

## Yiyecek İçecek İşletmeleri Yöneticilerinin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Görüşleri: Boyabat (Sinop) Örneği

**Faruk ÜNAL**

Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

farukunaal@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3864-3549

**Ceyhun AKYOL**

Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

ceyhunakyol@artvin.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5542-7309

**Geliş tarihi / Received: 13.07.2023**

**Kabul tarihi / Accepted: 15.09.2023**

### Öz

Bir ürünün coğrafi işaret alması, ürünle ilgili yöresel, bölgesel, ulusal hatta uluslararası tanınırlık ve bilinirlik durumunun artmasını sağlayan bir süreçtir. Yiyecek içecek işletmelerinin coğrafi işaret tescili almış bir ürünü mutfaklarında hazırlaması ve menülerinde sunması, destinasyona gelen ziyaretçiler açısından ilgi çekebilmektedir. Bu doğrultuda, yiyecek içecek işletmeleri ve yöneticileri coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerinde satış ve sunumuna önem göstermektedir. Bu çalışmanın amacı, Sinop ili Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik görüşlerini tespit etmek ve değerlendirmektir. Nitel araştırma yaklaşımına dayanan çalışma doğrultusunda, Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren 10 yiyecek içecek işletmesi yetkilisi ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği aracılığıyla görüşmeler gerçekleştirilerek betimsel analiz uygulanmıştır. Elde edilen veriler neticesinde, Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürün veya bir ürünün coğrafi işaret olarak tescillenmesi konusunda bilgi sahibi oldukları, bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi konusunda olumlu görüş belirttikleri belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılar coğrafi işaretli ürün veya ürünlerin menüde yer almasının satışları olumlu etkileyeceğini, bu durumun turizm açısından da işletmelere olumlu yansıtacağını düşünmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm işletmeleri, tescil, ürün, Boyabat.

## **Opinions of Food and Beverage Business Managers on Geographically Indicated Products: Boyabat (Sinop) Case**

### **Abstract**

The geographical indication of a product is a process that increases its local, regional, national, and even international recognition. The fact that food and beverage businesses prepare a product that has a geographical indication in their kitchens and present it on their menus can attract attention from the visitors coming to the destination. In this direction, food and beverage businesses and their managers attach importance to the sale and presentation of geographically indicated products in their businesses. The aim of this study is to determine and evaluate the opinions of the managers of food and beverage businesses operating in the Boyabat district of Sinop province on geographically indicated products. In line with the study's qualitative research approach, descriptive analysis was applied by conducting interviews with 10 food and beverage business officials operating in the district of Boyabat through the semi-structured interview technique. As a result of the data obtained, it was determined that the managers of the food and beverage businesses operating in Boyabat district were informed about the geographical indication of the product or the registration of a product as a geographical indication, and they expressed a positive opinion about the geographical registration of a food or beverage product. Participants also think that the inclusion of geographically marked products or products on the menu will have a positive effect on sales, and this will also reflect positively on businesses in terms of tourism.

**Keywords:** *Tourism businesses, register, product, Boyabat.*

### **Giriş**

Yöresel yiyecek içecek ürünleri yerli ve yabancı ziyaretçilerin bir destinasyonu ziyaret etmelerinde önemli bir unsurdur. Yöresel ürünler ayrıca bölgesel kalkınma, sürdürülebilir yaşam ve kültürel gelişim konularına da önemli katkılar sağlamaktadır (Dağ, 2020). Yöresel ürünlerin tanıtımı, üretim koşullarının bilinmesi, ürünlerle ilgili yerel yöntemlerin korunması gibi faaliyetler resmi kurumlarca belgelendirilmekte ve bunlar coğrafi işaret kavramı kapsamında değerlendirilmektedir (Yıkılmış ve Ünal, 2016).

Coğrafi işaretli ürünlerin tercih edilebilirliği yiyecek içecek işletmeleri açısından önemlidir. Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama süreçlerine katkıları, coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliklerine etkisi nedeniy-

le yiyecek ve içecek işletmeleri için önemli bir etkileşim aracı olmaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürünlere bakışı, coğrafi işaretli ürünlerin işletmelerinde sunulması ve menülerinde yer alması konuları ile ilgili düşüncelerinin ürün satışı ve pazarlama hususları açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Sinop ili Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürünlere yönelik görüşleri belirlemektir. Literatür incelendiğinde turizm işletmeleri genelinde ve yiyecek içecek işletmeleri özelinde coğrafi işaretli ürünler ilişkili çalışmalara rastlanmıştır olsa da Boyabat (Sinop) özelinde bir çalışmaya rastlanmamış olması araştırmanın özgünlüğüne ve önemine katkı sağlamaktadır.

## Yiyecek içecek işletmeleri

Yiyecek içecek işletmeleri; insanların ikamet ettikleri yerler dışında farklı sebeplerle yaptıkları seyahat ve geçici konaklamalarında yeme içme gereksinimlerinin karşılanması amacıyla mal ve hizmet üreten ticari ve kurumsal işletmelerden oluşan yiyecek içecek endüstrisinde faaliyet göstermektedir. Bu işletmeler yapı, teknik donatım, konfor ve bakım durumu gibi maddi, sosyal değer ve iş gören hizmet kalitesi gibi niteliksel öğelerle birlikte bireylerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamayı meslek olarak kabul eden iktisadi ve sosyal işletmelerdir (Demirkol, 2015; Oğan, 2020; Sökmen, 2014).

## Coğrafi işaret

Coğrafi işaret ve tescili, ürün ve menşe alanı arasındaki ilişkiyi ifade etmekte, ürünün coğrafi alanı ile ürün tarifinin net bir biçimde ortaya konduğu bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Lukose, 2017). Benzerlerinden ayırt edilebilecek özellikleri bulunan, yer aldığı yöre ile özdeşleşen ürünlere verilmekte olan coğrafi işaret ve ürünleri, ürünün yöre, bölge ve ülke ile olan bağlantısını da ifade etmektedir (Dimara vd., 2004).

Türkiye’de coğrafi işaretlere ilişkin düzenleme 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile olmuş, 2017 yılı Ocak ayında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun yürürlüğe girmesiyle coğrafi işaretlere olan ilgi ülke genelinde artmıştır. Coğrafi işaret; doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleriyle ilgili tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürün için verilmekte olup bunu sağlayan yetkili kurum Türk Patent ve Marka Kurumu’dur (Boyras, 2019). Geleneksel ürün adı, menşe adı ve mahreç işareti olarak üç türe ayrılan coğrafi işaret tescili, özellikle yiyecek içecek ürün gruplarında yöresel kalitenin ve ürün standardının korunması açısından önem arz etmekte, gastronomi turizminin gelişimine

ve yerel halkın kalkınmasına katkı sağlamaktadır (Gheorghe vd., 2014; Işın ve Yalçın, 2020).

## Boyabat destinasyonu

Tarihi, coğrafi ve kültürel açılarından çeşitlilikler barındıran Boyabat ilçesi, dokuz mahalle ve yüz bir köyden oluşmaktadır. (Boyabat Kaymakamlığı, 2019). 41° 28’ kuzey paraleli ile 34° 46’ doğu meridyeninin kesişme noktasında bulunan, il merkezine 85 km. uzaklıkta yer alan Boyabat, Sinop ilinin en kalabalık ilçesi olmakla birlikte köklü bir geçmişe sahip olmakla birlikte (Aydınöz ve Sözcü, 2020; Boyabat Ticaret ve Sanayi Odası, 2019) ilçe; tarıma elverişli alanları, jeopolitik konumu, iklim özellikleri gibi etkenlerle de eski çağlardan günümüze nüfus ve yurt edinilen bir yer olmuştur (Yıldız vd., 2021).

Yaklaşık 1560 km<sup>2</sup>’lik bir alana yayılan ilçede 2 adet turizm işletmesi belgeli konaklama tesisi, 1 adet A grubu seyahat acentesi hizmet vermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Boyabat Kalesi, Kale Yer Altı Şehri, Kaya Mezarı, Bazalt Kaya Sütunları ile Boyabat Tarihi Evleri ilçenin doğal, tarihi, kültürel ve turistik değerleri arasında yer almaktadır. Diğer yandan Boyabat ilçesi alternatif turizm türlerine ev sahipliği yapma potansiyeline sahiptir. Kültür turizmi, sağlık turizmi, kaya tırmanışı, kırsal turizm, inanç turizmi, gastronomi turizmi gibi turizm türleri ilçenin yerli ve yabancı ziyaretçileri için potansiyel alternatifler oluşturmaktadır. Kendine özgü turizm değerlerine sahip olan Boyabat, yöresel mutfak kültürünü de sürdürebilen bölgelerden biri olarak bilinmektedir. Farklı yemek lezzetlerini ve kültürleri barındıran ilçede özellikle sırik kebabı, pide, incir uyuşturması, etli nohut, tavuk dolması, keşkek ürünleri gastronomi unsurları olarak öne çıkmaktadır (Akyol, 2018; Genç ve Seçim, 2019). Sırik kebabı, Sinop ilinde Boyabat adına coğrafi işaret almış ürünler arasında da yer almaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023).

## **Yöntem**

Sinop ili Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürünlere bakış açıları ile ilgili değerlendirme yapılan çalışmada, içerik ve sonuca ulaşma açılarından muhtemel katkıyı çoğaltabileceği düşüncesiyle nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır.

Çalışma evrenini yiyecek içecek işletmeleri yöneticileri oluşturmuş, ancak çalışma Boyabat destinasyonu ile sınırlandırılmıştır. Çalışma evreninin Boyabat olarak seçilmesinin nedeni, destinasyonun Batı Karadeniz Bölgesi turizm yelpazesindeki önemi ile araştırmacıların ilçeye yönelik ilgisi ve bilgisidir. Çalışmada, Boyabat ilçesinde hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin yönetici veya yetkilileri örneklem olarak belirlenmiştir. Örneklem belirlenme aşamasında ilgili destinasyonun işlek ve kalabalık bölgelerinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri belirlenmiş, konuya yönelik olabildiğince katkı sağlayacağı kişiler ile görüşmeler gerçekleştirilmesi düşünülmüştür. Bu doğrultuda örneklem, ilçedeki restoran (bağımsız/otel), fırın, pastane konseptlerinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmesi yöneticisi veya yetkililerinden belirlenmiştir.

Nitel araştırmalarda çokça kullanılan görüşme tekniği ile verilere ulaşırken örneklem 6-12 kişilik gruplar şeklinde belirlenmesi tercih edilmektedir. Bu yaklaşımın temel sebebi, elde edilen verilerin açık, hatasız ve kolay bir biçimde analiz edilebilmesidir (Corbin ve Strauss, 2015). Bu doğrultuda çalışma kapsamında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitleme örnekleme yöntemine göre belirlenen 10 yiyecek içecek işletmesi yöneticisi ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Maksimum örnekleme yönteminde örneği oluşturan öğeler, araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmakta, konunun derin-

lemesine irdelenmesine imkân sağlamaktadır (Somekh ve Lewin, 2005).

Çalışmanın amacı doğrultusunda veri toplama aracı olarak, konu ile ilgili bilgi alınacak kişi veya kişilerle konuşma yoluyla veri toplama tekniği olan görüşmeler gerçekleştirilmiş, katılımcılara yöneltilen sorulara verilen yanıtlar aracılığıyla betimsel analiz uygulanmıştır (İslam, 2013). Görüşme formu, doküman, gözlem gibi araçlarla elde edilen verileri araştırmacının temalara göre analiz ettiği ve yorumladığı bir nitel veri analizi olan betimsel analizde temel amaç, elde edilen verilerin özetinin sunulması ve yorumlanmasıdır (Özen ve Hendekçi, 2016; Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Çalışma konusu hakkında geçmiş kaynaklar ve benzer çalışmalar incelenmiş, alanyazın taraması neticesinde bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Elde edilen veriler betimsel analiz aracılığıyla yorumlanmış, katılımcı görüşlerine de yer verilmiştir.

## **Veri toplama araçları ve verilerin toplanması**

Araştırma nitel desende planlanmış olup görüşme veri toplama yönteminden yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla elde edilen veriler yüz yüze ortamlarda toplanmıştır. Görüşmelerin gerçekleştirilebilmesi adına Etik Kurul başvurusu yapılmış, gerekli izin Artvin Çoruh Üniversitesi Etik Kurulu'nun 01.11.2022 tarihli E-18457941-050.99-68865 nolu kurul kararı ile alınmıştır. Demografik ve mülakat sorularından oluşan soru formlarının kullanıldığı görüşmelerde, katılımcılara sunulan soruların oluşturulmasında ilgili literatür taraması yapılarak Minez vd., (2021), Kamber Taş ve Taş (2020) ile Gündeğer'in (2014) çalışmalarından yararlanılmıştır. Yiyecek içecek işletmeciliği ve turizm işletmeciliği alanlarında uzman 4 akademisyenin (Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği Bölümü,

Aşçılık Programı) kontrol ve önerileri ile son hâlini alan görüşme soruları şunlardır:

1. *Bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi ile ilgili ne düşünüyorsunuz?*
2. *Coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer alması veya yer almaması satışlarınızın artmasını veya azalmasını etkilemekte midir?*
3. *Sizce başka hangi yiyecek veya içecek ürünü Sinop adına tescillenmelidir veya tescillense iyi olur?*
4. *Coğrafi işaretli ürün ile turizm ilişkisini nasıl yorumlarsınız?*

### **Verilerin analizi**

Araştırma kapsamında görüşmeler gönüllü katılımcılar eşliğinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yiyecek içecek işletmelerinde gerçekleştirilen görüşmeler ortalama 25 ile 40 dakika aralarında tamamlanmış, görüşme kayıtları katılımcıların bilgi ve onayları dâhilinde yazılı olarak alınmıştır. Herhangi bir yorum katılmadan, verilerin okuyucuya sunulduğu ve anlaşılabilirliğin arttığı betimsel analiz yöntemi ile değerlendirmeler sonrasında veriler düzenlenmiş ve analiz edilmiştir (Kafa ve Uşak, 2022; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinden elde edilen veriler araştırma soruları doğrultusunda sınıflandırılmış ve yorumlanarak özetler şeklinde sunulmuştur.

Katılımcılar çalışmanın analiz sürecinde, B harfi Boyabat ilçesini temsil edecek şekilde; B1, B2, ....., B20 şeklinde yer almaktadır. Konu ile ilgili 4 soru, katılımcıların yiyecek içecek

işletmesi yetkililerinin coğrafi işaretli ürünlerle yönelik görüşlerini kapsamaktadır. Çalışma kapsamında katılımcılara; coğrafi işaretli ürün veya bir ürünün coğrafi işaret olarak tescillenmesi, bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi, coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer alması veya yer almaması durumlarının satışları etkilemesi, Sinop adına tescillenmesi gereken yiyecek veya içecek ürünü ile coğrafi işaretli ürün ve turizm ilişkisi hakkındaki düşünceleri sorulmaktadır.

### **Geçerlik ve güvenilirlik**

Araştırma kapsamında, çalışmanın inandırıcılığını artıran iç geçerlik faktörleri arasında yer alan; katılımcılarla uzun süreli etkileşim ve katılımcı teyidi yöntemleri kullanılmıştır. Dış geçerlik faktörü kapsamında, katılımcıları dâhil etme ölçütü ile ortamın ve katılımcıların ayrıntılı tanımları yöntemleri dikkate alınmıştır. Araştırmanın güvenilirlik faktörleri bakımından ise ilgili literatürü araştırma, araştırma yöntemini tanıtmaya metotları ele alınmış, konu ile ilgili benzer araştırmaların süreç ve sonuçlarının incelenmesi gerçekleştirilmiştir (Arastaman vd., 2018; Başkale, 2016). Ayrıca verilerden elde edilen görüşlerden alıntılar yapılması, çalışmanın güvenilirliğine katkı sağlayan diğer bir unsurdur (Coşkun vd., 2015).

### **Bulgular**

Araştırma kapsamında katılımcıların bilgileri; işletme türü, faaliyet süresi (yıl), işletme yetkisi ve mesleki tecrübe (yıl) başlıkları ile değerlendirilmiştir. Yüz yüze görüşme gerçekleştirilen katılımcı bilgileri Çizelge 1’de yer almaktadır.



## Çizelge 1

### Katılımcı bilgileri

Katılımcı	İşletme türü	Faaliyet süresi (Yıl)	İşletme yetkilisi	Mesleki tecrübe (Yıl)
B1	Restoran (Bağımsız)	13	Sahibi	13
B2	Restoran (Bağımsız)	1	Sahibi	3
B3	Restoran (Otel)	15	Sahibi	15
B4	Restoran (Bağımsız)	5	Sahibi	14
B5	Fırın	17	Yönetici / Müdür	17
B6	Restoran (Bağımsız)	11	Sahibi	11
B7	Restoran (Bağımsız)	1	Sahibi	12
B8	Pastane	2	Yönetici / Müdür	2
B9	Fırın	11	Sahibi	11
B10	Restoran (Bağımsız)	8	Sahibi	14

Çizelge 1’de yer alan bulgulara göre; katılımcıların yetkili olduğu işletme türlerinin yedisi restoran (6 bağımsız, 1 otel), ikisi fırın, bir tanesinin de pastane olduğu görülmektedir. Katılımcıların yetkili olduğu işletmelerin faaliyet sürelerinin ağırlıklı olarak 11-15 yıl arası olduğu (%40), 2 işletmenin ise faaliyet sürelerinin henüz 1 yıl oldukları (%20) görülmektedir. Katılımcıların işletme yetkileri incelendiğinde çoğunluğunun işletme sahibi oldukları (%80) görülmektedir. Katılımcıların mesleki tecrübeleri incelendiğinde ağırlıklı olarak 11-15 yıl arası bir birikime sahip oldukları (%70) görülmektedir.

Katılımcıların bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi hakkında düşüncelerine yönelik bulguları Çizelge 2’de yer almaktadır. Bu bilgilere göre, katılımcılara yöneltilen *Bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi ile ilgili ne düşünüyorsunuz?* sorusuna katılımcılar olumlu yanıtlar vermekte, tescilli ürünlerin destinasyona katkı sağlayacağı, özellikle bölge tanıtımı ve yerel halk için önemli olduğu yönünde görüş belirtmektedirler.

Bu durum Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerince coğrafi işaretli ürünlere ilgi olduğu, ürün tescillenme işlemlerine önem verildiği yönünde yorumlanmaktadır.

Katılımcıların coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer alması veya yer almamasının satışları olumlu veya olumsuz etkilemeye yönelik düşünceleri ile ilgili bulgular Çizelge 3’te yer almaktadır. Katılımcılara yönlendiren *Coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer alması veya yer almaması satışlarınızın artmasını veya azalmasını etkilemekte midir?* sorusu sonrası alınan yanıtlar incelendiğinde katılımcılar daha çok, menülerinde coğrafi işaretli bir ürün olmasının işletme satışlarını etkileyeceğini yönünde düşüncelerini belirtmektedir (8 kişi). Bu düşünceler katılımcıların coğrafi işaretli ürünlerin menüde yer almasını önemsendiğini göstermektedir. Menüde coğrafi işaretli ürünlerin yer almaması ile satışların etkisi konusundaki katılımcı düşünceleri ise daha çok müşteri profillerinin belirli olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

## Çizelge 2

Katılımcıların bir yiyecek veya içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi ile ilgili düşünceleri

Katılımcı	Katılımcı yanıtı
B1	Olumlu bir durumdur.
B2	Şehrin gastronomi değerlerinin tanıtılması ve sunulması açısından önemlidir
B3	Ürünler tescillenmelidir ama süreçle ilgili bilgilendirme yapılmalıdır.
B4	Ürünlerimizin tanıtımının yapılması için faydalı bir uygulamadır.
B5	Bölgenin tanıtımı için önemlidir.
B6	Bölge halkı adına gurur duyulacak bir durumdur.
B7	Tescilli ürünlerimiz için çevre illerden ziyaretçiler gelmektedir
B8	Ürünlerimize değer katıyor, markalaşma sürecine katkı sağlıyor.
B9	Ürünlerin kayıt altına alınması, tanıtımının yapılması önemlidir.
B10	İşletmelere ve yerel halka katkı sağlar

Katılımcıların Sinop adına tescillenmesi gereken yiyecek veya içecek ürünü ile ilgili dü-

şüncelerine yönelik bulgular Şekil 1’de yer almaktadır

## Şekil 1

Katılımcıların tescillenmesi gerektiğini düşündükleri yiyecek çeşitlerinin kelime bulutu



Katılımcıların Sinop adına tescillenmesi gereken yiyecek veya içecek ürünü ile ilgili düşüncelerine yönelik bulgular Şekil 2’de yer almaktadır. Bu bilgilere göre, *Sizce başka hangi yiyecek veya içecek ürünü Sinop adına tescillenmelidir veya tescillense iyi olur?* şeklinde yönlendirilen soruya katılımcılar Boyabat ilçesine özgü birkaç yiyecek çeşidine değinmektedir. Bu

yiyecek çeşitlerinde öne çıkan ürünler; keşkek (7 kişi), pirinç ile pide (5’er kişi), ezme (4 kişi), taktak helvası (3 kişi), çeltik, incir uyuşturması ile kuyu kebabı (2’şer kişi), kuzu şiş, kılıbastı, pastırma, su böreği, sütlac, tarhana çorbası ile yazım ekmeği (1’er kişi) şeklinde sıralanmaktadır.

### Çizelge 3

Katılımcıların coğrafi işaretili bir ürünün menüde yer alması veya yer almamasının satışları olumlu veya olumsuz etkilemesi ile ilgili düşünceleri

Katılımcı	Katılımcı yanıtı
B1	<i>Elbette etkiler.</i>
B2	<i>Etkiler, ziyaretçinin dikkatini çekip işletmeyi tercih etmesini sağlayabilir.</i>
B3	<i>Satışlarımızı etkiler, olsa müşteri çeker.</i>
B4	<i>Tescilli ürünün olması etkiler. Mantı vardı menüde pek ilgi çekmezdi, Sinop mantısı olunca soran müşteriler oluyordu.</i>
B5	<i>Etkilemez. İl merkezine uzağız. Burayı bilen insan her zaman gelir.</i>
B7	<i>Mutlaka etkiler, Reklam ve tanıtım faaliyetlerine katkı sağlar.</i>
B8	<i>Olumlu etki yapar. Müşteri işletmeyi tercih eder.</i>
B9	<i>Coğrafi işaretili ürün olsa etkiler diye düşünüyorum.</i>
B10	<i>Etkiler. Tescillenen ürün duyulur ve müşteri ilgisini çeker. Esnaf lokantasıyız, çok etkileyeceğini düşünmüyorum.</i>

Katılımcıların coğrafi işaretili ürün ile turizm ilişkisi hakkındaki yorumlarına yönelik bulgular Çizelge 4'te yer almaktadır. Bu bilgilerle göre, katılımcılara yöneltilen *Coğrafi işaretili ürün ile turizm ilişkisini nasıl yorumlarsınız?* sorusuna yanıt veren katılımcılar coğrafi işaretili ürünün bölge kalkınmasına ve tanıtımına katkı

sağlayacağı, turizm faaliyetlerinin gelişim göstereceğini ve yerel halka katkı sağlayacağı yönünde düşüncelerini belirtmektedir. Bu durum katılımcıların turizm faaliyetlerinde coğrafi işaretili ürüne işletmelerinde veya menülerinde yer verdikleri, bu durumu önemsedikleri şeklinde yorumlanabilir.

### Çizelge 4

Katılımcıların coğrafi işaretili ürün ile turizm ilişkisi konusunda düşünceleri

Katılımcı	Katılımcı yanıtı
B1	<i>Yanıt yok.</i>
B2	<i>Ürünlerimiz tescillenmesi ile halkın sosyoekonomik açıdan kalkınması sağlanabilir.</i>
B3	<i>Yerel halkın kalkınması açısından önemlidir.</i>
B4	<i>Yöresel anlamda sosyoekonomik getiri sağlayacaktır. İlçenin gelişimine katkısı olacaktır.</i>
B5	<i>Ziyaretçiler şehrin kültürünü ve yöresel mutfağını öğrenmek istiyor. Şehre ve esnafa da katkı sağlar.</i>
B6	<i>Yörenin tamamına katkısı olur.</i>
B7	<i>Sosyoekonomik açıdan önem arz etmektedir.</i>
B8	<i>Kente turist gelmesini sağlamaktadır.</i>
B9	<i>Halkın gelirini etkileyen bir faktördür.</i>
B10	<i>Bölge esnafı açısından hareketlilik yaşanabilir.</i>



## Tartışma

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yer almasının işletmelerin yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından tercih edilebilirliğini artıracak bir etmen olduğu düşünülmektedir. Coğrafi işaretli ürün ziyaretçinin merakını çeken, destinasyona olan ilgisini artıran turistik bir unsurdur. Coğrafi işaretli bir ürünün yiyecek içecek işletmesinin menüsünde yer almasının ziyaretçinin işletmeye olumlu bakmasına, pozitif düşüncelerle yaklaşmasına katkı sağlaması beklenmektedir. Bu durumun ayrıca, ziyaretçinin işletmeyi tekrar tercih etmesine ya da ağızdan ağıza pazarlama yaklaşımı içerisinde işletme ile ilgili çevresine olumlu etkiler bırakmasına aracılık edeceği düşünülmektedir.

Katılımcılardan alınan yanıtlar doğrultusunda coğrafi işaretli ürünü veya bir ürünün coğrafi işaret olarak tescillenmesi hususu yöresel ürünlerin veya bölgeye ait ürünlerin kayıt altına alınması olarak değerlendirilmektedir. Katılımcılar bir yiyecek içecek ürününün coğrafi olarak tescillenmesi hususunda özellikle şehrin gastronomi açısından gelişim gösterebileceği, ziyaretçilerin ilgisini çekebileceği ve ürünlere değer katacağı yönünde fikir beyan etmektedir. Güleç ve Cömert'in (2022) çalışmasında da katılımcılar tescilli ürünün destinasyona katkı sağlayacağı, ürünlerin değerlendirileceği konularına değinmişlerdir.

Katılımcıların yarısından fazlası (12 kişi), coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer almasının satışlarını etkileyebileceği yönünde fikir sunarken, 8 kişi ise bu durumun satışlarını etkilemeyeceği fikrindedir. Satışlarının etkilenmeyeceği konusunda fikir sunan katılımcılar daha çok müşteri gruplarının sabit olduğunu, bilinen işletmeler olduklarını belirtmektedir. Satışlarının etkilenmeyeceğini düşünen katılımcılar ise coğrafi işaretli bir ürünün menüde yer almasının ziyaretçi açısından ilgi çekebilecek bir durum olduğunu, böylece ziyaretçinin diğer yöresel ürün-

leri de merak edebileceğini belirtmektedir. Bu tespit literatürde konu ile ilgili çalışmalarda yer alan neticelerle de benzerlik göstermektedir (Güleç ve Cömert, 2022; Kamber-Taş ve Taş, 2020).

Sinop ili adına katılımcıların tescillenmesi yönünde önerilerde bulunduğu yiyecek ürünlerinin başında keşkek ürünü gelmektedir. Sırasıyla bu ürünü pirinç, pide, ezme ve taktak helvası takip etmektedir. Keşkek geleneği Sinop ili halk kültürünün önemli unsurları arasında yer almaktadır. Özellikle düğün ve bayram törenlerinde sıklıkça tercih edilen bir ürün olan keşkek, yaz aylarında ilin farklı ilçelerinde düzenlenen festival ve şenliklerin menülerinde yer almaktadır. Diğer yandan pirinç, pide, ezme ve taktak helvası da yöreye özgü mahsul yetiştirme, pişirme ve ürün oluşturma aşamalarıyla Boyabat ilçesinin ve köylerinin yöresel yiyecek değerleri arasında yer almaktadır (Şimşek ve Güzel, 2023; Yurt ve Yüksel, 2023).

Coğrafi işaretli ürün ile turizm ilişkisini yorumlayan katılımcılar daha çok bölgesel kalkınma, tanıtım ve yerel halka katkı düşüncelerine ağırlık vermektedir. Katılımcıların coğrafi işaretli ürün ve turizm ilişkisini yorumladıklarında ön plana çıkardıkları konu başlıkları arasında; bölgenin tanıtımı, reklam, turizm faaliyetlerinin gelişimi ile yöresel ürünlerin gelişim göstermesi konuları yer almaktadır. Bu durum ve tespitlere konu ile ilgili farklı destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda da ulaşılmıştır (Güleç ve Cömert, 2022; Kamber-Taş ve Taş, 2020; Murat ve Ergen, 2022; Şahin ve Güçlü-türk Baran, 2022; Yazıcıoğlu vd., 2019).

Sonuç olarak Boyabat ilçesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin daha fazla yer alması gerekmektedir. Bu durum işletmelerin; yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisi çekme, destinasyonun gastronomi unsurlarını ön plana çıkarma, yöresel tatların bilinirliğini artırma, kalite ve

müşteri memnuniyeti sağlama, rekabet üstünlüğü oluşturma, yerel halkın sürece dâhil olması gibi konularda avantaj yakalamalarına imkân sağlayabilir. Bu konuda destinasyondaki tüm paydaşlara görev düşmektedir. Coğrafi işareti alma potansiyeli olan ürünlerin, başta yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere tanıtım, pazarlama, geliştirme, sunma gibi aşamalarda etkin rol almalarının gerektiği düşünülmektedir. Zengin ve doğal ürünlere sahip Boyabat mutfağının daha fazla ürünle tescillenmesi destinasyonun tanınırlığını artıracaktır, ilgili paydaşlara sosyal ve ekonomik anlamda katkılar sağlayabilecektir.

Diğer yandan, Sinop Üniversitesi özelinde veya komşu destinasyonlarda faaliyet gösteren ilgili bölüm ve programların genelinde coğrafi işaretli ürünlerin tescillenmesi ile ilgili bilimsel çalışmalar daha fazla yürütülmeli, elde edilen çıktılarının konu ile ilgili kurum ve kuruluşlarla paylaşımı yapılmalı ve istişarelerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Geleceğe yönelik yapılacak akademik çalışmalarda Sinop il genelinde veya diğer ilçelerde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde benzer konuda araştırmalar yapılması coğrafi işaretli ürünlerin tescillenmesi ile ilgili tespit, değerlendirme ve önerilere katkıda bulunacak, Sinop destinasyonunun (merkez ve ilçeler) tanıtımına, bilinirliğine ve gelişimine fayda sağlayacaktır. Konunun akademi alanında daha fazla yer almasının yanı sıra tüm tespit ve gelişmelerin destinasyon genelinde etkin ve verimli bir şekilde yürütülecek araştırmaya, geliştirme, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Akyol, C. (2018).** Boyabat mutfak kültüründe sırik kebabının gastronomi açısından önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 142–156.
- Arastaman, G., Öztürk Fidan, İ., Fidan, T. (2018).** Nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirlik: Kuramsal bir inceleme. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37–75.
- Aydınözü, D., Sözcü, U. (2020).** İklim analizine yönelik bir uygulama: Boyabat ilçesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 885–896.
- Başkale, H. (2016).** Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23–28.
- Boyabat Kaymakamlığı. (2019).** Mahalli İdareler: <http://www.boyabat.gov.tr/mahalli-idareler>
- Boyabat Ticaret ve Sanayi Odası. (2019).** Gezilecek Yerler. <https://www.boyabattso.org.tr/sayfa/gezilecek-yerler.html>
- Boyras, M. (2019).** Coğrafi işaretli ürünler: Afyonkarahisar. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3(4), 26–46.
- Corbin, J., Strauss, A. (2015).** *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4. baskı). SAGE Publications.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2015).** *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Sakarya Kitabevi.
- Dağ, T. (2020).** *Geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: İzmir örneği* (Tez no. 653115) [Yüksek lisans tezi, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Demirkol, Ş. (2015).** Yiyecek-İçecek işletmeleri. B. Zengin ve Ş. Demirkol (Ed.), *Turizm işletmeleri içinde* (3. Baskı, s. 161–225). Değişim Yayınları.

- Dimara, E., Petrou, A., Skuras, D. (2004).** Agricultural policy for quality and producers' evaluations of quality marketing indicators: A Greek case study. *Food Policy*, 29(5), 485–506.
- Genç, N. A., Seçim, Y. (2019).** Sinop yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (44), 302–319.
- Gheorghe, G., Tudorache, P., Nistoreanu, P. (2014).** Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12–21.
- Güleç, H., Cömert, M. (2022).** Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2144–2165.
- Gündeğer, M. (2014).** Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği (Tez no. 361973) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi.
- Işın, A., Yalçın, E. (2020).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507–2522.
- İslam, Y. (2013).** Kaynak araştırması yapma. *Araştırma yöntemleri ve teknikleri* içinde (2. Baskı, s. 31–63). Eğitim Yayınevi.
- Kafa, N., Uşak, E. C. (2022).** Turistlerin algıladıkları sağlık riski ve gelecek seyahat davranışları: Covid-19 dönemi örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(2), 125–157.
- Kamber-Taş, S. S., Taş, S. (2020).** İşletme yöneticilerinin coğrafi işaret tesciline yönelik bakış açıları: Gümüşhane ili örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 985–994.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023).** *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri. <https://ktb.gov.tr/genel/searchhotel.aspx?lang=tr&certificateType=4>
- Lukose, L. P. (2007).** Rationale and prospects of the protection of geographical indication: An inquiry. *Journal of Intellectual Property Rights*, 12, 212–223.
- Minez, O., Caymaz, E., Türker, N. (2022).** Coğrafi işaretli ürünlerin Sinop'un ve yöresel mutfağının tanıtımına katkısı: Nitel bir araştırma. E. Karaçar, D. Fırıncı (Ed.), *Sinop Kültür ve Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s. 291–299). Sistem Ofset.
- Murat, E., Ergen, F. D. (2022).** Yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde coğrafi işaretli ürünlerin yeri ve gastronomi turizminde önemi: Uzungöl örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 553–569.
- Oğan, Y. (2020).** Yiyecek içecek işletmeleri. Y. Oğan (Ed.), *Yiyecek içecek hizmetleri* içinde (s. 1–23). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özen, F., Hendekçi, E. A. (2016).** Türkiye'de eğitim denetimi alanında 2005-2015 yılları arasında yayımlanan makale ve tezlerin betimsel analizi. *OPUS - Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 619–650.
- Somekh, B., Lewin, C. (2005).** *Research methods in the social sciences*. Sage Publications.
- Sökmen, A. (2014).** *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği* (7. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Şahin, H., Güçlütürk Baran, G. (2022).** İzmir'de yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde yer verilme durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1180–1198.

**Şimşek, A., Güzel, R. (2023).** Sinop'a gelen yerli turistlerin Sinop mutfağına yönelik algılarının belirlenmesi. A. Ünal, E. Karaçar (Ed.), *Sinop Lezzetleri Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s. 71–77). Sinop Üniversitesi Yayınları.

**Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023).** Türk Patent ve Marka Kurumu. *Coğrafi işaretler*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/coGRAFI-Isaretler/lis-te?il=57>

**Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., Yalçın, E. (2019).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4 Özel Sayı), 861–871.

**Yıkılmış, S., Ünal, A. (2016).** The importance of geographical indication in gastronomy tourism: Turkey. *International Journal of Agricultural and Life Sciences*, 2(4), 73–79.

**Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008).** *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

**Yıldız, M., Kadioğlu, Y., Aydın, A. (2021).** Etkili faktörleriyle Boyabat şehrinin gelişimi ve gelişime bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(3), 611–621.

**Yurt, İ., Yüksel, N. (2023).** Sinop'da yöresel bir lezzet: Kestaneli iç pilav. A. Ünal, E. Karaçar (Ed.), *Sinop Lezzetleri Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s. 8–16). Sinop Üniversitesi Yayınları.