

Coğrafi İşarete Sahip Gıda Ürünlerinin Menülerde Kullanım Düzeylerinin Belirlenmesi: Gaziantep İli Örneği

Meryem CAN

Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı
myavuz@gantep.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9746-5573

Emrah KESKİN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ekeskin@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6565-4265

Geliş tarihi / Received: 27.06.2024

Kabul tarihi / Accepted: 11.08.2024

Abstract

Bu çalışmada Gaziantep ilinde yer alan turizm işletme belgesine sahip 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde coğrafi işaret tesciline sahip gıda ürünlerine yer verilme düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Gaziantep'te 21 adet turizm işletme belgesine sahip 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi sınıfında yer alan yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Araştırmanın evrenini ise Gaziantep ilinde yer alan turizm işletme belgesine sahip 17 adet 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi sınıfında yer alan yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır. Bunun sebebi 4 adet işletmenin farklı sebeplerden dolayı kapalı olmasıdır. Yapılan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında gerekli olan verileri elde edebilmek için işletmelerde farklı görevlerde çalışan 17 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucu elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi vasıtasıyla değerlendirilerek yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda 14 tane işletmenin menülerinde coğrafi işarete sahip gıda ürününün bulunduğu, 3 tanesinin menülerinde ise coğrafi işarete sahip gıda ürününün bulunmadığı tespit edilmiştir. Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine menülerinde yer veren 14 yiyecek içecek işletmesinde toplamda 84 çeşit coğrafi işaretli gıda ürününün bulunduğu saptanmıştır. Coğrafi işarete sahip ürünlere menülerde daha fazla yer verilebilmesi işletme çalışanlarına yönelik eğitim faaliyetlerinin düzenlenmesi, bu tür ürünlerin daha fazla tanıtımına yönelik daha sık ulusal ile uluslararası organizasyonların düzenlenmesi ve coğrafi işaretli ürünler kapsamında Ar-Ge çalışmalarının düzenlenip uygulanması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Coğrafi işaretleme, Gaziantep mutfağı, yiyecek içecek işletmeleri, gastronomi

Determining The Use Levels of Food Products With Geographical Indications In Menus: The Example Of Gaziantep Province

Abstract

The purpose of this study is to determine the level of inclusion of food products with geographical indication registration in the menus of food and beverage establishments in the class of 1st class restaurants and gastronomy facilities with tourism business certificates in Gaziantep. There are 21 food and beverage establishments in Gaziantep, which are classified as first-class restaurants and gastronomy facilities, with tourism business certificates. The population of the research consists of 17 first-class restaurants and food and beverage establishments in the gastronomy facility class, which have a tourism business certificate in Gaziantep. The reason for this is that 4 businesses are closed for different reasons. Qualitative research method was used in this study. In order to obtain the necessary data within the scope of the study, interviews were held with 17 people working in different positions in the enterprises. The data obtained as a result of the interviews were evaluated and interpreted through the descriptive analysis method. As a result of the study, it was determined that 14 businesses had food products with geographical indications in their menus, and 3 of them did not have food products with geographical indications in their menus. It was determined that there were a total of 84 types of geographically indicated food products in 14 food and beverage establishments that included food products with geographical indications in their menus. It is recommended that products with geographical indications should be included more in menus, training activities should be organized for business employees, more frequent national and international organizations should be organized for the promotion of such products, and R&D studies should be organized and implemented within the scope of geographically indicated products.

Keywords: *Geographical indication, Gaziantep cuisine, food beverage businesses, gastronomy*

Giriş

Gıda ürünlerinin coğrafi işaret ile tescillerinin sağlaması bölgelere ve ülkelere ekonomik olarak, sosyal olarak ve kültürel olarak birçok yarar sağlamaktadır. Ülke veya bölgelerin sahip oldukları gıda ürünlerinin coğrafi işaret ile korunması bir yandan gastronominin sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken, diğer yandan bir bölge veya ülkeye özgü gıda ürünlerinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olabilmektedir (Kavas, 2023).

Doğal ve yerel gıda ürünlerine karşı ilginin artmasıyla bölge veya ülkeler gıda ürünlerinin kalite ve değerlerini artırabilmek için sahip oldukları gıda ürünlerini coğrafi işaret ile tescilini sağlayarak koruma altına almayı amaçlayıp

ürünlerinin katma değerlerini artırmaktadırlar (Doğanlı, 2020). Bu bağlamda önem arz eden coğrafi işaret kavramı; tüketiciler açısından ürünün kaynak kısmını, belirgin özelliklerini ve ürünün belirgin özellikleri ile coğrafi alan arası ilişkiyi işaret eden, bu doğrultuda garanti sağlayan bir kalite işareti olarak ifade edilmektedir (Kayran, 2021, s.22). Coğrafi işaret, ürünlerin bir ülke, yöre veya bölge ile arasındaki yakın ilişkiyi işaret eden semboller olarak ifade edilmektedir (Hazarhun ve Tepeci, 2018, s.374). Coğrafi işaretler ürünlerin tescil alabilmesi, tanıtımlarının artırılması ile bu doğrultuda ürünlerin birer turizm ürünü haline dönüştürülmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Coğrafi işaretler ürünlerin belgelenmesini sağlayarak benzer ya da taklitlerine yönelik korunma ger-

çekleştirmektedir (Yenipınar vd., 2014, s.13). Nitekim değişen tüketim alışkanlıkları ile tüketime sunulan gıdaların kökeni(menşei) önem arz etmeye başlamış, bunun yanı sıra tüketime sunulan gıda maddelerinin hangi üretim aşamalarından geçtiği de merak konusu haline gelmiştir (Orhan, 2010). Bu bağlamda coğrafi işaret konusunun ilgili alan yazında önem arz eden bir konu haline geldiği söylenebilir.

Literatür incelendiğinde coğrafi işarete sahip ürünün yer aldığı bölge yada yöreye katkı sunma durumunu baz alan (Arıkan, 2017; Gündoğdu, 2014; Kan, 2011; Yılmaz vd., 2021), tüketici kesiminin coğrafi işarete sahip ürünleri tüketebilme durumları ile coğrafi işarete sahip ürünlere diğer ürünlerden daha çok ödeme yapma durumunun belirlenmesi durumunu baz alan (Çakaloğlu, 2015; Duman, 2018; Menapace vd., 2011; Meral ve Şahin, 2013; Meral, 2013), coğrafi işarete sahip ürünlerin turizme yönelik sundukları katkıları belirlemeye yönelik (Güleç ve Cömert, 2022; Karakulak, 2016; Kök ve Güngör, 2021; Mercan ve Üzülmez, 2014) yapılmış çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Yöresel mutfak kültürüne ait ürünlerin konaklama ile yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde bulunma durumlarını inceleyen (Akkuş ve Şimşek, 2019; Bayat, 2018; Bayat, 2020; Dündar Arıkan, 2017; Kızılgöçü, 2019; Ray ve Demirtaş, 2019; Sandıkçı vd., 2015; Sormaz vd., 2020; Yavuz ve Özkanlı, 2019; Yıldırım vd., 2018) farklı çalışmalar yapıldığı görülürken, coğrafi işarete sahip ürünlerin yiyecek içecek işletme menülerinde yer alma durumunu araştıran (Hazarhun ve Tepeci, 2018; Işın ve Yalçın, 2020; Kendir, 2020; Murat ve Ergen, 2022; Orhan, 2010; Polat, 2017; Şahin ve Güçlütürk Baran, 2022; Yazıcıoğlu vd., 2019; Yıldız ve Akdemir, 2020; Yılmaz ve Çilingir Ük, 2021) çalışmaların sayıca az olduğu görülmektedir. Gaziantep ili kapsamında ise bu bağlamda yapılan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle çalışma Gaziantep iline ait coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin bu bölge-

de bulunan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alma düzeylerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Belirlenen amaç doğrultusunda gerçekleştirilen çalışmanın Gaziantep iline ait coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin menülerinde yer alma düzeyini belirlemek, bu konuda farkındalığı artırmak ve bölgenin sahip olduğu turizm potansiyelini daha fazla geliştirmek için katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Coğrafi işaret

Coğrafi işaretin tarih olarak başlangıcı tam olarak bilinmemekte olup, coğrafi işaret uygulamalarının milattan önceye dayandığına yönelik görüşler bulunmaktadır (Kök, 2022, s.6). Coğrafi işaretin ortaya çıkmasındaki ilk nedenin ürünleri ayırt edebilmek olduğu aktarılmaktadır (Işık, 2022, s.44). Coğrafi işaret kavramı olarak Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO)'nün hazırladığı, 1975 yılında yayımlanan Uluslararası Sözleşme Taslağında yer almıştır (Özgür, 2011, s.11). Coğrafi işaret, tüketiciler açısından ürünün kaynak kısmını, belirgin özellikleri ve ürünün belirgin özellikleri ile coğrafi alan arası ilişkiyi gösteren ve bu bağlamda garanti sağlayan bir kalite işareti olarak ifade edilmektedir (Kayran, 2021, s.22). Coğrafi işaretler; üretici ile tüketiciyi oluşturan haksız rekabete yönelik koruyan, tüketicilerin ürünün kökeni ile sahip olduğu kalitesi hakkında bilgi edinmesini sağlayan, istihdam ile kazanç sağlayarak kırsal kalkınmayı güçlendiren resmi bir kalite işaretidir (Tekelioğlu, 2021). Coğrafi işaret uygulamaları yöresel özellik gösteren ürünlerin değerlerinin artırılmasını sağlar, katma değer artırılmasına katkıda bulunur ve yörenin ekonomik değer kazanmasına yardımcı olur. (Suna ve Uçuk, 2018, s.101).

Türkiye’de Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakkı kapsamında Türk Patent ve Marka Kurumu yetkilidir (Aslan ve Kaya, 2017, s.2). Türk Patent ve Marka Kurumu tarafınca verilen coğrafi işaretler menşe adı, mahreç işareti ile geleneksel ürün

adı olarak üç gruba ayrılmaktadır (Yılmaz ve Çilingir Ük, 2021, s.387). Coğrafi sınırları belirli bir yöre, bölge ya da ülkeden kaynaklanan, tüm ana özelliklerini belirlenen alanın doğal ve beşerî unsurlarından alan ve bu bağlamda ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer tüm işlemlerinin belirtilen coğrafi alanın içerisinde gerçekleştirilmesi üzerine elde edilen ürünü belirtmek için kullanılan isimler menşe olarak adlandırılmaktadır. Mahreç işareti; bir ürünün öne çıkan bir niteliği, ünü ya da özelliği açısından, üretimi, işlenmesi veya diğer işlemlerden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içerisinde gerçekleştirilmesiyle elde edilen ürünlere verilen işaret olarak tanımlanabilmektedir (Mevzuat Bilgi Sistemi, 2024). Menşe ve mahreç işaretleri kapsamında bulunmayan herhangi bir ürünü belirtmek için geleneksel bir şekilde en az otuz yıl süre boyunca kullanıldığı kanıtlanan isimler birtakım şartlardan en az birini sağladığı takdirde ise geleneksel ürün adı ile ifade edilebilmektedir. Bir ürünün geleneksel ürün adı ile tarif edilmesi için; geleneksel üretim ya da işleme metodu veya geleneksel bir bileşimden kaynaklanması, geleneksel olarak isimlendirilen hammadde ya da malzemeden meydana getirilmiş olması gerekmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024b).

Avrupa Birliği'nde yayınlanan 2081/92 sayılı Tüzük örnek alınarak Türkiye'de coğrafi işaretleme önemi ön plana çıkmıştır. İfade edilen tüzük baz alınarak 1995 yılı itibariyle 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname Türkiye'de uygulamaya konulmuştur. Kararname coğrafi işarete sahip ürünleri koruyabilmek için doğal ürünler, maden, el sanatları, tarım ve sanayi ürünlerinin geliştirilmesinin sağlanması ile korunabilmesi için oluşturulmuş yasal bir düzenleme olarak ifade edilmektedir (Çalışkan ve Koç, 2012, s.193). Türkiye'de coğrafi işaretleme ile ilgili süreç 1996 yılında başlama göstermiş ve ardından ilk tesciller 1997 yılında gerçekleştirilmiştir (Oraman, 2015, s.79). 2023 yılı itibariyle Türkiye'de

bulunan Avrupa Birliği tescilli gıda ürünleri ise Antep Baklavası, Aydın İnciri, Malatya Kayısı, Aydın Kestanesi, Taşköprü Sarımsağı, Milas Zeytinyağı, Bayramiç Beyazı, Giresun Tombul Fındığı ve Antakya Künefesidir (European Union Intellectual Property Network, 2023). Türkiye'de coğrafi işarete sahip ürünlerin gruplara göre dağılımları incelendiğinde elde edilen verilere göre 377 tescilli ürün sayısı ile yemekler ve çorbalar kategorisi en fazla tescilli ürüne sahip kategori olurken, ikinci sırada 288 tescilli ürün ile işlem görmüş ve işlem görmemiş meyve ve sebzeler ile mantar kategorisi yer almakta, üçüncü sırada ise 279 tescilli ürün ile fırın ve pastacılık mamulleri, hamur işleri ile tatlılar kategorisi yer almakta olduğu görülmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023a). Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip olmayan bir il bulunmamakla birlikte elde edilen veriler doğrultusunda en çok coğrafi işaret tesciline sahip olan illerin; Gaziantep, Konya, Diyarbakır, Erzurum, Şanlıurfa, Ankara, Malatya ve İzmir olduğu aktarılmıştır (Budak, 2017; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023b).

Gaziantep'in coğrafi işaretli gıda ürünleri

Gaziantep, Mezopotamya, Anadolu ile Mısır'ın kesişim noktasında Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesinin birinci, Türkiye'nin ise altıncı büyük şehri olmakla birlikte coğrafi alan açısından önemli bir konumda yer almaktadır (Özbadem vd., 2014; Sabbağ, 2015; Süzer ve Özkanlı, 2020). Bu bağlamda Gaziantep mutfağı coğrafyası, iklimi, bitki örtüsü ile üretim biçimi gibi faktörlere bağlı olarak dünya genelinde tescillenen ve yemek çeşitliliği açısından zengin bir mutfak özelliği göstermektedir (Uçuk ve Kayran, 2020; Yazgan Serinkaya, 2017). Gaziantep'in 2015 yılında UNESCO tarafınca Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Kenti ilan edilmesi bu görüşü desteklemektedir. Gaziantep'in Yaratıcı Şehirler Ağı içerisinde yer almasının sebepleri, mutfağına ait çok sayıda ürün bulundurması ve mutfağında yerel bir özelliğe sahip ürün kulla-

nımının oldukça yaygın bir özellik göstermesi olduğu ifade edilmektedir (Süzer ve Özkanlı, 2020). Tüm bu ifadeler doğrultusunda 2024 yılı itibari ile ise Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Gaziantep ilinde tescillenen ürün sayısının yükseliş göstererek 106 adete ulaştığı

ifade edilmektedir. Bu ürünlerden 101 tanesi gıda ürünüdür (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Bu doğrultuda Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünleri Çizelge 1'de verilmektedir.

Çizelge 1

Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünleri (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024; Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024a)

No	Gıda ürünü	Coğrafi işaret türü	Tescil tarihi	Ürün grubu
1	Antep allı yeşilli dolma /Antep nakışlı dolma /Antep yaz dolması	Mahreç	01.07.2021	Yemekler ve çorbalar
2	Antep baklavası	Mahreç	04.01.2008	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
3	Antep beyranı	Mahreç	13.01.2017	Yemekler ve çorbalar
4	Antep bulguru / Gaziantep bulguru	Mahreç	25.12.2017	Diğer ürünler
5	Antep dolmalık biber kurusu / Gaziantep dolmalık biber kurusu	Menşe	10.05.2021	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
6	Antep firığı	Menşe	24.11.2017	Diğer ürünler
7	Antep fıstık ezmesi (Antepfıstığı ezmesi / Gaziantep fıstık ezmesi)	Mahreç	20.11.2017	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler
8	Antep fıstığı	Menşe	17.05.2000	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
9	Antep katmeri	Mahreç	07.12.2017	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
10	Antep kurabiyesi	Mahreç	18.06.2019	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
11	Antep kuruluk patlıcanı (Gaziantep kuru patlıcanı)	Menşe	14.08.2018	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
12	Antep köy kahkesi (Gaziantep köy kahkesi)	Mahreç	25.12.2017	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
13	Antep menengiç kahvesi / Gaziantep menengiç kahvesi / Antep melengiç kahvesi / Gaziantep melengiç kahvesi	Menşe	16.12.2020	Diğer ürünler
14	Antep meyan şerbeti (Gaziantep meyan şerbeti, Antep meyan kökü şerbeti)	Mahreç	01.07.2019	Alkolsüz içecekler
15	Antep muskası (Gaziantep muskası)	Mahreç	13.06.2018	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler
16	Antep pekmezi / Gaziantep pekmezi	Mahreç	24.07.2020	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar

17	Antep peyniri / Gaziantep peyniri / Antep sıkma peyniri	Mahreç	04.06.2018	Peynirler
18	Antep sumacı	Mahreç	08.07.2021	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz
19	Antep tırnaklı pidesi / Gaziantep tırnaklı pidesi / Antep pidesi	Mahreç	31.10.2017	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
20	Antep urmu dut şurubu / Gaziantep urmu dut şurubu	Menşe	28.09.2020	Alkolsüz içecekler
21	Antep yuvarlaması / Antep yuvalaması	Mahreç	13.01.2017	Yemekler ve çorbalar
22	Antep şiveydizi	Mahreç	15.03.2018	Yemekler ve çorbalar
23	Araban sarımsağı	Menşe	01.09.2020	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
24	Gaziantep alenaziği /Antep alenaziği	Mahreç	04.05.2021	Yemekler ve çorbalar
25	Gaziantep börek çorbası / Antep börek çorbası	Mahreç	02.07.2021	Yemekler ve çorbalar
26	Gaziantep çağırtlak kebabı/ antep çağırtlak kebabı / Gaziantep cartlak kebabı / Antep cartlak kebabı	Mahreç	09.08.2021	Yemekler ve çorbalar
27	Gaziantep doğrama/ Antep doğrama	Mahreç	15.05.2021	Yemekler ve çorbalar
28	Gaziantep fasulyeli kabak dolması	Mahreç	20.04.2021	Yemekler ve çorbalar
29	Gaziantep haveydi köfte / Antep haveydi köfte	Mahreç	21.04.2021	Yemekler ve çorbalar
30	Gaziantep kabaklama/ Antep kabaklama	Mahreç	03.06.2021	Yemekler ve çorbalar
31	Gaziantep kuymağı/ Antep kuymağı	Mahreç	07.12.2020	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
32	Gaziantep küşleme kebabı/ Antep küşleme kebabı	Mahreç	09.02.2021	Yemekler ve çorbalar
33	Antep lahmacunu / Gaziantep lahmacunu	Mahreç	20.11.2017	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
34	Gaziantep lebeniye çorbası/Antep lebeniye çorbası	Mahreç	15.05.2021	Yemekler ve çorbalar
35	Gaziantep malhıtalı köftesi/ Gaziantep mercimekli köftesi	Mahreç	09.02.2021	Yemekler ve çorbalar
36	Gaziantep mumbar dolması/ Antep mumbar dolması	Mahreç	06.08.2021	Yemekler ve çorbalar
37	Gaziantep nohut dürümü/ Antep nohut dürümü	Mahreç	17.12.2020	Yemekler ve çorbalar
38	Gaziantep Oğuzeli narı / Antep Oğuzeli narı	Menşe	02.09.2019	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
39	Gaziantep sarımsak aşısı	Mahreç	16.11.2020	Yemekler ve çorbalar
40	Gaziantep sarımsak kebabı	Mahreç	16.11.2020	Yemekler ve çorbalar

41	Gaziantep sebzeli peynirli böreği / Antep sebzeli peynirli böreği	Mahreç	06.08.2021	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
42	Gaziantep simit kebabı/ Antep simit kebabı	Mahreç	19.04.2021	Yemekler ve çorbalar
43	Gaziantep sütlü zerdesi/Gaziantep astarlı sütlacı	Mahreç	26.11.2020	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
44	Gaziantep süzek yapması / Antep süzek yapması	Mahreç	15.05.2021	Yemekler ve çorbalar
45	Gaziantep tene katması / Antep tene katması	Mahreç	20.04.2021	Yemekler ve çorbalar
46	Gaziantep yağlı köfte / Antep yağlı köfte	Mahreç	01.07.2021	Yemekler ve çorbalar
47	Gaziantep yenedünya kebabı/ Antep yenedünya kebabı	Mahreç	30.04.2021	Yemekler ve çorbalar
48	Gaziantep yeşil zeytin böreği	Mahreç	16.11.2018	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
49	Gaziantep yoğurtlu patates/ Antep yoğurtlu patates	Mahreç	15.05.2021	Yemekler ve çorbalar
50	Gaziantep öz çorba/ Antep öz çorba	Mahreç	09.02.2021	Yemekler ve çorbalar
51	Gaziantep içli köftesi / Antep içli köftesi	Mahreç	12.07.2021	Yemekler ve çorbalar
52	Gaziantep şekerli peynirli böreği/ Antep şekerli peynirli böreği	Mahreç	06.08.2021	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
53	Gaziantep/ Antep alaca çorba	Mahreç	09.06.2021	Yemekler ve çorbalar
54	Gaziantep/ Antep erik tavaşı	Mahreç	30.04.2021	Yemekler ve çorbalar
55	Gaziantep/ Antep firik pilavı	Mahreç	19.04.2021	Yemekler ve çorbalar
56	Gaziantep/ Antep firikli acur dolması	Mahreç	26.03.2021	Yemekler ve çorbalar
57	Gaziantep/ Antep keme kebabı	Mahreç	18.05.2021	Yemekler ve çorbalar
58	Nizip nanesi	Menşe	12.03.2020	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz
59	Nizip patlıcanı	Menşe	20.11.2020	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
60	Nizip zeytinyağı	Mahreç	05.06.2012	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar
61	Oğuzeli kurutmalığı	Mahreç	08.04.2021	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
62	Oğuzeli nar ekşisi	Mahreç	03.12.2020	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz
63	Gaziantep / Antep altı ezmeli kebab, Gaziantep / Antep altı ezmeli kuşbaşı kebabı, Gaziantep / Antep altı ezmeli kıyma kebabı	Mahreç	20.08.2021	Yemekler ve çorbalar
64	Gaziantep/ Antep maş piyazı	Mahreç	02.09.2021	Yemekler ve çorbalar
65	Gaziantep bürk aşısı / Gaziantep mıcırık aşısı	Mahreç	04.10.2021	Yemekler ve çorbalar
66	Gaziantep arap köftesi / Antep arap köftesi	Mahreç	19.10.2021	Yemekler ve çorbalar

67	Gaziantep dolangel tatlısı	Mahreç	15.11.2021	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
68	Gaziantep pırpırım aşısı / Antep pırpırım aşısı	Mahreç	06.12.2021	Yemekler ve çorbalar
69	İslahiye biberi	Menşe	05.01.2022	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
70	Gaziantep / Antep ekşili / akıtmalı ufak köfte	Mahreç	17.01.2022	Yemekler ve çorbalar
71	Gaziantep/ Antep çağla aşısı	Mahreç	24.01.2022	Yemekler ve çorbalar
72	Antep peynirli ırmık helvası / Gaziantep peynirli ırmık helvası	Mahreç	10.02.2022	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
73	Gaziantep buhara pilavı / Antep buhara pilavı	Mahreç	23.02.2022	Yemekler ve çorbalar
74	Gaziantep damat dolması / Gaziantep kuzu içli kabak dolma	Mahreç	14.02.2022	Yemekler ve çorbalar
75	Gaziantep yoğurtlu taze fasulye/ Antep yoğurtlu taze fasulye	Mahreç	10.02.2022	Yemekler ve çorbalar
76	Antep kübban ekmeği	Mahreç	07.03.2022	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
77	Gaziantep/ Antep maş çorbası	Mahreç	07.03.2022	Yemekler ve çorbalar
78	Antep zahter balı / Gaziantep zahter balı	Menşe	24.03.2022	Bal
79	Gaziantep/Antep sebze kebap	Mahreç	31.01.2022	Yemekler ve çorbalar
80	Antep haylan kabağı kuru / Gaziantep haylan kabağı kuru	Mahreç	07.04.2022	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
81	Antep karası kuru üzümü	Mahreç	07.04.2022	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
82	Gaziantep acur-biber turşusu	Mahreç	31.03.2022	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
83	Gaziantep bülbül yuvası	Mahreç	06.04.2022	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
84	Gaziantep haylan kabağı dolması / Antep haylan kabağı dolması	Mahreç	07.04.2022	Yemekler ve çorbalar
85	Gaziantep koruk ekşisi	Mahreç	11.04.2022	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz
86	Gaziantep muhammarası	Mahreç	11.04.2022	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz
87	Gaziantep sini köftesi	Mahreç	11.04.2022	Yemekler ve çorbalar
88	Gaziantep şöbiyeti / Antep şöbiyeti	Mahreç	06.04.2022	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
89	Gaziantep / Antep yarım tava	Mahreç	13.04.2022	Yemekler ve çorbalar
90	Gaziantep omacı/ Antep omacı/pisik köftesi	Mahreç	18.04.2022	Yemekler ve çorbalar
91	Gaziantep şirin tarhanası	Mahreç	15.04.2022	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
92	Gaziantep/ Antep ayvalı ekşili taraklık	Mahreç	18.04.2022	Yemekler ve çorbalar
93	Antep zahter çayı /Gaziantep zahter çayı	Mahreç	18.05.2022	Diğer ürünler

94	Antep biber salçası / Gaziantep biber salçası	Mahreç	14.09.2022	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
95	Gaziantep malhatalı aşılı/lapası	Mahreç	19.12.2022	Yemekler ve çorbalar
96	Gaziantep/ Antep bakla tavası	Mahreç	08.02.2023	Yemekler ve çorbalar
97	Gaziantep simit aşılı/ Antep simit aşılı	Mahreç	21.07.2023	Yemekler ve çorbalar
98	Sof domatesi	Mahreç	25.12.2023	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
99	Nizip mızar havucu	Mahreç	24.01.2024	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
100	Gaziantep pirinçli böreği	Mahreç	20.02.2024	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
101	Gaziantep haylan kabağı reçeli	Mahreç	13.05.204	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar

Yöntem

Araştırmanın ana problemini, Gaziantep'te yer alan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin bulunma düzeylerinin tespiti oluşturmaktadır. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2024 verilerine göre Gaziantep'te 21 adet turizm işletme belgesine sahip 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi yiyecek içecek işletmesi bulunmaktadır. Araştırmanın evrenini Gaziantep ilinde yer alan turizm işletme belgesine sahip 17 adet 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi yiyecek içecek işletmesi oluşturmaktadır. Çalışmada 17 adet 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi yiyecek ve içecek işletmesinin yer almasının sebebi 4 adet işletmenin farklı sebeplerden dolayı kapalı olmasıdır. 17 olan evren sayısının tamamına ulaşılmış ve tam sayım yapılmıştır. Gaziantep'in araştırmacı tarafından inceleme alanı olarak belirlenmesinin nedenleri ise; Gaziantep ilinin 2015 yılında UNESCO tarafınca Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Kenti ilan edilmesi, Türkiye genelinde bu bağlamda değerlendirilen ilk şehir olması ve Türkiye genelinde gastronomi özelinde 101 adet ile en fazla coğrafi işaretli gıda ürününe sahip il olma gibi özellikler gösterilebilir.

Ana problem ve amaca uygun şekilde yapılan bu çalışmada tümevarım yöntemi temel alınarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi vasıtasıyla elde edilen verilerin yapısı, kaynak olarak seçilen kişilerden

sözlü olarak, yazılı olarak ya da beden dili yoluyla ulaşılan verilerin betimsel veya metinsel analiz edilebilmesi üzerine entegredir (Kozak, 2017, s.33). Çalışmada nitel araştırma yönteminin tercih edilmesinin nedeni derinlemesine bilgi edinme isteğidir. Araştırmanın örneklemini Gaziantep ilinde yer alan 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisleri oluşturmaktadır.

Yapılan bu çalışmada gerekli olan verileri elde edebilmek için görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir ve yarı yapılandırılmış görüşme formundan faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan görüşme formu yarı yapılandırılmış bir özelliğe sahip olup, toplam 4 adet açık uçlu sorudan meydana gelmektedir. Çalışma kapsamında kullanılan sorular literatür incelemesi sonucunda konu ile ilgili daha önce gerçekleştirilen çalışmaların incelenmesi ve alanında uzman akademisyenlerin görüşlerinin alınması sonucu oluşturulmuştur.

Görüşme formunda yer verilen sorular şu şekildedir:

- Kaynak kişinin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi, işletmedeki görevi, işletmede çalışma süresi)
- İşletmenin özellikleri (faaliyet süresi, kapasitesi, menü türü, sınıfı)

- Coğrafi işaret kavramı size ne ifade ediyor?
- Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünü potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?
- İşletme menünüzde Gaziantep'in hangi coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer veriyorsunuz? Neden? / ya da yer vermiyorsunuz? Neden?
- Gaziantep'te coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilir için neler yapılabilir?

Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda ulaşılan veriler betimsel analiz yöntemi vasıtasıyla değerlendirilerek yorumlanmaları sağlanmıştır. Betimsel analiz, ulaşılan verilerin önceden belirlenmesi sağlanmış temalar bağlamında özetlenmesi ile yorumlanmasına dayandırılan bir analiz çeşididir. (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.239). Yapılan bu çalışmada ulaşılan veriler görüşme formunda bulunan sorulara göre sınıflandırılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Yapılan çalışma Gaziantep Üniversitesi Etik

Kurul Başkanlığı'nın 56 sayılı kararı doğrultusunda ve 03.06.2024 tarihli etik kurul onayına tabi olarak 15.06.2024 ile 22.06.2024 tarihleri arasında Gaziantep ili sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma, görüşme formunda yer verilen sorular ve bu sorulara yanıt veren kişilerin cevapları ile sınırlıdır.

Bulgular

Çalışma kapsamında katılımcılara ait demografik özellikler Çizelge 2'de verilmiştir. Katılımcıların %94,11'nin erkeklerden oluştuğu, %11,7'sinin aynı oranlar ile 34, 42 ve 45 yaşlarında olduğu ve %52,9'nun lise mezunu olduğu saptanmıştır. Mesleki deneyim sürelerinin yıllara göre dağılımı temel alındığında katılımcıların %17,6'sının 30 yıllık tecrübeye sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların %35,2'sinin buldukları işletmedeki görevi mutfak şefi olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %17,6'sının aynı oranlar ile 8 yıl ve 2 yıl süre ile buldukları işletmelerde çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Çizelge 2

Katılımcıların demografik özellikleri

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim durumu	Mesleki deneyim süresi	İşletmedeki görevi	İşletmedeki çalışma süresi
K1	Erkek	37	Lise	24 Yıl	Mutfak şefi	4 Yıl
K2	Erkek	34	Ön lisans	16 Yıl	Müdür yardımcısı	2.5 Yıl
K3	Erkek	55	Lise	30 Yıl	İşletme müdürü	11 Yıl
K4	Erkek	42	İlköğretim	30 Yıl	Mutfak şefi	10 Yıl
K5	Erkek	41	Lise	25 Yıl	Mutfak şefi	8 Yıl
K6	Erkek	42	Lise	18 Yıl	İşletme müdürü	2 Yıl
K7	Erkek	44	Ön lisans	2 Yıl	İşletme ortağı	2 Yıl
K8	Erkek	28	Lise	13 Yıl	Mutfak şefi	1 Yıl
K9	Erkek	36	Lise	19 Yıl	İşletme müdürü	4 Yıl
K10	Erkek	31	Ön lisans	12 Yıl	İşletme müdürü	3.5 Yıl
K11	Erkek	46	İlköğretim	35 Yıl	Mutfak şefi	8 Yıl
K12	Erkek	33	Lise	10 Yıl	Mutfak şefi yardımcısı	10 Yıl
K13	Erkek	56	Lise	6 Yıl	İşletme sahibi	6 Yıl
K14	Erkek	45	İlköğretim	30 Yıl	Mutfak şefi	12 Yıl
K15	Erkek	49	İlköğretim	15 Yıl	İşletme sahibi	8 Yıl
K16	Kadın	45	Lise	26 Yıl	Yöresel kısım şefi	2.5 Yıl
K17	Erkek	34	Ortaokul	25 Yıl	Sıcak kısım şefi	2 Yıl

Çalışmada yer alan işletmelerin özellikleri Çizelge 3’de yer almaktadır. İşletmelerin %17,6’sının aynı oranlar ile 4 yıl ve 10 yıldır faaliyette bulunmaya devam ettikleri tespit edilmiştir. İşletmelerin %17,6’sının 300 kişilik

kapasiteye sahip oldukları görülmektedir. İşletmelerin %88,2’sinde Alakart menü kullanılmaktadır. İşletmelerin % 64,7’si 1.sınıf lokanta sınıfında yer almaktadır.

Çizelge 3

İşletmelerin özellikleri

Kod	Faaliyet süresi	Kapasitesi	Menü türü	Sınıfı
İ1	4 Yıl	235 Kişi	Alakart menü	Gastronomi tesisi
İ2	2.5 Yıl	155 Kişi	Alakart menü	Gastronomi tesisi
İ3	11 Yıl	200 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ4	13 Yıl	220 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ5	16 Yıl	530 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ6	10 Yıl	410 Kişi	Alakart menü	Gastronomi tesisi
İ7	3 Yıl	430 Kişi	Alakart menü ve fiks menü	Gastronomi tesisi
İ8	13 Yıl	300 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ9	4 Yıl	500 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ10	4 Yıl	280 Kişi	Alakart menü	Gastronomi tesisi
İ11	15 Yıl	320 Kişi	Alakart menü ve fiks menü	1.sınıf lokanta
İ12	10 Yıl	300 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ13	6 Yıl	660 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ14	16 Yıl	575 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ15	10 Yıl	300 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta
İ16	2.5 Yıl	500 Kişi	Alakart menü	Gastronomi tesisi
İ17	12 Yıl	320 Kişi	Alakart menü	1.sınıf lokanta

Çalışma kapsamında yer alan katılımcılara ilk olarak yöneltilen açık uçlu soru “Coğrafi işaret kavramı size ne ifade ediyor?” sorusudur. Ka-

tılımcıların coğrafi işaret kavramı hakkındaki görüşleri Çizelge 4’de verilmiştir.

Çizelge 4

Katılımcıların coğrafi işaret kavramı hakkındaki görüşleri

Coğrafi işaret kavramının ne ifade ettiği	Frekans (n)	Yüzde (%)
Bölge veya yöreye özel	2	11,7
Kültürel yapı	1	5,8
Yöresel ürün	1	5,8
Organiklik	2	11,7
Gıda	2	11,7
İfade etmiyor	2	11,7
Beğeni duygusu	1	5,8
Reklam	1	5,8
Doğallık	4	23,5
Yöresellik	4	23,5
Kültür	1	5,8
Şehirler	1	5,8
Örf-adet	1	5,8
Lezzet	1	5,8
Tarih	1	5,8
Özgünlük	1	5,8

Çizelge 4'e katılımcıların %23,5'i coğrafi işaret kavramının doğallığı ve %23,5'i yöreselliği ifade ettiği şeklinde görüşlerini bildirmişlerdir. Çalışma kapsamında yer alan katılımcılara ikinci yöneltilen açık uçlu soru "Gaziantep'in

coğrafi işarete sahip gıda ürünü potansiyeli hakkında ne düşünüyorsunuz?" sorusudur. Katılımcıların Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünü potansiyeli hakkındaki görüşleri Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5

Katılımcıların Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünü potansiyeli hakkındaki görüşleri

Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünü potansiyeli	Frekans (n)	Yüzde (%)
Çok iyi	12	70,5
İyi	2	11,7
Zayıf	1	5,8
Bilmiyorum	2	11,7

Çizelge 5'e göre katılımcıların %70,5'i Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürün potansiyelinin çok iyi olduğunu diğer bir deyişle oldukça yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Potansiyelin çok iyi olduğunu ifade eden katılımcılardan K1 "Gaziantep coğrafi işarete sahip gıda ürünü açısından diğer bölge ve ülkeler ile yarışacak durumda" şeklinde, K2 "Gayet geniş bir yelpazeye sahip" şeklinde, K7 "Çok zengin bir mutfagımız var" şeklinde ve K8 "Gün geçtikçe gelişen bir şehir burası" şeklinde ilave ifade-

ler ile belirttikleri görüşlerini desteklemişlerdir. Çalışma kapsamında yer alan katılımcılara yöneltilen üçüncü açık uçlu soru "İşletme menüsünde Gaziantep'in hangi coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer veriyorsunuz? Neden? / ya da yer vermiyorsunuz? Neden?" sorusudur. Turizm işletme belgeli 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilme durumu Çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6

Turizm işletme belgeli 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilme durumu

Menüde yer verilme durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
Yer veriliyor	14	82,3
Yer verilmiyor	3	17,6

Çizelge 6'ya göre çalışma kapsamında yer alan işletmelerin %82,3'nün menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer vermekte olduğu, %17,6'sının ise menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünleri-

ne yer vermemekte olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında Gaziantep'te yer alan turizm işletme belgeli 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde yer alan coğrafi işaretli gıda ürünleri Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7

Gaziantep'te yer alan turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde yer alan coğrafi işarete sahip gıda ürünleri

Coğrafi işaretli gıda ürünleri	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gaziantep içli köftesi/ Antep içli köftesi	9	52,9
Antep katmeri	4	23,5
Antep peyniri / Gaziantep peyniri / Antep sıkma peyniri	10	58,8
Antep tırnaklı pidesi / Gaziantep tırnaklı pidesi / Antep pidesi	9	52,9
Gaziantep muhammarası	12	70,5
Antep biber salçası / Gaziantep biber salçası	7	41,1
Antep fıstığı	10	58,8
Gaziantep alenaziği /Antep alenaziği	7	41,1
Antep pekmezi / Gaziantep pekmezi	4	23,5
Antep karası kuru üzümü	4	23,5
Antep kuruluk patlıcanı (Gaziantep kuru patlıcanı)	7	41,1
Antep yuvarlaması / Antep yuvalaması	7	41,1
Gaziantep / Antep ekşili / akıtmalı ufak köfte	4	23,5
Gaziantep sarımsak kebabı	8	47,0
Gaziantep yenedünya kebabı/Antep yenedünya kebabı	6	35,2
Gaziantep küşleme kebabı/Antep küşleme kebabı	9	52,9
Antep lahmacunu / Gaziantep lahmacunu	7	41,1
Gaziantep sebzeli peynirli böreği /Antep sebzeli peynirli böreği	6	35,2
Gaziantep sütlü zerdesi/Gaziantep astarlı sütlacı	5	29,4
Gaziantep/Antep keme kebabı	6	35,2
Antep peynirli irmik helvası / Gaziantep peynirli irmik helvası	8	47,0
Gaziantep acur-biber turşusu	9	52,9
Gaziantep/Antep ayvalı ekşili taraklık	5	29,4
Antep allı yeşilli dolma/Antep nakışlı dolma/Antep yaz dolması	5	29,4
Antep dolmalık biber kuru / Gaziantep dolmalık biber kuru	6	35,2
Gaziantep Oğuzeli narı /Antep Oğuzeli narı	3	17,6
Gaziantep yeşil zeytin böreği	5	29,4
Gaziantep simit kebabı/Antep simit kebabı	6	35,2
Gaziantep şekerli peynirli böreği/ Antep şekerli peynirli böreği	4	23,5
Gaziantep/Antep maş çorbası	2	11,7
Nizip zeytinyağı	6	35,2
Oğuzeli kurutmalığı	4	23,5
Oğuzeli nar ekşisi	4	23,5
Gaziantep/Antep altı ezmeli kebab, Gaziantep/Antep altı ezmeli kuşbaşı kebabı, Gaziantep/Antep altı ezmeli kıyma kebabı	7	41,1
Antep kübban ekmeği	4	23,5
Gaziantep/Antep sebzeli kebab	6	35,2
Antep haylan kabağı kuru / Gaziantep haylan kabağı kuru	1	5,8
Antep sumağı	3	17,6
Gaziantep haylan kabağı dolması / Antep haylan kabağı dolması	1	5,8
Gaziantep koruk ekşisi	6	35,2
Antep bulguru / Gaziantep bulguru	5	29,4
Antep menengiç kahvesi / Gaziantep menengiç kahvesi / Antep melengiç kahvesi / Gaziantep melengiç kahvesi	3	17,6

Antep meyan şerbeti (Gaziantep meyan şerbeti, Antep meyankökü şerbeti)	6	35,2
Antep baklavası	2	11,7
Gaziantep doğrama/Antep doğrama	3	17,6
Gaziantep lebeniye çorbası/Antep lebeniye çorbası	4	23,5
Gaziantep arap köftesi / Antep arap köftesi	3	17,6
Gaziantep pırpırım aşısı/Antep pırpırım aşısı	4	23,5
İslahiye biberi	6	35,2
Nizip nanesi	1	5,8
Sof domatesi	4	23,5
Gaziantep pirinçli böreği	3	17,6
Antep beyranı	2	11,7
Araban sarımsağı	4	23,5
Gaziantep fasulyeli kabak dolması	2	11,7
Gaziantep kabaklama/Antep kabaklama	3	17,6
Gaziantep malhitalı köftesi/Gaziantep mercimekli köftesi	2	11,7
Gaziantep mumbar dolması/ Antep mumbar dolması	1	5,8
Gaziantep yağlı köfte / Antep yağlı köfte	1	5,8
Gaziantep yoğurtlu patates/Antep yoğurtlu patates	2	11,7
Gaziantep öz çorba/Antep öz çorba	3	17,6
Gaziantep/Antep alaca çorba	3	17,6
Gaziantep/Antep erik tavaşı	4	23,5
Gaziantep/Antep firik pilavı	5	29,4
Gaziantep/Antep firikli acur dolması	2	11,7
Gaziantep/Antep maş piyazı	3	17,6
Nizip patlıcanı	1	5,8
Gaziantep/Antep çağla aşısı	2	11,7
Gaziantep yoğurtlu taze fasulye/Antep yoğurtlu taze fasulye	1	5,8
Gaziantep / Antep yarım tava	3	17,6
Gaziantep omacı/Antep omacı/pisik köftesi	3	17,6
Gaziantep dolangel tatlısı	1	5,8
Gaziantep simit aşısı/Antep simit aşısı	3	17,6
Gaziantep buhara pilavı / Antep buhara pilavı	1	5,8
Gaziantep damat dolması / Gaziantep kuzu içli kabak dolma	1	5,8
Antep firiği	3	17,6
Gaziantep çağırtlak kebabı/ Antep çağırtlak kebabı / Gaziantep cartlak kebabı / Antep cartlak kebabı	2	11,7
Antep fıstık ezmesi (antepfıstığı ezmesi / Gaziantep fıstık ezmesi)	1	5,8
Antep şiveydizi	1	5,8
Antep zahter çayı / Gaziantep zahter çayı	2	11,7
Nizip mızar havucu	2	11,7
Antep muskası (Gaziantep muskası)	1	5,8
Gaziantep börek çorbası / Antep börek çorbası	2	11,7
Antep zahter balı / Gaziantep zahter balı	1	5,8

Çizelge 7'ye göre Gaziantep'te yer alan turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde en fazla yer alan coğrafi işaretli gıda ürünü %70,5'lik oran ile "Gaziantep Muhammarası" olduğu tespit edilmiştir.

İşletmelerinin menülerinde Gaziantep Muhammarasına yer verdiklerini ifade eden katılımcılardan K4, K10 ve K12 benzer ifade olarak "Muhammara meze olduğu için" şeklinde ilave ifade ile belirttikleri görüşlerini desteklemişler-

dir. Ayrıca işletme menülerinde %58,8'lik aynı oranlar ile Antep Peyniri / Gaziantep Peyniri / Antep Sıkma Peynirinin ve Antep Fıstığının Gaziantep Muhammarasın'dan sonra menülerde en fazla bulundurulmuş ikinci ürünler oldukları saptanmıştır. Menülerde en fazla yer alan üçüncü sıradaki ürünler ise %52,9'luk aynı oranlar ile Gaziantep İçli Köftesi/ Antep İçli Köftesi, Antep Tırnaklı Pidesi / Gaziantep Tırnaklı Pi-

desi / Antep Pidesi, Gaziantep Küşleme Kebabı/ Antep Küşleme Kebabı ve Gaziantep Acur-Biber Turşusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilme nedenleri Çizelge 8'de verilmiştir.

Çizelge 8

Turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilme nedenleri

Yer verilme nedenleri	Frekans (n)	Yüzde (%)
Bölge tanıtımına katkı sunma	1	5,8
Bölge turizminin canlı kalmasına katkı sunmak	1	5,8
Özel bir sebebi yok	3	17,6
Görsel amaçlı	1	5,8
Müşterilere ayrıcalık sunmak	1	5,8
Müşterilere bu tür ürünleri tattırmak	1	5,8
Bu tür ürünlerin Gaziantep'e özgün olması	4	23,5
Müşteri talebinin olması	2	11,7
Bu tür ürünlerin belirli bölgelerde neredeyse her mutfakta kullanılıyor olması	1	5,8
İşletme menüsünde farklılık oluşması için	1	5,8
İşletme konseptine uygun olması	2	11,7
Bölgenin sevilen tatlarından olmaları	1	5,8
Bölgenin ürünlerinden olmaları	1	5,8
Bölgenin damak tadına uygun olmaları	1	5,8
Hem yerel halk'a hem de diğer kişilere unutturmama	1	5,8

Çizelge 8'e göre katılımcıların işletmelerinin menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer vermelerinin ilk nedeni %23,5'lik oran ile "Bu tür ürünlerin Gaziantep'e özgün olması" şeklinde ifade edilmiştir. %23,5 oran ile bu tür ürünlerin Gaziantep'e özgün olması ifadesi katılımcılardan K7 ve K11 benzer ifadelerle "Bu tür ürünlerin Antep'e özgün olması ve gelen müşterilerin bu damak tadında talepte bulunmasından dolayı bu ürünlere yer veriyoruz.", K8 "Birçoğu Gaziantep'e ait olduğu için ve belirli alanlarda neredeyse tüm mutfaklarda kullanıldığı için. Mesela salça, kuruluk, fıstık gibi." ve K15 "Kendi ürünü müz yani memleketimizin lezzetleri olduğu için, bizim damak tadımıza uyduğu için bu ürünlere

menümüzde yer veriyoruz." şeklinde desteklenmiştir. En fazla %23,5'lik oran ile "Bu tür ürünlerin Gaziantep'e özgün olması" şeklinde ifadesinden sonra, %17,6'lık oran ile ikinci neden olan "Özel bir sebebi yok" şeklinde ifade ise katılımcılardan K4 "Hangi yemek olursa olsun yemeğin yanında tırnaklı pide veriyoruz. Antep peyniri ve muhammara meze olduğu için veriyoruz. Menüümüzde bu ürünlere yer vermeyiz özel bir sebebi yok.", K5 "Antep fıstığını çerez olarak veriyoruz, pekmezi kahvaltıda, içli köfteyi özellikle özel günlerde ve orta ya da küçük gruplar geldiğinde, kuru üzümde peynir tabağında görsel amaçlı veriyoruz. Bu ürünlere menümüzde daha fazla yer vermemizin özel bir sebebi yok." ve K10 "Bu ürünlere menümüz-

de yer vermemizin özel bir sebebi yok. Örneğin muhammarayı meze olduğu için farklılık olsun diye kullanıyoruz.” şeklinde belirtilmiştir.

Turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep’in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilmeme nedenleri Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9

Turizm işletme belgeli 1sınıf lokanta ve gastronomi tesislerinin menülerinde Gaziantep’in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer verilmeme nedenleri

Yer verilmeme nedenleri	Frekans (n)	Yüzde (%)
İşletmenin merkezli olması	1	5,8
Hammaddelere ulaşım zorluğu	1	5,8
Tedarikte yaşanan aksaklıklar	1	5,8
İşletme konseptinin uygun olmaması	1	5,8
İşletme menüsünün uygun olmaması	1	5,8
Dünya mutfaklarına ilginin artması	1	5,8

Çizelge 9’a göre katılımcıların işletmelerinin menülerinde Gaziantep’in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer vermemelerinin nedeni %5,8’lik aynı oranlar ile; “İşletmenin merkezli olması”, “Hammaddelere ulaşım zorluğu”, “Tedarikte yaşanan aksaklıklar”, “İşletme konseptinin uygun olmaması”, “İşletme menüsünün uygun olmaması” ve “Dünya mutfaklarına ilginin artması” şeklinde ifade edilmiştir. %5,8’lik aynı oranlara sahip ifadeler katılımcılardan elde edilen farklı ifadeler ile desteklenmiştir. “İşletmenin merkezli olması”, “Hammaddelere ulaşım zorluğu” ve “Tedarikte yaşanan aksaklıklar” ifadeleri K1 tarafından “İşletme menümüzde Gaziantep’in coğrafi işaretli gıda ürünü bulunmamaktadır. Bunun sebebi; firmamızın İstanbul merkezli bir restoran olmasıdır. Başka bir sebep ise; ülkenin herhangi bir yerindeki bu isimdeki işletmeye müşteri gittiğinde bu ürünleri o işletmede bulamayacak olmasıdır. Gaziantep coğrafi işaretli gıda ürünlerinin hammaddelerine ulaşım zorluğu, tedarikte aksaklıklar önemli diğer sebepler arasındadır.” şeklinde; “İşletme konseptinin uygun olmaması” ifadesi K2 tarafından “Gaziantep’in Coğrafi İşaretli

gıda ürünlerine işletmemizde yer veremiyoruz. Çünkü konseptimiz buna uygun değil. Biz Uzakdoğu kültürünü yaşatmaya çalışıyoruz. Gaziantep her kültürü barındıran bir şehir, Uzakdoğu kültürünün Gaziantep’te eksikliğini hissettik.” şeklinde ve “İşletme menüsünün uygun olmaması” ile “Dünya mutfaklarına ilginin artması” ifadeleri ise K9 tarafından “İşletme menümüzde Gaziantep’in coğrafi işarete sahip hiçbir gıda ürününe yer verilmiyor. Çünkü yöresel menü ile çalışmıyoruz. Menümüz Teksas ve Meksika menüsü. Ayrıca artık günümüzde popülerlik kazanmış markaların şehrimize gelmesi sonucu dünya mutfaklarına ilgi artmıştır.” ifadeleri ile desteklenmiştir.

Çalışma kapsamında yer alan katılımcılara dördüncü yöneltilen açık uçlu soru *Gaziantep’te coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilmesi için neler yapılabilir?* sorusudur. Gaziantep’te coğrafi işaretli gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilmesi için yapılması gerekenlere Çizelge 10’da yer verilmiştir.

Çizelge 10

Gaziantep'te coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilmesi için yapılması gerekenler

Yapılması gerekenler	Frekans (n)	Yüzde (%)
Müşterilere işletmelerin uygun alanlarında coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin video veya görsellerinin gösterilmesi	1	5,8
Sadece coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin üretimlerinin yapıldığı tesislerin kurulması	1	5,8
Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer aldığı organizasyonların daha sık yapılması (kermes, festival, fuar vb.)	8	47,0
Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer aldığı broşür, kitap vb. kaynakların baskısı yapılarak işletmelere dağıtılması	1	5,8
Coğrafi işarete sahip gıda ürünleri ile konferansların yapılması	1	5,8
Farklı bölge veya ülkelerden kişilerin turlar vasıtasıyla Gaziantep ilinde bulunan işletmelere getirilmesi	1	5,8
Coğrafi işarete sahip gıda ürünleri ile ilgili Gaziantep ilinde bulunan mutfak personellerine teorik ve uygulamalı eğitimlerin verilmesi (yemek kursları vb.)	3	17,6
Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer aldığı yöresel konseptte sahip işletme sayılarının artırılması	9	52,9
Coğrafi işarete sahip gıda ürünleri ile ilgili sosyal medya hesaplarının oluşturulması ve tanıtımlarının artırılması	1	5,8
Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin il genelindeki işletmelere daha uygun fiyatlar ile satışı sunulması	2	11,7
Coğrafi işarete sahip gıda ürünleri hakkında bilgi sahibi ustaların yetiştirilmesi	1	5,8
Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yapılabilmesi için tam teçhizatlı mutfakların oluşturulması	1	5,8

Çizelge 10'a göre katılımcıların %52,9'u coğrafi işaretli gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilmesi için "Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer aldığı yöresel konseptte sahip işletme sayılarının artırılması" gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu ifade katılımcılardan K5 "Yöresel konseptte sahip işletme sayıları artırılabilir.", K6 "İşletmelere kira vb. teşvikler sağlanarak yöresel konseptte sahip işletme sayıları artırılabilir.", K7 "Sadece bu yöresel lezzetleri sunan işletmeler açılabilir. Coğrafi işarete sahip gıda ürünleri özüne uygun, değiştirilmemiş, eskiden gelen kültürle işlenip müşteriye sunulmalı.", K8 "Yöresel konseptte sahip restoranlar açılabilir.", K9 "Bunun için yöresel konseptte sahip mekanlar açılabilir.", K10 "Yeni işletmeler açılabilir, Gaziantep coğrafi işaretli gıda ürünlerinin merkezde yer aldığı.", K15 "Yöresel konseptte sahip işletme sayıları artırılabilir.", K16 "Yöresel konseptte sahip bu gıda ürünlerinin merkeze alındığı işletmelerin sayıları artı-

rilabilir." ve K17 "Yöresel mutfak üzerine çalışan Gaziantep coğrafi işaretli gıda ürünlerinin kullanıldığı işletmeler açılabilir." ifadeleri ile desteklenmiştir. Coğrafi işaretli gıda ürünlerine menülerde daha fazla yer verilebilmesi için ikinci sırada yapılması gereken ise "Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer aldığı organizasyonların daha sık yapılması (kermes, festival, fuar vb.)" ifadesi ile belirtilmiştir. Bu ifadeyi katılımcılardan K2 "Gaziantep'te belirli dönemlerde belirli yerlerde sadece Gaziantep'e özgü coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin olduğu ve satışa sunulduğu stantlar açılabilir, sıkça kermesler düzenlenebilir.", K3 "Daha fazla Gaziantep'e özgü Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin merkezi konumda olduğu festivaller yapılabilir.", K6 "Belirli aralıklarla daha sık festivaller, kermesler vb. organizasyonlar yapılmalı.", K7 "Fuarlar düzenlenerek bu tür ürünler insanlara hatırlatılmalı.", K11 "Antep mutfağını dünyada duymayan kalmadı. Çok zengin.

İnsanlara bu ürünleri benimsetmek lazım. Belirli dönemlerde belirli aralıklarla Gaziantep coğrafi işarete sahip gıda ürünleri kapsamında tanıtım ve tatma (deneyim kazanma) etkinlikleri düzenlenmeli. Festivaller gibi.”, K12 *“Mesela gastrofest gibi festivaller daha sık yapılabilir. Bu tarz ürünlerin tanıtımı dünya genelinde yapılmalı.”*, K13 *“Bu konu hakkında daha fazla festivaller yapılmalı. Bölge fuarlarında daha fazla stantlar açılıp bu ürünler tanıtılmalı.”* ve K14 *“Mesela daha çok festivaller yapılmalı, daha sık aralıklarla.”* ifadeleri ile desteklenmişlerdir.

Tartışma

Bu çalışmada Gaziantep ilinde bulunan turizm işletme belgesine sahip 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi sınıfında yer alan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işarete sahip ürünlerin yer alma düzeyi araştırılmıştır. Bu bağlamda 17 adet işletme üzerinden verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. İşletmelerin sahip oldukları menüleri incelendiğinde 14 adet işletmenin menüsünde 84 adet coğrafi işaretle ürünün yer aldığı tespit edilmiştir. Yılmaz ve Çilingir Ük (2021) Ankara ilinde bulunan yiyecek içecek işletmeleri menülerinde coğrafi işaretle ürünlerin yer alma düzeylerinin belirlenmesine yönelik yaptıkları çalışmada 84 işletme üzerinden verilere ulaşmaya çalışmışlardır. İşletmelerin menüleri incelendiğinde 43 işletme menüsünde 25 coğrafi işaretle ürünün yer aldığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler karşılaştırıldığında benzer şekilde her iki ilde de işletmelerin menülerinde coğrafi işaretle ürünlerin yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan Şahin ve Güçlütürk Baran (2022)’in yaptığı çalışmada coğrafi işarete sahip ürünlerin İzmir’de yer alan yiyecek içecek işletme menülerinde yer alma durumu araştırılmıştır. Araştırma sonucunda İzmir merkez ilçelerinde yer alan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretle ürünlere yeteri kadar yer verilmediği bunun yanı sıra Urla, Seferihisar, Çeşme, Foça gibi otantik dokunun daha fazla

olduğu destinasyonlarda ise coğrafi işaretle ürün kullanımına daha fazla önem verildiği belirlenmiştir. Yazıcıoğlu vd. (2019) ise yapmış oldukları çalışmada coğrafi işaretle ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesini incelemişlerdir ve çalışma evrenini Akdeniz bölgesi olarak belirlemişlerdir. 70 yiyecek içecek işletmesinin incelendiği çalışmada 34 işletmenin menülerine ulaşılmış ve mahreç tesciline sahip ürünlerin işletme menülerinde yeterince yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışma ile ise coğrafi işaretle ürünlerin Gaziantep mutfağını yansıtan işletme menülerinde yer alma durumunu ortaya koyması açısından benzerlik taşımaktadırlar.

Coğrafi işaretle ürünler bir bölgenin gelişmesi açısından oldukça önemli ve gerekli ürünler olarak bilinmekte ve bu konu popülerliğini korumaya devam etmektedir. Ertaş Sabancı ve Girgin (2023), Gaziantep destinasyonun pazarlanmasında coğrafi işaretle ürünlerin öneminden bahsettiği çalışmada web siteleri ve sosyal medya hesaplarında bölgeye ait coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin sıklıkla yer aldığı bu durumda bölgeyi ziyaret edenlerin dikkatini çektiğini ifade etmişlerdir. Bu noktada pazarlama açısından coğrafi işaretle ürünlerin önemli bir tanıtım etkisine sahip olduğu söylenebilir. Aynı zamanda bu ürünlerin restoran menülerinde yer alma düzeyini araştırılan bu çalışma bölgenin pazarlanmasında etkili olacaktır. Yapılan bu çalışma ile coğrafi işaretle gıda ürünlerinin daha fazla tanıtımlarına ağırlık verilmesi sonucu benzer bir özellik taşımaktadır.

Taş vd. (2023) coğrafi işaretle tescil edilmiş Antep baklavasının destinasyon tanıtımına yönelik etkilerini belirlemeye çalıştıkları araştırmalarında bölgeye has ve yerel ürün olan coğrafi işaretle baklavanın Antep mutfağının tanıtımında oldukça etkili olduğunu ortaya koymuştur. Gerçekleştirilen bu çalışma ile işletme menülerinde coğrafi işarete sahip Antep baklavasının yer aldığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada işletme me-

nülerinde coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin yer alması bölgenin tanıtımına ve turizminin canlı kalabilmesine katkıda bulunabileceği sonucuna ulaşılmıştı. Dolayısıyla çalışmaların benzerlik gösterdiği söylenebilir. Öte yandan Murat ve Ergen (2022) yaptıkları çalışmada yöresel yemek kültürünün zenginleştirilmesi ve tescillenmesinin bölge kalkınmasına oldukça faydalı olduğunu belirttikleri çalışmalarında Uzungöl gibi önemli bir destinasyonda yer alan işletmelerin coğrafi işaretli ürünleri menülerinde bulundurmalarına rağmen hepsine yer vermediklerine dikkat çekmişlerdir. Daha önceki yapılan çalışmalar incelendiğinde destinasyon tanıtım ve pazarlanmasında coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgesel gelişim açısından oldukça önemli olduğu ve bölgelerin gelişimine katkı sundukları oldukça açıktır. Bu nedenle Türk Patent ve Marka Kurumu tarafınca ürünlere verilen coğrafi işaret bir yöre, bölge veya ülkeye has ürünlerin tanınırlıkları ile tüketicilerin ürünlere yönelik ilgilerinin artmasının sağlanmasına katkıda bulunabildiği ifade edilebilir.

Sonuç

Araştırma sonucunda çalışma kapsamında yer alan işletmelerin %82,3'nün menülerinde Gaziantep'in coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine yer vermekte olduğu tespit edilmiştir. Bu durum işletmelerin menülerinde coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin büyük bir öneme sahip olduğunu ve işletmelerin oldukça yüksek düzeyde bu tür ürünlere yer vermekte olduklarını göstermektedir. İşletme menülerinde en fazla yer alan coğrafi işaretli gıda ürününün 12 adet işletmenin menüsünde %70,5'lik bir oran ile yer alan "Gaziantep Muhammarası"nın olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın kapsamında Gaziantep ilinde bulunan 17 adet turizm işletme belgesine sahip 1.sınıf lokanta ve gastronomi tesisi sınıfında yer alan yiyecek içecek işletmesinin bulunması yapılan bu çalışmanın en önemli sınırlılığını meydana getirmektedir. Yapılacak benzer bir başka çalışmanın evrenini Gaziantep ilinde yer alan turizm işletme belgesine sahip

2.sınıf lokantalar, özel tesisler veya oteller oluşturulabilir. Bu bağlamda elde edilen sonuçların karşılaştırılması yapılabilir. Benzer bir çalışma yapılan bu çalışmanın evreni ile aynı olacak şekilde farklı bir ilde gerçekleştirilebilir. Bu doğrultuda elde edilen sonuçların yine kıyaslanması gerçekleştirilebilir. Coğrafi işarete sahip gıda ürünlerine işletme menülerinde daha fazla yer verilebilmesi amacının temel alındığı, kamu kurum ve kuruluşları ile özel kurum ve kuruluşların iş birliği ile etkinlikler gerçekleştirilebilir. İşletme çalışanlarına coğrafi işarete sahip gıda ürünleri ile ilgili belirli aralıklar ile uygulamalı ve teorik eğitimler verilebilir. Sadece coğrafi işarete sahip gıda ürünlerinin üretimlerinin gerçekleştirildiği tesisler kurulabilir. Bu bağlamda üretilen ürünlerin işletmelere daha uygun fiyatlar ile satışı gerçekleştirilebilir. Gaziantep'in coğrafi işaretli gıda ürünü zenginliğini yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtmak için Gaziantep coğrafi işaretli gıda ürünlerinin fotoğraflarının ve hikayelerinin yer aldığı bir müze kurulabilir. Bu durum şehrin gastronomi kimliğinin gücünü korumaya yardımcı olarak bu tür ürünlerin farkındalığını daha fazla artırarak işletme menülerinde daha fazla yer verilebilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akkuş, Ç., Şimşek, A. (2019, 11-13 Haziran).** Yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyleri: Kastamonu örneği. *8.Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s.225)., İkizler matbaası.
- Arıkan, M. (2017).** *Türkiye'de coğrafi işaretli ürünlerin kırsal alana olan etkilerinin üretici açısından belirlenmesi: Finike portakalı örneği* [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi]. Akdeniz Üniversitesi DSpace. <http://acikerisim.akdeniz.edu.tr/xmlui/handle/123456789/3455>
- Aslan, B., Demir Kaya, H. (2017).** Coğrafi işaretli ürünler ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki durum. *GAP TEYAP Tarımsal Eğitim ve Yayın Projesi*, (8), 2–7.

Bayat, G. (2018). Gastronomi turizmi kapsamında yiyecek içecek menülerinde yöresel mutfağın kullanımı: Iğdır ili örneği. *Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 10(40), 757–762.

Bayat, G. (2020). Kars'ın yerel yemekleri ve yerel ürünlerin Kars'taki yiyecek içecek işletmelerinde kullanımının sürdürülebilir gıda kapsamında değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2640–2654.

Budak, A. (2017). Ege, coğrafi işaret tescilinde şampiyon oldu. Haber Ekspres. <https://www.haberekspres.com.tr/ege-coğrafi-isaret-tescilinde-sampiyon-oldu>

Çakaloğlu, M. (2015). Marka ürünler, coğrafi işaret ve tüketici algısı (Tez no. 570813). [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193–214.

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

Duman, S. (2018). Kastamonu’ya gelen kayak turistlerinin coğrafi işaretli ürün algısı (Tez no. 537639) [Yüksek lisans tezi, Kastamonu Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Dündar Arıkan, A. (2017). Eskişehir’deki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde Eskişehir mutfağının yeri. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 2061–2077.

Ertaş Sabancı, A., Girgin, K. (2023). Destinasyon pazarlamasında coğrafi işaretli ürünler; Gaziantep örneği. *Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergisi*, 3(2), 237–264.

European Union Intellectual Property Network. (2023). Search for geographical indications across the european union and beyond. <https://www.tmdn.org/giview/> adresinden

22.03.2024 tarihinde alınmıştır.

Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). Gaziantep tescilli coğrafi işaretli ürünler. <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-207872/ili-mize-ait-tescillenmis-coğrafi-isaretli-urunler.html> adresinden 30.05.2024 tarihinde alınmıştır.

Güleç, H., Cömert, M. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2144–2165.

Gündeğer, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği (Tez no. 361973) [Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Hazarhun, E., Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371–389.

Işık, N. (2022). Gastronomik kimlik oluşturmada coğrafi işaretli ürünlerin etkisi: Ankara ili örneği (Tez no. 711801) [Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Işın, A., Yalçın, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507–2522.

Kan, M. (2011). Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada coğrafi işaretlerin kullanımı ve etkisi: Akşehir kirazı araştırması (Tez no. 299687) [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Karakulak, Ç. (2016). Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği (Tez no. 437381) [Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Kavas, S. (2023). *Coğrafi işaretli köftelerin bölge gastronomisindeki yeri ve önemi: Ege bölgesi örneği* (Tez no. 814875) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Kayran, F. M. (2021). *Şanlıurfa ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi potansiyeli açısından değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Mersin Üniversitesi.

Kendir, H. (2020). Gastronomik lezzetlere yönelik çevrimiçi turist deneyimlerinin incelenmesi: Edirne tava ciğeri örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 408–423.

Kızılgöçü, Ç. (2019). *Gastronomi turizminin alternatif turizm ürünü olarak değerlendirilmesi: Mardin ilinde bulunan işletmelere yönelik bir uygulama* (Tez no. 595589) [Doktora tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Detay Yayıncılık.

Kök, A., Güngör, A. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi: Akçakoca-melengüçceği tatlısı örneği. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61–74.

Kök, G. (2022). *Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin şehir markalaşmasına etkileri: Uşak tarhanası örneği* (Tez no. 729430) [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Menapace, L., Colson, G., Grebitus, C., Facendola, M. (2011). Consumers preferences for geographical origin label: evidence from the canadian olive oil market. *European Review of Agricultural Economics*, 38(2), 193–212.

Meral, Y. (2013). *Kahramanmaraş kent merkezinde coğrafi işaretli ürünlere ilişkin tüketici tercihleri: Gemlik zeytini örneği* (Tez no. 338794) [Yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş

Sütçü İmam Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Meral, Y., Şahin, A. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 16(4), 16–24.

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

Mevzuat Bilgi Sistemi. (2024). Menşe ve mahreç işareti. www.mevzuat.gov.tr, 2023 adresinden 22.05.2024 tarihinde alınmıştır.

Murat, E., Ergen, F. D. (2022). Yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yeri ve gastronomi turizminde önemi: Uzungöl örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 553–569.

Oraman, Y. (2015). Türkiye’de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76–85.

Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretlerin kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243–254.

Özbadem, S. E., Okkırın, P., Gökçek, P., Doygun, H. (2014, 22-24 Ekim). Gaziantep ili doğal ve kültürel peyzaj potansiyeli için yönetim planı önerisi. R. Özçelik, H. Alkan, M. Eker, M. Korkmaz, N. Gürlevik (Ed.), *II. Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde (s. 230–240). Burak Matbaa

Özgür, D. (2011). *Coğrafi işaretlerin korunması: Avrupa Birliği’ndeki hukuki çerçeve ve Türkiye uygulaması* (Tez no. 280762) [Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

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

- Ray, U. C., Demirtaş, N. (2019, 25-27 Haziran).** Hatay mutfağı yöresel yemeklerinin turizm işletme belgeli lokanta mөнülerinde kullanımı: Antakya örneği. A. Meydan (Ed.), *III. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s. 1070–1078). Asos Yayınevi.
- Sabbağ, Ç. (2015).** Gaziantep Yeme İçme Kөltürü. R. Yarullina Yıldırım (Ed.), *Fıratın Volga'ya medeniyetler köprüsü* içinde (s.199–216). Adıyaman Üniversitesi Yayınları
- Sandıkçı, M., Aydođdu, A., Pamukçu, H. (2015, 19-21 Kasım).** Yöresel yemeklerin mөнülerde yer alma düzeyi: Kastamonu konakları örneği. K. Oktay, M. Avcı, C. Tanrısever, A. Aydođdu, H, Pamukçu (Ed.), *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu bildiriler kitabı* içinde (s. 389–396). <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Uluslararası-Türk-Dünyası-Turizm-Sempozyumu%20Bildiri-Kitabı.pdf>
- Sormaz, Ü., Madenci, B. A., Yılmaz, M. (2020).** Konya ili gastronomi potansiyelinin değerlendirilmesi. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(28), 115–129.
- Suna, B., Uçuk, C. (2018).** Coğrafi işaret ile tescil edilmiş ürüne sahip olmanın destinasyon pazarlamasına etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100–118.
- Süzer, Ö., Özkanlı, O. (2020).** Bölge mutfaklarının kullanılan malzemeler bağlamında değerlendirilmesi: Gaziantep yemekleri üzerine bir inceleme. *Safran Kөltür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 117–138.
- Şahin, H., Güçlütürk Baran, G. (2022).** İzmir'de yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1180–1198.
- Taş, N., Düzgün, M., Olcay, A. (2023).** Coğrafi işaret ile tescil edilmiş Antep baklavasının turistik destinasyon tanıtımına yönelik etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(3), 406–426.
- Tekelioğlu, Y. (2021).** Coğrafi işaretlerin A, B, C'si. *Coğrafi İşaretler Dergisi*, (1), 14–32.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023a).** Coğrafi İşarete sahip ürünlerin gruplara göre dağılımı. ci.turkpatent.gov.tr adresinden 19.05.2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023b).** İl bazında coğrafi işaretler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=27&tur=&urunGrubu=&adi=> adresinden 30.05.2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024a).** Gaziantep coğrafi işaretli gıda ürünleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/> adresinden 19.05.2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024b).** Geleneksel ürün adı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/anasayfa> adresinden 21.05.2024 tarihinde alınmıştır.
- Uçuk, C., Kayran, M. F. (2020).** Gaziantep mutfağının tarihsel gelişimi: milli mücadele döneminde Gaziantep'te yeme içme faaliyetleri. *Safran Kөltür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 258–272.
- Yavuz, M., Özkanlı, O. (2019).** Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri: Gökçeada örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 279–301.
- Yazgan Serinkaya, E. (2017).** Mutfak kөltürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *Architecture, Planning, Art and Design*, 5(1), 27–41.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., Yalçın, E. (2019).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi örneği. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3, 861–871.
- Yenipınar, U., Köşker, H., Karacaođlu, S.**

- (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlı peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13–23.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016).** *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, O., Karaca, O. B., Çakıcı, A. (2018).** Yöresel yemeklere konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer verilme durumu: Adana ve Mersin bölgesinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 376–398.
- Yıldız, M. H., Akdemir, N. (2020, 4-5 Aralık).** *Yiyecek içecek işletmelerinin menülerindeki yöresel gıda ürünleri ve coğrafi işaretli gıda ürünlerinin kullanım düzeylerinin değerlendirilmesi: Isparta örneği*. Ö. Gökkaya, İ. Kılıçaslan, B. Demir, K. Kahraman (Ed.), *International Marmara Social Sciences Congress (Imascon 2020 - Autumn) Proceedings Book* içinde (s. 439–444). https://www.imascon.com/kayit/kayittr/dosyalar/imascon_2020_autumn/imascon_2020_autumn_sosyal_tammetin_bildiriler.pdf
- Yılmaz, E., Çilingir Ük, Z. (2021).** Turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer alma düzeyi: Ankara ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 384–405.
- Yılmaz, E., Canbolat, C., Çilingir Ük, Z. (2021).** Üreticilerin bakış açısından coğrafi işaretli bir yiyecek: Beypazarı kurusunun değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 145–166.