

Öğr. Gör. Ali İhsan UYGUN - Antalya AKEV Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı,
aliihsanuygun48@gmail.com

Öğr. Gör. Yaşar Mert DEMİRAL - Antalya AKEV Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı,
mert.demiral@akev.edu.tr

Öğr. Gör. Nurcan USLU - Antalya AKEV Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı,
nurcan.uslu@akev.edu.tr

Antalya İlinin Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi

ÖZET

Turist popülasyonu yüksek olan Antalya'nın yetiştirilen gastronomik ürünler açısından da bir öneme sahip olmasından yola çıkarak mevcut turist popülasyonunu artırmak amacıyla coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılması ve artırılması önem arz etmektedir. Bu durum neticesinde Antalya'nın coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinin tanıtılması ve artırılması konusunda projeler yapılması gerektiği düşünülmektedir. Buna bağlı olarak, Antalya ilinin coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerinin değerlendirileceği bu çalışmada, coğrafi işaret ile alakalı kavramsal çerçeveye yer verilmiş, Antalya'nın coğrafi işaret almış ürünleri tanıtılmış, literatürdeki coğrafi işaret ile alakalı çalışmalar aktarılmış ve Antalya'nın coğrafi işaretli ürünlerinin nasıl artırılabilirliği ve bu artırmanın gerekliliği hakkında tartışma yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yöresel Ürün, Yöresel Yemek, Gastronomik Ürün

Evaluation of Antalya's Geographically Signed Gastronomic Products

ABSTRACT

Considering that Antalya, which has a high tourist population, has an importance in terms of gastronomic products grown, it is important to introduce and increase geographically signed products in order to increase the current tourist population. As a result of this situation, it is thought that projects should be carried out to promote and increase the gastronomic products with geographical signs of Antalya. Accordingly, in this study, which will evaluate the gastronomic products of Antalya province with geographical indication, the conceptual framework related to the geographical sign is included, the products with the geographical sign of Antalya are introduced, the studies related to the geographical sign in the literature are conveyed, and how Antalya's geographical sign products can be increased. Finally, there has been discussion about the necessity of this increase.

Keywords: Geographical Sign, Local Product, Local Food, Gastronomic Product

GİRİŞ

Coğrafi ortama bağlı olarak belli başlı özelliklerini öne çıkaran ürün ve mamüller tescillendiği takdirde gerek iç piyasa olsun gerekse dünya pazarında ülke ekonomisine önemli katma değerler oluşturabilmektedir. Küreselleşme sürecinin hızlandığı yıllara bağlı olarak birçok dünya ülkesinin bu sürece tescilli ticari ürünleriyle dahil olduğu bilinmektedir. Türkiye'nin de bu sürece kültürel, menşei ve mahreç tescilli ürünleriyle dahil olması dünya pazarında markalaşma, ekonomik ağırlık başta olmak üzere birçok noktada gelişim sağlamasına katkıda bulunacaktır.

Coğrafi işaret, yöresel tanınırlık ve yöresel markalaşma oluşumlarının sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu avantajların en önemlisi ise; "yörenin tanınırlığını arttırmak ve böylece markalaşan yöresel ürünler ile kırsal turizmde önemli bir destinasyon haline gelip ekonomik gelir elde etmektir" (Bulut ve Fural, 2018: 560). Yerel üreticiler için faydaları ise; çiftçinin gelirini artırmak, yerel ekonomiyi artırmak ve kırsal kalkınmayı desteklemektir (Joshi, vd., 2020: 37).

Bir ülkenin kırsal alanlarını kalkındırması, kültürel miras ve yerel zenginliklerin korunması sosyal ve ekonomik yapısını güçlendirebilmesi için büyük bir avantaj olabilir. Coğrafi işaret tescili, birçok dünya ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de ülke ekonomisine ve turistik destinasyonlara katkı sağlayabilmektedir. Türkiye bu girişimi, Avrupa Birliği'ne uyum süreci içerisinde 1995 yılında gerçekleştirmiştir. 1995'te yürürlüğe giren "555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" ve bu kararnamenin "555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulama Şekli Gösterir Yönetmelik" kapsamında yerel ve kültürel ürünler koruma altına alınmaya başlamıştır (Gülçubuk, vd., 2010: 20).

1. COĞRAFİ İŞARET NEDİR?

Coğrafi işaret, bir ürünün kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş belirgin bir ünü, markayı, niteliği veya diğer özellikleri bakımından öne çıkaran işarettir. Coğrafi işaretli ürünler, menşe adı ve mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, sanayi ürünleri, tarım, maden, el sanatları coğrafi işaret tesciline konu olabilir (URL-1).

Coğrafi işaret, bir ürün veya mamulün belirli bir coğrafyadan kaynaklandığını açıklayan bir hak olarak tanımlanabilir. Coğrafi işaretin bir hak olarak tanımlanması (Akbaba ve Kendirci, 2016:118) söz konusu ürünün veya mamulün belirli nitelikler taşıdığını garanti etmesiyle ilgilidir. Coğrafi işaret; belirli sınırlar içerisinde belli bir yöreye ya da ülkeye özgü en az bir özelliği olan ürünleri, bir marka haline getirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2013: 24).

Coğrafi işaret, üretim veya kaynağından dolayı bir takım yerel farklılıkları olan, belirli bir üne sahip ürünlerin koruma altına alınmasını sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmez, 2014: 68). Coğrafi işaret tescili, yerel üretimi ve kırsal kalkınmayı destekleme, geleneksel bilgi ve kültürel değerleri koruma, turizme katkıda bulunma ve ürün taklitçiliği ile mücadele (Oraman, 2015: 77) gibi birçok noktada fayda sağlamaktadır.

1.1. 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 tanımlayan adlar menşe adıdır (URL-1; Oraman, 2015: 77; Bucak, 2018: 380). Menşe adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilirler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Menşe adına Alanya Avakadosu ve Manavgat Altın Susamı örnek verilebilir.

1.2. Mahreç İşareti

Bir ürünün coğrafi işaret kapsamına alınmasında, bahsi geçen ürünün işlenmesi, üretimi veya diğer işlemlerden en az birinin sınırları belli bir coğrafi alanda gerçekleşmesi mahreç işareti ile tescillenmesini sağlamaktadır. Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü ya da diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, işlenmesi, üretimi veya diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan isimler mahreç işaretidir. Mahreç işaretlerinin, ürünün özelliklerinden en az biri o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusu olabilmektedir (URL-1). Ürünün yöre ve coğrafya ile bağı sadece ünü ve tanınırlığı da olabilir. Mahreç işaretine Antalya Piyazı, Fethiye Tahini örnek verilebilir.

Mahreç işareti olarak tescillenecek üründe dikkat edilmesi gereken noktalardan birisi, ilgili ürünün kalitesinin her üretim yerinde aynı olması, ilgili coğrafya ve bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynıısının kullanılması gerektiğidir (Şahin ve Meral, 2012: 90). Mahreç ve menşe adı arasındaki fark üretim yeri ile ilgilidir. Menşe adıyla tescillenmiş ürünler ilgili coğrafya ve bölge dışında üretilemezken, mahreç işareti adıyla tescillenmiş ürünler başka bölgelerde de üretilebilirler (Bucak, 2018: 380). Mahreç işaretiyle tescillenecek ürünlerin, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya alandan kaynaklanan bir ürün olması, belirgin bir ünü, niteliği veya diğer özellikleri itibarıyla ilgili yöre, bölge veya alan ile özdeşleşmiş bir ürün olması, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılan bir ürün olması mahreç işareti adını taşıması için gerekli olan başlıca koşullardandır (Oraman, 2015: 77).

1.3. Geleneksel Ürün Adı Nedir?

Geleneksel ürün adı tescili için sınırları kesinleştirilmiş bir coğrafi alan belirlenmesi şart değildir. Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar, aşağıdaki şartlardan en az birini sağlaması halinde geleneksel ürün adı olarak tanımlanır (URL-2)

- - Geleneksel üretim, işleme yöntemi ya da geleneksel bileşimden kaynaklanması,
- - Geleneksel hammadde veya geleneksel bir malzemedan üretilmiş olması gerekmektedir.

Ezo Gelin Çorba ve Çakallı Menemeni geleneksel ürün adıyla tescillenmiş ürünlere örnek verilebilir. Geleneksel ürün adı tescili üretici ile birlikte tüketiciye de fayda sağlamaktadır. Geleneksel ürün adı tescili gerek ekonomik anlamda gerekse ürünün korunması ve kültürün korunması anlamında da önem arz etmektedir.

Gastronomik coğrafi işaretli ürünler ile alakalı literatür incelendiğinde Türkiye'nin birçok farklı şehrine ait coğrafi işaretli ürünün ele alındığı görülmektedir. Literatürde destinasyon pazarlaması, potansiyel coğrafi ürünler, yöresel ürün tanıtımı gibi birçok farklı konuda yazılmış çalışma bulunmaktadır. Tablo 1'de gastronomik coğrafi ürünler ile alakalı çalışmalar yer almaktadır.

Tablo 1: Coğrafi İşaret ve Gastronomik Ürünler İle Alakalı Alanyazın

Yazarlar	Çalışmanın Amacı
Suna ve Uçuk (2018: 100)	Mutfak eğitimi gören öğrencilerin bakış açısından coğrafi işaretli ürünlere sahip olan bir destinasyonun pazarlamasına etkisinin ölçülmesi amacıyla yapılan çalışmada Gaziantep'in coğrafi işaretli ürünlere sahip olmasının gastronomik kimlik oluşturmada önemli olduğu belirtilmiş ve araştırma sonucunda coğrafi işaret ile oluşturulan gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasına olumlu yönde etkileri olduğu sonucuna varılmıştır.
Şahin (2014: 23)	Yerfıstığının genel özellikleri, ekim özellikleri ve Türkiye'deki dağılımı ile ticari hareketleri üzerinde durularak yapılması gerekenler konusunda önerilerde bulunulmuş ve bir coğrafi işaret olarak Osmaniye Yerfıstığı tanıtılmıştır.
Saygılı, Demirci ve Samav (2020: 11)	Antep sıkma peyniri, Malkara eski kaşar peyniri, Edirne beyaz peyniri Erzurum küflü çivil peyniri, Erzincan tulum peyniri, , Erzurum çivil peyniri, Ezine peyniri, Karaman Divle obruğu peyniri, Diyarbakır örgü peyniri, Kars kaşarı, Antakya sürkü, Antakya küflü sürkü, Yozgat çanak peyniri ve Van otlu peynirinin coğrafi işaret almaya hak kazandığı belirtilmiş; zengin kültürel miras ile özdeşleşmiş ürünler gelecek nesillere devredilirken coğrafi işaretli peynirlerin tanıtılması amaçlanmıştır.
Boyraz (2018: 241)	Afyonkarahisar'ın coğrafi işaret tescili almış ve tescil potansiyeli yüksek olan ürünlerinin kırsal kalkınma ve turizm açısından değerlendirilmesinin amaçlandığı çalışmada Afyonkarahisar'ın; Afyon Sucuğu, Afyon Kaymağı, Çay İlçesi Vişnesi, Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği, Afyon Mermeri, Afyon Pastırması ve Bayat Türkmen Kilimi olmak üzere coğrafi işareti bulunan; Şuhut Keşkeği, Afyon Haşhaşı Tohumu, Afyon Lokumu ve Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı olmak üzere başvuru aşamasında olan, coğrafi işaret potansiyeline sahip 11 ayrı ürünün bulunduğu tespit edilmiş ve araştırma sonunda Afyon'un sahip olduğu coğrafi işaretli bu ürünlerinin, turistik talebi arttırmadaki rolüne yönelik öneriler geliştirilmiştir.
Kaya ve Şahin (2018: 191)	Coğrafi işaretli ürünlerin üretiminde tescil belgesindeki standartlara uyulup uyulmadığını tespit etmek ve bu ürünlerin satış sürecinde denetleyici mercilerin denetleme yapıp yapmadığını bulgulamak amacıyla yapılan çalışmada coğrafi işaret tescilli bir ürün olan Adana kebabı incelenmiş; Adana kebab denetim süreçleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, işletmelerin otoritelerce uygun standartta üretim gerçekleştirip gerçekleştirmediğinin denetlenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya ve Şahin (2018: 191)	Coğrafi işaretli ürünlerin üretiminde tescil belgesindeki standartlara uyulup uyulmadığını tespit etmek ve bu ürünlerin satış sürecinde denetleyici mercilerin denetleme yapıp yapmadığını bulgulamak amacıyla yapılan çalışmada coğrafi işaret tescilli bir ürün olan Adana kebabı incelenmiş; Adana kebab denetim süreçleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, işletmelerin otoritelerce uygun standartta üretim gerçekleştirip gerçekleştirmediğinin denetlenmediği sonucuna ulaşılmıştır.
Üzümcü, Alyakut ve Akpulat (2017: 132)	Coğrafi işaret kapsamında değerlendirilen veya değerlendirilebilecek gastronomik ürünlerin Kocaeli özelinde ortaya konulması ve kırsal turizm açısından değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada; ilgili literatür taranarak Kocaeli ilinin gastronomik ürünleri belirlenmiş, bu ürünlerin kırsal turizm, gastronomi turizmi ve kent turizmine üzerinde ne gibi roller oynayabileceği açıklanmıştır.
Meral ve Şahin (2013: 2016)	Kahramanmaraş'ta yaşayan tüketicilerin coğrafi işaret almış gıdalara karşı takındıkları tutum ve gösterdikleri davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada; tüketicilerin %76.3'ünün coğrafi işaret almış gıdalar ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları tespit edilmiş, %86.2'lik bir oranla tüketicilerin Gemlik zeytini tükettiği, %58.9 oranda tüketicinin coğrafi işaret almış bir gıdaya daha fazla para ödeyeceği ve coğrafi işaretli Gemlik zeytinine %29.8 daha fazla ödeyebileceği tespit edilmiştir.
Cebeci ve Mehmet (2020: 197)	Giresun ili Görele ilçesine ait, yöresel ve coğrafi işaret tescili yapılmış bir ürün olan Görele Dondurmasının üretiminden, tüketimine kadarki tüm aşamaları detaylı olarak sunulmuş ve Görele Dondurması'nın, il-ilçe ekonomisine katma değer olması ve turistik bir değere sahip olması adına önemli yerel bir ürün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Hazarhun ve Tepeci (2018: 371)	Manisa'nın coğrafi işaret almış yöresel ürün ve yemeklerinin tanıtılarak, coğrafi işaretli yemek ve ürünlerin gastronomi turizmine katkısının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada Manisa ilinin, Salihli Odun Köfte, Akhisar Uslu Zeytin, Kırkağaç kavunu, Akhisar Köfte, Salihli Kiraz ve Akhisar Domat Zeytin olmak üzere 6 coğrafi işaret almış ürüne sahip olduğu belirtilmiş ve coğrafi işaret almış olan yöresel yemek ve ürünlerin Manisa ili gastronomi turizminin gelişmesine katkısı vermek için öneriler sunulmuştur.

<p>Çakaloğlu ve Çağatay (2017: 52)</p>	<p>Coğrafi işaret tescilinin tüketici algısında nasıl yer aldığı anlamak amacıyla yapılan çalışmada Antalya tavşan yüreği zeytini ve Finike portakalının bir marka değerine sahip olup olmadığı araştırılmış, kadın tüketicilerin ve yüksek eğitimli tüketicilerin coğrafi işaret tescili almış ürünleri bir marka değeri olarak algıladığı ve bu ürünlere verdikleri değerler daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.</p>
<p>Albayrak vd. (2018: 1839)</p>	<p>Antep fıstığı üretiminin incelendiği çalışmada Antep fıstığının yöre dışında da üretildiği ve coğrafi işaret tescilinde bahsedilen menşe şartlarına uyulmadığı; üretim ve pazarlama aşamalarında, denetimin yetersizliğinin ve izlenebilirliğin olmaması durumlarının coğrafi işaret tescilinin koruma etkisini zayıflattığı; yapılan çalışma ile Antep fıstığı örneği ile coğrafi işaret tescilinin öneminin, koruma etkisinin, denetiminin ve izlenebilirliğinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.</p>
<p>Savaşkan ve Kınır (2020: 939)</p>	<p>Sakarya ilinin belirlenmiş gastronomik ürünleri aracılığıyla coğrafi işaretli ürünleri ve gastronomik unsurları değerlendirilmiş, çalışmanın sonucunda, Sakarya'ya ait üç adet tescilli ürün ve üç adet tescil başvurusu yapılmış ürün olduğu, Sakarya ilinin sahip olduğu bazı yöresel ürünlerin marka tescili ile tescillendiği belirtilmiştir.</p>
<p>Şen ve Ekinci (2020: 32)</p>	<p>Türkiye’de Coğrafi işaret almış ekmeğe çeşitleri olan; Bolu Patatesli Ekmeği, Antep Tırnaklı Pidesi, Kalecik Ekmeği, Kızılcacahamam Bazlaması, Rize Baston Ekmeği, Şanlıurfa Açık Ekmeği (Urfa Açık Ekmeği), Şanlıurfa Tırnaklı Ekmeği, Gümüşhane Ekmeği, Vakfikebir Ekmeği, Kürtün Araköy Ekmeği, adlı ekmeklerin tanıtılması amaçlanmıştır.</p>
<p>Toklu’nun (2016: 171)</p>	<p>Tüketicilerin coğrafi işaretli Artvin balını nasıl algıladıklarının ve bu ürün için daha fazla ödeme eğilimine sahip olup olmadıklarının araştırıldığı çalışmanın bulgularına göre ‘kalite ve güvenilirlik’ tüketici algılarını etkilerken, ‘ekonomik destek’ ve ‘kültür ve gelenek’ değişkenlerinin coğrafi işaretli Artvin balı algısını etkilemediği belirtilmiş ve çalışmanın sonuçlarında konu ile ilgili paydaşlara ve rekabet avantajı elde etmek isteyen bal üreticilerine bölgesel kalkınma için tespitler sunulmuştur.</p>
<p>Orhan’ın (2010: 243)</p>	<p>Coğrafi İşaretli İzmit Pişmaniyesi’nin bir turizm ögesi olarak kullanılmasının Kocaeli ili açısından önemli olduğu vurgusu yapılan çalışmanın sonucunda, “İzmit Pişmaniyesi’nin” Kocaeli iline ekonomik olarak katkısına ilişkin bazı bilgiler verilmiş, yöreye özgü bu değerlerin korunmasına ve tanıtılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.</p>

Yaylacı ve Mertol (2020: 313)	Tokat'ın yöresel ürünleri incelenmiş, çalışmanın sonucunda coğrafi işaret olgusunun, son dönemlerde hızla büyüyen gastronomi kavramı ile bir araya geldiği noktada Tokat mutfak kültürünün öneminin kavramasına yardımcı olabileceği vurgulanmıştır.
Süslü vd. (2020: 135)	Mersin'de coğrafi işaret almış ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada Mersin'de coğrafi işaret almış 11, coğrafi işaret başvurusu yapılmış 6 ürün olduğu tespit edilmiş ve bu ürünlerin Mersin gastronomi turizmine yönelik değerlendirilmesinin önemli ve gerekli olduğuna dikkat çekilmiştir.
Şimşek (2020: 317)	Sivas mutfağına ait coğrafi işaretli ürünlerden Sivas Pezik Dal Turşusu, Sivas Köftesi ve Sivas Katmeri'nin üretim süreçlerini incelemiş, bu ürünlerin genel özelliklerinin ve orijinalliğe uygunluğunun belirlenmesini amaçlamıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda söz konusu Sivas Katmeri, Sivas Köftesi ve Sivas Pezik Dal Turşusunun büyük bir oranda olarak belirtilen standartlara uygun şekilde üretildiği sonucuna varılmıştır.

Literatüre bakıldığında yapılan çalışmaların büyük bir kısmında coğrafi işaretli ürünlerin ait oldukları bölgelerin kültürünün tanıtılması, gastronomik değerlerinin ortaya çıkartılması, turizme olan etkileri, gastronomi turizminin gelişmesinde oynadıkları rol açıklanmış ve genel literatürde coğrafi işaretli ürünlerin bölge kalkınmasında önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir.

2. COĞRAFI İŞARET BAŞVURULARI VE TESCİLİ

Türkiye'de coğrafi işaret tescili, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 34 üncü maddesine göre; menşe adı, geleneksel ürün adı ve mahreç olarak kalite güvencesi altına alınmaktadır. Coğrafi işaret; tüketime sunulan ürünün kaynağını, ürünü diğerlerinden ayıran karakteristik özellikleri ve ürünün yetiştirilen ya da üretilen bölgeyle arasındaki bağlantıyı ifade etmektedir. Bu bağlamda geleneksel ürünlerin veya bu ürünlerden elde edilen mamullerin korunması dikkate alınarak tanıtımının ve kullanımının artırılması hedeflenmektedir.

2.1. Coğrafi İşaret Başvuru Süreci

Coğrafi İşaret tescil başvurusunu; ürün veya mamulün üreticisi konumundaki gerçek ya da tüzel kişiler, coğrafi ürünle ilişkisi olan kamu kurum ve kuruluşları, ürünle ilgili olarak kamu yararına çalışan veya üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumaya yetkili dernekler, vakıflar ve kooperatifler yapabilmektedir. Ürünün tek bir üreticisi varsa, bu durumu ispat etmesi şartıyla ilgili üretici ve üretici dernekleri de başvuruda bulunabilmektedir. Coğrafi işaret başvurusu, Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı olan Türk Patent ve Marka Kurumu'nun resmi internet sitesinde işlem formları arasında yer alan "Coğrafi İşaret Tescili Başvuru Formu" elektronik ortamda doldurularak yapılmaktadır (URL-1).

Başvuruda bulunulacak ürünün adının ve niteliklerinin belirlenmesi konusunda hassas olunmalıdır. Çünkü söz konusu ürün tescillenirse başvuru ile markalaşacağı için bir daha değiştirilmesi mümkün olmayabilir. Doğal ve beşerî unsurların bir araya gelmesi sonucu gıda, tarım, maden, el sanatları ürünleri ve sanayi ürünlerinden 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanununda yer alan şartlara uygun olanlar, tescil edilmesi şartıyla, coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı korumasından yararlanır (URL-1). Coğrafi işaret türleri, menşe adı ve mahreç olarak ikiye ayrılır.

Coğrafi işaret istenen ürünün başvuru sürecinde; ürünün başvurusu incelemeye tabi tutulur. İlk şekli incelemeye tabi tutulan başvuru, şekli incelemede eksiklik görüldüğü takdirde geri gönderilir ve 3 ay süre içerisinde düzeltilmesi talep edilir. Gerekli düzeltmeler yapılmadığında ya da gecikme durumunda başvuru reddedilir. Şekli incelemeyen geçmiş ve onaylanmış başvurular, Esasa İlişkin İnceleme'ye tabi tutulmaktadır. Esasa İlişkin İnceleme'de eksiklikler söz konusu ise bu eksiklikleri giderme için 3 ay süre verilir ve bu süre en fazla 2 kez uzatılmaktadır. Esasa İlişkin Eksiklikler'in giderilmediği durumlarda başvuru reddedilmektedir. Esasa İlişkin Kontroller'in yapılması sonucu herhangi bir eksiklik tespit edilmezse; uzman kuruluştan görüş bildirmesi istenir, bu durum 1 aylık bir süreyi kapsar. Uzman kuruluş tarafından gelen bilgiler doğrultusunda varsa eksiklikler bildirilir ya da tescile uygun bir ürün değilse reddedilir. Uzman kuruluşun tespit ettiği eksiklikleri giderme süresi 3 aydır. Bu süreçte eksiklikleri giderilmiş coğrafi işaret adayı ürünün bültende yayınlanması süreci başlamaktadır. Bültende 3 ay süre ile yayımlanan ürüne herhangi bir itiraz yoksa tescil işlemleri başlatılır. Bültende yayımlandıktan sonra itiraz edilen ürüne kurul bir inceleme başlatır. Uzman kuruluştan danışılarak itiraz kabul ya da reddedilir (URL-1).

Coğrafi İşaret ve İstatistikler

Ülkemizde 1995 yılı öncesine kadar, coğrafi işaretli ürünleri koruma Türkiye'nin de tarafı olduğu uluslararası sözleşmelerin genel hükümlerine bağlı olarak mümkün olmuştur. Coğrafi ürünlerin korunarak belli bir mevzuata bağlanması, Dünya Ticaret Örgütü'nün uygulamaları dikkate alınarak 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin uygulamaya geçirilmesiyle başlamıştır. Coğrafi işaret ve geleneksel ada ilişkin bilgiler 22.12.2016 Tarih ve 29944 Sayılı Resmî Gazete de Yayımlanan 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ile mevzuatta yer almıştır, 2017'de yapılan kanunun uygulamasına dair yönetmeliklerle mevzuat hükümleri genişletilerek uygulanmaya devam etmektedir (URL-5).

Genel olarak Türkiye de 1996 yılından bu yana birçok coğrafi işaret almış ürün bulunmaktadır. Ancak 2021 yılında hız kazanan bu ivme 2016 ve sonrasında da en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Coğrafi İşaretli Ürünler bazında 2020 yılına kadar tescil edilen ürünlerin sayısı 777 olup, başvuru sürecinde olan ürünlerinde 729 adet olduğu bilinmektedir. Ürünlerin tescil türüne göre; %64,5'i mahreç işaretli, %35,1'i menşe adı ve %0,4'ü geleneksel adı altında kalite garantisi kapsamına alınmıştır. Son on yılda gastronomi alanının popüleritesinin artmasıyla birlikte daha çok işlenmiş ve işlenmemiş sebze, meyve ve mantarlar, yemekler ve çorbalar, fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar gibi başlıklarda coğrafi işaretli ürünlerin başvurularının ve tescillerinin daha çok olduğu tespit edilmiştir (URL-4)

2016 yılında ivme kazanan coğrafi işaret ile ilgili girişimler (başvuru ve tescil) her geçen yıl artmış en son bir önceki yıla göre 2020 yılında %200'ün üzerinde artışla zirveyi görmüştür. Bu artışların son yıllarda gastronomi alanında olması, Türkiye'nin bu alandaki kültürel zenginliği ve tarihi, bölgelerin gastronomik çeşitliliği, illerin değerlerine sahip çıkma ve öne çıkma arzuları, gastronomi turizminin popüler hale gelmesi, gastronomi şehirlerinin artması, coğrafi işaret başvuru prosedürlerinin online ve daha hızlı halledilebilir oluşu ve diğer sebeplere bağlanabilmektedir (URL-5)..

Coğrafi işaret tescili için başvuru yapan kurumlara bakıldığında; ticaret ve sanayi odaları (238 tescil), belediyeler (220 tescil), ticaret borsaları (68 tescil), valilikler (58 tescil), kaymakamlıklar (43 tescil) başvuruda bulunan kurumların başını çekmektedir. bu kurumları takiben dernekler, vakıflar, ziraat odaları, üretici birlikleri, kooperatifler, meslek odaları, esnaf ve sanatkar odaları, kalkınma ajansları, üniversiteler, şirketler, bakanlık, halk eğitim merkezleri, köy muhtarlıkları ve askeri okul gelmektedir (URL-6).

Antalya'da Coğrafi İşaret Alınmış Gastronomik Ürünlerin Değerlendirilmesi

Antalya ili sınırları içerisinde coğrafi işaret tescili alınmış 12 ürün ve başvuru aşamasında 5 adet ürün yer almaktadır. Tablo 2 de menşe ve mahreç başvurusu devam eden ve tescillenmiş ürünlerle birlikte hangi ürün grubuna dahil oldukları belirtilmektedir.

Tablo 2: Coğrafi İşaretli Ürün Grubu

Ürün grubu	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Durumu
İşlenmiş ve işlenmemiş sebze, meyve ile mantarlar	Alanya Avokadosu	Menşe Adı	Tescilli
	Antalya Bergamot Kabuğu Reçeli	Mahreç İşareti	Tescilli
	Alanya Keçiboynuzu- Harnut	Menşe Adı	Başvuru
	Alanya Muzu	Menşe Adı	Başvuru
	Alanya Yenidünyası	Menşe Adı	Tescilli
	Antalya Tavşan Yüreği Zeytini	Menşe Adı	Tescilli
	Antalya Turunç Kabuğu Reçeli	Mahreç İşareti	Tescilli
	Finike Portakalı	Menşe Adı	Tescilli
	Korkuteli Karyağdı Armudu	Menşe Adı	Tescilli
	Manavgat Altın Susamı	Menşe Adı	Tescilli
Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Antalya Serpme Böreği	Mahreç İşareti	Tescilli
	Antalya Kabak Tatlısı	Mahreç İşareti	Tescilli
Yemekler ve çorbalar	Antalya Piyazı	Mahreç İşareti	Tescilli
	Alanya Güllüklü (Hülüklü) Çorba	Mahreç İşareti	Tescilli
Hahlar ve kilimler	Döşemealtı El Halısı	Mahreç İşareti	Tescilli
Diğer ürünler	Alanya İpek Kozası	Menşe Adı	Başvuru
Yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz	Gökbük Nar Ekşisi	Menşe Adı	Başvuru

Kaynak: (URL-7)

Menşe adı olarak tescil almış 6 adet ürün yer almakta ve menşe adı başvuruları devam eden 4 adet ürün tescil için başvuru sürecinin içerisinde. Antalya ilinde menşe adı altında; toplam coğrafi işaret içinde tescil edilmiş ve başvuru sürecinde olan ürünlerin oranı %58,8'dir. Toplam menşe adı altında, tescil alan ürünlerin oranı %60 ve başvuru süreci devam edenlerin oranı da %40'tır (URL-7).

Mahreç işareti tescillenmiş toplamda 5 adet ürün bulunmakla beraber mahreç işareti için başvuru sürecinde toplamda 1 adet ürün bulunmaktadır. Genel olarak coğrafi işaretli ürünler kapsamında tescilli ya da başvuru sürecindeki mahreç işaretli ürünlerin oranı %41,2'dir. Toplam mahreç işareti altında tescil almış ürünlerin oranı %86 ve başvuru sürecindeki ürünün oranı da %14'tür. Genel anlamda Antalya ili için coğrafi işaret başvuru başlıklarına bakılırsa ürün grupları arasında; işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar oranı %59; fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işlerinin oranı %11,8; tatlılar, yemekler ve çorbaların oranı %11,8; halılar ve kilimlerin oranı %5,8; yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuzların oranı %5,8; diğer ürünlerin oranı %5,8'dir (URL-7).

Tablo 3'te kurumlara göre coğrafi işaret tescili ve başvurularının gösterilmektedir. Buna göre Antalya'da ilk coğrafi işaret tescili gerçekleşen ürün 2006'da başvurusu yapılan ve 2008 yılında tescillenen Finike Portakalı'dır.

Tablo 3: Antalya İli coğrafi İşaret başvurusu Yapan kurumlar ve Coğrafi İşaret Tescil/başvuru Yapılmış ürünler

Başvuru Yapan/Tescil Ettiren Kurum	Coğrafi İşaretin Adı/Başvuru-Tescil Tarihi	Durumu
Alanya Ticaret ve Sanayi Odası	Alanya Avokadosu (2015-2018)	Tescilli
	Alanya Keçiboynuzu – Harnup (30.03.2021)	Başvuru
	Alanya Muzu (31.12.2019)	Başvuru
	Alanya Yenidünyası (2017-2018)	Tescilli
	Alanya İpek Kozası (13.04.2021)	Başvuru
Antalya Ticaret ve Sanayi Odası	Antalya Bergamot Kabuğu Reçeli (2018-2021)	Tescilli
	Antalya Kabak Tatlısı (2019-2021)	Tescilli
	Antalya Piyazı (2017-2017)	Tescilli
	Antalya Serpme Böreği (2020-2021)	Tescilli

	Antalya Turunç Kabuğu Reçeli (2018-2021)	Tescilli
Manavgat Ticaret ve Sanayi Odası	Manavgat Altın Susamı (2020-2021)	Tescilli
Antalya Ticaret Borsası	Antalya Tavşan Yüreği Zeytini (2014-2018)	Tescilli
	Korkuteli Karyagdı Armudu (2017-2018)	Tescilli
Döşemealtı Belediyesi	Döşemealtı El Halısı (27.08.2020)	Tescilli
Alanya Belediyesi	Alanya Güllüklü (Hülüklü) Çorba (2018-2019)	Tescilli
Finike İlçesi Meyve Üreticileri Tarımsal Birliği	Finike Portakalı (2006-2008)	Tescilli
	Gökbük Nar Ekşisi (22.10.2020)	Başvuru

Kaynak: (URL-7)

2008'den 2014'e kadar uzunca bir süre coğrafi işaret başvurusu yapılmamıştır. 2014'te coğrafi işaret başvurusu yapılan Antalya Tavşan Yüreği Zeytini ile birlikte ürün tescilleri düşük de olsa artmaya başlamıştır. 2017 ve 2021 yılları arasında coğrafi işaret tescil ve başvurularda artış göze çarpmaktadır. Özellikle 2018'de, Alanya Avokadosu, Alanya Yenidünyası, Antalya Tavşan Yüreği Zeytini ve Korkuteli Karyagdı Armudu ile 4 adet ürünün tescili gerçekleşmiş; 2021'de ise, Antalya Bergamot Kabuğu Reçeli, Antalya Kabak Tatlısı, Antalya Serpme Böreği, Antalya Turunç Kabuğu Reçeli, Manavgat Altın Susamı ürünlerinin tescil ettirilmesi ile de önemli adımlar atmaya devam edilmektedir (URL-7). Antalya ilinde Coğrafi işaretli ürünlerin daha çok gastronomik anlamda yiyecek kültürüne yakın olan ürünlerden olduğu ve son 5 yılda bu alanda başvuruların artış gösterdiği tespit edilmiştir (URL-7).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Ülke genelinde coğrafi işaret almış ürünlerin sayısında yıllara bağlı olarak belirgin bir artış görülmektedir. Bununla birlikte Antalya'nın coğrafi işaretli ürün sayısındaki artışın yavaş ilerlediği görülmektedir. Bu durum çerçevesinde değerlendirildiğinde yerel yönetimlerin ve coğrafi işaret tescil etme yetkisi bulunan paydaşların planlamalar doğrultusunda Antalya'nın coğrafi işaretli ürün sayısının artması için ekstra çalışmalar yapması gerekmektedir. Nitekim, kültürel değerler açısından birçok unsura ev sahipliği yapmakta olan Antalya'nın diğer turizm destinasyonlarından ve büyük şehirlerden coğrafi işaretli ürün sayısı yönünden geride kaldığı görülmektedir. Bununla beraber 2008 ile 2014 yılları arasında hiçbir coğrafi işaret başvurusunda bulunulmamış olması da şehrin coğrafi işaretli ürünler açısından diğer şehirlerden geride kalmasında rol oynamış; 2014 yılından sonra coğrafi işaret başvuruları tekrar sağlanmış, 2021 yılında ise başvuru sayısının diğer

senelere oranla arttığı ve toplamda 7 başvuru yapıldığı gözlenmiştir. Bu durum çerçevesinde 2021 yılında Antalya yerel yönetimlerinin coğrafi işaretli ürün tescili açısından harekete geçtiğini gözlemlemek mümkün olmakla birlikte bu hareketliliğin devamlılığının sağlanması önem arz etmektedir.

ALTİD (Alanya Turistik İşletmeciler Derneği) son 5 yıl Antalya'ya gelen turistlerin verileri incelendiğinde 2016 yılında 6.181.913, 2017 yılında 9.738.962, 2018 yılında 12.712.603, 2019 yılında 15.280.763 turist Antalya'yı tercih ettiği istatistiklerde görülmektedir. 2020 ve 2021 yıllarının verileri Covid-19 pandemisi sebebiyle turizm dinamiklerinin değişkenliğine sebep olmuş ve bu durumdan ötürü bu yılların istatistiklerine çalışmada yer verilmemiştir. Genel Türkiye turist popülasyonunda Antalya'nın büyük bir paya sahip olduğu ve bu anlamda turistik açıdan ne kadar önemli bir destinasyon olduğu bir kez daha göze çarpmaktadır. Türkiye'ye gelen turistlerden önemli bir kısmının tercih ettiği Antalya'nın pazarlanması ve turist sayısının artırılması için kullanılacak yöntemlerden birisinin coğrafi işaretli ürünlerin pazarlanması şeklinde gerçekleşmesi mümkün olabilmektedir. Buradan yola çıkarak coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması Antalya'ya gelecek turistler açısından önemli bir sonuç doğurabileceği gibi gastronomik coğrafi işaretli ürünlerin artırılması ise Antalya'ya gastronomi turizmi için gelmek isteyen yeni turist popülasyonunun oluşmasını sağlayabilecektir. Turist sayısı önemli bir orana sahip olan Antalya'nın coğrafi işaretli ürün sayısı bu istatistiklerin yanında az kalmakta ve bu konu ile alakalı çalışmalar yapılması gerekliliğini gözler önüne sermektedir.

Antalya coğrafi işaretli ürünlerine bakıldığında gastronomik ürünlerin diğer ürünlere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu oranlar, Antalya ilinin gastronomik değerlerinin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha hatırlatmakta ve coğrafi işaret tescili için atılacak adımlarla beraber bu istatistiğin devamlılığının yine gastronomik unsurlardan karşılanabileceğini göstermektedir. Antalya ilinde Coğrafi işaretli ürünlerin daha çok gastronomik anlamda yiyecek kültürüne yakın olan ürünlerden oluşması ve son 5 yılda bu alanda başvuruların artış göstermesi ise ülke genelinde olduğu gibi Antalya'da da gastronomik unsurların önemini yerel yönetimlerce fark edildiği ve bu alanda çeşitli çalışmaların yapılması ile kısa sürede büyük adımların atılabileceği ihtimalini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Akbaba A. & Kendirci P. (2016). Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretlemeli ürünler. İçinde O.N. Özdoğan (Ed.), Yiyecek içecek endüstrisinde trendler 2: Kavramlar, yaklaşımlar, başarı hikayeleri (ss. 118). Detay Yayıncılık.

Albayrak, K., Albayrak, M., & Taşdan, K. (2016). Coğrafi işaret olarak antep fıstığının menşe adının korunması. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27.

Boyras, M. (2018). Coğrafi işaretli ürünler ve Afyonkarahisar örneği. 2. Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi, 241-250.

Bucak, T. (2018). Coğrafi işaretleme. İçinde A. Akbaba ve N. Çetinkaya (Eds.), Gastronomi ve Yiyecek Tarihi (ss. 450-465). Detay Yayıncılık.

Bulut, i., & Fural, Ş. (2018). Serik Bıçağı'nın coğrafi işaret tescili kapsamında değerlendirilmesi.

Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, 557-580.

Cebeci, H., & Mehmet, Ş. E. N. Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele Dondurması. *Gastro: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4(2), 197-217.

Çakaloğlu, M., & Çağatay, S. (2017). Coğrafi işaretler ve değişen tüketici algısı: Finike Portakalı ve Antalya Tavşan Yüreği Zeytini örnekleri. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 52-65.

Çekal, N., & Aslan, B. (2017). Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemede tarhananın yeri ve önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. 1(2), 124-135.

Gülçubuk, B., Kan, A. Kan, M., & Küçükçongar, M. (2010). Coğrafi işaret olarak Karaman Divle Tulum Peyniri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 15-23.

Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 371-389.

Joshi, B.K., Gauchan D., Bhandari, B., & Jarvis, D., (Eds.). (2020). Good practices for agrobiodiversity management. NAGRC, LI-BIRD and Bioversity International.

Kaya, S. Y., & Şahin, E. (2018). Tescilden uygulamaya coğrafi işaretler: Adana Kebabı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 189-199.

Meral, Y., & Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik Zeytini örneği. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(4), 16-24.

Mercan, Ş. O., ve Üzülmaz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.

Oraman, Y. (2015). Türkiye'de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.

Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretlerin kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.

Savaşkan, Y., & Kingır, S. (2020). Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*. 4(3), 939-961.

Saygılı, D., Demirci, H., & Samav, U. (2020). Coğrafi işaretli Türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 11-21.

Suna, B. & Uçuk, C. (2018). Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118.

Süslü, C., Eryılmaz, G., & Demir, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research/JRTR*, 7(2), 135-149.

Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.

Şahin, G. (2014). Türkiye'de yerfıstığı (*Arachis hypogaea* L.) yetiştiriciliği ve bir coğrafi işaret olarak

Osmaniye Yerfıstığı. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 13(3).

Şahin, A. & Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 5(2), 88-92.

Şen, M. A. & Ekinci, E. (2020). Türkiye’de üretilen coğrafi işaret ile tescillenmiş ekmek çeşitleri üzerine bir nitel araştırma. Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi. 1(1), 32-41.

Şimşek, A. (2020). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin incelenmesi: Sivas Mutfağı örneği. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(3), 317-327.

Toklu, İ. T. (2016). Tüketiciler coğrafi işaret için daha fazla ödemek ister mi? Artvin Balı üzerine bir araştırma. Karadeniz Araştırmaları, (52), 171-190.

Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö., & Akpulat, N. A. (2017). Coğrafi işaretleme kapsamında Kocaeli gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 19(32), 132-140.

Yaylacı, S. & Mertol, H. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 313-334.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. & Yalçın, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 3(4), 861-871.

URL-1: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 20). <https://ci.turkpatent.gov.tr>.

URL-2: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 22). Geleneksel Ürün Adları. www.turkpatent.gov.tr.

URI-3: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 25). <https://prosecution.deris.com/tr/kutuphane/cografi-isaret/cografi-i-saretlerin-tarihsel-sureci>.

URL-4: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 27). İstatistikler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/Type>.

URL-5: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 27). İstatistikler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication>.

URL-6: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 27). İstatistikler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationOwners>.

URL-7: Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021, Haziran 27). Veritabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>.