



ISSN: 2651-2742  
2021- Cilt: 4 Sayı: 2  
Sayfa:147-159.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 30.10.2021

Düzeltilme Tarihi: 15.12.2021

Kabul Tarihi 16.12.2021

Araştırma Makalesi (Research Article)

## KIRŞEHİR İLİNİN COĞRAFİ İŞARET ALMIŞ ÜRÜNLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation Of Geographically Marked Products Of Kırşehir Province Within The Scope Of  
Gastronomy Tourism

Ebru AKAY\* 

Kastamonu Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### ÖZ

Ayırt edici özelliği, tarihi veya diğer yapısal özellikleri ile ürünün kökenin bulunduğu bir yer, bölge veya ülke ile özdeşleşen her şey coğrafi işaretli ürünler olarak tanımlanır ve bu türdeki ürünler kendilerine özgü yasalar ile koruma altına alınmıştır. Coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak iki ayrı grupta incelenmektedir. Coğrafi işaretler tarımsal, doğal ürünler, madencilik, el sanatları, yöresel yemek veya sanayi ürünleri de olabilmektedir. Bu çalışmada, Kırşehir ilinde coğrafi işaret tescili alan yöresel ürün ve yemekler tanıtılarak, coğrafi işarete sahip ürün ve yemeklerin gastronomi turizmine katkısı belirlenmeye çalışılmıştır. Kırşehir ili, Kaman cevizi, Kırşehir Höşmerim tatlısı ve Kırşehir Çullaması olmak üzere toplamda üç coğrafi işaretli ürüne sahiptir. Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Kırşehir gastronomi turizminin gelişimine katkısı için öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi İşaret, Menşe ve Mahreç İşareti, Gastronomi, Kırşehir.

### ABSTRACT

Everything that identifies with a specific feature, historical or other structural features, a place, region or country of origin of the product is defined as geographically indicated products and such products are protected by their own laws. Geographical indications are examined in two separate groups as the name of origin and indication of origin. Geographical indications can also be agricultural, natural, mining, handicrafts, local food or industrial products. In this study, the contribution of the products and dishes with geographical indications to gastronomic tourism has been tried to be determined by introducing the local products and dishes registered in Kırşehir province. Kırşehir province has a total of three geographically

\* Sorumlu Yazar: ebruakay.h1994@gmail.com

Önerilen Atıf: Akay, E. (2021). Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), 147-159.

marked products, namely Kaman walnut, Kırşehir Höşmerim dessert and Kırşehir Çullama. Suggestions were made for the contribution of local products and dishes with geographical indications to the development of Kırşehir gastronomic tourism.

**Key Words:** Geographical Indications, Designation of Origin, Gastronomic, Kırşehir.

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörünün kendini sürekli yenileyen ve içerisinde barındırdığı dinamik yapısı sektörün yapısında çeşitlilikleri ve yenilikleri beraberinde getirmektedir. Günümüzde turizme canlılık kazandıran kırsal turizm, çiftlik turizmi ve gastronomi turizmi ülkemizin küreselleşme ve rekabet açısından gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. İnsanların yaşanan olumsuz koşullardan ve kalabalık şehir hayatından uzaklaşmalarını sağlayan ve kırsal yaşam hayatına yönelmelerini sağlamıştır. Bunun sonucunda, kırsal alanlarda oluşumunu gerçekleştiren rekreasyon alanlarına ilgi artmıştır. Bu artış beraberinde geleneksel ve kültürel değerlerin daha fazla öne çıkmasında etkin rol oynamıştır. Kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtım ve sunumunda “Coğrafi İşaret” kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Kan, 2012).

Coğrafi İşaret; belirli bir yöreye özgü yemeğin veya üretimi yapılan bir ürünün, sadece bulunduğu yöreye ait karakteristik özellikler gösterdiği ad ve işaretlerdir (Karaca, 2016). Coğrafi İşaret kavramının ortaya çıkmasıyla; ürünlerin kalitesinin artması, ürünün üretiminin yapıldığı yörenin markalaşmasında ve talebin artmasıyla daha fazla ürün satışına imkan vermektedir (Şahin, 2013). Yabancı ülkelerden gelen ziyaretçilerin de turizmin çeşitlenen yapısında ortaya çıkardığı yeniliklerden faydalandığı, yeni akımlardan faydalanan turistlerinde eskiyi geride bırakarak yöresel ürün ve yemeklere daha fazla ilgi gösterdiği aşikardır (Mercan ve Üzülmöz, 2014). Destinasyonların farklılaşma için yöresel yiyecek ve ürün tercih etmeleri rakipleri karşısında gücünü arttırmaktadır. Bu da her yörenin ve ulusun kendine özgü mutfak ve ürün kültürünü oluşturmaktadır. Ulusal markalaşma kavramı ile birlikte ülkeler kendi ürünleri ile yöresel yemekler oluşturmaktadır ve sadece kendilerinin hakim olduğu üretim metotları ile üretim yapmaktadırlar (Polat, 2017).

Gastronomi turizmi ve Coğrafi İşaretler birbirlerinin tamamlayıcısı durumundadır (Yenipınar, 2012). Gastronomi turizmi ile turistler yemek yapım aşamasından yemeğin sunum edilmesi ve tadımına kadar geçen süreci yakından takip etmektedirler (Öner, 2014). Coğrafi İşaret kavramı ile “Yerel unsurların Dünya ile buluşması” ve bunun sonucunda sahip olunan değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında koruyucu yasa işlevini tanımlamaktadır. Coğrafi İşaret kavramı en az bir ürünle tanımını karşılayan ve bununla birlikte sınırları içerisinde yer aldığı şehri ön plana çıkaran güçlü bir faktördür (Gökovalı, 2007, Özdemir, 2012). Kırşehir ilinin tarihi geçmişine bakıldığında önemli geçiş yollarının üzerinde olması, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması, tarihi ve kültürel birçok unsuru içerisinde barındırması şehrin sürekli gelişen ve kendini yenileyebilen bir yapıyı da içerisinde barındırmaktadır.

Yöresel ürünler, bölgenin kalkınmasında önemli bir potansiyeli içerisinde barındırmaktadır. Bölgenin gelişmesi ve teknolojiyi yakından takip etmesiyle yeni iş fırsatları, bölgenin turizm profilinin yükselmesi (Alonso ve Liu, 2011), bölgede yaşayan insanların kültürel ve ekonomik gelişimi, tarihi yapısının ve gelenekselliğin korunması gibi birçok alternatif sunmaktadır. Coğrafi İşaret kavramı ise yöresel ürünler ve ürünlerin bölgeye katma değer sağlayan ve bölge genelinde iyileştirmeleri beraberinde getiren ve yasal güvence sağlayan kavramları karşılamaktadır (Suna ve Uçuk, 2018). Bir bölgeye ait yemeği yemek, yemeğin yapılış

aşamalarına tanıklık etmek ve yemek kültürünün yansıtıldığı festivallere katılmak gibi istek ve meraklar önemli motivasyon unsurlarıdır. Coğrafi İşaret ile bütünleşen kalitesini yasalarla garanti altına alan ve yetiştirildiği bölgenin adı ile belli bir kimliğe sahip olan ürünler tüketiciler tarafından daha çok ilgi görmektedir (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Çalışmada öncelikle, Kırşehir iline ait Coğrafi İşaretli ürünler incelemiştir ve bu ürünlerin gastronomiye olan etkisi ve bölge üzerindeki kazanımları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmada Türk Patent Enstitüsü'nden elde edilen bilgilerden faydalanılmıştır. Turizm sektörü açısından hem ulusal hem uluslararası alanda değeri sürekli artan yöresel yiyecekler arasındaki karmaşayı en aza indirerek, belirli yasalar çerçevesinde turistik değer ve önem taşıyan ve buldukları bölge sınırlarında ekonomiyi güçlendirici güç olarak "Coğrafi İşaretleme" konusu üzerinde durulmaktadır (Orhan, 2012).

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Coğrafi İşaret, benzerlerinden kendini ayıran, bulunduğu bölge ile özdeşleşen ürünler olmasının yanında, coğrafi işaret kavramı bir ürünün hangi bölge ile ne kadar ilgili olduğunu da ifade etmektedir (Orhan, 2014). Türk Patent Enstitüsünün tanımı ise; belirgin bir özelliği olan ürünün kökeninin bulunduğu bölgeyi ve o bölgenin milli tüm özelliklerini içeren işaretlerdir, şeklindedir. Şentürk, B. (2011) Coğrafi İşaretlemenin, ürünün bulunduğu bölgeye belirli bir kimlik kazandırdığı kavramı üzerinde durmaktadırlar. Kısaca ifade edilecek olursa Coğrafi İşaretleme bulunulan bölgeye sürdürülebilir bir anlayış içinde katkı sağlamaktadır. Coğrafi İşaret ürüne kalite ve güven verdiği için tüketici tarafından öncelikli olarak tercih edilmektedir. Coğrafi İşaret kavramının geçmişine bakıldığında, ilk kez 19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan ve ilk uygulamanın Fransa'da gerçekleştiği görülmektedir (Suratno, 2004). 1883 yılına gelindiğinde Paris Sözleşmesi ile gerekli sosyal adımlar atılmış, 1958 yılında Lizbon Anlaşması ile kapsamı daha fazla genişletilmiştir ve bu somut adımlar sonucunda 17 ülke "Coğrafi İşaretler" ismi altında bazı kararları onaylamış ve 171 ürün coğrafi ürün kapsamına dahil edilmiştir (Suratno, 2004). 15 Ekim 2000 tarihine gelindiğinde üye sayısı 160 olmuştur ve evrensel bir nitelik kazanılmıştır (Şahin, 2011). Türkiye bu konudaki ilk somut adımlarını 1871 "Alameti Farika Nizamnamesi ile atmıştır. 1995 yılında 555 sayılı Kararname ile Coğrafi İşaretler ile ilgili tüm koruma hakkı Türk Patent Kurumuna devredilmiştir. Afyon Mermeri, Taşköprü Sarımsağı, Devrek Bastonu, Kars El Halısı vb. 161 ürün bu kapsamda koruma altına alınmıştır (Anonim, 2011). Yöresel ürünlerin haksız rekabetle karşı karşıya kalmalarını engellemek, haksız rekabetin önüne geçmek gibi konularda ulusal ve uluslararası düzeyde yasal koruma altına alınmıştır. Coğrafi İşaret kavramı genel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde sahip olduğu tüm ürünlerin oluştuğu coğrafyanın sınırlarını belirlemektedir. Avrupa açısından geçmişine bakıldığında 13. yüzyıla kadar uzanan bir sürecin olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa bu konuda diğer üye ülkelere oranla daha gelişmiş bir sistem kurmuştur ve bu konuda en fazla gelişim gösteren ülkeler Fransa ve İtalya olmuştur (Tekelioğlu ve Demirer, 2008). Teknolojide yaşanan gelişmeler ve geleneksel yiyeceklerin yerini alan ürünlerin tüketici üzerinde birçok olumsuz etkisi vardır. Yeni gelişen trendlerle birlikte insanlar daha çok geleneksel yapıya yönelmiştir ve sahip olduğu bu değerler daha fazla koruma eğilimini göstermişlerdir. Küreselleşmenin getirdiği bu iki durum için koruyucu faktör olarak "Coğrafi İşaret" kavramı ortaya çıkmıştır (Reviron ve diğerleri 2009). Coğrafi İşaret kavramı; ürünün kalitesi, ürünün farklı pazarlarda sunumu, eşit bir rekabet için koruyucu güç, tüm insanlığa hitap eden ortak bir karar mekanizması, yerel ürünlerin üretiminin devamlılığı için teşvik edici güç, üretici ve tüketici arasındaki sağlıklı bir

bilgi akışının aracı ve bulunduğu bölgenin tanıtım ve turizm faaliyetlerinde etkin bir rol oynamaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008). Coğrafi İşaretleri diğer koruyucu yasalardan ayrı kılan faktör; kırsal kalkınmanın devamlılığı ve küreselleşmenin olumsuz etkileri karşısında yerel hareketlenmenin daha fazla olmasını sağlayan itici bir faktördür (Gülçubuk, 2010). Bölgesel kalkınmadaki etkin rolü ile birlikte bölgesel ekonominin canlandırılmasında bulunduğu alana büyük katkı sağlamaktadır (Bozgeyik, 2009). Coğrafi İşaret kavramı sadece ekonomik kazancın devamlılığı için değil aynı zamanda gelenekselciliğin bilgi ve üretime yansımada ve bununla birlikte kültürel mirasın korunması için de bir aracı görevini üstlenmektedir (Zagrafos, 2008). Coğrafi İşaret kavramı ile ürünün kendine özgü özellikleri ve üretim şekilleri ile pazarlama sürecinde sağlayacağı yarar bulunduğu bölgenin gelişimi ile paralellik gösterecektir. Coğrafi İşaretlerin olmasının temel amacı coğrafi sınırlar içerisinde yetişen ürünleri ve bu ürünlere yönelik üretim yöntemlerinin belirlenmesi ve her bir ürüne uygun kalite standartlarının oluşturulmasıdır (Türk Patent Kurumu, 2018). Ayrıca coğrafi işaret unvanına sahip tüm ürünler yasalarla güvence altına alınmıştır, benzeri ve taklitlerinin üretilmesi yasaktır ve idari ceza sorumluluğu vardır (Tanrıku, 2012). Avrupa Birliği ülkelerinde Coğrafi İşaret kavramı daha çok tarım ürünleri ve sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Bu durum ülkemizde daha çok el sanatları, madenler ve tarım ürünleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2015). Coğrafi İşaretli ürünler hem üretici hem tüketici açısından birçok avantajı beraberinde getirmektedir. Özellikle ürünlerin taklitleri yapılamayacağı için coğrafi işaret unvanına sahip ürünlerin kullanım hakkı tamamen tescilini almış olan işletmelerde olacaktır ve kar oranı diğer işletmelere kıyasla daha fazla olacaktır. Buna örnek olarak Fransa ve İtalya'da bu kar oranının 18 Milyon Euro olarak hesaplandığı gözlemlenmektedir. İnsanlar açısından coğrafi işaretli ürünlerin avantajlarına bakıldığında; ürünlerin içeriğinin yasalarla garanti alınması ve ürünlerde TSE damgasının olması insan sağlığı açısından oldukça önemlidir (Nizami, 2011).

Coğrafi İşaretli ürünler kendi içerisinde Menşe Adı ve Mahreç İşareti olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Menşe Adı, bir ürünün tüm özelliklerini sınırları içerisinde yer aldığı bölgeden alan ve esas ve içeriklerinin tümüyle o bölgeye ait olması ve üretim aşamasındaki tüm sürecin bu bölgede gerçekleşmesini ifade etmektedir (TPE, 2017). Mahreç İşareti ise, menşe adından farklı olarak belirgin bir özelliği ile bölgeyle bir bağ kuran, üretim, işlenmesi ve sonuca ulaşıncaya kadar gerçekleşen tüm aşamalardan en az birinin coğrafi sınırları içerisinde gerçekleşmesini ifade etmektedir (TPE, 2017). Menşe Adı ve Mahreç İşareti arasındaki en belirgin fark üretiminin devam ettiği coğrafi sınırdır. Menşe adına sahip hiçbir ürün ait oldukları bölgenin dışında üretimi yapılamaz ancak Mahreç işaretine sahip ürünler başka bölgelerde de üretilebilir (TPE, 2017). Bu sınıflandırma sonucu kırsal ekonominin canlanmasını sağlayacaktır. Bu canlılık diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektörünün de canlanmasına neden olacaktır. Coğrafi İşaret kavramı ekonomiye canlılık kazandıracak bir hammadde olarak kullanılabilir (Şahin, 2013). Coğrafi İşaret unvanı almış yerli ve yabancı işletmeler arasında ortaklıklar kurulabilmektedir. Bu da bölgesel örgütlenmeleri ve yerel bilincin daha fazla oluşmasını sağlayacaktır (Tregear, 2017). Menşe Adını alan ürünlere; Isparta gülü, Kayseri pastırması, Antep fıstığı ve Erzincan tulum peyniri örnek olarak gösterilebilir. Bu ürünler genel özelliklerini sadece üretiminin yapıldığı yerden alır ve o yörenin kültürünü yansıtır. Mahreç Adı ise, Antakya künefesi, Trabzon telkariye, Kula el halısı gibi örnekler verilebilmektedir. Bu özellikleri taşıyan tüm ürünler en az bir özelliği kullanılarak bölge sınırları dışında üretilebilir (Çalışkan ve Koç, 2011).

Özellikle AB standartlarına uyum ve gelişim aşamasında Coğrafi İşaret kavramı daha fazla önem kazanacaktır (Gülçubuk ve Kan, 2008). Ülkemizde coğrafi işaret unvanına sahip 922 ürün bulunmaktadır ve toplam işlemleri devam eden 732 ürün bulunmaktadır. Belgelerin ve gerekli koşulların sağlanmasıyla tanıtım ve reklam faaliyetleriyle Coğrafi İşaret kavramı ulusal ve uluslararası gelişimini arttıracak ve ekonomik açıdan ülkelere yüksek miktarda kar oranı sağlayacaktır. Coğrafi İşaretlerin koruma altına alınması süreci ve tescili 555 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile gerçekleşmektedir. Tescil edilecek ürünün tek başına bir bölgeye ait olması Coğrafi İşaret unvanı alması için yeterli değildir. Bunun için, ürününün “özgün” olmasını sağlayan en az bir özelliği, kendine has özelliklerini sınırları içerisinde bulunduğu yöreden alması, kendine ait bir isminin bulunması ve yansıttığı tüm özelliklerin içerisinde bulunduğu toplumu ifade etmesi gibi özellikleri içerisinde sunması gerekmektedir (www.sistempatent.com). Enstitüye yapılacak başvurularda; müracaat dilekçesi, ürünün kimyasal, fiziksel ve mikrobiyolojik özelliklerini yansıtan belgeler, ürünün içerisinde bulunduğu bölge sınırı ile ilgili bilgiler, denetlenmesini kolaylaştıracak özellikleri, ürünün hitap ettiği alan ya da etiketini ayrıntılı bir şekilde gösteren bilgiler ve ürünün tesciline yönelik işlem tutarı tutanaklarının teslim edilmesi gerekmektedir (www.sistempatent.com). 29 Aralık 2017 tarihinde yayınlanan Amblem Yönetmeliği ile, Coğrafi İşaret tescilli tüm ürünlerin Menşe Adı ya da Mahreç İşareti amblemlerinden en uygun olanın kullanılması zorunluluğunu getirmiştir. Tescil alan ürünlerde amblem zorunluluğu vardır ayrıca amblemsiz ürünlerin yönetmelik kapsamında değerlendirilmesi yasaktır. Amblemin amacı, Coğrafi İşaret unvanı alan ürünlerin geleneksel özellikleri içerisinde barındırdığı, ürünle ilgili tüm bilgilerin tüketiciye ulaşmasını sağlayan ve buna ek olarak kalite ve denetim güvencesi sunan bir sistemdir (www.sistempatent.com). Coğrafi İşaret tescili ile ürünün diğer ürünlerden farklı özellikleri ayrıtılmaktadır. Üretim biçimi ve kalite standartlarıyla ürünü garanti altına almaktadır. Coğrafi İşaret ürünlere sürdürülebilirlik ve izlenebilir ürün kalitesi ve bununla birlikte ürün taklitçiliğinin önüne geçerek üretici ve tüketicinin korunmasını sağlamaktadır. Coğrafi İşaret bir bölgenin sosyal, tarihi ve kültürel değerlerini koruyarak gelecek neslin bilinç düzeyini arttırmaktadır. Kırsal kalkınmayla birlikte bölgede ekonomik hareketliliğinin artmasına yardımcı olan en önemli unsurdur (Dikici, Koluman ve Aktaş, 2013: 137). Eren ve Sezgin'in 2021 yılında yaptıkları çalışmada; Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu Coğrafi İşaretli ürünler üzerinde durulmuştur ve bu ürünlerin bölgeye olan katkıları araştırılmıştır. Çalışma sonucunda; Nevşehir ilinin büyük bir potansiyele sahip olduğu ve turizm faaliyetlerinde yöresel ürünlerin çok önemli bir yeri olduğu saptanmıştır. Gerekli reklam ve tanıtım faaliyetleriyle bölgede ki yöresel ürünlerin daha etkin bir şekilde kullanımı sağlanacaktır. Uygun, Demiral ve Uslu'nun 2021 yılında yaptıkları çalışmada, Antalya ilinin sahip olduğu gastronomik Coğrafi İşaretli ürünleri üzerinde durulmuştur. Çalışmada Antalya ilindeki mevcut gastronomik ürünler haricinde yeni ürünlerin nasıl oluşturulabileceği ve bu oluşumun önündeki engeller üzerinde durulmuştur. Doğan ve Adanacioğlu 2021 yılında yaptıkları çalışmada, Gümüşhane Kürtün Araköy Ekmeği üzerinde çalışmışlardır. Çalışmada; 9 bölge seçilerek ekmeğin tadımı gerçekleştirilmiş ve sonuçlar ortaya koyulmuştur. Çalışma sonunda elde edilen bulgular; Yöresel ekmeğin niteliği kazanmasına rağmen dağıtım kanallarındaki eksiklikler ve tanıtımının yetersiz kalmasından dolayı gelişimi sadece bu bölgeyle sınırlı kalmıştır. Köşker ve Özbey 2021 yılında yaptıkları çalışmada Türk Mutfak Kültüründe yer edinmiş Coğrafi İşaretli ve Coğrafi İşaret adaylığı bulunan çorbalar üzerinde yoğunlaşmışlardır. Yapılan araştırmalar sonucunda; Coğrafi İşaretli toplam 18 çorba çeşidi bulunmaktadır. 36 çorba da ise başvuru süreci devam etmektedir. Bu ürünlerden 1 tanesi menşe adı, 1 tanesi geleneksel ürün adı ve 16 tanesi mahreç işareti almıştır. Özer'in 2021

yılında yaptığı çalışmada, Hürmetçi Sazlığının gastronomi turizmi açısından kullanılması ve bölgenin sahip olduğu sosyal ve ekonomik potansiyel değerlendirilmiştir. Özellikle gastronomide kullanılması planlanan manda yetiştiriciliği ve bu durumdan elde edilecek ürünlerin gastronomi turizminde değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Erkan ve Otel 2021 yılında yaptıkları çalışmada, Erzurum ilinin Coğrafi İşaret potansiyelini gastronomi turizmi üzerinde değerlendirerek çekicilik unsurları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, Erzurum ilinin Coğrafi İşaret tescili için 13 ayrı başvurusu olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar, Erzurum ilinin Coğrafi İşaretli ürün açısından eksik olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Paslı 2021 yılında yaptığı çalışmada, Giresun ilinin coğrafik işaretli gastronomi ürünleri üzerinde durmaktadır. Yapılan çalışma sonucunda, Giresun ilinin Coğrafi İşaretli ürünleri reklam ve tanıtımın etkiyle daha geniş alanlara yayılarak marka potansiyeli oluşturacaktır.

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmada, Kırşehir ilinin Coğrafi İşaret unvanına sahip ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Büyük bir potansiyeli içerisinde barındıran bölgenin sahip olduğu ürünlerin gastronomi turizmine katkısı ve turizm açısından sürdürülebilir bir farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda özellikle bölgenin Coğrafi İşaret unvanına sahip olan, Höşmerim Tatlısı, Kırşehir Çullaması ve Kırşehir Kaman Cevizi ile ilgili bilgiler sunulmuştur.

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yöntemi kapsamında ikincil kaynaklar kullanılarak hazırlanmıştır. Doküman incelemesi ile araştırılmak istenen olguların içeriği ile ilgili bilgi veren yazılı materyallerin analizini içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 2018). Araştırma evrenini Kırşehir ili oluşturmaktadır. Kaynak olarak; Coğrafi İşarete sahip olan gastronomik ürünlerle ilgili daha önceden yazılmış kitap, dergi, makale, tez, web kaynakları ve yabancı kaynaklar kullanılmıştır. Bu kaynaklara ek olarak “Türkiye’nin Dijital Coğrafi İşaret Platformu” ile “www.ci.gov.tr” adresinde bulunan bilgiler yardımcı kaynakları oluşturmaktadır. Kırşehir ilinin sahip olduğu Coğrafi İşaret unvanlı ürünlerinin sayısı 3 olarak kayıtlara geçmiştir. İlin başvuru aşamasında olduğu herhangi bir ürün bulunmamaktadır. Coğrafi İşaret unvanına sahip ürünlerin gastronomi turizmini harekete geçirecek potansiyelde olduğu ancak reklam ve tanıtım faaliyetlerinin eksikliğinden dolayı gastronomi turizminin gelişmesindeki en büyük engel olmuştur. Doküman analizi sonucunda yapılan değerlendirme sonucunda, yerel halkın gastronomi turizmi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadığı, turizmin geliştirilmesine yönelik ayrılan bütçenin miktarının çok az olması ve şehrin önemli olan kurumlarının reklam ve tanıtım faaliyetlerinde diğer bölgelerin gerisinde kaldığı tespit edilmiştir. Gastronomi fuarları ve yemek atölyeleri ile gastronomi turizminin Kırşehir ili için önemine dikkat çekilmelidir.

### 4. BULGULAR

#### 4.1. Kırşehir İlinin Coğrafi İşarete Sahip Yiyecekleri

Sanayi ve teknolojinin gelişimine bağlı olarak tüm sektörlerde yenileşme hareketleri başlamıştır. Sanayi ve teknolojiye büyük yeniliklere küreselleşmenin de eklenmesiyle sektörler rekabet hızını arttırmışlardır. Küreselleşme ile birlikte fast-food ve hazır gıdalar insanların beslenme alışkanlıklarında önemli bir yer almaya başlamıştır. Fast-food ve hazır gıdaların üretim koşulları insan hayatını olumsuz yönde etkilemiştir ve insanların geleneksel yemek kültürüne geri dönüşünü hızlandırmıştır. Özellikle turizm sektöründe sürekli yenilik

arayışında olan insanlar farklı deneyim yaşamak istemektedirler (Quan ve Wang, 2004). Bu deneyim de turistleri yöresel yiyeceklere karşı motivasyonunu güçlendirmektedir. Günümüzde işletmeler farklı bir imaj yaratmak için özellikle tanıtım faaliyetlerinde yöresel yemek ve yiyeceklerin kullanılmasını tercih etmektedirler (Okumuş, 2007). Gastronomi turizminin daha fazla gelişmesi için yerel değerlere daha fazla önem verilmesi ve tüm gastronomik değerlerin yerli ve yabancı turistlere sunulması gerekmektedir. Coğrafi İşaret kavramı ile birlikte destinasyonların yöreye ait ürünleri tescillemesi gastronomi turizminin gelişimine önemli katkı sağlamaktadır. Coğrafi İşaret kavramı ile gastronomik ürünlerin yasalarla güvence altına alınması ve bu ürünlerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımına katkı sağlayacaktır (Karaca, 2016). Gastronomi turizminde coğrafi işaretlemenin önemi yöresel ürünlerin koruma altına alınması ve ekonomik yarar sağlamaktadır. Coğrafi İşaret, kültürel mirasın ve geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen üretimin gerekliliğini sürekli olarak vurgulayan, özellikle sınırları içerisinde bulunduğu bölgenin tüm doğal koşullarını koruma altına almaya çalışan koruyucu yasalar bütünüdür. Türkiye var olan konumu ve içerisinde barındırdığı coğrafi bölgeler ve iklim zenginliğinden dolayı zengin bir tarımsal ürün hacmine sahiptir. Türkiye' de yetişen bitki türünün yaklaşık 9.000 civarında olduğu bilinmektedir. Bu bitkilerin büyük yüzdesinin Coğrafi İşaret potansiyelinin yüksek olduğu tahmin edilmektedir (Ekoiq, 2013). Çalışmanın genel alanını oluşturan Kırşehir ili geçmişten günümüze uzanan tarihi ve kültürel yapısıyla coğrafi işaretli ürünleri içerisinde bulundurma açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Kırşehir ili gastronomik açıdan ele alındığında Coğrafi İşaret bakımından fazla gelişmediği gözlemlenmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında çalışmanın Kırşehir ilinde Coğrafi İşaret kavramının önemine dikkat çekmek ve yerel halkın konuyla ilgili yeterli ölçüde bilgilendirilmesinin sağlanması amaçlanmıştır.

#### 4.1.1. Kırşehir Höşmerim Tatlısı

Kırşehir Höşmerim Tatlısı 257 Numaralı Tescil Numarasıyla 2017 yılında Mahreç İşareti unvanını almıştır. Kategori olarak fırıncılık, pastacılık ve tatlılar grubunda yer almaktadır. Kırşehir Höşmerim Tatlısı; un, süt, yumurta, şeker ve tere yağdan yapılan Kırşehir iline özgü meşhur bir tatlıdır. Özellikle geleneksel olarak yeni doğum yapan annelere sunulan bir tatlıdır ancak günümüzde Kırşehir'in tanıtımında kullanılan bir tatlıdır. Höşmerim tatlısı kuşaktan kuşağa aktarılan yapısıyla gelecek neslin de bilgi ve beceri düzeyini arttırmaktadır. (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).

**Tablo 1.** Kırşehir Höşmerim Tatlısı Üretim Metodu

MALZEMELER	MİKTAR
Süt	3 Su bardağı
Un	4 Su bardağı
Yumurta	2 adet
Şeker	1,5 Su bardağı
Tere yağ	2 Yemek kaşığı
Tuz	Yarım çay kaşığı
Ayçiçek yağı	Yarım çay bardağı
Ceviz veya fıstık içi	1 Su bardağı

**Hazırlanışı:** Orta büyüklükte bir kabın içerisinde yumurta ve tuz homojen hale gelinceye kadar çırpılmalıdır. Karışıma sırasıyla süt ve un ilave edilerek orta yoğunlukta bir hamur elde edilir. Ardından tere yağ hafif eritilerek karışıma eklenir ve orta ateşte hamur demlenmeye bırakılır. Yaklaşık 5- 7 dakika pişirilen hamur topaklanmaya başlayınca yarım çay bardağı

sıvıyağ ve yarım çay bardağı şeker ilave dilmelidir. Hamurun yapışıklığı gidip tane tane dağılmaya başlayınca ocağın altı kapatılır. Tatlı sunumunda 1 su bardağı şeker sunum tabağına serpilir ve üzerine ceviz veya fıstık içi dökülerek sunumu gerçekleştirilir (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).



**Görsel 1. Höşmerim Tatlısı**

**Kaynak:** ci.gov.tr

#### 4.1.2. Kırşehir Çullaması

Kırşehir Çullaması, 256 Tescil Numarasıyla 2017 yılında Mahreç İşaretini almıştır. Kategori olarak yemek ve çorbalar kısmında yer almaktadır. Genel özelliğini içerisindeki tavuk parçalarından almıştır ve şehrin ismiyle özdeşleşmiştir. Yemeğin ana bileşenlerini; tavuk eti, tavuk suyu, tereyağ ve undan oluşan bir yemektir. Yemeğin en dikkat çeken yönü, şehirde yetişen doğal tavuk etlerinin kullanılarak hazırlanmasıdır. Yemeğin lezzetinde özellikle doğal tavuk ve doğal tavuk suyu yemeğin özünü oluşturmaktadır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).

**Tablo 2. Kırşehir Çullaması Üretim Metodu**

BİLEŞEN	MİKTAR
Tavuk eti	1 Bütün tavuk
Un	2 Su bardağı un
Tavuk suyu	8 Su bardağı tavuk suyu
Ayçiçek yağı	Yarım çay bardağı
Tereyağ	2 yemek kaşığı tereyağ
Tuz	1 tatlı kaşığı tuz
Kırmızı pul biber	1 tatlı kaşığı pul biber
Domates salçası	Yarım yemek kaşığı domates salçası

**Hazırlanışı:** Ayrı bir tencerede tavuk haşlanır ve sonrasında suyu süzülür. Başka bir tavada 2 su bardağı un yarım çay bardağı sıvıyağ ile pembeleşinceye kadar kavrulur. Kavrulan un soğumaya başlayınca 8 su bardağı tavuk suyu yavaş yavaş eklenerek un özenmeli hale gelmelidir. Ardından 1 tatlı kaşığı tuz ve yarım yemek kaşığı domates salçası eklenerek pelte kıvamı alması sağlanmalıdır. Bu işlemler sırasında hamurun topaklanmaması gerekmektedir. Yemeğin en önemli lezzet sırrı ise orta yoğunlukta bir kıvamda olmasıdır. Yaklaşık olarak 6 dakika kaynatıldıktan sonra ocaktan alınır. En son aşamada ise ince ince didiklenen tavuk eti karışımın üzerine ilave edilir ve üzerine tereyağ ve kırmızı pul biber ile servisi yapılır (<https://cii.turkpatent.gov.tr>).





Görsel 2. Kırşehir Çullaması

Kaynak: ci.gov.tr

#### 4.1.3. Kırşehir Kaman Cevizi

Kaman cevizi 624 Tescil Numarasıyla 2019 yılında Coğrafi İşaretli ürün unvanını almıştır. Genel sınıflandırma olarak işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebze ile mantarlar kategorisinde yer almaktadır. Kaman cevizi genel görünüşü ile açık sarı renkli, açık kahverengi kabuk renkli, oval ve yuvarlak şekilli, ince kabuklu (1- 1,4 mm), ağırlığı 6 – 8 gram arasında değişen ve iç oranı %48 – 54 olan bir kabuklu yemıştır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).

Tablo 3. Kırşehir Kaman Cevizi Ürün Özellikleri

Meyvenin kabuk rengi	Açık kahverengi
Meyvenin kabuk pürüzlülüğü	Orta
Meyvenin Ağırlığı	12 - 16
Meyve iç ağırlığı	6 – 8
Meyve iç yüzdesi	50 - 54
Meyve kabuğunun kalınlığı	1.2 -1.4
Meyvenin kabuğundan ayrılması	Basit
Meyvenin şekli	Yuvarlak
Meyvenin boyutu	İri
Meyvenin tadı	Lezzetli

Kaman cevizi kazık kökler oluşturarak 3 – 5 metre derinliğine kadar uzayabilmektedir. Dallanma ise 1 –2 metre yükseklikten başlar. İlk büyüme aşamalarında gümüş olan gövdesi ilerleyen yıllarda koyulaşmaya başlamaktadır. Protogny çiçek özelliğine sahiptir. Çiçeklenme zamanı 1 Nisan ve 15 Nisan arasındadır. Kaman cevizinin hasadı 20 Eylül- 10 Ekim tarihleri arasında değişmektedir. Her yıl düzenli meyve vermektedir. Yan dal verimi ise %60-70 arasındadır (<https://ci.turkpatent.gov.tr>).



Görsel 3. Kırşehir Kaman Cevizi,

Kaynak: www.ci.gov.tr)

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Küresel ve teknolojik gelişmelere önemli katkısı olan Coğrafi İşaret uygulamaları ile tescil altına alınan ürünler benzer özellikteki ürünlerden karakteristik, doğal, lezzetli ve kaliteli olarak ayrılırlar ve tüketicilere güven duygusunu verirler. Bu güvenin oluşması ulusal sınırlar içinde olabileceği gibi sınırları aşan evrensel düzeyde de gerçekleşebilmektedir. Bunun sonucunda gastronomi turizminin gelişimi sınır içerisinde ve sınırları aşarak bölgenin kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Gastronomik ürünler yalnızca ürünle sınırlı kalmaz aynı zamanda destinasyonun bilinirliğinin artmasına önemli katkı sağlamaktadır. Bu sayede bölge ilgi odağı olabilmekte ve turizm geliriyle yöreye ekonomik kalkınma istikrarı sağlamaktadır. Coğrafi İşaret tescili ile ürün koruma altına alınır ve bunu gerçekleştirirken ürünün sürdürülebilirliği sağlanarak gelecek kuşaklara aktarılan bir kültür haline gelmektedir. Yapılan çalışmada Kırşehir ilinin Coğrafi İşaret tescili almış ürünleri tanıtılmaya ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi yapılmak istenmiştir. Bununla birlikte Coğrafi İşaret tescilinin önemine odaklanan çalışma aynı zamanda üreticileri, tüketicileri kamu kurum ve kuruluşlarını da kültürel mirasın korunması ve güvence altına alınmasına teşvik etmek istemektedir. Gastronomi turizmi kapsamında Kırşehir'in potansiyelinin yüksek ve gelişmeye açık olduğu ancak bu ürünlere gereken önemin verilmediği ve bu ürünlere yönelik geliştirilebilecek tüm plan ve projelerde ilin mevcut koşullarının değerlendirilmesi ve yerel halk ile ortak bir çalışma ile sağlanması ile sağlanabilecektir. Kırşehir ilinin gastronomi turizmi açısından incelendiğinde Coğrafi İşaret tescilli ürün sayısının yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Kırşehir ili 3 ürün için Coğrafi İşaret tescili almıştır ve gastronomi turizmi ile ilgisi olacak herhangi bir ürün başvurusu bulunmamaktadır. Yöreye ait olan Çullama, Hamur Köftesi, Madımak Yemeği, Lepe, Pancar Çırpması, Keşkef, Çirleme, Ayva Dolması, Sündürme ve Çir Yağlaması Coğrafi İşaret tescili alabilecek ürünler arasında gösterilebilir. Coğrafi İşaret tescili alan ürünlerin ve alabilecek potansiyeldeki ürünlerin işletme ve turizm faaliyeti gerçekleştiren alanlarda menülerde yer alması gastronomi turizmi gelişimi açısından umut verici ve sürdürülebilirlik için önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

İlin gelişiminde rol alan tüm kurum ve kuruluşlar, Kırşehir İl ve Turizm Müdürlüğü, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir Ticaret ve Sanayi Odası ve şehirle ilgili çalışmaların yürütülmesinde etkin rol oynayan Kalkınma Ajanslarına ve Kırşehir turizm işletmelerine aşağıda bazı öneriler sunulmaktadır.

- İlin yönetiminde söz sahibi olan Valilik, belediye, üniversite ve kalkınma ajansları temsilcileri bir araya gelerek "Kırşehir Coğrafi İşaretler Merkezini kurmalıdır.
- Tescilli ürün sayısının artması, gerekli kalite kontrollerinin gerçekleştirilmesi, reklam ve tanıtım için gereken bütçenin ayrılması ve şehrin barındırdığı potansiyelin daha fazla ön plana çıkarılması sağlanmalıdır.
- Özellikle şehirde önemli bir kaynak yapısına sahip olan Sorgum, Sorgum Sudan Otu Melezi, Sudan Otu, Üçgül ve diğer otlar ön plana çıkarılarak sağlık ve gastronomi turizminde daha fazla yer alması sağlanmalıdır. Gerekli araştırma ve düzenlemeler ivedilikle yapılarak TPMK'na başvurusu yapılmalıdır.
- Kaman cevizinin ulusal ve uluslararası tüm platformlarda yerini alması için tüm fuar ve organizasyonlarda yerini alması sağlanmalıdır.

- Ahi Evran Üniversitesi öncülüğünde Kırşehir Coğrafi İşaret el kitabı oluşturulmalıdır. Kırşehir ilini ziyaret eden tüm misafirlere bu kitap veya broşür sunulmalı ve geniş alanlara yayılması sağlanmalıdır. Diğer halk için reklam yöntemi kullanılarak bir kitle oluşması sağlanmalıdır. Broşürlerde yemek kültürünün yansıtılması gastronomi turizmi açısından büyük yarar sağlayacaktır.
- Kırşehir ilinde gastronomi turizmi ile ilgili farkındalığın artması için önce yerel halka daha sonra isteyen herkesin katılabileceği eğitim programları düzenlenmelidir.
- Kaman cevizi, Höşmerim ve Kırşehir Çullaması için festival, fuar ve gezi gibi birçok yöntem kullanılarak bilinirliği arttırılmalıdır.
- Coğrafi işaret alan bu ürünlerin görsel olarak akılda kalıcılığının sağlanması için kurum ve kuruluşların ürünleri yönelik yerel amblem veya logo kullanmaları önem arz etmektedir. Özellikle gastronomik değer taşıyan yemeklerin içerisinde kullanılan malzemelerle ilgili akılda kalıcılığı sağlamak için görsellere yer verilmelidir.
- Uluslararası arenada yerini almak isteyen Kırşehir ili için yurt dışı faaliyetleri önem kazanmalı özellikle Kaman cevizi için ikili anlaşmalar sağlanmalıdır.
- Coğrafi işaretler ile ilgili gerekli web sayfaları hazırlanarak, yerel halkın ortak katılımıyla bir site kurulmalıdır. Bu sitede bölgede gelişim ve kalkınmayı sağlayacak gastronomik ürünlerle ilgili detaylı bilgi sunulması yararlı olacaktır.
- Höşmerim ve Kırşehir Çullaması eğitim derslerinde kullanılmalı ve özel teşviklerle satış ofisi haline getirilip şehrin ekonomisine katkı sağlanabilir.
- Turizm işletmeleri ve yiyecek içecek işletmeleriyle ortak bir çalışma sonucunda paket tur olarak tasarlanması sağlanmalıdır. Özellikle gastronomi turları il geçiş güzergahları belirlenerek gelişiminin önü açılmalıdır.
- Yöreye özgü gastronomi haritaları oluşturularak bölgesel farkındalık oluşturulmalıdır.

Çalışma ile ilgili birçok veriye Türk Patent Enstitüsü web sitesinden ulaşılmıştır. Bu durum yapılacak herhangi bir araştırmada bilgilere ulaşmada kaynakların yetersiz olduğunu göstermektedir. Bu araştırmada farklı ve detaylı bilgiye ulaşılmasını sağlayacak başka kaynaklara ulaşılamamıştır.

### **Etik Beyan**

"Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayını ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

## KAYNAKÇA

- Alonso , A. ve Lui, Y. (2011). "The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine: The Case Of The Fourtune Islands". International Journal Of Hospitality Management.
- Baltacı, A. (2019). "Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?" Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 368-388".
- Bozgeyik, H. (2009), "Coğrafi İşaretlerin Kullanımı Ve Denetimi (Antep Baklavasının Coğrafi İşaret Olarak Tescili Üzerine)". FMR Dergisi, 9(2), 9-22.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özdales 2021 Elliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi". Doğa Coğrafya Dergisi, 17(28), 193-214.
- Dikici A., Koluman A. ve Aktaş R. (2013). "Gıdaların Coğrafi İşaretlemesi", İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 39 (1), 136-138.
- Doğan, N. ve Adanacıoğlu, H. "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Pazarlama Karması (4P) Analizi: Gümüşhane İli Kürtün Araköy Ekmeği Örneği. 2021".
- Eren, F. Ve Sezgin, A. "Coğrafi İşaretli Yöresel Ürünlerin Destinasyonlar Açısından Önemi: Kapadokya Bölgesi Örneği". Journal Of Tourism Research Institute, 2021, 2.1: 61-78.
- Erkan, D., ve Oteli, N. "Erzurum İlinin Coğrafi İşaret (CI) Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi". Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research, 5(1), 102-122".
- Gökovalı, U. ve Özdemir, H. (2007), "Coğrafi İşaretler Ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği", Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 21 (2), 141- 160.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün Ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek1), 371-389.
- Kan, M. ve Gülçubuk, B. (2008). "Kırsal Ekonominin Canlanmasında Ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler". U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(2), S. 29-34.
- Karaca, O. B. (2016). "Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi". Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 3(1), 41-47.
- Mercan, O. ve ÜZÜLMEZ, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişmesindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği, S. 68- 94.
- Özer O. (2021). "Kayseri Hürmetçi Sazlığı'nın Coğrafi İşaretli Ürün Potansiyeli Ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi". Journal Of Tourism Research Institute, 2(2), 107-125.
- Nizam, D. (2011), "Coğrafi İşaretler Ve Küresel Piyasalarda Yerelleşen Tarım Ürünleri: Ege Pamuğu Logosu Üzerine Bir Saha Çalışması". Ekolojik Krize Yanıtlar Dergisi, 25, 87- 116.
- Okumuş, B. (2007). "Incorporating Local And International Cuisines İn The Marketing Of Tourism Destinations". The Cases Of Hong Kong And Turkey. Tourism Management, 28(1), 253-261.
- Orhan, A. (2012). "Yerel Değerlerin Turizm Türüne Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin Kullanımı". İzmit Pışmaniyesi Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 243- 254.

- Osman, Ö. (2021). "Kayseri Hürmetçi Sazlığı'nın Coğrafi İşaretli Ürün Potansiyeli Ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi". *Journal Of Tourism Research Institute*, 2(2), 107-125.
- Özbey, Z. ve Köşker, H. (2021). "Türk Mutfak Kültüründe Çorba Ve Coğrafi İşaretli Çorbalar Üzerine Bir Değerlendirme". *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 5(3), 471-489.
- Pashı, M. M. (2021). "Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Giresun İli Örneği". *Tourism And Recreation*, 3(1), 93-99.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret İle Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Katkısı. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 100, 118.
- Suratno, B. (2004), "Protection Of Geographical Indications", *IP Management Review*, 2, 87-93.
- Şahin, G. (2013). "Coğrafi İşaretlerin Önemi Ve Vize (Kırklareli) Coğrafi İşaretleri" Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 23- 37.
- Şentürk, B. (2011). "Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Mikro Ve Makro Açından Bir Değerlendirme". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Tannıkulu, M. (2012). "Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti Ve Tescil Edilmesinin Önemi". *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 92-103.
- Tregear, A. (1998). "Policy Initiatives For Regional Foods: Some Insights From Consumer Research". *Food Policy*, 23(5), 383-394.
- Türk Patent Enstitüsü (TPE) (2018) "Marka Ve Coğrafi İşaret Başvurularının Hazırlanması, Marka Ve Coğrafi İşaret İşlemleri İle İlgili Bilgiler Ve Gerekli Belgeler" TPE Yayınları, Ankara.
- Uygun, A. İ., Demiral, Y. M. Ve Uslu N. (2021). "Antalya İlinin Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi". *Medya Ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2), 91-104.
- Yenişınar, U. (2012). "Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi Ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlu Peyniri, S. 13-23".
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri". Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zografos, D. (2008), *Geographical Indications And Socio- Economic Development*, Working Paperer 3, United Kingdom.
- Quan, S., ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.