

TÜRKİYE'DE COĞRAFI İŞARETLERİN DAĞILIŞ ÖZELLİKLERİNİN VE COĞRAFI İŞARET POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Distributional Characteristics of Geographical Indications and the Potential for Geographical Indications in Turkey

Doç. Dr. Vedat ÇALIŞKAN
Hasan KOÇ



Özet

Coğrafi ortam özelliklerinin ortaya çıkardığı ürün zenginliğinin coğrafi işaret yoluyla korunması, dünya ticaretinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak giderek önem kazanan bir konudur. Coğrafi işaretler doğal ortam özellikleri, geleneksel üretim yöntemleri ve kültürel değerler ile yoğrulan bir süreçte ortaya çıkan geleneksel/yerel ürünlere ticari açıdan koruma ve destek sağlamaktadır. Büyük bir potansiyelin varlığına karşın Türkiye'de coğrafi işaret konusunda sınırlı gelişmeler sağlanabilmiştir. Çalışma ile günümüze değin Türkiye'de tescilli sağlanan coğrafi işaretler ve dağılışı özellikleri değerlendirilmiştir. Buna göre coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerin belirlenmesinde yerel/geleneksel ürünleri tanıtıcı festivallerden yararlanılması önerilmektedir. Diğer yandan coğrafya biliminin Türkiye'de coğrafi işaretler konusuna katkı sağlayacağı alanlara dikkat çekilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Coğrafi işaretler, yerel ürünler, geleneksel/yerel ürün festivalleri, Türkiye.*

· Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Coğrafya Eğitimi ABD.
v.caliskan@comu.edu.tr

· Şırnak / İdil Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi Coğrafya Öğretmeni (YL)

Abstract

Protection of the product richness resulting from the characteristics of a geographical medium through geographical indications is an issue that is gradually gaining importance depending on the developments experienced in the world trade. Geographical indications provide the traditional/local products, which occur in a process molded by the characteristics of natural media, traditional production methods and cultural values, with commercial protection and support. Despite the presence of great potential, limited developments have been achieved with respect to geographical indications in Turkey. The geographical indications registered in Turkey so far and their distributional characteristics were evaluated with the study. Accordingly, it is recommended to benefit from those festivals which promote local/traditional products when determining the products that have the potential for geographical indications. On the other hand, attention is attracted to those fields where the science of geography will contribute to the issue of geographical indications in Turkey.

Key words: *geographical indications, local products, traditional/local product festivals, Turkey.*

1. Giriş

19. yüzyıl sonlarında ulaşım ve iletişim araçlarında yaşanan büyük gelişmeler neticesinde, ülkeler ve toplumlar arasındaki temaslar yoğunlaşmış, ticaret gelişmiş ve küresel bir ekonomi ortaya çıkmıştır. O zamandan beri uluslararası ticaret, hemen hemen kesintisiz bir şekilde, dünya toplam üretiminden daha hızlı bir oranda artış göstermiştir. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra, 1950-1994 arasında dünyada üretim yılda ortalama % 4 oranında artarken, dünya ticaret hacmi % 6'nın üzerinde artışa sahip olmuştur. Bir başka deyişle 45 yıl içinde dünya mal üretimi 5.5 misli büyürken, ticareti 14 misli büyüme göstermiştir (Tümertekin ve Özgüç, 2005:31). Genel olarak üretimdeki büyümenin pozitif olduğu durumlarda, ticaretteki büyümenin üretimdeki büyümeden yüksek olması beklenir. Nitekim mal ve hizmetlerdeki uluslararası ticaret, 2000'li yıllarda dünya ölçeğinde ardına yaşanan büyük ekonomik krizlerden olumsuz etkilenmekle birlikte dünya üretimindeki büyümenin üzerinde artışlar göstermiştir. Dünya mal ticaretinin son on yıllık (1998-2008) büyüme oranı ortalama % 5,7 olurken, mal ihracatı 2008'de 15,8 trilyon dolara ulaşmıştır (IGEME, 2009:6).

Ekonominin küreselleşme sürecinin hızlanması ile ticarete konu olan mallarda ve uluslararası ticarete katılan ülkelerin sayısında büyük artışlar olmuştur. Ülkeler, gelişen dünya pazarındaki paylarını artırabilmek için daha önceki dönemlerle kıyaslanamayacak ölçüde yoğun bir rekabet içindedir. Uluslararası ticaretten daha fazla pay kapma mücadelesi diğer yandan haksız rekabet sorunlarına da yol açmıştır. Dünya pazarlarında orijinal olmayan ürünlerle sıkça karşılaşılması ve bunlara karşı yürütülen mücadeleler günümüzde önem kazanan konular haline gelmiştir. Nitekim dünyadaki taklit ürün ticaretinin toplam dünya ticari büyüklüğünün % 5-% 7 'i kadar olduğu tahmin edilmektedir (IACC, 2011). Bu tür ürünlerin bazıları, ürünü coğrafi isim kullanarak tanımladığından, ürünün doğru kökenleri açısından tüketiciyi yanlış yönlendirmiş olmaktadır. Bu tür sorunlar bir ticari sahtecilik sorunudur ve fikri mülkiyet korunması ile ilgili benzer bir uluslararası yaklaşımı gerekli kılmaktadır. WIPO (World Intellectual Property Organisation), Interpol ve Europol gibi uluslararası örgütler sahte ürünlere ve ürün taklitçiliğine karşı mücadele etmektedir. Nitekim bir sınai hak türü olan coğrafi işaretler; diğer fikri ve sınai haklar gibi ticareti haksız rekabete karşı koruyarak, tüketiciyi yanlış bilgilendirmeye karşı koruyarak ülkesel olarak korunma sağlamaktadır (Gürsu Doğu, 2008:3-4).

Esasen İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yeniden şekillenen dünya ticaretini ve rekabet ilişkilerini düzenlemek için birçok yeni kurum, kural ve araç devreye girmiştir. Bunlar arasında 1995 tarihinde kurulan Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization-WTO; bundan sonra DTÖ) önemli bir yere sahiptir. Nitekim "Coğrafi İşaret- Geographical Indication" kavramının kullanıldığı ilk uluslararası sözleşme, "Ticaret ile Bağlantılı Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları –TRIPS (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) Anlaşması'dır. TRIPS sözleşmesi, fikri mülkiyet konusu ile ilgili olması nedeniyle Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Anlaşmasının bir parçası niteliğindedir ve DTÖ sisteminin önemli birimlerinden birini oluşturur. Bununla ilgili olarak DTÖ sistemi kapsamında TRIPS konseyi oluşturulmuştur. TRIPS sözleşmesi, coğrafi işaretlerle ilgili olarak yürürlükte bulunan anlaşmaların sonuncusu olma özelliğini taşımakla birlikte diğer tüm anlaşmalara oranla dünya çapında uygulanma hedefi de taşımaktadır (Gökova, 2008:10).

2007:145-146; Tuncay, 2009: 37-39). TRIPS 22/1 maddesinde coğrafi işaret şu şekilde tanımlanmıştır: *“Bu sözleşme açısından coğrafi işaretler, üye bir ülkenin toprağından veya bu toprak üzerinde yer alan bir bölge veya yöreden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle esas olarak bu coğrafi menşeye atfedilen ürünleri tanımlamak için kullanılan işaretlerdir”* (Gündoğdu, 2006:4).

1995 yılından bu yana DTÖ’ne üye olan Türkiye’de, Avrupa Birliği’nin coğrafi işaretlere ilişkin 2081/1992 sayılı Konsey Tüzüğünden esinlenilerek 1995 yılında 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) kabul edilmiştir. Böylece daha önceden haksız rekabet hükümleri ile dolaylı olarak korunan coğrafi işaretlere etkin ve özel bir koruma sağlanmıştır (Gürsu Doğu, 2008: 64; Kan ve Gülçubuk, 2008: 60). 555 sayılı KHK’de coğrafi işaret *“Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren ad veya işaretler”* olarak tanımlanmıştır. Coğrafi işaret, ayırt edici özelliği ile öne çıkan ve bulunduğu bölge ile özdeşleşen ürünlere verilen işarettir. Bununla birlikte coğrafi işaretler, sadece tarım ürünleri ile sınırlı olmayıp, insan eliyle yapılan ürünleri de kapsamaktadır. Yani coğrafi işaretlerin kapsamına doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri girmektedir (555 sayılı KHK m.1). Coğrafi işaretler ile bir ürünün, belirli bir ülke, yöre ya da bölge ile bağlantısı ifade edilmektedir. Bu işaretler, o yöreye özgü doğal ya da insan faktörlerinden oluşan özelliklerin söz konusu ürüne kazandırdığı nitelik ve kalite itibariyle söz konusu bölge ürünlerinin benzer ürünlerden ayırt edilebilmesini sağlar (DPT, 1995: 41).

Coğrafi işaretler, *“menşe adı”* ve *“mahreç işareti”* olmak üzere ikiye ayrılır. Coğrafi işaret korumasına konu olan ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı sınırları belirlenmiş coğrafi alanda gerçekleşmek zorunda ise bu tür coğrafi işaretlere *“menşe adı”* denir. Ürünün belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarı ile bir coğrafi bölge ile özdeşleşmesi; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin sınırları belirlenmiş coğrafi alanda yapılmasını gerektiren coğrafi işaretlere de *“mahreç işareti”* denir. Menşe adına sahip olan ürünler, temel niteliklerini sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan sağlayan ve üretimleri bütünüyle o coğrafi sahada gerçekleşen ürünlerdir. Mahreç işaretine sahip ürünler –belirlenen özelliklerden en az birini bulundurması halinde– ait oldukları bölgenin dışında da üretilebilir. Menşe adı ve mahreç işareti arasındaki temel fark üretim yeri ile ilgilidir. Menşe adını taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezken, mahreç işaretini taşıyan ürünler başka bölgelerde de üretilebilmektedir. Ancak mahreç işareti ile korunan ürünlerin üretiminde ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve ürünün kalitesinin aynı olması gerekir (TPE, 2010). Menşe adı olarak tescili yapılan ürünlere örnek olarak Isparta gülü, Erzincan tulum peyniri, Kayseri pastırması, Pervari balı ve Antep fıstığı verilebilir. Bu tür ürünler niteliklerini ve kalitelerini ancak ait oldukları coğrafi çevrenin ortam özelliklerinden ve üretim yöntemlerindeki kültürel özelliklerden kazanabilirler. Çorum leblebisi, Gaziantep baklavası, Antakya künefesi, Kula el halısı, Trabzon telkariye ve hasır ise mahreç adı ile tescillenen ürünlerden bazılarıdır. Mahreç işareti taşıyan bu ürünler, ait oldukları coğrafi bölgenin dışında da üretilebilirler. Ancak bu üretimde, ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve

ürünün kalitesinin aynı olması gereklidir. Menşe adlarının aksine, mahreç işaretlerinin coğrafi alan ile ilişkisi daha esnek olmakta, böylece mahreç işaretleri çok daha geniş alanlar için kullanılabilir. Coğrafi işaret korumasının doğrudan ve dolaylı olarak sağladığı çeşitli yararlar vardır. Her şeyden önce coğrafi işaretler yoluyla belirli bir yörede üretilen ürünlerin doğallığı ve kalitesinin sürdürülebilirliği koruma altına alınmaktadır. Coğrafi işaretler, ürünün kaynaklandığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmeleri, ürünün tanınmışlığını ve katma değerini artırmaları; ait oldukları yöreye ekonomik katkı sağlamaları; üretici ve tüketicileri korumaları açısından önem taşımaktadır (Akın, 2006: 1). Coğrafi İşaretler, yöresel ürünleri ve özelliklerini ortaya çıkarmakta, yerelin özel ürünlerini markalaştırmakta; üreticinin gelirine, kırsal turizme ve kırsal nüfus için farklı iş alanlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 58). Coğrafi işaretlerden yalnızca o ürün için belirlenen özelliklere göre üretim yapan üreticiler yararlanabilmektedir. Böylece coğrafi işaretin elde edilmesinde beşeri faktörü temsil eden yöresel üreticiler desteklenmektedir. Coğrafi işaret tescili sağlanan ürünler, üretimin yapıldığı çevrelerde ekonomik faaliyetlerin gelişmesini destekleyerek bölgesel kalkınmaya ve kırsal kalkınmaya da katkıda bulunmaktadır.

Coğrafi işaret korumasının doğrudan ve dolaylı olarak sağladığı çeşitli yararlar vardır. Her şeyden önce coğrafi işaretler yoluyla belirli bir yörede üretilen ürünlerin doğallığı ve kalitesinin sürdürülebilirliği koruma altına alınmaktadır. Coğrafi işaretler, ürünün kaynaklandığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmeleri, ürünün tanınmışlığını ve katma değerini artırmaları; ait oldukları yöreye ekonomik katkı sağlamaları; üretici ve tüketicileri korumaları açısından önem taşımaktadır (Akın, 2006: 1). Coğrafi İşaretler, yöresel ürünleri ve özelliklerini ortaya çıkarmakta, yerelin özel ürünlerini markalaştırmakta; üreticinin gelirine, kırsal turizme ve kırsal nüfus için farklı iş alanlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 58). Coğrafi işaretlerden yalnızca o ürün için belirlenen özelliklere göre üretim yapan üreticiler yararlanabilmektedir. Böylece coğrafi işaretin elde edilmesinde beşeri faktörü temsil eden yöresel üreticiler desteklenmektedir. Coğrafi işaret tescili sağlanan ürünler, üretimin yapıldığı çevrelerde ekonomik faaliyetlerin gelişmesini destekleyerek bölgesel kalkınmaya ve kırsal kalkınmaya da katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca coğrafi işaretlerin korunması ile geleneksel bilgiler de (*traditional knowledge*) korunmuş olmaktadır. Bir toplumu oluşturan bireylerin gündelik yaşamda edindikleri bilgilerin nesiller boyunca devam etmesi neticesinde söz konusu bilgiler geleneksel özellik kazanır. Gelenekselleşen ve o toplumdaki bireylerce sosyal ve kültürel yaşamın bir parçası olarak algılanan bu bilgi ve deneyimler, üretim aşamasında da etkili olmakta; bu bilgilere konu olan ürünlerin karakteristik özellik kazanmasında ve ayırt edicilik kazandıran ve üretim aşamasında etkili olan bilgi, beceri ve deneyimlerdir (Gündoğdu, 2006: 14). Coğrafi işaret koruması ile aynı zamanda o yörenin kültürel değerleri de korunmuş olur. Bu bağlamda coğrafi işaretler “kültürel değerleri koruma” fonksiyonuna da sahiptir. Fakat bu dolaylı bir korumadır ve esas olan söz konusu ürünün kendisinin korunmasıdır (Gündoğdu, 2006: 11).

Çalışmada ilk olarak Türkiye’de günümüze değin (1996-2011) tescili sağlanarak koruma altına alınan coğrafi işaretler ve dağılışı özellikleri ele alınmıştır. Sonraki bölümde ise Türkiye’de tescillenen coğrafi işaretler ile yerel festivaller arasındaki ilişki irdelenmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye’nin coğrafi işaret potansiyeli zenginliğine dikkat çekilerek; coğrafi işaret potansiyeli yüksek yerel ürünlerin saptanması sürecinde, yerel ürün festivallerinden yararlanılması konusu değerlendirilmiştir. Çalışmanın diğer bir amacını ortaya koyan son bölümde, Türkiye’nin coğrafi işaret potansiyelinin gerçekleştirilmesi ve coğrafi işaret tescil süreçlerinde coğrafya biliminin ve coğrafyacıların yapacağı katkı alanlarının belirlenmesine çalışılmıştır.

2. Veri ve Yöntem

Çalışmada değerlendirilen veriler iki yolla elde edilmiştir. İlk olarak Türk Patent Enstitüsü (bundan sonra TPE)’nden günümüze değin coğrafi işaret tescili yapılan 147 ürünün raporları sağlanmıştır. Güncel başvurular ve tesciller için TPE ile ek yazışma yapılmıştır. Raporların değerlendirilmesi ile coğrafi işaret adı, coğrafi işaret türü, tescil yaptıran kurum/kuruluş, tescil tarihi, tescili yapılan ürünün ili ve bölgesi gibi öz nitelik bilgileri belirlenerek ürün grupları sınıflandırılmıştır.

İkinci olarak, Türkiye’de düzenlenen coğrafi işaret potansiyeli taşıyan geleneksel yerel festival ya da şenlikler saptanmıştır. Bunun için Kültür Bakanlığı’nın festival ve şenlik envanterinden yararlanılmıştır. Ancak söz konusu envanter güncel verilere sahip değildir. Bu nedenle internet ortamında Türkiye’nin il ve ilçeler düzeyinde belediye, valilik, kaymakamlık, il kültür ve turizm müdürlüğü vb. resmi kurumların internet sayfaları incelenerek yerel bir ürüne dayalı festival ve şenliklerin belirlenmesi tamamlanmıştır. Elde edilen bu bilgiler ışığında coğrafi işaret tescili sağlanan ürünler ile geleneksel/yerel ürün festivalleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine çalışılmıştır. Nitekim çalışmada ulusal ölçekte coğrafi tescil potansiyeli taşıyan ürünlerin saptanması çalışmalarında geleneksel/yerel ürünlerin festival ve şenliklerinin yararlı olabileceği gösterilmiştir.

Coğrafi işaret tescili sağlanan ürünler ile coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerle ilgili festivallerin illere göre dağılımını gösteren haritalar hazırlanmıştır. MapInfo 8,5 coğrafi bilgi sistemleri (CBS) programında hazırlanan haritalarda lokasyon işaretlemeleri, coğrafi tescili temsil eden idari birimlere uygun olarak yapılmıştır.

3. Türkiye’de Tescillenen Coğrafi İşaretler ve Dağılışı

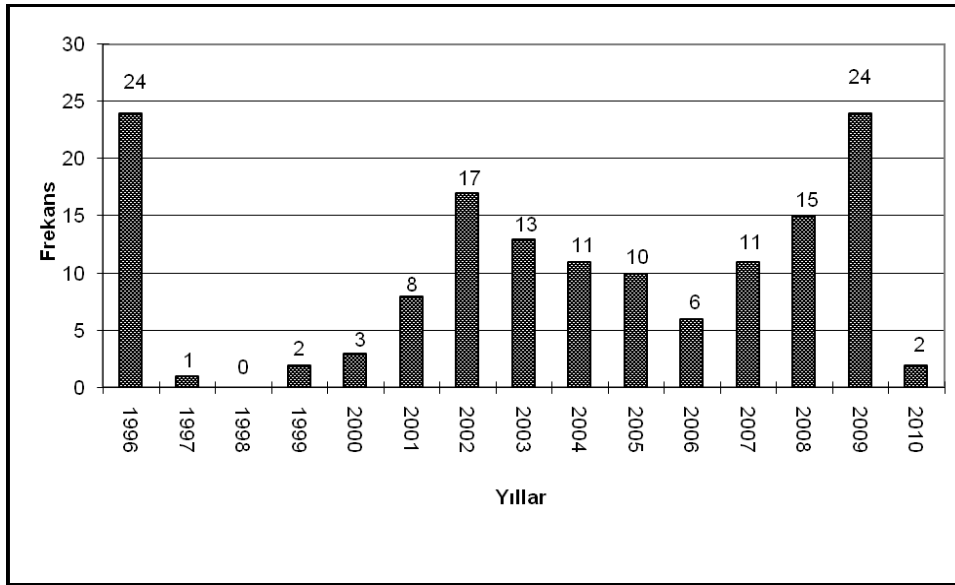
Türkiye’de coğrafi işaretlerin tescil işlemleri TPE tarafından yapılmaktadır. Coğrafi işaretlerin Türkiye’de korunması 1995 yılında çıkarılan 555 sayılı KHK ile başlamıştır. Böylece daha önceden genel hükümlerle ve haksız rekabet hükümleri ile dolaylı olarak korunan ürünlere coğrafi işaret yoluyla etkin ve özel bir koruma sağlanmıştır (Gürsu Doğu, 2008: 5). Ağustos 2011 tarihi itibarıyla Türkiye’de 147 ürünün coğrafi işaret tescili bulunmaktadır. Bu coğrafi işaretlerden 79’u mahreç, 68’i ise menşe olarak tescillenmiştir.

Coğrafi işaret tescilinin başladığı 1996 yılı ile 2009 yılı 24 adet tescil sayısı ile tescil sayısının en yüksek olduğu yıllar olmuştur. 1996 yılında tescillenen ürünlerin iki ortak özelliği bulunmaktadır. Birincisi, bu ürünlerin tümü geleneksel el sanatları grubunda yer alan halı ve kilimlerden oluşmaktadır. İkincisi, bu ürünlerin tamamı için tescil başvurusu tek bir özel şirket (Sümer Halı A.Ş.) tarafından yapılmıştır. Diğer yıllarda tescil sayısında bir dalgalanma söz konusudur. Fakat 2010 yılı dikkate alınmazsa son yıllarda tescil sayısında bir artış olduğu da söylenebilir (Grafik 1).

Coğrafi işaret koruması sağlanan ürünler için yapılan sınıflandırmada geleneksel el sanatları ürünleri en fazla paya (%26,5) sahiptir. Bu ürün grubunun içinde halı ve kilimler önemli bir yer tutmaktadır. İkinci sırayı ise %23,1 oranı ile tarımsal ürünler almaktadır. Bu ürün grubu içinde ise üzüm (7 tescil) ve biber (3 tescil) ağırlıkta olmakla birlikte diğer tarımsal ürünlerden de (Antep fıstığı, Giresun tımbul fıstığı, Anamur muz, Diyarbakır

karpuzu, Finike portakalı, Salihli kirazı) birer tescil bulunmaktadır. Böylece Türkiye’de coğrafi işaret tescili ile korunan ürünlerin yaklaşık yarısı bu iki grupta yer almaktadır. Geleneksel – yöresel yemek, aperitif vb. yiyecekler olarak belirlediğimiz grupta ise toplam 25 coğrafi işaret sağlanmıştır. Bu grubun içinde ise Mardin mutfağı, 4 yöresel yemek tescili ile öne çıkmaktadır. Bu grup içinde Türkiye’nin büyük ün kazanmış diğer yöresel lezzetleri de dikkat çekmektedir. Adana kebabı, İnegöl köftesi, Şanlıurfa çiğ köftesi, Kayseri mantısı, Oltu Cağ kebabı, Edirne tava ciğeri, Akçaabat köftesi, İskilip dolması ile Çorum leblebisi bunlar arasında sayılabilir. “Diğer” olarak sınıflandırılan gruptaki coğrafi işaretler ise Afyon mermeri, Eskişehir lüle taşı, Kangal Balıklı Kaplıcası ve Mardin taşına aittir (Tablo 1).

Grafik 1: Türkiye’nin Tescillenen Coğrafi İşaret Sayısının Yıllara Göre Dağılımı



Coğrafi işaret için ürünün üreticisi olan gerçek veya tüzel kişiler, tüketici dernekleri ile konu ve coğrafi yöre ile ilgili kamu kuruluşları başvuru hakkına sahiptir (TPE, 2010: 27). TPE de tescil başvurularını incelemek ve tescil etmekle yükümlüdür. TPE’nin coğrafi işaret başvurusu yapma yetkisi yoktur. Günümüze değin coğrafi işaret tescili için başvuruda bulunan kurum ve kuruluşlar içinde özel şahıs ve şirketlerin öne çıktığı görülmektedir (Tablo 2). Bu sonuç biraz da Sümer Halı A.Ş.’nin 1996 yılında aldığı 24 ayrı tescilden kaynaklanmaktadır. Sanayi ve ticaret odaları da buldukları illerin yerel değerlerini tescilleyerek yüksek bir tescil sayısına (33 tescil) ulaşmıştır. Örneğin Antep fıstığı için Gaziantep Ticaret Odası, Kayseri pastırması için Kayseri Ticaret Odası, Mersin cezeryesi için Mersin Ticaret ve Sanayi Odası tescil başvurusunda bulunmuştur.

Tablo 1. Tescillenen Coğrafi İşaretlerin Ürün Gruplarına Göre Sınıflandırılması

Sınıfı	İçindekiler	Frekans
Geleneksel El Sanatları	Halı, kilim, çini, telkari, baston, oyuncak bebek, battaniye, çember vd.	39
İçecekler ve Alkollü İçkiler	Rakı, likör, viski, şalgam vd.	9
Tarımsal Ürünler	Meyve, sebze, endüstriyel bitkiler	34
Unlu Mamuller, Tatlı ve Şekerleme Ürünleri	Kestane şekeri, pişmaniye, cezerye, Mustafakemalpaşa tatlısı, peynir tatlısı, pestil, köme, dondurma, baklava, künefe, Tarsus bandırma, pekmez, imlebbes, ceviz ezmesi vd.	16
Hayvansal Kökenli Gıda Ürünleri	Peynir, kaymak, sucuk, pastırma, bal	11
Hayvan İrkları	At, köpek, tazi, koyun	5
Geleneksel – Yöresel Yemek, Aperitif vb. Yiyecekler	Leblebi, pilav, kebab, köfte, çiğ köfte, turşu, mantı, pide, sembusek, ikbebet, kibe, dolma, tava ciğeri vd.	25
Zeytin ve Zeytinyağları	Gemlik zeytini, Ayvalık zeytinyağı, Güney Ege zeytinyağları, Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları	4
Diğer	Mermer (Afyon), lüle taşı (Eskişehir), balıklı kaplıca (Sivas), taş (Mardin)	4
TOPLAM		147

Tablo 2. Coğrafi İşaret Tescili Alan Kurum ve Kuruluşların Dağılımı

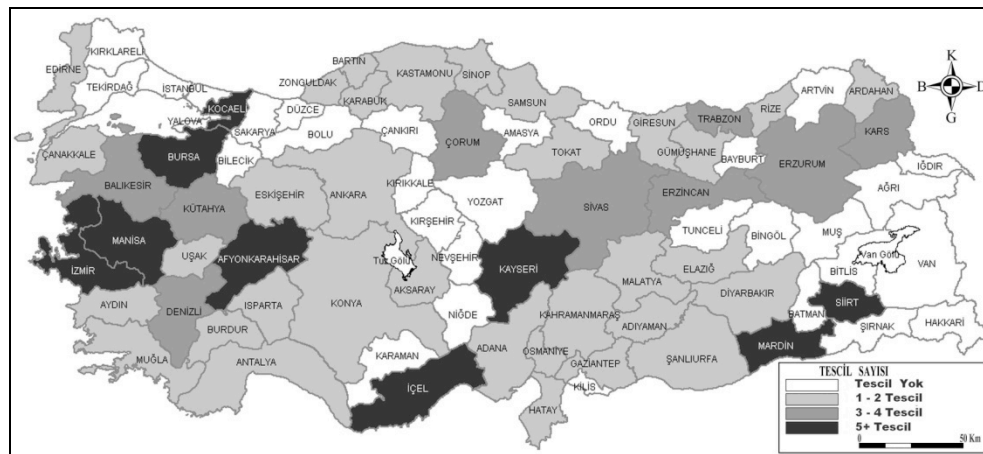
Kurum / Kuruluş Adı	Frekans
Kaymakamlıklar, Valilikler ve İl Özel İdareleri	20
Belediyeler ve Muhtarlıklar	23
Sanayi ve Ticaret Odaları	33
Meslek Odaları	6
Vakıflar ve Dernekler	5
Borsalar, Birlikler ve Kooperatifler	17
Özel Şahıslar ve Şirketler	35
Kamu Kurumları (Üniversiteler, Okullar, Bakanlıkların İl ve İlçelerdeki Müdürlükleri)	8
TOPLAM	147

Coğrafi işaretlerin Türkiye’deki coğrafi bölgelere göre dağılımına bakıldığında, en çok coğrafi işaretin (30 tescil) Ege Bölgesi’nde, en az tescilin ise Doğu Anadolu Bölgesi’nde (14 tescil) olduğu görülmektedir. Ege bölgesi hariç tutulursa genel olarak diğer bölgeler arasında dengeli bir dağılım (16 – 19 tescil) söz konusudur (Tablo 3). Coğrafi işaretlerden 12’sinin (Türkmen el halısı, süper ince kilim, rakı, Türk tazısı, Türk gül likörü ve Türk kayısı likörü vb.) üretim bölgesi Türkiye geneli olarak tescillenmiş ve bunlar herhangi bir coğrafi bölgeye dâhil edilmemiştir.

Coğrafi işaretlerin illere göre dağılımına bakıldığında en yüksek tescil sayısı Kayseri (8 tescil), Bursa (7 tescil), Afyonkarahisar (6 tescil), İçel (6 tescil), Siirt (6 tescil), İzmir (6 tescil), Mardin (6 tescil) ve Manisa (5 tescil) illerine aittir. 51 ile ait değişen sayılarda coğrafi işaret bulunurken 30 ile ait hiçbir coğrafi işaret bulunmamaktadır. Herhangi bir coğrafi işarete sahip olmayan illerin daha çok Doğu Anadolu Bölgesi’nde Yukarı Murat-Van bölümü ile Hakkâri bölümünde; İç Anadolu Bölgesi’nde ise Orta Kızılırmak bölümünde yer alan iller olduğu görülmektedir (Şekil 1).

Tablo 3. Coğrafi İşaret Sınıflarının Coğrafi Bölgelere Göre Dağılımı

Coğrafi Bölgeler	Geleneksel El Sanatları	İçecekler ve Alkollü İçkiler	Tarımsal Ürünler	Unlu Mamuller, Tatlı ve Şekerleme Ürünleri	Hayvansal Gıda Ürünleri	Hayvan İrkları	Geleneksel – Yöresel Yemek, Aperitif vb Yiyecekler	Zeytin ve Zeytinyağları	Diğer	Toplam
Marmara Bölgesi	7	--	--	4	2	1	2	3	--	19
Ege Bölgesi	10	--	11	1	3	--	3	1	1	30
Karadeniz Bölgesi	6	--	3	3	--	--	6	--	--	18
Akdeniz Bölgesi	2	1	7	5	--	--	1	--	--	16
İç Anadolu Bölgesi	5	--	3	--	2	1	5	--	2	18
Doğu Anadolu Bölgesi	4	--	5	1	2	1	1	--	--	14
G.Doğu Anadolu Bölgesi	2	--	5	2	1	--	7	--	1	18
Türkiye Geneli	3	7	--	--	--	2	--	--	--	12
Yurt Dışı	--	1	--	--	1	--	--	--	--	2
Toplam	39	9	34	16	11	5	25	4	4	147



Şekil 1. İllere Göre Coğrafi İşaret Tescil Sayısı

2011 yılı itibarıyla Türkiye’de büyükşehir statüsüne sahip 16 il bulunmaktadır. Bunlardan sadece İstanbul’un ve Sakarya’nın herhangi bir coğrafi işaret tescili yoktur. Oysa bu iki büyük şehrin coğrafi işarete konu olabilecek birçok ürünü bulunmaktadır. Örneğin, İstanbul için Şile bezi, Beykoz cevizi, Kanlıca yoğurdu; Sakarya için ıslama köfte, coğrafi işaret değeri taşıyan ürünlerden sadece birkaçıdır.

4. Yerel Festival Etkinliğine Sahip Coğrafi İşaretler

Çalışma için güncellediğimiz Türkiye’nin ürün festival envanteri ile tescili yapılan coğrafi işaretler karşılaştırıldığında, 147 coğrafi işaretin 38’inin aynı zamanda tanıtım amaçlı festivalleri de düzenlenen ürünler olduğu belirlenmiştir. Türkiye’deki coğrafi işaretlerin yaklaşık dörtte biri (%25,8) öteden beri festival etkinlikleri ile tanıtılan, bir yöreye özgü ünlenmiş ürünlerdir. Bunların 18’i tarımsal ürün kategorisinde (Isparta gülü, Maraş biberi, Osmaniye fıstığı, Malatya kayısı, Kırkağaç kavunu vd.) yer almaktadır. Bunun yanı sıra Isparta halısı, Erzincan bakır işlemeciliği, Eşme Yörük kilimi, Devrek bastonu ve Çarşibaşı keşanı gibi el sanatları da tanıtım festivalleri bulunan coğrafi işaretlerdir (Tablo 4).

Söz konusu 38 coğrafi işaret toplam 35 festivalde temsil edilmektedir. Bunun nedenleri ise Antep fıstığı için hem Gaziantep il merkezinde hem de Nizip ilçesinde iki ayrı festival düzenlenmesi ile bazı festivallerin birden fazla yerel ürünü kapsamıdır. Örneğin, Maraş biberi ile Maraş dondurması, Isparta gülü ile Isparta halısı, Mustafakemalpaşa tatlısı ile Kemalpaşa tatlısı için ortak festivaller düzenlenmektedir. Tanıtım festivaline sahip coğrafi işaretlerin coğrafi bölgelere dağılımı genel olarak dengeli olsa da, Karadeniz Bölgesi üç festivali ile en sonda yer almaktadır.

Tablo 4. Tanıtıcı Festivalleri de Bulunan Coğrafi İşaretler

Etkinliğin adı	Yer	Tarihi	Ürün grubu
Akdeniz Bölgesi			
Üzüm Bayramı ve Kültür Festivali	Tarsus / Mersin	27 Temmuz	Tarımsal Ürünler
Kayısı Şenliği	Mut / Mersin	Haziranın 2. Haftası	Tarımsal Ürünler
Isparta Gül, Halı Festivali	Isparta	6 – 8 Haziran	Tarımsal Ürünler
Kırmızıbiber, Tarhana ve Dondurma Festivali	Kahramanmaraş	Ağustos	Tarımsal Ürünler
Fıstık Festivali	Osmaniye	Eylül 4. Haftası	Tarımsal Ürünler
Doğu Anadolu Bölgesi			
Geleneksel Bağ ve Bal Teşvik Müsabakası	Merkez / Elazığ	Ekim	Tarımsal Ürünler
Kültür, Sanat, Tulum Peyniri, Leblebi ve Bakır Festivali	Erzincan	10 – 14 Ağustos	Hayvansal Gıda Ürünleri
Kültür, Turizm ve Üzüm Festivali	Üzümlü / Erzincan	20 – 21 Eylül	Tarımsal Ürünler
Kayısı Şenliği	Merkez / Malatya	20 Temmuz	Tarımsal Ürünler

Evaluation of Distributional Characteristics of Geographical Indications and the Potential for Geographical Indications in Turkey

Bağ Bozumu Şenlikleri	Arapgir / Malatya	Eylülün 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
Ege Bölgesi			
Çay Vişne Festivali	Çay / Afyonkarahisar	Temmuzun 2. Haftası	Tarımsal Ürünler
Kale Biber Festivali	Kale / Denizli	23-24 Temmuz	Tarımsal Ürünler
Kavun Kültür Festivali	Kırkağaç / Manisa	12 Ekim	Tarımsal Ürünler
Uluslararası Eşme Turistik Kilim, Kültür ve Sanat Festivali	Eşme / Uşak	24-26 Haziran	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Çini Festivali	Merkez / Kütahya	13 Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Şaban Dede Leblebi ve Bahar Şenliği	Tavşanlı/Kütahya	Haziran ayı	Geleneksel – Yöresel Yemek-Yiyecekler
Güneydoğu Anadolu Bölgesi			
Nizip Antep Fıstığı Festivali	Nizip / Gaziantep	4-5 Eylül	Tarımsal Ürünler
Altın Fıstık Şenliği	Merkez / Gaziantep	1 Eylül	Tarımsal Ürünler
Çiğ Köfte Şenliği	Merkez / Şanlıurfa	3 Ocak	Geleneksel – Yöresel Yemek -Yiyecekler
Siirt Fıstığı Teşvik Yarışması ve Bal Festivali	Siirt	14-22 Eylül	Tarımsal Ürünler
Pervari Bal Şenliği	Pervari / Siirt	5 Eylül	Hayvansal Gıda Ürünleri
Kültür, Sanat ve Karpuz Festivali	Merkez / Diyarbakır	Eylül	Tarımsal Ürünler
İç Anadolu Bölgesi			
Uluslararası Lüle Taşı Şenliği	Merkez / Eskişehir	21 Eylül	Dekoratif ve diğer ürünler
Taşpınar Kültür, Turizm ve Hali Festivali	Taşpınar / Aksaray	Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Çubuk Turşu ve Kültür Festivali	Çubuk / Ankara	Eylül	Geleneksel – Yöresel Yemek-Yiyecekler
Kalecikarası Üzüm Festivali	Kalecik / Ankara	Eylülün 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
Pastırma Tanıtma Günü	Merkez / Kayseri	Ekimin 1. Haftası	Hayvansal Gıda Ürünleri
Yamula Patlıcan Kültür Festivali	Kocasinan / Kayseri	12 Ağustos	Tarımsal Ürünler
Karadeniz Bölgesi			
Uluslararası Devrek Baston ve Kültür Festivali	Devrek / Zonguldak	Temmuzun 3. Haftası	Geleneksel El Sanatları
Çarşıbaşı Keşan, Kültür ve Balıkçılık Festivali	Çarşıbaşı / Trabzon	Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Kültür Sarımsak ve Kendir Festivali	Taşköprü / Kastamonu	Eylülün 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
Marmara Bölgesi			
Zeytin Festivali	Gemlik / Bursa	--	Zeytin ve Zeytinyağları
Mustafakemalpaşa Kurtuluş	Mustafakemalpaşa /	--	Tatlı ve Şekerleme

Bayramı ve Tatlı Şenliği	Bursa		Ürünleri
Yağcıbedir Halı Festivali	Sındırgı / Balıkesir	22 Eylül	Geleneksel El Sanatları
Pişmaniye Gecesi	Merkez / Kocaeli	7 Mart	Tatlı ve Şekerleme Ürünleri

5. Türkiye’nin Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesinde Yerel Ürün Festivallerinden Yararlanma

Türkiye, her yıl çok sayıda düzenlenen şenlik, bayram ve festival gibi etkinliklerle dikkat çeken bir ülkedir. Nitekim Türkiye’de düzenlenen festivallerle ilgili envanterden yararlanarak bunların içerisinde coğrafi işaret potansiyeline sahip ürünleri temsil eden 343 festival tespit edilmiştir. Bu festivallerin büyük bölümü (240 festival) tarımsal ürün grubunda yer alan ürünlere aittir. Bu tür festivallere örnek olarak Saimbeyli Kiraz Festivali (Adana), Kırıkhan Kavun Festivali (Hatay), Kadırlı Turp Festivali (Osmaniye), Adilcevaz Ceviz Şenliği (Bitlis), Mandalina Festivali (İzmir), Oğuzeli Nar Festivali (Gaziantep), Çayeli Çay Festivali (Rize), Taşova Bamya Şenliği (Amasya), Ayancık Keten Şenliği (Sinop) ve Hayrabolu Ayciçeği Festivali (Tekirdağ) verilebilir. Örneklerin de gösterdiği üzere Türkiye’de yerel olarak ün kazanmış çok çeşitli tarımsal ürünü temsil eden festivaller bulunmaktadır. Bunların içinde üzüm ve kiraz gibi birkaç tarımsal ürünle ilgili festival sayıca belirgin bir üstünlüğe sahiptir. Örneğin Türkiye’de üzüm ile ilgili 45 festival, kiraz ile ilgili 39 festival düzenlenmektedir.

Hayvansal gıda ürünleri grubunda coğrafi işaret potansiyeli taşıyan 38 festival belirlenmiştir. Bunlara örnek olarak Bolvadin Kaymak Festivali (Afyonkarahisar), Kiğı Bal şenliği (Bingöl), Cevizli Beldesi Ayran Festivali (Akseki/Antalya) ve Akkışla Yoğurt Şenliği (Kayseri) gösterilebilir. Hayvansal gıda ürünleriyle ilgili 38 festivalden 27’si bal ile ilgili düzenlenen festivaldir. Bal ile ilgili festivallere neredeyse her bölgede rastlanmaktadır.

Diğer grubunda yer alan bir festival ise ‘Gelibolu Uluslararası Altın Sardalye Kültür ve Sanat Festivali’dir. Gerçekten de günümüzde Gelibolu’da geleneksel yöntemlerle hazırlanması sürdürülen ‘tuzlu sardalye konserveçiliği’ coğrafi işaret potansiyeli taşıyan önemli bir üründür. Gelibolu ve Saros’ta avlanan sardalye balıkları, ilçedeki küçük ölçekli üç fabrikada işlenmekte ve ihraç da edilmektedir. Bu özelliğiyle “Gelibolu tuzlu sardalye konservesi” ne coğrafi işaret korumasının sağlanması çok yararlı olacaktır.

Coğrafi işaret potansiyeli taşıyan yerel festivaller Türkiye genelinde bir dağılışı göstermekle birlikte, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde festival yoğunluğunda belirgin bir azalma dikkati çekmektedir. Ege Bölgesi, coğrafi işaret potansiyeli olan ürünlerle ilgili festivallerin en çok (95 festival) düzenlendiği bölgedir. Coğrafi işaret potansiyeli olan etkinlikler (festival, şenlik, şölen vb.) hemen her ilde düzenlenmektedir. Sadece Diyarbakır, Şırnak, Hakkâri ve Ağrı illerinde bu tür etkinliklerin olmadığı belirlenmiştir. Etkinlik sayısının en fazla olduğu iller arasında İzmir, Manisa, Denizli ve Afyonkarahisar illeri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Konya, Tokat, Antalya ve Mersin gibi illerde de coğrafi işaret potansiyeli olan ürünlerle ilgili birçok festival düzenlenmektedir (Şekil 2).

Coğrafi işaret potansiyeli taşıyan yerel festivallerin coğrafi bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, bu tür festivallerin en fazla Ege Bölgesi'nde (95 festival) ve İç Anadolu Bölgesi'nde (77 festival) yapıldığı görülmektedir. Bu türden festivallerin sayıca en az olduğu bölge ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir (10 adet). Her coğrafi bölgede tarımsal ürünlerle ilgili festival sayısının diğer ürün gruplarını temsil eden festivallerden daha fazla olduğu belirlenmiştir (Tablo 5).



Şekil 2. Coğrafi İşaret Potansiyeli Olan Ürünlerle İlgili Yerel Festivallerin İllere Göre Dağılışı

Tablo 5. Coğrafi İşaret Potansiyeli Olan Ürünlerle İlgili Festivallerin Bölgelere ve Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

Coğrafi Bölgeler	Geleneksel El Sanatları	İçecekler ve Alkollü İçkiler	Tarımsal Ürünler	Unlu Mamuller, Tatlı ve Şekerleme Ürünleri	Hayvansal Gıda Ürünleri	Hayvan İrkları	Geleneksel – Yöresel Yemek, Aperitif vb. Yiyecekler	Zeytin ve Zeytinyağları	Diğer	Toplam
Marmara Bölgesi	3	1	34	--	4	1	2	4	1	50
Ege Bölgesi	9	--	70	1	2	--	10	3	--	95
Karadeniz Bölgesi	4	--	30	1	8	3	2	--	--	48
Akdeniz Bölgesi	--	--	34	1	2	1	1	1	--	40
İç Anadolu Bölgesi	6	1	54	1	9	1	5	--	--	77

Doğu Anadolu Bölgesi	--	--	10	--	10	2	1	--	--	23
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	--	--	8	--	1	1	--	--	--	10
Toplam	22	2	240	4	36	9	21	8	1	343

Ağustos 2011 tarihi itibarıyla coğrafi işaret tescili için toplam 133 başvuru bulunmaktadır. Söz konusu başvurular arasında bulunan bazı ürünlerin yine tanıtıcı festivallere sahip ürünler olduğu görülür. Örneğin; Beypazarı Havuç Festivali (Ankara), Yatağan Bıçakçılık Festivali (Denizli), İkizdere Anzer Balı Şenlikleri (Rize), Van Gölü İnci Kefali Festivali (Van) ve Tonya Tereyağı Festivali (Trabzon) bunlardandır. Buna karşın hali hazırda coğrafi işaret başvurusu bulunmayan ancak tanıtım festivalleri bulunan ve coğrafi işaret potansiyeli yüksek olan büyük bir zenginlik vardır. Huğlu Tüfek Bayramı (Konya), Şile Bezi Şenliği (İstanbul), Ereğli Osmanlı Çileği Festivali (Zonguldak), Ayancık Keten ve Ahşap Festivali (Sinop), Uluslararası Şarap Festivali (Ürgüp), Cumalıkızık Ahududu Festivali (Bursa) ve Uluslararası Mesir Macunu Festivali (Manisa) bunlardan sadece birkaçıdır.

5. Coğrafi İşaretlerin Türkiye ve Coğrafya Bilimi Açısından Önemi

Coğrafi işaretler konusu küresel ticarete artan rekabet karşısında sağladığı avantajlarla giderek önem kazanmaktadır. Özellikle tarımsal üretimin ve tarıma dayalı endüstri ürünlerinin ekonomik açıdan önem taşıdığı; bu tür ürünlerin ihracatının da dış ticarete önemli paylara sahip olduğu gelişmiş ülkelerin (ABD, Avustralya, Yeni Zelanda, Fransa, İtalya, İspanya, Yunanistan, Portekiz vb.) coğrafi işaret konusuna özel bir önem verdiği izlenmektedir. Türkiye de zengin doğal ve beşeri kaynaklara sahip bir ülke olarak coğrafi işaret potansiyeli yüksek ürün çeşitliliğine sahiptir. Diğer yandan Türkiye ihracatçı ülkeler sıralamasında 32. sırada, ithalatta ise 20. sırada yer alarak, dünya ticaretinin önde gelen ülkelerinden birisi durumundadır (IGEME, 2009: 20). Buna karşın Türkiye, bazı önemli ihracat ürünlerinde haksız rekabet sorunlarıyla karşı karşıya kalmaktadır. Örneğin Çinli halı üreticileri, yıllarca, kalitesiz halıları Türk el dokuma halısı diyerek satmışlar ve yüksek gelir elde etmişlerdir (Gökövalı, 2007:157). Türkiye’ye özgü niteliklere sahip döner, lokum, kahve, baklava, rakı, kuru yemiş vb. ürünlere veya adlarına dünyanın başka ülkelerinin sahiplenmeye çalıştığı ya da ürünlerini Türk ürünleri şeklinde dünyaya pazarladıkları bilinen başka bir gerçektir. Türkiye’ye özgü çeşitli ihraç ürünlerine dış ticarete coğrafi işaret tescili ile koruma sağlanması ihracat gelirlerinde artış da sağlayacaktır.

2010 yılı verilerine göre Türkiye nüfusunun %23.7’si köy ve beldelerde yaşarken, çalışan nüfus içinde tarım sektöründen geçimini sağlayanların oranı da % 25.2’yi bulmaktadır (TUIK, 2010). Tarımsal ekonomi ve kırsal kalkınma konuları Türkiye için günümüzde halen önem taşıyan konulardır. Bu nedenle kırsal alanların sosyo-ekonomik açıdan canlandırılmasında coğrafi işaret uygulamalarından bir araç olarak yararlanmak gerekir. Yerel ürünler açısından zengin olan Türkiye’de ürünlerin coğrafi işaretler ile

ayrıcılık kazanması, üretim ve pazarlama süreçlerinin kırsal ekonomiye katkısını artıracaktır. Coğrafi işaretler ayrıca, Türkiye’de geleneksel yerel gıda üretimini destekleyerek, sağlıklı ürünlerin üretimine katkı sağlayacağı gibi, yerel kültürün ve üretim değerlerinin de gelecek kuşaklara taşınmasına da yardımcı olacaktır.

Coğrafi işaretlerin 1994’te dünya ticaret sisteminde yerini pekiştirmesiyle birlikte uluslararası alanda konuyla ilgili akademik araştırma ve incelemeler, literatürü zenginleştirmeye başlamıştır. Coğrafi işaretler konusu, günümüzde çok çeşitli disiplinlerin katkıda bulunduğu bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Nitekim coğrafi işaretlerin hukuksal boyutlarını ele alan çalışmalar (Evans ve Blakeney, 2006; Raustiala ve Munzer, 2007; Kur ve Cocks, 2007); konunun ekonomik ve politik boyutlarını değerlendiren çalışmalar (Josling, 2006; Wattanapruttipaisan, 2009; Ilbert ve Petit, 2009; Pradyot ve Ulrike, 2010) literatürde geniş bir şekilde belgelenmiştir. Bunun yanı sıra coğrafi işaretler konusunu sosyo-ekonomik ve kültürel boyutlarıyla ele alan çalışmalar da söz konusudur (Rangnekar, 2003; Bowen ve Zapata, 2009; Orhan, A., 2010; Albayrak ve Güneş, 2010).

Bununla birlikte uluslararası literatür içinde coğrafyacıların ve coğrafya dergilerinde yayınlanan çalışmaların coğrafi işaretler konusuna zenginleştirici katkısı bulunmaktadır. Bunlar arasında ürün ve sektör ölçeğinde bölgesel incelemeler önemli bir yere sahiptir (Moran, 1993; Guthey, 2008; Gwynne, 2006; Banks vd.,2007; Hayward ve Lewis, N., 2008). Diğer yandan coğrafi işaretlerin tarımsal gıda üretimine katkısına; bölgesel/kırsal kalkınma açısından sağladığı olanaklara dikkat çeken çalışmalar da (Winter, 2005; Suh ve MacPherson, 2007; Kizos ve Vakoufaris, 2011) son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Türkiye’de ulusal yayınlar arasında coğrafi işaretler konusunun daha çok hukuk, iktisat, gıda mühendisliği, tarımsal ekonomi vb. bilim dallarının temsilcileri tarafından ele alındığı izlenmektedir. Coğrafya alanında ise doğrudan coğrafi işaretler konusunu ele alan çalışmalara rastlanmamaktadır. Oysa coğrafya biliminin perspektif ve yöntemleri Türkiye’de coğrafi işaretler konusunun geliştirilmesine ve çalışmada saptanan bazı eksiklerin giderilmesine önemli katkı sağlayacaktır.

Esasen Türkiye’de coğrafyacıların gerek bölgesel gerekse sistematik araştırma ve inceleme çalışmaları coğrafi işaret tescili için yapılan başvurular açısından önemli birer kaynak durumundadır. Bu tür çalışmalar aynı zamanda coğrafi işaret tescili için potansiyel taşıyan ürünleri ortaya çıkarması bakımından oldukça önemli rol oynamaktadır. Nitekim bu tür yayınların bazıları (Doğanay, H., 1997; Gümüşçü, 1997; Koca, H., 1997; Ertin, 2000; Özdemir, 2001; Tıraş, 2003a; Tıraş, 2003b; Gök ve Zaman, 2003; Şahin ve Gök, 2004; Koca, N., 2004; Doğanay, S., 2005; Alım ve Kaya, 2005, Elmacı, 2010) tescil süreci tamamlanmış ya da başvuru sürecindeki ürünleri kapsayan coğrafi çalışmalardır. Buradan da anlaşılacağı gibi Türkiye’de coğrafya biliminin mensupları, ele aldıkları bazı konularla öteden beri Türkiye’nin yerel değerlerinin ortaya çıkarılmasına, tanıtılmasına, coğrafi esaslarının belirlenmesi için uğraş vermektedir. Bununla birlikte, bu tür yayınların bir model olarak incelenmediği tescil raporlarında genel olarak gözlenen coğrafi boyutun eksikliğinden anlaşılmaktadır. Bu nedenle tescil için gerekli olan coğrafi sınırların ve coğrafi esasların belirlenmesi çerçevesinde, coğrafi işaret tescil sürecine coğrafyacıların

katılımının ve iş birliğinin sağlanması Türkiye’de coğrafi işaret konusunun gelişimine önemli katkı sağlayacaktır.

Diğer yandan dünya ticaretinin, dünya ülkelerinin üretim, dış alım ve dış satımlarının incelenmesi coğrafyada öteden beri süregelen bir uzmanlık konusudur (Tümertekin ve Özgüç, 2005: 30). Bu nedenle Türkiye’nin yeni coğrafi işaret kaynaklarının belirlenmesi ve tescil için önerilmesinde; dış ticarete geleneksel ürün/ürün gruplarında ya da coğrafi işaretlerde rekabetinin keşiştiği ülkelerin belirlenmesinde coğrafyacıların konuya önemli katkılar sağlaması beklenebilir.

6. Bulgular ve Tartışma

Coğrafi işaretlerle ilgili tescil sayısı, yıllara göre dalgalanma gösterse de son yıllarda özellikle 2006 yılından günümüze değin düzenli artış eğilimindedir. Bu durum coğrafi işaretlerin öneminin daha da iyi anlaşıldığını göstermektedir. Coğrafi işaretlerin coğrafi bölgelere göre dağılımı görece dengeli bir dağılım göstermekle birlikte bazı coğrafi bölümler ve iller ölçeğinde belirgin farklılıklar vardır. Türkiye’deki illerin yaklaşık üçte birinde herhangi bir ürüne ait coğrafi işaret bulunmamaktadır.

Türkiye sahip olduğu doğal ve beşeri özellikler nedeniyle coğrafi işaret potansiyeli bakımından büyük bir zenginliğe sahiptir. Yerel/geleneksel ürünleri tanıtıcı festival ya da şenliklerin yaygınlığı bunun en büyük kanıtıdır. Fakat bu tür etkinliklere konu olan birçok ürüne coğrafi işaret sağlanması konusunda herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu makalede göstermeye çalışıldığı gibi yerel ürünlere atfedilen etkinlikler coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesinde etkili bir araç olarak dikkat çekicidir.

Çalışma kapsamında coğrafi işaret tescil raporlarının incelenmesi ile konuya ilişkin bazı genel ve ortak sorunlar da belirlenmiştir. Bu tür sorunlardan ilki, tescilin menşe ya da mahreç olarak belirlenmesi ile ilgilidir. Örneğin; tarımsal ürünler grubundaki 34 coğrafi işareten sadece Kalecikkarası üzümünün coğrafi işaret türü mahreç işaretidir. Diğerleri ise menşedir. Kalecikkarası üzümüne ait raporun 3. sayfasında “Ürünün Menşe Adı Olmasına İlişkin Bilgiler” başlığı düzenlenmiştir. Bu başlık altında “...Şarabın kendine özgü bukesi, Kalecik Karası’nın ancak Kalecik ilçesi ekolojik koşullarda yetişmesi halinde oluşabilmektedir.” ifadesi yer almaktadır. Bu yorumdan yola çıkarak Kalecikkarası üzümünün coğrafi işaret türü olarak menşe olması gerekirdi. Zira hem üzüm ile ilgili coğrafi işaret tescili alan diğer türlerde hem de diğer tarımsal ürünlerde coğrafi işaret türü menşe olarak tescillenmiştir. Örneğin, Arapgir Köhnü üzümü ve Tarsusbeyazı üzümde coğrafi işaret türü menşedir. Fakat Kalecikkarası üzümü farklı olarak tescillenmiştir.

Benzer olarak Edirne beyaz peynirine ait tescil raporunun 2. sayfasında “Ürünün Menşe Ad veya Mahreç İşareti Olmasına İlişkin Bilgi ve Belgeler” başlığı altında: “Edirne ilinin coğrafi konumu itibarıyla 3 akarsuyun yarattığı delta ve iklim, bitki örtüsü ve yöreye özgü otlaklar ve kekik ile bu bölgeden elde edilen süttten imal edilen Edirne Beyaz Peyniri diğer elde edilen süt ile yapılan peynirlerden renk, koku, tat vb. gibi diğer özellikler bakımından farklılıklar yaratmaktadır” ifadesi yer almaktadır. Bu açıklamaya göre Edirne beyaz peynirinin menşe adı olarak tescillenmesi gerekirken mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Çünkü yöreye özgü coğrafi unsurlardan bahsedilmektedir. Bu nedenle,

açıklanan coğrafi unsurlar Edirne'ye özgü olduğuna göre bu ürünün menşe olarak tescillenmesi doğru olacaktır.

Bir başka sorun alanı ise coğrafi işaretin özgün coğrafi sınırlarının belirlenmesinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin Bergama Kozak çam fıstığının üretim alanına ve coğrafi sınırlarına ilişkin olarak tescil raporunda herhangi bir bilgi yoktur. Daha karmaşık bir durum ise Ezine peynirinin coğrafi işaretinde ortaya çıkmaktadır. Ezine peynirinin tescil raporunda 'ürün tanımı' "Kazdağlarının kuzey ve batı kesimlerinde yer alan Ezine, Bayramiç ve Ayvacık ilçelerinin doğal bitki örtüsü ve su kaynaklarıyla beslenen koyun, keçi ve ineklerden elde edilen ...tam yağlı teneke tipi beyaz peynirdir" şeklinde ifade edilmiştir. 'Üretim alanı' ise Ezine, Bayramiç, Ayvacık ilçelerinin tamamı ile Çan ilçesine bağlı Şerbetli, Alatlıburun, Küçüküklü, Alibeyköy ve Söğütalan; merkez ilçeye bağlı Karacaören, Kurşunlu, Şerbetli ve Kirazlı köyleri olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak ürüne esas özgünlüğünü üretimin yapıldığı coğrafi alandaki doğal coğrafi özelliklerin kazandığı vurgulanmaktadır: "Üretim yapıldığı bölge, gerek bitki örtüsü ve gerekse iklim olarak Kaz Dağları'ndan etkilenmektedir. Kaz Dağları bölgeye bol yağış ile birlikte zengin bitki örtüsü ve bol oksijen sağlamaktadır. Bitki örtüsünde mercanköşk, güveyi otu, adaçayı, tüylü nane, oğul otu, kekik başta olmak üzere yüzlerce kokulu bitki bulunmaktadır. Süt hayvanlarının tümü doğal olarak beslenmektedir. Hayvanların yediği yem direkt olarak sütün tat ve aromasını etkilediği için bu özellik peynire de çok özel ve kendine özgü bir tat ve aroma kazandırmaktadır". Rapora göre Kaz Dağları çevresinin coğrafi ortam özelliklerinin Ezine peyniri için olmazsa olmaz bir koşul olduğu anlaşılmaktadır. Ancak üretim alanı olarak belirtilen merkez ilçenin bazı köylerinin doğal ortam özellikleri Kazdağları'ndan çok farklıdır. Hatta Karacaören köyünde doğal bitki örtüsü ile hayvanların beslenmesi olanaklı değildir. Burası toplu konut alanlarının çevrelemeye başladığı bir saha durumundadır. Ezine peyniri üretiminin bağlı bulunduğu coğrafi ortam özellikleri ve coğrafi sınırları belirlenirken adil ve doğru kullanımı engelleyecek sonuçlar ortaya çıkmıştır. Çünkü coğrafi işaretlerin temel amacı ürünün üretildiği yerel coğrafi çevrede üretimin sürdürülmesinin yanı sıra üreticilerin desteklenmesidir. Diğer yandan rapora bazı yerleşmelerin eklenmesinde kuşkusuz ticari zorlamaların bulunduğunu düşünmek gerekir. Çünkü rapordaki sonuca göre Ezine peyniri ile Kaz Dağları'ndaki hayvancılık ilişkisi bütünüyle ortadan kalkmıştır. Buna göre doğal otlak hayvancılığının yapıldığı Yenice ve Çan ilçelerinin birçok köyünün de üretim alanına dâhil edilmemesi bir başka haksızlık olmaktadır.

Bugüne değin tescili sağlanan coğrafi işaret belgeleri incelendiğinde coğrafi bilgiye dayalı bazı değerlendirmelerin çelişkili sonuçlar ortaya koyduğu ya da önemli eksikler içerdiği saptanmaktadır. Bunlar arasında bölge, bölüm, yöre kavramlarının hatalı kullanımları; üretimin coğrafi sınırları yerine genellikle idari sınırların kullanılması; ürünler üzerinde etkili olan coğrafi faktörlerle bağlantının açıklanmasındaki eksiklikler ve haritalardan yararlanmama sayılabilir. Oysa coğrafi işaretle ilgili mevzuatta belirtildiği üzere 'coğrafi işaret tesciline konu ürün ile ürünün üretiminin yapılacağı coğrafi alan bağlantısının ve ürünün söz konusu alandan aldığı özelliklerin ayrıntılarıyla açıklanması' gerekmektedir. Ayrıca 'ürünün coğrafi bölge ile ne şekilde ve ne derecede bağlı olduğu açıklanmalı, bu bağın niteliği ve vazgeçilmezliği, o bölgeden kaynaklanan özelliklerle

birlikte belirtilmelidir’. Buna ek olarak ‘üretim alanının sınırlarını açıkça tanımlayan bilgi, belge ve gerekiyorsa harita kullanılması’ önerilmektedir (TPE, 2010).

Bu açıdan konu değerlendirildiğinde Türkiye’de coğrafi işaretlerle ilgili çalışmalara coğrafya biliminin önemli katkılar sağlayacağı açıkça görülmektedir. İlgili mevzuata göre tescil başvurularında olması gereken şu başlıkların coğrafyacıların katkıları ile hazırlanması, coğrafi işaretlerin hedeflerini gerçekleştirmeye ve bilimsel yönünü güçlendirmeye destek sağlayacaktır:

-Ürünün tanımı ve ayırt edici özellikleri (Mevzuata göre üretim alanına ait iklim, toprak ve beşeri faktör özelliklerinin ürün üzerindeki ayırt edici etkileri tüm ayrıntıları ile bu kısımda yazılır.)

-Üretim yeri (Ürünün üretildiği coğrafi alan, ayrıntılı olarak belirtilir. Bu bilgiler gerekiyorsa harita ile desteklenir)

-Coğrafi işaretin türü mahreç işareti ise üretim alanında gerçekleşmesi zorunlu bulunan özellikler (Mahreç işareti söz konusu ise, en az bir özelliğin belirtilen coğrafi alanda gerçekleştirilmesi kaydıyla ürünün diğer yerlerde de üretilmesi mümkündür. Ürünün hangi özellik ve özelliklerinin belirtilen üretim alanı içinde gerçekleştirilmesi gerektiği açıkça ifade edilmelidir)

-Aynı tür ürüne ait genel üretim metodlarından ziyade, tescile konu ürünün -varsa- yöreye özgü özellikler taşıyan üretim metodu, tüm detaylarıyla açıklanmalıdır.

7. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde yeryüzünün hemen her yeri uluslararası ticaretin hızlı gelişim sürecinden ve artan rekabet koşullarından değişen oranlarda etkilenmektedir. Gerek adil bir dünya ticareti için gerekse küreselleşme sürecinde aynışmaya başlayan ürünlere, teknolojik üretim yöntemlerine karşı, geleneksel/yerel ürünlerin ve üretimlerin korunması giderek önem kazanan bir konu haline gelmektedir. Coğrafi işaret olgusu da bu tür ürünlerin ticarete haksız rekabete karşı korunmasında, kültürel ve ekonomik zenginliklerin desteklenmesinde günümüzün etkili araçlarından birisidir. Belirli özelliklere sahip coğrafi çevrelerin telif hakları olarak kabul edilebilecek olan coğrafi işaretler, kırsal alanların kalkınmasında; geleneksel ve yerel üretim değerlerinin gelecek kuşaklara aktarılmasında; ürünlerin adları ile birlikte kalite ve standartlarının da korunmasında da önemli rollere sahiptir.

Türkiye, coğrafi konum özelliklerinin sağladığı koşullara bağlı olarak coğrafi işaret potansiyeli yüksek bir ülkedir. Esasen coğrafi işaretlere konu olan ürünler doğal ve beşeri çevre özelliklerinin etkileşimi ile ortaya çıkmaktadır. Bir coğrafi işaretin sahip olduğu değeri kazanmasında doğal çevre koşulları ile birlikte üretim süreçlerindeki beşeri ve kültürel faktörler etkili olmaktadır.

Yüksek coğrafi işaret potansiyeline karşın Türkiye’de günümüze değin 147 ürün için coğrafi işaret tescili sağlanmıştır. Bu sonuç, Türkiye’de coğrafi işaret kavramının henüz tam olarak bilinmediğini ve öneminin yeterince anlaşılmadığını göstermektedir. Nitekim Türkiye’de coğrafi işaret tescili için başvuran kurumlar değerlendirildiğinde

coğrafi işaretler konusuna belirli kurumların ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır. Örneğin özel şahıs ve şirketler içerisinde Sümer Halı A.Ş. (24 tescil) ilk sıradadır. Sanayi ve ticaret odaları içerisinde ise Afyon Ticaret Odası (4 tescil) ön plandadır. Kamu kurumları içerisinde Askeri Veteriner Okulu ve Eğitim Merkezi Komutanlığı (4 tescil) öndedir. Valiliklerin içerisinde ise Mardin Valiliği (6 tescil) ön sırada yer almaktadır. İl özel idarelerinin içerisinde Siirt İl Özel İdaresi (5 tescil) ilk sıradadır. Belediyelerin içerisinde ise Bursa – Mustafakemalpaşa Belediyesi (3 tescil) öndedir. Coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerin belirlenmesi ve başvuruların koordine edilmesinde özel olarak görevli bir kurum yoktur. Bu nedenle coğrafi işaret başvurularında daha çok yerel yönetimlerin, üreticilerin konu hakkında bilgi sahibi olmaları ve konuya ilgi duymaları belirleyici olmaktadır.

Türkiye yerel festival ve şenliklerin zenginliğiyle dikkat çekici bir ülkedir. Bu tür etkinlikler arasında yerel/geleneksel ürün ve üretimleri tanıtıcı roller üstlenen festival ya da şenlikler önemli bir yere sahiptir. Bu bakımdan söz konusu etkinliklerin incelenmesi Türkiye’de coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerin belirlenmesinde yararlanılabilecek bir yöntemdir. Bununla ilgili olarak kapsamlı olarak hazırlanacak Türkiye yerel ürün festivalleri envanterine gereksinim duyulmaktadır.

Coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerden öncelikle yurt dışında başka ülkelere Türk markası olarak pazarlanan kahve, lokum, çeşitli kuru yemiş ve şekerleme, peynir, halı ve kilim ürünleri öncelikle ele alınmalıdır. Dünyada artan ilgiye ve talebe bağlı olarak coğrafi işaretler ile korunan ürünlerde Türkiye’nin büyük bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Konuya olan ilginin artmasına bağlı olarak Türkiye’nin dış ticareti de olumlu etkilenecektir.

Coğrafi işaretlerin coğrafi sınırlarının net bir şekilde belirlenmemesi teknik olarak önemli bir sorun olduğu gibi, bir yöredeki üreticilerin korumadan sağlayacağı ekonomik yararın önünde de engel oluşturmaktadır. Bu nedenle başta coğrafi sınırların belirlenmesi olmak üzere Türkiye’de coğrafi işaretler konusuna coğrafya biliminin yapacağı katkılar mutlaka göz önüne alınmalıdır. Bu nedenle TPE’de coğrafya bölümü mezunlarının uzman/uzman yardımcılığı kadrolarında istihdam edilmesi olumlu bir gelişme olacaktır. Diğer yandan yerel kurum ve kuruluşların coğrafi işaret başvurularını hazırlarken coğrafya bölümlerinden katkı ve iş birliği talep etmeleri, incelenen ürünle ilgili coğrafi bağlantının kurulmasına; doğal ve beşeri faktörlerin sentezinin sağlanmasına büyük yarar sağlayacaktır. Coğrafya bölümlerinin en başta buldukları illerde coğrafi işaret süreçlerini izlemeleri ve coğrafyacıların bu süreçlerde rol almaları, bu alanda coğrafi bilginin katkısını gösteren değerli çalışmaların ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Akın, E. B., 2006, Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması Ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması, Hacettepe Üniversitesi Fen Bil. Ens. Gıda Mühendisliği ABD, Doktora Tezi, Ankara.

- Albayrak, M. ve Güneş, E.,** 2010, “Traditional Foods: Interaction Between Local and Global Foods in Turkey”, *African Journal of Business Management* Vol. 4(4), 555–561.
- Alım, M. ve Kaya, A.,** 2005, “İğdir’da Kayısı Tarımı ve Başlıca Sorunları”, *Doğu Coğrafya Dergisi* Cilt 10, Sayı 14,47-66.
- Banks, G.; Kelly, S.; Lewis, N. ve Sharpe, S.,** 2007, “Place ‘from one glance’: the use of place in the marketing of New Zealand and Australian wines”, *Australian Geographer*, 38, 15–35.
- Bowen, S. ve A. Valenzuela Zapata,** 2009, “Geographical Indications, Terroir, and Socioeconomic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila.” *Journal of Rural Studies*, 25: 108–19.
- Doğanay, H.,** 1997, “Fitolojik Kökenli Bir Fosil: Oltutaşı”, *Doğu Coğrafya Dergisi* Sayı :2, 1-22.
- Doğanay, S.,** 2005, “Trabzon İlinde Fındık Tarımı”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Cilt 10, Sayı 13, 233-252.
- DPT.,** 1995, *Fikri ve Sınai Haklar Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Yayın No: DPT: 2373, ÖİK: 438, Ankara.
- DPT.,** 2007, *Fikri Mülkiyet Hakları*, Yayın No: DPT: 2728, ÖİK: 680, Ankara.
- Elmacı, S.,** 2010, “Amasya’da Bamya (Okra) Tarımının Coğrafi Esasları: Üretimiyle İlgili Özellikleri, Dağılışı ve Sorunları”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, cilt 15, Sayı 24:117-130.
- Ertin, G.,** 2000, “Edremit körfezinde zeytin üretimi”, *Türk Coğrafya Kurumu Dergisi*, sayı 35, 223-246.
- Evans, G.E. ve Blakeney, M.,** 2006, “The Protection of Geographical Indications After Doha: Quo Vadis?”, *Journal of International Economic Law* Vol. 9 No. 3, 575–614.
- Gök, Y. ve Zaman, S.,** 2003, “Anamur’da Muz Tarımının Coğrafi Esasları”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Cilt 8, Sayı 9,181-208.
- Gökovalı, M.,** 2007, “Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 21 Haziran 2007 Sayı: 2, 141 – 160.
- Guthey, G.,** 2008, “Agro-industrial conventions: some evidence from northern California’s wine industry”, *The Geographical Journal*, 174,138–148.
- Gümüüşçü, O.,** 1997, “Türkiye’de Haşhaş ve Haşhaş Tarımının Coğrafi Dağılışı”, *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, sayı 6, 123-148.
- Gündoğdu, G.,** 2006, “Türk Hukukunda Coğrafi İşaret Kavramı Ve Korunması”, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

- Gürsu Doğu, R. P.**, 2008, Avrupa Birliği'nde Kalite Politikası ve Türkiye'nin Uyumu, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koor. Dairesi Bşk., AB Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Gwynne, R.**, 2006, "Export-orientation and enterprise development: a comparison of New Zealand and Chilean wine production", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97, 138–56.
- Hayward, D. ve Lewis, N.**, 2008, "Regional dynamics in the globalising wine industry: the case of Marlborough", *New Zealand Geographical Journal*, Vol. 174, No. 2, 124–137.
- IACC (The International AntiCounterfeiting Coalition)**, 2011, "The Truth About Counterfeiting", <http://www.iacc.org/about-counterfeiting/the-truth-about-counterfeiting.php>,
- IGEME (T.C. Başbakanlık, Dış Ticaret Merkezi, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi)**, 2009, WTO (Dünya Ticaret Örgütü) Dünya Ticaret Raporu, <http://www.tgdf.org.tr/turkce/tgdfraporlari/>
- Ilbert, H. ve Petit, M.**, 2009, "Are Geographical Indications a Valid Property Right? Global Trends and Challenges", *Development Policy Review*, 27 (5): 503-528.
- Josling, T.**, 2006, "The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict", *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 3, 337–363.
- Kan, M., Gülçubuk, B.**, 2008, "Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler", *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2008, Cilt: 22, Sayı: 2, 57–66.
- Kizos, T. ve Vakoufaris, H.**, 2011, "Alternative agri-food geographies? Geographic indications in Greece", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 102, No. 2, 220–235.
- Koca, H.**, 1997, "Erdemli'de Turunçgil Tarımının Coğrafi Esasları", *Doğu Coğrafya Dergisi*, sayı 2, 305-336.
- Koca, N.**, 2004, "Çanakkale'de Zeytin Yetiştiriciliğinin Coğrafi Esasları", *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 9, 119-138.
- Kur, A.ve Cocks, S.**, 2007, "Nothing but a GI Thing: Geographical Indications under EU Law", *Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L.J.* Vol. 17: 999 – 1016.
- Moran, W.**, 1993, "The wine appellation as territory in France and California", *Annals of the Association of American Geographers*, 83, 694–717.
- Orhan, A.**, 2010, "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 21, Sayı 2, 243-254.
- Özdemir, Ü.**, 2001, "Safranbolu ve Safran Tarımı". *Doğu Coğrafya Dergisi*, sayı:5, 295-308.
- Pradyot R. J. ve Ulrike, G.**, 2010, "Changing Institutions to Protect Regional Heritage: A Case for Geographical Indications in the Indian Agrifood Sector", *Development Policy Review*, 28 (2): 217-236.

- Rangnekar, D.**, 2003, “The Socio-Economics of Geographical Indications”, UNCTAD / ICTSD Capacity Building Project on Intellectual Property Rights and Sustainable Development, Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation, Warwick University, Coventry.
- Raustiala, K. ve Munzer, S.**, 2007, “The Global Struggle over Geographic Indications”, The European Journal of International Law Vol. 18 no. 2, 337–365.
- Suh, J. ve MacPherson, A.**, 2007, “The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of ‘Boseong’ green tea”, Area, Vol. 39 No. 4, 518–527.
- Şahin, İ. F. ve Gök, Y.**, 2004, “Erzincan İli’nde Arıcılık”, Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt 9, Sayı 11, 7-29.
- Tıraş, M.**, 2003a, “Kahraman Maraş Merkez İlçede Kırmızı Biber Tarımı”, Doğu Coğrafya Dergisi, Cilt 8, Sayı 10, 65-80.
- Tıraş, M.**, 2003b, “Osmaniye’de Yerfıstığı Tarımının Coğrafi Esasları”, Türk Coğrafya Kurumu Dergisi, sayı: 40, 35-45.
- TPE**, 2010, “Marka ve Coğrafi İşaret Başvurularının Hazırlanması Marka ve Coğrafi İşaret İşlemleri İle İlgili Bilgiler ve Gerekli Belgeler”, TPE Yayınları, Ankara.
- TPE**, 2011, (Türk Patent Enstitüsü) www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=655
- TUİK**, 2010, Hanehalkı işgücü araştırması, www.tuik.gov.tr
- Tuncay, M., 2009, Coğrafi İşaretlerin Korunması, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N.**, 2005, “Ekonomik Coğrafya Küreselleşme ve Kalkınma”, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Wattanaputtipaisan, T.**, (2009), “Trademarks and Geographical Indications: Policy Issues and Options in Trade Negotiations and Implementation”, Asian Development Review, vol. 26, no. 1, 166–205.
- Winter, M.**, 2005, “Geographies of Food: Agro-food Geographies – Food, Nature, Farmers and Agency”. Progress in Human Geography, 29, 609–617.
- 555 Sayılı KHK.**, 1995, “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname” RG: 27/06/1995 – 22326.