

Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımı: Niğde İli Örneği

Şinasi Özmen¹ Gaye Deniz²

¹ Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Niğde, Türkiye, sinasiozmen@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2561-6939

² Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir, Türkiye, gaye.yuksel@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9980-8506

Öz

Bu çalışmanın amacı, Niğde iline ait coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek ve içecek işletmelerinde kullanımını, gastronomi turizmi bağlamında incelemektir. Araştırma kapsamında, öncelikle Niğde'ye özgü tescilli ve başvuru sürecinde olan coğrafi işaretli ürünler tespit edilmiş, ardından bu ürünlerin işletmelerdeki kullanım durumları analiz edilmiştir. Niğde ilinde yer alan yiyecek içecek işletmeleri arasından amaçlı rastgele örnekleme yoluyla örneklem belirlenmiştir. Verilerin toplanmasında doküman incelemesi ve yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılmış; bu doğrultuda, 18 yiyecek ve içecek işletmesi sahibi ya da yöneticisi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, Bor Söğürmesi, Niğde Tahinlisi ve Niğde Tavasası gibi coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer aldığını, ancak Darboğaz Kirazı ve Niğde Kelle Söğüş gibi ürünlerin kullanılmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca, coğrafi işaret başvuru sürecinde olan Niğde Elmasının tescillenerek menülerde yer alması gerektiği önerilmektedir. Bunun yanı sıra, Orta Dolma, Mazaklı, Oğma Çorbası, Beyaz Tarhana Çorbası gibi coğrafi işaret tescilli bulunmayan, ancak menülerde yer alması gereken diğer potansiyel yerel ürünlerin de önemi vurgulanmıştır. Sonuç olarak, coğrafi işaretli ürünlerin menülerde kullanımı, Niğde'nin tanıtımına ve turizm potansiyelinin geliştirilmesine katkı sağladığı yönünde bir farkındalık oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Coğrafi İşaret, Niğde, Yiyecek İçecek İşletmeleri

The Utilisation of Geographical indications in Food and Beverage Businesses within the Context of Gastronomy Tourism: A Case Study of Niğde Province

Abstract

The aim of this study is to examine the use of geographically indicated products from Niğde in food and beverage establishments within the context of gastronomy tourism. Initially, the geographically indicated products that are either registered or in the application process were identified, and subsequently, their usage in food and beverage businesses was analyzed. A purposive random sampling method was employed to select the sample from food and beverage establishments in Niğde. Data were collected through document analysis and semi-structured interviews, with 18 business owners or managers participating in the interviews. The findings revealed that geographically indicated products such as Bor Söğürmesi, Niğde Tahinlisi, and Niğde Tavasası were included in the menus, while Darboğaz Kirazı and Niğde Kelle Söğüş were not utilized. Additionally, it was recommended that the geographically indicated Niğde Apple, currently in the application process, should be registered and included in menus. Furthermore, the importance of other local products without geographical indications, such as Orta Dolma, Mazaklı, Oğma Soup, and Beyaz Tarhana Soup, was emphasized as potential items for inclusion in menus. In conclusion, the use of geographically indicated products in menus is seen as raising awareness and contributing to the promotion of Niğde and the enhancement of its tourism potential.

Keywords: Gastronomy Tourism, Geographical Indication, Niğde, Food and Beverage Establishments

önerilen atf/cite this article as

Özmen, Ş., & Deniz, G. (2024). Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımı: Niğde İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 538-560.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: gaye.yuksel@nevsehir.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 8, Sayı 2, 2024
ss. 538-560

Gönderim : 09.07.2024
1. Düzeltme: 06.09.2024
Kabul Tarihi: 17.09.2024

Research Article

Vol 8, No 2, 2024
pp. 538-560

Received : 09.07.2024
Revision1: 06.09.2024
Accepted: 17.09.2024

GİRİŞ

Gastronomi turizmi, yerel yiyecek ve içeceklerin keşfedilmesine odaklanan, sokak lezzetlerinden kaliteli yemeklere kadar her şeyi içeren ve yerel mutfağı deneyimlemek için özel olarak bir destinasyona seyahat etmeyi gerektiren bir alternatif turizm türüdür. Genel anlamda, gastronomi turizmi, insanların ziyaret ettikleri bölgelerde deneyimledikleri yiyecek ve içeceklerle ilgilidir (Aksoy & Sezgi, 2015). Hem yeme-içme yönüyle eşsiz bir kültürel deneyim sunarak turist deneyimini geliştirmesi, hem de gelir artırması, yeni iş imkânları doğurması ve yerel mutfak geleneğini koruyup sürdürmesi bakımından yerel ekonomiye fayda sağlaması açısından önem taşımaktadır. Gastronomi turizmi, yerel mutfağın özgünlüğünün ve kalitesinin korunmasına katkı sağlamakta, bu sayede yerel kaynaklar üzerindeki etki yönetilebilmekte ve turizmin çeşitlendirilmesi noktasında rekabetçi bir alternatif sunulmaktadır (Küçükkömürler, Şırvan, & Sezgin, 2018; Torusdağ, Önem, Sami, & Kızıldemir, 2022; Yurt, Bayraklı, & Özengi, 2024). Kısacası, bir destinasyonun kültürünü yeme ve içme yoluyla keşfetmenin önemli bir yolu olan heyecan verici bir deneyimdir.

Coğrafi işaret (Cİ), bir ürünün özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedilebildiği, belirli bir coğrafi bölgeye ait olduğunu tanımlayan bir tür fikri mülkiyet hakkıdır. Diğer bir deyişle, belirli bir coğrafi kökene sahip olan ve bu kökenden kaynaklanan niteliklere veya itibara sahip olan ürünlerde kullanılan bir işarettir (Süslü, Eryılmaz, & Demir, 2020; Tekelioğlu, 2019). Bir ürünün coğrafi işaret alması, bir bakıma tüketicileri ürünün menşei konusunda yanılmaktan korumakta ve belli bir bölgenin ürünlerini taklit eden ya da yanlış tanıtan haksız rekabeti önlemektedir. Buna ek olarak, coğrafi işaretlerin korunması, dünyadaki farklı bölgelerin kültürel mirasını ve çeşitliliğini teşvik etmeye yardımcı olan önemli bir konudur (Yanar & Karadeniz, 2020). Mutfakta coğrafi işaretlerin kullanılması, genellikle çevre dostu yöntemlerle üretilen yerel kaynaklı ve geleneksel bileşenlerin kullanımını teşvik ederek, sürdürülebilir ve sorumlu gıda uygulamalarının desteklenmesine yardımcı olmaktadır (Kaya, 2023).

Gastronomi turizmi, belirli bir bölgenin yerel yiyecek ve içecek kültürünü deneyimlemeyi ve keşfetmeyi içermesi bakımından coğrafi işaret ile yakından ilişkilidir. Gastronomi turizmi açısından bir bölgenin yiyecek içecek unsurları başlı başına bir çekim unsuru, hatta destinasyon tercihi konusunda önemli bir yere sahip olabilmektedir. Bölgenin kimliğini taşıyan yiyecek ve içeceklerin coğrafi işaret olarak tescil edilmesi, bölgenin gastronomi imajına etki etmekte ve gastronomi turizmi açısından elini güçlendirmektedir (Yazıcıoğlu, Işın & Yalçın, 2019). Coğrafi işaretler, bir bölgenin kendine has yiyecek ve içecek ürünlerinin tanınmasına ve tanıtılmasına yardımcı olduğundan, gastronomi turizminin tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, dünyada kendi adıyla anılan ender mutfaklardan olan Antep Mutfağı, Allı Yeşilli Dolması, Altı Ezmeli Kebabı, Yuvarlaması, Şiveydizi, Arap Köftesi, Beyranı, Katmeri, Baklavası ve daha birçok coğrafi işaretli lezzetiyle (Karataş, Aksu & Deniz, 2023) tanınmakta ve bu ürünleri deneyerek destinasyona yönelik

yemek kültürü hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isteyen turistleri bölgeye çekmektedir. Pérez Gálvez, Torres-Naranjo, Lopez-Guzman ve Carvache Franco'nun (2017) araştırmasına göre, yerel gastronomi, turistlerin destinasyon tercihlerini doğrudan etkileyen önemli bir çekim unsuru olarak öne çıkmakta ve turistlerin bir destinasyonu ziyaret etme motivasyonları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, gastronomi turizmi belirli bir bölgeyle ilişkilendirilen ürünlere olan talebi artırarak coğrafi işaretlerin kullanımını teşvik etmekte ve böylelikle yerel üreticiler desteklenmektedir (Fields, 2003).

Alan yazında (Avşar & Eryılmaz, 2022; Çavuş & Eker, 2022; Denk & Sanalan Bilici, 2021; Güngör, 2022; Güngör & Kök, 2021; Hazarhun & Tepeci, 2018; Matviichuk, Lepkyi, Dashchuk, Sydoruk & Mezentseva, 2022; Mercan & Üzülmez, 2014; Özer, 2021; Pillay, Sigamany & Belwal, 2018; Piramanayagam & Seal, 2022; Rasmi, Phuoc, Othman & Azman, 2022; Sabur & Güneş, 2023; Seal & Piramanayagam, 2018; Süslü, Eryılmaz & Demir, 2020; Şimşek & Güleç, 2020; Temiz, 2019; Yazıcıoğlu vd., 2019; Yıldız, 2021) gastronomi turizmi ve coğrafi işaret arasındaki ilişkiyi araştıran birçok çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, Niğde iline ait coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmelerinde kullanım durumunu belirleyerek ilin gastronomi turizmine katkısını ortaya koymaktır. Bu düşünceden hareketle, çalışmada öncelikle gastronomi turizminde coğrafi işaretlere yönelik kavramsal çerçeve sunulmuş ve Niğde Mutfağı tanıtılmıştır. Ardından coğrafi işaretli ürünlerin ilde yer alan yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde kullanımını belirlemeye yönelik bir alan araştırması yapılmış ve elde edilen bulgular doğrultusunda ilin gastronomi turizmine katkısı yorumlanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulguların, özellikle Niğde mutfağında coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek-içecek işletmelerinde kullanımına dair ilk sistematik araştırma olması nedeniyle, bu alandaki literatüre önemli bir katkı sağladığı düşünülmektedir. Ayrıca, coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi bağlamındaki kullanımını ele alarak, yerel mutfakların turizmdeki rolüne ilişkin mevcut araştırmalara yeni ve somut veriler eklemesi, çalışmanın özgünlüğünü ve bilimsel değerini daha da pekiştirmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Turizminde Coğrafi İşaretler

En temel turistik ürünlerden biri olan gastronomi (Küçükaltan, 2009), iyi ve kaliteli yemeğe ilgiyi, yemek pişirme sanatını ve mutfak kültürünü ifade etmektedir. İlgili alanda gastronomi ve turizm kavramları 1983 yılında bir araya gelmiş ve insanların diğer ülkelerin kültürlerini yiyecek ve içecekleri sayesinde öğrendikleri belirtilmiştir (Ab Karim & Chi 2010; Belisle, 1983; Wolf, 2006). Yemek yemeye ilgisi olan ve bunu keyif için yapan insanların bu bölgelere ziyaret etmesi gastronomi turizmi kavramını ortaya çıkarmıştır (Dilsiz, 2010). Gastronomi turizmi ilk kez 1998 yılında Long tarafından "culinary tourism" adıyla turistlerin farklı kültürlerin yiyeceklerini deneme fikri olarak ortaya atılmıştır (Yarış, 2014). Kavram Long tarafından "bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve mutfağını, öğün sistemlerini, yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilen turizm şekli" (Akgöl,

2012: 24) olarak tanımlanmıştır. Yun, Hennessay & Mac Donald'a (2011) göre gastronomi turizmi, unutulmaz deneyimler yaşamak için gastronomi ile ilgili faaliyetler üzerinden kültürü ve tarihi araştırıp keşfetmektir. Turistik destinasyonlarda önemli çekicilik unsurlarından biri olan ve yerel kültürün bir parçasını oluşturan gastronomi turizmi (Quan & Wang, 2004), daha önce yiyecek içecek deneyimi yaşamamış ve yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarında itici güç oluşturan bir turizm şeklidir (Harrington & Ottenbacher, 2010). Hall & Mitchell (2001) kavramı kültür ve miras içerisinde önemli bir yere sahip yiyecek ve içeceklerin tarihini ve nasıl yapıldığını öğrenme, tadımını yapma gibi sebeplerle farklı bölgelere yapılan seyahatler olarak açıklamaktadır.

Akademik anlamda gastronomi turizmine ilişkin genişleyen bir alan yazın bulunmaktadır. Kavrama yönelik son dönemlerde ele alınan konular arasında özellikle gastronomi turizminin yerel toplum üzerindeki etkisi (Ditta-Apichai & Chuntamara, 2022; Karahan, 2019; Kattiyapornpong, Ditta-Apichai & Chuntamara, 2022; Kodaş & Dikici, 2012; Tuncay & Özcan, 2022), gastronominin kültürel kimlik ve mirastaki rolü (Çapar & Yenipinar, 2016; De Miguel Molina, De Miguel Molina, Santamarina Campos & Val Segarra Oña, 2016; Figueiredo, 2021; Van Westering, 1999; Yeşilyurt & Kurnaz, 2021), gastronomide sürdürülebilirliğin önemi (Scarpato, 2003; Vázquez-Martinez, Sanchís-Pedregosa & Leal-Rodríguez, 2019; Yıkılmış, Erdal, Bozgeyik, Levent & Yinanç, 2022) ve kültürler arası anlayışı teşvik etmesi yönüyle gastronomi turizminin potansiyeli (Belpınar, 2014; Laenko, 2021) gibi temalar yer almaktadır.

Dünyada gastronomi turizmi alanında yaşanan gelişmeler, bir anlamda ülkelerin turizm alanında yeni bir pazar oluşturma ve turizm gelirlerini artırmaya yönelik çabalarının bir sonucudur. Pek çok insanın yerel mutfağı deneyimlemek ve yeni mutfak teknikleri öğrenmek için seyahat etmesiyle, gastronomi turizmi son yıllarda büyüyen bir trend haline gelmiştir (Kiraz & Altun, 2020). Artan turizm gelirlerinin sağladığı faydaların yanı sıra kültürel alışverişi teşvik etmekte ve yerel ekonomileri desteklemektedir (Kyriakaki, Zagkotsi & Trihas, 2016; Visković & Komac, 2021). Aynı zamanda yerel yiyecek ve içecekleri ve bunları üretmek için kullanılan geleneksel yöntemleri sergileyerek, kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesine de yardımcı olmaktadır (Apak & Gürbüz, 2023; Hazarhun & Tepeci, 2018; Visković & Komac, 2021).

Değişen yaşam biçimleri, beslenme alışkanlıklarında ve kültürel alanlarda görülen bozulma ile sosyal ve çevresel olumsuzlukları beraberinde getirmiş ve insanları tükettikleri ürünler hakkında daha fazla bilgi edinmeye yönlendirmiştir. Tüketicilerin yerel ve küçük ölçekli üretilere olan ilgisinin artması, yerel ürünlerin üretim ve pazarlama stratejilerinde yeni yaklaşımların ortaya çıkmasını gerektirmiştir. Bu stratejilerden biri olan coğrafi işaretler (Kan, Gülçubuk & Küçükçongar, 2012), yerel ürünlerin özgünlüğünü koruyarak devamlılığını sağlamak amacıyla oluşturulan "*bir ürünün ya da değerinin yasal çerçeveler kapsamında korunmasını sağlayan*" (Üner, 2014: 25) koruyucu araçlardan biridir. Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT) coğrafi

işareti (Cİ) *“tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işareti”* olarak tanımlamaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023b). Şahin (2013: 23) ise coğrafi işaret uygulamasını, *“yerelliğin dünya ile buluşması sloganıyla yerel ve başka bir ifadeyle otantik ürünlerin korunarak gelecek nesillere bozulmadan aktarılması amacıyla alınan bir dizi yasal tedbir”* olarak nitelendirmektedir.

Coğrafi işaretler, bir ürünün belirli bir coğrafi bölgeyle ilişkili olduğunu gösteren işaretlerdir. Tüketicilere ürünlerin kaynağı, üretim yöntemleri ve diğer özellikleri hakkında bilgi sağlamaktadır. Avrupa’da genel olarak tarım ve gıda ürünleri coğrafi işaret alırken, Türkiye’de gıda, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri coğrafi işaret ile tescillenebilmektedir (Doğan, 2015; Kan vd., 2012). Türkiye, gastronomi alanında birçok üründe coğrafi işaretlerin kullanıldığı zengin kültürel mirasa sahip bir ülkedir. Örneğin; Antep fıstığı, Gaziantep iline özel iklim ve toprak koşullarında yetişen, benzersiz bir tat ve aroma taşıyan coğrafi işaret almış ve ürünün Gaziantep iline özgü olduğunu gösteren bir üründür. Keza Aydın inciri de coğrafi işareti tadı, dokusu ve kalitesiyle almıştır. Coğrafi işaret *“tüketicilerin ürünün kökeni ve kalitesi konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olmasını, doğru tercih yapmasını ve daha geniş bir seçme olanağına kavuşmasını sağlar”* (Tekelioğlu, 2019: 54). Coğrafi işaretler, bu ürünlerin kaynağına dair tüketicilere güvence verirken, aynı zamanda kültürel ve ekonomik değerlerini de korumayı amaçlamaktadır. Kalitesi, gelenekselliği, yöreden elde edilen hammaddesi ile yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş ürünler coğrafi işaret tescili ile korunmakta ve “menşe adı” ya da “mahreç işareti” olarak tescil edilebilmektedir (TÜRKPATENT, 2023). İzmir tulum peyniri, menşe adıyla coğrafi işaret statüsü almış özel bir peynir çeşididir. Malatya kayısı, dünyaca ünlü tat ve aroması ile ön plana çıkmaktadır. Mahreç işareti kayısıların sadece Malatya’da yetiştirildiğini ve bu bölgenin iklim ve toprak koşullarının kayısının kalitesini etkilediğini belirtmektedir. Hem menşe adı hem de mahreç işareti almış örnekler de bulunmaktadır. Örneğin; Antep baklavası Gaziantep’e özgü geleneksel bir tatlıdır. Menşe adı baklavanın Gaziantep’e özgü olduğunu vurgularken, mahreç işareti üretimin sadece Gaziantep’te gerçekleştiğini ve bu bölgenin tarifine ve yöntemlerine uygun olarak hazırlandığını belirtmektedir.

Coğrafi olarak işaretlenmiş ürünleri yerel mutfaklara ve menülere dâhil etmek, ziyaretçilere bölgenin eşsiz tatlarını, tarihini ve kültürünü tattırarak genel gastronomi turizmi deneyimini geliştirebilmektedir. Yiyecek ve içecek işletmeleri yerel kaynaklı malzemeler kullandığında, bu onları rakiplerinden ayıran bir özellik sağlamaktadır. Bu durum, otantik bir mutfak deneyimi arayan turistlerin tekrar ziyaret niyetini etkileyebilmektedir (Baydeniz, Kılıcı & Çelik, 2023; Çeşmeci, Çulfacı & Kılıçhan, 2023). Aynı zamanda yerel üreticinin desteklendiği bu yöntem toplum üzerinde olumlu bir ekonomik etkiye sahip olmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin yerel mutfakta kullanılması, yiyeceklerin uzun mesafelere taşınmasıyla ilişkili karbon ayak izini azalttığı için çevresel fayda sağlamakta, kültürel açıdan ise bölgenin sahip olduğu mirasın ve geleneklerin korunmasına yardımcı olmaktadır (Bessière, 1998; Duram & Oberholtzer, 2010; Wakeland, Cholette & Venkat, 2011).

Alan yazında coğrafi işaretlerin gastronomi turizmiyle ilişkisini araştıran çalışmalar incelendiğinde Niğde Mutfağı özelinde yapılmış bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Oysaki Niğde iline ait başvuru sürecinde olan iki ürün ve tescillenmiş üç ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin Niğde’de yaygın kullanımı bilinmekle birlikte, yiyecek içecek işletmeleri menülerinde yeterince yer verilip verilmediği ve dolayısıyla gastronomi turizmine katkısı bilinmemektedir. Bu düşünceden hareketle, çalışmanın devamında öncelikle Niğde Mutfağı tanıtılacak ve sonrasında alan araştırmasından elde edilen bulgular ortaya konacaktır.

Niğde Mutfağı ve Coğrafi İşaretli Ürünleri

Yemek kültürü bölgelerin öz benliğini oluşturması nedeniyle önemli bir unsurdur. Bu nedenle bir toplumun yaşam biçimi olarak tabir edilen yemek kültürü geçmişte ve günümüzde kültürün tanımında önemli bir yer tutmuştur. *“Bölgeden bölgeye değişiklik gösteren yemek kültürü, ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve bu doğrultuda oluşan gastronomi turizmi, turistik çekicilik unsuru olarak turizm çeşitleri arasında yerini almaktadır”* (Göker, 2011: 1). Long’a (2004) göre, bir yöreye özgü kültürü ve kimliği diğer bölgelerden ayıran önemli unsurlardan biri yöre mutfağıdır. Hemen hemen her coğrafi bölgenin kendi mutfak kültürü vardır (Ballı, 2013). Kendine has özellikleri olan kültürlerden biri de Niğde Mutfağıdır. Varol İnel (2020) kaleme aldığı *“Unutulmaz Niğde Lezzetleri”* adlı kitabında şöyle aktarmaktadır:

“Yaptığım araştırmalarda geleneksel Niğde yemeklerinin iki şekilde doğup geliştiğini gördüm. Niğde mutfağı harp yıllarının yokluklarla geçen zor günlerinde eldeki ve evdeki malzemelerin akıllıca birbirine yakıştırılmasından zorunlu olarak icat edilip geliştirilmiş, kadınların yaratıcılığının ön plana çıktığı yemekler ve ailenin sosyal durumuna göre varlık günlerinde pişirdikleri yemeklerden oluşmuştu. Böylece biraz zahmetli ama lezzetli ve besleyici özelliği olan Niğde’nin kendine has bir mutfak kültürü gelişmiştir.”

Niğde, geçmişten günümüze çok sayıda yöresel yemeğe ev sahipliği yapmıştır. Ölmez (2021) yaptığı araştırma sonucunda toplamda reçetesi hazırlanmış 35 adet yöresel yemek tespit etmiştir. Yörede yapılan yemekler lezzetleriyle her türlü övgüyü hak eden zengin bir mutfağı oluşturmaktadır (Baş, 2017). *“Niğde Mutfağının yöresel yiyecek ve içeceklerini çorbalar, ara sıcaklar, hamur işleri, etli yemekler, sebze yemekler, tatlılar ve kış hazırlıkları olarak yedi başlık altında toplamak mümkündür”* (Ölmez, 2021: 40). Literatürde Niğde mutfağına özgü yöresel lezzetler şu şekilde belirtilmektedir (Eren & Eroğlu, 2019; Eroğlu & Belber, 2018; Ölmez, 2021; Varol İnel, 2020).

Özellikle uzun kış aylarında insanların direncini artıran ve Niğde'nin soğuk iklimine uygun olarak tasarlanmış olan *“Arabaşı Çorbası”*, yöredeki önemli bir lezzet olarak öne çıkmaktadır (Varol İnel, 2015). Tarhana çorbası da Niğde'nin diğer lezzetleri arasında bulunmaktadır; akşamdan önceden hazırlanıp pişirilen ve tereyağında kızdırılmış kuru nane, salça ve kırmızıbiber ile servis edilen bir çorba çeşididir (Kızılkaya, 2017). Bunların dışında mutfakta sık tüketilen çorbalar; mangır çorbası, oğma çorbası, sütlü yarma çorbası, sütlü pancar çorbası, sütlü kabak çorbası, kuskus çorbası ve yoğurt çorbasıdır (Varol İnel, 2015). Yöreye özgü yemekler arasında kuzu etiyle hazırlanan *“Niğde Tava”* ve *“Söğürme”* önemli bir konumdadır. Ayrıca, *“Ayva*

Boranası” da Niğde mutfağının vazgeçilmezlerinden biridir. Bunlarla birlikte, bossulu, çömlekte akbakla, üzüm boranası, orta dolması, Niğde çanağı, karın haşlaması, tirit, bulgurlu cızbız köfte, Niğde kelle söğüş, paça yemeği ve mazaklı köfte gibi geleneksel yemekler de önemli bir yer tutmaktadır. Dut yaprağı sarması, etli lahana sarması, yaprak ditmesi, pancar pezziği, lahana kapama, koruklu bamya, et kabağı yemeği, kurutulmuş yeşil fasulye, etli kuru bamya, erikli pırasa yemeği, soğan yahnisi, erikli bamya ve kuru sebze güveç de mutfağa özgü yemeklerdir (Atlı, 1999; Varol İnsel, 2015). Niğde mutfağının bir diğer önemli özelliği de hamur işi ve ekmek kültürüdür. Yufka ekmek böreği, tahinli pide, bazlama, şepe, fertek halkası, fertek çöreği, çökelek dürüm, hakırdak dürüm, ciğer dürüm, tatlı dürüm, yağlı ekmek dürüm ve sac altı, sıkça tercih edilen ekmek ve hamur işi çeşitleridir (Üstün & Demirci Güngördü, 2018). İlaveten cevizli erişte, öksüz mantı, havu, mihla, karın kurutması, yumurtalı yufka ditmesi, papara, ciğerli bulgur pilavı, sac kapamada etli pilav da Niğde'nin ünlü yemekleri arasındadır. Niğdeliler elmadan birçok tatlı ve yemek yapmaktadır. En önemlilerinden biri pirinçli elma dolmasıdır. Niğde'de kış günlerinin şifa kaynağı olarak bilinen pekmezden köfter adı verilen lokum yapılmaktadır (Kızılkaya, 2017). Bunun dışında bandırma, paluza, kar katması, hoşmerim, halveter, tatlı dolaz, çamardı dondurması, kuru kayısı hoşafı, darboğaz kiraz kompostosu, cevizli misket elma dolması, cevizli ve pirinçli zerdali dolması, kuru zerdali kavurması, kuru incir kavurması, sarığıburma, kıvrım börek tatlısı, pekmezli kaygana, Niğde kıvrım tatlısı ve çamardı halka tatlısı ile beyaz kiraz reçeli, taş kabağı reçeli, sarıerik reçeli ve zerdali reçeli yapılmaktadır (Baş, 2017: 141). Niğde mutfağında turşu ve hoşaf gibi geleneksel yiyecekler de yaygın olarak tüketilmektedir. Ayrıca, yörede üretilen Niğde gazozu, doğal aroması ve benzersiz yapısıyla yaz aylarında ziyaretçiler tarafından tercih edilen içecekler arasında yer almaktadır (Ölmez, 2021).

Niğde mutfağının üç adet başvurusu yapılmış ancak henüz tescillenmemiş coğrafi işaretli gastronomi değeri vardır. Bunlar Niğde Elması (Menşe Adı), Niğde Geven Balı (Menşe Adı), Niğde Sarım Burma Tatlısıdır (Mahreç İşareti). Bor Söğürmesi (Mahreç İşareti), Darboğaz Kirazı (Menşe Adı), Niğde Tahinlisi (Mahreç İşareti), Niğde Tavası (Mahreç İşareti) ve Niğde Kelle Söğüş (Mahreç İşareti) ise coğrafi işaret almış gastronomi değerleridir. Bunların dışında köfter, bor biberi, fertek halkası ve fertek çöreği, üzüm ve ayva borani, dermason fasulye ve beyaz lahana gibi coğrafi işarete konu olabilecek çok sayıda ürünü bulunmaktadır.

Bor Söğürmesi



Fotoğraf 1. Etin Hazırlanışı



Fotoğraf 2. Bor Söğürme

Kaynak: Araştırmacının Kendi Çekimi (Şinasi Özmen)

Bor Söğürmesi, adını Niğde'nin Bor ilçesinden alan ve uzun yıllardır bilinen bir yemektir. 2017 yılında Bor Ticaret ve Sanayi Odası tarafından coğrafi işaret olarak tescil ettirilmiştir. Koyun veya kuzu etinin pizola ve küşleme bölümleri, kuyruk yağı ve yeşilbiber ile taş fırında 45-60 dakika pişirilerek servis edilir. Yemek, en az üç kişilik porsiyonlar halinde sunulmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

Darboğaz Kirazı



Fotoğraf 3. Darboğaz Kirazı



Fotoğraf 4. Darboğaz Beyaz Kirazı

Kaynak: Araştırmacının Kendi Çekimi (Şinasi Özmen)

Darboğaz Kirazı, Niğde'nin Ulukışla ilçesinde yetişen ve 0900 Ziraat çeşidine ait bir kiraz türüdür. Güçlü ve dik ağaçlara sahip olan bu kiraz, büyük, sert ve çatlamaya karşı dirençli meyveleriyle bilinir. Haziran sonunda hasat edilmeye başlanıp yüksek rakımlarda ağustosa kadar toplanabilen bu kiraz türü, 2020 yılında Ulukışla Kiraz Üreticileri Birliği tarafından tescil ettirilmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020a).

Niğde Tahinlisi

Niğde Tahinlisi, şehirde uzun yıllardır üretilen ve özellikle Ramazan ayında tüketilen bir üründür. Şekerli ve şekersiz çeşitleri bulunan bu tahinli, 2020 yılında Niğde Ticaret ve Sanayi Odası tarafından tescil ettirilmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020b). Hamuru, un, tuz ve mayadan hazırlanır, tahin ve şeker eklenip katlandıktan sonra

dinlendirilir ve 180°C'de 20-25 dakika pişirilir. Hem sıcak hem de soğuk olarak tüketilebilir.



Fotoğraf 5. Tahinli Hamuru



Fotoğraf 6. Katlanmış Tahinli Hamuru



Fotoğraf 7. Pişirilmiş Tahinli



Fotoğraf 8. Servise Hazır Tahinli

Kaynak: Araştırmacının Kendi Çekimi (Şinasi Özmen)

Niğde Tavası

Niğde Tavası, Niğde mutfak kültüründe önemli bir yer tutan ve 2023 yılında coğrafi işaret olarak tescillenen bir yemektir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020c). Koyun veya kuzu etinden yapılan bu yemek, et, kuyruk yağı, domates, biber ve sarımsağın katmanlar halinde tepsiye dizilip baharatlarla harmanlanmasıyla hazırlanır. 200°C'de, taş fırında toplam 35-45 dakika pişirilir ve sıcak pide ile servis edilir.



Fotoğraf 9. Etin Hazırlanışı



Fotoğraf 10. Niğde Tavası

Kaynak: Araştırmacının Kendi Çekimi (Şinasi Özmen)

Niğde Kelle Söğüş

Niğde Kelle Söğüş, kuzu kellelerinin pişirilip soğutulduktan sonra yanak, dil ve beyin kısımlarının ayıklanarak soğuk servis edilen bir sakatat yemeğidir. 2024 yılında coğrafi işaret olarak tescillenmiştir (Niğde Kelle Söğüş, 2024).



Fotoğraf 11. Kelle Söğüş Hazırlanışı



Fotoğraf 12. Kelle Söğüş Servisi

Kaynak: Araştırmacının Kendi Çekimi (Şinasi Özmen)

Kelle, yaklaşık bir saat düdüklü tencerede pişirilir, ardından doğranarak soğan, maydanoz ve baharatlarla ekmek arası veya porsiyon olarak sunulur.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Niğde iline ait coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi bağlamında yiyecek ve içecek işletmelerinde kullanımını incelemektir. Niğde'nin coğrafi işaretli yerel mutfak zenginliklerinin işletmelerde ne ölçüde kullanıldığının ve bu kullanımın gastronomi turizmüne etkilerinin analiz edilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, işletme sahiplerinin bu ürünleri kullanma eğilimleri ile ürünlerin tanınırlığı ve menülerde yer alma potansiyeli konusundaki algı ve farkındalık düzeyleri de araştırma kapsamında ele alınmıştır.

Araştırma Deseni

Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma, belirli bir olgu veya durumu derinlemesine anlamak ve incelemek için uygun bir yaklaşımdır. "Nitel araştırmalar nicel araştırmalarda olduğu gibi örneklemin olayları nasıl gördüklerine değil, araştırmacının olaylara dönük öznel bakış açısını örneklem üzerinden keşfetmeyi amaçlar" (Tutar, 2023: 337). Araştırmada durum çalışması deseni benimsenmiştir. Yin'e (2009) göre durum çalışması araştırması gerçek yaşamda mevcut olan bir bağlam ya da ortam içerisinde bir durumu incelemeyi gerektirir. Durum çalışması araştırmasında, gözlem, mülakat, dokümanlar ve görsel işitsel materyaller gibi çeşitli araçlar kullanılarak veri toplanmaktadır. Toplanan veriyle durumun ayrıntılı bir açıklaması ortaya çıkmaktadır (Stake, 1995).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Niğde ilindeki yiyecek ve içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Niğde ilinde toplamda 1.209 gıda satış yeri ve 953 toplu tüketim yeri bulunmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2024). Ancak bu işletmeler arasından yalnızca restoranlar, kafeler ve otel restoranları araştırmaya dâhil edilmiştir. Örneklemen istenen faydayı sağlayabilmesi için, mümkün olduğunca farklı ve temsil yeteneği yüksek katılımcıların örnekleme dâhil edilmesi kritik bir unsurdur (Şahin & Güçlütürk, 2022). Örneklem seçiminde, amaçlı rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Baltacı, 2018). Amaçlı rastgele örneklem, araştırmanın amacına uygun olarak sistematik ve rastgele seçilen örneklerin belirli bir amaç doğrultusunda sınıflandırılmasıdır (Marshall & Rossman, 2014). Bu örnekleme, rasgele seçilen durumlarla karşılaştırıldığında daha zengin verilere ulaşmak ve araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla yapılmaktadır (Flick, 2014). Böylelikle araştırma konusuna en uygun verileri sağlama potansiyeline sahip örneklerin belirli kriterlere göre seçimi sağlanmış ve coğrafi işaretli ürünleri menülerinde kullanan veya kullanmayı planlayan işletmeler seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü olarak Kelly'nin (1963) nitel araştırmalar için önerdiği 15 kişilik minimum örneklem büyüklüğü esas alınmış olup, bu çalışmada toplam 18 işletme yöneticisi/şefi ile görüşülmüştür. Veri doygunluğuna ulaşıldığı düşünüldüğü için görüşmeler bu noktada sonlandırılmıştır. İlgili araştırmanın gerçekleştirilmesi için Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu'ndan 24 Şubat 2023 tarihinde 2023.02.35 karar numarası ile onay alınmıştır.

Veri Toplama Süreci

Araştırmada iki aşamalı bir veri toplama süreci izlenmiştir. İlk aşamada, Niğde'ye ait coğrafi işaretli ve başvuru sürecinde olan ürünler tespit edilmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun coğrafi işaretler portalı (2023a) incelenmiş ve Niğde'ye ait beş tescilli (Bor Söğürmesi, Darboğaz Kirazı, Niğde Tahinlisi, Niğde Tavası, Niğde Kelle Söğüş) ve üç başvuru aşamasındaki ürün (Niğde Elması, Niğde Geven Balı, Niğde Sarım Burma Tatlısı) belirlenmiştir. Bu ürünlerin özellikleri ve coğrafi işaret alma nedenleri ilgili dokümanlar üzerinden detaylandırılmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında, coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmelerinde kullanım durumunu değerlendirmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sorular, araştırma amaçlarına ve literatüre dayalı olarak, özellikle bilgi birikimi ve farkındalık düzeylerini ölçmeyi hedefleyecek şekilde hazırlanmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların demografik bilgileri (yaş, eğitim, mesleki deneyim) sorulmuş; ikinci bölümde ise gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyleri ve tutumları değerlendirilmiştir. Sorular, önceki araştırmalar ve literatürdeki temalar göz önünde bulundurularak hazırlanmış, uzman görüşü doğrultusunda revize edilmiştir. Toplam 18 işletme yöneticisi/şefi ile yapılan görüşmeler, 30-45 dakika sürmüş ve Temmuz-Ağustos 2023'te gerçekleştirilmiştir. Uzun süreli etkileşimlerin nitel araştırmalarda geçerliliği artırdığı belirtilmektedir (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006).

Veri Analizi

Araştırmanın veri analizi sürecinde, toplanan veriler üzerinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz, görüşmelerden elde edilen verilerin ayrıntılı bir şekilde incelenmesini ve ana temaların, desenlerin veya ilişkilerin ortaya konmasını sağlar (Büyüköztürk, Akgün, Demirel, Karadeniz & Çakmak, 2015). Bu yöntem, araştırma sorularına yanıt aramak için etkili bir analiz yaklaşımıdır. Verilerin analizi sürecinde katılımcılar K1, K2, K3...K18 şeklinde kodlanmış ve her bir katılımcıya bu şekilde referans verilmiştir. Analiz sürecinde Gastronomi Turizmi Bilgisi ve Algısı, Gastronomi Turizmine Aktif Katılım, Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi ve Uygulamaları, Niğde'ye Özgü Yerel Yemekler ve Coğrafi İşaret Alması Gereken Ürünler ve İşletmelerin Menülerinde Yerel Yemeklerin Yeri olmak üzere beş ana tema belirlenmiştir. Bu temalar, katılımcıların gastronomi turizmi konusundaki bilgi düzeylerini, bu turizme aktif katılımlarını, coğrafi işaretli ürünlerle ilgili bilgi ve uygulamalarını, Niğde'ye özgü yemeklerin tanıtımı ve coğrafi işaret alması gereken ürünler hakkındaki görüşlerini ve işletme menülerinde yerel yemeklerin yerini kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Katılımcıların görüşlerinden yola çıkarak belirlenen temalar ve bulgular, sonuç ve öneriler kısmında mevcut literatürdeki bilgilerle karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmalar ışığında, Niğde ilinde coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi bağlamındaki potansiyeli üzerine önemli görüşler sunulmuştur. Çalışma, bu yönüyle literatüre katkı sağlamasının yanı sıra, Niğde mutfağındaki coğrafi işaretli ürünlerin kullanımını ilk kez ele alması bakımından da farklılık oluşturmaktadır.

BULGULAR

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre, katılımcıların demografik ve mesleki profilleri geniş bir çeşitlilik göstermektedir (Tablo 1). Katılımcılar 24-62 yaş arasında olup, eğitim düzeyleri ilköğretimden üniversiteye kadar farklılık göstermektedir. Mesleki deneyimleri iki ile 38 yıl arasında değişen katılımcıların çoğu uzun süredir aynı işletmede çalışmaktadır. Katılımcıların %83'ü erkek, %17'si kadındır. Restoran ve otel sektöründe genel müdür, aşçıbaşı, işletmeci ve şef gibi farklı pozisyonlarda görev almaktadırlar. Bu durum, araştırmanın sektördeki farklı perspektifleri kapsamı açısından önemli bir avantaj sunmaktadır.

Çalışmada; gastronomi turizmi bilgisi ve algısı, gastronomi turizmine aktif katılım, coğrafi işaretli ürün bilgisi ve uygulamaları, Niğde'ye özgü yerel yemekler ve coğrafi işaret alması gereken ürünler ve işletmelerin menülerinde yerel yemeklerin yeri olmak üzere beş ana tema belirlenmiştir. Toplam 18 katılımcı (K01-K18) görüşlerini paylaşmıştır.

Gastronomi Turizmi Bilgisi ve Algısı

Katılımcıların büyük bir kısmı gastronomi turizmi hakkında temel bilgiye sahiptir. Bununla birlikte, bazı katılımcılar bu konuda derinlemesine bilgi sahibi iken, diğerleri bu alanda sınırlı bilgiye sahip olup, bazıları ise tamamen bilgisizdir. K1: "Gastronomi turizmi, turizmin bir alt dalı olarak yemek ve içeceklerle ilgilenir. Bu konuda eğitimler aldık ve

işletmemizde gastronomi turizmine yönelik etkinlikler düzenliyoruz.” K3: “Gastronomi turizmi hakkında çok az bilgiye sahibim. İşletmemizde genelde klasik turizm hizmetleri veriyoruz.” K5: “Gastronomi turizmi, yöresel yemeklerin tanıtımı ve turistlerin bu yemeklere olan ilgisiyle ilgilidir. Biz de bu konuda çeşitli çalışmalar yapıyoruz.”

Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Çalıştığı İşletme	Pozisyonu	İşletmede Çalışma Süresi
1	38	Erkek	Üniversite	Ramada Hotel by Wyndham	Genel Müdür	4,5 yıl
2	30	Erkek	Lise	Honour Hotel	Aşçıbaşı	4,5 yıl
3	30	Erkek	Lise	Avcılar Lokantası	İşletmeci	7 yıl
4	29	Erkek	Lisans	Black Plate Restaurant	Aşçıbaşı	2 yıl
5	40	Erkek	Lise	Hilmibey Lokantası	İşletmeci ve Usta	30 yıl
6	42	Erkek	Lisans	Sofram Restaurant	İşletmeci	8 yıl
7	24	Kadın	Lise	Gümüş Et	Müdür	3,5 yıl
8	53	Erkek	İlköğretim	Grand Hotel	Aşçıbaşı	18 yıl
9	40	Erkek	Lise	Adanalı İsmail Gültekin Usta	İşletmeci Ustabaşı	/ 10 yıl
10	51	Erkek	İlkokul	Birtat Lokantası	Aşçıbaşı	4 yıl
11	53	Erkek	Lise	Bol Kepçe Lokantası	İşletmeci	10 yıl
12	47	Erkek	Lise	Şehir Lokantası	İşletmeci	30 yıl
13	33	Erkek	Lise	Kıçağaç Kuzu Kelle Söğüş /1859	İşletmeci / Usta	6 yıl
14	62	Erkek	Lise	Karaaslan Lokantası	İşletmeci	38 yıl
15	50	Erkek	Lise	Lezzet Durağı Lokantası	Şef	5 yıl
16	44	Kadın	Üniversite	Taşev Restaurant	İşletmeci	12 yıl
17	35	Erkek	Lise	Eski Han Restoran	Müdür	8 yıl
18	48	Erkek	Lise	Çamardı Lokantası	Aşçıbaşı	25 yıl

Gastronomi Turizmine Aktif Katılım

Birçok işletme, gastronomi turizmi bağlamında aktif bir rol üstlenmekte ve bu turizm türünün bölgeye önemli katkılar sağladığını ifade etmektedir. K9: “Bizim otelimizde gastronomi turizmine yönelik özel menüler hazırlıyoruz ve turistlere yerel yemekleri tanıtıyoruz.” K12: “Herhangi fiili bir anlaşmamız yok. Ancak resmi kurumlara bunu önermek istiyoruz. Son iki yıldır festivaller yapılıyor. Patates ve Elma festivali gibi. Bize katkısı olacaktır.” K16: “Evet, Elma festivali oldu geçtiğimiz yıl. Biz de standımızı açtık orda. Ayrıca 360 TV’de de Niğde’imizin yöresel yemeklerini tanıttım. İşletmemizde de Niğde yemeklerimize yer veriyoruz.”

Coğrafi İşaretli Ürün Bilgisi ve Uygulamaları

Katılımcıların çoğu, coğrafi işaretli ürünlerin ne olduğunu bilmektedir. Ancak bazı katılımcılar bu konuda bilgi eksikliği yaşamaktadır. K4: "Coğrafi işaretli ürünler, belirli bir bölgeye ait olup, o bölgenin özelliklerini taşıyan ürünlerdir. Bu konuda bilgi sahibiyim ve işletmemde bu ürünlere yer veriyorum." K7: "Coğrafi işaretli ürünlerin ne olduğunu tam olarak bilmiyorum. Bu konuda daha fazla bilgiye ihtiyacım var." K10: "Coğrafi işaretli ürünler, bölgenin kültürel ve doğal özelliklerini yansıtan ürünlerdir. Bu konuda bilgi sahibiyim ve menümüzde bu tür ürünlere yer veriyoruz."

Coğrafi işaretli ürünlerin işletme menülerinde yer alması yaygın bir uygulamadır ve bu ürünlerin tanıtımına büyük önem verilmektedir. K5: "Menümüzde Niğde'ye özgü yemeklere ve coğrafi işaretli ürünlere yer veriyoruz. Bu, müşterilerimizin ilgisini çekiyor."

Niğde'ye Özgü Yerel Yemekler ve Coğrafi İşaret Alması Gereken Ürünler

Katılımcılar Niğde'ye özgü birçok yerel yemeği tanımakta ve bu yemeklerin bazıları hakkında ayrıntılı bilgi vermektedir. Niğde tava, Bor söğürme, halka tatlı gibi yemekler, katılımcıların çoğu tarafından belirtilmiştir. K1: "Niğde tava ve Bor söğürme, müşterilerimiz arasında oldukça popüler." K6: "Evet, Niğde tava, Bor söğürme, elma tatlısı, halka tatlı, tarhana çorbası aklıma gelen yemeklerdir." K11: "Evet, Niğde tava, Bor söğürme, borani, ağ baklası, mazaklı, kuymak, kelle söğüş vs."

Katılımcılar Niğde'ye özgü bazı yemeklerin coğrafi işaret alması gerektiğini belirterek bu yemeklerin tanıtılması ve korunması gerektiğini vurgulamaktadır. K1: "Yukarıda saydığım yemeklerden Fertek halkası, Fertek çöreği, Çamardı dondurması, Çamardı halka tatlısı, ayva borani, Niğde tava, Sazala domatesi ve Niğde misket elmasının alması gerektiğini düşünüyorum." K3: "Niğde tava, tahinli pide, Çamardı dondurması ve kelle söğüş alabilir." K4: "Bence, Niğde tava, üzüm boranisi, ayva boranisi, köfter, kelle söğüş, Çamardı dondurması, köfter tatlısı ve halka tatlısı gibi yemeklerimiz mutlaka coğrafi işaretler almalıdır." K5: "Köfter mutlaka almalıdır. Orta dolması, ayva boranası, Çamardı dondurması ve halka tatlısı mutlaka almalıdır. Niğde tavası ve Kıçağaç Kelle söğüşün başvuru aşamasında olduğunu biliyorum." K10: "Çamardı dondurmasının coğrafi işaret alması gerektiğini düşünüyorum. Çok lezzetli ve bölgeye özgü." K17: "Mazaklı, Niğde tava, zerdali kavurması, tarhana çorbası ve elma dolması alabilir."

İşletmelerin Menülerinde Yerel Yemeklerin Yeri

Birçok işletme, menülerini zenginleştirerek yerel yemeklere öncelik verirken, bazıları ise bu değerli lezzetlere gereken ilgiyi göstermekte yetersiz kalmaktadır. K1: "Menümüzde Niğde'nin yöresel yemeklerine geniş yer veriyoruz. Bu, turistlerin ilgisini çekiyor." K13: "Menümüzde yerel yemeklere daha az yer veriyoruz. Daha çok uluslararası mutfağa odaklanıyoruz."

Menüde Yer Alan ve Yer Alması İstenen Coğrafi İşaretli Ürünler

İşletmeler, menülerinde coğrafi işaretli ürünlere yer vererek bu yemeklerin tanıtımını ve sunumunu gerçekleştirmektedir. K1: "Bor söğürme zaten menümüzdedir." K2: "Evet, Bor söğürme mevcut menümüzde vardır." K3: "Bor söğürme işletmemizin baş tacı zaten."

Onun dışında Niğde tava veriyoruz.” K4: “Bor söğürme, Niğde tava, koyun yoğurdu menümüzde var.”

İşletmeler, menülerinde yer almasını istedikleri coğrafi işaretli ürünleri belirterek bu ürünlerin tanıtımını ve sunumunu yapma niyetlerini ifade etmektedir. K5: *“Evet vermek isteriz.”* K6: *“Evet, Bor söğürme menümüzde. Niğde tava servisimiz de vardır.”* K8: *“Tava ve söğürme isteğe bağlı yapıyoruz.”* K18: *“Evet isteriz elbet. Bor söğürme veriyoruz zaten. Yeni coğrafi işaret alacak ürünlere de mutlaka yer vermek isteriz. Mazaklı, ağ pakla, bossulu, Niğde tava, oğma çorbası, elma tatlısı, zerdali kavurması gibi ürünlerimiz menümüzde yer almakta. Niğde gastronomi evi olarak Niğde yemekleri bizim ana tamamımız. Her bir yemeğimize menümüzde mutlaka yer vermeye çalışacağız.”*

Görüşmeler sonucunda, menülerde üç coğrafi tescilli ürünün (Bor Söğürmesi, Niğde Tahinlisi ve Niğde Tavas) yer aldığı belirlenmiştir. Coğrafi tescili bulunmayan ancak başvuru aşamasında yer alan Niğde Elmasının coğrafi olarak işaretlenmesi ve yeni tescillenen Niğde Kelle Söğüşün işletme menülerinde yer alması gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca, Orta Dolma, Mazaklı, Ağ Pakla, Bossulu, Oğma Çorbası, Elma Tatlısı, Zerdali Kavurması, Çamardı Dondurması, Fertek Halkası, Fertek Çöreği, Sazala Domatesi, Ayva Boranası ve Üzüm Boranası gibi coğrafi tescili bulunmayan diğer ürünlerin de menülerde yer alması istenmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, Niğde iline özgü coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi bağlamında yiyecek-içecek işletmelerinde kullanım durumunu analiz etmektir. Niğde, tarihi ve kültürel mirasıyla zengin bir mutfak geleneğine sahiptir ve İpek Yolu gibi önemli güzergâhlarda yer alması, mutfağında özgün yiyecek ve içeceklerin bulunmasını sağlamaktadır (Baş, 2017). Bu bağlamda, Niğde mutfağında önemli bir yere sahip olan coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından potansiyeli değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan işletmelerin çoğu, coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olup menülerinde bu ürünlere yer vermektedir. Ancak, bazı işletmeler bilgi eksikliği yaşamakta ve daha fazla eğitime ihtiyaç duymaktadır. Bu ürünlerin doğru tanıtımı ve kullanımı, bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini artıracaktır. Niğde’ye özgü yemekler, bölgenin zengin gastronomik mirasını yansıtarak coğrafi işaret almayı hak eden ürünler arasında yer almaktadır. Benzer bir çalışmada Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin (2021), coğrafi işaretli ürünlerin gastronomik destinasyonlar üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamakta ve bölge turizmine katkı sağlayacağını belirtmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin çoğu, menülerinde yerel yemeklere yer vererek bu yemeklerin tanıtımını ve korunmasını önemsemektedir. Ancak, bazı işletmeler bu ürünlere daha az yer vermekte ve bu konuda teşvik edilmeye ihtiyaç duymaktadır. Benzer şekilde Yazıcıoğlu vd. (2019), çalışmalarında tescilli mahreç işaretlerinin yeterince tanıtılmadığı ve yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yeterince yer bulmadığı sonucuna varmıştır.

Niğde'nin coğrafi işaretli ürünlerinin tanıtımı, ekonomik ve kültürel açıdan büyük önem taşımaktadır. Restoranlar, marketler ve yemek turları gibi platformlarda sergilenmeleri, Niğde'yi otantik mutfak deneyimlemek isteyen turistler için cazip bir destinasyon haline getirebilir. Bu süreç, yerel ekonomiyi canlandırma potansiyeline sahip olup, aynı zamanda mutfak mirasının korunmasına katkı sağlayacaktır. Ancak, sürdürülebilir üretim uygulamaları ve ticarileşme gibi zorluklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Niğde, bu zorlukların üstesinden gelerek coğrafi işaretli ürünlerini değerlendirdiğinde, gastronomi turizmi açısından önemli bir destinasyon olabilir. Niğde'nin mutfak mirası ve coğrafi işaretli ürünleri, hem yerel kültürü yaşatmada hem de ekonomik ve kültürel kalkınmada güçlü bir araç olarak değerlendirilmelidir. Coğrafi işaretli ürünlerin küresel bilinirliğini artıracak adımlar, bölgesel ve ulusal düzeyde önemli kazanımlar sağlayacaktır.

Niğde mutfak, zengin bir yemek çeşitliliğine sahip olmasına rağmen yeterince ilgi görmemekte ve gastronomik potansiyelini gerçekleştirebilmek için daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Son yıllarda bu alanda bazı girişimler olmuş ancak yeterli düzeye ulaşmamıştır. Bu nedenle, yapılacak çalışmalar için çeşitli öneriler sunulmuştur.

- Niğde ili, üç adet coğrafi işaretli ürün başvurusuna sahip olmasına rağmen, potansiyel olarak daha fazla ürün bu statüyü alabilecek niteliktedir. Bu ürünlerin tescili ve tanıtımı, Niğde mutfakının zenginliğini ve çeşitliliğini vurgulayarak turistler için çekici bir unsur haline gelebilir. Keza Niğde ili Aktaş kasabasında yüzyıllardır törensel olarak hazırlanan Örfene yemeği, bölgenin geleneksel lezzetlerinden biridir (Cihangir, Akmeşe & Akmeşe, 2023).
- Patates lokumu, patates dondurması ve elma lokumu gibi ürünlerin üretim ve tanıtım faaliyetleri genişletilmelidir.
- Darboğaz Kiraz Festivali ve Kaynarca Köyü Lahana Festivali gibi etkinliklerin yeniden düzenlenmesi, yerel lezzetlerin tanıtımı açısından önemlidir.
- Niğde mutfakına özgü tariflerin bir kitapta toplanarak tanıtılması, yöresel yemeklerin korunmasına katkı sağlayacaktır.
- İşletmelerin coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi düzeyini artırmaya yönelik eğitim programları geliştirilmelidir. Bu, gastronomi turizmini ve ürünlerin turistik cazibesini artıracaktır.
- Niğde'nin gastronomi potansiyelinin değerlendirilmesi için yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve turizm paydaşları arasında işbirliği gereklidir. Bu tür çalışmalar, bölgesel kalkınmaya önemli katkılar sağlayabilir. Yazıcıoğlu vd. (2019), coğrafi işaret tescili almış yerel ürünlerin gastronomi turizmi aracılığıyla bölge ekonomilerine önemli katkılar sağladığını belirtmektedir. Bir başka çalışmada ise Konya Ovası Projesi (KOP) Bölgesi'nde coğrafi işaretler adıyla bir marka oluşturulması ve gezgin rotalarına KOP Bölgesi Coğrafi İşaretli Gastronomi Turu'nun dâhil edilmesi önerilmiştir (Korkmaz, 2021).

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları mevcuttur. İlk olarak, çalışma Niğde ilindeki coğrafi işaretli ürünlere odaklanmış olup, diğer bölgelerle karşılaştırma yapılmamıştır. Bu durum, elde edilen bulguların genellenebilirliğini kısıtlayabilir. İkinci olarak, veri toplama sürecinde yalnızca belirli yiyecek-içecek işletmeleriyle görüşmeler gerçekleştirilmiş, bu da farklı işletme türlerinin ve katılımcıların görüşlerini kapsam dışında bırakmıştır. Daha geniş bir örnekleme yapılacak nitel veya nicel çalışmalar, bu konuda farklı perspektiflerin elde edilmesine olanak tanıyabilir. Ayrıca, bu çalışmada yapılan önerilerin uygulanabilirliği konusunda saha çalışmalarıyla desteklenmiş somut veriler bulunmamaktadır.

Gelecek araştırmalar, coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik katkılarının yanı sıra, bu ürünlerin yerel kimlik, kültürel sürdürülebilirlik ve gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemelidir. Özellikle, gastronomik potansiyel açısından zengin ancak yeterince keşfedilmemiş bölgelerde yapılacak karşılaştırmalı analizler, bu potansiyelin nasıl daha etkin bir şekilde kullanılabileceğine dair önemli bulgular sağlayabilir. Coğrafi işaret tescilli ürünlerin markalaşma süreçleri, ulusal ve uluslararası pazarlama stratejileri, bu ürünlerin turizm endüstrisindeki konumu ve tüketici tercihlerine olan etkileri de gelecekteki çalışmalar için önemli araştırma alanları arasında yer almalıdır. Niğde ve benzeri bölgelerde gerçekleştirilecek çalışmaların sadece coğrafi işaretli ürünlerle sınırlı kalmayıp, yerel mutfak kültürünün gastronomi turizmi çerçevesinde nasıl değerlendirilebileceğine yönelik daha geniş kapsamlı incelemeler yapılabilir. Özellikle gastronomi festivalleri, yerel mutfakların tanıtımına yönelik yayınlar ve eğitim programlarının bölge turizmine olan etkilerinin incelenmesi, bu alandaki literatüre katkı sağlayacak önemli bulgular ortaya koyabilir. Gastronomi turizmi bağlamında coğrafi işaretli ürünlerin yanı sıra, Niğde mutfağına ait diğer özgün lezzetlerin de tescil süreci ve turistik cazibesini artıracak stratejiler üzerine yapılacak daha kapsamlı araştırmalar, bölgesel kalkınma açısından değerli sonuçlar sunabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu'ndan 24.02.2023 tarih ve 2023.02.35. sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi* [Yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=rcbWnuqW6HxCZ_98ARap gumzuDafluypSRWmsb6E8YmnCTZhXpKL8SYxppDIKnSJ
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89. <https://doi.org/10.21325/jotags.2015.47>
- Apak, Ö. C., & Gürbüz, A. (2023). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103192. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103192>
- Atlı, H. E. (1999). *Geçmişten Günümüze Bor*. Boyut Yayın Grubu.
- Avşar, M., & Eryılmaz, B. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin Amasya turizminin gelişimine katkısının değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 988-1003. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2022.1262>
- Ballı, E. (2013, Nisan). Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Adana, Türkiye.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baş, M. (2017). *Medeniyetlerin Burcunda Bir Şehir: Niğde*. Feyza Matbaacılık.
- Baydeniz, E., Kılıcı, L., & Çelik, S. (2023). Yerel mutfak algısı gastro aktivite ve gastro deneyimin destinasyon marka imajına etkisi: Afyonkarahisar örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 133-153.
- Belisle, F. J. (1983). Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 497-513. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90005-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90005-3)
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi turizmine yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması: Kapadokya örneği* [Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=sY7m19PfcL6F1NUw-cr80DMII8EHb1t45lQW4jbmzb_I0hYyb0NuDtFtEg335m7y
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Demirel, F., Karadeniz, Ş., & Çakmak, E. K. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi.

- Cihangir, İ. S., Akmeşe, K. A., & Akmese, H. (2023). Gastronomi turizmi bağlamında mutfak kültür mirası olarak törensel bir yemek "Örfene". *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 122-133.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 100-115.
- Çavuş, O., & Eker, Ş. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi: Bolu Kanlıca Mantarı, Mengen örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-320. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2022.1274>
- Çeşmeci, N., Çulfacı, G., & Kılıçhan, R. (2023). Turistlerin yerel mutfak yeme eğilimleri ile unutulmaz turizm deneyimleri arasındaki ilişki: Kayseri örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 84-105.
- De Miguel Molina, M., de Miguel Molina, B., Santamarina Campos, V., & del Val Segarra Oña, M. (2016). Intangible heritage and gastronomy: The impact of UNESCO gastronomy elements. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(4), 293-310. <https://doi.org/10.1080/15428052.2015.1129008>
- Denk, E., & Bilici, N. S. (2021). Erzurum ilinin coğrafi işaret (Ci) almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40(4), 314-321. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x>
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=ZeTyprYuef2HkaF3xt4wYl3nvRIEd-8gXhpWZcrML2DqPawGdzkJhgPy-kDe3Ei>
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75.
- Duram, L., & Oberholtzer, L. (2010). A geographic approach to place and natural resource use in local food systems. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(2), 99-108. <https://doi.org/10.1017/S174217051000003X>
- Eren, D., & Eroğlu, S. (2019, Eylül). Niğde ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, Nevşehir, Türkiye.
- Eren, F. Y., & Sezgin, A. C. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.
- Eroğlu, S., & Belber, B. G. (2018). Turizmde destinasyon markalaşması: Niğde üzerine bir uygulama [Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=MzP7PYssFqdb3WljlroAkYyzzIpqfTcKzbWza6ITUpap_NUilzZtPrMLkA2ul5QA
- Fields, K. (2003). Demand for the gastronomy tourism product. Motivational factors. In A. M. Hjalager, & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 36–50). Routledge

- Figueiredo, E. (2021). Rural provenance food as cultural heritage: A way of promoting territorial development?. In A. Covas, R. Rodrigues, P. A. Silva, & F. Teles (Eds.), *Handbook of research on cultural heritage and its impact on territory innovation and development* (pp. 114-137). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6701-2.ch006>
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research*. Sage publications.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi (Balıkesir ili örneği)* [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=EEdeQgIdFRxX5NbvVauApPkoPLvFapUJn8DKWgeEhA0XQMj2c4XMQSdmvxKSfi6>
- Güngör, A., & Kök, A. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi: Akçakoca-Melengüceği tatlısı örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Güngör, O. (2022). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında coğrafi işaret: Aydın Bozdoğan Olukbaşı oğlak çevirme kebabı örneği. *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 84-92.
- Hall, C., & Mitchell, R. (2001). Wine and food tourism. In N. Douglas (Ed.), *Special interest tourism* (pp. 307-329). Brisban: Wiley & Sons.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism—A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32. <https://doi.org/10.1080/15428052.2010.483765>
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 371-389.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılmaya olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karahan, G. (2019). *Gastronomi turizminin yerel halk üzerindeki algısı ve sürdürülebilirliği: Giresun ili örneği* [Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=jNRDC1RLfVd4_T7x7ZXmmX9RBTzErsghd8EVFuQqOnTintn55dBiG-Gh5y8k9Km2
- Karataş, M., Aksu, F. B., & Deniz, G. (2023). Unesco yaratıcı şehri Gaziantep'in gastronomi turizmi cazibe unsurları. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 105-125.
- Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., & Chuntamara, C. (2022). Exploring gastronomic tourism experiences through online platforms: Evidence from Thai local communities. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 241-257.
- Kaya, M. (2023). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi: Samsun Örneği. *Mavi Atlas*, 11(1), 105-119.
- Kelly, G. (1963). *A theory of personality: The psychology of personal constructs*. WW Norton & Company.
- Kızılkaya, F. (2017). *Kapadokya Niğde*. Feyza Matbaacılık.
- Kiraz, G., & Altun, Ö. (2020). Değişen turizm trendleri. *Hiper Yayın*.

- Kodaş, D., & Dikici, E. (2012). Ahlat kırsal bölgesinde gastronomi turizminin muhtemel toplumsal etkileri üzerine nitel bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 51-68.
- Korkmaz, H. U. (2021). Kop bölgesi coğrafi işaretlerinin incelenmesi ve öneriler. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 36-53.
- Küçükaltan, G. (2009, Nisan). Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, Antalya, Türkiye.
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S., & Trihas, N. (2016). Gastronomy, tourist experience and location: The case of the ‘Greek Breakfast’. *Tourismos*, 11(3), 227-261.
- Laenko, L. V. (2021). Gastronomic realias though intercultural interaction. In O. O. Boriskina (Ed.), *Алексева е. А.* (pp. 320-328). [Yayıncının adı eksik].
- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Matviichuk, L. Y., Lepkyi, M. I., Dashchuk, Y. Y., Sydoruk, S. V., & Mezentseva, I. V. (2022). Approach to formation of enogastronomic tourism based on the geographical indication system. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(4), 689-701.
- Mercan, Ş. O., & Üzülmmez, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Ölmez, M. (2021). Yöresel yiyecek ve içeceklerin gastronomi turizmine etkileri: Niğde ili örneği [Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=v7BkNnnepTnbhn8rNR77LT6VN_j4nHCX81NUEZwtKPF1tcqEWE0GLm4xfg56lPC9
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığı’nın coğrafi işaretli ürün potansiyeli ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(2), 107-125.
- Pérez Gálvez, J. C., Torres-Naranjo, M., Lopez-Guzman, T., & Carvache Franco, M. (2017). Tourism demand of a WHS destination: an analysis from the viewpoint of gastronomy. *International Journal of Tourism Cities*, 3(1), 1-16.
- Pillay, S. K., Sigamany, V., & Belwal, M. (2018). Geographical indication: An exploratory examination on GI tagging Indian food in opening avenues to develop culinary/gastronomic tourism. *IOSR Journal of Environmental Science, Toxicology and Food Technology (IOSR-JESTFT)*, 12(10), 60-68.
- Piramanayagam, S., & Seal, P. P. (2022). Geographical indication (GI) tagged foods and promotion of gastronomic tourism: A developing country perspective. In H. Oktadiana, M. Rahmanita, R. Suprina, & P. Junyang (Eds.), *Current issues in tourism, gastronomy, and tourist destination research* (pp. 393-399). Routledge.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.

- 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.
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023). Kayseri Bünyan ve Akkışla gilaburusu örneğinde coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 141-156.
- Scarpato, R. (2003). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 65-84). Routledge.
- Seal, P. P., & Piramanayagam, S. (2018, June). Branding geographical indication (GI) of food and its implications on gastronomic tourism: An Indian perspective. In *8th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM) Conference* (p. 125).
- Stake, R. (1995). *Case study research*. Sage.
- Süslü, C., Eryılmaz, G., & Demir, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin önemi ve Vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.
- Şahin, H., & Güçlütürk, 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., & Güleç, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürün: Elazığ Orciği. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2024). İllere Göre Gıda İşletmelerinin Sektörel Dağılımı. https://www.tarimorman.gov.tr/GKGM/Belgeler/DB_Gida_Isletmeleri/2012_yili_gida_sanayi_envanteri/3_Turkiye_Geneli_Onay_Kayit_Isletmeler.pdf
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Temiz, T. (2019). Konya örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=Mir2IXQK1dkmQ9Ige3PZbiP2wOARhpfHeb3MWrp-ubBZfCBVtdJgBRmPBCeWLEk>
- Torusdağ, G. B., Önem, E. Ö., Sami, F., & Kızıldemir, Ö. (2022). Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 66-82.
- Tuncay, N., & Özcan, C. (2022). Gastronominin yerel ekonomiler üzerindeki etkileri. *Turizm ve Rekreasyon Akademik Çalışmalar Dergisi*, (32), 31-45.
- Tutar, H. (2023). Nitel araştırma deseni belirleme ölçütleri ve gerekçelendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 334-355.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023a). Veri tabanı. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=51&tur=&urunGrubu=&adi=>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023b). Coğrafi işaret nedir? Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir>

- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023c). Niğde Tavası. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/2ceb867a-5d61-4222-b662-bdb8c25f364d.pdf>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020a). Darboğaz Kirazı. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/fdbe7655-7d0e-415d-8c4a-6f648231f603.pdf>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020b). Niğde Tahinlisi. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/70fa4025-1437-42fb-8336-2c7967e57d91.pdf>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017a). Bor Söğürmesi. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/317.pdf>
- Üner, E. H. (2014). Her şey dâhil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi [Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=sY7m19PfcL6F1NUw-cr80LbreLO9OiAIYrWgFJNe0z3lJJOgDStEMMWSn2QGOw19B>
- Yanar, A., & Karadeniz, C. (2020). Coğrafi işaretli el sanatı ürünlerine müzeografik bir yaklaşım ve Ankara örneği. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 269-283.
- Yarış, A. (2014). Mardin'de gastronomi turizmi: Turist görüşlerine ilişkin bir uygulama [Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=gyLHMouPes-CvnhrCjQsKVxegvdG4sG3_nEOb-Lngb2hb8e2eHBw7Zaj-5y2ty-w
- Yıldız, M. H. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin bölge halkı tarafından bilinirliğinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Isparta örneği [Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=8tbPippmWV_b-Irrn9YEAuUudB3pxheRNhkqGKd-FvKiD55gSXXtQPSyo6vNG91w
- Yun, D., Hennessey, S. M., & MacDonald, R. (2011). Understanding culinary tourists: Segmentations based on past culinary experiences and attitudes toward food-related behaviour. University of Prince Edward Island. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/42496>
- Yurt, İ., Bayraklı, B., & Özengi, M. (2024). Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(1), 61-78.