



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş: 03.07.2024 ✓Accepted/Kabul: 20.09.2024

DOI:10.30794/pausbed.1509823

Research Article/Araştırma Makalesi

Akkaşoğlu, S. (2024). "Türkiye'de Coğrafi İşaret Tescilli Almış İçecekler Üzerine Bir İnceleme", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 65, ss. 285-297.

TÜRKİYE'DE COĞRAFI İŞARET TESCİLİ ALMIŞ İÇECEKLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Süleyman AKKAŞOĞLU*

Öz

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki coğrafi işaret tesciline sahip içeceklerin incelenmesidir. Bu doğrultuda Türk Patent ve Marka Kurumu'nun web sitesinde yer alan coğrafi işaret tescilli içecekler içerik analizi ile incelenmiştir. Araştırma neticesinde Türkiye genelinde coğrafi işaretli ürün sayısının 1516 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Coğrafi işaretli ürünlerin içerisinde gıda ürünlerinin (%88,8) daha fazla olduğu fakat gıda ürünleri içerisinde içeceklerin oranının (%2,74) düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında 25'i alkolsüz 12'si alkollü içecek olmak üzere toplam 37 içeceğin tescil edildiği bu içeceklerden 22'nin mahreç 15'nin menşe adı olarak tescil edildiği tespit edilmiştir. Alkolsüz içeceklerin (şalgam, ayran, şerbet, şıra, boza, hoşaf vb.) büyük bir çoğunluğunun mahreç işareti, alkollü içeceklerin (raki, likör, viski vb.) tamamının menşe adı şeklinde tescil edildiği belirlenmiştir. Başvurusu yapılan toplam 13 içeceğin tescil edilmesi durumunda tescilli içecek sayısında %35 oranında bir artış meydana gelecektir.

Anahtar kelimeler: Türkiye, Coğrafi işaret, İçecekler, Gastronomi.

EXAMINATION OF GEOGRAPHICAL INDICATED BEVERAGES IN TÜRKİYE

Abstract

The aim of this study is to examine the beverages with geographical indication registration in Türkiye. In this direction, geographical indication registered beverages on the website of the Turkish Patent and Trademark Office were analysed by content analysis. As a result of the research, it was concluded that the number of geographically marked products in Türkiye is 1516. It was found that food products (88.8%) were more prevalent among the geographically labelled products, but the proportion of beverages (2.74%) among food products was low. The research identified a total of 37 registered beverages, 25 non-alcoholic and 12 alcoholic, of which 22 were registered as appellations of origin and 15 as names of origin. It was found that the majority of non-alcoholic beverages (turnip, ayran, sherbet, syrup, boza, hoşaf, etc.) were registered with a designation of origin, while all alcoholic beverages (raki, liqueur, whisky, etc.) were registered with a designation of origin. The number of registered beverages will increase by 35% if a total of 13 beverages are registered.

Keywords: Türkiye, Geographical Indication, Beverage, Gastronomy.

*Dr. Öğr. Üyesi, Doğu Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İSTANBUL.
e-posta: sakkasoglu@dogus.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-0613-9743>)

1. GİRİŞ

Dünya genelinde nüfusun hızla artışı bunun yanında sosyo ekonomik değişimlerin yaşanmasıyla birlikte tüketicilerin ihtiyaç ve alışkanlıklarının yeniden şekillenmesi neticesinde tüketim yapısı da değişmiştir (Meral ve Şahin, 2013: 16). Bu bağlamda tüketicilerin gıdanın kalitesine giderek çok daha fazla önem göstermeye başladığı ve genellikle satın aldıkları ürünlerden daha yüksek beslenme, sağlık ve hijyen standartlarından fazlasını bekledikleri söylenebilir (Hajdukiewicz, 2014: 3). Gıda ürünlerine ilişkin tüketici bilincinin artması, değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve yerel üretimin ve üreticilerin korunması noktasında coğrafi işaretli ürünler kilit bir öneme sahiptir.

Coğrafi işaretler, bir gıda ürününün belirli ölçüde kalitesini ve itibarını, ilgili tüm aktörlerin ekonomik fayda elde edebileceği belirli bir bölgeye bağlayan kurumsal sistemler olarak ifade edilebilir (Sgroi, 2021: 2). Coğrafi işaret, yerel üreticilere kültürlerini ve çevresel kaynaklarını korumak için küreselleşmeden yararlanma imkânı sağlamaktadır. Coğrafi işaret sayesinde üretimin kontrolü ve ticarileştirilmesi, yerel üreticilerin coğrafi sınırları dışındaki diğer pazarlara da açılması noktasında çeşitli olanaklar sağlamaktadır. Tüketiciler, ürünlerin özellikleri, menşe yerleri ve üretim yöntemleri hakkında giderek daha fazla bilgi talep etmeye başlamıştır. Coğrafi işaret, ürünün menşeyini ve özelliklerini koruduğu için bu talepleri karşılamının bir yolu olarak anlaşılabilir. Bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmanın yanı sıra, coğrafi işaret ürünlere değer katma ve üreticilerin daha rekabetçi olmalarına yardımcı olma potansiyeline sahiptir (Cardoso vd., 2022: 707).

Yöresel yiyecek ve içecekler üretildikleri bölgelere hem sosyal hem de ekonomik kalkınma noktasında katkı sağlayan ürünlerdir. Yöresel ürünlerde zamanla yaşanan değişim ürünlerin değer kaybetmesine, belli bir süre sonrasında da yok olmasına neden olabilmektedir. Yöresel ürünlerin korunması ve değer kaybetmemesi amacıyla yiyecek-içecekler Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) tarafından belirli koşullara göre tescil edilmektedir (Yazıcıoğlu vd., 2019: 862). Bu yönüyle düşünüldüğünde coğrafi işaretli ürünlerin diğer ürünlerden ve/veya benzerlerinden ayırt edici özellikleri noktasında ayrıldığı söylenebilir (Kaya, 2023: 108). Coğrafi işaretlerin kapsamı değerlendirildiğinde, kültürel ve yerel açıdan çeşitlilik ve zenginliğin bol olduğu Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin önem arz ettiği söylenebilir (Merican ve Üzülmöz, 2014: 68).

Yiyecek içecek kültürleri ve yöresel ürünler coğrafi işaret sayesinde koruma altına alınmakta ve gelecek nesillere özgün şekilde aktarılabilmektedir (Hoş ve Zencir, 2019: 41). Mutfak kültürünün oluşmasında gıdalar arasında yiyecek ve içecekler yer almaktadır. İçecekler toplumların mutfak ve yaşam kültürüne ilişkin önemli bir öğedir. Günümüzde ülkeler belli içeceklerle ön plana çıkmaktadır. Bu durum içecekleri bir ticaret ve kültürel pazarlama aracı hâline getirmiştir (Şenel, 2023: 1). İçecekler, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için mutlaka tüketmesi gereken sıvı besinlerdir. İçecekler, fizyolojik ihtiyaçların dışında, eğlenme, keyif alma vb. amaçlarla da tüketilebilmektedir. Alkollü ve alkolsüz içecekler, yiyeceklerle birlikte yoğun şekilde tüketilmesinin yanı sıra yemek öncesi, yemek esnasında ve yemek sonrasında da hazmı kolaylaştırmak, yiyeceklerin lezzetini arttırmak amacıyla da tüketilebilmektedir (Günlü, 2019: 3).

Türk mutfak kültürü açısından düşünüldüğünde içeceklerinde mutfak kültüründe önemli bir etkisinin olduğu ifade edilebilir. Türk mutfak kültürüne ait içeceklerin korunması, gelecek kuşaklara aktarılabilmesi, ulusal ve uluslararası pazarlara sunularak ekonomik bir değer oluşturulması açısından coğrafi işaretler kilit bir rolü yerine getirmektedir. Bu bakımdan yiyeceklerin tamamlayıcısı ve mutfak kültürünün önemli bir simgesi olan içeceklerin yeterli düzeyde coğrafi işaret ile tescil edilip/edilmeme durumunun saptanması gerekmektedir. Araştırma konusuna ilişkin ilgili literatür incelendiğinde yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak coğrafi işaret tescili alan yiyecekler üzerine odaklandığı görülmektedir. Coğrafi işaret tescili almış belli içecekler üzerine çalışmalar yapılmasına rağmen gastronomi açısından yiyecekler kadar önemli olan ve onları tamamlayan alkollü ve alkolsüz içecekleri bir bütün olarak ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip olan alkollü ve alkolsüz içeceklerin coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri içerisindeki durumunun ve öneminin literatür taraması ve alan araştırması yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda öncelikle coğrafi işaret ve içecek kavramları açıklanarak araştırma konusuna ilişkin literatürde yer alan çalışmalar incelenmiş ve çalışmalardan elde edilen bulgu ve sonuçlara yer verilmiştir. Sonrasında TPMK’nın resmi verileri dikkate alınarak tescil edilmiş, tescil aşaması devam eden ve

başvurusu yapılan coğrafi işaretli içecekler içerik analizi ile incelenmiş ve çalışma kapsamında elde edilen bulgu ve sonuçlara yer verilmiştir. Gerçekleştirilen mevcut çalışma ile Türkiye’de içeceklerin tescil edilme durumu ve içeceklerin gıda ürünleri içerisindeki öneminin ortaya konulması hedeflenmektedir.

2. COĞRAFİ İŞARET KAVRAMI

Coğrafi işaret, sınırları belli bir bölgeye özgü ürünü, ürüne özgü en az bir özelliği ile ait olduğu yöre ile bir marka (etiket, işaret) hâline dönüştürmedeki faaliyetleri ifade etmektedir. Coğrafi işaret ile yöreyle özdeşleşmiş ürünlerin bir marka haline gelmesi, söz konusu ürünlerin kalitesini koruyarak üreticiye destek olunması, milli değerlerin korunarak gelecek nesillere bozulmadan aktarılması, kırsal kalkınmaya destek sağlanması gibi amaçların gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir. Bu yönüyle coğrafi işaretli ürünlerin ülkeler için hem ekonomik hem de kültürel açıdan önem taşıdığı ifade edilebilir (Şahin, 2013: 24). Coğrafi işaretler belirli bir kaliteye sahip gıda ürünlerini tanımlamaktadır. Ayrıca coğrafi işaretlerin ürünün coğrafi kökenleri ile ilgili kuvvetli bir bağı vardır (Sgroi, 2021: 2). Coğrafi işaretler, ürünün üretildiği bölgedeki sosyokültürel kökenini vurgulayan ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabilecek potansiyele sahip (Jantsch vd., 2024: 1) ürünleri ifade etmektedir. Aynı zamanda coğrafi işaret, belirli bir yöre ile özdeşleşen ve bu yöreyi simgeleyen, belirgin bir özelliğe sahip olan ve sahibine mülkiyet hakkı sunan bir işaret olarak tanımlanabilir (Maghaminia, 2019: 95).

Coğrafi işaretin amacı, belirli bir bölgeye ait ürünleri ve adlarını korumak, bir ürün veya hizmeti, belirli bir bölgenin özelliklerine sahip olması ve insani ve doğal faktörlerin bir yansıması olması nedeniyle benzerlerinden ayırmaktır (Jantsch vd., 2024: 1). Coğrafi işaretler, bölgesel olarak ayırt edilen ve kalitesi açısından tanınan ürünlerin ve bu ürünlerin geldiği bölgeye bağlı olarak değerlendirilmesinde kullanılan bir araç olarak düşünülebilir (Cassago vd., 2021: 2144).

Coğrafi işaret genellikle ait olduğu yerin isminden oluşmaktadır. Bu yer genellikle bir yöre olup, ürün bu yöre adıyla tanınmış, onunla özdeşleşmiş ve onunla çağrılan bir üründür (Tekelioğlu, 2019: 50). Yurt içi ve yurt dışından yapılan tüm coğrafi işaret tescil başvuruları Türkiye’de coğrafi işaretlerin tescili ile ilgili yetkili kurum olan TPMK’nın ve kurumun yetkili kıldığı makamlara yapılabilmektedir. Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olarak tescil (Artık vd., 2021: 518) edilmektedir. Menşe adı, belirli bir coğrafi bölgede üretilen, işlenen ve hazırlanan ürünleri kapsamaktadır (Dias ve Mendes, 2018: 492).

Menşe Adı İşareti (Protected Designation of Origin, PDO): Bütün üretim süreçlerinin ürünün üretildiği coğrafi alanda gerçekleştirilen, ürünün sahip olduğu bütün özellikleri ait olduğu coğrafyadan alan ve aynı kalitede farklı yerde üretimi gerçekleştirilemeyen ürünleri ifade eden işaretlerdir (Tekelioğlu, 2019: 52). Diğer bir ifadeyle menşe adına sahip olan ürünler tamamıyla temel nitelikleri açısından sınırları belirlenen coğrafi alanda üretimi gerçekleştirilen ürünlerdir (Çalışkan ve Koç, 2012: 196).

Mahreç İşareti (Protected Geographical Indication, PGI): Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan sınırları içinde gerçekleştirilen ürünleri tanımlayan adlardır (Tekelioğlu, 2019: 52). Başka bir ifadeyle mahreç işaretine sahip olan ürünler, belirlenen özelliklerinden en az birini bulundurması neticesinde sınırları belirlenen coğrafi alan dışında da üretilebilmektedir. Üretim yeri, menşe adı ve mahreç işareti arasındaki temel farklılığı oluşturmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012: 196). Diğer bir ifadeyle mahreç işaretli ürünlerin farklı bölgelerde üretimleri söz konusu iken, menşe işaretli ürünler sadece ait oldukları coğrafi sınırlar içerisinde üretilmek durumundadır (Kuzu vd., 2023: 407). Menşe işaretli ürünlerde ürünün bütün üretim aşamaları coğrafi sınırları belirli bölgede gerçekleştirilmektedir. Mahreç işaretli ürünün üretiminde ise, ürünün üretim aşamalarından (hazırlama, üretim, işlenme) ve diğer işlemlerinden en az bir tanesinin coğrafi sınırları belirli alan içerisinde gerçekleşmesi gerekir (Hoş ve Zencir, 2019: 42). Mahreç işaretine sahip ürünlerin üretim, işleme veya hazırlama aşamalarından en az birinin ait olduğu bölgede gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Likoudis vd., 2016: 283). Mahreç işaretli ürünlerin, ürünün özelliklerinden en az birinin o yöreye ait olması koşuluyla, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur (Artık vd., 2021: 518). Diğer bir ifadeyle mahreç işaretli ürünlerin işlenmesi, üretimi ya da ham madde aşamalarından en az birinin yöreye ait olması durumunda diğer üretim aşamaları ait olduğu coğrafi bölge dışında da üretimi gerçekleştirilebilir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).

Geleneksel Ürün Adı: TPMK (2024) tarafından menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar olarak tanımlanmıştır.

2. 1. Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri

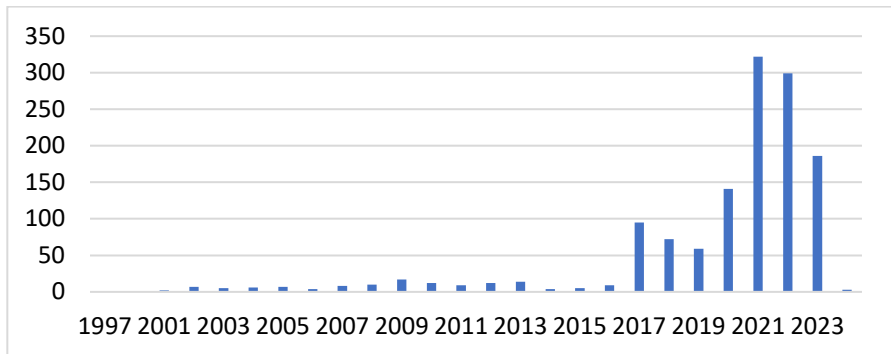
Türkiye genelinde TPMK web sitesinde yer alan coğrafi işaret tescilli ürünlerin sayısı araştırmanın gerçekleştirildiği tarih itibariyle 1516'dır. Coğrafi işaret tescil başvuru aşamasında olan ürün sayısı 643'tür. Türkiye genelinde mahreç işareti ile tescillenen ürün sayısı 1128, menşe ürün adı ile tescillenen ürün sayısı 379 ve geleneksel ürün adı ile tescillenen ürün sayısı 6'dır. Tescillenen ürünler 18 farklı ürün grubundan oluşmaktadır. Bu ürün grupları; dokumalar, halılar ve kilimler, halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri ve gıda (yemekler ve çorbalar, peynirler, işlenmiş işlenmemiş et ürünleri vb.) ürünlerinden oluşmaktadır.

Tablo 1: Tescilli Coğrafi İşaretli Gıda Ürünlerinin Dağılımı

Tescilli Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri		
	Sayı	Yüzde
Yemekler ve Çorbalar	415	30,74
İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler İle Mantarlar	317	23,48
Fırıncılık ve Pastacılık Mamulleri, Hamur İşleri, Tatlılar	310	22,96
Diğer Ürünler	69	5,11
Peynirler	41	3,04
Çikolata, Şekerleme ve Türevi Ürünler	38	2,81
Alkolsüz İçecekler/Biralar ve Diğer Alkollü İçkiler	37	2,74
Bal	27	2,00
İşlenmiş İşlenmemiş Et Ürünleri	25	1,85
Tereyağı Dâhil Katı ve Sıvı Yağlar	25	1,85
Yiyecekler İçin Çeşni/Lezzet Vericiler, Soslar ve Tuz	22	1,63
Peynirler ve Tereyağı Dışında Kalan Süt Ürünleri	20	1,48
Dondurmalar ve Yenilebilir Buzlar	4	0,30
Toplam	1350	100,00

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde Türkiye genelinde coğrafi işaret tesciline sahip gıda ürünleri sayısının 1350 olduğu görülmektedir. Ayrıca coğrafi işaret tescilli gıda ürün gruplarının dağılımı içerisinde en çok coğrafi işaret tesciline sahip ürün grubunun yemekler ve çorbalar (%30,74) olduğu tespit edilmiştir. En az coğrafi işaret tesciline sahip ürün grubunun ise dondurmalar ve yenilebilir buzlar (%0,30) olduğu görülmektedir. Araştırmaya konu coğrafi işaret tescilli içeceklerin (alkollü ve alkolsüz) sayısı ise 37'dir. İçecekler en çok coğrafi işaret tescilli alan gıda ürün grupları sıralamasında ise 7. sırada yer almaktadır. Şekil 1'de coğrafi işaret tescilli gıda ürünlerinin yıllara göre dağılımına yer verilmiştir.



Şekil 1: Coğrafi İşaret Tescilli Gıda Ürünlerinin Yıllara Göre Dağılımı

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin yıllara göre dağılımı incelendiğinde ilk coğrafi işaretli gıda ürününün 1997 yılında tescil edildiği görülmektedir. 1997-2016 yılları arasında coğrafi işaret tescili alan ürünlerin sayıları yatay düzeyde seyretmiştir. 2017 yılı ve sonrasında coğrafi işaret tescili alan ürün sayılarında önemli bir artış yaşandığı ve 1997-2023 yılları arasında en çok coğrafi işaretli gıda ürünlerinin (322 ürün) tescil edildiği yılın 2021 yılı olduğu tespit edilmiştir. Her ne kadar 2019 yılında bir düşüş yaşansa da sonrasında coğrafi işaret tescilli ürün sayısında önemli bir artış yaşandığı söylenebilir.

2. 2. İçecekler

İçecek çok geniş bir kavramdır. İnsan sağlığı için gerekli olan, besleyici özelliği olan ve içilebilen sıvılara içecek denilmektedir. Genellikle içecek ve içki kavramları birbirleriyle çok sık karıştırılan kavramlardır. İçecek, içkileri de içerisine almaktadır. Fakat içki denildiğinde meşrubat, ayran, çay, kahve gibi ürünler bu kavram içerisine dahil edilemez. Kısaca alkol içeren içecekler içki olarak ifade edilebilir (Aktaş ve Özdemir, 2012: 2). Fizyolojik yapıları gereği insanların belli miktarda içeceği düzenli olarak tüketmesi gerekmektedir. Sıvı, diğer bir ifadeyle içecek tüketilmemesi insanlarda dehidrasyon kaynaklı çeşitli sağlık problemlerine yol açabilir. İçeceklerin besleyici özelliği vardır. Farklı içeceklerden karbonhidrat, mineral, vitamin elde edilebilmektedir (Günlü, 2019: 3). Özellikle alkolsüz içecekler insan vücudunun ihtiyacı olan vitamin ve mineralleri sağlar (Aktaş ve Özdemir, 2012: 2).

İnsanların su ihtiyacını karşılamak amacıyla tüketmeye başladıkları içecekler, zamanla mutfak kültürünün önemli bir parçası haline gelmiştir. İlk etapta sıvı ihtiyacını karşılamak amacıyla tüketilen içecekler, günümüzde eğlenme, serinleme, keyif, rahatlama gibi çeşitli nedenlerle üretilmekte ve tüketilmektedir (Süren ve Kızıleli, 2021: 47). Geçmişten günümüze içeceklerin Türk mutfak kültürü için de önemli bir unsur olduğu söylenebilir. Özellikle bayram kutlamalarında, törenlerde, sosyalleşmede adeta bir iletişim aracı görevini de yerine getirmektedir. Toplumların sahip oldukları inançlar da bir bölgedeki içecek kültürünün oluşmasında ve gelişmesinde etkili olabilmektedir (Geyik, 2023: 154). Türk mutfağı sahip olduğu yiyecekler kadar içecekleriyle gastronomi açısından zengin bir kültüre sahiptir. Çay, ayran, boza, Türk kahvesi, salep, şerbet çeşitleri, rakı vb. gibi farklı birçok içecek çeşidinin bulunduğu önemli bir coğrafyadır (Süren ve Kızıleli, 2021: 47).

2. 3. İlgili Literatür

Araştırma konusuna ilişkin literatür incelendiğinde, coğrafi işaretli ürünlerin turizme etkisini inceleyen (Kan vd., 2012; Mercan ve Üzülmaz, 2014; Polat, 2017; Hazarhun ve Tepeci, 2018; Ceylan ve Samırkaş Komşu, 2020; Çavuş ve Eker, 2022; Avşar ve Eryılmaz, 2022), tüketicilerin (Meral ve Şahin, 2013; Toklu vd., 2016; Arslan, 2023), üreticilerin (Arıkan ve Taşçoğlu, 2019) ve işletme yöneticilerinin (Ünal ve Akyol, 2024) coğrafi işaret algısını ölçen, coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerin menülerinde yer alma durumunu araştıran (Yılmaz ve Çilingir Ük, 2021; Murat ve Ergen, 2022) birçok çalışmanın yapıldığı, bununla birlikte bazı bölge ve şehirlerin sahip oldukları coğrafi işaretli ürünleri (Üzülmaz, 2020; Paslı, 2021; Köşker, 2022; Çolak ve Başaran Alagöz, 2022; Çakmakçı ve Salık, 2021-2022) konu alan çalışmaların literatürde yer aldığı görülmektedir.

Köşker (2022) Batı Karadeniz bölümünün coğrafi işaretli ürünlerinin tespitine ve turistik önemine ilişkin gerçekleştirdiği çalışmada Batı Karadeniz’de 49’u gıda olmak üzere 82 ürünün coğrafi işaret tesciline sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bölgedeki coğrafi işaretli ürünlerin, pazarlama aracı olarak kullanılarak bölgesel ve kırsal turizmin gelişmesine katkı sağlayabileceğini vurgulamıştır. Üzülmaz (2020) Osmaniye ilinin coğrafi işaret potansiyelini incelediği çalışmada ilde coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünlerin genellikle tarımsal ve el sanatları ürünleri olduğunu tespit etmiştir. Çalışma neticesinde Osmaniye ilinin coğrafi işaret potansiyeline sahip ürünlerinin tescil alabilmesine yönelik ilgili kişi, kurum veya kuruluşlara çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Köşker ve Özbey (2022) Türk mutfak kültüründe yer alan coğrafi işaretli çorbalar üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında coğrafi işaret tescilli 18 çorbanın olduğu aynı zamanda değerlendirme süreci henüz devam eden 35 çorbanın bulunduğunu saptamıştır. Bununla birlikte coğrafi işaretli çorbalardan bir çorbanın menşe adı, bir çorbanın geleneksel ürün adı, 16’sının mahreç işareti ile tescil edildiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca ilk coğrafi işaretli çorbanın 2010 yılında tescil edildiği ve 2020 yılı itibariye coğrafi işaretli ve coğrafi işaret başvurusu devam eden çorba sayısında önemli bir artış görüldüğü çalışma neticesinde ortaya konulmuştur. Coğrafi işaret konusuna ilişkin kapsamlı bir diğer çalışmada Usta ve Şengül (2022) Türkiye’deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerini incelemiştir. Araştırmacılar yapmış oldukları çalışma neticesinde Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip 823

gastronomi ürününün bulunduğunu, ürünlerin illere göre dağılımında 69 ürünle Gaziantep ilinin en çok coğrafi işaretli ürüne sahip il olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde coğrafi işaretli ürünler ile ilgili farklı birçok çalışmanın yapıldığı söylenebilir. Özellikle bölge ve şehirlerin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünleri ele alan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Fakat ilgili literatürde Türkiye'deki coğrafi işaretli içecekleri detaylı bir şekilde ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan mevcut çalışmada Türkiye'deki coğrafi işaret tesciline sahip içeceklerin detaylı şekilde ele alınması çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip olan alkollü ve alkolsüz içeceklerin coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri içerisindeki durumunu ve önemini literatür taraması ve alan araştırması yoluyla incelemektir. Coğrafi işaret tescilli içeceklerin derinlemesine ilgili literatürde ele alınmaması, içecek kültürünün gelecek nesillere aktarılması noktasında önemli bir problem teşkil etmektedir. Bu durum araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Coğrafi işaret tescilli ürünler içerisinde içeceklerin oranı ne düzeydedir?
- Coğrafi işaretli içeceklerin orantısal dağılımı nasıldır?
- Coğrafi işaretli içeceklerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Coğrafi işaretli içeceklerin illere göre dağılımı nasıldır?
- Tescil başvurusu yapılan içecekler nelerdir?

Araştırma kapsamında yapılan literatür incelemesinde coğrafi işaret konusuna ilişkin farklı birçok çalışmanın yapıldığı, yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak coğrafi işaretli ürün ve yiyecekler, coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi ve turizme etkisi, bölge ve şehirlerin sahip oldukları coğrafi işaretli ürünler üzerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte söz konusu çalışmalar içerisinde mevcut araştırmanın konusunu oluşturan Türkiye'deki coğrafi işaret tescilli içecekleri genel olarak ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dünyanın ilk coğrafi işaret tesciline sahip ürününün bir içeceğe (şarap) ait olması (Meloni ve Swinnen, 2018: 1) içecekler açısından coğrafi işaretin ne derece önemli olduğunun önemli bir göstergesidir. Bu bakımdan mevcut çalışmanın Türkiye'deki içecek kültürünün önemini ortaya koyması ve literatürde yer alan eksikliği gidermesi bakımından oldukça önemli olduğu ifade edilebilir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi yöntemi, konu ile ilgili dokümanların değerlendirilmesi ve dokümanlarda yer alan bilgilere anlam kazandırmak için dokümanların araştırmacı tarafından yorumlandığı bir nitel araştırma biçimidir (Bathmanathan vd., 2018: 4). Coğrafi işaret tescilli içeceklerle ilişkin verilerin elde edilmesinde ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu kapsamda TPKM'nin web sitesindeki veri tabanından coğrafi işaretli ürün grupları saptanmış ve bu ürün grupları içerisinde öncelikle coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri ardından alkollü ve alkolsüz içeceklerle ilişkin veriler elde edilmiştir. Araştırma belirli bir tarihe kadar (29.01.2024) Türkiye'deki coğrafi işaret tescilli içeceklerle sınırlı tutulmuştur. Bu durum aynı zamanda araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırmanın belirli bir tarih ve ülke ile sınırlandırılmasının sebebi ilgili web sitesindeki verilerin sürekli güncellenmesi ve Türk mutfak kültüründeki coğrafi işaret tescilli içeceklerin tespit edilmek istenmesidir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler tablo ve şekiller oluşturularak yorumlanmıştır. Türkiye genelinde yer alan coğrafi işaret tescilli almış içecekler; tescil, başvuru durumu, içeceklerin dağılımı, tescil tarihleri açısından yorumlanmıştır. Mevcut çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir. Bu nedenle etik kurul onayı alınmamıştır.

4. BULGULAR

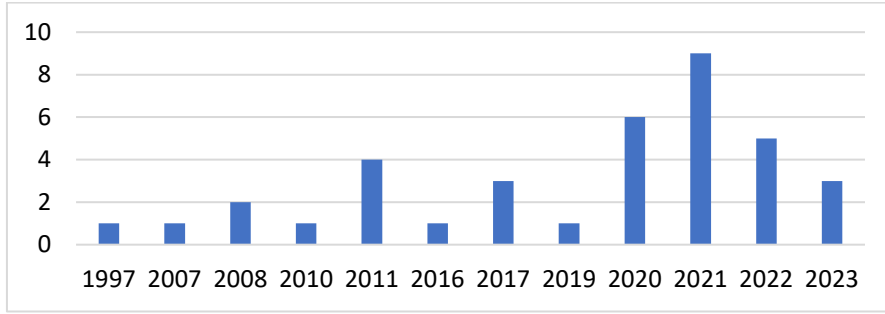
Araştırma kapsamında coğrafi işaret tescilli içecekler alkolsüz ve alkollü içecekler şeklinde ele alınmıştır. Tablo 2'de Türkiye genelinde coğrafi işaret tesciline sahip içeceklerle yer verilmiştir.

Tablo 2: Coğrafi İşaretli İçeceklerin Tescil Türlerine Göre Dağılımı

		Sayı	Yüzde
Alkolsüz	Mahreç İşareti	22	88
	Menşe Adı	3	12
Alkollü	Mahreç İşareti	Yok	Yok
	Menşe Adı	12	100
Toplam		37	

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Türkiye genelinde toplam 37 adet içeceğin coğrafi işaret tesciline sahip olduğu belirlenmiştir. Coğrafi işaretli içeceklerin tescil türlerine göre dağılımı incelendiğinde mahreç işaretli ürünlerin ağırlıkta oldukları görülmektedir. Ayrıca alkollü içeceklerin sadece menşe adı altında, alkolsüz içeceklerin ise ağırlıklı olarak mahreç işareti ile tescil edildikleri tespit edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde içecek ürün grubunda geleneksel ürün altında koruma altına alınan bir ürünün bulunmadığı belirlenmiştir. Aşağıda Şekil 2’de coğrafi işaret tescilli içeceklerin yıllara göre dağılımına yer verilmiştir.



Şekil 2: Coğrafi İşaret Tescilli İçeceklerin Yıllara Göre Dağılımı

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Coğrafi işaretli içeceklerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde ilk coğrafi işaretli içeceğin (Türk Rakısı) 1997 yılında tescil edildiği görülmektedir. Tescil edilen bu ürün aynı zamanda gıda ürünleri içerisinde ilk tescil edilen üründür. En fazla coğrafi işaretli içeceğin (9 ürün) tescil edildiği yılın 2021 yılı olduğu görülmektedir. Aşağıda Tablo 3’te tescilli alkolsüz içeceklerin dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 3: Alkolsüz Coğrafi İşaret Tescilli İçeceklerin Dağılımı

Coğrafi İşaretin Adı	Tescil Tarihi	Türü	İl
Tarsus Şalgamı	2007	Mahreç İşareti	Mersin
Urfa Meyan Şerbeti (Bıyanbalı)	2016	Mahreç İşareti	Şanlıurfa
Susurluk Ayranı	2017	Mahreç İşareti	Balıkesir
Kırklareli Hardaliesi	2017	Mahreç İşareti	Kırklareli
Antep Meyan Şerbeti (Gaziantep Meyan Şerbeti, Antep Meyankökü Şerbeti)	2019	Mahreç İşareti	Gaziantep
Adana Şalgamı	2020	Mahreç İşareti	Adana
Antep Urmu Dut Şurubu/Gaziantep Urmu Dut Şurubu	2020	Menşe Adı	Gaziantep
Adana Aşlama	2020	Mahreç İşareti	Adana
Düzce Şırası	2020	Mahreç İşareti	Düzce
Antep Menengiç Kahvesi/Gaziantep Menengiç Kahvesi/Antep Melengiç Kahvesi/Gaziantep Melengiç Kahvesi	2020	Menşe Adı	Gaziantep
Rize Çayı	2021	Menşe Adı	Rize

Velimeşe Bozası	2021	Mahreç İşareti	Tekirdağ
Konya Reyhan Şerbeti	2021	Mahreç İşareti	Konya
Konya Kayısı Hoşafı/Konya Zerdali Hoşafı	2021	Mahreç İşareti	Konya
Bursa Üzüm Şırası	2021	Mahreç İşareti	Bursa
Bucak Salebi	2021	Mahreç İşareti	Burdur
Akdağmadeni Salebi	2021	Mahreç İşareti	Yozgat
Diyarbakır İncez Hoşafı	2021	Mahreç İşareti	Diyarbakır
Elazığ Çedene Kahvesi	2022	Mahreç İşareti	Elazığ
Malatya Pirpirimli Acılı Ayran/Malatya Semizotlu Acılı Ayran	2022	Mahreç İşareti	Malatya
Maraş Ravanda Şerbeti	2022	Mahreç İşareti	Kahramanmaraş
Antep Zahter Çayı/Gaziantep Zahter Çayı	2022	Mahreç İşareti	Gaziantep
Bademli Koruk Şerbeti	2023	Mahreç İşareti	İzmir
Işıkeli Nohut Kahvesi	2023	Mahreç İşareti	Çanakkale
Gümüşhane Kuşburnu Nektarı	2023	Mahreç İşareti	Gümüşhane

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Coğrafi işaret tescilli Türkiye genelindeki toplam 37 içecekten 25 tanesini alkolsüz içecekler oluşturmaktadır. Tarsus Şalgamı'nın alkolsüz içecekler içerisinde ilk coğrafi işaret tescilli alan içecek olduğu görülmektedir. Coğrafi işaret tescilli alkolsüz içeceklerin büyük oranda (%88) mahreç işaretine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca alkolsüz içecekler içerisinde şerbetlerin yoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte coğrafi işaret tescilli içeceklerin (şıra, hoşaf, şalgam, salep, çay, kahve, ayran ve boza) çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Aynı zamanda en fazla alkolsüz içeceğin Gaziantep ilinde tescil edildiği tespit edilmiştir. Tablo 4'te coğrafi işaret tescilli alkollü içeceklerin dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 4: Alkollü Coğrafi İşaret Tescilli İçeceklerin Dağılımı

Coğrafi İşaretin Adı	Tescil Tarihi	Türü	İl
Türk Rakısı	1997	Menşe Adı	Türkiye
Geleneksel Türk Gül Likörü	2008	Menşe Adı	Türkiye
Geleneksel Türk Kayısı Likörü	2008	Menşe Adı	Türkiye
Rakı	2010	Menşe Adı	Türkiye
Scotch Whisky (İskoç Viskisi)	2011	Menşe Adı	Yurt Dışı
Geleneksel Türk Ahududu Likörü	2011	Menşe Adı	Türkiye
Geleneksel Türk Vişne Likörü	2011	Menşe Adı	Türkiye
Geleneksel Türk Çilek Likörü	2011	Menşe Adı	Türkiye
Champagne	2017	Menşe Adı	Yurt Dışı
Zivania / Zivaniya	2020	Menşe Adı	Yurt Dışı
Cognac	2021	Menşe Adı	Yurt Dışı
Douro	2022	Menşe Adı	Yurt Dışı

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde Türkiye genelinde coğrafi işaret tesciline sahip toplam alkollü içecek sayısının 12 olduğu görülmektedir. İlk coğrafi işaret tescilli alan alkollü içeceğin ve gıda ürünleri içerisinde ilk coğrafi işaret tescilli alan gıda ürünün Türk Rakısı olduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret tescilli alan alkollü içeceklerin tamamı menşe adı altında tescil edilmiştir. Menşe adı ile tescilli ürünler temel özellikleri açısından coğrafi sınırları belirlenen alan içerisinde üretimi gerçekleştirilen ürünlerdir. Tablo 4'te yer alan ürünlerin tamamı Menşe Adı altında tescil edilmiştir. Yukarıdaki Tablo 4'te yer alan alkollü içeceklerin buldukları yörelere özgü ürünler olması Türkiye ve Yurtdışı olarak tescil edilmesinin temel nedenidir. Aşağıda Tablo 5'te coğrafi işaret tescil başvurusu yapılan içeceklerin dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 5: Coğrafi İşaret Tescil Başvurusu Yapılan İçeceklerin Dağılımı

Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Tarihi	Türü	Ürün Grubu	İl
Avşa Ada Karası Şarabı	2022	Menşe Adı	Alkollü	Balıkesir
Tequila	2022	Menşe Adı	Alkollü	
Bordeaux	2023	Menşe Adı	Alkollü	
Erzincan Ekşisu Doğal Maden Suyu	2023	Menşe Adı	Alkolsüz	Erzincan
Sakarya (AliKoka) Bozası	2022	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Sakarya
Konya Gül Şerbeti	2022	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Konya
Ünye İzabelle Üzüm Suyu	2022	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Ordu
Karapınar Ayranı	2022	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Konya
Türk Kahvesi	2023	Geleneksel Ürün Adı	Alkolsüz	
Alanya Fıstıklı Limonata	2023	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Antalya
Diyarbakır Meyan Şerbeti	2023	Mahreç İşareti	Alkolsüz	
Diyarbakır Reyhan Şerbeti	2023	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Diyarbakır
Hatay Meyan Kökü Şerbeti	2023	Mahreç İşareti	Alkolsüz	Hatay

*TPMK veri tabanında yer alan verilerden yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Coğrafi işaret tescil başvurusu yapılan fakat henüz tescil edilmemiş 13 alkollü ve alkolsüz içeceğin olduğu saptanmıştır. Başvurusu yapılan 13 ürünün tescil türleri incelendiğinde mahreç işareti 8, menşe adı 4, geleneksel ürün adı 1 şeklinde dağılım gösterdiği, 10 ürünün alkolsüz, 3 ürünün alkollü içecek kategorisi içerisinde yer aldığı görülmektedir. Başvuru aşamasında olan içecekler içerisinde şerbetlerin yoğunlukta olması dikkat çekicidir.

5. SONUÇ

Bu araştırmada, Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip olan alkollü ve alkolsüz içeceklerin coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri içerisindeki durumunun ve öneminin literatür taraması ve alan araştırması yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma neticesinde Türkiye’deki coğrafi işaret tescilli ürün sayısının 1516 olduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret tescilli ürünlerin %89’u (1350 ürün) gıda ürünlerinden oluşmaktadır. Oğan ve Büyükyılmaz (2020) gerçekleştirdikleri çalışmalarında benzer bir sonuç elde etmiştir. Bu durumun özellikle Türkiye’nin zengin bir gıda coğrafyasına sahip olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin büyük bir çoğunluğu (1128 ürün) mahreç işareti ile tescillenmiştir. Nitekim Denk (2021); Usta ve Şengül (2022) gerçekleştirdikleri çalışmalarında gıda ürünlerinin önemli bir bölümünün mahreç işareti ile tescil edildiği sonucuna ulaşmıştır. Özellikle mahreç işaretli ürünlerin belirlenen özelliklerinden en az birini bulundurması durumunda sınırları belirlenen coğrafi alan dışında da üretilebiliyor olması mahreç işaretli ürünlerin daha fazla oranda tescil edilmesinin nedeni olabilir.

Türkiye yemek kültürü açısından son derece zengin bir mutfağa sahiptir. Türkiye’deki hemen hemen her şehrin kendine özgü, yöresel yemekleri bulunmaktadır. Araştırma neticesinde gıda ürün grupları içerisinde en fazla coğrafi işaret tesciline sahip olan ürün grubunun yemekler ve çorbalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bu sonuç Denk (2021)’in çalışmasında elde ettiği sonuçla farklılık göstermektedir. İlgili çalışmada gıda ürünleri grubu içerisinde en çok tescil edilen ürün grubunun “İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar” grubuna ait olduğu saptanmıştır.

Araştırma kapsamında coğrafi işaret tescilli gıda ürün gruplarının yıllara göre dağılımı da incelenmiştir. Gıda ürünleri içerisinde ilk coğrafi işaret tescili 1997 yılında gerçekleşmiştir. 1997 yılında menşe işareti ile tescillenen ilk coğrafi işaretli gıda ürünü Türk Rakısı olmuştur. Gıda ürün grupları içerisindeki ilk coğrafi işaret tescilinin 1997 yılında gerçekleşmesinden sonra 2017 yılına kadar coğrafi işaret tescilli gıda ürün gruplarında önemli bir artış meydana gelmemiştir. 2017 yılı ve sonrasında coğrafi işaret tescilli gıda ürünlerinin sayısında önemli artışlar yaşanmıştır. 2017 yılında coğrafi işaretlerin 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında değerlendirilmesi bu durumun temel nedeni olarak değerlendirilebilir. Boyraz (2019)’da coğrafi işaretlere olan ilginin 2017 yılı itibarıyla artmasının temel nedeninin ilgili kanundan kaynaklandığını vurgulamaktadır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği tarih itibarıyla coğrafi işaret tescilli 1350 gıda ürününün 37 tanesinin içecek ürünlerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Yiyeceklere eşlik eden, onları tamamlayan ve mutfak kültürünün önemli bir simgesi olan içeceklerin coğrafi işaret tescili açısından gıda ürünleri içerisindeki oranının (%2,7) düşük düzeyde kaldığı söylenebilir. Araştırma neticesinde alkolsüz içeceklerin tescil oranının alkollü içecekler göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç Usta ve Şengül (2022)'ün çalışmasında elde ettiği sonuç ile farklılık göstermektedir. İlgili çalışmada tescil edilen alkollü ve alkolsüz içeceklerin hemen hemen birbirine eşit olduğu sonucuna varılmıştır. Alkolsüz içecekler içerisinde en çok şerbetlerin coğrafi işaret tesciline sahip olduğu belirlenmiştir. Özellikle Anadolu'da çok farklı türde ve farklı yörelere özgü şerbetlerimizin bulunması, Türk mutfak kültüründe yaygın olarak tüketilen şerbetlerin Antik dönemden günümüze kadar farklı şekillerde tüketilen önemli bir içecek olması ve günlük tüketimin yanı sıra sağlık amacıyla da tüketilmesi (Ekincek, 2023) bu durumun temel nedenleri olarak sıralanabilir. Nitekim coğrafi işaret tescili başvuru aşamasında olan içecekler içerisinde de şerbetlerin (Konya Gül Şerbeti, Diyarbakır Meyan Şerbeti, Diyarbakır Reyhan Şerbeti, Hatay Meyan Kökü Şerbeti) yoğunlukta olduğu görülmektedir. Fakat Türk Mutfak Kültürü içerisinde çok sayıda şerbetin olmasına rağmen coğrafi işaret tesciline sahip şerbetlerin sayısının yeterli düzeyde olmadığı söylenebilir.

Araştırma neticesinde elde edilen dikkat çekici bir diğer sonuçta alkollü içeceklerin tamamının menşe adı ile tescil edilmesidir. Alkollü içeceklerin üretim yöntemleri düşünüldüğünde birçok alkollü içeceğin buldukları yörelere özgü ürünler olması bu durumun temel nedeni olarak değerlendirilebilir. Türkiye genelindeki coğrafi işaretli içeceklerin tamamı menşe adı ve mahreç işareti ile tescillenmiştir. Henüz geleneksel ürün adı ile tescillenmiş bir içecek bulunmamaktadır. 2023 yılında başvurusu yapılan Türk Kahvesi tescil edilmesi durumunda geleneksel ürün adı altında tescil edilen ilk içecek olacaktır.

Çalışma kapsamında üreticilere, tüketicilere, yöneticilere ve araştırmacılara yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Türk mutfak kültüründe yiyecekler kadar içeceklerinde önemli bir yere sahip olduğu bir gerçektir. Yöresel değerlerin korunmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayan coğrafi işaretli gıda ürünleri içerisinde içeceklerin çok az sayıda olması içecek kültürünün sürdürülebilirliği açısından son derece önemlidir. Bu bakımdan alkolsüz ve alkollü içeceklerin tescillenmesi hem içecek kültürünün gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacak hem de bölge ve ülkelere ekonomik açıdan önemli katma değer sağlayacaktır. Özellikle geçmişte çok fazla tüketilen fakat günümüzde çok yaygın olarak tüketilmeyen şerbetlerin tescil edilmesi, bu ürünlerin tanınırlığının artmasını sağlayarak önemli bir talep oluşturabilecektir.

- Coğrafi işaret tescilli içeceklerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımını ve bilinirliğini artırmaya yönelik şenlik, festival vb. gibi çeşitli etkinlikler gerçekleştirilmelidir. Coğrafi işaret tescilli içeceklerle ilişkin geliştirilecek reklam ve tanıtım çalışmalarının uluslararası ölçekte İngilizce olarak hazırlanması da yabancı turistler tarafından ilgi çekebilecektir. Böylelikle coğrafi işaretli içecekler için talep artırılabilir.

- Coğrafi işaretli ürünler hakkında üretici ve tüketiciler bilinçlendirilmelidir. Kamu kurumları, yerel yönetimler ve üniversiteler tarafından çeşitli bilgilendirme faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

- Türk mutfak kültürü içerisinde çok sayıda içecek çeşidi bulunmaktadır. Bu içecekler içerisinde coğrafi işaret tescili alabilecek potansiyeli olan çok sayıda ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin tespit edilmesine ve tescil başvurusu noktasında teşvik edilmesine yönelik çalışma ve faaliyetlerin yetkililer tarafından koordinasyonu sağlanmalıdır.

- Mevcut çalışmada coğrafi işaret tesciline sahip içecekler bir bütün olarak ele alınmıştır. Daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalarda coğrafi işaret alma potansiyeline sahip içecekler ürün bazında ele alınabilir. Dünya genelinde gastronomi turizmi açısından önem arz eden destinasyonlarda coğrafi işaret tescilli içeceklerin mevcut durumunun ortaya konulması da daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalarda incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Arıkan, M. ve Taşcıoğlu, Y. (2019). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Alana Olan Etkilerinin Üreticiler Açısından Belirlenmesi: Finike Portakalı Örneği", *Mediterranean Agricultural Sciences*, 32/3, 329-334.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *İçki Teknolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arslan, F. (2023). "Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünlerin Algılanma Düzeyi: Antalya Örneği", *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7/1, 1-8.
- Artık, N., Şanlıer, N. ve Sezgin, C. (2021). *Gıda Güvenliği ve Gıda Mevzuatı*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avşar, M. ve Eryılmaz, B. (2022). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Amasya Turizminin Gelişimine Katkısının Değerlendirilmesi", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/4, 988-1003.
- Bathmanathan, V., Rajadurai, J. ve Sadiq Sohail, M. (2018). "Generational Consumer Patterns: A document Analysis Method", *Global Business and Management Research: An International Journal*, 10/4, 1-13.
- Boyraz, M. (2019). "Coğrafi işaretli ürünler: Afyonkarahisar", *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 3/4, 26-46.
- Çakmakçı, S. ve Salık, M.A. (2021). "Türkiye'nin Coğrafi İşaretli Peynirleri", *Akademik Gıda*, 19/3, 325-342.
- Çakmakçı, S. ve Salık, M.A. (2022). "Erzurum'un Coğrafi İşaret Tescilli Almış Ürünleri: Güncel Bir Bakış ve Öneriler", *ATA-Gıda Dergisi*, 1/2.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17/28, 193-214.
- Cardoso VA, Lourenzani AEBS, Caldas MM, Bernardo CHC, Bernardo R (2022). "The Benefits and Barriers of Geographical Indications to Producers: A Review", *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37, 707-719.
- Cassago, A. L. L., Artêncio, M. M., de Moura Engracia Giraldo, J., ve Da Costa, F. B. (2021). "Metabolomics as a Marketing Tool for Geographical Indication Products: A Literature Review", *European Food Research and Technology*, 247/9, 2143-2159.
- Çavuş, O. ve Eker, Ş. (2022). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen Örneği", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 303-320.
- Ceylan, Y. ve Samırkaş Komşu, M. (2020). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölgesel Turizmin Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi: Siirt İli Örneği", *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5), 59-75.
- Çolak, M. ve Alagöz, S. B. (2022). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Önemi ve Çorum İlindeki Coğrafi İşaretli Ürünler", *Five Zero*, 2/2, 111-126.
- Denk, E. (2021). "Türkiye'de Gastronomi Turizmi Açısından Coğrafi İşaretli Ürünler", *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1/1, 51-61.
- Dias, C. ve Mendes, L. (2018). "Protected Designation of Origin (PDO), Protected Geographical Indication (PGI) and Traditional Speciality Guaranteed (TSG): A Bibliometric Analysis", *Food Research International*, 103, 492-508.
- Ekincek, S. (2023). "Şerbetler", *Alkolsüz İçecek Bilgisi*, (Ed: M. Özgür Göde), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Geyik, E. (2023). "Gaznelilerde İçecek Kültürü", *II. Uluslararası Türkiyat Kongresi Bildiri Tam Metin Kitabı*, 153-166.
- Günlü, E. (2019). "İçecek Endüstrisi", *İçecek Bilgisi*, (Ed: H. Rafet Yüncü), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Hajdukiewicz, A. (2014). "European Union Agri-Food Quality Schemes for the Protection and Promotion of Geographical Indications And Traditional Specialities: An Economic Perspective", *Folia Horticulturae*, 26/1, 1-6.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). "Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2/1, 371-389.
- Hoş, K. ve Zencir, E. (2019). "Exploring Academic Publications Related to the "Mahreç" Indication in Turkey", *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 2 /1, 39-64.
- Jantsch, L., Flores, S. S. ve Vale, Z. D. N. (2024). "Local Gastronomy and Wine Geographical Indications (Gis): Framework for Identifying Pairing Potential", *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100856.

- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). "Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012/1, 93-101.
- Kaya, M. (2023). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi: Samsun Örneği", *Mavi Atlas*, 11/1, 105-119.
- Köşker, H. (2022). "Batı Karadeniz Bölümünün Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi", *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12/1, 22-35.
- Köşker, H. ve Özbey, Z. (2021). "Türk Mutfak Kültüründe Çorba ve Coğrafi İşaretli Çorbalar Üzerine Bir Değerlendirme", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5/3, 471-489.
- Kuzu, S., Sarı Çallı, D. ve Şen, L. M. (2023). "Gastronomi Turizminin Bolu'ya Düzenlenen Seyahatler Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7/3, 402-416.
- Likoudis, Z., Sdrali, D., Costarelli, V. ve Apostolopoulos, C. (2016). "Consumers' Intention to Buy Protected Designation of Origin and Protected Geographical Indication Food Stuffs: The Case of Greece", *International Journal of Consumer Studies*, 40, 283-289.
- Maghaminia, M. (2019). "Türk Sınai Mülkiyet Hukuku Çerçevesinde Marka ile Coğrafi İşaretlerin Karşılaştırılması", *The Journal of International Scientific Researches*, 4/1, 90-107.
- Meloni, G. ve Swinnen, J. (2018). "Trade and Terroir. The Political Economy of The World's First Geographical Indications", *Food Policy*, 81, 1-20.
- Meral, Y. ve Şahin, A. (2013). "Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği", *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 16/4, 16-24.
- Mercan, Ş. O. ve Üzülmöz, M. (2014). "Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29/2, 67-94.
- Murat, E. ve Ergen, F. D. (2022). "Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Menülerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yeri ve Gastronomi Turizminde Önemi: Uzungöl Örneği", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/2, 553-569.
- Oğan, Y., ve Büyükyılmaz, S. (2020). "Karadeniz Bölgesinin Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünleri", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4/3, 337-354.
- Paslı, M. M. (2021). "Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Giresun İli Örneği", *Tourism and Recreation*, 3/1, 93-99.
- Polat, E. (2017). "Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği", *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1/1, 17-31.
- Süren, T. ve Kızıleli, M. (2021). "Geleneksel Türk İçecekleri", *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 24 /1, 46-71.
- Şahin, G. (2013). "Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretleri", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23-37.
- Şenel, P. (2023). "Alkolsüz İçecekler", *Alkolsüz İçecek Bilgisi*, (Ed: M. Özgür Göde), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sgroi, F. (2021). "Territorial Development Models: A New Strategic Vision to Analyze The Relationship Between The Environment, Public Goods and Geographical Indications", *Science of the Total Environment*, 787, 1-7.
- Tekelioğlu, Y. (2019). "Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları", *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8/15, 47-75.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E. ve Küçük, H. Ö. (2016). "Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23/1, 145-161.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). Coğrafi işaretler. (03.01.2024) <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir>
- Ünal, F. ve Akyol, C. (2024). "Yiyecek İçecek İşletmeleri Yöneticilerinin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Görüşleri: Boyabat (Sinop) Örneği", *Aydın Gastronomy*, 8/1, 143-154.
- Usta, S. ve Şengül, S. (2022). "Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Yiyecek-İçecek Ürünlerinin Analizi", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6/2, 604-634.
- Üzülmöz, M. (2020). "Osmaniye İlinin Coğrafi İşaretli Ürün Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Journal of Academic Value Studies*, 6/2, 188-196.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. ve Yalçın, E. (2019). "Coğraf İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 861-871.

Yılmaz, E. ve Çilingir Ük, Z. (2021). "Turizm İşletme Belgeli Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yer Alma Düzeyi: Ankara İli Örneği", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5/2, 384-405.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).

2.Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).

3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).