



Gastronomi ve Coğrafi İşaretlerin Sistemik Derleme Tekniğiyle İncelenmesi

Examination of Gastronomy and Geographical Indications with Systematic Compilation Technique

Erkan DENK¹ , Yener OĞAN² 

Öz

Coğrafi işaret tescilli ürünler, bir yörenin gastronomi potansiyelinin yansıtılmasında önemli bir araç olma özelliği taşımaktadır. Bu özel ürünlerin büyük bir kısmını da gastronomi alanındaki ürünler oluşturmaktadır. Bu durum gastronomi alanında rekabet, turizm, pazarlama, tanıtım, imaj başta olmak üzere tüm paydaşlara pek çok açıdan avantajlar sağlamaktadır. Bilindiği üzere son yıllarda coğrafi işaret tescil süreci tamamlanmış veya başvuru süreci devam eden gastronomik ürünlerin sayısında önemli artışlar görülmektedir. Bunun yanı sıra araştırmacıların da coğrafi işareti konu edinen bilimsel çalışmalara yoğun bir ilgisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacını gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik yapılan bilimsel çalışmaları sistemik açıdan incelemek oluşturmaktadır. TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında konuya ilişkin literatür taraması yapılarak veriler elde edilmiştir. Çalışmanın ulusal yazın boyutunu TR Dizin (27) ve uluslararası yazın boyutunu Web of Science (31) veri tabanlarında yer alan toplam 58 çalışma oluşturmuştur. Çalışmaların sistemik olarak incelenmesi amacıyla verilerin meta ve içerik analizleri yapılmıştır. İlgili veri tabanlarında yer alan çalışmaların 2020 yılından sonra daha fazla yapıldığı ve genellikle sosyal bilimler alanında yayımlandığı görülmektedir. Her iki veri tabanında da anahtar kelime olarak ortalama dört kelime tercih edilirken çalışmalarda yer ve ürün adlarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Çalışmalarda metodolojik yaklaşım açısından nitel araştırma yöntemlerinin yaygın olarak tercih edildiği, veri toplamada ise genel olarak ikincil kaynaklar ve görüşme tekniğinden yararlanıldığı belirlenmiştir. Gastronomi turizmi, ürün tespiti, turizm potansiyeli, yiyecek içecek işletmeleri menüsü, gastronomi rotası, kırsal kalkınma, sürdürülebilirlik ve kültürel özellikler de çalışmaların odak noktasını oluşturmuştur. Bu çalışmanın literatürdeki mevcut durumu ortaya koyması sayesinde coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik gelecekte yapılacak olan çalışmalara katkı sağlaması düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Sistemik İnceleme, TR Dizin, Web of Science, Gastronomi.

ABSTRACT

Products with registered geographical indications are an important tool in reflecting the gastronomy potential of a region. A large portion of these special products are products in the field of gastronomy. This situation provides advantages to all stakeholders in many aspects, especially in terms of competition, tourism, marketing, promotion and image in the field of gastronomy. As it is known, in recent years, there has been a significant increase in the number of gastronomic products whose geographical indication registration process has been completed or whose application process is ongoing. In addition, researchers have a great interest in scientific studies on geographical indications. In this context, the aim of the study is to systematically examine scientific studies conducted on products with registered geographical indications in the field of gastronomy. Data were obtained by conducting a literature review on the subject in the TR Index and Web of Science databases. The national literature dimension of the study consisted of 58 studies in the TR Index (27) and the international literature dimension consisted of 58 studies in the Web of Science (31) databases. Meta and content analyze of the data were conducted in order to systematically examine the studies. It is seen that the studies in the relevant databases were conducted more after 2020 and were

¹ Corresponding Author: (Öğr. Gör. Dr.) Atatürk Üniversitesi, erkan.denk@atauni.edu.tr ORCID: 0000-0002-2144-3316

² (Doç. Dr.) Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, oganyener@gmail.com ORCID: 0000-0002-1523-8498



generally published in the field of social sciences. While an average of four words were preferred as keywords in both databases, it was determined that place and product names were prominent in the studies. It was determined that qualitative research methods were widely preferred in terms of methodological approach in the studies, and secondary sources and interview techniques were generally used in data collection. Gastronomy tourism, product identification, tourism potential, food and beverage business menus, gastronomy route, rural development, sustainability and cultural characteristics were also the focus of the studies. It is thought that this study will contribute to future studies on geographical indication registered products by revealing the current situation in the literature.

Keywords: Geographical Indication, Systematic Review, TR Index, Web of Science, Gastronomy.

GİRİŞ

Son yıllarda gastronomi turizmi diğer turizm türleri arasında önemini giderek artırmaktadır. Gastronomi turizmi sayesinde destinasyonların kültürel zenginliği yiyecekler ve içecekler ile ortaya koyulmaktadır. Bu sayede destinasyonların kültürel özellikleri canlandırılmakta ve bölgelere ekonomik açıdan önemli bir girdi sağlanmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler gerek ulusal gerekse uluslararası ziyaretçilerin ilgisini çekerken yöresel mutfak geleneklerine olan beğeni ve talebi de artırmaktadır (Yazdı vd., 2024). Yöresel yiyecek ve içecekler sadece günlük olarak yaşamın içinde ve beslenmede değil, aynı zamanda gidilen destinasyonda turizm faaliyetinin de önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak değerlendirilmektedir (Lochman, 2021). Dolayısıyla yöresel lezzetler gastronomi turizminin temel odağını gastronomik ürün olarak şekillendirirken ve üretildiği bölgenin verdiği kültürel zenginlikle destinasyona rekabet gücü kazandırmaktadır (López-Guzmán ve Sánchez-Cañizares, 2012). Gastronomik ürünlerin varlıklarını sürdürülebilmesi ve bu özel ürünlerin geleceğe aktarılmasında coğrafi işaret tescillerinden yararlanılmaktadır. Çünkü coğrafi işaretler, ürünün üretildiği bölgenin kültürel mirasını, geleneklerini ve turistik varlıklarını koruma altına alırken sürdürülebilirliğini de desteklemektedir. Bu durum coğrafi işaret tescillerinin turizmin gelişimine katkı sağladığının en temel göstergesidir (Murgado, 2013; Pamukçu vd., 2021). Török ve arkadaşlarının (2020) yaptığı bir çalışmada coğrafi işaretlerin ağırlama ve eğlence sektörüyle iş birliğinde olduğunu ve gastronomik ürün tüketiminin pazar büyümesinde, fiyat artışında, kırsal kalkınmada önemli olduğuna dikkat çekmesi de bu durumu desteklemektedir.

Coğrafi işaret uygulaması ürünlerin üretildiği bölgelere değer katarak üretici ve tüketiciyi koruyan bir sistemdir. Coğrafi işaret tescilli ürünlerin büyük bir bölümünü ise gastronomik ürünler oluşturmaktadır. Gastronomik ürünler de bir yöreye özgü yiyecek ve içeceklerle ilgili olan ürünler olarak ifade edilebilmektedir. Son yıllarda coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik ilgili yazında yapılan çalışmaların sayılarında önemli bir artış olduğu gözlenmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik yapılan bilimsel çalışmaları sistematik açıdan incelemek amaçlanmaktadır. Sistematik inceleme ulusal yazın için TR Dizin, uluslararası yayın için ise Web of Science veri tabanlarıyla literatür taraması sınırlandırılmıştır. Ulusal ve uluslararası literatürde çeşitli konular üzerine yapılmış sistematik incelemelere rastlamak mümkündür. Bu çalışmaların bazıları genel anlamda turizm konusuna odaklandığı (Gomezelj, 2016; Pahlevan-Sharif, Mura ve Wijesinghe, 2019) gibi, kırsal turizm (An ve Alarcón, 2020; Mohammadi, Majdi ve Hosseini, 2022), sürdürülebilir turizm (Ferreira vd., 2023; Rosalina, Dupre ve Wang, 2021), sağlık turizmi (Pessot vd., 2021) konularına da değindikleri görülmektedir. Bununla birlikte spesifik olarak; akıllı turizm (Rezapour ve Akova, 2024; Shafiee vd., 2021; Ye, Ye ve Law, 2020), turizm endüstrisinde metaverse kullanımı (Serçek ve Korkmaz, 2023), sörf turizmi (Martin ve Assenov, 2012), api turizm (Dönmez, 2023) ve turizmde fijital pazarlama konularının ele alındığı çalışmalar olduğu gibi, örneğin Asya-Pasifik (Rasul, Zaman ve Hoque, 2020) gibi global bir turizm destinasyonunun bölge turizmi gelişimini değerlendiren çalışmalar ile birlikte Hindistan (Chakraborty ve Ghosal, 2022), Tayvan (Fakfare, Lee ve Han, 2022), Çin (Law vd., 2016) gibi ülke bazlı bir destinasyonun turizm gelişimi hakkında da sistematik incelemeler literatürde yer almaktadır. Bu arada fijital pazarlama; dijital pazarlama ve fiziksel pazarlama koşullarını bir bütün haline getiren uygulamaları kapsamaktadır. Fiziksel pazarlamada ürün veya hizmete yönelik reklamlar yer alırken dijital pazarlama, internet sayfaları,

sosyal medya gibi uygulamaları kullanmaktadır. Dolayısıyla fijital pazarlama, dijital ile fiziksel deneyimleri tüketicilere ürün ya da hizmet için bir bütün olarak sunulduğu pazarlama yöntemidir (Çelik, 2021; Sağtaş, 2024). Çalışmanın ana konusunu oluşturan gastronomi turizmi (Nistor ve Dezi, 2022; Rachão vd., 2019; Sio, Fraser ve Fredline, 2021; Yong vd., 2022) üzerine de literatürde gerçekleştirilen sistemik analiz çalışmalarına ulaşmak mümkündür. Ayrıca daha özele inildiğinde gastronomi turizmi kapsamında spesifik olarak görülen ve ürün bazlı gerçekleştirilen sistemik incelemelere rastlanmaktadır. Bu özel gastronomik ürünler; şarap (Amarando, Assenov ve Visuthismajarn, 2019; Gómez, Pratt ve Molina, 2019), zeytinyağı (Monteiro ve Salvado, 2024) turizmi başlıklarında sistemik incelemeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Coğrafi işaretler ile yapılan sistemik incelemeler ise coğrafi işaretlerin ekonomik boyutunu (Cei, Defrancesco ve Stefani, 2018; Török vd., 2020), tescillerde kullanılan etiket uygulamalarını (Marion, Luisa, ve Sebastian, 2023; Santeramo ve Lamonaca, 2020) ve coğrafi işaretlerin sürdürülebilirliğine yönelik uygulamaları (Falasco, Caputo ve Garrone, 2024) daha çok konu olarak ele almıştır.

Benzer şekilde coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi kapsamında genel anlamda önemini ortaya koyan çalışmalar (Denk, 2021; Pamukçu vd., 2021; Resmi vd., 2022; Yıkılmış ve Ünal, 2016) olduğu gibi, spesifik olarak bir şehir veya bölge seçerek Manisa (Hazarhun ve Tepeci, 2018), Giresun (Paslı, 2021), Gaziantep (Çekal, 2022) gibi şehirlerin yanı sıra Hindistan (Piramanayagam ve Seal, 2022) ve İspanya, İtalya ile Fransa gibi ülkeler özelinde karşılaştırmalı olarak inceleyen (Cei vd., 2021) araştırmalara rastlamak mümkündür. Alanyazında gastronomi turizmine konu olabilecek ve coğrafi işaret tescilli ürünler üzerine gerçekleştirilen, ancak anahtar kelimelerinde gastronomi ve coğrafi işaret kullanılmayan çalışmalar da yer almaktadır. Bu araştırmalar, gastronomi turizmi ile birlikte coğrafi işaret tescilli şarapları (Stasi vd., 2011; Jantsch vd., 2024), Türk mutfağının önemli bir çorba türü olan coğrafi işaret tescilli tarhana (Çekal ve Aslan, 2017) çeşitlerini, zeytinyağı (Roselli, 2017), peynir (Duvaleix, 2021) gibi spesifik olarak ürünleri inceleyen çalışmalardır.

İlgili çalışmalar incelendiğinde sistemik açıdan literatür taraması yapılması ilgili yazına önemli katkılar sağlamaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlerin sistemik olarak incelenmesi, ilgili literatürdeki boşluğun doldurulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca gastronomi turizminin temelini oluşturan yiyecek ve içeceklerin coğrafi işaretler şeklinde tescillenmesi ve aralarındaki ilişkinin incelenmesi konusunda da yol gösterici olacaktır. Bununla birlikte çalışma gerek üreticilerde gerekse tüketicilerde ve politika yapımcılar gibi ilgili otoriterlerde farkındalığı artırarak coğrafi işaretler mevzuatı için öneriler geliştirilmesine de katkı sunabilir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Gastronomi ve Coğrafi İşaret Tescilli Ürün

Coğrafi işaret (Ci), tarımsal ürünler ve gıda maddeleri de dahil olmak üzere, bir ürünün özellikleri veya kalitesinin göstergesi olarak belirtildiği gibi ürünün kökenini belirlemek için de kullanılmaktadır (Cassago vd., 2021). Bir dizi tescil aşamaları sonrası ortaya çıkan coğrafi işaret, toplumların kültürel mirasına sahip çıkabilmek amacıyla 1994 yılında Fas'ın Marakeş şehrinde Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) aracılığıyla Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle İlgili Yönleri (TRIPS) Anlaşması çerçevesinde etkili bir koruma yöntemi olarak değerlendirilmiştir (Török vd., 2020). En basit haliyle coğrafi işaret, bir ürünün itibarı, kalitesi veya başka bir özelliği ile coğrafi kökeni arasındaki bağlantıyı tanımlayan ve garanti eden tescil uygulamalarıdır. Bu ürünlerin üretiminde kullanılan çevresel özellikler veya yerel bilgi, tescil aracılığıyla verilen benzersiz ürün özelliklerinin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır (Bramley, 2011). Sahip olunan kültürel ve tarihi kimlik ürün ile birleşmekte, coğrafi işaret tescili ile ürünün kökeni bir yer işareti olarak belirtilmektedir (Bowen ve Zapata, 2009).

Coğrafi işaretler, üretildikleri bölgelerde katma değer yaratan ürünlerdir. Bununla birlikte hem üreticiyi hem de tüketiciyi haksız rekabete karşı korumaktadır. Tüketiciyi doğru şekilde bilgilendirerek

doğru beslenmelerine katkı sunar, kırsal kalkınma aracı olarak görülebilir ve yeni istihdam alanları yaratmaktadır. Ayrıca coğrafi işaretler, üretildikleri yörelerde yerel değerlerine, öz varlıklarına ve kültürel mirasına daha fazla dikkat çekerek turistlerin ilgi odağı olabilir. Bu yörelerde turizmin gelişimini tetikleyen önemli unsurlar olarak değerlendirilebilirler (Tekelioğlu, 2019). Bunlara ilave olarak coğrafi işaretler, yalnızca ulusal devletler ve uluslararası kuruluşlarca değil, aynı zamanda yerel veya bölgesel otoriteler, sendikalar ve coğrafi işaretle ilgili politika gündemlerine sahip STK'lar olmak üzere çok çeşitli paydaşlardan giderek daha fazla destek ve ilgi görmektedir. Bununla birlikte özellikle gelişmiş ülkelerin yer aldığı AB'de, mevzuat ve uygulamalar daha eksiksiz bir şekilde gerçekleştirildiği için bu bölgelerde standart üretim sağlanabilmekte ve ekonomik kazanç daha yüksek seviyelerde gerçekleşmektedir. Buna karşın gelişmekte olan ülkelerde coğrafi işaret çerçeveleri daha karmaşık hale gelmekte ve ürünler çeşitlilik gösterebilmektedir (Marie-Vivien ve Biénabe, 2017). Örneğin AB mevzuatı gereği tarım ürünleri, gıda ve şaraplar ile yüksek alkol dereceli içkiler coğrafi işaret tescilli alırken, Türkiye'de tarım ürünleri, gıdalar, el sanatları ürünleri, madenler ve sanayi ürünleri tescillenerek koruma altına alınabilmektedir (SMK, 2017). Diğer bir ifadeyle AB tescillerinin tamamına yakını yiyecek ve içeceklerden oluşurken Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi işaret tescillerinin yaklaşık %85'i bu kapsamda değerlendirilebilir (Türk Patent, 2024).

Dünya genelinde turizmin tanımı hızla değişim göstermekte, tatil veya dinlenme kapsamına giren faaliyetlerin dışına çıkarak, artık deneyim odaklı veya spesifik bir ürün merkezli gerçekleştirilen alternatif turizm türleri tanıtımda etkili olmaktadır. Gastronomi turizmi de deneyim temelli bir turizm türüdür (Sio, Fraser ve Fredline, 2021). Bu turizm biçimi, yemek pişirme derslerine katılım, şarap imalathanelerini ziyaret, restoranlarda yeme-içme deneyimi, yemek festivallerine katılım ve gıda üreticilerine ya da yerel pazarlara ziyaretler gibi otantik, geleneksel veya yenilikçi gastronomi faaliyetlerini içermektedir (Hjalager ve Richards, 2002). Bu deneyimlerin devam edebilmesinde ve sürdürülebilirliğin de sağlanmasında coğrafi işaretler uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla gastronomi turizminin temelini oluşturan yiyecek ve içecekler ya da diğer bir deyişle gastronomik ürünler (Santich, 2004) en önde gelen coğrafi işaret tescilli alma potansiyeline sahip ürünlerdir (Denk, 2021; Usta ve Şengül, 2022). Gastronomik ürünler bir yöreye veya yerele ait olan, belirli bir kalite çerçevesinde üretilen, diğer ürünler ile bütünleşebilen ve yerel üreticiler veya mutfak profesyonelleri tarafından özgün yöntemler ile sunulabilen ürünlerdir (Hjalager ve Richards 2002). Bu ürünler bir yöreye ait, o bölge kültürünün unsuru, eşsiz ve özgün ürünlerdir. Özellikle gastronomik ürünler, bir yerin simgesi olarak satın alınabilecek ve tüketilebilecek tipik ürünlere yönelik basit talepten, daha özgün bir mekâna yönelik karmaşık ve derin arayışlara kadar birçok düzeyde turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Hatta bu ürünlerin üretim hikâyeleri anlatılarak hem turistlerin otantiklik arzusu ile sürdürülebilirliği artırmak mümkün olmakta hem de kırsal bölgelerde ziyaretçiler ile sakinler için fayda sağlayabilecek ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi teşvik edilmektedir (Sims, 2009). Gastronomik ürünler tıpkı coğrafi işaretler gibi bir yöreye, bir bölgeye veya ülkeye özgü ürünlerdir. Bu ürünler, yerel kimliği bir bilgi kaynağı olarak tanıtmak, korumak, sürdürülebilirliği sağlamak ve gastronomi turizmini teşvik için kullanılırlar (Noguer-Juncà, Crespi-Vallbona ve Fusté-Forné, 2021). Coğrafi işaretlere, gastronomik ürünlerin ortaya çıkarılması, bu ürünlerin kayıt altına alınması, korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için önem verilmelidir. Çünkü verilecek önem, bölgede gastronomi turizminin gelişimini tetikleyebilir. Bu yüzden geçmişte yapılan akademik çalışmaları sistematik olarak inceleyip güncel resmi ortaya çıkarmak, ilgili otoriteler için faydalı çıktılar sunabilir. Bu hedefi gerçekleştirebilmek için bilimsel açıdan doğru ve geçerli verilere ulaşabilmek adına ulusal ve uluslararası düzeyde geçerliliği kabul gören veri tabanlarında var olan bilgilere, yapılan akademik çalışmalar ile ulaşmak mümkündür. Bu kapsamda iki veri tabanı ile çalışma sınırlandırılmıştır. Bu veri tabanları ulusal düzeyde "TR Dizin" ve uluslararası düzeyde ise Web Of Science (WOS) olarak seçilmiştir.

1.2. Çalışmada Yararlanılan Veri Taban Çeşitleri

Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'na (TUBİTAK) bağlı olarak kurulmuş bir enstitüdür ve Türkiye'de bilimsel olarak basılı ve elektronik bilgi kaynaklarına yönelik en zengin belge çeşitliliğine ulaşım kolaylığı sunmaktadır (Suvacı, 2016). Bu

ulaşım kolaylığı 2000 yılı Ağustos ayından itibaren TR Dizin veri tabanı üzerinden sağlanmaktadır (Polatgil, 2021). Çünkü TR Dizin veri tabanında yayımlanan makalelerin Türkiye'nin iyi bir yayın kalitesine sahip olabilmesi için bilim dili ile ulusal atıf indeksinin gelişimine katkı sunabilecek uluslararası standartlara uygun ve uzman kurullar aracılığıyla incelenerek kabul edildiği düşünülmektedir (Aksungur ve Aydın, 2023). Buna ilave olarak Üniversiteler Arası Kurul'un (ÜAK) belli kriterleri sağlayan dergilerin bu veri tabanında yer alması ve unvan, atama veya yükseltme gibi çeşitli durumlarda bir "dizin" olarak değerlendirmesi (Aksay, 2019) TR Dizin veri tabanının çalışmada seçilmesinde etken olmuştur. Çalışmada Web Of Science (WoS) verilerin elde edildiği ikinci veri tabanı olarak tercih edilmiştir. Bu veri tabanı da 1900'den günümüze küresel ölçekte bilimsel açıdan oldukça zengin veriler, değerlendirmeler, analizler ve iş birlikleri sunan uluslararası düzeyde geçerliliği olan bir veri tabanı olarak değerlendirilmektedir (Clarivate, 2024). Ayrıca etki faktörü yüksek dergilere (SSCI, SCI, SCI-E ve AH&CI gibi dizinlerde yer alan) WoS'un kolay ulaşım sağlaması, alanında önemli görülen güvenilir makalelere yer vermesi ve ara yüzünün daha kolay anlaşılır olması da (Özbay ve Sarıca, 2019; Balyalı ve İlhan, 2023) çalışmada ikinci olarak bu veri tabanının seçilmesinde etkili olmuştur. Çalışmada doküman türü olarak sadece makalelerin seçilmesinin sebebi; erişim kolaylığı, araştırmacılara aynı konuda makale yayınlama isteklerinde rehberlik edebilmesi adına yayın imkânı olan dergilerin belirlenmesi ve akademik değerlendirmelerde makalelerin yaygın olarak diğer eser türlerine nazaran daha yüksek düzeyde puanlanmasıdır.

2. Yöntem

Bu çalışmada, gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik yapılan bilimsel çalışmalar sistemik açıdan incelenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın konusunu gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünler oluşturmaktadır. Sistemik incelemelerde önceden belirlenen bir konuya ilişkin planlama, yürütme ve raporlama gerçekleştirilerek derinlemesine araştırma yapılabilmektedir (Torgerson, 2003; Lasserson, vd., 2019). Bu doğrultuda gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlerin derinlemesine incelenmesi amacıyla, sistemik derleme tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın konusuna yönelik doğru ve geçerli verileri edinebilmek amacıyla hem ulusal yazın hem de uluslararası yazın taraması yapılmıştır. Bunun için ulusal veri tabanı olarak TR Dizin (ULAKBİM) ve uluslararası veri tabanı olarak Web of Science (WoS) tercih edilmiştir. Çalışma verilerinin sistemik olarak incelenmesinde ölçüt örnekleme tekniği uygulanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Diğer bir ifadeyle çalışma konusuna ilişkin önceden belirlenen ölçütlere göre veri tabanlarında taramalar gerçekleştirilmiştir. Bu taramaların gerçekleştirilmesinde "yayın yılı (*publication years*)", "tüm alanlar (*all fields*)" ile konuya ilişkin "anahtar kelimeler (*key words*)" kullanılmıştır. Ulusal yazın boyutunu incelemek için TR Dizin veri tabanında "gastronomi ve coğrafi işaret" ve uluslararası yazın boyutunu incelemek için Web of Science veri tabanında "gastronomy and geographical indication" anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Dolayısıyla anahtar kelimeler ile TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarıyla sınırlandırılan çalışmada, elde edilen veriler 2012-2024 yılları arasında yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Çalışmanın 2012 yılından günümüze olacak şekilde sınırlandırılmasının sebebi ise Avrupa Birliği'nin (AB) 2012 yılında Türkiye'nin ise 2017 yılında coğrafi işaretler ile ilgili mevzuatlarını güncellemesi yatmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın sınırlılıklarını anahtar kelimeler, yayın yılı ve ilgili veri tabanları oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı doğrultusunda TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında şu sorulara cevap aranmıştır:

- İlgili veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik yapılan çalışmaların yıl, yayın yeri ve anahtar kelimeleri nelerdir?
- İlgili veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik yapılan çalışmalarda hangi metodolojik yaklaşımlar benimsenmektedir?
- İlgili veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik yapılan çalışmaların amaç ve sonuç ilişkisine göre odak noktası nedir?

20.09.2024 tarihinde dâhil etme ve dışlama kriterleri uygulanarak gerçekleştirilen tarama sonucunda veriler elde edilmiştir. Bu kapsamda TR Dizin veri tabanında yirmi yedi (27) ve Web of Science veri tabanında otuz bir (31) olmak üzere toplam 58 çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışmalara ait verilerin sistemik olarak incelenmesi amacıyla meta ve içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. Meta analizde

belirlenen bir konuya ilişkin yapılan birden çok çalışmaya ait istatistiksel analizler yapılmaktayken içerik analizinde çalışmalara ait veriler objektif bir şekilde tanımlanmaya çalışılmaktadır (Akgöz vd., 2004; Yurtbakan, 2020). Bu kapsamda meta ve içerik analizlerine uygun olarak belirlenen temalar çerçevesinde analizler gerçekleştirilmiş ve raporlama yapılmıştır. Çalışmanın raporlama süreci ise üç temel tema çerçevesinde gerçekleştirilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Çalışmada sistematik raporlama süreci

<i>Temalar</i>	<i>İçerik</i>	<i>Raporlama Süreci</i>
Birinci tema	Yıl, yayın yeri ve anahtar kelimeler	Grafik, haritalandırma ve kelime bulutları
İkinci tema	Metodolojik yaklaşımlar	Yöntem, veri toplama tekniği ve analizi
Üçüncü tema	Amaç ve sonuç ilişkisi	Odak nokta

Tablo 1 incelendiğinde raporlama süreci toplam üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada ilgili veri tabanlarında yer alan çalışmalar yıl, yayın yeri ve anahtar kelimelere ait veriler grafik, haritalandırma ve kelime bulutları yardımıyla istatistiksel olarak açıklanmıştır. İkinci aşamada ilgili veri tabanlarında yer alan çalışmalara ait metodolojik yaklaşımlar çalışma yöntemi ve veriler açısından değerlendirilmiştir. Üçüncü ve son aşamada ise ilgili çalışmalarda TR Dizin veri tabanı için "Makale" ilk harfi kullanılarak "M1, M2, M3, M27", Web of Science veri tabanı için "Article" ilk harfi kullanılarak "A1, A2, A3, A31" şeklinde kodlama yapılarak amaç ve sonuç ilişkilerine ait odak noktaları açıklanmıştır.

3. Bulgular

TR Dizin ve Web of Science (WoS) veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik yapılan çalışmalarda yıl, yayın yeri, anahtar kelime, metodolojik yaklaşım, amaç ve sonuç ilişkisine ait bulgulara yer verilmektedir. Bu bulgular belirlenen temalar çerçevesinde raporlanmakta ve alt başlıklarda sunulmaktadır.

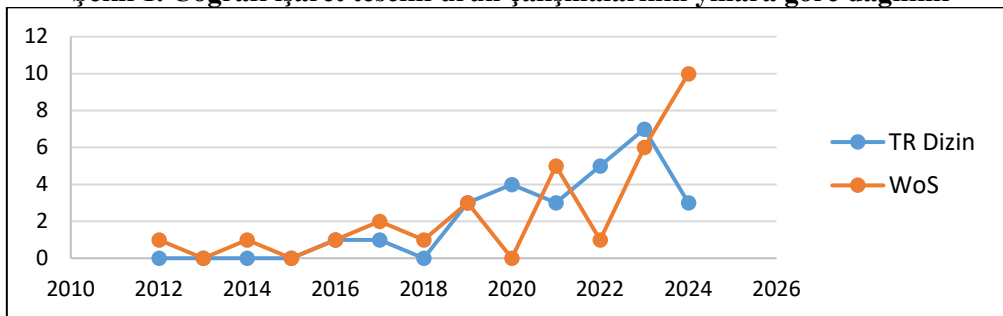
3.1. TR Dizin ve WoS Veri Tabanlarında Yapılan Çalışmaların Yıl, Yayın Yeri ve Anahtar Kelimelere Ait Bulgular

TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik yapılan çalışmaların yıl, yayın yeri, anahtar kelime bilgilerine ait bulguları alt başlıklarda yer almaktadır.

3.1.1. İlgili Veri Tabanlarında Yer Alan Çalışmaların Yayınlandığı Yıllar

Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yapılan tarama sonucunda elde edilen ilgili çalışmalar yayınlandıkları yıllar açısından Şekil 1'de dağılım olarak değerlendirilmiştir.

Şekil 1. Coğrafi işaret tescilli ürün çalışmalarının yıllara göre dağılımı

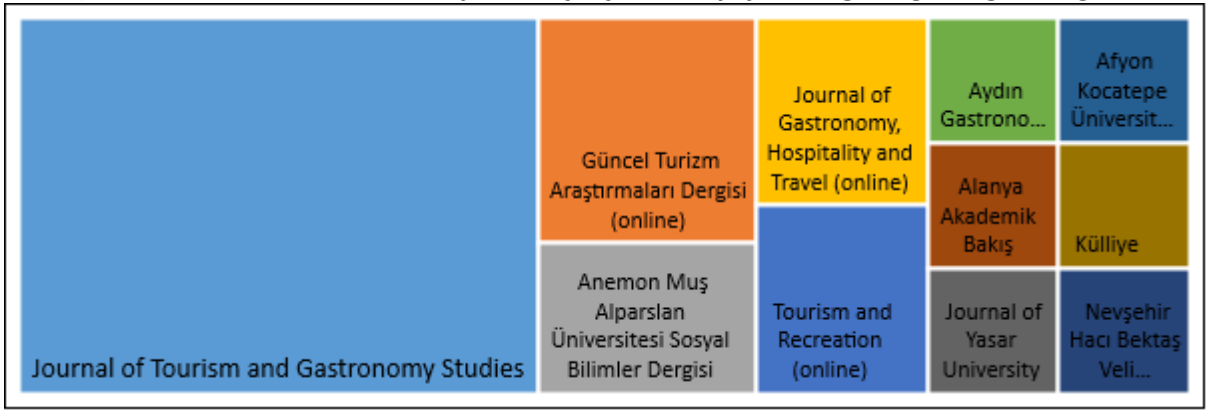


Şekil 1 incelendiğinde, TR Dizin veri tabanı kapsamında yer alan 27 çalışmanın %81.4'ü (22), Web of Science veri tabanında yer alan 31 çalışmanın %70.9'u (22) son beş yıl içerisinde gerçekleşmiştir. Dolayısıyla TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yayınlanan çalışmaların ağırlıklı olarak 2020 yılı ve sonrasında gerçekleştiği belirlenmiştir. Bu kapsamda gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik son beş yıl içerisinde araştırmacıların yoğun bir ilgisinin olduğu, coğrafi işaret uygulamalarının gastronomik ürünler ile daha yakından ilişkili olarak değerlendirildiği ve bu konunun birlikte daha fazla incelenmeye başlandığı belirlenmiştir. Bu durum gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde yaşanan gastronomik ürünlerdeki coğrafi işaret tescil sayılarındaki artışlardan kaynaklı olabilir. Ayrıca araştırmacıların bulguları da bu tür ürünlerin ortaya çıkmasına veya coğrafi işaret aracılığıyla kayıt altına alınmasına aracılık etmiş olabilir.

3.1.2. İlgili Veri Tabanlarında Yer Alan Çalışmaların Yayınlandığı Dergiler

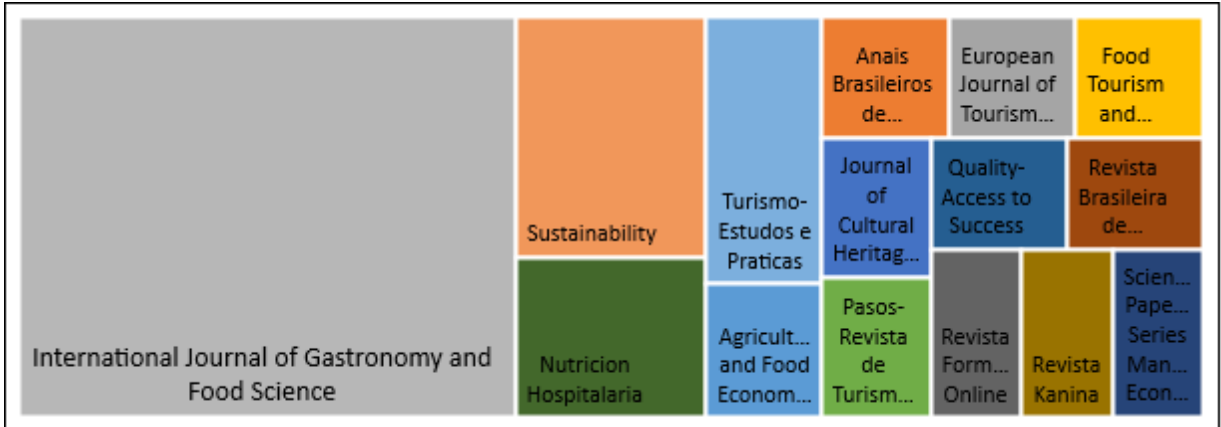
Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik TR Dizin veri tabanında yer alan ilgili çalışmaların yayınlandığı dergilere göre dağılımı Şekil 2'de yer almaktadır.

Şekil 2. TR Dizin veri tabanında yer alan çalışmaların yayınlandığı dergilere göre dağılımı



Şekil 2 incelendiğinde TR Dizin kapsamında yer alan 27 çalışmanın %44.4'ü (12) "Journal of Tourism and Gastronomy Studies" dergisinde yayınlanmıştır. Bu dergiyi üç (3) yayın ile "Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi (online)", ikişer (2) yayın ile "Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi", "Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (online)" ve "Tourism and Recreation (online)" dergileri takip etmektedir. Bu dergiler dışında kalan diğer dergilerde ise birer (1) yayın yer almaktadır. Bu sonuç, gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünler konusunda araştırmacılar tarafından Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisinin daha çok tercih edildiğini göstermektedir. Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik Web of Science veri tabanında yer alan ilgili çalışmaların yayınlandığı dergilere göre dağılımı Şekil 3'te yer almaktadır.

Şekil 3. WoS veri tabanında yer alan çalışmaların yayınlandığı dergilere göre dağılımı



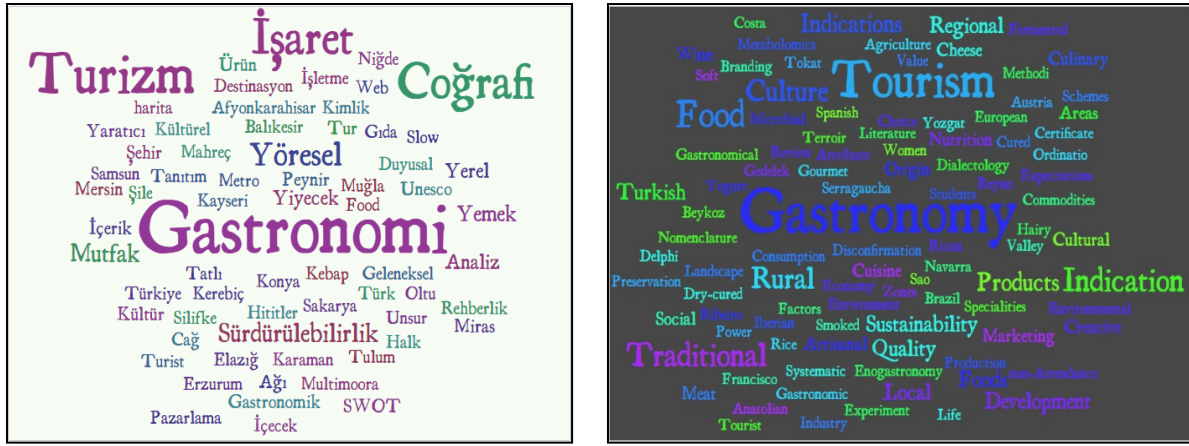
Şekil 3 incelendiğinde Web of Science kapsamında yer alan 31 çalışmanın %41.9'u (13) "International Journal of Gastronomy and Food Science" dergisinde yayınlanmıştır. Bu dergiyi üç (3) yayın ile

“Sustainability” dergisi, ikişer (2) yayın ile “Nutricion Hospitalaria” ve “Turismo-Estudios e Praticas” dergileri takip etmektedir. Bu dergiler dışında kalan diğer dergilerde ise birer (1) yayın yer almaktadır. Bu kapsamda ilgili veri tabanlarında yer alan toplam 58 çalışmanın %43.10’u (25) doğrudan gastronomi alanı ile ilgili ve isminde gastronomi sözcüğü bulunan iki dergide yayınlanmıştır. Dolayısıyla coğrafi işaretli çalışmalarda gastronomi dergileri önemli bir yer tutmaktadır. Gastronomi dergilerinin yanı sıra yayın yapılan diğer dergilerin başta turizm olmak üzere sosyal bilimler alanında yayın yaptığı görülmektedir.

3.1.3. İlgili Veri Tabanlarında Yer Alan Çalışmalarda Kullanılan Anahtar Kelimeler

Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik TR Dizin veri tabanında yer alan 27 çalışmada toplam 120 anahtar kelime kullanıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmaların her birinde ortalama $\bar{X}=4.44$ anahtar kelime tercih edilmiştir. Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik Web Of Science veri tabanında ise yer alan toplam 31 çalışmada toplam 131 anahtar kelime kullanılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmaların da her birinde ortalama $\bar{X}=4,22$ anahtar kelime kullanılmıştır. TR Dizin ve Web Of Science veri tabanlarında yer alan çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler Şekil 4’te oluşturulan kelime bulutları ile ortaya konulmuştur.

Şekil 4. TR Dizin ve WoS veri tabanlarına ait kelime bulutları

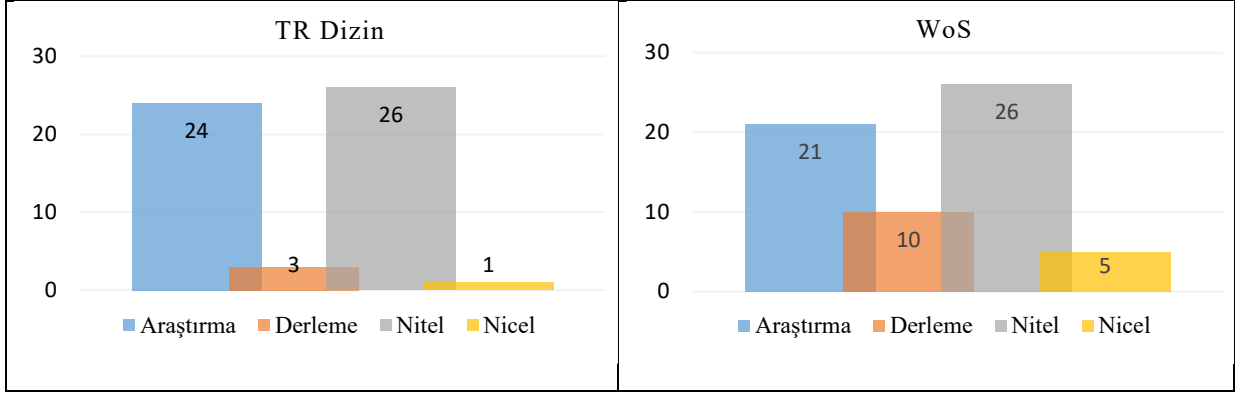


Şekil 4’te yer alan TR Dizin veri tabanı kelime bulutu incelendiğinde “Gastronomi, Turizm, Coğrafi İşaret, Yöresel, Mutfak, Yemek, Kültür ve Sürdürülebilirlik” kelimeleri ön plana çıkmakta iken bu kelimelerin önemli bir kısmını ürün isimleri ile şehir isimleri oluşturmaktadır. Yine Şekil 4’te yer alan Web Of Science veri tabanına ait verilerden ortaya çıkan kelime bulutu araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilerek incelendiğinde “Gastronomi, Turizm, Coğrafi İşaret, Geleneksel, Kırsal, Yöresel, Yiyecek, Mutfak, Kalite ve Sürdürülebilirlik” kelimeleri ön plana çıkmıştır. Bu veri tabanında yer alan çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin önemli bir kısmını ürün isimleri ile şehir isimleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler, her iki veri tabanında da benzerlik göstermektedir.

3.2. TR Dizin ve WoS Veri Tabanlarında Yer Alan Çalışmaların Metodolojik Yaklaşımlarına Ait Bulgular

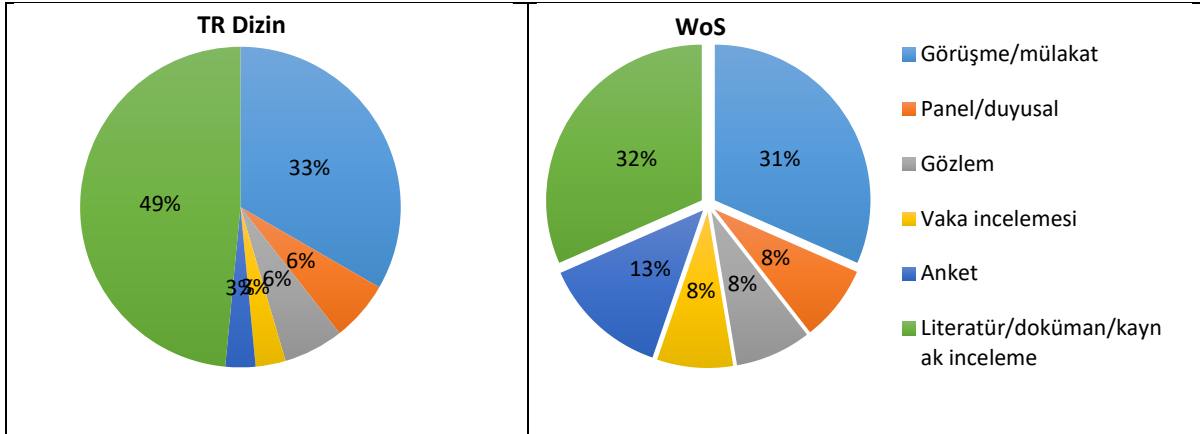
Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında yer alan ilgili çalışmaların metodolojik yaklaşımlarına göre benimsenen araştırma türleri Şekil 5’te yer almaktadır.

Şekil 5. TR Dizin ve WoS veri tabanlarında yer alan çalışmaların araştırma metodu dağılımı



Şekil 5'te yer alan çalışmalara ait araştırma türleri incelendiğinde her iki veri tabanında ağırlıklı olarak nitel araştırma yönteminin benimsendiği ve araştırma makalesi olarak yayınlandığı belirlenmiştir. TR Dizin veri tabanında hem derleme hem de nicel araştırmaların sayısı oldukça düşüktür. Web of Science veri tabanında derleme çalışmaların yüksek sayıda olması dikkat çekerken nicel araştırmaların da kısmen kullanıldığı görülmektedir. Her iki veri tabanı karşılaştırıldığında TR Dizinde yer alan derleme ve nicel araştırma sayısı ile Web of Science veri tabanında bu kapsamda yer alan çalışmalar arasında belirgin bir fark bulunmaktadır. Dolayısıyla çalışmalarda nitel araştırma süreçlerine daha fazla ağırlık verildiği kısmen ise derleme ve nicel araştırma tekniklerinin uygulandığı tespit edilmiştir. Bu durum çalışmalarda doğrudan gastronomik ürüne odaklanmadan ya da bire bir üreticiler aracılığıyla ürünleri keşfetmeye yönelmekten kaynaklanıyor olabilir. Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik TR Dizin ve Web of Science veri tabanında yer alan ilgili çalışmaların metodolojik yaklaşımlara göre veri toplama araçları Şekil 6'da yer almaktadır.

Şekil 6. TR Dizin ve WoS veri tabanlarındaki çalışmaların veri toplama araçları dağılımı



Şekil 6'da yer alan TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında belirlenen çalışmaların veri toplama araçları incelendiğinde literatür/doküman/kaynak inceleme ve görüşme/mülakat tekniğinin daha fazla tercih edildiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra gözlem, panel, anket, vaka incelemesi gibi veri toplama tekniklerinden de yararlandığı belirlenmiştir. TR Dizin veri tabanında incelenen çalışmaların yaklaşık yarısı literatür/doküman/kaynak inceleme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla araştırma türlerinin dağılımı dikkate alındığında hem literatür/doküman/kaynak inceleme hem de görüşme/mülakat tekniğinin gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürün konusunda sıklıkla tercih edilmesi olağan bir durum olarak değerlendirilebilir. Veri toplama araçları da dikkate alındığında çalışmalarda kullanılan analizler; başta betimsel analiz, içerik analizi, doküman analizi olmak üzere farklı analiz teknikleri uygulandığı tespit edilmiştir.

3.3. TR Dizin ve WoS Veri Tabanlarında Yer Alan Çalışmaların Amaç-Sonuç İlişkisi

TR Dizin ve Web of Science veri tabanlarında gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli alan ürünlere yönelik yapılan çalışmaların amaç-sonuç ilişkilerindeki odak noktalarına ait bulgular tablo haline getirilerek alt başlıklarla birlikte aşağıda açıklanmıştır.

3.3.1. TR Dizin Veri Tabanındaki Çalışmaların Amaç-Sonuç İlişkisi

Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik TR Dizin veri tabanında yer alan ilgili çalışmaların amaç-sonuç ilişkisindeki odak noktalarına ait unsurlar Tablo 2’de yer almaktadır. Çalışmaların yazarları ise kaynak bölümünde sırasıyla M1’den başlayarak belirtilmiştir.

Tablo 2. TR Dizin veri tabanında yer alan çalışmaların amaç ve sonuç bilgileri

Kod	Amaç	Sonuç
M1	Silifke’nin gastronomi turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.	SWOT analizi gerçekleştirilerek bölgenin potansiyelini ortaya koyarak çıkarımlar yapılmıştır.
M2	Safranbolu’da coğrafi işaret tescilli alabileceği ürünler belirlenmeye çalışılmıştır.	Coğrafi işaret tescilli alabileceği ürünlere ilişkin tespitler yapılmıştır.
M3	Gaziantep’te coğrafi işaret tescilli ürün olan şekerli böreğinin glutensiz üretilmesi amaçlanmıştır.	İkame ürün kullanılarak mevcut ürün geliştirilerek alternatif bir ürün ortaya çıkarılmıştır.
M4	Afyonkarahisar’ın coğrafi işaret tescilli ürünleri ile kültürel miras değerleri incelenmiştir.	Coğrafi işaret tescilli ürünlerin Türk mutfak kültürü ile uyum gösterdiği fakat eş güdümlü olmadığı belirlenmiştir.
M5	Kayseri’nin gastronomi turizmi potansiyelinin ortaya konması amaçlanmıştır.	Tanıtım, pazarlama, imaj, iş birliği, eğitim konularında çalışmalar yürütülmesi önerilmiştir.
M6	Muğla yemekleri ile coğrafi işaret tescilli ürünlerin mutfak kültüründe sürdürülebilirliği incelenmiştir.	Tescilli ürünler ile yöresel yemeklerin Ark of Taste listesine alınması önerisinde bulunulmuştur.
M7	Konya’nın coğrafi işaret tescilli ürünleri kapsamında çeşitli gastronomi tur rotaları belirlemek amaçlanmıştır.	Rotaların uygunluğunu belirlemek amacıyla MULTIMOORA yöntemi kullanılarak açıklamalar yapılmıştır.
M8	Mersin’in Karakuş, Kerebiç ve Üzümlü kabak tatlılarının kayıt alınması amaçlanmıştır.	Bu ürünlerin paydaşlar tarafından desteklenmesi istenmiş ve restoranların menülerinde yer vermesi önerilmiştir.
M9	Elazığ mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.	Elazığ’ın coğrafi işaret tescilli ürünlerinin sınırlı olduğu ve turizm unsuru olarak yeterince kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
M10	Turist rehberlerinin CI tescilli ürün farkındalıkları ve düzenledikleri turlarda kullanımları belirlenmek istenmiştir.	Turist rehberlerinin CI ürün kavramına bilgilerinin kısıtlı olduğu ve bu ürünleri deneyimleyeceği tur önerilerinde bulunulmuştur.
M11	Muğla gastronomi turizmi haritasının hazırlanması amaçlanmıştır.	Gastronomi turizmi haritası hazırlanarak paydaşlar tarafından kullanılması önerilmiştir.
M12	Niğde yemekleri gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır.	Gastronomi turizmi potansiyelinin yeterince kullanılmadığı belirlenmiş ve kullanım için birtakım öneriler getirilmiştir.
M13	Coğrafi işaret tescilli ürünler yiyecek içecek işletmeleri açısından değerlendirilmek istenmiştir.	İşletmelerde CI ürünlerin misafirler tarafından beğenildiği ve bu durumun gastronomi turizmine katkı sağladığı tespit edilmiştir.
M14	Türkiye’nin coğrafi işaret tescilli yöresel gastronomik ürünlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	Coğrafi işaret tescillerinin gastronomik ürünlere uygunlaştığı ve bütüncül değerlendirilmesi gerektiği belirtilmiştir.
M15	Mersin iline özgü kerebiç tatlısını incelemek amaçlanmıştır.	Coğrafi işaret tescilli ürünün işletmelerde uygulamadaki standartları ortaya çıkartılarak farklılıkları saptanmıştır.
M16	Şile ilçesine yönelik bir SWOT analizi yapılması amaçlanmıştır.	Gastronomi turizminde coğrafi işaret tescilli ürünlerin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehdit tespitleri belirlenmiştir.
M17	Akdeniz Bölgesi’nde yer alan şehirlerin turizm müdürlüklerine ait web site uygulamaları incelenmiştir.	Özellikle coğrafi işaret tescilli ürünlerle ilgili bilgilerin olduğu fakat yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir.
M18	Gastronomi turizmi potansiyeli ve işletme menülerinde yer verilen coğrafi işaret tescilli ürünler incelenmiştir.	CI ürünler kısmen işletme menülerinde yer almakta ancak sayı ve çeşit bakımından sınırlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir.
M19	Sakarya ilinde gastronomik unsurlar ile yöresel ürünler coğrafi işaret kapsamında incelenmiştir.	Coğrafi işaret tescilli ürünler ile ilgili tespitler yapılarak tescil alabileceği ürünler için önerilerde bulunulmuştur.
M20	Balıkesir’de gastronomi turizmi açısından yöresel ürünler incelenmiştir.	Gastronomi potansiyelinin bulunduğu ve bu değerlerin ortaya çıkarılması gerektiği belirtilmiştir.
M21	Coğrafi işaret tescilli ürünlerin turistlerde destinasyon tercihi etkisi ve işletme menülerinde kullanımı incelenmiştir.	Coğrafi işaret tescilli ürünler bölge bazlı incelenmiş ve sınırlı düzeyde işletmelerin menülerinde bulunduğu tespit edilmiştir.
M22	Samsun gastronomi turizmi potansiyeline yönelik inceleme yapılması amaçlanmıştır.	Gastronomi turizmi kapsamında ürünlerin olduğu ancak yeterli düzeyde kullanılmadığı tespit edilmiştir.
M23	Karaman’a ait coğrafi işaret tescilli bir ürüne yönelik yerli halkın farkındalığı belirlenmek istenmiştir.	Yerel halkın büyük bir kısmının ürünü bilmediği tespit edilmiş, bu ürünün korunması gerektiği belirtilmiştir.
M24	Çorum’un gastronomi turizmi potansiyelini incelemek amaçlanmıştır.	Gastronomi turizmi için değerleri olduğu ve gastronomi odaklı çalışmaların yapılması gerektiği belirtilmiştir.
M25	Erzurum ilinin coğrafi işaret tescilli ürününe yönelik özellikler gastronomi turizmi açısından ele alınmıştır.	Tescilli ürünün geleneksel olduğu, lezzet dışında da marka değeri olarak kullanılması gerektiği tespit edilmiştir.
M26	Vaka analizi yapılarak gastronomik kimlik için coğrafi işaret tescilli ürünlerin önemini belirlemek amaçlanmıştır.	Gastronomik kimlik için yöresel ve CI tescilli ürünlerin önemi olduğu ile satış ve pazarlama noktasında öneriler sunulmuştur.
M27	Coğrafi işaret tescilli peynirleri gastronomi turizmi açısından incelemek amaçlanmıştır.	CI tescilli ürünlerin gastronomi turizmde bir fırsat olduğu ve çekicilik unsuru olarak kullanılması gerektiği belirlenmiştir.

Kaynak: Kasar vd., 2024b; Yurt ve Dinvar, 2024; Kasar vd., 2024a; Boyraz ve Sandıkcı, 2023; Sabur ve Güneş, 2023; Atabey, 2023; Akgöz vd., 2023; Ercik vd., 2023; Çolakoğlu ve Sarıışık, 2023; Aktaş vd., 2023; Kargıoğlu ve Temür, 2022; Ölmez ve İlhan, 2022; Güleç ve Cömert, 2022; Denk, 2021; Ercik vd., 2022; Teyin vd., 2021; Seçuk ve Tugay, 2021; Yılmaz ve Ük, 2021; Savaşkan ve Kingır, 2020; İbiş, 2020; Çolakoğlu ve Sarıışık, 2023; Canbolat ve Çakıroğlu, 2020; Toklu ve Pekerşen, 2019; Şahin, 2019; Üzümcü ve Denk, E. 2019; Başat vd., 2017; Işın ve Yalçın, 2020.

Tablo 2 incelendiğinde TR Dizin kapsamında yer alan çalışmaların amaç-sonuç ilişki ekseninde en fazla odaklandığı konu gastronomi turizmi olmuştur. Bunun yanı sıra ilgili çalışmalarda spesifik olarak ürün incelemesi, gastronomi turizm potansiyeli, yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde kullanım düzeyinin belirlenmesi, coğrafi işaret tescilli alabilecek ürünlerin önerisi, gastronomi turizm potansiyeline yönelik SWOT analizi, gastronomi rota önerileri öne çıkan diğer konu başlıklarıdır. Ayrıca misafir memnuniyeti, web sayfalarının incelenmesi, coğrafi işaret tescilli ürünlerin satış ve pazarlama uygulamaları ile kültürel miras kapsamında ele alan çalışmalar yer almaktadır.

3.3.2. WoS Veri Tabanında Yer Alan Çalışmaların Amaç-Sonuç İlişkisi

Gastronomi alanında coğrafi işaret tescilli ürünlere yönelik Web of Science veri tabanında yer alan ilgili çalışmaların amaç ve sonuçları ilişkisine ait odak noktalarına Tablo 3'te yer verilmiştir. Çalışmaların yazarları ise kaynak bölümünde sırasıyla A1'den başlayarak belirtilmiştir.

Tablo 3. WoS veri tabanında yer alan çalışmaların amaç ve sonuç bilgileri

Kod	Amaç	Sonuç
A1	Yerel gastronomi ve coğrafi işaret tescilli şaraplar ilişkilendirilerek eşleştirme potansiyeli önermektedir.	Eşleştirme, yerel gastronomi ve ayrıca uluslararası gastronomi önerileri dikkate alınarak listelenmiştir.
A2	Beykoz ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile belirlenmesi amaçlanmaktadır.	İlçenin güçlü yönü ve zayıf yönü belirtilerek fırsat ve tehditleri sıralanmıştır.
A3	Gastronomi dünyasında bir vizyon sunmak ve bu çalışmaları görünür kılmak amaçlanmaktadır.	Gastronomi turizmi yerel ekonomik büyümeyi teşvik etmek ve nüfus azalmasına karşı mücadele etmek için bir fırsattır sonucu belirlenmiştir.
A4	Kosova'nın peynir üretimiyle bilinen beş bölgesinden Cİ sisteminin uygulanabilirliğini incelemek amaçlanmıştır.	Cİ tescilli ürünleri endüstriyel üretilen gıdalar tarafından sıklıkla tehlikeye atılmakta, geleneksel tarifleri korunmalıdır.
A5	Bir yoğurt türünün özelliklerini ortaya koymak ve yemek tarifi oluşturmak amaçlanmaktadır.	Yoğurdun turizm potansiyeli değerlendirilerek ekonomi ve tanıtım açısından katkı sağlanması gerektiği önerilmektedir.
A6	Tütsülenmiş bir et türünün popülerite, kötü şöhret ve hijyen açısından incelenmesi amaçlanmıştır.	Cİ popülerliği açısından önemli olup hijyenik risk ve kötü şöhret pazarlama olumsuzlukları belirlenmiştir.
A7	Rotalar ile kırsal alanların ekonomik gelişimi ve nitelikli turist profilinin incelenmesi amaçlanmaktadır.	Yemek ve şarap rotalarının açıklanarak del ribeiro şarap rotasının turist bakış açısından rekabetçi bir bakış açısı sunulmuştur.
A8	Cİ ürününün pazarlama ve turistik etkisini analiz edilmesi amaçlanmaktadır.	Cİ ürününün önemli bir pazarlama aracı olduğu mevsimlik olması ve üretimden kaynaklanan tespitler gerçekleştirilmiştir.
A9	Bursa Gedelek turşusunun mutfak kültüründeki özelliklerini belirlenerek üretim aşamalarını incelemek amaçlanmıştır.	Yöresel ürünlerin kalitesini korumak ve bilinçli üretim, eğitim, kurumsal destek ve tanıtım yapılması önerilmiştir.
A10	Kuru kürlenmiş jambon endüstrisinde mikrobiyal bir inceleme amaçlanmıştır.	Ürünün ekonomik ve sosyal açıdan olumlu yansiyabilecek bir değer artışıyla sonuçlanabileceği belirlenmiştir.
A11	Cİ tescilli yengeç türünün tarımsal gıda üretimini sürdürmedeki rolünün araştırılması amaçlanmıştır.	Cİ tescilli yengeç türünün korunması tarımsal üretimde ekolojik unsurların sağlanmasında önemli olduğu belirlenmiştir.
A12	Tokat Bez Sucuk sürdürülebilir gastronomi çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır.	Üretim aşamaları, ekonomik katkıları ile sürdürülebilirlik açısından önemi vurgulanmıştır.
A13	Romanya özelinde Z Kuşağının kırsal turizme bakış açısı incelenmektedir.	Z kuşağının yerel gastronomi ve cazibe merkezlerini önemseydiği, tercihlerinde özellikle fiyat ve konaklamanın belirleyici olduğu tespit edilmiştir.
A14	Çin ve Japonya'da bir pirinç türü karşılaştırmalı olarak incelenmektedir.	Pirinçteki tat kalitesi farklılıkları ortaya çıkartılarak ürünün özellikleri ile ilgili unsurlar belirtilmiştir.
A15	Yozgat Çanak peynirinin mutfak kültüründeki özellikleri ve üretim aşamalarını incelemek amaçlanmıştır.	Ürünle ilgili üretim ve tüketim aşamaları ortaya çıkarılarak mutfak kültürü açısından değerlendirilmiştir.
A16	Brezilya'da coğrafi işaret tescilli geleneksel bir un türünün üretim süreci incelenmektedir.	Üretim aşamalarının tüm yönleri incelenerek benzerlik ve farklılıklar ortaya çıkarılmıştır.
A17	Sanat ve gastronomi üzerine bir araştırma sunmak amaçlanmaktadır.	Sanat ve gastronomiyi içeren alanlar kısa vadede uygulanabilir girişimler olduğu fakat zaman ve maliyet alacağı belirtilmiştir.
A18	Cİ tescilli yöresel yemek ve ürünlerin gastronomi turizminin gelişimine olan etkilerini belirlemek amaçlanmıştır.	Gastronomi turizminde en etkili unsur Cİ tescilli ürünler olup, yöresel yemeklerin de önemli bir etkisi bulunduğu belirtilmiştir.
A19	Coğrafi işaret aracılığıyla kültürel gastronomi mirasının korunması ve geliştirilmesi amaçlanmaktadır.	Cİ koruma sistemi hem pazar hem de bölgesel kimlik için değer katmanın önemli bir yolu olarak belirlenmiştir.
A20	Kürlenmiş etlere talepteki bazı evrimsel eğilimler incelenmektedir.	Eğilimlerin coğrafi işaret bilgi asimetrisini azalttığı ve uzun vadeli bir gelişimsel durum yarattığı vurgulanmıştır.
A21	Tarımsal gıda bileşenleri sınıflandırması için bir isimlendirme sistemi sunmak amaçlanmıştır.	Değişkenler arasında öncelik veya köken, iklim koşulları, toprak tipleri ve yetiştirme teknikleri yer almıştır.
A22	Kırsal sürdürülebilirlikle organik tüketicilerin mercimek tercihlerini araştırmaktadır.	Mercimek seçimi ile kırsal sürdürülebilirlik arasında ilişkinin parasal önemini anlamak ile yardımcı olduğu belirtilmiştir.
A23	Aragon'un gastronomisi hakkındaki bilgiler, nüfusunun refahı ve sağlığı gözden geçirmesi amaçlanmaktadır.	Geleneksel gastronomiyi kültürel miraslarının bir parçası olarak günlük diyetlerine entegre edebilmeleri önerilmiştir.
A24	Navarra gastronomisi ve nüfusunun diyet kalıpları, beslenme profili incelenmek istenmiştir.	Sağlıklı ve sürdürülebilir bir diyet için erken yaşlardan mutfak bilgisi ve becerilerin teşvik edilmesinin önemi vurgulanmıştır.
A25	Yemek ve turizmin bölgesel stratejilerini ve destinasyon	Yemek ve turizmin, coğrafi işaretlerin etiketleri çeşitli

	yönetimine katkıları keşfetmek amaçlanmaktadır.	perspektiflerden ele alınmış ve önemi tespit edilmiştir.
A26	Karayipler ve Kosta Rika'nın güney bölgesi arasındaki dilsel ve kültürel bağlantıları incelenmektedir	Etimolojik olarak farklılıklar ortaya koyularak ürün ile ilgili açıklamalar yapılmıştır.
A27	İki farklı bölgede bulunan coğrafi işaretleri ve bunların gastronomi turizmi ile bağlantılarını belirlemek amaçlanmıştır.	Coğrafi işaret tescilli ürünlerin bölgelerin gelişimine katkıda bulunduğu, turistleri çeken ve bölgesel kimliği yansıttığı belirlenmiştir.
A28	Geleneksel tariflere yönelik eleştirel bir bakış açısı sunmak amaçlanmaktadır.	Geleneksel tarif kavramı hakkında değerlendirme yapılarak bu tarifler ile ilgili tartışmalar yapılması gerektiği belirtilmiştir.
A29	Sürdürülebilir gıda sistemlerinde değer yaratımını ve turizmin bu sistemler üzerindeki etkisi incelenmektedir.	Kırsal alanlarda gastronomi turizmini geliştirmek için özel olanaklar yaratılması gerektiği belirtilmiştir.
A30	Coğrafi işaretlerin turizme dahil edilmesini turist faaliyetine sağlayabileceği faydaları incelemek amaçlanmaktadır.	Coğrafi işaret tescilli ürünlerin turizme kazandırılması gerektiği ve pazarlama aracı olarak kullanılmasının önemli olduğu belirtilmiştir.
A31	Bir kırsal kalkınma girişiminin konseptini ve gelişimini sunmayı amaçlanmaktadır.	Üreticilerin pazarlama konusundaki farkındalık ve yeterlilikleri ile diğer üreticilerle iş birliğini ci artırdığı belirtilmiştir.

Kaynak: Jantsch vd., 2024; Teyin, 2024; García-Henche vd., 2024; Bytyçi vd., 2024; Sezgin ve Sönmez, 2024; da Silva Lima vd., 2024; Cruz-González vd., 2024; Crespi-Vallbona vd., 2024; Güleç ve Yılmaz, 2024; Martín-Miguélez, vd., 2024; Cheng, 2023; Arslan vd., 2023; Tănase vd., 2023; Cheng vd., 2023; Oğan ve Çelik, 2023; e Silva vd., 2023; de Campos vd., 2022; Pamukçu vd., 2021; Oliveria ve Souza, 2021; Sgroi, 2021; André ve Rodolfo, 2021; Paffarini vd., 2021; Casamayor Sebastián ve García Perea, 2019; Santiago vd., 2019; Rachão vd., 2019; Barahona Novoa, 2018; Coelho-Costa ve Coriolano, 2017; Bonadonna vd., 2017, Hall ve Gössling, 2016; Coelho Costa, 2014; Kastner ve Mendoza, 2012.

Tablo 3 incelendiğinde Web of Science kapsamında yer alan çalışmaların amaç-sonuç ilişki ekseninde en fazla odaklandığı konu başlıkları sürdürülebilirlik, ürün özellikleri ve gastronomi turizmi olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra ilgili çalışmalarda gastronomi turizmi potansiyeli, SWOT analizi, gastronomi rotası, kırsal kalınma, bölgesel gelişim, kültürel farklılıklar öne çıkan diğer konulardır. Ayrıca kelime inceleme, geleneksellik, duysal testlere yönelik çalışmaların da yer aldığı belirlenmiştir. Bu kavramlar, gastronomi turizmi ve coğrafi işaretler ile ilişkilendirilmektedir.

4. Sonuç

Bu çalışmada, gastronomi alanında coğrafi işaret tescili alan ürünleri araştırmalarında konu alan bilimsel çalışmalar, ulusal (TR Dizin) ve uluslararası (Web of Science) veri tabanlarında "*gastronomi ve coğrafi işaret*" anahtar kelimeleri kullanılarak incelenmiştir. Tespit edilen çalışmaların daha anlaşılabilir olmaları adına çeşitli sınıflandırmalar yapılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın 2012 yılından günümüze olacak şekilde sınırlandırılmasının sebebi AB'nin 2012 yılında Türkiye'nin ise 2017 yılında coğrafi işaretler ile ilgili mevzuatlarını güncellemesi yatmaktadır. Bu güncellemeler sonrası durum tespit edilmeye çalışılmıştır. Sistemik inceleme yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada gastronomi turizminin, gastronomik ürünlerin ve coğrafi işaretlerin aslında birlikte yaygın olarak değerlendirildiği hatta gastronomi turizminin temelinde yer alan yiyecek ve içeceklerin diğer bir deyişle gastronomik ürünlerin coğrafi işaret tescilleri için önemli potansiyel oluşturabildiği resmi ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmaların özellikle 2020 yılından sonra gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde ivme kazandığı ve araştırmacıların ilgisinin daha fazla yoğunlaştığı belirlenmiştir. Veri tabanlarında değerlendirilen çalışmaların 2020 yılından sonraki zaman diliminde gerçekleşme oranı %75,8 (44) olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu durum, gastronomi turizmi ve ürünleriyle birlikte coğrafi işaretler konusu popüler olmaya devam ettiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında çalışmaların ulusal düzeyde "*Journal of Tourism and Gastronomy Studies*" uluslararası düzeyde ise "*International Journal of Gastronomy and Food Science*" dergilerinde yaygın olarak yayınlandığı tespit edilmiştir. Her iki veri tabanında incelenen çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerde ilk üç sırada aynı kelimelerin *Gastronomi, Turizm, Coğrafi İşaret*, tercih edildiği tespit edilmiştir. Bu durum gastronomi turizmi ile coğrafi işaret tescillerinin bütünlüğünün ve öneminin temel göstergesi olarak değerlendirilebilir.

İncelenen çalışmaların çoğunluğu araştırma makalesidir ve metot olarak yine yaygın şekilde nitel araştırma yöntemlerinden yararlanıldığı belirlenmiştir. Tespit edilen çalışmalarda verilerin elde edilmesinde literatür/doküman/kaynak inceleme ve görüşme/mülakat tekniğinin kullanıldığı tespit edilirken analiz olarak yine çoğunlukla betimsel analiz ve içerik analizinden yararlanıldığı

belirlenmiştir. TR Dizin veri tabanında yer alan çalışmalarda gastronomi turizmi ile spesifik bir ürüne yoğunlukla odaklanıldığı belirlenirken Web of Science veri tabanında ise sürdürülebilirlik ve spesifik olarak incelenen bir ürünün özelliklerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

İlgili literatür değerlendirildiğinde AB ülkelerinin coğrafi işaretlerden önemli derecede ekonomik kazanç elde ettiği ve ürünlerin katma değer yarattığı belirtilmektedir. Ayrıca coğrafi işaretlerde güçlü hukuki alt yapı ile desteklenen yönetim ve denetim mekanizmaları başarının temel anahtarı olarak ifade edilmektedir (Bramley, 2011; Tekelioğlu, 2019). Web of Science veri tabanında incelenen çalışmaların tamamına yakını AB ülkelerinde gerçekleştirilmiştir. Tespit edilen bu durum literatürle uyum göstermektedir. Gelişmekte olan ülkeler, gastronomi ve coğrafi işaretler konularında kendilerini geliştirmek istiyorlarsa AB uygulamalarından destek almaları önerilebilir. Toplumların kültürel mirasının temelini oluşturan yiyeceklerin ve içeceklerin geleneksel üretim yöntemleri ile sürdürülebilir olması için coğrafi işaret tescillerine ilgili paydaşlar gerekli önemi göstermelidir.

Bu bilimsel çalışmada da bazı sınırlılıklar mevcuttur. Bunlardan ilki mevzuat güncellemeleri sonrası durumun belirlenmesi adına 2012 yılından günümüze incelemenin gerçekleştirilmesidir. İkincisi ise araştırmada iki veri tabanının kullanılarak sistemik incelemenin gerçekleştirilmesidir. Sistemik incelemenin doğası gereği belirlenen dâhil etme ve hariç tutma ilkeleri de çalışmada diğer sınırlılığı oluşturmaktadır. Gelecekteki çalışmalar spesifik olarak mesela peynir veya peynir turizmi kapsamında bir sistemik analiz incelemesini konu olarak belirleyebilir. Ayrıca coğrafi işaret tescillerinde kullanılan etiket uygulamalarında tüketici davranışlarının resmi ortaya çıkarılabilir. Ulusal ve uluslararası literatür gastronomi turizmi ve coğrafi işaretler konusunda yakından ilgi ile takip edilmeli güncel gelişmeler Türkiye’de turizmin gelişimi ve desteklenmesi için çeşitli teşviklere öncülük etmelidir.

Etik Standartlara Uyum

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışmasının bulunmadığını beyan eder. Eğer çıkar çatışması mevcut ise, bu durumun ayrıntıları ve nasıl çözüleceği, ıslak imzalı Çıkar Çatışması Beyan Formu ile birlikte belirtilmelidir. Bu form, makale süreç dosyasına eklenmek üzere her bir yazar tarafından ayrı ayrı imzalanmalıdır.

Çıkar çatışması, yalnızca yazar(lar) arasında değil, aynı zamanda yazar(lar) ile üçüncü kişiler veya kurumlar arasındaki olası hukuki ve etik ilişkileri de kapsmalıdır.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma için etik kurul izni: Bu çalışma için etik kurul iznine gerek yoktur. Buna ilişkin ıslak imzalı onam formu, makale süreç dosyasına eklenmiştir.

Finansal Destek

Finansal destek bulunmamaktadır.

Teşekkür

Teşekkür edilecek kişi veya kurum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA:

- Akgöz, E., Varol, F., & Öksüz, M. (2023).** The role of geographically indicated products in the determination of gastronomy routes in Konya. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 18(72), 547-568. <https://doi.org/10.19168/jyasar.1313808>
- Akgöz, S., Ercan, İ., & Kan, İ. (2004).** Meta-analizi. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(2), 107-112.
- Aksay, B. (2019).** Türkiye’de kadın girişimciliğinin son 10 yılı: Alanyazın taraması ve öneriler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 35-51.
- Aksungur, A., & Aydın, Ş. (2023).** TR Dizin’deki eğitim fakültelerinin dergilerinde matematiksel problem çözme ile ilgili makalelerin incelenmesi. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(3), 906-921.
- Aktaş, A. C., Akgül, O., & Gökdemir, S. (2023).** Turist rehberlerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik farkındalıkları. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (Online)*, 6(2), 738 - 755. doi.org/10.33083/joghat.2023.297
- Amarando, M., Assenov, I., & Visuthismajarn, P. (2019).** A systematic review of sustainable wine tourism research in Asia 2000–2018. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-24.
- An, W., & Alarcón, S. (2020).** How can rural tourism be sustainable? A systematic review. *Sustainability*, 12(18), 7758. <https://doi.org/10.3390/su12187758>
- André, S. E., & Rodolfo, B. (2021).** Nomenclature proposal for agricultural food ingredients’ specificity based on place of production and cultivation properties as a tool for research and differentiation. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100299. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100299>
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C. T. (2023).** Investigation of Tokat Bez Sucuk, a geographically indicated local food, within the scope of sustainable gastronomy. *Sustainability*, 15(17), 12889. <https://doi.org/10.3390/su151712889>
- Atabey, S. (2023).** Uluslararası sistemlerde kayıt altına alınarak Muğla kültürel gastronomi mirasının sürdürülebilirliği. *Küllüye*, (Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. Yılı Özel Sayısı), 156-169. <https://doi.org/10.48139/aybukulliyeye.1342468>
- Balyalı, T. Ö., & İlhan, Ö. A. (2023).** Turizm ve dijitalleşme konulu araştırmaların bilimsel haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 117-133.
- Barahona Novoa, A. (2018).** Lexical correspondences in Costa Rican Spanish: chicheme. *Káñina*, 42(2), 157-176. <http://dx.doi.org/10.15517/rk.v42i2.34762>
- Başat, H. T., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017).** Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: Ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 67-76.

- Bonadonna, A., Macar, L., Peira, G., & Giachino, C. (2017).** The dark side of the European quality schemes: The ambiguous life of the Traditional Specialities Guaranteed. *Calitatea*, 18(156), 102.
- Boyraz, H. D., & Sandıkçı, M. (2023).** Coğrafi işaretli ürünlerin somut olmayan kültürel miras Türk mutfak kültürü unsurlarıyla karşılaştırılması: UNESCO gastronomi şehri Afyonkarahisar ili örneğı. *Tourism and Recreation*, 5(2), 172-185. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1349928>
- Bowen, S., & Zapata, A.V. (2009).** Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of rural studies*, 25(1), 108-119. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.07.003>
- Bramley, C. (2011).** A review of the socio-economic impact of geographical indications: considerations for the developing world. In *WIPO worldwide symposium on geographical indications* (Vol. 22, pp. 1-22). Lima, Peru: WIPO.
- Bytçı, P., Kokthi, E., Hasalliu, R., Fetoshi, O., Salihu, L., & Mestani, M. (2024).** Is the local origin of a food product a nexus to better taste or is just an information bias. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100877. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100877>
- Canbolat, E., & Çakiroğlu, F. P. (2020).** Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme: Samsun mutfağına yönelik bir değerlendirme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 937-957. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.588>
- Casamayor Sebastián, F.A., & García Perea, A. (2019).** Nutrición y gastronomía en Aragón. *Nutrición Hospitalaria*, 36, 65-68. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.02697>
- Cassago, A.L.L., Artêncio, M.M., de Moura Engracia Giraldi, J., & Da Costa, F.B. (2021).** Metabolomics as a marketing tool for geographical indication products: a literature review. *European Food Research and Technology*, 247(9), 2143-2159. <https://doi.org/10.1007/s00217-021-03782-2>
- Cei, L., Defrancesco, E., & Stefani, G. (2018).** From geographical indications to rural development: A review of the economic effects of European Union policy. *Sustainability*, 10(10), 3745. <https://doi.org/10.3390/su10103745>
- Cei, L., Stefani, G., & Defrancesco, E. (2021).** How do local factors shape the regional adoption of geographical indications in Europe? Evidences from France, Italy and Spain. *Food Policy*, 105, 102170. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102170>
- Chakraborty, P., & Ghosal, S. (2022).** Status of mountain-tourism and research in the Indian Himalayan Region: a systematic review. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 6(3), 863-897. <https://doi.org/10.1007/s41685-022-00243-w>
- Cheng, D. (2023).** Sustainability for stakeholders and the environment? Understanding the role of geographical indications in sustaining agri-food production. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100839. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100839>
- Cheng, B., Shi, S., Pan, K., Nie, J., Xing, J., Wang, X., ... & Jiang, Y. (2023).** Untargeted metabolomics based on UHPLC-Q-Exactive-MS reveals metabolite and taste quality differences between Koshihikari rice from China and Japan. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100680. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100680>

- Clarivate (2024).** Web of Science about. <https://clarivate.com/about-us/> (Erişim:25.09.2024).
- Coelho Costa, E.R. (2014).** The geographical indications as a strengthening element for tourist activity. *Turismo-Estudos E Praticas*, 3(1), 25-50.
- Coelho-Costa, E.R., & Coriolano, L.N. (2017).** Geographical indications and enogastronomic tourism in the Vale dos Vinhedos (RS) and in teh Vale do Sao Francisco (PE/BA). *Revista Turismo Estudos e Práticas*, 6(special issue), 48-77. <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo>
- Crespi-Vallbona, M., Fusté-Forné, F., & Noguer-Juncà, E. (2024).** Food shining amid nature: marketing potatoes in the Prades mountains (Catalonia, Spain). *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-05-2022-0067>
- Cruz-González, M.M.; Sánchez-Sellero, F.J. & Suarez-Porto, V. (2024).** Rutas enogastronómicas: la ruta del ribeiro. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 22(3),561-577.<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.037>
- Çelik, Z. (2021).** Dijitalleşen dünyada pazarlama (Ed. Mehmet Sağlam). İçinde Fijital (Phygital) pazarlama (297317). Nobel Yayınevi, Ankara.
- Çekal, N. (2022).** Evaluation of the gastronomic products of Gaziantep province in terms of geographical indication which is included in the Unesco Gastronomy Cities Network. *Journal of Human and Social Sciences*, 5 (1), 111-125. <https://doi.org/10.53048/johass.1066598>
- Çekal, N. ve Aslan, B. (2017).** Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemede tarhananın yeri ve önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.
- Çolakoğlu, N.K., & Sarıışık, M. (2023).** Destinasyon pazarlaması kapsamında Elazığ mutfak kültürünün ve coğrafi işaretli gastronomi ürün potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), 1159-1169. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.1081004>
- da Silva Lima, W. K., Rebouças, L. T., Júnior, P. O. V., da Silva, I. D. M. M., & Cardoso, R. D. C. V. (2024).** Smoked meat and tradition: Popularity, notoriety, and quality perception. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100934. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100934>
- de Campos, R. P., Galina, S. V. R., & Giraldi, J. de M. E. (2022).** Diretrizes para pesquisas futuras sobre soft power: uma abordagem oblíqua da literatura sobre o entrelaçamento entre indústrias criativas e marcas de lugar. *ReMark - Revista Brasileira De Marketing*, 21(1), 109–134. <https://doi.org/10.5585/remark.v21i1.20541>
- Denk, E. (2021).** Türkiye’de gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünler. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1(1), 51-61.
- Dönmez, N. A. (2023).** Apiturizm araştırmaları: Sistematik literatür incelemesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 685-699. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1347>
- Duvaleix, S., Emlinger, C., Gaigné, C., & Latouche, K. (2021).** Geographical indications and trade: Firm-level evidence from the French cheese industry. *Food Policy*, 102, 102118. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102118>

- Ercik, C., & Perçin, N. Ş. (2022).** Sürdürülebilir gastronomi kapsamında coğrafi işaretli kerebiç tatlısı üzerine bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 537-554. <https://doi.org/10.18506/anemon.1053709>
- Ercik, C., Yavuz, G., & Enes, K. (2023).** Sürdürülebilir gastronomi kapsamında Mersin mutfağına özgü yöresel tatlıların standart reçetelerinin ve kabul edilebilirliğinin belirlenmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13 (İhtisaslaşma özel sayı), 42-61. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1291159>
- e Silva, S. B., Pena, L. C. C., & Cardoso, R. D. C. V. (2023).** Copioba and common cassava flour know-how: Establishing similarities and distinctions in São Felipe, Brazil. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100713. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100713>
- Fakfare, P., Lee, J. S., & Han, H. (2022).** Thailand tourism: A systematic review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(2), 188-214.
- Falasco, S., Caputo, P., & Garrone, P. (2024).** Can Geographical Indications promote environmental sustainability in food supply chains? Insights from a systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 141100.
- Ferreira, J., Silvério, A. C., Vaz, M., & Fernandes, P. O. (2023).** The relationship between rural tourism, sustainable tourism and outdoor activities: A systematic literature review. *Perspectives and Trends in Education and Technology*, 597-608. https://doi.org/10.1007/978-981-19-6585-2_53
- García-Henche, B., Cuesta-Valiño, P., Durán-Álamo, P., & Penelas-Leguía, A. (2024).** The role of women in maintaining the heritage value of gastronomy in Castilla-La Mancha. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 100987. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100987>
- Gomezelj, D.O. (2016).** A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. *International journal of contemporary hospitality management*, 28(3), 516-558. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2014-0510>
- Gómez, M., Pratt, M. A., & Molina, A. (2019).** Wine tourism research: A systematic review of 20 vintages from 1995 to 2014. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2211-2249. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1441267>
- Güleç, H., & Cömert, M. (2022).** Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneğı. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2144-2165. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1086>
- Güleç, H., & Yılmaz, İ. (2024).** A gastronomical product in Bursa cuisine; Orhangazi Gedek pickles. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100857. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100857>
- Hall, C.M., & Gössling, S. (2016).** From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: Themes and issues in contemporary foodscapes. In *Food tourism and regional development* (pp. 2-58). Routledge. eBook ISBN9781315691695.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018).** Coğrafi işaret sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: Ek.1, Bahar: 371-389. <https://dergipark.org.tr/tr/indir/makale-dosyasi/513907>

- Hjalager, A.M., & Richards, G. (Eds.). (2002).** *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.
- Işın, A., & Yalçın, E. (2020).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.724>
- İbiş, S. (2020).** Gastronomi turizmi potansiyelinin tespiti ve geliştirilmesi kapsamında Balıkesir'in değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 87-104. <https://doi.org/10.32572/guntad.664881>
- Jantsch, L., Flores, S. S., & Vale, Z. D. N. (2024).** Local gastronomy and wine geographical indications (GIs): Framework for identifying pairing potential. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100856. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100856>
- Kargilioğlu, Ş., & Temür E (2022).** Muğla gastronomi haritası. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (Online)*, 5(3), 1203-1215. 10.33083/joghat.2022.195
- Kasar, H., Büşra, A., & Seçim, Y. (2024a).** Gastronomi turizminde beslenme engelleri kapsamında glutensiz ürün geliştirme: Coğrafi işaretli Gaziantep şekerli böreği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 564-584. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1395>
- Kasar, H., Madenci, A.B., & Seçim, Y. (2024b).** Silifke gastronomi turizmi potansiyelinin swot analizi ile değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 624-640. <https://doi.org/10.18506/anemon.1478031>
- Kastner, R., & Mendoza, H.R.R. (2012).** Integrated promotion of regional agricultural products. *SCIENTIFIC PAPERS* 12(3), 95-100. www.efaidnbmnnnibpcajpcgicfindmkaj/https://ibn.idsi.md/sites/default/files/j_nr_file/v12i3.pdf
- Lasserson, T.J., Thomas, J., & Higgins, J.P.T. (2019).** Starting a Review. J.P.T. Higgins (Ed.), *Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions* (3-12). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Law, R., Sun, S., Fong, D. K. C., Fong, L. H. N., & Fu, H. (2016).** A systematic review of China's outbound tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2654-2674. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2015-0323>
- Lochman, J. (2021).** The spatial distribution of sustainable gastronomy: a case study of tourism in Prague. *Tourism Recreation Research*, 48(5), 693-709. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1949676>
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012).** Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- Marie-Vivien, D., & Biénabe, E. (2017).** The multifaceted role of the state in the protection of geographical indications: A worldwide review. *World development*, 98, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.04.035>
- Marion, H., Luisa, M., & Sebastian, R. (2023).** Adoption of geographical indications and origin-related food labels by smes—A systematic literature review. *Cleaner and Circular Bioeconomy*, 4, 100041.

- Martin, S. A., & Assenov, I. (2012).** The genesis of a new body of sport tourism literature: A systematic review of surf tourism research (1997–2011). *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), 257-287. <https://doi.org/10.1080/14775085.2013.766528>
- Martín-Miguélez, J. M., Perezábad, L., Delgado, J., Cebrián, E., & Andrade, M. J. (2024).** Microbial diversity in dry-cured Iberian ham: an approach to the concept of microbial terroir. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100911. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100911>
- Mohammadi, M., Majdi, A., & Hosseini, A. (2022).** Tourism development in rural areas; systematic review of studies. *Journal of Research and Rural Planning*, 11(2), 101-118. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v11i2.2201-1039>
- Monteiro, B., & Salvado, J. (2024).** Olive oil tourism experience (OOTE): A Systematic (SLR). *Via. Tourism Review*, (25). <https://doi.org/10.4000/123h5>
- Murgado, E.M. (2013).** Turning food into a gastronomic experience: olive oil tourism. *Options Méditerranéennes*, 106, 97-109. <http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=6809>
- Nistor, E. L., & Dezi, Ş. (2022).** An insight into gastronomic tourism through the literature published between 2012 and 2022. *Sustainability*, 14(24), 16954. <https://doi.org/10.3390/su142416954>
- Noguer-Juncà, E., Crespi-Vallbona, M., & Fusté-Forné, F. (2021).** Sociocultural and gastronomic reevaluation of local products: trumfa in the Vall de Camprodon (Catalonia, Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26, 100425. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100425>
- Oğan, Y., & Çelik, M. (2023).** A gastronomic product in Turkish culinary culture: A research on Yozgat Çanak cheese. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100650. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100650>
- Oliveria, A. N. & Souza, S. R. (2021).** As indicações geográficas de produtos alimentares: possibilidade de conservação e valorização do patrimônio cultural gastronômico. *Formação (Online)*, v. 28, n. 53, p. 905-932. <https://doi.org/10.33081/formacao.v28i53.8114>
- Ölmez, M., & İlhan, İ. (2022).** Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri: Niğde ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2212-2236. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1089>
- Paffarini, C., Torquati, B., Tempesta, T., Venanzi, S., & Vecchiato, D. (2021).** Rural sustainability and food choice: the effect of territorial characteristics on the consumers' preferences for organic lentils. *Agricultural and Food Economics*, 9, 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40100-021-00200-9>
- Pahlevan-Sharif, S., Mura, P., & Wijesinghe, S. N. (2019).** A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 158-165. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.001>
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. (2021).** The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 6692. <https://doi.org/10.3390/su13126692>

- Paslı, M. M. (2021).** Coğrafi işaretli gastronomi ürünleri üzerine bir araştırma: Giresun ili örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), 93-99. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turizmvereklam/sorun/63274/949552>
- Pessot, E., Spoladore, D., Zangiacomi, A., & Sacco, M. (2021).** Natural resources in health tourism: a systematic literature review. *Sustainability*, 13(5), 2661. <https://doi.org/10.3390/su13052661>
- Polatgil, M. (2021).** ANFIS ile ilgili yapılmış çalışmaların içerik analizi ile değerlendirilmesi: TR Dizin. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (32), 1086-1093. <https://doi.org/10.31590/ejosat.1039699>
- Piramanayagam, S., & Seal, P. P. (2022).** Geographical Indication (GI) tagged foods and promotion of gastronomic tourism: A developing country perspective. In *Current Issues in Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination Research* (pp. 393-399). Routledge.
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2019).** Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21(1), 33-49.
- Rasmi, A. A., Phuoc, J. C., Othman, Z., & Azman, N. (2022).** Geographical indication for gastronomy tourism: Maximising intellectual property value and branding. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-13.
- Rasul, T., Zaman, U., & Hoque, M. R. (2020).** Examining the pulse of the tourism industry in the Asia-Pacific region: A systematic review of social media. *Tourism and hospitality management*, 26(1), 173-193. <https://doi.org/10.20867/thm.26.1.10>
- Rezapour, L., & Akova, O. (2024).** Akıllı turizm gelişimi için yenilikçi bir çözüm olarak blok zincir teknolojisi üzerine sistematik bir inceleme. *International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)*, 3(2), 118-135. DOI: 10.5281/zenodo.12701540
- Rol, S., & Hassan, A. (2024).** Turizm destinasyonlarında dijital pazarlama: Sistematik Bir literatür incelemesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 183-202.
- Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021).** Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134-149. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>
- Roselli, L., Giannoccaro, G., Carlucci, D., & De Gennaro, B. (2018).** EU quality labels in the Italian olive oil market: How much overlap is there between geographical indication and organic production? *Journal of Food Products Marketing*, 24(6), 784-801. <https://doi.org/10.1080/10454446.2017.1413473>
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023).** Kayseri örneğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler. *Tourism and Recreation*, 5(2), 138-152. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1351137>
- Sağtaş, S. (2024).** Dijital Pazarlamanın Değişen Yüzü: Fijital Pazarlama ve Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournl)*, 8(95), 629-637. DOI : 10.26449/sssji.3866
- Santeramo, F. G., & Lamonaca, E. (2020).** Evaluation of geographical label in consumers' decision-making process: a systematic review and meta-analysis. *Food Research International*, 131, 108995.

- Santiago, S., Bes-Rastrollo, M., Martinez-Gonzalez, M. A., Martín-Calvo, N., Rico-Campà, A., & Zazpe, I. (2019).** Nutrition and gastronomy in the Community of Navarra. *Nutrición hospitalaria: Órgano oficial de la Sociedad española de nutrición parenteral y enteral*, 36 (1), 39 – 46. [10.20960/nh.02691](https://doi.org/10.20960/nh.02691)
- Santich, B. (2004).** The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15–24. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(03\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00069-0)
- Savaşkan, Y., & Kingır, S. (2020).** Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.702037>
- Selçuk, B., & Tugay, O. (2021).** Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin web siteleri aracılığıyla bölgesel tanıtımda kullanımı: Akdeniz Bölgesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 835-854. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.818>
- Serçek, S., & Korkmaz, M. (2023).** Turizm sektöründe Metaverse'ün kullanımına ilişkin sistemik bir literatür çalışması. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(5), 701-721. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1228>
- Sezgin, A. C., & Sönmez, M. (2024).** A study on Mamak Ravak Yogurt, a gastronomic product. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 100993. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100993>
- Sgroi, F. (2021).** Food traditions and consumer preferences for cured meats: Role of information in geographical indications. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100386. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100386>
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2021).** Smart tourism destinations: a systematic review. *Tourism Review*, 76(3), 505-528. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0235>
- Sims, R. (2009).** Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of sustainable tourism*, 17(3), 321-336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Sio, K.P., Fraser, B., & Fredline, L. (2021).** A Contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 49(2), 312–328. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- SMK (2017).** *Sınai Mülkiyet Kanunu*. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6769&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>
- Stasi, A., Nardone, G., Viscecchia, R., & Seccia, A. (2011).** Italian wine demand and differentiation effect of geographical indications. *International Journal of Wine Business Research*, 23(1), 49-61. <https://doi.org/10.1108/17511061111121407>
- Suvacı, B. (2016).** Sosyal bilimler veri tabanında yayımlanan lojistik ve tedarik zinciri makalelerinin bibliyometrik profili. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 263-281

- Şahin, S.Z. (2019).** Çorum mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 2550-2565. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.486>
- Tănase, M.O., Nistoreanu, P., Dina, R., Georgescu, B., Nicula, V., & Mirea, C.N. (2023).** Generation Z Romanian Students' Relation with Rural Tourism-An Exploratory Study. *Sustainability*, 15(10), 8166. <https://doi.org/10.3390/su15108166>
- Tekelioğlu, Y. (2019).** Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Teyin, G. (2024).** Evaluation of the gastronomy tourism potential of Beykoz district by SWOT analysis. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos*, 14(1), 1-9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10967110>
- Teyin, G., Sormaz, Ü., Nizamlioğlu, H.F., & Onur, N. (2021).** Şile ilçesinin gastronomi turizmi potansiyelinin swot analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 3018-3035. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.932>
- Toklu, S., & Pekerşen, Y. (2019).** Coğrafi işaretli gastronomik bir değer olan Karaman Divle Obruğu tulum peynirinin bölge halkı tarafından algılanması, *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 2251-2273. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.470>
- Torgerson, C. (2003).** *Systematic Reviews*. London: Continuum International Publishing Group.
- Török, Á., Jantyyik, L., Maró, Z. M., & Moir, H. V. (2020).** Understanding the real-world impact of geographical indications: A critical review of the empirical economic literature. *Sustainability*, 12(22), 9434. <https://doi.org/10.3390/su12229434>
- Türk Patent, (2024).** *Türkiye'nin Coğrafi İşaret Tescilli Ürünleri*. www.ci.turkpatent.gov.tr Erişim Tarihi: 20.09.2024
- Usta, S., & Şengül, S. (2022).** Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 604-634. <https://doi.org/10.32572/guntad.1102302>
- Üzümcü, T. P., & Denk, E. (2019).** Erzurum ile Özdeşleşmiş Bir Lezzet: Oltu Cağ Kebabı. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(1), 463-481. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.373>
- Yazdi, A. K., Jamini, D., Komasi, H., & Coluccio, G. (2024).** An analysis of key factors driving food tourism development: A scenario-based approach in the rural areas of Iran. *Preprints*.2024082258. <https://doi.org/10.20944/preprints202408.2258.v1>
- Ye, B.H., Ye, H., & Law, R. (2020).** Systematic review of smart tourism research. *Sustainability*, 12(8), 3401. <https://doi.org/10.3390/su12083401>
- Yıkmiş, S., & Ünal, A. (2016).** The importance of geographical indication in gastronomy tourism: Turkey. *International Journal of Agricultural and Life Sciences- IJALS*, Volume 2 (4) pp.73-79. <http://dx.doi.org/10.22573/spg.ijals.016.s12200069>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016).** *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, E., & Ük, Z.Ç. (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. <https://doi.org/10.32572/guntad.952500>

Yong, R.Y.M., Chua, B.L., Han, H., & Kim, B. (2022). Taste your way across the globe: a systematic review of gastronomy tourism literature (2000-2021). *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(7-9), 623-650. <https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2184445>

Yurt, İ., & Dinvar, Ş. (2024). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescili alabilecek ürünlerin değerlendirilmesi: Safranbolu örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 413-425. 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v08i2009

Yurtbakan, E. (2020). Etkileşimli okuma: Bir içerik analizi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 8(1), 135-156. <https://doi.org/10.16916/aded.642138>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem:

In recent years, gastronomy tourism has been increasing its importance among other types of tourism. Local food and beverages are considered not only in daily life and nutrition, but also as an important complementary element of tourism activities in the destination. Geographical indication registrations are used to ensure the survival of these products, also referred to as gastronomic products, and to transfer these special products to the future. Because geographical indications protect the cultural heritage, traditions and touristic assets of the region where the product is produced, while also supporting its sustainability.

Lately, it has been observed that there has been a significant increase in the number of studies conducted in the relevant literature on geographical indication registered products. Therefore, this study aims to systematically examine scientific studies on geographical indication registered products in the field of gastronomy. When the national and international literature was examined, it was determined that there was no systematic review using the concepts of gastronomy and geographical indications together. Based on this, it is thought that the systematic examination of geographical indication registered products in the field of gastronomy in this study will contribute to filling the gap in the relevant literature. In addition, shaping the food and beverages that form the basis of gastronomy tourism as geographical indications and examining the relationship between them will contribute to the literature and may contribute to the development of policies for these products by increasing awareness in the relevant authorities.

Research Questions:

In line with the main purpose of the study, answers to the following questions were sought in TR Index and Web of Science databases:

1. What is the year, place of publication and keywords of the studies conducted on products that have received geographical indication registration in the field of gastronomy in the relevant databases?
2. What methodological approaches are adopted in studies on products that have received geographical indication registration in the field of gastronomy in relevant databases?
3. What is the focus of the studies on products that have received geographical indication registration in the field of gastronomy in the relevant databases, according to the purpose and result relationship?

Data was obtained as a result of the screening performed by applying the inclusion and exclusion criteria on 20.09.2024.

Literature Review:

It is possible to find systematic reviews on various topics in national and international literature. Some of these studies focus on tourism in general (Gomezelj, 2016; Pahlevan-Sharif, Mura and Wijesinghe, 2019), such as rural tourism (An and Alarcón, 2020; Mohammadi, Majdi and Hosseini, 2022), sustainable tourism (Ferreira et al., 2023), Rosalina, Dupre and Wang, 2021), they also seem to touch on health tourism (Pessot et al., 2021). However, specifically; smart tourism (Rezapour and Akova, 2024; Shafiee et al., 2021; Ye, Ye and Law, 2020), phygital marketing in tourism (Rol and Hassan, 2024), use of metaverse in the tourism industry (Serçek and Korkmaz, 2023), surf tourism (Martin and Assenov, 2012), api tourism (Dönmez, 2023), as well as studies evaluating the regional tourism development of a global tourism destination such as Asia-Pacific (Rasul, Zaman and Hoque, 2020), as well as studies evaluating the regional tourism development of a global tourism destination such as India (Chakraborty and Ghosal Systematic reviews about the tourism development of a country-based destination such as Taiwan (Fakfare, Lee and Han, 2022), China (Law et al., 2016) are also included in the literature. It is also possible to access systematic analysis studies in the literature on gastronomy tourism (Nistor and Dezzi, 2022; Rachão et al., 2019; Sio, Fraser and Fredline, 2021; Yong et al., 2022), which is the main subject of the study.

Moreover, when taken more specifically, systematic reviews that are seen specifically within the scope of gastronomy tourism and are carried out on a product basis are encountered. These special gastronomic products; These appear as systematic reviews under the headings of wine (Amarando, Assenov and Visuthismajarn, 2019; Gómez, Pratt and Molina, 2019) and olive oil (Monteiro and Salvado, 2024) tourism. Systematic studies conducted with geographical indications reveal the economic dimension of geographical indications (Cej, Defrancesco, and Stefani, 2018; Török et al., 2020), the label applications used in registrations (Marion, Luisa, and Sebastian, 2023; Santeramo and Lamonaca, 2020), and the importance of geographical indications. It has mostly addressed sustainability-oriented practices (Falasco, Caputo and Garrone, 2024). When examined in relevant studies, systematic literature review provides significant contributions to the relevant literature.

Methodology:

In this study, scientific studies on geographical indication registered products in the field of gastronomy are systematically examined. Therefore, the subject of the study consists of products that have received geographical indication registration in the field of gastronomy. In systematic reviews, in-depth research can be conducted by planning, executing and reporting on a predetermined topic. In this regard, it has benefited from the systematic compilation technique in order to examine in depth the geographical indication registered products in the field of gastronomy. In order to obtain accurate and valid data on the subject of the study, both national and international literature were scanned. For this purpose, TR Index (ULAKBİM) was preferred as the national database and Web of Science (WoS) was preferred as the international database. Criterion sampling technique was applied to systematically examine the study data.

To examine the national literature dimension, the TR Index database was searched using the keywords "gastronomy and geographical indication", and to examine the international literature dimension, the Web of Science database was searched using the keywords "gastronomy and geographical indication". Therefore, the data obtained in the study, which is limited to TR Index and Web of Science databases with keywords, covers studies conducted between 2012-2024. The reason for limiting the study to date from 2012 to the present is that the European Union (EU) updated its

legislation on geographical indications in 2012 and Turkey in 2017. In this context, the limitations of the study include keywords, publication year and relevant databases.

Results and Conclusions:

In this study, scientific studies on products that have received geographical indication registration in the field of gastronomy were examined using the keywords "gastronomy and geographical indication" in national (TR Index) and international (Web of Science) databases. It has been determined that the studies have gained momentum both at the national and international level, especially after 2020, and the interest of researchers has become more intense. The realization rate of the studies evaluated in the databases in the time period after 2020 was determined to be 75.8% (44). Therefore, this situation can be considered as an indicator that the subject of geographical indications, along with gastronomy tourism and its products, continues to be popular.

When the research results are examined, it has been determined that the studies have been widely published in the "Journal of Tourism and Gastronomy Studies" at the national level and in the "International Journal of Gastronomy and Food Science" at the international level. Among the keywords used in the studies examined in both databases, it was determined that the same words Gastronomy, Tourism, Geographical Indication were preferred in the first three places. This situation can be considered as a basic indicator of the integrity and importance of gastronomy tourism and geographical indication registrations. The majority of the studies examined were research articles, and it was determined that qualitative research methods were widely used as a method. While it was determined that literature/document/source review and interview techniques were used to obtain data in the studies examined, descriptive analysis and content analysis were mostly used for analysis.

While it was determined that the studies in the TR Index database mostly focused on a specific product with gastronomy tourism, it was determined that the Web of Science database focused on sustainability and the characteristics of a specifically examined product. When the relevant literature is evaluated, it is stated that EU countries gain significant economic benefits from geographical indications and the products create added value. In addition, governance and control mechanisms supported by a strong legal infrastructure in geographical indications are expressed as the key to success. Almost all of the studies examined in the Web of Science database were conducted in EU countries. This detected situation is compatible with the literature. If developing countries want to improve themselves in gastronomy and geographical indications, it may be recommended that they receive support from EU practices.

Future studies may specifically focus on a systematic analysis within the context of cheese or cheese tourism, for example. In addition, the picture of consumer behavior can be revealed in the label applications used in geographical indication registrations.