



Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Coğrafi İşaret Kullanımına Yönelik Nicel Bir Araştırma

Elanur MUTLU^{1*} Gökalep Nuri SELÇUK²

¹ Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, 25010 Erzurum, Türkiye

² Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 25010 Erzurum, Türkiye

Geliş Tarihi: 05.06.2025

Kabul Tarihi: 14.07.2025

Basım Tarihi: 31.07.2025

Atf yapmak için: MUTLU, E., & SELÇUK, G.N. (2025). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Coğrafi İşaret Kullanımına Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Anadolu Çev. Hay. Bil. Derg.*, 10(4), 493-500. <https://doi.org/10.35229/jaes.1715104>

How to cite: MUTLU, E., & SELÇUK, G.N. (2025). A Quantitative Study on the Use of Geographical Indications Within the Scope of Sustainable Tourism. *J. Anatol. Env. Anim. Sci.*, 10(4), 493-500. <https://doi.org/10.35229/jaes.1715104>

*<https://orcid.org/0000-0002-4157-9245>
<https://orcid.org/0000-0002-5073-6046>

***Sorumlu yazar:**

Elanur MUTLU
Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,
25010 Erzurum, Türkiye
✉: mutlu.elanur@gmail.com

Öz: Günümüzde kültürel ve yöresel değerler, yalnızca birer miras unsuru olarak değil, aynı zamanda ekonomik kalkınmanın da önemli bileşenleri olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu değerlerin taklit edilme riski, yerel toplulukların sahip olduğu özgünlüğü tehdit etmektedir. Bu nedenle, coğrafi işaretleme sistemi gibi koruyucu mekanizmalar giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Aynı zamanda, coğrafi işaretli ürünlerin üretiminde geleneksel yöntemlerin ve çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi, doğal kaynakların korunması açısından da sürdürülebilir çevre yönetimine katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, Giresun ilinde yaşayan bireylerin coğrafi işaretli ürünlere ve kültürel mirasa yönelik algı, bilgi düzeyi ve tutumlarını nicel veriler aracılığıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, coğrafi işaret sisteminin doğal ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliği üzerindeki etkisi sorgulanmıştır. Araştırma, tanımlayıcı ve karşılaştırmalı analizleri kapsayan nicel bir yaklaşımla yürütülmüştür. Veriler, Giresun'da ikamet eden 20 yaş ve üzeri 554 kişiden anket yoluyla toplanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, bireylerin demografik özelliklerine göre (ikamet yeri, eğitim düzeyi, meslek ve gelir durumu) coğrafi işaret algıları ve etiket bilgi düzeylerinde anlamlı farklılıklar olup olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca kültürel mirasa yönelik algı ve tutum düzeyleri de benzer şekilde analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların coğrafi işaretlere dair bilgi düzeylerinin genellikle düşük olduğu, ancak bu ürünlerin yerel ekonomi ve kültürel sürdürülebilirlik açısından önemli bulunduğu gözlemlenmiştir. Bulgular, coğrafi işaret farkındalığının artırılmasına yönelik politika geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, çevre, kültürel miras, sürdürülebilirlik, yerel algı.

A Quantitative Study on the Use of Geographical Indications Within the Scope of Sustainable Tourism

Abstract: In today's world, cultural and local values are regarded not only as heritage elements but also as significant components of economic development. However, the risk of these values being imitated threatens the authenticity of local communities. Therefore, protective mechanisms such as the geographical indication (GI) system are gaining importance. At the same time, promoting traditional methods and environmentally friendly practices in the production of geographically indicated products contributes to sustainable environmental management and supports the conservation of natural resources. This study aims to examine the perceptions, knowledge levels, and attitudes of individuals residing in the province of Giresun towards geographically indicated products and cultural heritage through quantitative data. The research investigates the impact of the geographical indication system on the sustainability of natural and cultural assets. A quantitative approach, involving descriptive and comparative analyses, was employed in the study. Data were collected via a questionnaire from 554 individuals aged 20 and above living in Giresun. Based on the data obtained, it was determined whether there were differences in perceptions of geographical indications and knowledge about GI labeling according to demographic characteristics such as place of residence, education level, occupation, and income status. Likewise, perceptions and attitudes towards were also analyzed using similar methods. The analyses revealed that participants generally have low levels of knowledge about geographical indications, yet they consider such products important for the local economy and cultural sustainability. The findings indicate a need for policy development to enhance awareness of geographical indications.

Keywords: Geographical Indication, Environment, Cultural Heritage, Sustainability, Local Perception.

GİRİŞ

Kültür ve çevre, bir toplumun kimliğini oluşturan, onun diğer toplumlardan ayırt edilmesini sağlayan temel unsurlar arasında yer almaktadır. Kültür, toplumun maddi

ve manevi değerlerinin bütünüdür ifade ederken; çevre, bu değerlerin şekillendiği ve yaşatıldığı fiziksel zemini oluşturur. Nitekim tarih boyunca toplumların kendilerine özgü yaşam biçimleri, gelenekleri, üretim yöntemleri ve tüketim alışkanlıkları yalnızca kültürel çeşitliliğin değil,

¹Bu amakale Elanur MUTLU'nun Doktora Tez çalışmasından üretilmiştir.

This manuscript was produced from Elanur MUTLU's doctoral thesis.

aynı zamanda doğayla kurdukları ilişkinin de yansıması olmuştur (Erkol & Zengin, 2015). Günümüzde kültürel değerler yalnızca geçmişten geleceğe aktarılan miras unsurları olarak değil; aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliği ve yerel kalkınmayı destekleyen ekonomik araçlar olarak da değerlendirilmektedir. Bu kapsamda geliştirilen ve önemi giderek artan coğrafi işaretleme sistemi, ürünlerin üretildikleri bölgenin doğal ve beşerî koşullarından aldığı özellikleri vurgular. Böylece tüketiciye kalite güvencesi sunarken, yerel üreticilere ekonomik fayda sağlar. Aynı zamanda, bu ürünlerin üretiminde geleneksel ve çevre dostu yöntemlerin sürdürülmesi, doğal kaynakların korunmasına katkı sunmakta ve çevre bilincini teşvik etmektedir. Coğrafi işaretler (Cİ), sınai mülkiyet haklarının bir türü olarak yalnızca bireysel üreticiyi değil, belirli bir coğrafyada üretim yapan tüm aktörleri kapsar. Bu yönüyle hem kolektif bir kültürel koruma hem de ekolojik sürdürülebilirlik mekanizması işlevi görmektedir (Domaç, 2023; Denk, 2022). Dolayısıyla, coğrafi işaretler sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliği de destekleyen çok boyutlu bir araç niteliğindedir. Antik dönemlere kadar uzanan bu koruma anlayışı, özellikle Avrupa’da 13. yüzyıldan itibaren sistematik hale gelmiş, 20. yüzyılda ise kırsal kalkınmanın temel stratejilerinden biri olarak kurumsallaşmıştır (Tekelioğlu, 2010). Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkelerde başarıyla uygulanan sistem, Avrupa Birliği politikalarıyla uyumlu biçimde kırsal turizmi desteklemiş; yerel üretim ile kültürel kimliğin korunmasına katkı sağlamıştır (Kan & Gülçubuk, 2008). Türkiye’de ise 1995 yılından itibaren Türk Patent ve Marka Kurumu’nun yürüttüğü coğrafi işaret tescil süreciyle bu alanda önemli gelişmeler yaşanmıştır. 2023 yılı itibarıyla tescil edilen ürün sayısı 1333’e ulaşmıştır. Ancak uygulamada karşılaşılan tescil, denetim, bilinç ve yönetim sorunları, sistemin etkinliğini sınırlamaktadır (TÜRKPATENT, 2023). Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (Devlet Planlama Teşkilatı, 2006) ile 2024–2028 dönemini kapsayan On İkinci Kalkınma Planı’nda coğrafi işaretler; hem yerel üretimin markalaşması hem de fikri mülkiyet bilincinin yaygınlaştırılması bağlamında öncelikli alanlar arasında değerlendirilmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı – SBB, 2023). Ancak tüm bu gelişmelere rağmen Türkiye’de birçok bölge, sahip olduğu potansiyele rağmen sistemin sunduğu avantajlardan yeterince yararlanamamaktadır. Giresun ili, zengin ürün çeşitliliği, otantik lezzetleri ve geleneksel üretim kültürüyle coğrafi işaret tesciline aday çok sayıda ürüne sahiptir. Ancak mevcut durumda yalnızca sınırlı sayıda ürün tescillenmiştir. Bu durum, hem yerel halkın konuya ilişkin farkındalık düzeyinin hem de sistemin işleyişindeki yapısal sorunların birlikte değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda yürütülen çalışmanın temel amacı; Giresun ilinde yaşayan

bireylerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik algılarını, bilgi düzeylerini ve kültürel mirasa ilişkin tutumlarını belirlemek ve bu doğrultuda yerel düzeyde uygulanabilir politika önerileri geliştirmektir.

Coğrafi işaretli ürünler üzerine yapılan araştırmalar, bu ürünlerin yerel kalkınma, tüketici algısı, ekonomik sürdürülebilirlik ve turizm ile olan ilişkilerine odaklanmaktadır. Çakaloğlu ve Çağatay (2017), Finike Portakalı ve Antalya Tavşan Yüreği Zeytini örneği üzerinden tüketici algısını incelemiş ve farkındalığın yetersiz olduğunu vurgulamışlardır. Ekici (2021), Ulusal Strateji Belgesi sonrasında ilginin arttığını; Durmuş vd. (2022) ise Bozcaada Çavuş Üzümü örneğiyle bölgesel gelişime katkı sağlandığını göstermiştir. Çevresel sürdürülebilirlik açısından Balaban (2016), geleneksel üretim tekniklerinin çevreye duyarlı süreçler sunduğunu vurgulamıştır. Genel olarak, literatür coğrafi işaretlerin kırsal kalkınma, ekonomik fayda, turizm ve kültürel mirasın korunmasına çok boyutlu katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, tüketici farkındalığının artırılması, üretici eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve sistemsel denetimin güçlendirilmesi, sürdürülebilir sonuçlar için kritik görülmektedir.

MATERYAL VE METOT

Bu araştırma, Giresun ilinde yaşayan bireylerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeylerini, algılarını ve bireysel tercihlerine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla yürütülen betimsel bir alan araştırmasıdır. Nicel araştırma yöntemi temelinde yapılandırılan çalışmada, veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Giresun ilinin merkez, ilçe ve köylerinde ikamet eden 20 yaş ve üzeri bireyler oluşturmaktadır. Tesadüfi örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniğiyle 554 katılımcıya ulaşılmıştır. Anket formu, Denk (2022) tarafından geliştirilen ölçme aracından uyarlanarak oluşturulmuş; ilgili literatür ve uzman görüşleri doğrultusunda şekillendirilmiştir. Anket iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, ikamet yeri ve meslek gibi demografik bilgilerine yönelik 5 soru ile coğrafi işaret farkındalığı ve tüketim davranışlarına ilişkin 4 soru olmak üzere toplam 9 madde yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların coğrafi işaretli ürünlere yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik 35 ifade bulunmaktadır. Bu ifadeler, “Coğrafi İşaret ve Ürünler Hakkında” (5 madde), “Koruma ve Tescil” (5 madde), “Ekonomik ve Kültürel Katkılar” (5 madde), “Tüketici Tercihleri” (5 madde), “Geliştirme ve Farkındalık” (5 madde) ve “Pazarlama ve Yönetim” (5 madde) olmak üzere altı tematik başlık altında gruplanmıştır. Toplamda 44 maddeden oluşan anket formu, beşli Likert tipi ölçekle yapılandırılmıştır.

İstatistik Analiz: Bu çalışmada iki temel faktör altında gruplandırılmıştır: “Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler” ile “Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli.” Elde edilen veriler SPSS 26.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilere öncelikle tanımlayıcı istatistiksel analizler (frekans, yüzde, dağılım) uygulanmış, ardından değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Normallik varsayımının sağlanmaması nedeniyle, grup karşılaştırmalarında parametrik olmayan test teknikleri olan Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi yapılmış, yüksek düzeyde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri ve anlamlı Bartlett's Test sonuçları elde edilmiştir. Bu yöntemsel çerçeve, araştırmanın hem ölçüm geçerliliğini hem de değişkenler arası karşılaştırma gücünü sağlam temellere oturtmakta; coğrafi işaret sistemine ilişkin bireysel ve toplumsal algıların çok boyutlu olarak değerlendirilmesine imkân tanımaktadır.

BULGULAR

Bu bölümde, çalışmada elde edilen nicel veriler doğrultusunda yapılan istatistiksel analiz sonuçlarına ve bu sonuçlara ilişkin yorumlara yer verilmiştir.

Bu araştırma kapsamında değerlendirilen 554 katılımcıya ait temel demografik özellikler aşağıda sunulmaktadır. Katılımcıların %52'si kadın, %48'i erkektir. Yaş gruplarına göre en yoğun katılım %40,3 ile 20–29 yaş aralığında gerçekleşmiştir. Bunu sırasıyla %21,7 ile 30–39 yaş, %20,6 ile 40–49 yaş, %13,7 ile 50–59 yaş ve %3,8 ile 60–69 yaş grupları takip etmektedir. Katılımcıların %53,1'i evli, %46,9'u bekarıdır. Meslek dağılımında kamu çalışanları %42,1 ile en yüksek oranı oluşturmakta, özel sektör çalışanları %13,2 ile onu takip etmektedir. “Diğer” kategorisindeki meslek gruplarının toplam oranı %29,4'tür. İkamet değişkeni açısından ise katılımcıların %67,9'u il merkezinde, %27,4'ü ilçelerde, %4,7'si ise köylerde yaşamaktadır. Bu dağılımlar, çalışmanın kentsel ve kırsal alanları kapsayan bir temsiliyete sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

Tüketicilerin algıladıkları ürün değeri ve bireysel tercihlere yönelik oluşturulan ölçekte faktör analizine uygunluk değerlendirilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği katsayısı 0,941 olarak bulunmuş, bu değer 0,90'ın üzerinde olması nedeniyle “mükemmel” düzeyde bir örneklem yeterliliğine işaret etmektedir. Ayrıca Bartlett's küresellik testi sonucu ($\chi^2 = 902,939$, $df = 105$, $p < 0,001$) anlamlı bulunmuş ve değişkenler arasında yeterli korelasyon yapısının bulunduğu doğrulanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, veri setinin faktör analizine elverişli olduğu ve ölçeğin alt boyutlarının keşfedilmesi için yapısal analiz yapılabileceği sonucuna varılmıştır.

Ölçek, bireylerin satın alma tercihlerine yön veren temel değerleri ortaya koymak adına güvenilir bir temel sunmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı.

Table 1. Distribution of participants according to demographic characteristics.

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	288	52
	Erkek	266	48
Yaş	20-29 yaş arası	223	40,3
	30-39 yaş arası	120	21,7
	40-49 yaş arası	114	20,6
	50-59 yaş arası	76	13,7
	60-69 yaş arası	21	3,8
Medeni Durum	Bekar	260	46,9
	Evli	294	53,1
Mesleğiniz	Kamu Çalışanı	233	42,1
	Özel Sektör	73	13,2
	Serbest Meslek	12	2,2
	Ev Hanımı	27	4,9
	Emekli	14	2,5
	İşsiz	32	5,8
	Diğer	163	29,4
İkamet	Merkez	376	67,9
	İlçe	152	27,4
	Köy	26	4,7

Tüketicilerin algıladıkları ürün değeri ve bireysel tercihlere ilişkin ifadeler üzerinde gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonuçları sunulmuştur. Döndürülmüş bileşen matrisine (Rotated Component Matrix) göre iki faktör yapısı elde edilmiştir. Birinci faktör, “ürün özelliklerine dayalı bireysel tercihler” boyutunu temsil etmekte olup, doğallık, güvenilirlik, çevre dostu olma, geleneksellik, sağlık katkısı gibi algıları kapsamaktadır. Bu faktöre yüksek düzeyde yüklenen ifadeler, katılımcıların coğrafi işaretli ürünleri tercih ederken bireysel değerler üzerinden değerlendirme yaptığını göstermektedir. İkinci faktör ise daha çok “sistemsel güven ve yönetim” boyutunu yansıtmaktadır. Bu bağlamda, coğrafi işaret tescil süreçlerinin şeffaflığı, yerel düzeydeki uygulamaların yönetimi ve denetim mekanizmalarına ilişkin algılar bu bileşende toplanmıştır. Faktör yük değerlerinin büyük ölçüde 0,60'ın üzerinde olması ve iki boyutun açıklayıcı gücünün yüksek olması, ölçeğin geçerlilik açısından tatmin edici bir yapı sunduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda elde edilen bu iki faktör, sonraki karşılaştırmalı analizler için temel değişken seti olarak değerlendirilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Giresun'da Yaşayan Yerel Halkın Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihlerine İlişkin Faktör Boyutları.

Table 2. Factor Dimensions Related to Perceived Product Value and Individual Preferences of the Local People Living in Giresun.

Döndürülmüş Bileşenler Matrisi	Bileşen	
	1	2
Satın alacağım yiyeceğin güvenilir olması benim için önemlidir.	0,902	
Satın alacağım yiyeceğin doğallığı benim için önemlidir.	0,900	
Satın alacağım yiyeceğin çevre dostu olması benim için önemlidir.	0,880	
Satın alacağım yiyeceğin besin değeri benim için önemlidir.	0,872	
Satın alacağım yiyeceğin geleneksel yöntemlerle üretilmesi önemlidir.	0,844	
Cİ ürünler yerel kültürün bir parçasıdır.	0,819	0,306
Cİ ürünlerin korunması gereklidir.	0,811	0,359
Cİ ürünleri sağlık açısından yararlı buluyorum.	0,783	0,357
Cİ ürünler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	0,740	0,325
Cİ ürünler çevre dostudur.	0,737	0,406
Cİ ürünlerin üretiminde geleneksel yöntemler kullanılmalıdır.	0,695	0,369
Yerel olarak üretilen yiyecekleri düzenli olarak satın alıyorum.	0,662	0,381
Cİ tescil süreci şeffaf ve güvenilirdir.	0,598	0,592
Giresun'da Cİ tescil süreci iyi yönetilmektedir.		0,887
Cİ ürünlerin denetimi düzenli olarak yapılmaktadır.		0,884

“Sistemsal Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli” ölçeğine ilişkin faktör analizine uygunluk değerlendirmesi ise Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik katsayısı 0,965 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, örneklemen faktör analizine son derece uygun olduğunu ve verinin çok güçlü bir yapı sunduğunu göstermektedir (Kaiser, 1974). Bartlett's küresellik testi sonucu da oldukça anlamlıdır ($\chi^2 = 12396,751$, $df = 105$, $p < 0,001$). Bu durum, ölçek maddeleri arasında faktör analizi için yeterli düzeyde ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Genel olarak, bu test sonuçları veri setinin çok boyutlu yapılar açısından incelenmesine olanak tanıdığını ve faktör analizi sürecinin bilimsel olarak sağlam bir temele dayandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ölçek, yerel halkın coğrafi işaret sistemine ilişkin yönetişimsel ve kalkınma temelli algılarını ölçmek için geçerli bir araç olarak kabul edilmiştir.

Giresun'da yaşayan bireylerin coğrafi işaretli (Cİ) ürünlere yönelik sistemsal algılarını ve kalkınma potansiyeline dair değerlendirmelerini ölçmek amacıyla yapılan faktör analizinin döndürülmüş bileşen matrisini içermektedir. Analiz sonucunda iki temel bileşen (faktör) elde edilmiştir. İlk faktör, coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik katkısı, kültürel değerlerin korunması, uluslararası tanıtımı, pazarlama stratejileri, markalaşma ve gelecek nesillere aktarım gibi temalar etrafında yoğunlaşmakta ve sistemsal sürdürülebilirlik ile bölgesel kalkınmaya katkı algılarını yansıtmaktadır. Yüksek faktör değerleri, katılımcıların bu temaları güçlü şekilde benimsediğini göstermektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Giresun'da Yaşayan Yerel Halkın Sistemsal Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeline İlişkin Faktör Yükleri.

Table 3. Factor Loadings Related to Systemic Aspects, Control, and Development Potential of the Local People Living in Giresun.

Döndürülmüş Bileşenler Matrisi	Bileşen	
	1	2
Cİ ürünler, bölgeye özgü özelliklerini korumalıdır.	0,936	
Cİ ürünlerin pazarlama stratejileri güçlendirilmelidir.	0,921	
Cİ ürünlerin gelecek nesillere aktarılması önemlidir.	0,917	
Cİ ürünlerin uluslararası tanıtımı artırılmalıdır.	0,911	
Cİ ürünler, yerel ekonomiyi desteklemektedir.	0,909	
Cİ ürünlerin tescilli, yerel üreticilere fayda sağlar.	0,908	
Cİ ürünlerin gelecekte daha fazla desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum.	0,900	
Cİ ürünlerin üretim süreçleri daha iyi denetlenmelidir.	0,896	
Cİ ürünler, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır.	0,884	
Cİ ürünler turizme katkı sağlamaktadır.	0,882	
Cİ ürünlerin markalaşması önemlidir.	0,881	
Cİ ürünler yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır.	0,878	
Cİ ürünler uluslararası pazarlarda rekabet avantajı yaratmaktadır.	0,759	0,354
Giresun'da Cİ ürünlerin tanıtımı yeterlidir.		0,878
Cİ tescil sürecinde yerel halkın görüşleri dikkate alınmaktadır.	0,302	0,772

İkinci faktör ise yönetim ve katılım odaklı bir yapıyı temsil etmektedir. “Giresun'da Cİ ürünlerin tanıtımı yeterlidir” ve “Cİ tescil sürecinde yerel halkın görüşleri dikkate alınmaktadır” ifadelerinin bu faktöre yüksek düzeyde yüklenmesi, sistemin şeffaflığı ve yerel halkın sürece katılımına yönelik algıların ayrı bir boyutta ele alındığını göstermektedir. Bu yapı, coğrafi işaret sistemine yalnızca ekonomik değil, yönetişimsel bir perspektiften de

yaklaşıldığını ortaya koymaktadır. Literatürde (Aprile vd., 2016; Sancak, 2019) benzer temalar altında geliştirilen ölçek yapıları ile de uyumludur. Elde edilen bu çift faktörlü yapı, çalışmanın kapsamına uygun düşmekte ve coğrafi işaret sisteminin çok boyutlu etkilerini ortaya koymaktadır.

Tablo 4'te katılımcıların demografik özellikleri, coğrafi işaretli ürün farkındalığı ve tüketim eğilimleri “Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler” ile “Sistemsal Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli” başlıkları altında toplanan faktörler arasında anlamlı farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler ve Sistemsal Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli faktörlerinin normal dağılıma uygunlukları test edilmiştir. Faktörün dağılımı ile normal dağılım arasında fark yoktur temel hipotezi kurulmuştur. Buna göre her iki faktör içinde temel hipotez yüzde 95 güven seviyesinde reddedilmiştir ($p < 0.05$). Bu sonuca göre faktörler normal dağılım göstermediği için parametrik olmayan yöntemlerin kullanılması uygun olacaktır.

Tablo 4. Tüketicilerin Algılanan Ürün Değeri, Bireysel Tercihler ile Sistemsal Yönler ve Kalkınma Potansiyeline İlişkin Normallik Testi Sonuçları.

Table 4. Normality Test Results for Consumers' Perceived Product Value, Individual Preferences, and Systemic Aspects and Development Potential.

	Kolmogorov-Smirnov		
	İstatistik	Sd	Sig.
Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler	0,191	554	0,000
Sistemsal Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli	0,215	554	0,000

Tablo 5'te katılımcıların Algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörü meslek bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Buna göre algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörüne verilen cevaplar katılımcıların meslekleri bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde reddedilmiştir ($p < 0.05$). Bu sonuçlara göre meslek değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermektedir. Belirlenen bu farklılığın hangi meslek grupları arasında olduğunu tespiti için Dunn'ın ikili karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 5. Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler Düzeyine İlişkin Kruskal-Wallis H Test Sonuçları (Meslek Değişkeni)

Table 5. Results of the Kruskal-Wallis H Test on Perceived Product Value and Individual Preferences According to Occupation).

Kruskal-Wallis H	24,772
Sd	6
Sig. (Çift Kuyruk)	0,000

Tablo 6'da Dunn'ın ikili karşılaştırma sonucuna göre Birinci meslek grubu ile ikinci meslek grubu arasında farklılık yoktur temel hipotezi kurulmuştur. Elde edilen bulgulara göre işsiz ile kamu çalışanı ve diğer ile kamu çalışanı grupları arasında temel hipotez reddedilmiştir ($p < 0.05$). Buna göre “işsiz ile kamu çalışanı”, “diğer ile kamu çalışanı” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Tablo 6. Katılımcıların Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercih Düzeylerinin Mesleklerine Göre Dunn's Testi ile İkili Karşılaştırması.**Table 6.** Dunn's Test Pairwise Comparisons of Participants' Perceived Product Value and Individual Preferences Across Occupational Groups.

Örnek 1- Örnek 2	Test İstatistikleri	Standart Hata	Standart Test İstatistikleri	Sig.	Adj Sig
İşsiz-Emekli	30,391	51,257	0,593	0,553	1,000
İşsiz-Diğer	-37,723	30,929	-1,220	0,223	1,000
İşsiz-Serbest Meslek	45,766	54,147	0,845	0,398	1,000
İşsiz-Ev Hanımı	82,400	41,801	1,971	0,049	1,000
İşsiz-Kamu Çalışanı	99,654	30,157	3,305	0,001	0,020
İşsiz-Özel Sektör	101,346	33,914	2,988	0,003	0,059
Emekli-Diğer	-7,333	44,550	-0,165	0,869	1,000
Emekli-Serbest Meslek	15,375	62,928	0,244	0,807	1,000
Emekli-Ev Hanımı	52,009	52,682	0,987	0,324	1,000
Emekli-Kamu Çalışanı	69,263	44,017	1,574	0,116	1,000
Emekli-Özel Sektör	70,955	46,671	1,520	0,128	1,000
Diğer-Serbest Meslek	8,042	47,846	0,168	0,867	1,000
Diğer-Ev Hanımı	44,676	33,237	1,344	0,179	1,000
Diğer-Kamu Çalışanı	61,930	16,334	3,791	0,000	0,003
Diğer-Özel Sektör	63,623	22,528	2,824	0,005	0,100
Serbest Meslek-Ev Hanımı	-36,634	55,498	-0,660	0,509	1,000
Serbest Meslek-Kamu Çalışanı	53,888	47,351	1,138	0,255	1,000
Serbest Meslek-Özel Sektör	55,580	49,828	1,115	0,265	1,000
Ev Hanımı-Kamu Çalışanı	17,254	32,519	0,531	0,596	1,000
Ev Hanımı-Özel Sektör	18,946	36,031	0,526	0,599	1,000
Kamu Çalışanı-Özel Sektör	-1,693	21,455	-0,079	0,937	1,000

Tablo 7'de Sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörü meslek bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Buna göre sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörüne verilen cevaplar katılımcıların meslekleri bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde reddedilememiştir ($p < \frac{0.05}{2}$). Bu sonuçlara göre meslek değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermemektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeline Yönelik Algılarının Mesleklerine Göre Test İstatistiği Tablosu.**Table 7.** Test Statistics for Participants' Perceptions Regarding Systemic Dimensions, Control, and Development Potential by Occupational Groups.

Kruskal-Wallis H	13,211
Sd	6
Sig. (Çift Kuyruk)	0,040

Tablo 8'de katılımcıların algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörü ci bilgi düzeyi bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Buna göre algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörüne verilen cevaplar katılımcıların ci bilgi düzeyi bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde reddedilmiştir ($p < 0.05$). Bu sonuçlara göre ci bilgi düzeyi değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermektedir. Belirlenen bu farklılığın hangi ci bilgi düzeyi grupları arasında olduğunun tespiti için Dunn'ın ikili karşılaştırma testi uygulanmıştır.

Tablo 8. Katılımcıların Algılanan ürün değeri ve bireysel tercihlerine Göre Giresun'a Ait Coğrafi İşaretli Ürün Algılarına Göre Kruskal-Wallis Testi.**Table 8.** Kruskal-Wallis Test Results for Participants' Perceptions of Giresun's Geographical Indication Products Based on Perceived Product Value and Individual Preferences.

Kruskal-Wallis H	20,023
Sd	2
Sig. (Çift Kuyruk)	0,000

Tablo 9'da katılımcıların algılanan ürün değeri ve bireysel tercih düzeylerinin coğrafi işaretli ürünleri bilme

durumlarına göre Dunn'ın ikili karşılaştırma sonuçlarına yer verilmiştir. "Birinci grup ile ikinci grup arasında anlamlı fark yoktur" temel hipotezi kurulmuştur. Test sonuçlarına göre "Hayır ile Evet" ve "Bilmiyorum ile Evet" grupları için anlamlı farklar bulunmuş, bu gruplar için temel hipotez reddedilmiştir ($p < 0.05$).

Tablo 9. Katılımcıların Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercih Düzeylerinin Coğrafi İşaret Bilgisi Düzeyine Göre Dunn'ın Testi ile İkili Karşılaştırması.**Table 9.** Dunn's Test Pairwise Comparisons of Participants' Perceived Product Value and Individual Preferences by Level of Knowledge About Geographical Indications.

Örnek 1- Örnek 2	Test İstatistikleri	Standart Hata	Standart Test İstatistikleri	Sig.	Adj Sig
Bilmiyorum-Evet	68,968	15,598	4,422	0,000	0,000
Bilmiyorum-Hayır	75,424	38,172	1,976	0,048	0,144
Evet-Hayır	-6,456	36,674	-0,176	0,860	1,000

Tablo 10'da katılımcıların sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörü Giresun'a ait ci bilgi düzeyi bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5.35'te derlenmiştir. Buna göre sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörüne verilen cevaplar katılımcıların Giresun'a ait ci bilgi düzeyi bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde reddedilmiştir ($p < 0.05$). Bu sonuçlara göre Giresun'a ait ci bilgi düzeyi değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermektedir. Belirlenen bu farklılığın hangi Giresun'a ait ci bilgi düzeyi grupları arasında olduğunun tespiti için Dunn's ikili karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 10. Katılımcıların Giresun'a Ait Coğrafi İşaretli Ürün Bilme Durumlarına Göre Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli Algısının Test İstatistikleri.**Table 10.** Test Statistics on Perceived Systemic Aspects, Control, and Development Potential According to Participants' Awareness of Geographical Indication Products from Giresun.

Kruskal-Wallis H	24,169
Sd	2
Sig. (Çift Kuyruk)	0,000

Tablo 11'de Dunn testi analizde her bir grup çifti için gruplar arasında anlamlı fark yoktur temel hipotezi

kurulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre yalnızca “Bilmiyorum ile Evet” için temel hipotez reddedilmiştir yani bilmiyorum yanıtını veren katılımcılar ile evet yanıtını veren katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p < 0,05$).

Tablo 11. Katılımcıların Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyelinin Coğrafi İşaret Bilgisi Düzeyine Göre Dunn’ın Testi ile İkili Karşılaştırması.

Table 11. Dunn’s Test Pairwise Comparisons of Participants’ Perceptions of Systemic Aspects, Control, and Development Potential by Their Geographical Indication Knowledge Level.

Örnek 1- Örnek 2	Test İstatistikleri	Standart Hata	Standart Test İstatistikleri	Sig.	Adj Sig
Bilmiyorum-Hayır	63,422	38,170	1,662	0,097	0,290
Bilmiyorum-Evet	76,612	15,597	4,912	0,000	0,000
Hayır-Evet	13,190	36,672	0,360	0,719	1,000

Tablo 12’de katılımcıların algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörü ci işaretli ürün satın alması bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Buna göre algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler faktörüne verilen cevaplar katılımcıların ci işaretli ürün satın alması bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde reddedilmiştir ($p < 0,05$). Bu sonuçlara göre ci işaretli ürün satın alması değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermektedir. Belirlenen bu farklılığın hangi ci işaretli ürün satın alma değişkeni arasında olduğunun tespiti için Dunn’ın ikili karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 12. Katılımcıların Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihlerine İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları (Satın Alma Durumuna Göre).

Table 12. Kruskal-Wallis Test Results on Participants’ Perceived Product Value and Individual Preferences by Their Purchasing Behavior.

Kruskal-Wallis H	36,697
Sd	3
Sig. (Çift Kuyruk)	0,000

Tablo 13’te Dunn testi analiz sonucuna göre katılımcıların coğrafi işaretli ürünleri satın alma sıklıklarına göre algılanan ürün değeri ve bireysel tercihler düzeylerinin ikili karşılaştırma sonuçlarına yer verilmiştir. Analizde her bir grup çifti için “gruplar arasında bir fark yoktur” temel hipotezi kurulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre “nadiren - bazen”, “nadiren - hiçalmam”, “sıklıkla - hiçalmam” ve “bazen - hiçalmam” grupları için temel hipotez reddedilmiştir ($p < 0,05$). Bu sonuca göre katılımcıların verdikleri cevaplar arasında belirtilen gruplar için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 14’te Sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörü ci işaretli ürün satın alması bakımından farklılık olup olmadığı parametrik olmayan yöntemlerden Kruskal-Wallis testi kullanılarak incelenmiştir. Buna göre Sistemsel yönler, denetim ve kalkınma potansiyeli faktörüne verilen cevaplar katılımcıların ci işaretli ürün satın alması bakımından farklılık yoktur temel hipotezi yüzde 95 güven düzeyinde

reddedilmiştir ($p < 0,05$). Bu sonuçlara göre ci işaretli ürün satın alması değişkenlerine verilen cevaplar farklılık göstermektedir. Belirlenen bu farklılığın hangi ci işaretli ürün satın alma değişkeni arasında olduğunun tespiti için Dunn’ın ikili karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 13. Katılımcıların Algılanan ürün değeri ve bireysel tercihlerine Coğrafi İşaretli Ürün Satın Alma Durumlarına Göre Dunn’ın Testi ile İkili Karşılaştırması.

Table 13. Dunn’s Test Pairwise Comparisons of Participants’ Perceived Product Value and Individual Preferences by Their Geographical Indication Product Purchase Status.

Örnek 1- Örnek 2	Test İstatistikleri	Standart Hata	Standart Test İstatistikleri	Sig.	Adj Sig
Nadiren-Sıklıkla	51,508	28,648	1,798	0,072	0,433
Nadiren-Bazen	84,343	26,365	3,199	0,001	0,008
Nadiren-Hiçalmam	-158,429	29,738	-5,327	0,000	0,000
Sıklıkla-Bazen	-32,836	17,243	-1,904	0,057	0,341
Sıklıkla-Hiçalmam	-106,922	22,059	-4,847	0,000	0,000
Bazen-Hiçalmam	-74,086	19,000	-3,899	0,000	0,001

Tablo 14. Katılımcıların Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli Algılarının Coğrafi İşaretli Ürün Satın Alma Durumlarına Göre Kruskal-Wallis Testi Sonuçları.

Table 14. Kruskal-Wallis Test Results on Systemic Aspects, Control, and Development Potential by Participants’ Geographical Indication Product Purchase Status.

Kruskal-Wallis H	37,491
Sd	3
Sig. (Çift Kuyruk)	0,000

Tablo 15’te Dunn testi sonuçlarına göre her bir grup çifti için “gruplar arasında anlamlı bir fark yoktur” temel hipotezi kurulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre “nadiren - bazen”, “nadiren - hiçalmam”, “sıklıkla - hiçalmam” ve “bazen - hiçalmam” grupları için temel hipotez reddedilmiştir ($p < 0,05$). Bu sonuca göre katılımcıların verdikleri cevaplar arasında belirtilen gruplar için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 15. Katılımcıların Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli Algılarının Coğrafi İşaretli Ürün Satın Alma Durumlarına Göre Dunn’ın Testi ile İkili Karşılaştırması.

Table 15. Dunn’s Test Pairwise Comparisons of Systemic Aspects, Control, and Development Potential by Participants’ Geographical Indication Product Purchase Status.

Örnek 1- Örnek 2	Test İstatistikleri	Standart Hata	Standart Test İstatistikleri	Sig.	Adj Sig
Nadiren-Sıklıkla	67,870	28,646	2,369	0,018	0,107
Nadiren-Bazen	110,336	26,363	4,185	0,000	0,000
Nadiren-Hiçalmam	-164,272	29,737	-5,524	0,000	0,000
Sıklıkla-Bazen	-42,466	17,242	-2,463	0,014	0,083
Sıklıkla-Hiçalmam	-96,402	22,058	-4,370	0,000	0,000
Bazen-Hiçalmam	-53,936	18,999	-2,839	0,005	0,027

Bu genel bulgular, tüketicilerin demografik özelliklerinin, bilgi düzeylerinin ve tüketim alışkanlıklarının, coğrafi işaretli ürünlere yönelik algılarını ve tutumlarını önemli ölçüde şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, yerel kalkınma stratejileri ve coğrafi işaretleme politikalarının daha etkili hale getirilebilmesi için hedef kitleye özgü planlamaların yapılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Bu araştırmada, Giresun ilinde yaşayan bireylerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyi, algı ve

bireysel tercihlerine ilişkin tutumları ile sistemsel yönler dair değerlendirmeleri nicel veriler aracılığıyla ortaya konmuştur. Araştırmanın temel amacı, coğrafi işaret sistemine ilişkin yerel halk farkındalığını belirlemek ve sosyo-demografik değişkenler bağlamında anlamlı farklılıkları analiz etmektir. Araştırmada kullanılan ölçek yapılarında iki temel boyut belirlenmiştir: “Algılanan Ürün Değeri ve Bireysel Tercihler” ile “Sistemsel Yönler, Denetim ve Kalkınma Potansiyeli”. Faktör analizlerinde elde edilen yüksek KMO değerleri (0,941 ve 0,965), ölçeklerin geçerli yapılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar, ürünlerin doğallığı, sağlıklı oluşu ve geleneksel yöntemlerle üretilmesinin yanı sıra, coğrafi işaretin kültürel mirasın korunmasına katkı sunduğu görüşüne de güçlü biçimde katılmaktadır. Ancak sistemsel güven ve denetime ilişkin algıların görece daha düşük puanlar alması, sürecin şeffaflığı ve işleyişine yönelik kuşku devam ettiğini göstermektedir. Demografik değişkenlere göre yapılan analizlerde; yaş ve meslek grupları değişkenlerine göre algı düzeylerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Özellikle 30-49 yaş grubunda yer alan bireylerin daha yüksek ürün değeri algısına sahip olmaları, bu yaş grubunun tüketici olarak daha bilinçli tercih yaptıklarını göstermektedir. Aynı şekilde, kamu çalışanlarının sistemsel güvene ve kalkınma potansiyeline yönelik algılarının yüksek olması dikkat çekicidir. Buna karşın cinsiyet, ikamet ve medeni durum gibi değişkenlerde genel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu durum, coğrafi işaret algısının bazı bireysel değişkenlerden bağımsız, daha çok bilgi ve deneyim düzeyiyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, Giresun ilinde yaşayan bireylerin coğrafi işaretli ürünlere ilişkin bilgi düzeylerini, bu ürünlere yönelik algılarını ve sisteme dair tutumlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma bulguları, katılımcıların coğrafi işaret kavramına aşina olduklarını ve bu ürünlere olumlu bir yaklaşım sergilediklerini göstermektedir. Ancak uygulamaya yönelik derinleşmiş bilgi eksikliklerinin bulunduğu, özellikle tescil süreçleri, denetim mekanizmaları ve tanıtım faaliyetleri bağlamında sistemin işlevselliğine yönelik eleştirilerin dikkat çekici düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu durum, kamuoyunun konuya ilişkin yüzeysel bir farkındalık geliştirdiğini, ancak kavramsal düzeydeki bilgi birikiminin uygulamaya yansımadığını ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçları, ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan benzer çalışmalarla tutarlılık göstermektedir. Çakaloğlu ve Çağatay (2017) ile Şahin ve Meral (2012), tüketici nezdinde farkındalığın istenen düzeye ulaşmadığını ve bu sebeple eğitim ve tanıtım çalışmalarının artırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Teuber (2011), Almanya örneğinde,

coğrafi işaret sistemine dair bilgi eksikliğinin tüketici davranışlarını sınırladığını belirtirken; Kök ve Güngör (2021) gibi araştırmacılar, etkili iletişim kanallarının yetersizliğine dikkat çekmişlerdir. Giresun özelinde yürütülen çalışmalarda da benzer şekilde, tescilli ürünlerin hem yerel hem de turistik bağlamda yeterince görünür olmadığı ortaya konulmaktadır (Paşlı, 2021; Şat ve Saydam, 2024). Araştırma sonuçları, coğrafi işaretlerin yalnızca ekonomik çıktılarla sınırlı olmayan, aynı zamanda kültürel süreklilik ve çevresel duyarlılıkla da ilişkilendirilebilecek çok boyutlu bir kalkınma aracı olduğunu desteklemektedir. Nitekim Şentürk (2011) ve Yürekli (2015) gibi araştırmacılar, bu sistemin kırsal yaşam alanlarında ekonomik canlılığı artırma potansiyelini vurgulamış; Tepe (2008) ise yerel üretici lehine oluşan rekabet üstünlüğünün sosyoekonomik yapıya olumlu yansımalarını ön plana çıkarmıştır. Diğer yandan, sistemin yönetim boyutuna ilişkin eleştiriler de literatürde yer almaktadır. Özellikle İloğlu (2014) ve Domaç Yaşar (2022), sistemin sürdürülebilirliğinin ancak güçlü bir kurumsal yapı ve etkin denetimle sağlanabileceğini ifade etmektedir. Giresun örneğinde de benzer şekilde, tescil sonrası süreçlerde izleme, denetim ve standardizasyonun yeterince kurumsallaşmadığı görülmektedir.

Turizm ve yerel kalkınma açısından değerlendirildiğinde, coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel destinasyon kimliğine katkı sunduğu ve gastronomi temelli turizm faaliyetlerini destekleyici bir unsur olarak işlev gördüğü söylenebilir. Tapan (2023) ve Paksoy (2022), bu sistemin kırsal turizmde özellikle kadın istihdamı ve kültürel üretim aracılığıyla ekonomik çeşitlenmeye olanak tanıdığını ifade etmektedir. Giresun gibi geleneksel ürün çeşitliliği yüksek olan bölgelerde, bu potansiyelin hâlâ büyük ölçüde atıl durumda olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, sistemin yerel düzeyde daha işlevsel hale gelebilmesi için bir dizi stratejik öneri geliştirilmiştir. Her şeyden önce, halkın bilgilendirilmesine yönelik içerik temelli kampanyalar yaygınlaştırılmalı; etiketleme ve logolama gibi görünürlük unsurları daha sistematik biçimde uygulanmalıdır. Ayrıca, üreticilerin süreçlere katılımı artırılmalı, yerel yönetimler ile sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği mekanizmaları kurulmalı; böylece hem yönetim hem de uygulama süreçlerinde bütüncül bir yapı tesis edilmelidir. Bu tür bir çerçeve, yalnızca ürün bazlı değil, bölge merkezli kalkınma stratejilerinin etkinliğini de artıracaktır. Son olarak, ilerleyen çalışmalarda niteliksel yöntemlerle yürütülecek daha derinlemesine analizlerin, coğrafi işaret sistemine ilişkin yerel algıların ve katılımın dinamiklerini daha kapsamlı biçimde ortaya koyacağı düşünülmektedir. Bu tür araştırmalar, yalnızca uygulamaya değil, aynı zamanda politika yapım süreçlerine de katkı sağlayabilecek veri setleri üretme potansiyeline sahiptir.

KAYNAKLAR

- Aprile, M. C., Caputo, V., & Nayga, R. M. Jr. (2016). Consumers' preferences and attitudes toward local food products. *Journal of Food Products Marketing*, 22(1), 19-42.
- Çakaloğlu, A., & Çağatay, S. (2017). Coğrafi işaretli ürünlerde tüketici algısı: Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 30(2), 95-101.
- Çakaloğlu, M., & Çağatay, S. (2017). Coğrafi işaretler ve marka değerine sahip ürünlere yönelik tüketici algısı: Finike portakalı ve Antalya tavşan yureği zeytini örnekleri. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 52-65.
- Denk, E. (2022). *Türkiye'de coğrafi işaret tescil süreçlerinin değerlendirilmesi*. Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Erzurum, Türkiye, 305s.
- Domaç Yaşar, Y. (2023). *Kültür ve gelenek aktarımı bağlamında coğrafi işaret sisteminin işlevleri*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halkbilimi Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye, 253s.
- Domaç, S. (2023). Coğrafi işaret sisteminin kültürel mirasın korunmasındaki rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 13-30.
- Durmuş, Y., Demirel, T., & Ünlüönen, K. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yerel kalkınmaya katkısı: Bozcaada Çavuş Üzümü örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 100-117.
- Ekici, Ö. (2021). Türkiye'de coğrafi işaret uygulamalarına genel bakış. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(80), 466-474.
- Erkol, M., & Zengin, B. (2015). Kültür ve toplum: Kavramsal çerçeve. *Sosyoloji Dergisi*, 3(31), 65-83.
- İloğlu, N. (2014). *Coğrafi işaretlerin tescili ve denetimi üzerine farklı ülke sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye uygulaması*. Uzmanlık Raporu, 88s. Türk Patent Enstitüsü, Markalar Dairesi Başkanlığı.
- Kan, A., & Gülçubuk, B. (2008). Coğrafi işaretlerin kırsal kalkınmadaki rolü: AB ve Türkiye uygulamaları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 14(2), 53-65.
- Kök, A., & Güngör, A. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi: Akçakoca-Melengüçceği tatlısı örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Paksoy, M. (2022). Kahramanmaraş ilinin coğrafi işaret potansiyelinin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 12(2), 55-61.
- Pash, M. M. (2021). Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri üzerine bir araştırma: Giresun ili örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), 93-99.
- Sancak, K. (2019). *Ankara ili Çankaya ilçesinde coğrafi işaretli ürünlerde tüketici algısı (Beypazarı kurusu, Çubuk turşusu, Kalecik karası üzümü örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye, 126s.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı-SBB (2023). *2024-2028 On İkinci Kalkınma Planı*. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı.
- Şahin, A., & Meral, Y. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, (2), 88-92.
- Şat, R., & Saydam, F. (2024). Yerel işletmelerin coğrafi işaretli ürünleri kullanımına yönelik bir araştırma: Giresun ili örneği. *Premium Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 8(48), 1435-1447. DOI: [10.5281/zenodo.14266464](https://doi.org/10.5281/zenodo.14266464)
- Şentürk, B. (2011). *Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: Mikro ve makro açıdan bir değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, Türkiye, 108s.
- Tapan, İ. (2023). Malatya ilindeki coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirmesi. *Fikriyat*, 3(1), 41-64.
- Tekelioğlu, Y. (2010). Yöresel Ürünler, Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları. *Gastro Dergisi*, 118-121.
- Tepe, B. (2008). Coğrafi işaretlerin tarımsal üretime etkisi. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 14(1), 1-8.
- Tepe, S. (2008). *Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri*. T.C. Türk Patent Enstitüsü, Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara, 148s.
- Teuber, R. (2011). Consumers' and producers' expectations towards geographical indications: Empirical evidence for a German case study. *British Food Journal*, 113(7), 900-918.
- TÜRKPATENT. (2023). *Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri*. Türk Patent ve Marka Kurumu.
- Yürekli, D. (2015). *Coğrafi işaretlerin tescili ve uygulama sürecindeki sonuçların analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye, 177s.