sı iki yazarlı ve %22,2'ser oranda tek veya üçer yazarlı olarak tamamlandığı, bildiri başına düşen ortalama yazar sayısının ise 2 olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, %44,4'lük oran ile en çok katkı sağlayan yazarların Yardımcı Doçent Doktor (Doktor Öğretim Üyesi); %22,2 ile lisansüstü öğrencileri ve %16,7 oranda Öğretim Görevlileri olduğu görülmektedir. Buna karşın akademik unvana sahip olarak, Profesör Doktorların, Doktor Öğretim Görevlilerinin ve Araştırma Görevlilerinin %5,6'şarlık eş oranlarda bu bildiriye en düşük düzeyde katkı sağladığı tespit edilmiştir. Bildirilerden en çok ikisinde Hilal Öz yazar olarak yer alırken, birden fazla bildiriye katkı sunan herhangi bir yazara rastlanmamıştır. Bildiri yazarları çalıştıkları kurumlar açısından değerlendirildiğinde; en çok yazarın, %22,2'lik oran ile Mersin Üniversitesi ve % 16,7 ile Beykent Üniversitesi'nde görev yaptığı tespit edilmiştir. Üniversite bazında bildirilerin ikisi Mersin Üniversitesi'nde çalışan yazarlar tarafından yazıldığı belirlenmiştir. Bildirilerin %77,8'inin aynı üniversitede görev yapan yazar(lar) tarafından gerçekleştirildiği; %22,2'sinin ise en az iki farklı üniversitede çalışan farklı yazarlar tarafından, üniversiteler arası akademik araştırma olarak tamamlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Coğrafi İşaret Konulu Bildirilerin Bibliyometrik Parametrelerinin Dağılımı

#	Kongre Adı	Kongre Yılı	Kongre Şehri	Yazar Sayısı	Anahtar Kelime	Sayfa Sayısı	Evren	Örneklem
1	UTK	2016	Muğla	2	3	10	-	-
2	UTK	2017	Mardin	2	4	10	Siirt'e gelen yerli ve yabancı turistler	380 Kişi
3	UTK	2017	Mardin	2	4	8	Süryani Şarabı ile ilgili bilirkişiler	15 Kişi
4	STK	2017	Kastamonu	1	4	9	Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünler	Tam Sayım
5	GTK	2016	Balıkesir	3	-	13	Beypazarı Belediyesi, Beypazarı Ticaret Odası, yerel üreticiler ve satış dükkanı sahipleri	-
6	GTK	2016	Balıkesir	2	-	19	Trakya Bölgesi'ne gelen 449.000 ziyaretçi	489 Kişi
7	GTK	2016	Balıkesir	3	-	10	Erzurum ilinin coğrafi işaretli 7 ürünü ile tescillenmeyi bekleyen 3 ürünü	Tam Sayım
8	DATS	2017	Gaziantep	2	3	9	Şıra ile ilgili çalışmalar yapmış bilirkişiler	5 Kişi
9	ATK	2016	Erzincan	1	3	7	-	-

Araştırma ile bildirilerin tabii tutulduğu bibliyometrik parametrelerden birisi de evren ve örnekleme bakımından çalışmaların sınırlarının belirlenmesidir. Coğrafi işaret konulu bildirilerin ikisinde herhangi bir çalışma evreni ve örneklemesine ilişkin tanımlamaların yapılmadığı görülmüştür. Diğer yedi çalışmanın ise evren bakımından ikisinin turistler, ikisinin bilirkişiler ve birisinin yerel yöneticiler, diğer ikisinin ise coğrafi işaretli ürünler üzerinde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bir çalışmada ise evrene yönelik bilgi verilmesine rağmen örnekleme detayına yönelik bir açıklama yapılmamış olup ulaşılan kişi sayısı belirtilmemiştir.

Tablo 4'te bildirilerde kullanılan araştırma metodlarının toplanan veri, yaklaşım ve alan araştırması olması bakımından dağılımına yer verilmiştir. Bildiriler arasında veri toplama

yöntemi açısından nitel yöntemlerin yaklaşık %80 oranında ağırlıklı kullanıldığı; yaklaşım ya da amaç bakımından bildirilerin %44,4'lük eş oranlarda keşfedici veya betimleyici nitelik taşıdığı; alan araştırması olması yönünden ise bildirilerin yarısından fazlasının uygulamalı olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Nitel olarak tasarlanmış bildirilerde veri toplama bakımından görüşme/mülakat tekniğinin ve kavramsal derleme olarak literatür taramasının ön plana çıktığı, nicel olarak tasarlanmış araştırmaların ise tamamında yüz yüze anket tekniğinin kullanıldığı belirlenmiştir. Bildirilerin yarısından fazlasında tek bir analiz yönteminin, bazılarında ise birden çok tekniğin bir arada tercih edildiği; dokuz bildiri için toplamda 13 istatistik yönteminin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bildirilerde %88,9 oranında betimsel analiz teknikleri, %11,1 oranında ise istatistikler analiz teknikleri uygulanmıştır.

Tablo 4: Bildirilerde Kullanılan Araştırma Metotlarının Dağılımı

Araştırma Türleri	Sayı	Oran
Toplanan Veri Bakımından Araştırmalar		
Nitel Yöntem	7	%78,8
Nicel Yöntem	2	%22,2
Yaklaşım (Amaç) Bakımından Araştırmalar		
Keşfedici Araştırma	4	%44,4
Tanımlayıcı (Betimleyici) Araştırma	4	%44,4
Açıklayıcı (Nedensel) Araştırma	1	%11,1
Alan Araştırması Olması Bakımından Araştırmalar		
Teorik (Kavramsal) Araştırmalar	4	%44,4
Uygulamalı Araştırmalar	5	%55,6

Tablo 5'te bildirilerde kullanılan referans kaynakların yayınlandığı dil, kaynağın türü ve referans yaşı bakımından ulaşılan bulgulara yer verilmiştir. Araştırma ile bildiri başına ortalama 22 kaynak kullanıldığı; bunların %79,5'inin Türkçe ağırlıklı ve %20,5'inin ise yabancı (İngilizce) kaynaklardan oluştuğu belirlenmiştir. Kaynak türü bakımından bildirilerde; %39,0 ile en fazla oranda makale; onu takiben sırasıyla %24,5 ile kitap, %23,5 ile web/online ve son olarak %13,0 ile lisansüstü tezlerden faydalandığı tespit edilmiştir. Tüm bunların yanı sıra, bildiri kaynaklarının ortalama referans yaşı 5,88 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5: Bildirilerde Kullanılan Referans Kaynakların Dağılımı

#	Referans Sayısı	Yayın Dili		Yayın Türü				Ortalama Kaynak Yaşı
		Türkçe	Yabancı	Makale	Kitap	Tez	Web/Online	
1	30	20	10	6	7	3	14	3,87
2	10	10	0	2	2	5	1	8,30
3	21	21	0	14	1	3	3	4,38
4	14	14	0	4	7	1	2	3,79
5	24	21	3	2	6	3	13	4,67
6	39	25	14	21	9	4	5	7,08
7	17	17	0	7	6	4	0	7,24
8	14	11	3	6	5	1	2	7,43
9	31	20	11	16	6	2	7	7,00
<i>f</i>	22,2	17,7	4,6	8,7	5,4	2,9	5,2	5,88
%	100,0	79,5	20,5	39,0	24,5	13,0	23,5	

Son olarak, coğrafi işaretler konusundaki bildiri araştırmalarında elde edilen sonuçlar ile sağladığı katkılara ilişkin temel çıktılara Tablo 6'da detaylı olarak yer verilmiştir. Bildiriler ile ulaşılan temel önemli sonuçlar arasında; tüketicilerin ve üreticilerin coğrafi işaretler konusunda yeterli bilince sahip olmadıkları; ülkemizin farklı coğrafyalarında coğrafi işaretli ürün olarak tescillenmeye aday, potansiyeli yüksek zengin içerikli birçok ürünün bulunduğu; coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik olarak katkısının yüksek olacağı, kalkınmada önemli rolünün bulunduğu ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilerek turizm açısından destinasyonlara önemli katkılar sağlayabileceği; fakat ürünlerin coğrafi işaret ile tescillenmesinde ve tanıtılmasında yeterli çalışmaların yapılmadığı yer almaktadır.

Tablo 6: Bildirilerde Kullanılan Referans Kaynakların Dağılımı

#	Bildiri Adı	Araştırmanın Sonuçları ve Katkısı
1	Demirkol ve Şahinoğlu, 2016	Araştırma ile Türkiye'de coğrafi işaret konusunda bilincin yeterli olmadığı tespit edilmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında 2015 yılında gastronomi şehri seçilen Gaziantep'in 291 çeşit yiyecek ve içeceğe sahip olmasına rağmen sadece Antep baklavası ve Antep fıstığının coğrafi işarete sahip olduğu belirlenmiştir. Son yıllarda coğrafi işaretlere yönelik başvuru sayısında artışlar yaşanmış olmasına rağmen tescil sayıları geçmiş yıllara benzer sayılarda devam ettiği vurgulanmaktadır.
2	Toprak ve Oğuz, 2017	Araştırma ile Siirt'i ziyaret eden turistlerin kentin coğrafi işaretli ürünleri konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı ve yerel değerlerin turizm ürünü olarak kullanımının yoğunlaşması gerektiği; coğrafi işaret alan ürünlerin turizme katkısının olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Siirt'teki turizm sorunlarının en büyüğünün alt yapı sorunu olduğu, hijyen ve temizlik sorununun ise önemli bir boyutta olduğu vurgulanmaktadır.
3	Öz ve Dönmez, 2017	Araştırma ile Mardin'in tarihi, doğal ve kültürel birikimi ile birlikte yöre ile özdeşleşmiş olan Süryani şarabının da turistik çekicilikler arasında olduğu; zengin Mardin mutfağının tamamlayıcısı niteliğinde değerlendirilebilecek olan Süryani şarabının, coğrafi işaretleme ile sürdürülebilirliğinin garanti altına alınması, Mardin'in; hem tarihi, doğal ve kültürel birikimi hem de tescilli ürünlerinden aldığı güçle gastronomi ve şarap turizmi açısından önemli bir destinasyon olmasına katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır.
4	Esen, 2017	Araştırma ile coğrafi işaretli ürünler ile geleneksel ürünlerin turizmde sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağı vurgulanmakta ve Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin büyük bir kısmının, özellikle tarımsal ürünler ve yiyecek-içecek türlerin turizmde sürdürülebilirliğe önemli katkıları söz konusu olduğu öne sürülmektedir. Kayıtlı olsun veya olmasın coğrafi işaret potansiyeli olan ürünlerin; Türkiye'nin tüm bölgelerinde turizmle ilişkilendirilsin veya ilişkilendirilmesin hem ekonomik kalkınmaya hem de sosyo-kültürel aktivitelerin artmasına önemli bir ivme kazandırdığı belirtilmektedir.
5	Çalık, Tahmaz ve Bayram, 2016	Araştırma ile Beypazarı ilçesine özgü olan havuç lokumunun ve 80 katlı ev baklavasının coğrafi işaretinin alınmasının yörede yaşayanların ekonomik yaşamlarına olumlu katkı sağlayacağı; bu ürünlerin haksız kullanımını engelleyeceği ve gelecekte oluşabilecek olumsuzlardan da koruyacağı; insanların şüphelerini ortadan kaldıracağı ve tüketicide güven yaratacağı vurgulanmaktadır.
6	Bekar ve Karakulak, 2016	Araştırma ile ziyaretçilerin çoğunluğunun coğrafi işaretin ürünü gelecek nesillerin de tanınmasını sağladığı ve bölgeye özgü olduğunu tanımlamasında önemli olduğunu, gastronomik ürünlerin ilin tanıtımında önemli olduğunu ve gastronomik amaçlı ziyareti arttırdığını, ilin ekonomisini güçlendirdiği düşüncesinde olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçilere göre coğrafi işaretli ürünler denetlenmiştir ve gastronomik kimlik oluşturmada önemlidir. Araştırma sonuçlarına göre destinasyon pazarlamasında ilin gastronomik yapısının etkili olduğu, önemli bir çekim unsuru oluşturduğu; coğrafi işaretleme ile oluşturulan gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasında avantaj sağlayacağı tespit edilmiştir.

7	Yeşildağ, Özata ve Akkaya, 2016	Araştırma ile Erzurum'un coğrafi işaretli ürünlerde 6 adet tescillenmiş ve 3 adet tescillenmeyi bekleyen ürünlere sahip olmasından dolayı Doğu Anadolu Bölgesi'nin lideri konumunda olduğu; bu ürünler bakımından turistler tarafından tüketilen kültürün parçası, bölgede gastronomi turizminin gelişmesi ve ekonomiye katkısı, rekabet ortamı yaratması ve turistler için arzı oluşturan bir bütün olduğu vurgulanmaktadır. Araştırma kapsamında Erzurum ilinin coğrafi işaretli gastronomi ürünlerini yazılı ve web siteleri aracılığıyla yeterince tanıtmadığı; TPE'nin sitesinin etkin şekilde kullanılmadığı; yiyecek-içecek işletmelerinin coğrafi işaretli ürünler açısından yetersiz ve bu konuda çabalarının az olduğu vurgulanmaktadır.
8	Taştan ve Öz, 2017	Araştırma ile Gaziantep Şirasının, gerek yöreye özgü üretim teknikleri ile üretilen temel hammadde olan üzümün özelliği ile gerekse de kullanılan araç gerecin özellikleri bakımından coğrafi işaret almaya uygun pek çok özelliği olduğu vurgulanmaktadır.
9	Sezgin, 2016	Araştırma ile ülkelere ekonomik değer kazandıran coğrafi işaretlerin bölge tanıtımını sağlayan bir sistem ve özellikle gastronomi turizmüne yansımalarının olumlu yönde olduğu vurgulanmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada turizm alanındaki coğrafi işaret temalı çalışmaların, kullanılan yöntem, evren-örneklem grubu ve sonuçları itibarıyla sundukları katkılar açısından zaman içinde nasıl ilerlediğini ortaya koymak için bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Değerlendirme, 2013-2017 yılları arasında düzenlenen 26 ayrı "turizm" temalı kongre/sempozyum bildiri kitaplarında yayınlanmış "coğrafi işaret" konulu 9 bildiriye içermektedir. Dolayısıyla araştırma turizmde coğrafi işaretler konulu araştırmalarının eğilimlerinin geniş bir görünümünü sunmaktadır. Bu nedenle, akademisyenlerin mevcut durumu iyileştirmesine, yeni araştırma gündemlerini başlatmasına ve etkili araştırma programları geliştirmelerine yardımcı olabilecek niteliktedir.

Araştırma ile turizmde coğrafi işaret konusunda yazılan bildirilerin; kongrelerdeki temsil oranının çok düşük düzeyde ve beş kongre ile sınırlı kaldığı 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleştirildiği ve 2013-2015 yılları arasında herhangi bir bildirin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum coğrafi işaretler ile ilgili çalışmaların 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun kabul edilmesi sürecinde arttığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bildirilerde araştırma metodu olarak yaklaşım ya da amaç bakımından; coğrafi işaretlerin turizmde ne ve nasıl şekilde olması gerektiğine yönelik keşifsel ve betimsel tasarım, veri toplama yöntemi açısından ise nitel tasarım benimsenmiştir. Böylece coğrafi işaretlere yönelik turizmde derinlemesine bilgi elde edinilmesi hedeflenmiştir. Araştırma evreni bakımından turistler, bilirkişiler (uzmanlar), ürünler ve yerel yöneticiler üzerinde çalışılmış ve çeşitlilik sağlanmıştır. Örneklem grubu olarak tercih edilen örnekleme yöntemi doğrultusunda uygun sayıda katılımcı üzerinde araştırmalar gerçekleştirilmiştir.

Turizm kongrelerinde yayınlanan bildirilerde, araştırmacılar arasında çok düşük düzeyde de olsa işbirliği vardır; ancak, alanı yöneten önde gelen yazar ve üniversiteler bulunmamaktadır. Turizmde coğrafi işaretler ile ilgili araştırmalardaki bu liderlik eksikliği, yayınlanan araştırmaların sayısını ve kalitesini arttırmak için önemli bir engel olarak görülebilir. Bu durumunun üstesinden gelebilmek için farklı disiplinlerden akademisyenlerle turizmde coğrafi işaretler üzerine araştırma soruları üzerinde durularak alanın yönetilmesi ve derinlik kazandırılması açısından büyük bir fırsat ortaya çıkabilir.

Araştırmalarda ortalama referans kaynak kullanım düzeyi iyi durumdadır. Kaynak yayın dili açısından yerli referansların ağırlıklı olarak kullanılmış olup, her dört yerli kaynağa karşın tek bir yabancı referans yer almıştır. Yayın türü bakımından ise makale yayınları öncelikli olarak

tercih edilmiştir. Kaynaklarının ortalama referans yaşı 5,88 olarak hesaplanmıştır. Referans yaşının çok genç düzeyde olması, turizmde kongrelerinde coğrafi işaretin henüz son 2 yıllık süreçte üzerine tartışılmasına rağmen genel literatürde altı yıldır üzerine çalışılan bir konu olduğunun göstergesi niteliğindedir.

Araştırma kapsamında değerlendirilen coğrafi işaret konulu bildirimlerin ortaya koydukları temel bulgu ve katkılar:

- ❑ Tüketicilerin ve üreticilerin coğrafi işaretler konusunda yeterli bilince sahip olmadıkları,
- ❑ Ülkemizin farklı coğrafyalarında coğrafi işaretli ürün olarak tescillenmeye aday, Potansiyeli yüksek zengin içerikli birçok ürünün bulunduğu,
- ❑ Coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik olarak katkısının yüksek olacağı ve kalkınmada önemli rolünün bulunduğu,
- ❑ Gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilerek turizm açısından destinasyonlara önemli katkılar (pazarlama) sağlayabileceği,
- ❑ Ürünlerin coğrafi işaret ile tescillenmesinde ve tanıtılmasında yeterli çalışmaların yapılmadığı,

şeklinde sıralanmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan yola çıkarak birtakım öneriler geliştirilmiştir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Coğrafi işaretlerle ilgili turizm kongrelerinde önemli derecede boşluk olduğu ve bu konuda daha fazla çalışmaların yer alabileceği,
- ✓ Coğrafi işaretlerle ilgili bildirimlerde benimsenen araştırma yöntemleri kapsamında yaşanan birtakım (evren ve örneklem çerçevesinin çizilmemesi, veri toplama ve analizi vb.) eksikliklerin ilerleyen çalışmalarda tekrarlanmaması,
- ✓ Araştırmalarda kullanılan referans kaynakların yerli literatür ağırlıklı olması sebebiyle ileriki çalışmalarda kaynak kullanımı açısından uluslararası alan yazınındaki çalışmalara daha fazla önem verilmesi,
- ✓ Coğrafi işaretle ilgili bildirimlerin örneklem grubu olarak yabancı ziyaretçiler üzerinde de yoğunlaştırılması, bilinç düzeylerinin ölçülmesi ve özellikle coğrafi işaretli ürünlerin turistik ve hediyelik eşya kapsamında kullanımına yönelik değerlendirmelerin yapılması,
- ✓ Disiplinler arası çalışmalarla coğrafi işaretli ürünlerin turizm sektöründe etkin kullanımına yönelik ilgili alanda bilgi birikimine derinlik kazandırılması ve yönetimin sağlanmasına ilişkin fırsatların ortaya konulması,
- ✓ Araştırmacılar arasında çok düşük düzeyde olan işbirliğinin artırılması ile bu alanda uzmanlaşmanın sağlanması ve yazarların alanı yönetmesi,
- ✓ Bölgelere ve illere yönelik ürünlerin coğrafi işaret tescilini yaptıran kurum ve kuruluşların, etkin yönetim planı ve stratejileri ile tescil belgelerinin jenerik olarak kalmasının önüne geçmesi,

Araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Birincisi, veri temini için sadece Turizm temalı kongre ve sempozyumlarda yer alan bildirimler incelenmiş ve başta sosyal bilimler olmak üzere diğer alanlardaki kongreler dikkate alınmamıştır. İkincisi, kongrelerin düzenlendiği zaman dilimi; 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun kabul edildiği yılı da kapsayan son 5 yıllık periyot göz önünde bulundurularak 2013-2017 yılları olarak belirlenmiştir. Üçüncüsü ise, araştırmaların tespit edilmesine yönelik, belirlenen konu arama kelimelerinin sadece bildiri

başlığı ile anahtar kelimelerinin içeriği kapsamında ele alınmasıdır. Son olarak, sadece kanunda yer aldığı üzere anahtar kelime(ler) “coğrafi işaret” kelime grubu ile sınırlı tutularak bildiriler araştırılmıştır ve “yöresel”, “geleneksel”, “organik” ürünler gibi nitelermeler dikkate alınmamıştır. Bu noktadan hareketle, gelecek yıllarda belirtilen alanlarda yapılabilecek çalışmalara konuya ilişkin bütünlüğün sağlanmasında önem teşkil edecektir. Örneğin, aynı alanda hem tez hem makale yayınları açısından da benzer çalışma uygulanarak yayın türüne göre karşılıklı olarak değerlendirilmeli; bunun yanı sıra sosyal bilimler kongreleri açısından da benzer çalışmalar gerçekleştirilmeli; yayınların bibliyometrik değişkenlerin yanı sıra içerik ve çıktıları açısından da ele alınacağı daha kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Bekar, A. ve Karakulak, Ç. (2016). Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği, D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan ve G.K. Girgin (Ed.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, içinde (156-174) Ankara: Detay Yayıncılık.

Çalık, A.Ö., Tahmaz, G.S. ve Bayram, A.T. (2016). Coğrafi İşaretleme: Havuç Lokumu ve 80 Katlı Beypazarı Baklavası, D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan ve G.K. Girgin (Ed.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, içinde (143-155) Ankara: Detay Yayıncılık.

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.

Esen, Ş. (2017). Turizmde Sürdürülebilirlik ve Coğrafi İşaretler, I. *Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 23-25 Kasım 2017, Kastamonu Üniversitesi, 528-536.

KHK (1995). Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, KHK Tarihi: 24.04.1995, Resmi Gazete Tarihi: 27 Haziran 1995, Resmi Gazete Sayısı: 22326.

Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.

Öz, H. ve Dönmez, B. (2017). Yerel Gıda ve Coğrafi İşaretleme Kapsamında Süryani Şarabı'nın Değerlendirilmesi, 18. *Ulusal Turizm Kongresi*, 18-21 Ekim 2017, Mardin Artuklu Üniversitesi, 741-748.

Sezgin, A.C. (2016). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmine Yansımaları, *Ulusal Alternatif Turizm Kongresi*, 07-09 Nisan 2016, Erzincan Üniversitesi, 350-356.

SMK (Sınai Mülkiyet Kanunu). (2016) Kanun Numarası: 6769, Kabul Tarihi: 22.12.2016, Resmi Gazete Tarihi: 10 Ocak 2017, Resmi Gazete Sayısı: 29944.

Taştan, H. ve Öz, H. (2017). Coğrafi İşaretlemenin Gaziantep Şırası Açısından Önemi, II. *Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 14-15 Nisan 2017, Gaziantep Üniversitesi, 292-300.

Toprak, L. ve Oğuz, Z. (2017). Coğrafi İşaretler ve Siirt İli Örneği, 18. *Ulusal Turizm Kongresi*, 18-21 Ekim 2017, Mardin Artuklu Üniversitesi, 956-965.

TPE (Türk Patent Enstitüsü). (2015) Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı <https://www.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=10d3f87-62ad-4d27-9694-4e736ea1b76d>

Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2018b). Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Başvuru Kılavuzu. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)

Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2018a). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)

Yeşildağ, G.N.G., Özata, E. ve Akkaya, A. (2016). Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Erzurum İli Örneği, D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlan ve G.K. Girgin (Ed.) *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, içinde (175-184) Ankara: Detay Yayıncılık.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2009). Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı <http://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0798.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)