

# KIRSAL ŞEHİRLERİN COĐRAFI İŞARET TESCİLİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: KIRIKKALE İLİ ÖRNEĞİ

Ayőenur BAŐALAN<sup>3</sup>

ORCID: 0000-0001-9866-7943

Nisa FAZLIOĐLU<sup>4</sup>

ORCID: 0000-0002-7729-2449

Emel Gűven<sup>5</sup>

ORCID: 0000-0001-6106-9720

Tamer EREN<sup>6\*</sup>

ORCID: 0000-0001-5282-3138

## ÖZ

Cođrafi iőaret bir űrűnűn űretildiĐi bűlgeyi, kendine űzgű niteliklerini ve űrűnlerin kendine űzgű nitelikleri ile bűlge arasında baĐlantı kuran ve gűvencesini saĐlayan tescil iőaretidir. Bir bűlgede cođrafi iőaretli űrűnlerin sayısının fazla olması kűltűrel mirasın korunması, kırsal kalkınmanın saĐlanması, turizm faaliyetlerinin artması ve ekonomik dűzeylerde gelir elde edilmesi gibi faydalar saĐlamaktadır. Ayrıca űrűnlerin űzgűnlűĐűnű, kalitesini ve belirli bir cođrafi bűlgeyle iliŐkisini vurgular. Őzellikle űrűnlerin kűkenini ve belirli űzelliklerini korumak amacıyla kullanılırlar. Bu alıŐmada İç Anadolu Bűlgesi'nde en az cođrafi iőaretli űrűne sahip olan Kırıkkale ilinde cođrafi űrűn sayısının artırılarak ilin kalkınmasını desteklemek hedeflenmiŐtir. Bu kapsamda gerçekleŐtirilen çalıŐmada Analitik hiyerarŐi Prosesi (AHP) ve Technique For Order Preference By Similarity To An Ideal Solution (TOPSIS) yűntemleri kullanılmıŐtır.

<sup>3</sup> Lisans ŐĐrencisi, Kırıkkale Őniversitesi, Műhendislik ve DoĐa Bilimleri Fakűltesi, Endűstri MűhendisliĐi Bűlűmű, Kırıkkale Őniversitesi, Kırıkkale, Tűrkiye, [aysenurbsln02@gmail.com](mailto:aysenurbsln02@gmail.com)

<sup>4</sup> Lisans ŐĐrencisi, Kırıkkale Őniversitesi, Műhendislik ve DoĐa Bilimleri Fakűltesi, Endűstri MűhendisliĐi Bűlűmű, Kırıkkale Őniversitesi, Kırıkkale, Tűrkiye, [nisafazlioglu17@gmail.com](mailto:nisafazlioglu17@gmail.com)

<sup>5</sup> Doktora ŐĐrencisi, Kırıkkale Őniversitesi, Műhendislik ve DoĐa Bilimleri Fakűltesi, Endűstri MűhendisliĐi Bűlűmű, Kırıkkale Őniversitesi, Kırıkkale, Tűrkiye, [emel-gvn@hotmail.com](mailto:emel-gvn@hotmail.com)

<sup>6\*</sup> Sorumlu Yazar: Prof. Dr., Kırıkkale Őniversitesi, Műhendislik ve DoĐa Bilimleri Fakűltesi, Endűstri MűhendisliĐi Bűlűmű, Kırıkkale Őniversitesi, Kırıkkale, Tűrkiye, [tamereren@gmail.com](mailto:tamereren@gmail.com)

GeliŐ/Submitted: 12.02.2024- Kabul/ Accepted: 26.04.2024

Çalışma sonucunda Kırıkkale’de coğrafi işaret alabilecek ürünler önceliklendirilmiştir. Böylelikle ilde coğrafi işaretli ürünler için başvurulmak istenildiğinde ürünler için öncelik sıralaması gerçekleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi İşaret, Geleneksellik, Kültürel Miras, AHP, TOPSIS

## **EVALUATION OF RURAL CITIES WITHIN THE SCOPE OF GEOGRAPHICAL INDICATION REGISTRATION: EXAMPLE OF KIRIKKALE PROVINCE**

### **ABSTRACT**

A geographical indication is a registration sign that establishes a connection and assurance between the region where a product is produced, its unique qualities, and the unique qualities of the products and the region. Having a high number of geographically indicated products in a region provides benefits such as protecting cultural heritage, ensuring rural development, increasing tourism activities and generating income at economic levels. It also emphasizes the products' originality, quality and relevance to a particular geographical region. They are used especially to protect the origin and certain properties of products. In this study, it was aimed to support the development of the province by increasing the number of geographical products in Kırıkkale, which has the least geographically indicated products in the Central Anatolia Region. In the study carried out in this context, Analytical Hierarchy Process (AHP) and Technique For Order Preference By Similarity To An Ideal Solution (TOPSIS) methods were used. As a result of the study, products that can receive geographical indication in Kırıkkale were prioritized. Thus, when it is desired to apply for geographically indicated products in the province, the products are prioritized.

**Key Words:** Geographical Indication, Traditionality, Cultural Heritage, AHP, TOPSIS

### **1. Giriş**

Coğrafi işaretli ürünler belirli bir yerde ayırt edici özelliğe sahip olan ya da o bölgede tanınan ürünlerin tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmesini sağlayan kalite tescil işaretleridir. Coğrafi işaretli ürünler tüketici tarafından satın alındığında güven sağlarken

üreticiler içinde üretilen ürünlerin kalitesini artmasında rol oynamaktadır. (Kantarıcı Savaş, 2017, s. 204)

Türkiye’de coğrafi işaretli ürün sayıları şehirden şehre farklılık göstermektedir. Bazı şehirlerde coğrafi işaretli ürün sayısı fazla iken genellikle küçük şehirlerde daha az coğrafi işaret tescilli ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürünler küçük şehirlerde şehrin gelişimine turistik ve ekonomik açıdan katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretli ürün sayısı arttığında bölgelerde bulunan ürünlerin tanınırlığı artmaktadır. Bu sayede bölgeler turistik açıdan daha cezbedici hale gelir. Turistler bölgelerin ekonomik açıdan kalkınmasına fayda sağlar. Coğrafi işaretli ürünlerin tanınırlığı arttığından ticari açıdan bölgelerin ekonomik faaliyetleri artar. Coğrafi işaretli ürünlerin insanlara daha güvenilir gelmesinden dolayı aynı cins ürünlerden daha fazla fiyata satılıp katkı sağlanabilir. Şehirlerin tanıtımında bölgelere özgü coğrafi işaretli ürünlerin kullanımı bölgelerin turizm ve ekonomik anlamda kalkınmasına fayda sağlamaktadır.

2023 yılı itibari ile Türkiye’deki coğrafi işaretli ürün sayısı toplam 1490 tür. Karadeniz Bölgesinde 268, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 252, İç Anadolu Bölgesinde 249, Ege Bölgesinde 209, Doğu Anadolu Bölgesi 186, Marmara Bölgesinde 145 ve Akdeniz Bölgesinde 144 tane coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bölgeler arasında İç Anadolu bölgesi en çok coğrafi işaret bulunduran 3. bölgedir. İç Anadolu illerinde en fazla coğrafi işaret bulunduran il Konya’dır. Konya’da 72 tane coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. İç Anadolu bölgesinde en az coğrafi işaretli ürün bulunduran il ise Kırıkkale’dir. Kırıkkale ili Türkiye’deki iller ile karşılaştırıldığında da en az coğrafi işaret bulunduran Batman’dan (2 coğrafi işaret) sonra ikinci sırada gelmektedir. Kırıkkale ili coğrafi işaretli ürün sayısı bakımından Türkiye’de yapılan il sıralamasında son sıralarda yer almaktadır. Kırıkkale’de coğrafi işaret tescili alan 3 tane ürün bulunmaktadır. Bunlar; Kırıkkale Keskin Tava, Kırıkkale Kılıçlar Soğanı, Delice Doğal Kaynak Tuzudur. Kırıkkale Kılıçlar Soğanı ve Delice Doğal Kaynak Tuzu menşe adı ile coğrafi işaret alırken Kırıkkale Keskin Tava mahreç adı ile coğrafi işaret almıştır.

Coğrafi işaretlemenin çok yaygın olmaması nedeniyle kırsal bölgeler ekonomik açıdan diğer bölgelerin çok gerisinde kalmaktadır. Bu çalışmada amaç Türkiye’nin en az coğrafi işaret bulunduran ikinci ili Kırıkkale’de coğrafi işaretlerin arttırılmasını sağlamaktır. Çok

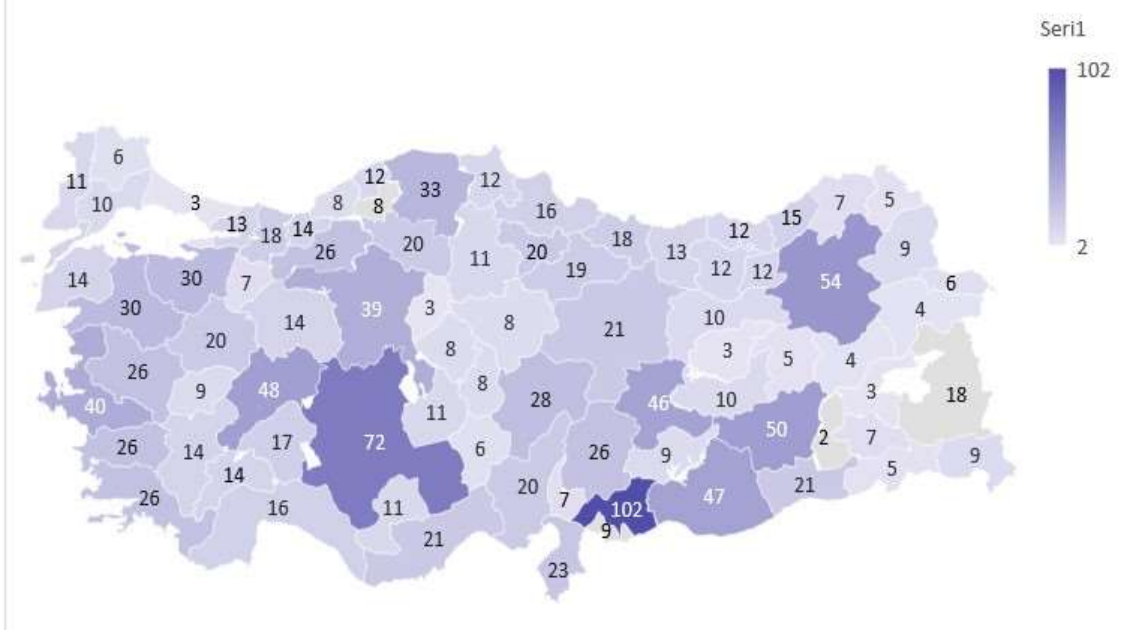
Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri kullanılarak coğrafi işaret alabilecek ürünler sıralanacaktır. Böylelikle ilin kalkınmasında coğrafi işaretli ürün sayısı artırılmak istendiğinde elde edilen ürün sıralaması yol gösterici bir nitelikte olacaktır. Çalışmanın bu yönüyle özgünlük olup literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde coğrafi işaretlemenin anlatımı gerçekleştirilmiş ve Türkiye’deki coğrafi işaretli ürünlerin dağılımı incelenmiştir. Coğrafi işaretleme ile ilgili literatür çalışmalarına bölüm üçte yer verilirken bölüm dördte ise çalışmada kullanılan yöntem anlatılmıştır. Beşinci bölümü Kırıkkale ilini kapsayan uygulamanın anlatımı oluşturmaktadır. Altıncı ve son bölümde ise sonuçlar değerlendirilmiştir.

## 2. Coğrafi İşaretleme

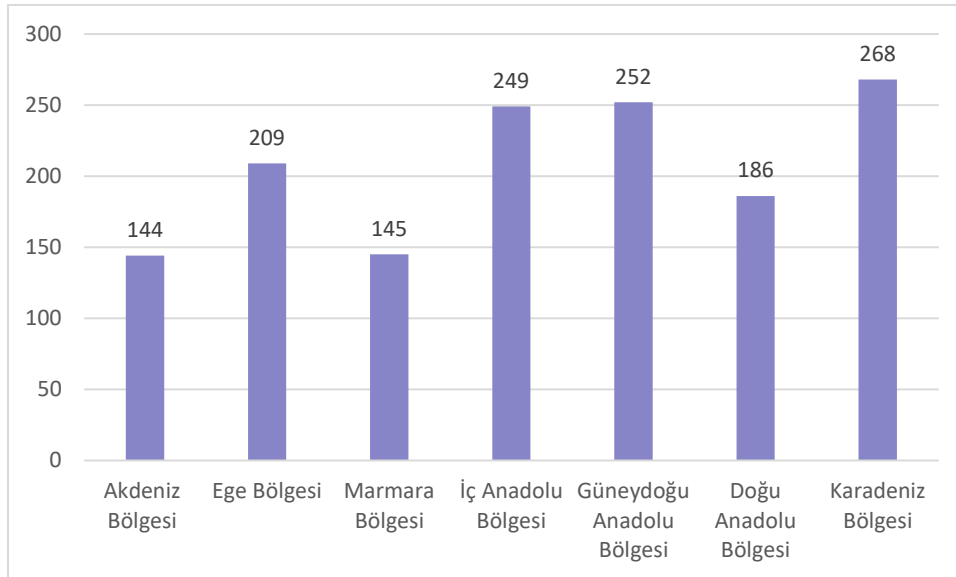
Belirgin bir özelliği, tanrılığ veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu bölge özdeşleşmiş ürünü gösteren tescil işaretidir. Coğrafi işaretler, mahreç işareti ya da menşe adı olarak iki farklı grupta tescil alabilir. Farklı birçok ürün gruplarında coğrafi işaret tescili alınabilmektedir. Bu alanlara gıda, tarım, sanayi, el sanatları, maden vb. alanlar örnek olarak verilebilir. Coğrafi işaretleme kendi içerisinde iki farklı türü içermektedir. Belli bir özelliği, tanınırlığı veya diğer özellikleri ile belli bir coğrafi bölge ile özdeşleşmiş olan; üretim süreçlerinden en az bir tanesinin belirlenmiş coğrafi bölge içerisinde üretilmesi gereken ürünlere verilen işarete “Mahreç İşareti” adı verilmektedir. Mahreç işareti ile tescil alındığında ürünün hammaddesi veya üretim süreçlerinden bir tanesi bölgede gerçekleşirken diğer üretim süreçleri bulunduğu bölge dışında da gerçekleştirilebilmektedir. Bir ürünün, bütün veya esas özellikleri belli bir coğrafi bölgeye ait doğal ve beşerî unsurlardan oluşuyorsa bu durumdaki coğrafi işaretli “Menşe Adı” denilmektedir. Ürünlerin menşe adı ile tescil alabilmesi için üretim süreçleri ve diğer işlemlerinin tamamının belirlenen coğrafi bölgenin sınırları içerisinde gerçekleşmelidir. Bu açıdan menşe adı ile tescil alan coğrafi işaretlerin buldukları bölge ile ilişkileri çok güçlüdür. (<https://www.turkpatent.gov.tr/>)

Türkiye’de coğrafi işaretli ürün sayısı 1490 adettir. Türkiye’de en çok coğrafi işaretli ürün bulunduran şehir 102 adet coğrafi işaret bulunduran Gaziantep’tir. Türkiye’de en az coğrafi işaretli ürün bulunduran şehir ise 2 coğrafi işaretli ürün ile Batman’dır. Türkiye’de bulunan coğrafi işaret dağılımları Şekil 1’de verilmiştir.



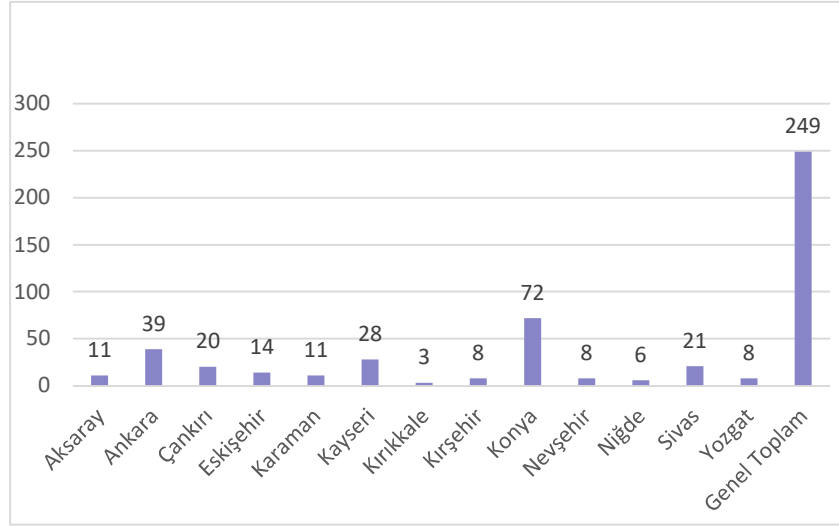
Şekil 1. Türkiye Coğrafi İşaret Dağılımı

Türkiye’de coğrafi işaretli ürün sayısı 1490 adettir. Türkiye’de en çok coğrafi işaretli ürün bulunduran 5 şehir: Gaziantep; 102, Konya; 72, Erzurum; 54, Diyarbakır; 50, Afyonkarahisar;48’dir. Türkiye’de en az coğrafi işaretli ürün 5 şehir ise: Batman; 2 Bitlis; 3 İstanbul; 3, Kırıkkale; 3, Tunceli; 3’tür. Türkiye’deki bölgelere göre coğrafi işaret dağılımları Şekil 2’de verilmiştir

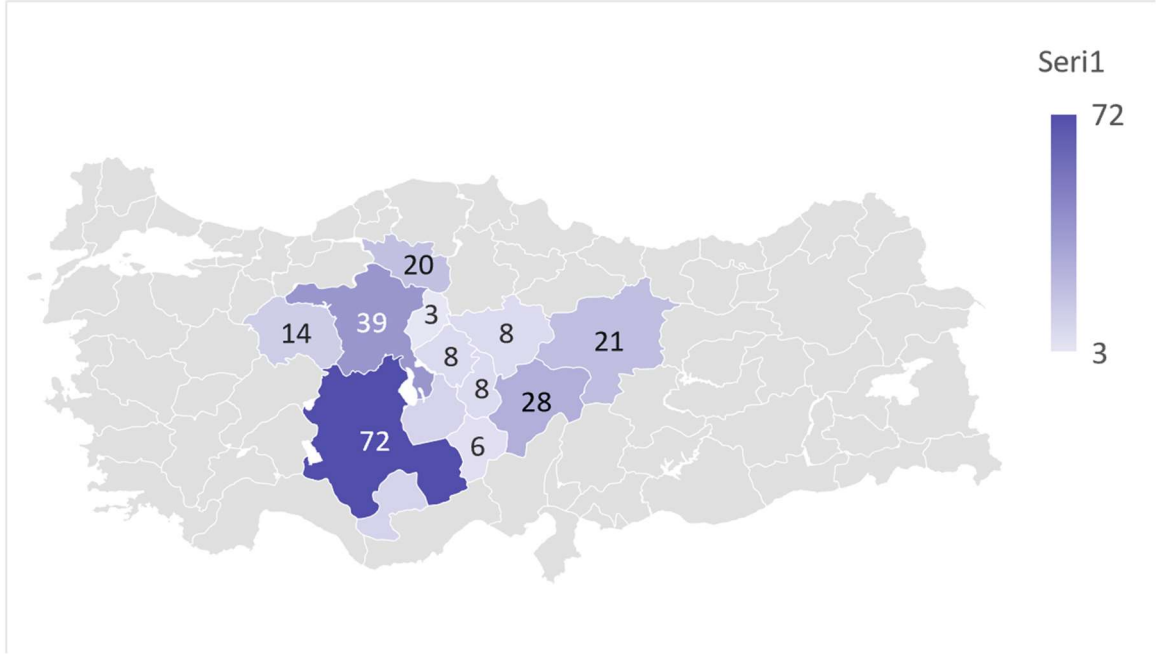


Şekil 2. Bölgelere Göre Coğrafi İşaret Dağılımı

Karadeniz Bölgesinde 268, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 252, İç Anadolu Bölgesinde 249, Ege Bölgesinde 209, Doğu Anadolu Bölgesi 186, Marmara Bölgesinde 145 ve Akdeniz Bölgesinde 144 tane coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bölgeler arasında İç Anadolu bölgesi en çok coğrafi işaret bulunduran 3. bölgedir. İç Anadolu bölgesindeki illere göre coğrafi işaretli ürün dağılımları grafiksel olarak Şekil 3'te, haritasal gösterim olarak Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 3. İç Anadolu Bölgesi Coğrafi İşaretli Ürün Sayıları



Şekil 4. İç Anadolu Bölgesi Coğrafi İşaretli Ürün Dağılımı

İç Anadolu bölgesinde en fazla coğrafi işaret bulunduran şehir 72 tane coğrafi işaretli ürün ile Konya'dır. İç Anadolu bölgesinde en az coğrafi işaretli ürün bulunduran şehir 3 tane coğrafi işaretli ürün ile Kırkkale'dir.

Türkiye'de illerdeki coğrafi işaretli ürün sayıları karşılaştırıldığında Kırkkale ilindeki coğrafi işaretli ürün sayısının diğer illere göre çok az olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın uygulama alanı Kırkkale olarak belirlenmiştir.

### 3.Literatür Araştırması

Doğanlı (2020), coğrafi işaretli ürünlerin ülkelere; kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirliğin sağlanması, kırsal kalkınmanın sağlanması, turizm faaliyetlerinin artması, ekonomik düzeylerde gelir elde edilmesi gibi birçok faydası olduğunu anlatmıştır. Tanrikulu (2007), coğrafi işaretli ürünlerin tespitinde kültür ve coğrafyanın özelliklerinin oldukça önemli olduğunu incelemiştir. Dikici vd. (2013), coğrafi işaretlemenin geleneksel ürünler için önemini ele almışlardır. Ayrıca çalışmalarında coğrafi işaretlemede ürünlerin menşe ve mahreç adları ile sınıflandırılmasına yer vermişlerdir. Pektaş vd. (2018) coğrafi işaretlemenin ülke ekonomisine katkısını incelemişlerdir. Coğrafi işaret taşıyan ürünlerin ihracat ve ithalat yapılırken sağladığı

faydaları tespit etmişlerdir. Kan ve Gülçubuk (2008), coğrafi işaretin alınabilmesi için gereken şartları belirlemiş ve coğrafi işaretlemenin kırsal kesimlerdeki ekonomiye ne denli etki ettiğini incelemişlerdir. Şahin ve Meral (2012), yerel ürünlerin coğrafi işaret ile tescillendirilmesinin önemini incelemişlerdir. Ekici (2021), TRB1 bölgesindeki coğrafi işaretlerin başvuru ve tescil süreçlerini değerlendirmiştir. Mercan ve Üzülmez (2014), coğrafi işaretlemenin bulunduğu bölgedeki turizme katkısını Çanakkale ili örneği üzerinden incelemişlerdir. Doğan (2015), coğrafi işaret tescilini , coğrafi işaretli ürünlerin korunması Türkiye’deki ve dünyadaki güncel durumu ve tarihsel gelişimini göz önünde bulundurarak literatür araştırmasına yöntemiyle incelemiştir. Kantarcı Savaş (2017), Türkiye’de coğrafi işaret kavramına; yıllar içindeki coğrafi işaretli ürün sayıları ile genel bir inceleme yapmıştır. Polat (2017), çalışmasında coğrafi işaret ve turizmi Balıkesir ili üzerinden incelemiştir. Çekiç vd. (2023), coğrafi işaretli ürünlere ilişkin turist tutumlarını gastronomi üzerinden değerlendirmişlerdir. Sarıpek ve Çelik (2020), şehirlerin tanıtılmasında kullanılan coğrafi işaret tescilli ürünleri araştırmak amacıyla illerde bulunan kurumların web sitelerini incelemişlerdir. Aktaş vd. (2023), turist rehberlerinin coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik bilgilerini değerlendirmişlerdir. Coğrafi işaretli ürünlerin turist rehberleri tarafından yapılan uygulamalarla öneminin artacağı vurgulanmıştır. Yenipınar vd. (2014), çalışmalarında yöresel ürünlerin turizme üzerindeki katkılarını Van otlu peyniri örneği üzerinden incelemişlerdir. Cürebal ve Eren (2019), coğrafi işaretli ürün seçimi için ölçütler belirlemiş ve önem sıralarına göre değerlendirmişlerdir. Kantaroğlu ve Demirbaş (2018), Türkiye’deki coğrafi işaret tescilli gıda ürünlerindeki üretim potansiyeli değerlendirmiş ve ekonomik açıdan etkisi incelemişlerdir. Kamber Taş vd. (2020) işletmecilerin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açılarını tespiti için Gümüşhane ilinde çalışma yapmışlardır. Toklu vd., (2016) tüketicilerin coğrafi işaret tescilli ürünlere daha fazla ücret ödeme durumu içinde olup olmadıkları incelemişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre coğrafi işaretli ürünlerin tüketicilere daha cazip geldiği belirlenmiştir. Hazarhun ve Tepeci (2018), coğrafi işaretli yemeklerin ve yerel ürünlerin turizm sektörü üzerindeki katkıları “Manisa İli” örneği üzerinden incelemişlerdir.

Literatür araştırmasının sonucunda yapılan çalışmalar incelendiğinde coğrafi işaretleme ile ilgili olarak AHP ve TOPSIS yönteminin hibrit kullanıldığı bir çalışmaya

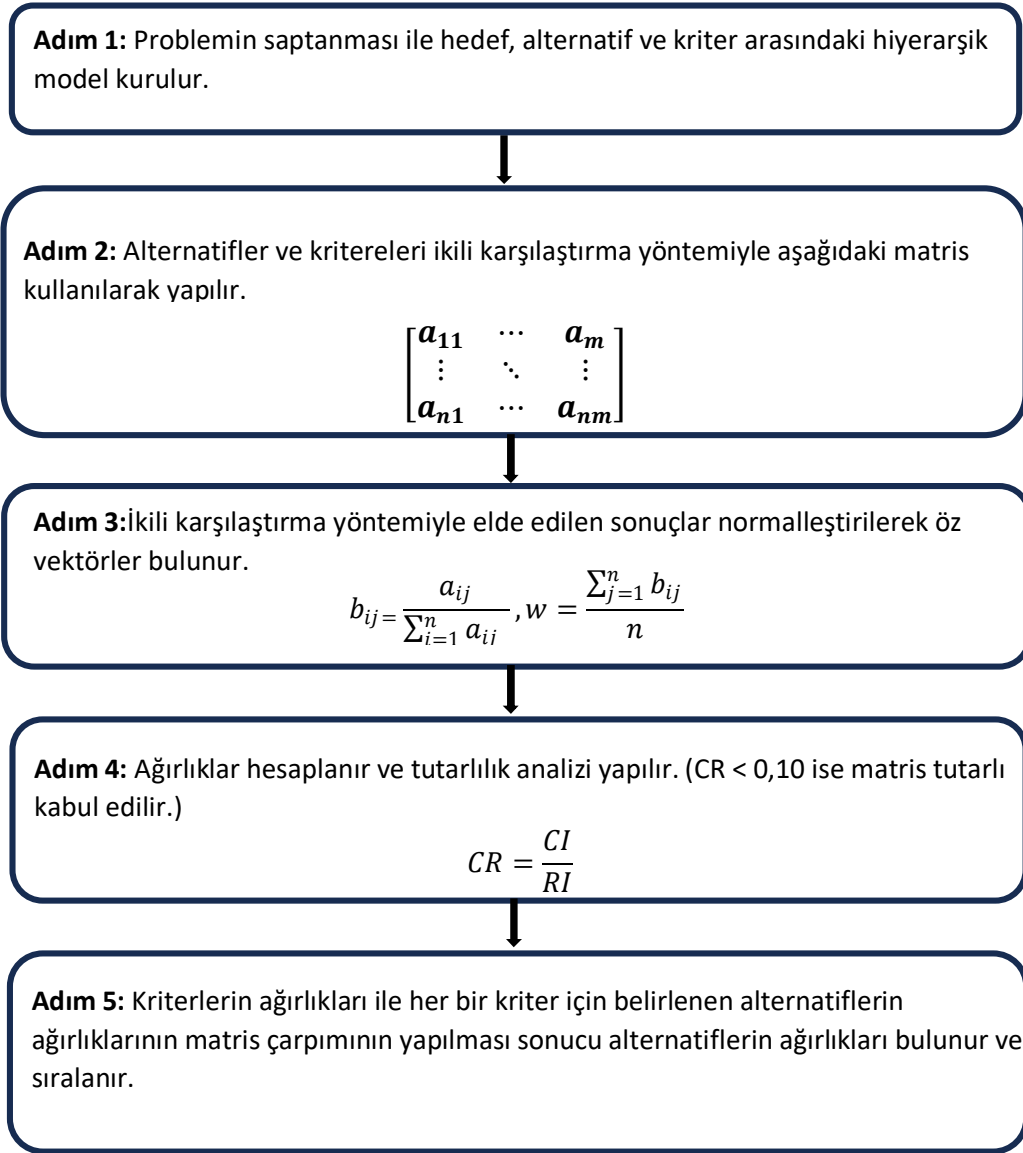


rastlanmamıştır. Ayrıca çalışmalarda coğrafi işaretin önemini, coğrafi işaretli ürünlerin bölgelerin tanıtımında kullanımı, coğrafi işaretin ekonomi ve turizme katkısı gibi konular ele alınmış olmasına rağmen bir il için coğrafi ürün olabilecek ürünlerin değerlendirildiği herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma belirli bir il kapsamında uygulama yapılmıştır ancak farklı bölge ve iller için kullanılabilir bir çözüm yapısı sunmaktadır.

#### **4.Kullanılan Yöntemler**

##### **4.1 AHP (Analytical Hierarchy Process) Yöntemi**

AHP 1970'li yılların ortasında Pennsylvania Üniversitesi'nden Thomas L. Saaty tarafından karar verme ve ölçmede kullanılmak üzere geliştirilen bir matematiksel teoridir (Saaty ve Nemira, 2006). Çok Kriterli Karar Verme ile ilgili bütün uygulamalarda literatürde son 20 yıl içerisinde AHP yöntemi kullanılmıştır. (How, 2008). Bunun nedeni, karar vericiler tarafından kolay bir şekilde anlaşılabilir olmasıdır. Ayrıca AHP yöntemi sadece nitel ve nicel faktörleri değerlendirmez aynı zamanda kişilerin tecrübelerini, bilgilerini, yargılarını, sezgilerini ve düşüncelerini de karar verme sürecine dâhil eder (Özbek ve Eren, 2013, s. 4 ). AHP yönteminde işlem süresinde takip edilen adımlar şekil 5'te verilmiştir (Taş vd., 2017, s. 71).

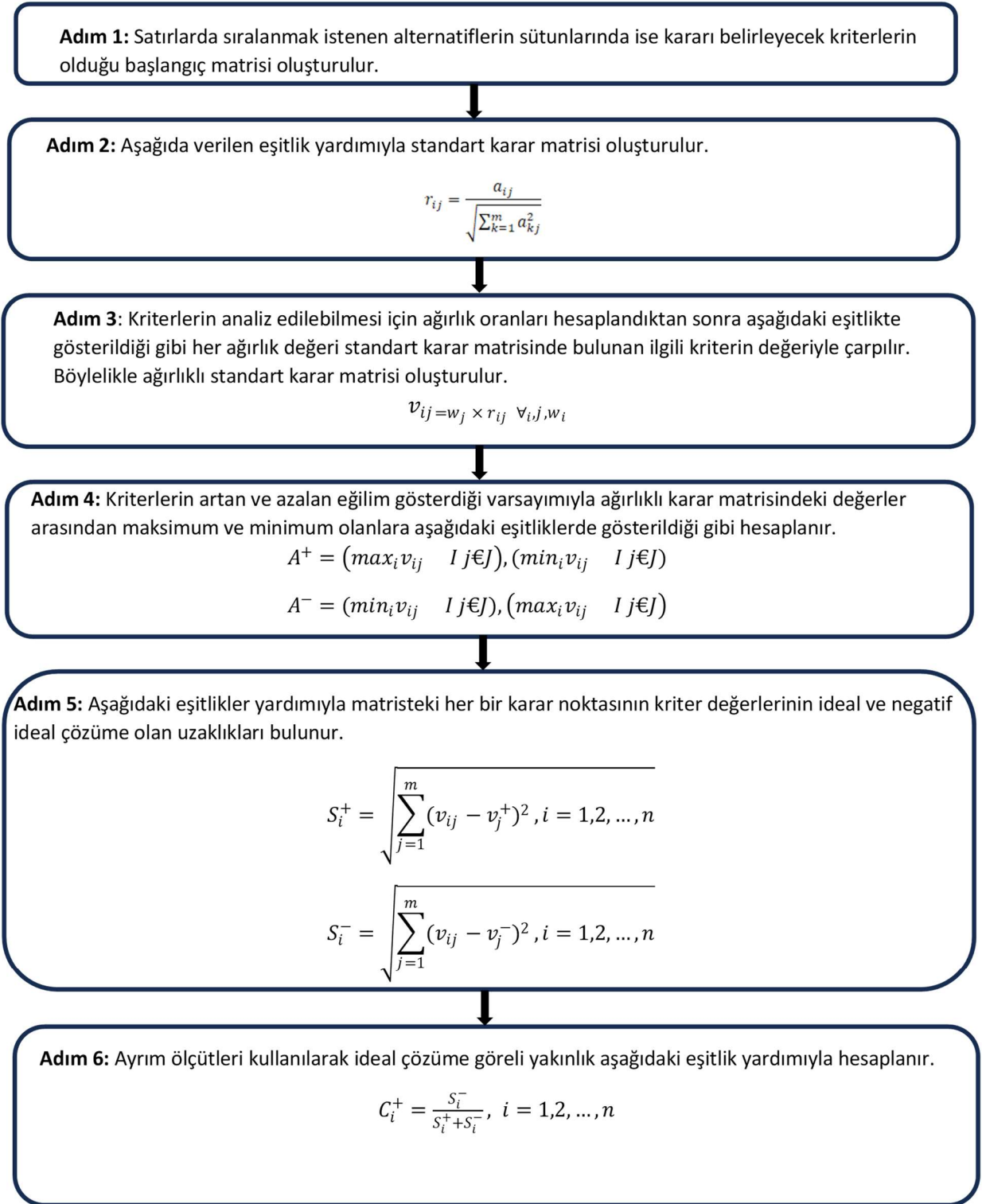


Şekil 5. AHP Yöntemi Adımları (Taş vd., 2017, s. 71).

AHP yöntemi uygulaması problemin tanımlanıp hiyerarşik yapının oluşması adımıyla başlamaktadır. Arından Adım 2'de ikili karar matrisleri oluşturulmaktadır. Adım 3'te oluşturulan matris normalize edildikten sonra Adım 4'te ise ağırlıklar hesaplanarak tutarlılık kontrolü gerçekleştirilir. CR Tutarlılık değeri 0,10'da küçük ise uygulama tutarlı olarak değerlendirilir. Son adımda ise kriter ağırlıkları sıralanarak yöntem uygulaması tamamlanır.

## 4.2 TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity) Yöntemi

TOPSIS (Technique For Order Preference By Similarity To An Ideal Solution) yöntemi Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden en fazla tercih edilenlerden biridir. Hwang ve Yoon (1981) tarafından Çok Kriterli Karar Verme tekniği adı altında geliştirilmiştir. (Shyjith vd., 2008) Bu yöntem temel olarak negatif ideal çözüm ve pozitif ideal çözümden oluşmaktadır. TOPSIS yöntemi 6 adımdan oluşmaktadır ve adımlar Şekil 6'da gösterilmiştir. TOPSIS yöntemi 6 adımdan oluşmaktadır ve adımlar Şekil 6'da gösterilmiştir (Erol vd.,2021, s. 619).



Şekil 6. TOPSIS Yöntemi Adımları (Erol vd., 2021, s. 619)

TOPSIS yöntemi uygulaması alternatifler ve kriterler belirlenerek başlangıç matrisinin oluşması adımıyla başlamaktadır. Ardından Adım 2'de standart karar matrisi oluşturulmaktadır. Adım 3'te oluşturulan matris yardımıyla ağırlıklı standart karar matrisi oluşturulur. Adım 4'te bulunan eşitlikler yardımıyla Adım 5'te kriter değerlerinin ideal ve negatif ideal çözüme olan uzaklıkları bulunur Son adımda ise ideal çözüme göreli yakınlık hesaplanır.

## 5.Uygulama

Kırıkkale en az coğrafi işaret bulduran şehirlerden biridir. Kırıkkale ilindeki coğrafi işaretli ürün sayısını arttırmak için 15 adet kriter ve 15 adet alternatif belirlenmiştir. Bu kriterlerin önem sırasını belirlemek için AHP yöntemi kullanılarak kriterlerin ağırlıkları bulunmuştur. Ardından Kırıkkale'de coğrafi işaret alabilecek ürünler belirlenmiş ve TOPSIS yöntemi kullanılarak sıralanmıştır. Böylelikle Kırıkkale'deki coğrafi işaretli ürünler için başvurulmak istendiğinde ürünler için öncelik sıralaması yapılmıştır.

### 5.1.Problem Tanımı

Küçük şehirlerin kalkınmasında coğrafi işaretli ürünlerin arttırılması ekonomik fayda sağlamaktadır. Bu nedenle az sayıda coğrafi işaretli ürün bulduran Kırıkkale ilinde coğrafi işaretli ürün sayısını arttırmak için bilimsel ve matematiksel yöntemlerle en uygun coğrafi işaretli ürün seçimi problemi ele alınmıştır. Bu problem kapsamında literatür taraması ile 15 adet alternatif ve 15 adet kriter belirlenmiştir. Bu kriter ve alternatifleri AHP ve TOPSIS yöntemleriyle analiz ederek önem derecelerine göre bir sıralama oluşturulmuştur. Böylelikle Kırıkkale ili için coğrafi işaretli ürün başvurusu yapılırken alternatiflerin önceliklendirilmesi yol gösterici bir nitelik taşıyacaktı.

### 5.2. Problem Kriterlerinin Belirlenmesi

Kırıkkale ilindeki coğrafi işaretli ürün sayısını arttırmak için belirlenen 15 kriter belirlenmiştir. Kriter ve açıklamaları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Kriter Açıklamaları

Kriter	Açıklamalar
K1:	Ürünün bölgesel ve ulusal düzeyde tanınması.
K2:	Ürünün üretildiği bölgenin beşerî özelliklere veya doğal faktörleri içermesi.
K3:	Ürüne sektörde özel bir müşteri talebinin olması.
K4:	Ürünün aynı grupta benzer özellikteki ürünlerden farklı özellik barındırması.
K5:	Tüketicinin coğrafi işaretli ürüne daha yüksek fiyat ödeme eğilimi.
K6:	Ürünün coğrafi işaretli ürün olması durumunda beklenen pozitif sosyal sonuçların faydalı olması.
K7:	Ürünlerin sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi.
K8:	Ürünün coğrafi bölgede tarihi geçmişe sahip olması.
K9:	Ürünlerin ve gerekiyorsa hammaddelerin özelliklerini açıklayıcı teknik bilgilerin olması.
K10:	Coğrafi işaretin bölgeye turistik açıdan fayda sağlaması.
K11:	Coğrafi işaretin bölgeye ekonomik katma değer sağlaması.
K12:	Ürünlerin özelliklerinin, tanınırlığının veya diğer özelliklerinin söz konusu coğrafi bölge ile bağlantı bulundurması.
K13:	Ürün grubunun belirlenmesi.(yemek, yöresel ürün, peynir vb.)
K14:	Kırsal kalkınma ve bölgesel üretimi desteklemesi.
K15:	Kültürel mirasın ve geleneksel bilgilerin korunması.

### 5.3. Alternatiflerin Belirlenmesi

Kırıkkale ilinde tescil alabilecek ürünler gerçekleştirilen literatür taraması ve Kırıkkale ilinde bulunan ilçelerdeki ürünler üzerinden hangi ürünlerin coğrafi işaret tescili almaya uygun olabileceği araştırılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda coğrafi işaret tescili

alabilecek 15 alternatif ürün belirlenmiştir. Belirlenen alternatif ürünler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Alternatif Ürünler

No	Alternatifler
1	Sulakyurt Tava
2	Sulakyurt Ballısı
3	Karaahmetli Patlıcan Turşusu
4	Kadife Balığı
5	Delice Şırası
6	Sulakyurt Kavunu
7	Üzüm Pekmezi
8	Dinek Dağı Balı
9	Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye
10	Kırıkkale Çiçekleri Kolonyası
11	Karakeçili Sucukları
12	Besmeç
13	Delice Üzümü
14	Keskin Sirke
15	Gavurga

#### 5.4. Kriter Ağırlıklarının Belirlenmesi

Çalışmadaki bu kısımda Kriter ağırlıkları AHP yöntemi yardımıyla hesaplanmıştır. Uzmanlar tarafından oluşturulan karar matrislerinde Tablo 3’te verilen Saaty skalası kullanılmıştır (Asoğlu ve Eren,2018, s. 105). 2 Mühendis, 1 uzman mühendis ve 2 yönetici tarafından ortak grup karar verme ile oluşturulan ikili karar matrisi Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 3. Önem Derecesi Tablosu

Önem Derecesi	Tanımı
1	Eşit derecede önemli
3	Orta derecede önemli
5	Güçlü derecede önemli
7	Çok Güçlü derecede önemli
9	Son derecede önemli
2,4,6,8	Ara değerler

Kaynak: (Asoğlu ve Eren, 2018, s. 105)

Tablo 4. İkili Karşılaştırma Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
K1	1,00	7,00	3,46	0,18	4,47	1,00	6,48	1,00	0,18	0,22	0,22	0,20	4,47	0,17	1,00
K2	0,14	1,00	0,29	0,18	0,22	0,17	2,00	0,29	0,15	0,14	0,14	0,17	5,00	0,17	1,00
K3	0,29	3,46	1,00	0,18	3,46	0,41	4,00	0,50	0,18	0,17	0,17	0,17	4,47	0,17	1,00
K4	5,48	5,48	5,48	1,00	5,48	1,00	6,48	2,45	3,46	1,00	1,00	1,00	7,48	1,00	5,00
K5	0,25	4,47	0,29	0,18	1,00	0,25	1,00	0,41	0,18	0,13	0,13	0,17	3,46	0,17	2,00
K6	1,00	6,00	2,45	1,00	4,00	1,00	5,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,41	6,48	1,00	2,45
K7	0,15	0,50	0,25	0,15	1,00	0,20	1,00	0,33	0,18	0,13	0,13	0,18	3,46	0,15	1,00
K8	1,00	3,46	2,00	0,41	2,45	0,33	3,00	1,00	0,22	0,14	0,14	1,00	5,48	0,17	1,00
K9	5,00	6,48	5,48	0,29	5,48	1,00	5,48	4,47	1,00	1,00	1,00	5,48	7,48	1,00	4,47
K10	4,47	7,00	6,00	1,00	7,48	1,00	7,48	7,00	1,00	1,00	1,00	1,73	6,48	1,00	6,48
K11	4,47	7,00	6,48	1,00	7,48	1,00	7,48	7,00	1,00	1,00	1,00	2,00	6,48	1,00	6,00
K12	5,00	6,00	5,92	1,00	5,48	0,71	5,48	1,00	0,18	0,58	0,50	1,00	6,48	0,41	3,46
K13	0,22	0,20	0,22	0,13	0,29	0,15	0,29	0,18	0,13	0,15	0,15	0,15	1,00	0,15	0,25
K14	6,00	6,00	6,00	1,00	6,00	1,00	6,48	6,00	1,00	1,00	1,00	2,45	6,00	1,00	5,48
K15	1,00	1,00	1,00	0,20	0,50	0,41	1,00	1,00	0,25	0,15	0,17	0,29	4,00	0,18	1,00

Kriterler kendi aralarında önem derecelerinin bulunması için ikili karşılaştırma yöntemiyle karşılaştırılmıştır. Önem derecelerinin belirlenmesi için önem derecesi tablosunda yer alan değerler kullanılarak matrisin köşegen çizgisinin altında kalan değerler 1/köşegen üstündeki değer olarak bulunmuştur. Bu işlemler sonucunda ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuştur.



Elde edilen karar matrisi normalize edildikten sonra AHP işlem adımları uygulanmıştır. Yapılan işlemler sonucunda tutarlılık oranı 0,10'dan küçük ise yapılan çözüm tutarlı kabul edilmektedir. Çalışmada ele alınan problem çözümünde elde edilen tutarlılık oranını 0,0844 olarak bulunmuştur. Bu durum çalışmanın tutarlı olduğunu göstermektedir. Elde edilen kriter ağırlıkları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Kriter Ağırlıkları

Sıralama	Kriterler	Kriter Ağırlıkları
1	K11	0,1255
2	K10	0,1246
3	K4	0,1240
4	K14	0,1224
5	K9	0,1210
6	K6	0,0899
7	K12	0,0806
8	K1	0,0494
9	K8	0,0376
10	K3	0,0309
11	K15	0,0245
12	K5	0,0235
13	K2	0,0187
14	K7	0,0168
15	K13	0,0107

Elde edilen kriter ağırlık sıralamasında “Coğrafi işaretin bölgeye ekonomik katma değer sağlaması” kriteri birinci sırada yer almıştır. Coğrafi işaretli ürünlerin sayısının fazla olması bölgelerin daha çok tanınmasına yol açmaktadır. Daha çok tanınan bölgelerde tüketiciler coğrafi işaretli ürünlere ücret ödeme eğilimi artmaktadır. Özellikle kırsal kesimler başta olmak üzere coğrafi işaretli ürün seçiminde ürünün bölgeye ekonomik katma değer sağlaması oldukça önemli bir kriterdir. “Coğrafi işaretin bölgeye turistik açıdan fayda sağlaması” kriteri ikinci sırada yer almaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin daha güvenilir ve tanınır olması sayesinde turistlerin bölgelere talebi daha yoğun olmaktadır. Bu taleple birlikte coğrafi işaretli ürünler bölgelere turistik açıdan fayda sağlamaktadır. “Ürünün aynı kategorideki benzer ürünlerden farklı olması” kriteri ise bu

coğrafi işaretli ürün sıralamasında üçüncü en önemli kriter olarak belirlenmiştir. Coğrafi işaret tescili alırken ürünlerin aynı kategorideki diğer ürünlerden farklı ayırt edici özellikleri olması istenmektedir. Bu talep ürünü diğer ürünlerden daha farklı ve özgün olduğunu göstermektedir.

Kriter ağırlıklarında son üç kriter sıralaması ise ‘‘Ürünün üretildiği alanın doğal özelliklere veya beşerî faktörlere sahip olması’’, ‘‘Ürünün sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi’’ ve ‘‘Ürün grubunun belirlenmesi’’ şeklinde olmuştur. Bu kriterler de coğrafi işaret alma konusunda gerekli kriterler olsa da etkileri diğer kriterlere göre düşük olan kriterlerdir. Problem çözümünde gerçek uygulamalar ile tutarlı sonuçlar elde edilmiştir.

### 5.5 TOPSIS Yöntemi Uygulaması

Literatür taraması sonrasında elde edilen 15 alternatifin önceliklendirilmesi TOPSIS yöntemi ile yapılmıştır. Yöntem başlangıcında kullanılan karar matrisi Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Karar Matrisi

Alternatifler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
Sulakyurt Tava	2	5	3	2	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4
Besmeç	3	5	3	1	4	4	4	4	5	3	3	3	5	3	4
Sulakyurt Ballısı	2	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4
Karaahmetli Patlıcan Turşusu	3	5	3	5	4	3	5	4	5	3	3	5	5	4	3
Kadife Balığı	4	5	4	5	2	3	5	5	5	3	4	3	5	4	3
Delice Üzümlü	3	5	4	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
Delice Şırası	2	5	3	4	2	2	4	4	5	3	2	5	5	4	3
Sulakyurt Kavunu	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Üzüm Pekmezi	2	5	4	4	2	2	4	5	5	2	3	2	5	4	2
Keskin Sirke	2	5	2	5	1	2	4	5	5	2	3	5	5	4	3
Dinek Dağı Balı	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye	2	5	3	2	1	2	4	5	5	2	3	5	5	4	3
Kırıkkale Çiçekleri Kolonyası	2	5	3	4	3	4	3	3	5	3	3	5	1	4	3
Karakeçili Sucukları	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4
Gavurğa	4	5	1	3	1	1	3	5	5	1	1	3	5	3	2

TOPSIS yönteminde ilk adım karar matrisinin oluşturulmasıdır. Tablo 6. oluşturulurken 1-5'lik skala kullanılmıştır. 1 en az 5 en çok olacak şekilde kurgulanmıştır. Örneğin; Sulakyurt kavununda K11 kriterine 5 puan verilmesinin nedeni; ithalat ve ihracat yapılarak bölgenin ekonomisine katkı sağlamasıdır. Besmeç alternatifine K4 kriterinde 1 puan verilmesinin nedeni birçok coğrafi aynı özelliklerde ürün bulunmasıdır.

Karar matrisinin satırlarında alternatifler bulunurken sütunlarda ise kriterler bulunmaktadır. Karar matrisinden sonra oluşturulan standart karar matrisi Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Standart Karar Matrisi

Alternatifler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
Sulakyurt Tava	0,18	0,26	0,22	0,14	0,34	0,29	0,24	0,28	0,26	0,37	0,23	0,29	0,27	0,25	0,3
Besmeç	0,27	0,26	0,22	0,07	0,34	0,29	0,24	0,22	0,26	0,22	0,23	0,17	0,27	0,19	0,3
Sulakyurt Ballısı	0,18	0,26	0,3	0,34	0,42	0,29	0,24	0,28	0,26	0,37	0,23	0,29	0,27	0,25	0,3
Karaahmetli Patlıcan Turşusu	0,27	0,26	0,22	0,34	0,34	0,22	0,3	0,22	0,26	0,22	0,23	0,29	0,27	0,25	0,23
Kadife Balığı	0,36	0,26	0,3	0,34	0,17	0,22	0,3	0,28	0,26	0,22	0,3	0,17	0,27	0,25	0,23
Delice Üzümlü	0,27	0,26	0,3	0,2	0,17	0,36	0,3	0,28	0,26	0,3	0,38	0,29	0,27	0,31	0,3
Delice Şırası	0,18	0,26	0,22	0,27	0,17	0,15	0,24	0,22	0,26	0,22	0,15	0,29	0,27	0,25	0,23
Sulakyurt Kavunu	0,36	0,26	0,37	0,2	0,25	0,29	0,3	0,28	0,26	0,37	0,38	0,29	0,27	0,31	0,3
Üzüm Pekmezi	0,18	0,26	0,3	0,27	0,17	0,15	0,24	0,28	0,26	0,15	0,23	0,11	0,27	0,25	0,15
Keskin Sirke	0,18	0,26	0,15	0,34	0,08	0,15	0,24	0,28	0,26	0,15	0,23	0,29	0,27	0,25	0,23
Dinek Dağı Balı	0,27	0,26	0,3	0,2	0,34	0,36	0,3	0,28	0,26	0,3	0,38	0,29	0,27	0,31	0,3
Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye	0,18	0,26	0,22	0,14	0,08	0,15	0,24	0,28	0,26	0,15	0,23	0,29	0,27	0,25	0,23
Kırıkkale Çiçekleri Kolonyası	0,18	0,26	0,22	0,27	0,25	0,29	0,18	0,17	0,26	0,22	0,23	0,29	0,05	0,25	0,23
Karakeçili Sucukları	0,27	0,26	0,3	0,34	0,34	0,36	0,3	0,22	0,26	0,3	0,23	0,29	0,27	0,31	0,3
Gavurga	0,36	0,26	0,07	0,2	0,08	0,07	0,18	0,28	0,26	0,07	0,08	0,17	0,27	0,19	0,15

Karar matrisinin hesaplanmasından sonra TOPSIS yönteminin adımları uygulanarak alternatifler sıralanmıştır. Alternatiflerin sıralanmış hali Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Alternatiflerin Sıralaması

No	Alternatif Ürünler	Sonuç
1	Sulakyurt Kavunu	0,763425
2	Dinek Dağı Balı	0,741796
3	Delice Üzümü	0,734536
4	Karakeçili Sucukları	0,719664
5	Sulakyurt Ballısı	0,711751
6	Kadife Balığı	0,641365
7	Karaahmetli Patlıcan Turşusu	0,601074
8	Sulakyurt Tava	0,586799
9	Kırıkkale Çiçekleri Kolonyası	0,578092
10	Keskin Sirke	0,505412
11	Delice Şırası	0,464846
12	Üzüm Pekmezi	0,441319
13	Besmeç	0,420367
14	Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye	0,372197
15	Gavurga	0,356230

Gerçekleştirilen hesaplamalar sonucunda Sulakyurt Kavunu, Dinek Dağı Balı, Delice Üzümü, Karakeçili Sucukları ve Sulakyurt Ballısı ağırlık olarak birbirlerine çok yakın değerler almışlardır. Bu nedenle coğrafi işaret tescili almada tercih sıralamasında ilk beş içerisinde yer almışlardır. Besmeç ve Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye diğer ürünlere göre daha düşük ağırlık değerleri alarak sıralamada son ikide yer almışlardır. Sulakyurt kavunun ilk sırada yer almasının nedeni belirlenen kriterlere göre coğrafi işaret tescili almaya en uygun ürün olmasıdır. Sulakyurt kavunu; Sulakyurt bölgesine ve Kırıkkale iline ekonomik açıdan coğrafi tescil aldığı daha çok katkı sağlayacaktır. Gavurga alternatifinin son sırada yer almasının nedeni ürünün belirlenen kriterlere göre coğrafi tescil almaya uygun olmamasıdır. Çünkü gavurga ürünü birçok coğrafi bölgede aynı yöntemlerle üretilmektedir.

## 6.Sonuç

Coğrafi işaretler belli bir bölgede, o bölgenin özelliklerini taşıyan ürünlerin korunmasında kullanılan tescil işaretleridir. Türkiye’de TRIPS anlaşmasının

imzalanması ile coğrafi işaretleme kavramı hayatımıza girmiştir. Coğrafi işaretli ürünler, ürünlerin üretildiği bölgelerin tanıtılmasına katkı sağlar. Turizm ve ekonomik alanında katkı sağlayan coğrafi işaretli ürünler kırsal bölgelerin kalkınmasını destekler.

Türkiye’de coğrafi işaretli ürün sayıları incelendiğinde Kırıkkale ilindeki coğrafi işaretli ürün sayısı diğer illerle kıyaslandığında çok azdır. Bu ürün sayılarını arttırmak için 15 adet kriter ve bu kriterlere uygun 15 adet alternatif coğrafi işaret alabilecek ürünler belirlenmiştir. AHP yöntemiyle belirlenen kriterler ağırlıklandırılmıştır. TOPSIS yöntemi kullanılarak belirlenen alternatif ürünler kriter ağırlıklarına göre sıralanmıştır. Böylelikle ilde coğrafi işaretli ürünler için başvurulmak istenildiğinde ürünler için öncelik sıralaması gerçekleştirilmiştir.

TOPSIS yöntemi sonucunda önceliklendirilen alternatiflerin sıralaması; Sulakyurt Kavunu, Dinek Dağı Balı, Delice Üzümü, Karakeçili Sucukları, Sulakyurt Ballısı, Kadife Balığı, Karaahmetli Patlıcan Turşusu, Sulakyurt Tava, Kırıkkale Çiçekleri Kolonyası, Keskin Sirke, Delice Şırası, Üzüm Pekmezi, Besmeç, Keskin Kaçak Küçük Taneli Fasulye, Gavurga şeklinde bulunmuştur.

Küçük şehirlerde coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması şehrin ekonomik ve turistik açıdan kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Kırıkkale ilinde belirlenen coğrafi işaret tescili alabilecek ürünler bölgenin tanınırlığının artmasını sağlayacaktır. Böylelikle ilin kalkınmasında coğrafi işaretli ürün sayısı artırılmak istendiğinde elde edilen ürün sıralaması yol gösterici bir nitelikte olacaktır. Çalışma bu yönüyle özgünlük taşımaktadır.

Bu çalışma ve benzer çalışmalardan yola çıkılarak Türkiye’deki Kırsal kesimlerde coğrafi işaretli ürün sayısının artması bölgenin ekonomik ve turizm alanlarında gelişmesine fayda sağlar. Gerekli literatür araştırmaları yapıp, gereken bilgiler ışığında kırsal bölgelerde coğrafi işaretli ürün seçimi ele alınarak bölgelerin kalkınması için çözüm önerileri sunulabilir.

## KAYNAKÇA

Aktaş, A. C., Akgül, O., & Gökdemir, S. (2023). Turist rehberlerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik farkındalıkları. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 6(2): 738-755

Asoğlu, İ., & Eren, T. (2018). AHP, TOPSIS, PROMETHEE yöntemleri ile bir işletme için kargo şirketi seçimi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16): 102-122.

Cürebali, A., & Eren, T. (2019). Coğrafi işaretli ürün seçimi için belirlenen kriterlerin çok ölçütlü karar verme yöntemi ile ağırlıklandırılması. *Academic Perspective Procedia*, 2(3): 1026-1035.

Çekiç, İ., Bulut, Z., & Yener, O. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1): 242-255.

Dikici, A., Koluman, A., & Aktaş, R. (2013). Gıdaların coğrafi işaretlenmesi. *İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 39(1): 136-138.

Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2): 58-75.

Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *Journal of Human and Social Sciences*, 3(2): 525-541.

Ekici, F. G. (2021). Türkiye’de coğrafi işaret kavramı ve TRB1 bölgesi incelemesi. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1): 159-176.

Erol, E., Özcan, E., & Eren, T. (2021). Elektrik üretim santrallerinde iş güvenliği uzmanı seçiminde hibrit bir karar modeli. *Journal of Turkish Operations Management*, 5(1): 615-629.

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.

Ho, W. (2008). Integrated analytic hierarchy process and its applications—A literature review. *European Journal of operational research*, 186(1): 211-228.

<https://www.turkpatent.gov.tr/>

Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2):57-66

Kantaroğlu, M., & Demirbaş, N. (2018). Türkiye’de coğrafi işaretli gıda ürünleri üretim potansiyelinin değerlendirilmesi. *IBANESS Kongreler Serisi*, 21(22): 514-520.

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

Özbek, A., & Eren, T. (2013). Çok ölçütlü karar verme teknikleri ile hizmet sağlayıcı seçimi. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*. 36, 1-22

Özcan, E. C., Ünlüsoy, S., & Eren, T. (2017). ANP ve TOPSIS yöntemleriyle Türkiye’de yenilenebilir enerji yatırım alternatiflerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Mühendislik, Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(2): 204-219.

Pektaş, G. Ö. E., Kahraman, C., & Alkan, G. (2018). Türkiye’de coğrafi işaretler ve ihracat pazarlaması açısından değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39): 65-82.

Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1): 17-31.

Saaty, T. L., & Niemira, M. P. (2006). A framework for making a better decision how to make more effective site selection, store closing and other real estate decisions. *Research Review*, 13(1): 44-48.

Sarıpek, S., & Çevik, S. (2020). Oraların nesi meşhur: Şehir pazarlamasında coğrafi işaret tescilli ürünler. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(32): 4907-4938.

Savaş, S. K. (2017). Türkiye’de coğrafi işaret kavramına genel bakış. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(5): 203-210.

Shyjith, K., Ilangkumaran, M., & Kumanan, S. (2008). Multi-criteria decision-making approach to evaluate optimum maintenance strategy in textile industry. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 14(4): 375-386.

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

Tanrıkulu, M. (2007). Türkiye’de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2): 173-184.

Taş, M., Özlemiş, Ş. N., Hamurcu, M., & Eren, T. (2017). Ankara’da AHP ve PROMETHEE yaklaşımıyla monoray hat tipinin belirlenmesi. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 3(1): 65-89.

Taş, S. S. K., & Taş, S. (2020). İşletme yöneticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açıları: Gümüşhane ili örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2):985-994.

Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E., & Küçük, H. Ö. (2016). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı ve daha fazla fiyat ödeme isteği: yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(1): 145-161.

Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2): 13-23.