

Araştırma Makalesi / Research Article

Kayısı İşleyen Gıda İşletmelerinde Coğrafi İşaret Kullanımı ve Kalite Yönetim Sistemi Uygulamaları: Malatya Kayısı Örneği¹

Use of Geographical Indications and Quality Management System Practices in Apricot Operators: The Case of Malatya Apricot

Mehmet HASDEMİR²



DOI : [10.63556/ankad.v10i2.437](https://doi.org/10.63556/ankad.v10i2.437)

Geliş/Received: 03/02/2026

Kabul/Accepted: 01/03/2026

Öz

Coğrafi işaret sistemi, yerel üreticilerin ürünlerini tanıtarak pazarlamalarını mümkün kılarken, tüketicilerin de söz konusu ürünleri güvenle satın alabilmelerini sağlayan bir kalite ve güven etkisi oluşturmaktadır. Ancak bu sistemin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için coğrafi işaretli ürünleri üreten ve pazarlayan aktörlerin üretim yöntemlerini, kalite kontrol süreçlerini ve dağıtım stratejilerini bütüncül bir yaklaşımla ele almaları gerekmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde coğrafi işaret tesciline sahip “Malatya Kayısı”nın gıda işletmelerinde kullanım durumu ile kalite yönetim sistemi uygulamaları birlikte ele alınmış, coğrafi işareti kullanan ve kullanmayan işletmelere ilişkin değişkenler çoklu uyum analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında Oransal Örneklem Yöntemi ile belirlenen Malatya’da faaliyette bulunan ve kayısı işleyen 80 gıda işletmesiyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre işletmelerin %47,50’si coğrafi işaret kullanırken %52,50’si kullanmamaktadır. Buna karşılık kalite belgesine sahip olan kayısı işletmelerinin oranı %83,75 olarak tespit edilmiştir. Çoklu uyum analizi sonuçlarına göre; kalite belgesine sahip işletmeler coğrafi işaret kullanmayan işletmelerle aynı boyutta ve birbirine yakın konumlanmakta, bu işletmelerde hem ham madde alımı öncesinde hem de satış öncesinde nihai ürüne yönelik laboratuvar analizi yapma eğilimi daha yüksek bulunmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bu bulgular, kalite yönetim sistemleri ile coğrafi işaret kullanımının ilişkilendirilerek yönetilmesinin coğrafi işaret mekanizmasını güçlendirebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, Malatya Kayısı, kalite yönetim sistemi, çoklu uyum analizi

Abstract

The geographical indication system enables local producers to promote and market their products, while also creating a quality and trust effect that allows consumers to purchase these products with confidence. However, for this system to function effectively, the actors producing and marketing geographically indicated products need to address their production methods, quality control processes, and distribution strategies with a holistic approach. This study examines the use of "Malatya Apricot," which has geographical indication registration in Türkiye and the European Union, in apricot processing plants, along with quality management system applications. Variables related to businesses using and not using geographical indications were analysed using multiple correspondence analysis. A

¹ Bu çalışmada, Altınbaş Üniversitesi tarafından desteklenen BAP Proje PB2021- UBF-5, 2023 Numaralı “Coğrafi İşaretin Kullanımına Yönelik Kontrol ve Sertifikasyon Programı: Malatya Kayısı Örneği-Bilimsel Araştırma Projesi” kapsamında yürütülen anket sorularından elde edilen veriler kullanılmıştır.

²Sorumlu Yazar/Corresponding Author, Dr., T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Ankara, Türkiye, hasdemir44@gmail.com

Önerilen Atıf/Suggestion Citation

Hasdemir, M., (2026). Kayısı İşleyen Gıda İşletmelerinde Coğrafi İşaret Kullanımı ve Kalite Yönetim Sistemi Uygulamaları: Malatya Kayısı Örneği. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 862-879.

survey was conducted in 80 apricot processing operators in Malatya, selected using proportional sampling. According to the findings, 47.50% of the businesses use geographical indications, while 52.50% do not. In contrast, the percentage of apricot businesses possessing quality certificates was found to be 83.75%. According to the results of the multiple correspondence analysis, operators holding quality certification are positioned within the same pattern and in close proximity to operators not using the geographical indication. Moreover, these operators exhibit a higher tendency to conduct laboratory analyses both prior to raw material procurement and prior to the marketing of the final product. These findings from the research indicate that managing quality management systems in conjunction with the use of geographical indications can strengthen the geographical indication mechanism.

Keywords: *Geographical indication, Malatya Apricot, quality management system, multiple correspondence analysis*

1. GİRİŞ

Coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işaretir (Anonim, 2017). Coğrafi işaretin temel işlevi; ürünün kalitesi, itibarı veya diğer özellikleri ile köken bölgesi arasında güçlü bir bağ kurmaktır (WIPO, 2023).

Bir coğrafi işaret, yalnızca ürünün üretim yönlerini vurgulamakla kalmamakta, aynı zamanda insan becerilerine ve geleneklerine atfedilen nitelikleri de öne çıkarmaktadır. Bu kapsamda coğrafi işaretler, iş kümelerini ve kırsal tedarik zincirlerini güçlendirebilme potansiyeli taşımaktadır (Inglöle vd., 2023: 1026-1043). Coğrafi işaretli ürünlerin seçiminde, coğrafi yakınlık, sezgisel yaklaşım, sembolik ve kimlik değerleri gibi sosyal motivasyonlar ile diğer kültürel mekanizmalar da etkili olmaktadır (Amaya-Corchuelo vd., 2018; Fernández-Zarza vd., 2021; Strough vd., 2011).

Tarım alanındaki coğrafi işaretler belirli coğrafi konumlara bağlı olarak ürünlerin kimliğini ve kültürel mirasını korumada önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle meyve ürünlerinde belirli niteliklerin, toprak ve iklim koşulları ve geleneksel yetiştirme uygulamaları gibi çevresel faktörlerle doğrudan ilişkili olduğu kabul edilmektedir (Ambrish vd., 2024).

Türkiye, zengin biyolojik çeşitliliği ve uzun yıllara dayanan geleneksel üretim yapısıyla coğrafi işaret potansiyeli yüksek bir ülkedir. Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine göre Türkiye’de tescilli coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı sayısı 2024 yılı sonu itibarıyla toplam 1.690’a, Avrupa Birliği’nde tescilli coğrafi işaretli ürün sayısı ise 29’a ulaşmıştır (TÜRK PATENT, 2025). Hem Türkiye’de hem de Avrupa Birliği’nde coğrafi işaret tescilli ürünlerden biri de “Malatya Kayısı”dır. Dünya kayısı üretim ve ihracatında birinci sırada olan Türkiye’de kayısı üretim alanının %62’si Malatya’da bulunmaktadır. Malatya, Türkiye kuru kayısı üretiminin %90’ını tek başına üretmektedir (Anonim, 2025). Malatya Kayısı’nın mevcut üretim potansiyeli yanında uzun yıllara dayanan üretim kültürü, kayısı yetiştirme tekniği ve doğal özellikleri, Malatya’yı uluslararası alanda kuru kayısı endüstrisinin merkezi haline getirmiştir. Tüm bu özellikler nedeniyle Malatya Kayısı menşe türünde coğrafi işaret olarak 2001 yılında Türkiye’de, 2017 yılında da Avrupa Birliği’nde tescil edilmiştir (Avrupa Birliği, 2017; Türk Patent Enstitüsü, 2001).

Esas itibarıyla tescil süreciyle birlikte coğrafi işaretli ürünlerin değersiz taklitlerine karşı korunması amaçlanmaktadır (RG, 2021). Bu mekanizma, üreticilerin ürünlerini coğrafi işaret aracılığıyla tanıtarak pazarlamalarını mümkün kılarken, tüketicilerin de söz konusu ürünleri güvenle satın alabilmelerini sağlayan bir kalite ve güven etkisi oluşturmaktadır (Akdemir & Simsek, 2022; Tekelioğlu, 2019). Ancak bu sürecin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için coğrafi işaretli ürünleri üreten ve pazarlayan aktörlerin, üretim yöntemlerini, kalite kontrol süreçlerini ve dağıtım stratejilerini bütüncül bir yaklaşımla ele almaları gerekmektedir (Inglöle vd., 2023).

Değişen sosyal ve ekonomik şartlar ile iklim değişikliği, kırdan kente göç ve değişen tüketici talepleri, coğrafi işaretli ürün yetiştiricileri için çeşitli zorlukları gündeme getirmektedir (FAO & oriGIn, 2024). Pazar araştırmaları, tüketicilerin satın aldıkları ürünlere ilişkin farkındalıklarının arttığını göstermektedir (Coronado Robles & Bhasin Darke, 2020). Bununla birlikte, coğrafi işaretli ürünleri talep eden tüketiciler, bu ürünlerin imalat ve pazarlama süreçlerinin toplum ve çevre üzerindeki etkileri

hakkında daha fazla bilgi istemektedir. Bu nedenle, üreticilerin hem değişen şartlara uyum sağlaması hem de tüketici taleplerini karşılamak üzere etkili araçlar geliştirmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Müşteri beklentisine ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmet arzı, girdi temini ve üretim kararından pazarlama ve satış sonrası hizmetlere kadar tüm aşamaları kapsayan ve sürekli gelişmeyi hedefleyen kalite yönetim sistemlerinin uygulanması ile mümkün olmaktadır. Kalite kavramı ile ilgili birçok tanımlama yapılmakla birlikte özetle kalite, müşteri gereksinimlerine uygunluk olarak tanımlanmaktadır. Ürünün beklentiyi karşılarken, belirli standartlara uygun şekilde üretilmelerine de ihtiyaç duyulmaktadır (Erkan vd., 2008: 88-99).

Tüketiciler için satın alma isteği ve kalite algıları baskınken, üreticiler için verimlilik ve üretim maliyetlerinin iyileştirilmesi düşüncesi baskındır (Murdoch & Miele, 2004). Küresel ticarete yaşanan gelişmeler, üretilen malların tüketici ihtiyaçlarını en yüksek fayda ile karşılamasını, üreticiler açısından da istenilen kalite kriterleri doğrultusunda en yüksek verimlilikle piyasaya arz edilmesini gerekli kılmaktadır. Tarım ve gıda ürünlerinde ise gıda güvenliği ile ilgili kalite kriterlerini her geçen gün daha öne çıkarmaktadır (Demirağ vd., 2022). Bu bağlamda coğrafi işaret sistemi, üreticilerin somut ve somut olmayan bilgileri tüm tüketicilere aktarma açısından önemli bir araç niteliği taşımaktadır (Farré-Ribes vd., 2019).

Coğrafi işaretler ile gıda kalite sertifikasyonu arasındaki ilişki incelenirken, yalnızca kurumsallaşmış gıda kalite sertifikasyonu değil, aynı zamanda üreticiler ve tüketiciler arasında oluşan güven ve yakınlık gibi gayriresmî mekanizmalara dayalı süreçler de önem kazanmaktadır (Fernández-Zarza vd., 2021). Ayrıca coğrafi işaret kullanım sürecinde, ürünlerin kalitesi, izlenebilirliği ve gıda güvenliği kriterleri de göz önünde bulundurulabilmektedir (Ingole vd., 2023).

Geleneksel bir ürün etrafında katma değer oluşturma stratejisi, kalite ve farklılaşmaya dayalı rekabet ile fiyata ve maliyete dayalı rekabetten uzaklaşma imkânı sağlamaktadır. Özellikle kırsal kesimde, birçok küçük zanaatkar ve gıda üreticisi endüstriyel ürünler ile rekabet etmekte zorlanmaktadır. Buna karşılık bölgesel kökenli bir ürünün yöresel özelliklerine göre kolektif bir şekilde istenilen kalite kriterlerinde üretimi, makul bir gelir elde etme ve kırsal göçü durdurmada önemli bir araç haline gelebilmektedir (Ackermann & Russo, 2010).

Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler dikkate alındığında, kalite yönetim sistemleri ile coğrafi işaret süreçlerinin birlikte ele alınması hem tüketiciler hem de üreticiler açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Buna karşılık, literatürde coğrafi işaret kullanımının işletme düzeyinde kalite yönetim sistemi uygulamaları ile hammadde tedariki ve pazarlama süreçlerine nasıl yansıdığını ortaya koyan ampirik çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle coğrafi işaretli bir ürünün işlenmesi ve pazarlanması sürecinde kalite yönetim sistemlerinin rolü ile coğrafi işaret kullanım düzeyi arasındaki ilişkinin işletme ölçeğinde analiz edilmesi, coğrafi işaret sisteminin işletme performansı, standartlaşma ve izlenebilirlik üzerindeki etkilerinin anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bu çalışma, kayısı işleyen gıda işletmelerinde coğrafi işaret kullanımı ile kalite yönetim sistemi uygulamalarını bütüncül bir çerçevede ele alarak, söz konusu literatür boşluğunu doldurmayı ve coğrafi işaret kullanımını ile kalite sistemleri arasındaki etkileşim dinamiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

1.1 Dünyada Coğrafi İşaret Sistemleri

Coğrafi işaretlerin küresel düzeyde korunmasına ilişkin uluslararası temel düzenleme, 15 Nisan 1994 tarihinde imzalanan ve Dünya Ticaret Örgütü'nün kurucu anlaşmasına ek olarak kabul edilen Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'dır (TRIPS). TRIPS Anlaşması'nda, coğrafi işaretlerin ayrı bir fikri mülkiyet hakkı olarak tanınması öngörülmekte ve Dünya Ticaret Örgütü'ne üye ülkelerin, tüketicinin korunması ve adil rekabetin sağlanması amacıyla ilgili taraflara yasal başvuru yolları sunması zorunlu kılınmaktadır. Anlaşmaya göre tüketiciler, ürünlerin gerçek kökeni konusunda yanıltılmamalıdır. Aynı zamanda yetkisiz tarafların, coğrafi işaret kullanarak ürünleri etiketlemeleri veya tanımlamaları engellenmelidir (Menapace & Moschini, 2024).

TRIPS Anlaşması'na göre, Dünya Ticaret Örgütü'ne üye ülkeler, coğrafi işaretlere ilişkin ürünlerin menşeinin kamuoyunu yanıltacak şekilde kullanılmasını engellemek ve haksız rekabeti önlemek amacıyla iç hukuklarında yasal koruma mekanizmaları oluşturmak durumundadır. Bununla birlikte, TRIPS Anlaşması korumanın biçimini üye ülkelerin takdirine bırakmaktadır. Bu nedenle coğrafi

işaretleri koruma yöntemleri ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Dünya genelinde coğrafi işaretlerin korunmasına yönelik üç ana yöntem öne çıkmaktadır (Ingole vd., 2023; Jovine, 2024; Marie-Vivien & Biénabe, 2017; Mazzocchi & Sali, 2012; Merhacı, 2023; Mishra, 2022; Üner, 2021; WIPO, First edition 2012/2021):

- Sui generis sistemi: “Sui generis”, kendine özgü anlamına gelmektedir. Sui generis koruma, fikri haklar alanında değerlendirilen ancak geleneksel marka, patent, telif hakkı gibi konular dışında kalan konular üzerindeki hakları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu yaklaşımda ürünün tanımı, üretim koşulları ve denetimi büyük ölçüde kamu otoriteleri tarafından yürütülmektedir.
- Kolektif markalar veya sertifikasyon işaretleri sistemi: Coğrafi işaretler marka hukuku kapsamında yönetilmekte, koruma ve denetim mekanizmaları da marka mevzuatına dayanmaktadır.
- İdari ürün onay şemaları da dahil olmak üzere ticari uygulamalara odaklanan sistemler: Bu yaklaşımda, coğrafi işareti koruma koşulları veya koruma kapsamı gibi hususlar farklı boyutlarda ele alınmaktadır. Doğrudan bir tescil rejimi yerine, haksız rekabet, tüketicinin korunması ve ürün etiketlemesine ilişkin mevzuatlarla dolaylı koruma sağlanarak, yetkisiz ve yanıltıcı kullanımların engellenmesi amaçlanmaktadır.

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından derlenen verilere göre; “sui generis” sistemiyle korunan en yüksek coğrafi işaret bildiren ülke Çin (2.399) olup bunu Türkiye (1.300) ve Kanada (666) izlemektedir. Lizbon Sistemi aracılığıyla yürürlükte olan menşe adı ve coğrafi işaret sayısı ise 1.039’dur. Fransa %40,9 pay ile Lizbon Sisteminin birincil kullanıcısı durumundadır. WIPO’nun toplam 91 ulusal ve bölgesel otoriteden derlediği verilere göre, korunan coğrafi işaret sayısı 2022 yılında tahmini 58.400’e ulaşmıştır. Buna karşılık özel ikili veya çok taraflı anlaşmalar nedeniyle oluşan mükerrerlikler giderildiğinde, 2022 yılında yaklaşık 22.000 coğrafi işaretin yürürlükte olduğu değerlendirilmektedir. 2022 yılında dünya genelinde yürürlükte olan coğrafi işaretlerin %46,3’ünü üst orta gelirli ekonomiler, %43,1’ini yüksek gelirli ekonomiler ve %10,6’unu düşük orta gelirli ekonomiler oluşturmuştur. 2022 yılında dünya genelinde coğrafi işaretlerin ürün gruplarına göre dağılımında en yüksek payı %50,7 ile şarap ve alkollü içecekler almaktadır. Tarım ürünleri ve gıda maddeleri %43,1 iken el sanatları %4,2 ve diğer grupta yer alan ürünler %2,0 paya sahiptir (WIPO, 2023).

Avrupa Birliği, yöresel gıdaları koruyarak pazar değerini artırmayı ve kültürel mirası korumayı amaçlayan, yöre ve itibar kavramlarına dayanan “sui generis” sistemini öne çıkarmaktadır. Avrupa Birliği’nde coğrafi işaretler yalnızca kırsal kalkınmayı teşvik etmek, gastronomi mirasını korumak ve uzak bölgelerdeki toplulukları sürdürülebilirliğini sağlamaktan ibaret olmayıp küreselleşen pazarda geleneksel üretimi gelecek yeni markalardan korumayı da amaçlamaktadır (Zappalaglio, 2023).

Avrupa Parlamentosu ve Konseyi’nin 11 Nisan 2024 tarihinde yayımlanan (AB) 2024/1143 sayılı Yönetmeliği ile şarap, alkollü içecekler ve tarım ürünleri için coğrafi işaretler ile geleneksel özel ürünlere ilişkin garanti ve isteğe bağlı kalite şartlarına dair düzenleme yapılmış, daha önce yayımlanmış olan (AB) 1308/2013, (AB) 2019/787 ve (AB) 2019/1753 sayılı yönetmelikler değiştirilmiş ve (AB) 1151/2012 sayılı Yönetmelik yürürlükten kaldırılmıştır (Avrupa Birliği, 2024).

Avrupa Parlamentosu ve Konseyi’nin (AB) 2024/1143 sayılı Yönetmeliği’nin 7. maddesinde coğrafi işaretler bağlamında sürdürülebilirliğe ilişkin hususlar düzenlenmiştir. Söz konusu düzenlemede, tanınmış üretici grubunun coğrafi işaret şartnamesinde bir veya daha fazla kriter içeren sürdürülebilir uygulamaları belirleyebileceği hüküm altına alınmıştır. Bu kapsamda, çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ile hayvan refahına katkı sağlayan aşağıdaki uygulamalar tanımlanmıştır (Avrupa Birliği, 2024):

- İklim değişikliğinin azaltılması ve uyum sağlanması, peyzajın, suyun ve toprağın sürdürülebilir kullanımı ve korunması, gıda israfının azaltılması, kirliliğin önlenmesi ve kontrolü ile biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemlerin korunması ve restorasyonu da dahil olmak üzere döngüsel ekonomiye geçiş,

- Tarım ürünlerinin üretiminde pestisit kullanımını azaltan ve bu kullanımdan kaynaklanan riskleri yöneten veya tarımsal üretimde antimikrobiyal direnç tehlikesini azaltan yöntemlerin kullanılması,
- Hayvan refahı,
- Üreticiler için adil bir gelir, faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, yerel tarımsal üretimin teşvik edilmesi ve kırsal dokunun ve yerel kalkınmanın değerlendirilmesi,
- Genç üreticileri ve coğrafi işareten faydalanan ürünlerin yeni üreticilerini destekleyerek tarımsal istihdamın korunması,
- Tarım ve işleme faaliyetlerinde çalışma ve güvenlik koşullarının iyileştirilmesi.

Avrupa Birliği'nde coğrafi ürün spesifikasyonuna uygunluğun doğrulanmasına ilişkin kurallar (AB) 2024/1143 sayılı Yönetmeliğin 39. maddesinde tanımlanmıştır. Ayrıca anılan Yönetmeliğin 39. maddesinin 4. fıkrasında, üçüncü ülke orjinli coğrafi işaretli bir ürünün piyasaya arzından önce doğrulanması gerektiği ve bu doğrulamanın, üçüncü ülke tarafından belirlenen bir veya daha fazla yetkili makam veya bir veya daha fazla ürün belgelendirme kuruluşları tarafından gerçekleştirilebileceği belirtilmiştir. Aynı Yönetmeliğin 41. maddesinde, ürün belgelendirme kuruluşlarının EN ISO/IEC 17065 Standardı veya EN ISO/IEC 17020 Standardına göre akredite edilmesi gerektiğine yer verilmiştir (Avrupa Birliği, 2024).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Yasası (100/2007) çerçevesinde tescil edilen "Hellim" ve "Zivaniya" coğrafi işaretinin kullanımı ve denetimine ait işlemler Kıbrıs Türk Sanayi Odası tarafından yürütülmektedir. Kıbrıs Türk Sanayi Odası, Türk Akreditasyon Kurumu tarafından 2017 yılından itibaren TS EN ISO/IEC 17065:2012 standardına göre akredite olmak suretiyle, denetim ve belgelendirme faaliyetleri gerçekleştirmektedir. AB-0081-U Nolu TÜRKAK Akreditasyon Belgesinde "Hellim" ve "Zivaniya" ürünleri için coğrafi işaret belgelendirme programı aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur (TÜRKAK, 2026):

- Hellim Belgelendirme Programı: 21 Mart 2008 tarih ve 1 Tescil Numaralı Hellim/Halloumi Coğrafi İşaret ve Geleneksel Özellikli Ürün Adları Tescil Belgesi'ne uygun olarak hazırlanmış Kıbrıs Türk Sanayi Odası Belgelendirme Birimi PG.01 Hellim Belgelendirme Programı ve PR.01 Ürün Belgelendirme Prosedürüne göre oluşturulmuştur.
- Zivaniya Belgelendirme Programı: 11 Temmuz 2014 tarih ve 3 Tescil Numaralı Zivaniya/Zivania Coğrafi İşaret ve Geleneksel Özellikli Ürün Adları Tescil Belgesi'ne uygun olarak hazırlanmış Kıbrıs Türk Sanayi Odası Belgelendirme Birimi PG.02 Zivaniya Belgelendirme Programı ve PR.01 Ürün Belgelendirme Prosedürüne göre oluşturulmuştur.

Sırbistan ve Macaristan'da geleneksel gıdalar için ek kalite göstergeleriyle birlikte kalite güvence sistemi bulunmaktadır. Temel ve ek kalite göstergelerinin birleşimine göre geleneksel gıda ürünlerine altın, gümüş ve yeşil seviyede "Q" belgelendirme işareti verilmektedir. Ek kalite göstergeleri organik ürün, coğrafi işaret, yerli/yabani çeşit/tür/ırk, geleneksel üretim ve sertifikalı HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları) sistemlerinden oluşmaktadır. Bu kalite göstergeleri, işleme tesisinin ve üretim sürecinin denetlenmesi, üreticiyle görüşülmesi ve ilgili belgelerin incelenmesiyle değerlendirilmektedir (Ikonic vd., 2021).

Kolombiya'da coğrafi işaretli kahve olan Café de Colombia kapsamında faaliyette bulunan değirmencilerin, kavurucuların ve hazır kahve üreticilerinin kayıt altına alınmaları ve ürün sertifikasına sahip olmaları gerekmektedir. Kolombiya Kahve Sertifikasyon Vakfı (Cafecert), ISO/IEC 17065 standardı kapsamında akredite edilmiş bağımsız bir kuruluş olup bu işletmeler tarafından üretilen Café de Colombia (CdC) ürünlerinin Kolombiya'da ve uluslararası düzeyde sertifikalandırılmasından sorumludur. Ayrıca Cafecert, Kolombiya'da ve diğer ülkelerde belirli kalite analizlerini gerçekleştirmek amacıyla ISO/IEC 17025 standardına göre akredite edilmiş kahve laboratuvarlarından yararlanmaktadır. Şartnamelere uygun faaliyet gösteren değirmenci, kavurucu ve hazır kahve üreticilerinin listesi Cafecert tarafından kamuoyu ile paylaşılmaktadır (Bagal vd., 2022).

Taylan'da coğrafi işaretli "Sangyod Pirinci" üretimi ve ihracatının geliştirilmesi amacıyla organik tarım ve coğrafi işaret kriterlerini esas alan Katılımcı Garanti Sistemleri (PGS) adı altında bir yapı

oluşturulmuştur. Bu sistemde üreticiler hem coğrafi işaret hem de organik tarım kuralları açısından birlikte denetlenmektedir. Coğrafi işaret ve organik tarım kurallarının birlikte ele alındığı standartların oluşturulmasının, üreticilerin hedeflerini geliştirmelerine ve organik pazara daha kolay erişim sağlamalarına yardımcı olacağı belirtilmektedir (Tongkaemkaew vd., 2022).

Ticarileştirilen ürünlerin belirli özelliklerine uygunluğunu doğrulamaya yönelik kontroller, coğrafi işaretin güvenilirliği açısından hayati öneme sahiptir. Kontroller, kendi kendini doğrulama, ikinci taraf doğrulaması ve üçüncü taraf doğrulaması şeklinde olabilmektedir. Fas'da üreticilerin kendi kendilerini kontrol ettiği, kooperatiflerin iç kontrolleri gerçekleştirdiği ve ISO 17065 standardına göre akredite edilmiş bağımsız kuruluşların üçüncü taraf kontrolleri yaptığı coğrafi işaret sistemleri bulunmaktadır (Bagal vd., 2022).

Coğrafi işaretlerin tescili, korunması ve denetlenmesine ilişkin olarak dünya genelinde farklı sistemler bulunmakla birlikte, Afrika Birliği, "Afrika'da Coğrafi İşaretlere İlişkin Kıta Stratejisi 2018-2023"de, coğrafi işaretlerin yerel tüketiciler için erişilemez hale gelmesine yol açacak düzeyde işlem maliyetlerini artıracak üçüncü taraf sertifikasyon maliyetlerinden kaçınılması çağrısında bulunulmuştur. Bu anlamda, aşırı ücret ödemeden gerekli kontrolleri gerçekleştiren, iyi tanımlanmış, tarafsız bir yapının kurulmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Bagal vd., 2022). Bu yapının yaygınlaşması ve toplumsal fayda üreten aşamaya ulaşmaya kadar da kamu tarafından desteklenmesi ve küçük üreticilerin korunması önem arz etmektedir.

Dünya genelinde coğrafi işaret sistemleri incelendiğinde, TRIPS Anlaşması çerçevesinde asgari koruma standartlarının belirlendiği ve ortak bir hukuki zeminin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte koruma biçimi, kurumsal yapılanma ve uygulama mekanizmalarının ulusal tercihlere bırakılması nedeniyle dünya ülkeleri tarafından farklı modeller benimsenmektedir. Bu durum, coğrafi işaretlerin yalnızca bir tescil enstrümanı olarak değil, aynı zamanda kalite güvencesi aracı, kırsal kalkınma politikası aracı veya piyasa düzenleme mekanizması olarak kullanılabilirdiğini göstermektedir. Nitekim farklı kurumsal yapıların, coğrafi işaret sistemlerinden beklenen işlevlere ve politika önceliklerine ilişkin yaklaşımları da değişkenlik göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki coğrafi işaret sisteminin tarihsel gelişimi ile hukuki ve kurumsal yapısının bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

1.2 Türkiye'de Coğrafi İşaret Sistemi ve Malatya Kayısı Coğrafi İşareti

Türkiye'de malların menşeyini korumaya yönelik ilk girişimler, 1871 yılında "Marka Kanunu" ile Osmanlı döneminde başlamıştır (İlhan vd., 2025). İlerleyen yıllarda ulusal ve uluslararası gelişmeler dikkate alınarak yeni müstakil düzenlemeler yapılmıştır. 15 Nisan 1994 tarihinde imzalanan Dünya Ticaret Örgütü kurucu anlaşmasına ek olarak kabul edilen TRIPS Anlaşması'na taraf olan Türkiye'de 26 Haziran 1995 tarihinde Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu düzenleme ile birlikte Türk hukukunda coğrafi işaret sisteminde "sui generis" koruma esas alınmıştır (Merhacı, 2023; Polater, 2020; Üner, 2021).

Coğrafi işaret sisteminde yaşanan gelişmeler ve AB Müzakere süreci dikkate alınarak 10 Ocak 2017 tarihinde 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu yayımlanmış ve 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname yürürlükten kaldırılmıştır (Tekelioğlu, 2019). 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, mülga 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'den farklı olarak coğrafi işaretler dışında geleneksel ürün adlarını da koruma altına almış ve coğrafi köken belirten işaretlere yönelik korumanın kapsamını genişletmiştir (Polater, 2020).

Türkiye'de yapılan yasal düzenleme ile birlikte, 10 Ocak 2018 itibarıyla tescil edilmiş coğrafi işaretin veya geleneksel ürün adının kullanım hakkına sahip olan kişiler, söz konusu coğrafi işaret veya geleneksel ürün adını, amblem ile birlikte ürün veya ambalajı üzerinde kullanmakta olup coğrafi işaretler bakımından amblemin kullanılması zorunludur. Böylece tescilli ürünlerin denetimlerden geçtiğini, üretim şartnamesindeki kurallara göre üretildiğini ve köken garantisi vererek resmi kalite standartlarına göre pazarlandığına dair bilgiler tüketicilere sunulmaktadır (Karademir, 2024).

Türkiye'de coğrafi işareti düzenleyen mevzuat kapsamında; 22.12.2016 Tarih ve 29944 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu, 24.04.2017 Tarih ve 30047 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun Uygulanmasına Dair Yönetmelik,

29.12.2017 Tarih ve 30285 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Coğrafi İşaret ve Geleneksel ürün Adı Amblem Yönetmeliği, Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Başvuru Kılavuzu, Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblem Kullanım Kılavuzu ile Denetim Raporu Hazırlama Kılavuzu bulunmaktadır.

Bununla birlikte 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu hükümleri uyarınca, coğrafi işaretli tarım ve gıda ürünlerinin etiket bilgilerinin ilgili mevzuata uygun olması gerekmektedir.

Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yayımlanan Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Denetim Raporu Hazırlama Kılavuzunda; özetle denetim mercinin her tescil belgesinde denetleme başlığı altında belirlendiği ve mercinin denetim ile yükümlü olduğu açıklanmaktadır. Ayrıca anılan kılavuzda denetim mercinin, “denetim faaliyetleri sırasında üniversiteler, araştırma kuruluşları vb. veya TS EN ISO/IEC 17065 standardına uygun kurum ve kuruluşlardan yardım alabileceği” hususuna yer verilmiştir (Özkan vd., 2025).

Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine göre Türkiye’de tescilli coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı sayısı 2025 yılı ocak ayı itibarıyla 1.810’a ulaşmıştır. Bu tescilin %77,0’ı mahreç, %22,6’sı menşe ve %0,4’ü geleneksel ürünlerden oluşmaktadır. Tescil sahibi taraflar arasında en fazla tescilli 649 ile belediyeler yapmıştır. İkinci sırada 518 tescil ile Ticaret ve Sanayi Odaları bulunmaktadır. Tescil edilen ürün grupları içerisinde en yüksek payı %28,0 ile yemek ve çorbalar grubu alırken; ikinci sırada % 20,6 ile işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar grubu; üçüncü sırada %20,1 ile fırıncılık, pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılar grubu bulunmaktadır (TÜRKPATENT, 2026).

Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde coğrafi tescil alan ürünlerden biri de “Malatya Kayısı”dır. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası’nın başvurusu üzerine “Malatya Kayısı”, Türk Patent Enstitüsü’nün 28.01.2001 tarihli 32 numaralı tescil numarası ile menşe türünde tescil edilmiştir. Tescil Belgesinde aşağıdaki özellikler ayrıntılı olarak yer almaktadır (TÜRKPATENT, 2001):

- Ürünün tanımı; “Prunus armeniaca L. türü olarak belirtilmiştir. Malatya Kayısı’nın başlıca çeşitleri; Hacıhaliloğlu, Hasanbey, Kabaası, Soğancı, Çataloğlu ve Çöloğlu olarak tanımlanmıştır.
- Denetim biçimi: Malatya Ticaret ve Sanayi Odası koordinatörlüğünde, Malatya Ticaret ve Sanayi Odası, Tarım İl Müdürlüğü, Ziraat Odası, Meyvecilik Araştırma Enstitüsü, İnönü Üniversitesi Kayısı Araştırma ve Uygulama Merkezi ile Malatya Tarım Satış Kooperatifleri Birliği uzman elemanlarından birer kişi olmak üzere en az üç kişiden oluşturulacak denetim komisyonu tarafından gerçekleştirileceği belirtilmiştir.
- Belirtilen diğer özellikler: Tescil belgesinde kapsamlı bir şekilde ayrı ayrı açıklanmak suretiyle ağaç özellikleri, yetiştirme tekniği, yaş meyve özellikleri, kuru meyve özellikleri, genel özellikler, kuru kayısının bileşimine yer verilmiştir.

“Malatya Kayısı”, aynı zamanda Avrupa Birliği tarafından da menşe türünde (PDO) tescil edilmiştir. Bu tescil ile birlikte “Malatya Kayısı” 07.07.2017 tarihli ve L 174/1 sayılı Avrupa Birliği Resmî Gazetesi’nde yayımlanan 2017/1220 sayılı Komisyon Uygulama Tüzüğüyle 2017 yılından itibaren Avrupa Birliği’nde koruma altına alınmıştır (Avrupa Birliği, 2017).

2. YÖNTEM

Tarım ve Orman Bakanlığı Malatya İl Müdürlüğü kayıtlarına göre kayısı işleme ve paketlenen yapan gıda işletmeleri, çalışmanın ana materyalini oluşturmaktadır. Bu işletmelerin tamamına erişim imkânı olmadığı için örnekleme yapılmak suretiyle anket çalışması yürütülmüştür. Örnek hacmi, aşağıdaki formül kullanılarak Oransal Örnekleme Yöntemi’ne göre hesaplanmıştır (Newbold, 2013).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{\hat{p}_x}^2 + p(1-p)}$$

Formül içerisinde yer alan;

σ^2_{px} : Oranın varyansı

N: Ana kitle

n: Örnek hacmi

p: Oran

Tarım ve Orman Bakanlığı Malatya İl Müdürlüğü'nün 2022 yılı kayıtlarına göre Malatya'da kayısı işleme ve paketleme faaliyetleri yürüten toplam 150 gıda işletmesi bulunmaktadır (Anonim, 2022). Örnekleme yöntemine göre %10 hata payı ve %99 güven aralığında örnek hacmi 80 olarak belirlenmiştir. Maksimum örnek hacmine ulaşmak için $p=0,5$ alınmıştır.

Malatya ilinde faaliyette bulunan ve kayısı işleyen 80 gıda işletmesiyle yüz yüze görüşmek suretiyle 2022 yılında deneme anketi yapılarak anket içeriği belirlenmiş ve 2023 yılında örnekleme ile seçilen işletmelerde anket çalışmaları tamamlanmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan anket soruları Altınbaş Üniversitesi Etik Kurul'u tarafından değerlendirilmiş ve uygun bulunmuştur (Etik Kurul Onay Belgesi Toplantı Numarası: 2023/31, Tarih: 10.11.2023).

“Malatya Kayısı” coğrafi işaretini kullanan ve kullanmayan işletmelerin kalite yönetim süreçlerine ait değişkenlerin incelenmesinde, çoklu uyum analizinden yararlanılmıştır. Çoklu uyum analizi, basit uyum analizinin üç veya daha fazla kategorik değişken için bir genellemesidir (Abdi & Valentin, 2007; Kaptan, 2010). Araştırmada, kategorik değişkenler arasındaki yapısal örüntüleri ve bu değişkenlerin birlikte görülme eğilimlerini ortaya koymanın amaçlanması nedeniyle, çoklu uyum analizi tercih edilmiştir. Birden fazla faktörün eş zamanlı etkisi dikkate alınarak, coğrafi işaret kullanımı ve kalite yönetim sistemi uygulamaları bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Araştırma sonucunda, kayısı işletmelerine ait kategorik değişkenler arasındaki ilişkiler, çoklu uyum analizi sonuçlarını gösteren diyagram aracılığıyla yorumlanmıştır.

Çoklu uyum analizi, sürekli değişkenler yerine kategorik değişkenleri kullanarak n adet bireyin p adet özelliğinden elde edilen verilere uygulanan temel bileşenler analizi olarak da değerlendirilmeye imkân tanımaktadır (Aktürk, 2004; Greenacre, 1998; Keskin, 2001). Çoklu uyum analizinde, çapraz tablolarda yer alan iki ya da daha fazla değişken bir p boyutlu uzayda temsil edilmektedir (Daşdemir & Güngör, 2002).

Çoklu uyum analizi, uyum analizinin gösterge matrisine veya burt matrisine uygulanması biçiminde de tanımlanmaktadır. Satırlarında birimlerin, sütunlarında ise kategorik değişkenlerin düzeylerinin belirtildiği burt matrisinde 0 veya 1 kodlama değerleri yer almaktadır. Birimler hangi düzeyde yer alıyorsa 1 kodlama değeri, diğer durumlarda 0 kodlama değeri ile temsil edilirler. İki'den çok değişkenin yer aldığı olumsuzluk tablosu, Z ile gösterilen böylesi bir gösterge matrisine dönüştürülebilir. Değişken sayısı Q ile gösterildiğinde gösterge matrisi aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır.

$$Z = [Z_1, \dots, Z_Q]$$

Z gösterge matrisi, çoklu uyum analizinde temel veri yapısını oluşturmakta olup bu matris üzerinden uyum analizi gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, Z gösterge matrisinin transpozunu ile çarpımı sonucunda Burt matrisi elde edilmektedir. Söz konusu matris, değişken kategorileri arasındaki ilişkilerin ve dağılımların incelenmesine olanak sağlamaktadır (Kaptan, 2010).

$$B = Z'Z = \begin{bmatrix} Z'_1 Z_1 & Z'_1 Z_2 & \cdots & Z'_1 Z_Q \\ Z'_2 Z_1 & Z'_2 Z_2 & \cdots & Z'_2 Z_Q \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ Z'_Q Z_1 & Z'_Q Z_2 & \cdots & Z'_Q Z_Q \end{bmatrix}$$

Etik Kurul Onayı

Bu araştırmanın kavramsal çerçevesinin hazırlanması, veri toplama araçlarının uygulanması, verilerin toplanması, verilerin analizi ve yorumlanması aşamalarının tamamında etik kurallara uygun hareket edilmiştir. Karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde ANKAD Yayın Kurulu'nun hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır. Tüm sorumluluk yazarlara aittir. Bu çalışmanın ANKAD dışında herhangi bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiş olduğunu taahhüt ederim. Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Araştırma için Altınbaş Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'nun 10.11.2023 tarih ve 2023/31 toplantı numaralı kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

3. BULGULAR

Anket yapılan kayısı işletmelerine ait veriler, çoklu uyum analizi ile analiz edilmiştir. Kayısı işletmelerinin; coğrafi işaret kullanma durumu (kullanan/kullanmayan), kalite belgesine sahip olma durumu (var/yok), ham maddenin sertifikalı olma durumu (sertifikalı/sertifikasız), kalite problemi yaşama durumu (var/yok), ham maddenin analiz edilmesi (var/yok) ve satış öncesi analiz (var/yok) ile ilgili değişkenler çoklu uyum analizi tekniği ile incelenmiştir.

Tablo 1. Burt tablosu

	Coğrafi İşaret	Coğrafi İşaret	Kalite Belgesi Yok	Kalite Belgesi Var	Ham Madde	Ham Madde	Kalite Problemi Yok	Kalite Problemi Var	Ham Madde Analizi	Ham Madde Analizi	Satış Öncesi Analiz Yok	Satış Öncesi Analiz Var
Coğrafi İşaret Kullanmayan	42	0	7	35	13	29	21	21	27	15	3	39
Coğrafi İşaret Kullanan	0	38	6	32	15	23	23	15	28	10	6	32
Kalite Belgesi Yok	7	6	13	0	5	8	11	2	9	4	5	8
Kalite Belgesi Var	35	32	0	67	23	44	33	34	46	21	4	63
Ham Madde Sertifikasız	13	15	5	23	28	0	21	7	19	9	4	24
Ham Madde Sertifikalı	29	23	8	44	0	52	23	29	36	16	5	47
Kalite Problemi Yok	21	23	11	33	21	23	44	0	32	12	5	39
Kalite Problemi Var	21	15	2	34	7	29	0	36	23	13	4	32
Ham Madde Analizi Yok	27	28	9	46	19	36	32	23	55	0	7	48
Ham Madde Analizi Var	15	10	4	21	9	16	12	13	0	25	2	23
Satış Öncesi Analiz Yok	3	6	5	4	4	5	5	4	7	2	9	0
Satış Öncesi Analiz Var	39	32	8	63	24	47	39	32	48	23	0	71

Coğrafi işaret kullanımı ile kalite süreçlerine ilişkin değişkenler gösteren burt matrisinde, köşegen elemanları ele alınan 6 değişkenin seviyelerine ait toplamlar verilmektedir (tablo 1). Her değişken için ilgili kategorilerde yer alan değerler toplamı, anket yapılan 80 işletme sayısına eşittir. Araştırma sonuçlarına göre ankete katılan işletmelere ait sonuçlar aşağıdaki şekildedir.

- Kalite belgesine sahip olma durumu: Araştırma kapsamında kayısı işletmelerinin ürün veya sistem belgelendirme alanında herhangi bir kalite belgesine (ISO 9001, ISO 22000, BRC, Helal, Organik Tarım vb.) sahip olma durumu incelenmiştir. Coğrafi işaret kullanmayan 7 işletmenin kalite belgesinin olmadığı buna karşılık 35 işletmenin kalite belgesinin olduğu; coğrafi işaret kullanan işletmelerden ise 6 işletmenin kalite belgesinin olmadığı buna karşılık 32 işletmenin kalite belgesinin olduğu görülmüştür.
- Ham maddenin sertifikalı olma durumu: Ankete katılan işletmelerin ham madde temininde herhangi bir sertifika talep edip etmedikleri durumu incelenmiştir. Coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin 13'ü ham maddede sertifika talep etmemekte, ancak 29'u ham maddede sertifika talep etmektedir. Coğrafi işaret kullanan işletmelerin ise 15'inde ham madde için sertifika talep edilmemekte, ancak 23'ünde ham madde için sertifika talep edilmektedir.
- Kalite problemi yaşama durumu: Ankete katılan işletmelerin, kayısının üretiminde veya pazarlanma sürecinde kalite problemleri yaşama durumları incelenmiştir. Coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin 21'inde kalite problemi yok, 21'inde kalite problemi var; coğrafi işaret kullanan işletmelerin ise 23'ünde kalite problemi yok, 15'inde kalite problemi var olarak belirlenmiştir.
- Ham maddenin analiz edilmesi: Anket yapılan işletmelerin, alım öncesinde ham maddeye laboratuvar analizi (kükürt, pestisit, aflatoksin, küf veya e-coli analizi vb.) yaptırma durumları incelenmiştir. Coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin 27'sinde ham madde analizi yok, ancak 15'inde ham madde analizi var; coğrafi işaret kullanan işletmelerin 28'sinde ham madde analizi yok, ancak 10'ununda ham madde analizi var olarak tespit edilmiştir.
- Satış öncesi analiz durumu: Anket yapılan işletmelerin, nihai ürünün satışı öncesinde laboratuvar analizi (kükürt, pestisit, aflatoksin, küf veya e-coli analizi vb.) yaptırma durumu incelenmiştir. Coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin 3'ünde satış öncesi ürün analizi yok, ancak 39'unda satış öncesi ürün analizi var; coğrafi işaret kullanan işletmelerin 6'sında satış öncesi ürün analizi yok, ancak 32'sinde satış öncesi ürün analizi var olarak tespit edilmiştir.

İşletme özelliklerine ait başlangıç matrisinin sonuçları tablo 2'de verilmiştir. Başlangıç matrisinin analizi sonucunda Burt matrisinin rankı kadar boyut elde edilmektedir. Tablo 2 'de ele alınan altı değişkenin seviyelerinde (kategorilerinde) var olan değişimin ortalama ölçüsü olarak değerlendirilen toplam değişim içerisinde, her bir boyuta düşen değişim verilmiştir. Her bir boyutun toplam değişimi açıklamadaki payı, her boyuttaki değişimin toplam değişime oranlanması ile hesaplanmıştır. En yüksek açıklama oranı %26,58 ile birinci boyuta aittir. Diğer boyutlarda açıklama oranları giderek azalmaktadır. Eklemeli oranlar ile toplam değişimi açıklama durumu dikkate alındığında; ilk iki boyutun değişimi açıklamadaki toplam payının %46,09 olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıklama oranı, değişkenlerin seviyeleri arasında var olan uzaklığın 6 boyutlu uzaydan 2 boyutlu uzaya indirildiğinde toplam değişimin %46,09'unu açıklanabileceğini göstermektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bu açıklama oranı, uygulamalarda yeterli olarak değerlendirilmektedir (Greenacre, 1998; Aktürk, 2004).

Tablo 2. Başlangıç matrisinin analiz sonuçları

Boyut	Değişim	Pay	Eklemeli Pay	Histogram
1	0,2658	0,2658	0,2658	*****
2	0,1951	0,1951	0,4609	*****
3	0,1791	0,1791	0,6401	*****
4	0,1551	0,1551	0,7952	*****
5	0,1274	0,1274	0,9226	*****
6	0,0774	0,0774	1	*****

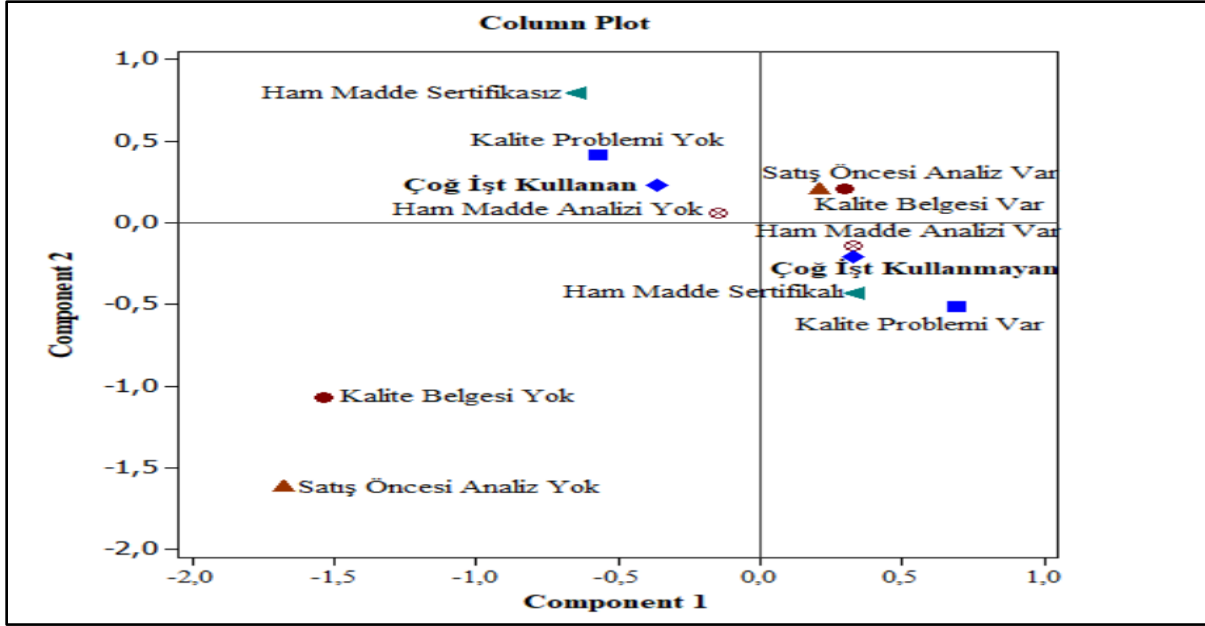
Kayısı işletmelerinin çoklu uyum analizi için belirlenen kategorik değişkenlerine ait koordinat, korelasyon ve katkı değerleri, iki boyutlu uzaydaki konumları dikkate alınarak analiz edildiğinde; birinci

boyuta olan katkısı bakımından en yüksek katkının; “Kalite Belgesi Yok” kategorisinin olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşılık, ikinci boyuta en yüksek katkının “Satış Öncesi Analiz Yok” kategorisinin olduğu görülmektedir (tablo 3).

Tablo 3. Değişkenlere ait koordinat, korelasyon ve katkı değerleri

Sütun Katkıları	Kütle	Değişim	Boyut 1			Boyut 2		
			Koordinat	Korelasyon	Katkı	Koordinat	Korelasyon	Katkı
Coğ. İşt. Kullanmayan	0,088	0,079	0,326	0,118	0,035	-0,21	0,049	0,020
Coğ. İşt. Kullanan	0,079	0,088	-0,361	0,118	0,039	0,232	0,049	0,022
Kalite Belgesi Yok	0,027	0,14	-1,538	0,459	0,241	-1,067	0,221	0,158
Kalite Belgesi Var	0,14	0,027	0,298	0,459	0,047	0,207	0,221	0,031
Ham Madde Sertifikasız	0,058	0,108	-0,634	0,217	0,088	0,798	0,343	0,190
Ham Madde Sertifikalı	0,108	0,058	0,342	0,217	0,048	-0,43	0,343	0,102
Kalite Problemi Yok	0,092	0,075	-0,57	0,397	0,112	0,421	0,217	0,083
Kalite Problemi Var	0,075	0,092	0,696	0,397	0,137	-0,514	0,217	0,102
Ham Mad. Analizi Yok	0,115	0,052	-0,15	0,049	0,01	0,064	0,009	0,002
Ham Mad. Analizi Var	0,052	0,115	0,33	0,049	0,021	-0,14	0,009	0,005
Satış Öncesi Analiz Yok	0,019	0,148	-1,674	0,355	0,198	-1,62	0,333	0,252
Satış Öncesi Analiz Var	0,148	0,019	0,212	0,355	0,025	0,205	0,333	0,032

Çoklu uyum analizi sonuçlarını gösteren diyagram şekil 1’de verilmiştir. Bu diyagram incelendiğinde, kalite belgesine sahip işletmelerin coğrafi işaret kullanmayan işletmelerle aynı boyutta ve birbirine yakın konumlandığı görülmektedir. Ayrıca kalite belgesine sahip işletmelerin, ham madde analizi ve satış öncesi analiz gibi tamamlayıcı kalite süreçleriyle birlikte aynı boyutta bulunduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret kullanma, ham madde analizi yapmama ve kalite problemi yaşamama değişkenleri aynı örüntü içinde yer almaktadır. Buna karşılık, coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin kaliteyi sertifika ve analiz temelli mekanizmalarla güvence altına alma eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır.



Şekil 1. Değişkenlere ait çoklu uyum analizi diyagramı.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Anket yapılan kayısı işletmeleri arasında “Malatya Kayısı” coğrafi işareti kullananların oranı %47,50 iken coğrafi işaret kullanmayanların oranı %52,50 olarak belirlenmiştir. Herhangi bir kalite belgesine sahip olan kayısı işletmelerin oranı ise %83,75 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin %45,00’i üretim veya pazarlama sürecinde kalite problemleri yaşadıklarını ifade etmektedir.

Araştırma sonuçları, kayısı işletmelerinde, kalite yönetim sisteminin yalnızca belge düzeyinde değil, aynı zamanda girdi ve çıktı aşamalarını da kontrol eden bir yapıda yürütüldüğünü göstermektedir. Kalite belgesine sahip işletmelerde, ham madde alımı öncesinde laboratuvar analizi ile satış öncesinde nihai ürüne laboratuvar analizi yapma eğiliminin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, coğrafi işaret kullanmayan işletmelerin de kalite belgelerine sahip olduğu ve kaliteyi sertifikasyon temelli süreçler üzerinden yönettiği anlaşılmaktadır.

Verimliliği ve maliyet etkinliğini en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan çeşitli araştırmalarda, mevcut düzenlemeler kapsamında coğrafi işaret kontrollerinden yararlanılabileceği belirtilmektedir. Bu kapsamda; işletme izinleri, ihracat düzenlemeleri, vergi uygulamaları, ürünün ticarileştirilmesine veya etiketlenmesine yönelik izin süreçleri ile sağlık ve hijyen kontrolleri gibi iş süreçlerinde, ilgili ürüne ait coğrafi işaret spesifikasyonlarının tamamlayıcı bir araç olarak kullanılabileceği ifade edilmektedir. Böylece, değer zincirinin farklı aşamalarında ortaya çıkan işlem maliyetlerinin ve zaman alıcı kontrol süreçlerinin azaltılması mümkün olabilmektedir (Bagal vd., 2022).

Malatya ilinde faaliyet gösteren kayısı işletmeleri için kuru kayısı tedarikçisi seçimine yönelik yürütülen araştırmada önem sırasına göre kayısının boyutu, kayısının rengi, kükürt oranı, nem oranı, kayısının şekli, kuru madde miktarı, kayısının cinsi, dokusu, tat ve aroması ile tat öne çıkan kalite özellikleri olarak belirlenmiştir (Deste & Ekinci, 2021: 53-72). Tedarikçi seçiminde aranan kalite kriterleri incelendiğinde, bu kriterlerin büyük oranda “Malatya Kayısı” coğrafi işareti tanımlanan kriterler ile uyumlu olduğu anlaşılmaktadır. Coğrafi işaret dikkate alınarak oluşturulacak ürün özellikleri, hem işletmelerin istedikleri özellikte ham maddenin teminine, hem de tüketicilerin talep ettikleri kalitede ürüne ulaşmalarına katkı sağlayacaktır. Ayrıca coğrafi işaretli ürünler için oluşturulacak bir belgelendirme programı, yerel ürünlerin kalite kriterlerine uygunluğunu sağlayarak, yurt içi ve yurt dışı pazarlara yüksek kaliteli ürünlerin sunulmasına imkân sağlayacaktır (Ozkan, 2023).

Özkan vd. (2025) tarafından yayımlanan çalışmada, Malatya’da bulunan kayısı işletmelerinin %85,00’inin “Malatya Kayısı” coğrafi işaretinin belgelendirilmesi durumunda bu belgelendirmeyi talep edeceklerini belirttikleri görülmektedir. İşletmelerin %78,75’i coğrafi işaretin satışlarına olumlu

etkisi olacağını, %56,26'sı ise belgelendirmenin güven oluşturacağını ifade etmişlerdir (Özkan vd., 2025).

Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yayımlanan Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Denetim Raporu Hazırlama Kılavuzunda, coğrafi işaret denetimlerinde ISO/IEC 17065 standardına uygun kurum ve kuruluşlardan yararlanılabileceği belirtilmektedir. Benzer şekilde, Avrupa Birliği'nin 2024/1143 sayılı Yönetmeliğinde de denetimde görev alacak kuruluşların ISO/IEC 17065 veya ISO/IEC 17020 standartlarından birine uygun olarak akredite edilmesi gerektiği düzenlenmesine yer verilmiştir.

İlgili mevzuat ve araştırma sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, kalite yönetim sistemi ile coğrafi işaret kullanımının ilişkilendirilerek yönetilmesinin coğrafi işaret mekanizmasını güçlendireceği görülmektedir. Buna karşılık, kalite yönetim sistemi çerçevesinde gerçekleştirilen ürün belgelendirmelerinde sertifika üzerinde ürün adı veya üretim yerinin belirtilmesi durumunda tüketici güvenine zarar verecek yanlış coğrafi işaret çağrışımı oluşabilmektedir. Bu nedenle, söz konusu işletmelerin ürün belgelendirmeye konu kalite denetimlerinde, coğrafi işarete uygunluğunun da denetim süreçlerine dâhil edilmesi faydalı olacaktır. Özellikle Türkiye'de yürütülen organik tarım ve iyi tarım uygulamalarına ilişkin sertifikalarda yer verilen ürün adlarında bu hususun dikkate alınması, tüketici güvenliğini artıracak ve coğrafi işaretlerin doğru biçimde kullanılarak yaygınlaşmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

Coğrafi işaret sistemleri üretim bölgelerine ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan olumlu katkılar sunmaktadır. Ancak bu olumlu etkinin devam etmesi için ilgili tarafların coğrafi işaret tescil sürecinde tanımlanan görevlerini aksatmadan yerine getirmeleri gerekmektedir. Üreticilerin, üretici örgütlerinin ve diğer aktörlerin bilgi veya kapasite eksikliği olduğunda, ekonomik, sosyal veya çevresel sürdürülebilirlik olumsuz yönde etkilenmektedir (FAO & oriGIn, 2024).

Türkiye'de uygulanan coğrafi işaret sisteminin sağlıklı bir biçimde yürütülmesi, tescil, yönetim ve denetimden oluşan üçlü mekanizmanın eşgüdüm içerisinde çalışmasını gerekli kılmaktadır (Tekelioğlu, 2019). Birçok yerel idare ve sivil toplum kuruluşu, coğrafi tescili ile ürünlerine katma değer kazandırma çabasına girmekte, ancak bu değer in sürdürülebilirliği etkin bir yönetim ve denetim mekanizmasının kurulması ile gerçekleşebilmektedir. Bu çerçevede, kalite yönetim sistemleri ile coğrafi işaretlerin ilişkilendirilmesi, söz konusu mekanizmayı güçlendirilecektir.

Bununla birlikte, ürün belgelendirme programları kapsamında gerçekleştirilecek kalite yönetim sistemi denetimleri ile bu denetimlere ilişkin kontrol ve sertifikasyon kriterlerinin belirlenebilmesi için kayısı işletmelerinin yapısal özellikleri ve ham madde temin süreçlerini inceleyen ilave çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışma, "Malatya Kayısı" coğrafi işaretinin köken bölgesi olan Malatya ilinde gerçekleştirilmiş olup coğrafi işaret kullanan ve kullanmayan kayısı işleme işletmelerinin kalite yönetim sistemi uygulamalarına odaklanmıştır. Bu nedenle bulgular, araştırma bölgesindeki kayısı işleme faaliyetleri bağlamında değerlendirilmelidir. Coğrafi işaret kullanımının ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki etkisi ile yurt içi ve yurt dışı piyasalardaki tüketici tercihleri üzerindeki yansımalarını inceleyen gelecekteki araştırmalar literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abdi, H. & Valentin, D. (2007). Multiple correspondence analysis. *Encyclopedia of measurement and statistics*, 2(4), 651-657.
- Ackermann, N. & Russo, F. (2010). Adding value to traditional products of regional origin: A guide to creating a quality consortium. United Nations Industrial Development Organization, Vienna.
- Akdemir, N., & Simsek, A. (2022). Characteristic of Turkey registered geographical indications (GI) of food and agricultural products in regions. University of South Florida (USF) M3 Publishing, 16(9781955833080), 13.
- Aktürk, D. (2004). Çoklu uyum analizi tekniğinin sosyal bilim araştırmalarında kullanımı. *Journal of Agricultural Sciences*, 10(02).
- Amaya-Corchuelo, S., Zarza, M. F., & Criado, E. A. (2018). Placer, salud y sociabilidad. El hecho alimentario a través del jamón ibérico. *Disparidades. Revista De Antropología*, 73(2), 425-452.

- Ambrish, S., Sasane, P. A., & Manjare, P. B. (2024). Geographical indication in fruit crop: Exploring regional indications. *Plant Archives*, 24(2), 731. <https://doi.org/10.51470/PLANTARCHIVES.2024.v24.no.2.102>
- Anonim. (2017). 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu. *Resmî Gazete*, Sayı: 29944. <https://resmigazete.gov.tr>
- Anonim. (2022). Malatya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Gıda Üretim İşletmeleri Kayısı İşletmeleri Kayıtları.
- Anonim. (2025). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Ürün Raporu: Kayısı 2025 (TEPGE Yayın No. 421). <https://www.tepge.gov.tr>
- Avrupa Birliği. (2017). 7 Temmuz 2017 tarihli ve L 174/1 sayılı AB Resmi Gazetesi. <https://eur-lex.europa.eu>
- Avrupa Birliği. (2024). AB Resmî Gazetesi'nde yayımlanan 2024/1143 sayılı Yönetmelik. *Brüksel: Avrupa Birliği Resmî Gazetesi*
- Bagal, M., Vittori, M., & Samper, L. F. (2022). Manual for Geographical Indications in Africa. In: European Union Intellectual Property Office.
- Coronado Robles, M., & Bhasin Darke, G. (2020). Rethinking Sustainability. No Purpose, No Gain. Euromonitor International.
- Daşdemir, İ., & Güngör, E. (2002). Çok boyutlu karar verme metotları ve ormancılıkta uygulama alanları. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 4(4).
- Demirağ, M. K., Hepçimen, A. Z., Özel, F., & Kemahlıoğlu, Ö. K. (2022). Gıda Sektöründe Yönetim Sistemi Denetimleri ve Karşılaşılan Sorunlar. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 10(3), 891-898.
- Deste, M., & Ekinci, Ş. (2021). Kayısı İşletmelerinde Tedarikçi Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi ve Değerlendirme Sisteminin Kurulması. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 53-72.
- Erkan, N., Alakavuk, D. Ü., & Tosun, Y. Ş. (2008). Gıda Sanayinde Kullanılan Kalite Güvence Sistemleri. *Journal of FisheriesSciences.com*, 2(1), 88-99.
- FAO, & oriGIn. (2024). Developing a roadmap towards increased sustainability in geographical indication systems– Practical guidelines for producer organizations to identify priorities, assess performance and improve the sustainability of their geographical indication systems. . <https://doi.org/https://doi.org/10.4060/cc9122en>
- Farré-Ribes, M., Lozano-Cabedo, C., & Aguilar-Criado, E. (2019). The role of knowledge in constructing the quality of olive oil in Spain. *Sustainability*, 11(15), 4029.
- Fernández-Zarza, M., Amaya-Corchuelo, S., Belletti, G., & Aguilar-Criado, E. (2021). Trust and food quality in the valorisation of geographical indication initiatives. *Sustainability*, 13(6), 3168.
- Greenacre, M. (1998). Visualization of Categorical Data,. 107-112. San Diego, USA.
- Ikonc, P., Peulic, T., Delic, J., Novakovic, A., Dapcevic-Hadnadjev, T., & Skrobot, D. (2021). Quality standardization and certification of traditional food products. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*,
- Ingoale, A., Kumar, A., Jadhav, P., & Kulkarni, S. (2023). Geographical Indication of Fruit Crops in India and Its Protection Abroad. *International Journal of Environment and Climate Change*, 13(11), 1026-1043.
- İlhan, Ö., Altıntaş, N., Şimşek, N., & Dokuzlu, S. (2025). Geographical Indication Regulations and Practices in Türkiye. In *Worldwide Perspectives on Geographical Indications: Crossed views between researchers, policy makers and practitioners* (pp. 145-170). Springer.

- Jovine, R. (2024). Food and Protection of Geographical Indications. In *GMOs, Food Traceability and RegTech: Genetically Modified Food, Traceability Systems and Blockchain as a Regulatory Technology* (pp. 33-92). Springer.
- Karademir, N. (2024). Türkiye’de Avrupa Birliği Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünlerin Ekonomik Kalkınma Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (Joshas)*, 7(41), 1164-1183.
- Kaptan, Y. (2010). Sağlık sektöründe kalite iyileştirmesi ve istatistiksel yöntemlerle incelenmesi Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Keskin, S. (2001). Çoklu uyum analizi ve bir uygulaması. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 7(4), 91-95.
- Marie-Vivien, D., & Biénabe, E. (2017). The multifaceted role of the state in the protection of geographical indications: A worldwide review. *World Development*, 98, 1-11.
- Mazzocchi, C., & Sali, G. (2012). Classification of Geographical Indications: a proposal of codification.
- Menapace, L., & Moschini, G. (2024). The Economics of Geographical Indications: An Update. *Annual Review of Resource Economics*, 16.
- Merhacı, S. Ö. (2023). Sinai Mülkiyet Kanunu Bakımından Geleneksel Ürün Adları ve Bu Adlar Üzerindeki Korumanın Niteliği. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi* (54), 289-314.
- Mishra, A. (2022). Geographical indications-challenges and opportunities in post-covid India. *Journal of Intellectual Property Rights (JIPR)*, 26(2), 57-68.
- Murdoch, J., & Miele, M. (2004). A new aesthetic of food? Relational reflexivity in the ‘alternative’ food movement. *Qualities of food*, 156-175.
- Newbold, P. (2013). *Statistics for business and economics*. Pearson.
- Polater, S. (2020). Avrupa Birliği ve Türk Hukukunda Menşe Adının ve Mahreç İşaretinin Tescil Edilebilme Şartları. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 6(2), 283-309.
- RG, S. (2021). Intellectual property rights (IPR): An overview. *Emperor International Journal of Library and Information Technology Research*. 27-30.
- Özkan, F. Z. (2023). Analysis of quality problems of geographically marked agricultural products in Türkiye: Malatya apricot example.
- Özkan, F. Z., Hasdemir, M., Hasdemir, M., Seçmeler, Ö., Taşpınar, G., & Azbaz, S. (2025). Coğrafi İşaretli Tarımsal Ürünlerin Denetimi ve Belgelendirilmesi: Malatya Kayısı Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(3), 3186-3208.
- Strough, J., Karns, T. E., & Schlosnagle, L. (2011). Decision-making heuristics and biases across the life span. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1235(1), 57-74.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tongkaemkaew, U., Baukhlaun, B., Azman, E. A., & İsmail, R. (2022). Participation Guarantee System: Promoting Thai Rice using International Geographical Indication and Organic Agriculture Standard Certification.
- TÜRKAK. (2026). Türk Akreditasyon Kurumu Akreditasyon Belgesi. (AB-0081-U). Ankara. Erişim Tarihi: 30 Ocak 2026. <https://asist.turkak.org.tr/tr/accreditation/accreditation-certificate/search/>
- Türk Patent Enstitüsü. (2001). Coğrafi işaret tescil belgesi (Tescil No: 32).
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). Türk Patent ve Marka Kurumu 2024 yılı faaliyet raporu. Ankara. <https://www.turkpatent.gov.tr/faaliyet-raporlari-yillik> (Erişim Tarihi: 30 Aralık 2025).
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2026). Coğrafi işaret veri tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> (Erişim Tarihi: 30 Ocak 2026).

- Üner, Z. Ö. (2021). Geneva Act Of The Lisbon Agreement On Appellations Of Origin And Geographical Indications In The Light Of International Agreements. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 25(3), 107-160.
- Zappalaglio, A. (2023). EU Geographical Indications and the protection of producers and their investments. Enrico Bonadio and Patrick Goold, The Cambridge Handbook of Investment-Driven Intellectual Property (CUP 2023), 308-328.
- WIPO. (2021). World Intellectual Property Organization Geographical Indications. (978-92-805-3283-8).
- WIPO. (2023). World Intellectual Property Indicators 2023. World Intellectual Property Organization. <https://doi.org/10.34667/tind.48541>

Araştırma Makalesi / Research Article

Kayısı İşleyen Gıda İşletmelerinde Coğrafi İşaret Kullanımı ve Kalite Yönetim Sistemi Uygulamaları: Malatya Kayısı Örneği

Use of Geographical Indications and Quality Management System Practices in Apricot Operators: The Case of Malatya Apricot

Mehmet HASDEMİR



DOI : [10.63556/ankad.v10i1.437](https://doi.org/10.63556/ankad.v10i1.437)

Geliş/Received: 03/02/2026

Kabul/Accepted: 01/03/2026

Extended Abstract

Introduction

Developments in the economic, social, and cultural spheres, along with concerns about climate change and biodiversity, are altering consumer demands, while efforts to create collective added value around traditional and local products are increasing. The fundamental function of a geographical indication is to establish a strong link between the quality, reputation, or other characteristics of a product and its region of origin. At the same time, the registration of a geographical indication protects these products against misleading imitations.

In the application of geographical indications, producers are enabled to market their products by promoting them, while consumers are provided with a sense of quality and trust, allowing them to purchase these products with confidence. However, for this process to be carried out effectively, those who produce and market geographically indicated products need to address their production methods, quality control processes, and distribution strategies with a holistic approach.

Considering the developments in world trade, addressing quality management systems and geographical indication processes together offers significant opportunities for both consumers and producers. Therefore, there is a need for studies assessing the use of geographical indications and quality management system applications in food businesses.

Türkiye is a country with high potential for geographical indications due to its rich biodiversity and long-standing traditional production methods. According to data compiled by the World Intellectual Property Organization in 2023, the country with the highest number of geographical indications declared under the sui generis system is China (2,399), followed by Türkiye (1,300) and Canada (666).

According to data from the Turkish Patent and Trademark Office, the number of registered geographical indications and traditional product names in Türkiye reached a total of 1,690 by the end of 2024, while the number of registered geographical indications in the European Union reached 29. One of the products registered with a geographical indication in both Türkiye and the European Union is "Malatya Apricot". Türkiye, which ranks first in world apricot production and export, has 62% of its apricot production area located in Malatya. Malatya alone produces 90% of Türkiye's dried apricots. The existing production potential of Malatya Apricot, along with its long-standing production culture, apricot cultivation techniques, and natural characteristics, have made Malatya an international centre of the dried apricot industry. However, despite these characteristics, the geographical indication for Malatya Apricot is not widely used.

Methods

This research examines the use of the "Malatya Apricot" geographical indication by apricot processing operators and the application of quality management systems. The main material for the study consists of apricot processing and packaging operators registered with the Malatya Provincial Directorate of the Ministry of Agriculture and Forestry. Since it was not possible to access all apricot operators, a survey was conducted with 80 apricot processing operators selected using a proportional sampling method.

Multiple correspondence analysis (MCA) was used to examine the variables related to quality management processes and operators who do and do not use the Malatya Apricot geographical indication. MCA was chosen because the aim of the research was to reveal the structural patterns between categorical variables and their tendencies to occur together. Considering the simultaneous influence of multiple factors, the use of geographical indications and quality management system applications were addressed from a holistic perspective. As a result of the research, the relationships between categorical variables related to apricot operators were interpreted through a diagram showing the results of the MCA.

Results and Discussion

The categorical variables related to the apricot operators surveyed—namely, geographical indication usage (using/not using), quality certificate possession (yes/no), raw material certification (certified/uncertified), quality problem experiences (yes/no), raw material analysis (yes/no), and pre-sale analysis (yes/no)—were analysed using multiple correspondence analysis techniques. According to the Burt matrix obtained from the multiple correspondence analysis:

- **Possession of Quality Certificates:** The study examined whether apricot operators possessed any quality certificates (ISO 9001, ISO 22000, BRC, Halal, Organic Farming, etc.) in the product or system certification field. It was found that 7 operators not using geographical indications did not have quality certificates, while 35 operators did; among operators using geographical indications, 6 businesses did not have quality certificates, while 32 operators did.
- **Raw Material Certification:** The survey investigated whether operators requested any certifications for raw material procurement. Of the operators not using geographical indications, 13 did not request certifications for raw materials, while 29 did. Of the operators using geographical indications, 15 did not request certifications for raw materials, while 23 did.
- **Experience of Quality Problems:** The survey examined the instances of operators experiencing quality problems during the production or marketing process of their apricots. The survey revealed that 21 operators not using geographical indications had no quality problems, while 21 had quality problems; among operators using geographical indications, 23 had no quality problems, while 15 had quality problems.
- **Raw Material Analysis:** The status of conducting laboratory analyses (sulfur, pesticide, aflatoxin, moisture, or E. coli analysis, etc.) on raw materials before purchase was examined in the surveyed operators. 27 operators not using geographical indications had no raw material analysis, but 15 had; among operators using geographical indications, 28 had no raw material analysis, but 10 had.
- **Pre-sale Analysis Status:** The status of conducting laboratory analyses (sulfur, pesticide, aflatoxin or E. coli analysis, etc.) on the final product before sale was examined in the surveyed operators. 3 operators not using geographical indications had no pre-sale product analysis, but 39 had; It was found that 6 of the operators using geographical indications did not have pre-sale product analysis, while 32 of them did.

The diagram obtained from the multiple correspondence analysis shows that operators with quality certificates are positioned similarly and in close proximity to operators who do not use geographical indications. Furthermore, it was determined that businesses with quality certificates are also within the same pattern, incorporating complementary quality processes such as pre-raw material procurement analyses and pre-sales analyses of the final product.

The survey of apricot operators revealed that 47.50% use the "Malatya Apricot" geographical indication, while 52.50% do not. In contrast, 83.75% of apricot operators possess some form of quality certification. Furthermore, 45.00% of businesses reported experiencing quality problems during the production or marketing process of their apricots. When the current state of the geographical indication system in Türkiye and the research results are considered together, it is understood that managing the geographical indication mechanism by linking it with a quality management system will strengthen it.