



Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyon Tercihine Etkisi: Van İli Örneği

The Impact of Geographically Indicated Gastronomic Products on Gastronomy Tourism Destination Preference: A Case Study of Van Province

Kerim Ağacanoğlu¹ , Erol Geçgin²

Öz

Coğrafi işaretler, yerel ürünlerin korunması ve ticarileştirilmesi yoluyla ekonomik fayda sağlamayı amaçlayan hukuki ve ticari araçlardır. Ancak bu işaretler; yalnızca ekonomik değil aynı zamanda kültürel mirasın korunması, yerel kimliğin tanıtılması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi gibi çok yönlü işlevlere de sahiptir. Bu çalışmada, Van iline özgü coğrafi işaret tescilli alması ya da bu potansiyele sahip ürünlerin, ilin gastronomi turizmi destinasyonu olarak gelişimine etkileri incelenmiştir. Araştırmada, geniş ve heterojen bir evreni temsil edebilmek amacıyla nitel yöntem tercih edilmiştir. Örneklem sürecinde "maksimum çeşitlilik" stratejisi benimsenmiş ve kartopu (zincir) örneklem tekniği kullanılmıştır. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanmış ve betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Kodlama sürecinin ardından, temalar arasında örüntüler belirlenmiş ve bu temalar üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Karşılaştırmalı analizlerde ise kodlanan değişkenler arasındaki ilişkiler kod matrisleri ve iki vaka modeli aracılığıyla incelenmiştir. Elde edilen bulgular, Van mutfağındaki özgün lezzetlerin ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi meraklılarını bölgeye çektiğini göstermektedir. Bu durum, ilin turistik cazibesini artırmakta ve yerel ekonomik kalkınmaya katkı sunmaktadır. Ayrıca coğrafi işaretlerin sadece ekonomik değil kültürel sürdürülebilirlik, toplumsal aidiyet ve destinasyon kimliği oluşumu açısından da önemli bir role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma bulguları, coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine katkısının artırılabilmesi için bu alanın yerel kalkınma politikalarını kapsayan bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, birinci yazarın Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda yazdığı "Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyon Tercihine Etkisi: Van İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Destinasyon, Gastronomi Turizmi, Turizm, Van.

ABSTRACT

Geographical indications are legal and commercial instruments aimed at generating economic benefits through the protection and commercialization of local products. However, these indications serve not only economic purposes but also fulfil multifaceted functions such as the preservation of cultural heritage, the promotion of local identity, and the diversification of tourism activities. This study examines the impact of products specific to the province of Van—either already registered with a geographical indication or possessing the potential for such registration—on the development of the province as a gastronomy tourism destination. In the research, a qualitative method was preferred in order to represent a broad and heterogeneous population. During the sampling process, the "maximum variation" strategy was adopted, and the snowball (chain) sampling technique was employed. Data were collected through semi-structured interviews and analysed using the descriptive analysis method. Following the coding process, patterns among themes were identified, and evaluations were conducted based on these themes. In comparative analyses, the relationships between coded variables were examined through code matrices and a two-case model. The findings demonstrate that the distinctive flavours of Van's cuisine and its geographically indicated products attract gastronomy enthusiasts to the region. This situation enhances the touristic appeal of the province and contributes to local economic development. Moreover, it was concluded that geographical indications play a significant role not only economically but also in terms of cultural sustainability, social belonging, and the formation of destination identity. The study's findings reveal that in order to enhance the contribution of geographically indicated products to gastronomy tourism, this field should be addressed through a holistic approach that encompasses local development policies.

Keywords: Geographical Indication, Tourism, Gastronomic Tourism, Destination, Van.

¹ Corresponding Author | Yetkili Yazar: kerimagacanoğlu@hotmail.com, ORCID: 0009-0003-4524-4754.

² Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, erolgegin@yyu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8375-9343.

GİRİŞ

“...iç kısımda, kalenin yakınlarında kurulan bahçelikler kilometrelerce alana yayılmışlardır. Nitekim bu bahçeler “dünyada Van, öte tarafta cennet” deyiminin doğmasına sebep olmuştur.”

Élisée Reclus, 1884

Van ili, gastronomik olarak Urartu Krallığı, Bizans ve Osmanlı İmparatorluğu gibi büyük imparatorlukların etkileşimi ile gelişen ve bu medeniyetlerin mutfak geleneklerini bünyesinde barındıran özgün bir yapıya sahiptir. Van mutfağı sürekli gelişen ve durağan olmayan renkli ve zengin bir kültürel karışımdır (Ocak, 2016: 1). Tarihsel ve kültürel zenginlikleriyle turistlerin ilgisini çeken Van, ayrıca coğrafi işaretli ünlü kahvaltısıyla da bölgenin önemli bir gastronomi merkezi olma özelliği taşımaktadır (Ocak, Ceylan, Okat, Koç, Torusdağ ve Çakır, 2021: 2658).

Gastronomi, turizm bölgelerinin geliştirilmesi ve pazarlanmasında önemli bir potansiyele sahiptir (Hjalager ve Richards, 2002). Bir turizm türü olarak gastronomi, özellikle zengin yerel mutfak kültürüne sahip bölgeler için fırsatlar sunmaktadır. Gastronomi, şehirlerin markalaşmasında önemli bir rol oynarken, gastronomik ürünlerin marka tescili ve coğrafi işaret alması bu süreçte kritik bir öneme sahiptir (Daşdemir, 2021). Birçok destinasyon, marka tescili ve coğrafi işaretlerle gastronomi turizminden önemli kazançlar elde edebilmektedir (Kılıçhan ve Köşker, 2015). Coğrafi işaret, belirli bir coğrafi kökene sahip ve bu kökene bağlı özellikler veya üne sahip mallarda kullanılan bir işarettir. Bu işaretler, köken yerinin doğal veya beşerî faktörlerinden kaynaklanan belirli nitelikleri yansıtarak, yerel miras ve üne dayalı kolektif bir varlığı temsil eder. Coğrafi işaretler, ulusal ve uluslararası yasalarla fikri mülkiyet haklarıyla korunur (FAO, 2024). 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 34. maddesi coğrafi işareti, "belirgin bir niteliği, ünlülüğü veya diğer özellikleri açısından kökenin bulunduğu bölge, alan veya ülke ile özdeşleşen bir işaret" şeklinde ifade etmektedir (Çelik, 2024: 1). Gıda, tarım, madencilik, el sanatları ve sanayi ürünleri, coğrafi işaret tescili için uygun kategoriler arasındadır. Bu ürünler menşe adı veya mahreç işareti şeklinde tescil edilebilmektedir (Maghaminia, 2019: 95). Mahreç işareti, ürünün üretim süreçlerinden birinin belirli bir coğrafi alanda yapılmasını gerektirirken, menşe adı tüm üretim aşamalarının o bölgede gerçekleşmesini zorunlu kılar. Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve geleneksel yöntemlerle üretilen ürünler ise geleneksel ürün adı olarak tanımlanır (Cam ve Avcı, 2024: 32). Gastronomi turizminin popülerleşmesiyle coğrafi işaretli ürünlerin doğru stratejilerle pazarlanması, destinasyonların çekiciliğini artırarak bölge turizminin gelişimine katkı sağlamaktadır (Sabancı ve Girgin, 2023: 237).

Coğrafi işaretli ürünlerin kullanımı, 20. yüzyılın başında Fransa'da başlamıştır. Belirli ürünlerin kökenleri ve özellikleri Paris Sözleşmesi ile düzenlenmiş, daha sonra Madrid ve Lizbon Sözleşmeleri'nde ele alınmıştır. Bugün, uluslararası düzeyde en etkili koruma sağlayan düzenleme, Dünya Ticaret Örgütü'nün TRIPS sözleşmesidir. Endüstriyel mülkiyetin korunması için Paris Sözleşmesi, orijinal kökenli ürünler için Lizbon Anlaşması ve yanıltıcı kaynak baskısına karşı ise Madrid Sözleşmesi uygulanmaktadır (Karademir, 2024: 1167). Türkiye'de, Nisan 1994'te imzalanan, coğrafi işaretleri fikri mülkiyet hakkı olarak tanıyan TRIPS Anlaşması'nın ardından, 1995 tarihinde 555 sayılı "Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" (KHK) hayata geçmiştir. Bu KHK, 10 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı "Sınai Mülkiyet Kanunu" ile değiştirilmiştir (Tekelioğlu, 2019: 47).

Türk Patent ve Marka Kurumu'na (TÜRKPATENT) göre Türkiye'de tescil edilebilecek yaklaşık 2.500 coğrafi işaret bulunmasına karşın, şu an tescil edilmiş ürün sayısı potansiyelin oldukça altındadır (Tekelioğlu, 2019: 63). Türkiye'de coğrafi işaret sayısı 2024 yılı Ekim ayı itibarıyla 1.639 adettir (TÜRKPATENT, 2024). Van ilinin ise 18 coğrafi tescil ürünü bulunmakta ve bunların 16'sı gastronomik üründür. Coğrafi tescil başvuru aşamasında ise 11 ürün bulunmakta ve bunların tamamı yine gastronomik ürün sınıfında yer almaktadır (TÜRKPATENT, 2024).

Bu çalışmanın amacı, Van ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi destinasyon tercihine etkisini, nitel araştırma yönteminin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile analiz etmek ve elde edilen verilerle gastronomi turizmi potansiyelini ölçmektir. Araştırma, Van'ın coğrafi işaretli ürünlerinin lezzet ve kültürel zenginliklerinin turizm stratejilerinde nasıl daha etkin kullanılabileceğine dair bilgiler sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca, yerel ekonomi ve gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlamak amacıyla öneriler geliştirilmiştir. Veriler, yaygın olarak kullanılan bir nitel veri analizi programıyla sistematik bir şekilde analiz edilmiştir.

1. İLGİLİ ALANYAZIN

Seal ve Piramanayagam (2018), coğrafi işaret etiketlemesinin turizm ve gastronomiye etkilerini inceledikleri çalışmalarında, coğrafi işaretlerin turizmin ekonomik, sosyokültürel ve çevresel faydalarını sürdürülebilir bir şekilde sağlamak için önemli olduğunu vurgulamışlardır. Çalışmada, yöresel yemeklerin menülerde yer almasının, turistlere otantik deneyimler sunduğunu ve destinasyonlara avantaj sağladığı tespit edilmekle birlikte, coğrafi işaretlerin ticari potansiyelinin birçok ülkede tam olarak değerlendirilmediği belirtilmiştir. Çalışmada, yerel gıdaların markalaşması ve bölgesel mutfağın tanıtımı için kamu politikalarının geliştirilmesi gerektiği önerilmektedir.

Kodaş (2025), yaptığı araştırmada yerel yemeklerin turistik çekim unsuru olarak değerlendirildiğini ve geleneksel kahvaltı kültürünün pek çok ülke ve turistik bölgede öne çıkan bir

turizm ürünü olarak ön plana çıktığını belirtmektedir. Çalışmada, bazı bölgelerin, yalnızca kendilerine has kahvaltılık kültürünü deneyimlemek isteyen turistler tarafından tercih edildiği ifade edilmektedir.

Avşar ve Eryılmaz (2022), coğrafi işaretlerin Amasya turizmine katkısını inceledikleri çalışmada, coğrafi işaretle tescil edilen ürünlerin çoğunlukla gıda ürünleri olduğunu ve bu ürünlerin yerel halk tarafından yaygın olarak üretilip tüketilmesinin sürdürülebilirliğe katkı sağladığını belirtmişlerdir.

Covalchuck ve Medeiros (2023) tarafından, Brezilya'nın Paraná eyaletindeki São Matheus do Sul bölgesinde yetişen coğrafi işaretli Yerba-Mate çayı üzerine bir araştırma yapılmıştır. Çalışma, Yerba-Mate çayının yerel halkın kültürel kimliğini güçlendirdiğini, sosyal ilişkileri pekiştirdiğini ve bölgenin ekonomik yapısını destekleyerek turizmi artırdığını ortaya koymuştur. Ayrıca, coğrafi işaret uygulamalarının sürdürülebilir üretimi teşvik ederek yerel kaynakların değerini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Arion (2024), İtalya'nın geleneksel ürünleri ve coğrafi işaretlerin ulusal turizm ile kırsal ekonomiye katkısını incelemiştir. Çalışma, coğrafi işaretlerin geleneksel gıda üretimini koruyup kaliteyi garanti ettiğini ve ürünlerin kökeniyle güçlü bir bağ kurduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, bu işaretlerin tarımsal ürünlerin değerini artırarak ekonomik fayda sağladığı, gastronomi turizmini desteklediği ve kırsal refahı güçlendirdiği belirtilmiştir.

Çelik (2024), Van ilinde coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel kalkınmaya etkisini incelediği yüksek lisans tezinde, coğrafi işaretlerin bölgesel kalkınmaya olumlu katkı sağladığını ortaya koymuştur. Bu katkının artırılması için ise festivallerin çeşitlendirilmesi, üretici birliklerinin desteklenmesi, tescil yapılarının güçlendirilmesi ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gibi önerilerde bulunmuştur.

Coşkun, Bişiren ve Genç (2024), coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine etkisini incelemiştir. Araştırma, coğrafi işaretlerin tüketicilere güvenli ürünler sunduğunu, yerel değerleri koruduğunu ve destinasyon tanıtımında önemli rol oynayarak gastronomi turizmini desteklediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, gastronomi festivallerinin yaygınlaşması ve coğrafi işaret tescillerinin artmasıyla turizm hareketliliğinin arttığı belirtilmiştir.

Geçgin (2024) tarafından yapılan çalışmada, Van ilindeki 32 yiyecek ve içecek işletmesiyle görüşmeler gerçekleştirilerek menülerde yer alan yöresel yemeklerin oranı incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, işletmelerin büyük çoğunluğunun menülerinde en az bir Van yöresel yemeklerine yer verildiği tespit edilmiştir.

2. MATERYAL VE METOD

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve metodolojisi hakkında bilgiler verilmiş, araştırma soruları, konuyla ilgili yerli ve yabancı literatür incelemeleri ile hipotezler ele alınmıştır.

Ardından; araştırmanın sınırlamaları, varsayımları, kullanılan yöntemler, araştırma grupları, veri toplama araçları ve analiz teknikleri hakkında bilgiler sunulurken elde edilen veriler analiz edilerek sonuçlar değerlendirilmiş ve konu ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, Van iline ait coğrafi işaret tescili almış veya alabilecek gastronomik ürünlerin, gastronomi turizmi destinasyon tercihleri üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Daha önce bu konuya dair bazı araştırmalar yapılmış olsa da coğrafi işaretler ile gastronomi turizmi arasındaki ilişkiyi bütünsel bir şekilde ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu bağlamda, araştırma, konuyu derinlemesine inceleyerek alan yazına önemli katkılar sağlamayı hedeflemektedir. Araştırma bulgularının ilgili sektör paydaşlarına ve akademik çalışmalara yön vereceği ve akademik literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma, coğrafi işaretlerin bölgesel turizm ve yerel kalkınmaya olan etkilerine dair daha fazla bilgi sunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, Van'ın coğrafi işaretli ürünlerinin bilinirliği ve sürdürülebilirliği üzerine yapılan incelemeler, bu ürünlerin ekonomik ve kültürel değerlerine dair yeni bir perspektif kazandırmayı hedeflemektedir. Çalışma, coğrafi işaretlerin yalnızca tarım ve üretimle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda turizm ve bölgesel kalkınma açısından da önemli etkiler yaratabileceğini literatürde tartışmaya açmaktadır. Bununla birlikte, coğrafi işaretlerin tanıtımı ve sürdürülebilirliği ile ilgili ortaya konan öneriler, gelecekteki araştırmalar için kaynak oluşturma potansiyeline sahiptir. Sonuç olarak, bu araştırma, coğrafi işaretli ürünlerin sadece ekonomik faydalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutları da kapsayarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabileceği konusunda önemli bulgular sunmaktadır. Bu araştırma, coğrafi işaretli ürünlerin sadece ekonomik faydalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutları da kapsayarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlayabileceği konusunda önemli bulgular ortaya koymaktadır.

2.2. Çalışmanın Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yönteminin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma, muhataplarla yapılan mülakat, anket ve gözlemle elde edilen verilerden bulgulara ulaşmak için analitik veya yorumlayıcı işlemlerin uygulandığı bir metottur (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 302). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, çevrimiçi platformlar, telefon görüşmeleri veya yüz yüze gerçekleştirilmektedir (Uslu ve Demir, 2023: 292). Görüşme sonrasında yapılacak analizlerden doğru ve net bilgilerin elde edilebilmesi için görüşmecilerin rızası doğrultusunda görüşme sırasında ses veya görüntü kaydı alınmaktadır (Uslu ve Demir, 2023: 296).

2.3. Araştırma Evreni ve Örneklemi

“Evren”, araştırma problemini çözmek için gerekli verilerin toplandığı canlı ve cansız varlıklardan oluşan geniş bir grubu tanımlamakla birlikte, araştırmanın bulgularının uygulanabileceği

popülasyonu belirtir. Örneklem ise belirli bir evrenden seçilmiş, çeşitli kriterlere göre belirlenen ve bu evreni temsil edebilecek kapasiteye sahip küçük bir gruptur (Kadioğlu, 2021: 7,12).

Çalışmanın evrenini, Van ilinde sektörle ilişkili işletmeler, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ile bu alanda faaliyet gösteren eğitim ve öğretim kurumları oluşturmaktadır. Bu kurumlardaki uzman ve yöneticiler arasından seçilen 20 kişi ise çalışmanın örneklemi oluşturmuştur.

2.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Miles ve Huberman (2015) yüksek kaliteli veri sağlamak için objektiflik, iç ve dış geçerlilik, güvenilirlik/denetlenebilirlik ve uygulanabilirlik kriterlerinin karşılanması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Çalışmanın doğruluğunu, geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla bu ölçümlere dikkat edilmiştir. Ölçümler aşağıdakileri içermektedir:

a. Veri toplama aşamalarına başlamadan önce, nitel araştırma yöntemleri alanında uzman iki kişi ilk görüşme formunu incelemiştir. Önerileri doğrultusunda revizyonlar yapılmış ve eksiklikleri tespit edilerek giderilmiştir.

b. Görüşmeler kaydedilmiş ve belirtilen temalara göre kodlanmıştır. Doğruluğu değerlendirmek için Miles ve Huberman (2015) tarafından geliştirilen güvenilirlik formülü yaklaşımı kullanılmıştır. Formül şöyledir:

$$\text{Güvenirlik Formülü} = \frac{\text{Güvenirlik Görüş Birliği}}{\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}}$$

Metinlerin kodlanması için iki kodlayıcıdan yararlanılmış ve sonrasında Miles ve Huberman'ın geliştirdiği formül kullanılarak güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Analitik bulgular, kodlayıcılar arasındaki güvenilirlik skorunun 0,80 olduğunu göstermiştir. Huberman modelinde, içsel tutarlılığı belirlemeye yönelik yapılan denetimlerde, kodlayıcılar arasındaki görüş birliğinin en az %80 düzeyinde olması gerektiği belirtilmektedir (Baltacı,2017: 8).

Veri Toplama Süreci

Araştırma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Yayın Etik Kurulu'nun 2024/21-04 sayılı etik kurulu kararıyla başlamıştır. 20 katılımcı ile yapılan görüşmelerde veri doygunluğuna ulaşıncaya, görüşme sayısının artırılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir. Görüşmeler, telefonla yapılan randevularla planlanmış ve her biri ortalama 30 dakika sürmüştür. Katılımcıların kendilerini rahatça ifade edebilmeleri için ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilen görüşmeler, yazılı forma dönüştürülüp bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 2.1 'de yer almaktadır.

Tablo 2.1 'de Demografik Bilgiler

	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Yaş	Meslek	Deneyim Yılı
K 1	Erkek	Lisans	42	Folklor Araştırmacısı	12
K 2	Erkek	Yüksek Lisans	40	Gıda Mühendisi	15
K 3	Erkek	Lisans	28	Bilim Uzmanı	5
K 4	Erkek	Lisans	37	İşletme Sahibi	10
K 5	Kadın	Lisans	27	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Öğretmeni	5
K 6	Kadın	Lisans	34	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Öğretmeni	6
K 7	Erkek	Doktora	49	Akademisyen	6
K 8	Erkek	Lise	49	Turizmci	32
K 9	Erkek	Lisans	44	Ziraat Mühendisi	25
K 10	Erkek	Yüksek Lisans	29	Restoran Sahibi- Diyetisyen	10
K 11	Erkek	Lisans	39	Restoran İşletmecisi	4
K 12	Erkek	Lise	42	Restoran Şefi	24
K 13	Kadın	Lisans	46	Seyahat Acentesi Sahibi	24
K 14	Kadın	Lisans	26	Kalkınma Ajansı Yöneticisi	4
K 15	Kadın	Doktora	52	Akademisyen	32
K 16	Kadın	Lisans	35	Sivil Toplum Kuruluşu Yöneticisi	4
K 17	Erkek	Ön Lisans	45	Sivil Toplum Kuruluşu Yöneticisi	27
K 18	Erkek	Lisans	42	Ziraat Mühendisi	7
K 19	Erkek	Lise	34	Restoran Şefi	16
K 20	Erkek	Yüksek Lisans	44	Seyahat Acentesi Sahibi	15

2.5. Veri Analizi

Çalışma grubunda, katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar tümevarımsal içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bu yaklaşım, belirli bir konu veya alanla ilgili olarak birbirinden bağımsız şekilde gerçekleştirilen nitel ve nicel araştırmaların detaylı biçimde incelenip sistematik olarak düzenlenmesini ifade etmektedir. Bu sayede, ilgili alanda öne çıkan eğilimler ve ortak noktalar ortaya

konulmaktadır (Aygün, Onaran ve Altun, 2025: 121). Genel olarak içerik analizi süreci, verilerin kodlanmasıyla başlamaktadır. Bu süreçte elde edilen kodlar (kavramlar) ile bu kodlar arasındaki bağlantılar (temalar), verilerin ardında yatan olguları ya da kuramsal yapıları açıklamada temel unsurlar olarak kullanılmaktadır (Dayanan Uğur ve Saylık, 2025: 306).

Tümevarımsal içerik analizinde araştırmacı verileri detaylı bir şekilde okumakta ve araştırmanın genel amacı çerçevesinde boyutları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmacılar verileri anlamlı parçalara ayırarak kodlar oluşturmaktadır. Daha sonra da oluşturulan kodlar bir araya getirilerek temalar belirlenmektedir (Hazarhun, 2025: 385). Tümevarımsal içerik analizi yaklaşımında, konular ve kategoriler, verilerden türetilmektedir. Katılımcıların ifadelerinden kodlar çıkarılır ve bu kodlar anlamlı cümleler oluşturabilir. Bu analitik süreç, açık kodlama, kategorilerin oluşturulması ve temaların birleştirilmesini içerir (Zhang ve Wildemuth, 2009: 319).

Doküman analizi ve görüşme değerlendirmelerinin tamamlanmasının ardından, mülakatlardan elde edilen bulgular ve sonuçlardan oluşturulan tablolar diğer bulgularla birlikte yorumlanmıştır.

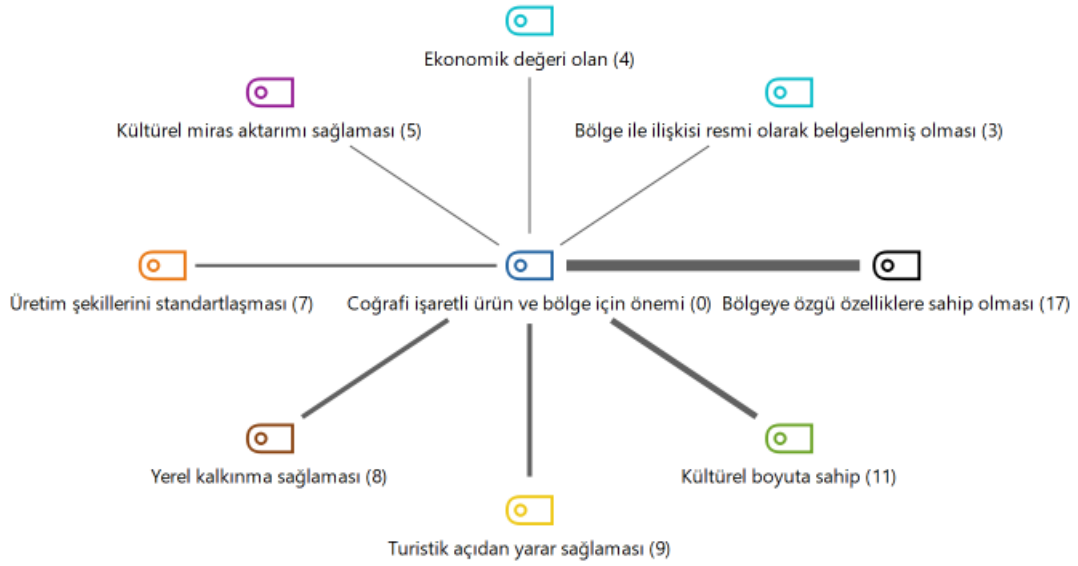
İçerik analizinin yürütülmesinde MAXQDA 2020 adlı yazılım paketi tercih edilmiştir. MAXQDA, nitel veriyle çalışan araştırmacıların tema, kategori ve kodlar oluşturmaya, bu unsurları kodlayarak görselleştirmesine olanak tanımasının yanı sıra, nicel verilerin analizine de imkân sunmaktadır. Program, nitel verilerin transkribe edilmesi, kodlanması, araştırma notları oluşturulması, tema ve kategorilerin nicel verilere dönüştürülmesi, görsel unsurların hazırlanması ve modellerin oluşturulması gibi işlemleri desteklemektedir (Dereli, 2023: 150).

Program, araştırmacılara üç ana başlık altında kategorize edilmiş veri analizleri için çeşitli seçenekler sunmaktadır. Bu seçenekler, betimleyici ve karşılaştırmalı bulgular olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Betimleyici bulgular bölümünde, veriler kodlanarak yapılandırılmış; analiz süreci frekans tabloları, kod-alt kod düzenlemeleri ve kod bulutu görselleştirmeleri ile desteklenmiştir. Karşılaştırmalı bulgular kısmında ise, belgelere değişken olarak tanımlanan kodlar üzerinden yürütülen nitel analizde kod matrisi tarayıcısı ve iki vaka modeli kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Coğrafi İşaretli Ürün ve Bölge İçin Önemi Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.1 'de araştırma kapsamında elde edilen “coğrafi işaretli ürün” ve “bölge için önemi” temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



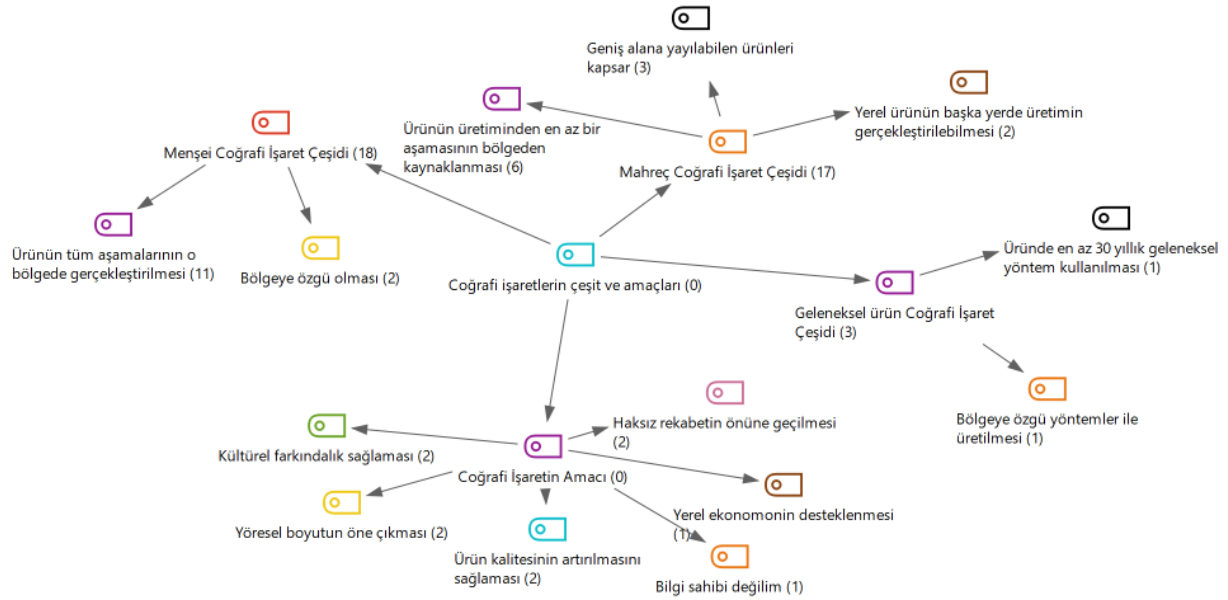
Şekil 3.1.Coğrafi İşaretli Ürün ve Bölge İçin Önemi Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.1 'de görüldüğü üzere, “coğrafi işaretli ürün” ve “bölge için önemi” konusunda en fazla bahsi geçen konu 17 kişinin görüşü doğrultusunda “coğrafi işaretli ürünlerin bölgeye özgü özelliklere sahip olduğu” ve 11 kişinin görüşü doğrultusunda “kültürel boyuta sahip olması” şeklindedir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 15 vermiştir.

Katılımcı 15: “Coğrafi işaretli ürün kavramı, belirli bir bölgeye özgü olarak yetişen ve o bölgeye ait olan üretim şekillerinin, hammaddelerinin ve son ürünlerinin tescillenmiş halini ifade eder. Bu işaret, o ürünün yalnızca belirli bir coğrafi alanla ilişkilendirilmesini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda o bölgenin kültürel ve ekonomik kimliğini de temsil eder. Türkiye’de bu uygulama yeni yeni yaygınlaşmaya başlasa da aslında uzun yıllardır var olan bir süreçtir. Ticaret odaları ve tarım kuruluşları, bu işaretlerin tescil edilmesi için çalışmalar yapıyor; fakat çiftçilerin ve üreticilerin bu süreçten yeterince haberdar olmaması, istenilen verimin sağlanamamasına neden olmuştur. Coğrafi işaret, bir ürünün fiyat artışı ve tanınırlığı açısından avantajlar sunar; ancak bu avantajların üreticilere yeterince ulaşmaması, sistemin etkinliğini sorgulatmaktadır. Sonuç olarak, coğrafi işaretler, yerel kültürü yaşatmak ve ekonomik değer yaratmak için kritik öneme sahiptir; fakat bu süreç, bütün paydaşların iş birliğiyle güçlendirilmelidir.”

3.2. Coğrafi İşaretlerin Çeşit ve Amaçları Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.2 'de araştırma kapsamında elde edilen coğrafi işaretlerin çeşit ve amaçları temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



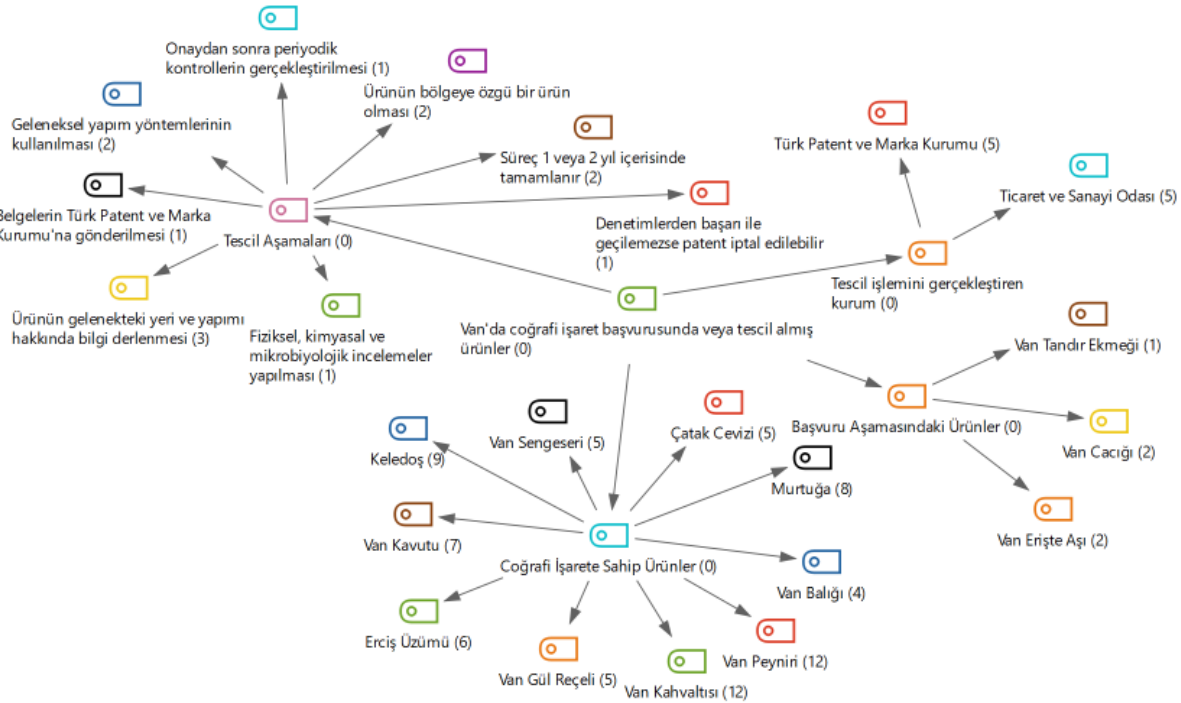
Şekil 3.2. Coğrafi İşaretlerin Çeşit ve Amaçları Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.2 'de görüldüğü üzere, “coğrafi işaretlerin çeşit ve amaçları” konusunda en fazla mahreç coğrafi işaret çeşidinde 6 kişinin görüşü doğrultusunda “ürünün üretiminden en az bir aşamasının bölgeden kaynaklanmasından” ve menşei coğrafi işaret çeşidinde 11 kişinin görüşü doğrultusunda “ürünün tüm aşamalarının o bölgede gerçekleştirilmesinden” bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 18 vermiştir.

Katılımcı 18: “Coğrafi işaretler iki ana kategoriye ayrılır: Bunlar menşe adı ve mahreç işaretidir. Menşe adı, bir ürünün tüm üretim aşamalarının, yani hammaddeden ürün elde edilmesine kadar, bütün aşamalar o bölgede gerçekleştirilir. Mahreç işaretinde ise, bir ürünün özellikleri doğrudan bu bölgedeki unsurlarla (iklim, toprak yapısı) bağlantılıdır. Örneğin, Erciş üzümü veya Sıhke kavunu bu kategoridedir. Bir ürün elde edilirken, üretim faaliyetleri esnasında en az bir aşamasının belirli bir bölgede gerçekleştirilmesi yeterlidir. Mahreç işaretinde, ürün üretimi belirli bir yöntem ve bilgilerle sağlanır, ancak ham maddeler başka yerden temin edilebilir. Mesela Van kahvaltısı gibi.”

3.3. Van'da Coğrafi İşaret Başvurusunda veya Tescil Almış Ürünler Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.3 'de araştırma kapsamında elde edilen Van'da coğrafi işaret başvurusunda veya tescil almış ürünler temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



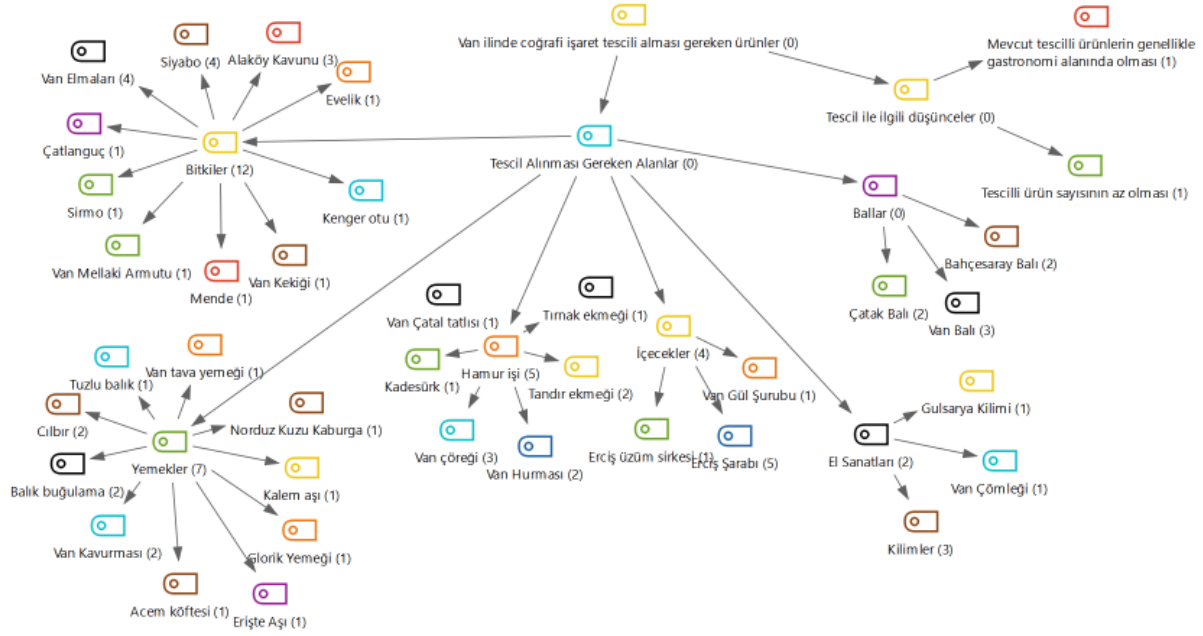
Şekil 3.3. Van'da Coğrafi İşaret Başvurusunda veya Tescil Almış Ürünler Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.3 'de görüldüğü üzere, Van'da coğrafi işaret başvurusunda veya tescil almış ürünler konusunda en fazla “coğrafi işarete sahip ürünler” olarak 12 kişinin görüşü doğrultusunda “Van kahvaltısı” ve 12 kişinin görüşü doğrultusunda “Van otlu peynirinden” bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 3 vermiştir.

Katılımcı 3: “Van, zengin kültürel ve doğal kaynaklarıyla birçok coğrafi işaretli ürüne ev sahipliği yapmaktadır. Van'da tescil almış bazı coğrafi işaretli ürünler arasında Van otlu peyniri ve Van kahvaltısı öne çıkmaktadır. Van otlu peyniri, bölgeye özgü otlarla yapılan, kendine has bir lezzeti olan bir peynirdir. Yerel üreticiler tarafından geleneksel yöntemlerle üretilmesi, ona özgün bir kimlik kazandırır. Van Kahvaltısı, murtuğa, kavut, tereyağı, bal ve özel olarak hazırlanan yerel ekmekler gibi ürünlerden oluşur. Bu kahvaltı, Van'ın sosyal ve kültürel yaşamında önemli bir yer tutar. Başvuru aşamasında olan ürünler hakkında güncel bir bilgiye sahip değilim. Van'daki bu zenginlikler hem yerel ekonomiye hem de kültürel mirasa önemli katkılar sağlar.”

3.4. Van İlinde Coğrafi İşaret Tescili Alması Gereken Ürünler Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.4 'de araştırma kapsamında elde edilen Van ilinde coğrafi işaret tescili alması gereken ürünler temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



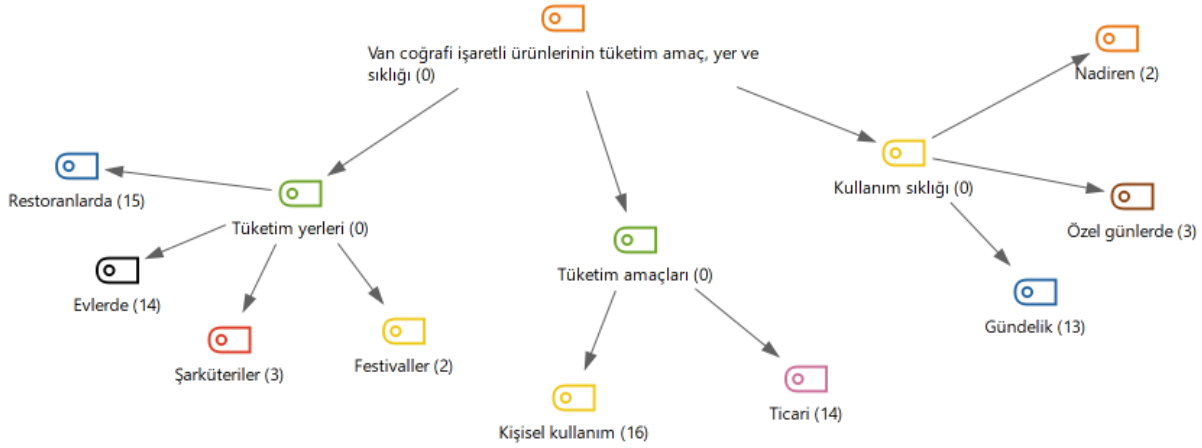
Şekil 3.4. Van İlinde Coğrafi İşaret Tescili Alması Gereken Ürünler Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.4 'de görüldüğü üzere, Van ilinde coğrafi işaret tescili alması gereken ürünler konusunda en fazla tescili alınması gereken ürünlerin 4 kişinin görüşü doğrultusunda “Van elmaları” ve yine 4 kişinin görüşü doğrultusunda “siyabo” olduğundan bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 1 vermiştir.

Katılımcı 1: “Bugüne kadar tescil belgesi alan ürünlerin büyük bir kısmı gastronomi ile ilgili. Tescillenebilecek birçok ürün mevcut ama çalışmalar devam ediyor. Yeme içme konusunda kahvaltılık ürünlerin birçoğu tescillenmiş. Van balığının farklı yemek tarzları tescillenebilir. Van balığı konserve haline getirilmeye başlandı. Bu şekilde ve balık buğulama gibi çeşitleri de tescillenebilir. Van’a özgü ekmekler tescillenebilir; tırmak ekmeği, tandır ekmeği gibi ürünlerin tescili yapılabilir. Son zamanlarda Van’da yeni yöresel restoranlar açıldı ve şefler tarafından denemeler yapılıyor. Kış aylarında tüketilmek üzere yapılan Van kavurması tescil edilebilecek bir ürün mesela. Van kavurmasıyla siyabo ve mende gibi endemik bitkilerle yapılan yemekler tescillenebilir.”

3.5. Van Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tüketim Amacı, Yer ve Sıklığı Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.5 'de araştırma kapsamında elde edilen “Van coğrafi işaretli ürünlerinin tüketim amacı”, “yer ve sıklığı” temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



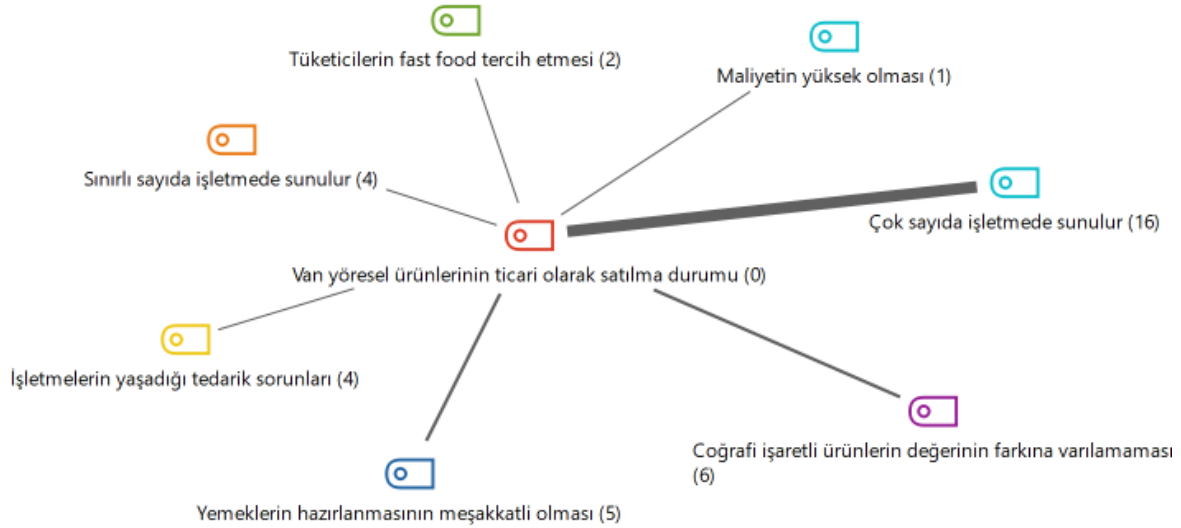
Şekil 3.5. Van Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tüketim Amaç, Yer ve Sıklığı Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.5 'de görüldüğü üzere, “Van coğrafi işaretli ürünlerinin tüketim amacı”, “yer ve sıklığı” konusunda en fazla tüketim yerleri olarak, 15 kişinin görüşü doğrultusunda restoranlardan; tüketim amaçlarında ise 16 kişinin görüşü doğrultusunda kişisel kullanımından bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 15 vermiştir.

Katılımcı 15: “Çoğunlukla yerel halk tarafından günlük ve özel günlerde tüketilmektedir. Van kahvaltısı turistler tarafından özel bir tercih sebebi olmalı. Bazı yeni restoranlarda da coğrafi işarete sahip yemekler sunuluyor; tabii özüne pek sadık kalınmıyor. Ancak genel olarak sınırlı kaldığını söyleyebilirim. Çalışan kadın sayısının artması, insanların yemek yapmaya daha az zaman ayırdığını ve geleneksel mutfakların öneminin azaldığını gösteriyor. Ben ve ailem geleneksel mutfak çok tüketiriz. Ancak genel olarak aileler, özellikle gençler, zahmetli tarifleri pek tercih etmiyor. Van’ın yöresel yemekleri çalakalem yapılabilen yemekler değil ciddi bir hazırlık gerektiriyor. Bu nedenle yöresel yemeklerin yerini, pratik ve hızlı hazır gıdalar alıyor. Bu değişim, yaşam koşullarının hızla değişmesinin bir sonucu. Yaşam şartları fastfood kültürünün daha cazip hale gelmesine neden oluyor. Çünkü fastfood daha pratik, zamandan tasarruf etmemizi sağlayan bir şey.”

3.6. Van Yöresel Ürünlerinin Ticari Olarak Satılma Durumu Temasına İlişkin Bulgular

Van yöresel ürünlerinin ticari olarak satılma durumu temasına ilişkin kodlar Şekil 3.6 'da yer almaktadır.



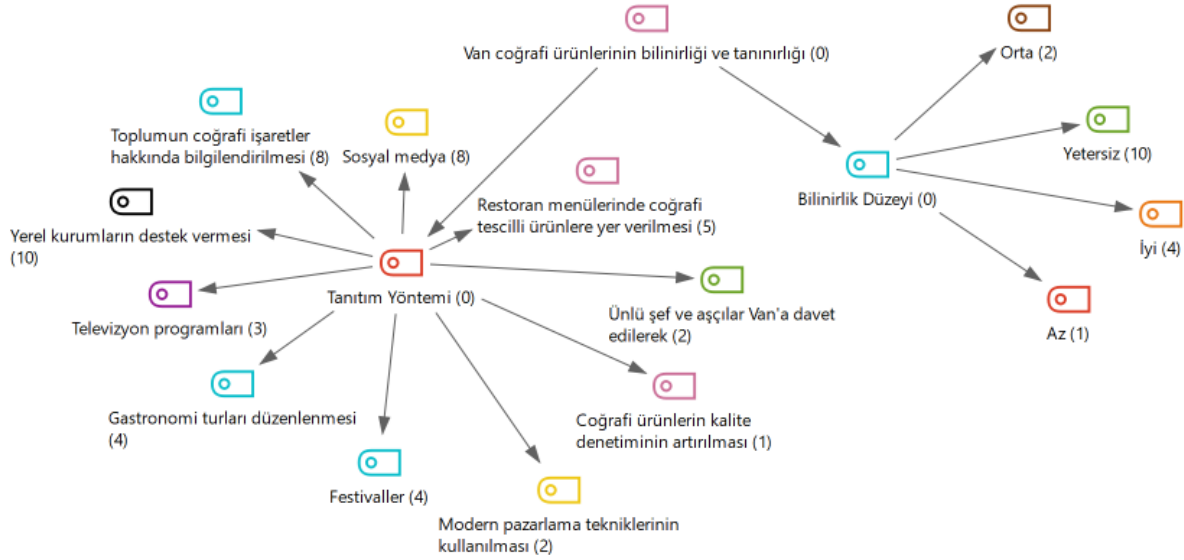
Şekil 3.6. Van Yöresel Ürünlerinin Ticari Olarak Satılma Durumu Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.6 'da görüldüğü üzere, Van yöresel ürünlerinin ticari olarak satılma durumu konusunda en fazla satılma yeri olarak, 16 kişinin görüşü doğrultusunda işletmelerde sunulduğundan bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 4 vermiştir.

Katılımcı 4: “Evet, Van’ın yöresel yiyecekleri birçok restoran ve turizm işletmesinde sunulmaktadır. Ancak, bazı işletmeler bu ürünlere menülerinde yer vermeyebiliyor. Bunun nedenleri arasında yerel ürünlerin insanlar tarafından çok bilinmemesi, tedarik sorunları ve özellikle yapımı kolay olan başka bölgelere özgü mutfak ürünlerinin popüleritesi sayılabilir. Van’da 50’nin üzerinde kahvaltıcı mevcut. Buralarda Van kahvaltısı ve içerisinde Van’a ait birçok ürün misafirlere ikram ediliyor.”

3.7. Van Coğrafi Ürünlerinin Bilinirliği ve Tanınırlığı Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.7 'de araştırma kapsamında elde edilen “Van coğrafi ürünlerinin bilinirliği ve tanınırlığı” temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



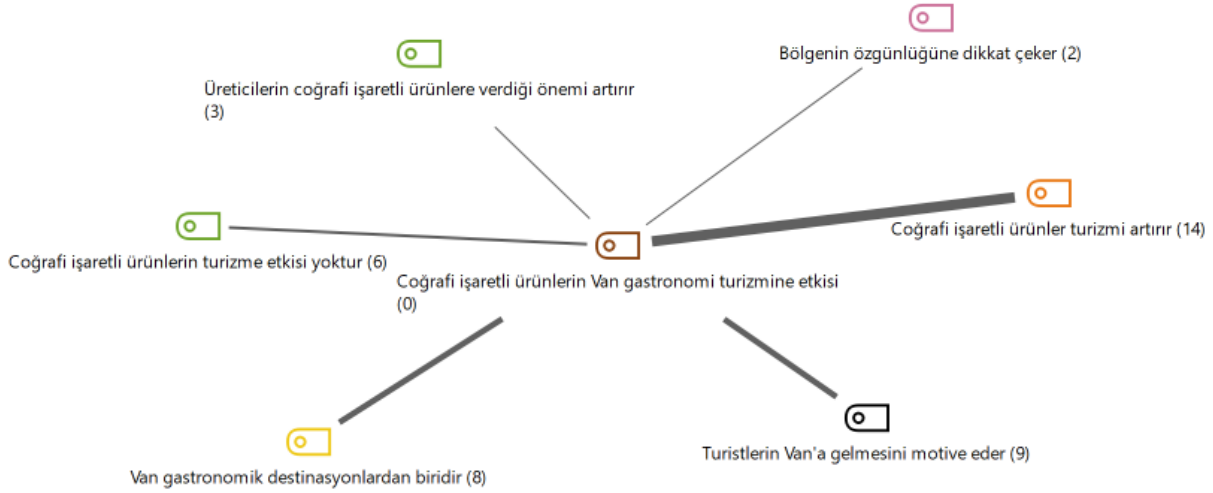
Şekil 3.7. Van Coğrafi Ürünlerinin Bilinirliği ve Tanınırlığı Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.7 'de görüldüğü üzere, Van coğrafi ürünlerinin bilinirliği ve tanınırlığı konusunda en fazla tanıtım yöntemi olarak 10 kişinin görüşü doğrultusunda yerel kurumların destek vermesinden, bilinirlik düzeyinde ise 10 kişinin görüşü doğrultusunda yetersizlikten bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 8 vermiştir.

Katılımcı 8: “Van kahvaltısı ve otlu peyniri, doğrudan turistik bir ürün olarak pazarladığımız ve tanıttığımız önemli değerlerimizdendir. Özellikle bu ürünlerin oldukça bilinir olduğunu ve dünyada da ün kazandığını düşünüyorum. Televizyon programlarında, dizilerde ve filmlerde Van mutfağına ait öğelere yer verilmesi, bu ürünlerin tanıtımı açısından büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde yayınlanan yemek programlarının bazı bölümlerinin Van’da çekilmesini sağlamak; fuar ve festivallerde Van’a özgü ürünlerin tanıtımına ağırlık vermek gereklidir. Ayrıca, uluslararası fuarlarda Van’a ait ürünlerin sergilenmesi ve tadım stantlarının oluşturulması, bu tanıtım çalışmalarını destekleyecektir. Tur operatörleri ile seyahat acentelerinin, Van’da ağırladıkları turistleri yöresel ürünler satan işletmelere yönlendirmeleri ve bu mekânlarda gezdirmeleri oldukça önemlidir. Ülkemizde gastronomi alanında öne çıkan birkaç şehir bulunmaktadır; Gaziantep ve Şanlıurfa bunlar arasında yer alır. Ancak Van’ın, gastronomi potansiyeli açısından bu illerin çok daha üzerinde bir zenginliğe sahip olduğunu düşünüyorum.”

3.8. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Van Gastronomi Turizmine Etkisi Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.8 'da araştırma kapsamında elde edilen Coğrafi işaretli ürünlerin Van gastronomi turizmine etkisi temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



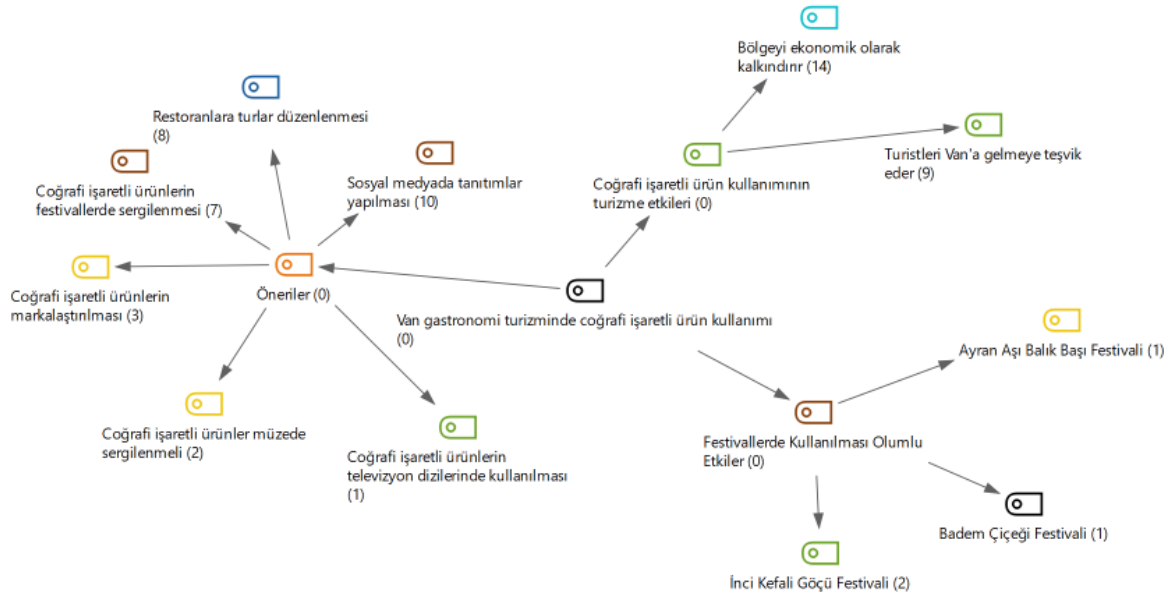
Şekil 3.8. Coğrafi İşaretli Ürünlerin Van Gastronomi Turizmine Etkisi Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.8 'da görüldüğü üzere, coğrafi işaretli ürünlerin Van gastronomi turizmine etkisi konusunda en fazla yanıt, 14 kişinin görüşü doğrultusunda “coğrafi işaretli ürünlerin turizmi artırmasından” bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 5 vermiştir.

Katılımcı 5: “Etkisi tabii var ve son zamanlarda daha çok arttığını düşünüyorum. İnsanlar Van’ı hem gezmek hem de yemeklerini tatmak için geliyorlar. Bir merak duygusu mevcut insanlarda. Mesela Bursa’da yaşayan akrabalarım otlu peyniri çok merak ediyor. Ama sadece coğrafi işaretli ürünleri tatmak için Van’ı ziyaret eden insan sayısının minimum bir seviyede olduğunu düşünüyorum. Van kahvaltısını bu durum dışında tutuyorum. Sosyal medyanın da etkisiyle sırf Van kahvaltısı için Van’ı ziyaret eden çok fazla insan olduğunu düşünüyorum. Van’ı ziyaret edenlerin ilk sorduğu şey genelde Van kahvaltısı oluyor, ya da Van’ı ziyaret etmeyi planlayanların da ilk sordukları şey nerede kahvaltı yapılabileceği sorusu. Bunda sosyal medyanın büyük payı olduğunu düşünüyorum.”

3.9. Van Gastronomi Turizminde Coğrafi İşaretli Ürün Kullanımı Temasına İlişkin Bulgular

Şekil 3.9 'da araştırma kapsamında elde edilen “Van gastronomi turizminde coğrafi işaretli ürün kullanımı” temasına ilişkin kodlar yer almaktadır.



Şekil 3.9. Van Gastronomi Turizminde Coğrafi İşaretli Ürün Kullanımı Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Şekil 3.9 'da görüldüğü üzere, Van gastronomi turizminde coğrafi işaretli ürün kullanımı konusunda en fazla yanıt, 14 kişinin görüşü doğrultusunda bölgeyi ekonomik olarak kalkındıracağından bahsedilmiştir. Bu konuda en kapsamlı cevabı Katılımcı 9 vermiştir.

Katılımcı 9: “Bal ve otlu peynir gibi ürünler hediyeelik eşya olarak kullanılmakta. Bazı restoranlarda yöresel yemek seçeneklerini de görebiliyoruz. Ancak yeterli düzeyde olmadığını düşünüyorum. Bu konuyu ele alırken, coğrafi işaretli ürünlerin potansiyelinin farkında olmak önemli. Van gibi bölgelerde doğal ve sağlıklı gıda seçenekleri mevcut, ancak bu potansiyeli değerlendirmek için uygun konaklama tesislerine ve pazarlama stratejilerine ihtiyaç var. Örneğin, Van'da sadece birkaç nitelikli otel bulunuyor, dolayısıyla bu eksikliği gidermek hem turist çekmek hem de yerel ürünleri tanıtmak açısından kritik. Ayrıca, bölgenin zengin kültürel mirası ve doğal ürünleri, turistler için cazip hale getirilebilir. Sağlıklı bir yaşam için, bu konuda potansiyel taşıyan yerel ürünler, uygun konaklama tesisleri ve etkili bir pazarlama stratejisi ile değerlendirilebilir. Özellikle doğal gıdalar ve coğrafi işaretli ürünlerin bölge turizmine büyük katkı sağlayacağını, geçmiş kültürel zenginlikler ve hikayelerle harmanlanarak turistleri çekebileceğini düşünüyorum. Dünyada vegan ve vejetaryen beslenme gibi eğilimler var. Van'ı sağlıklı gastronomi turizmi destinasyonu haline getirmek mümkündür. Ancak bu tür bir gelişme için yerel yönetimlerin ve ilgili kurumların iş birliği ve desteği gereklidir. Sonuç olarak, bu

Coğrafi işaretli ürünlerin Van'ın gastronomi turizminde kullanımı konusunda "menşei coğrafi işaret çeşidi" konusu en fazla bahsi geçen koddur. Sonrasında diğer kodların geldiği görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Coğrafi işaretler, bölgesel ürünlerin özgün niteliklerini yasal olarak korur. Bu sayede yerel değerler desteklenir, tarımsal üretim teşvik edilir. Aynı zamanda geleneksel zanaatların yaşatılmasına katkı sağlar, kalite standartlarını ve gıda güvenliğini garanti altına alır. Coğrafi işaretler, gastronomi turizmini geliştirerek bölgenin tanıtımına da önemli ölçüde katkıda bulunur. Coğrafi işaretli ürünleri konu alan bu çalışma, Van'ın coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi üzerindeki etkisini 20 kişiyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile incelenmiş ve elde edilen veriler nitel veri analizi programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, coğrafi işaretli ürünler, bölgeye özgü özelliklere sahip, kültürel ve ekonomik değeri olan ürünlerdir. Bu ürünler, bulunduğu bölgeye; turizm, yerel kalkınma ve kültürel miras aktarımı gibi önemli katkılar sağlar. Ayrıca, üretim şekillerini standart bir biçim kazandırarak, bölgeyle ilişkilendirmiş olurlar. Covalchuck ve Medeiros (2023) tarafından yapılan bir çalışmada, Yerba Mate çayının kültürel kimliği güçlendirdiği, ekonomik katkı sağladığı ve turistik potansiyel sunduğu vurgulanmış, coğrafi işaretlerin sürdürülebilir üretimi teşvik ettiği ve yerel kaynakları değerli kıldığı tespit edilmiştir.

Katılımcılar, coğrafi işaretleri üç kategoriye ayırmışlardır: "Geleneksel ürün adı", "mahreç işareti" ve "menşei adı". Bu işaretlerin amacını; ürün kalitesini artırmak, haksız rekabeti engellemek, yöresel özellikleri vurgulamak, kültürel farkındalık yaratmak ve yerel ekonomiyi desteklemek şeklinde ifade etmişlerdir. Arion (2024) tarafından yapılan bir çalışmada, coğrafi işaretlerin; geleneksel gıda üretimini koruma, ürün kalitesini garanti etme, tarımsal ürünlerin değerini artırma, gastronomi turizmini destekleme ve kırsal bölgelerde ekonomik refahı artırma işlevleri vurgulanmıştır.

Van ilinde coğrafi işaret tescili almış ve başvuru aşamasındaki ürünlerle ilgili katılımcıların genel olarak tescil süreçleri hakkında bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. En bilinen tescilli ürünler arasında Van kahvaltısı, Van otlu peyniri, murtuğa ve kavut yer almaktadır. Coğrafi tescil alma potansiyeli taşıyan ürünler açısından ise 24 gastronomik ürün önerisi sunulmuştur. En çok önerilen ürünler arasında Erciş Şarabı, Van Elmaları, Alaköy Kavunu, Siyabo ve Van Balı yer almaktadır.

Çalışmada, coğrafi işaretli ürünlerin günlük yaşamda sıkça tüketildiği ve özel günlerde daha fazla tercih edildiği tespit edilmiş, bu ürünlerin genellikle restoranlar ve evlerde tüketildiği tespit edilmekle birlikte ticari kullanımdan çok kişisel kullanım oranının yüksek olduğu belirlenmiştir. Avşar

ve Eryılmaz (2022), Amasya'da yaptıkları çalışmada, coğrafi işaretli gıda ürünlerinin yerel halk tarafından yaygın üretilip tüketildiğini ve bu durumun sürdürülebilirliğe katkı sağladığını belirtmişlerdir.

Çalışmada, Van'ın coğrafi tescilli ürünlerinin bilinirliğinin yetersiz olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar, bilinirliğin artırılması için yerel kurumların desteği, toplumsal bilgilendirme, sosyal medyada tanıtım, restoran menülerinde yer verilmesi, gastronomi turları ve festivallerde bu ürünlerin tanıtılması gibi önerilerde bulunmuşlardır. Seal ve Piramanayagam (2018) yaptıkları çalışmada, yerel yemeklerin menülerde olmasının otantik deneyimler sunduğunu ve destinasyonlara avantaj sağladığını vurgulamıştır. Coşkun, Bişiren ve Gençler (2024) ise gastronomi festivallerinin ve coğrafi işaret tescillerinin artmasının turizm hareketliliğini artıracığını belirtmişlerdir.

Katılımcılar, coğrafi işaretli ürünlerin Van gastronomi turizmine katkı sağladığı ve turistleri Van'a çekmede motivasyon kaynağı olduğu belirterek, Van'ı özellikle kahvaltısı nedeniyle gastronomi turizmi açısından bir destinasyon olarak tanımlamışlardır. Kodaş (2025), yürüttüğü çalışmada yerel mutfakların turizm açısından önemli bir çekim unsuru olduğunu vurgulamakta ve geleneksel kahvaltı kültürünün birçok ülke ile turistik destinasyonda dikkat çeken bir turizm ürünü haline geldiğini aktarmaktadır. Araştırmada, bazı destinasyonların sadece kendilerine özgü kahvaltı deneyimini yaşamak isteyen ziyaretçiler tarafından tercih edildiği belirtilmektedir.

Katılımcılar, coğrafi işaretli ürünlerin bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağladığını ve turistlerin Van'a gelmelerini teşvik ettiğini ifade etmiştir. Etkinin artırılması için coğrafi işaretli ürünlerin sosyal medyada tanıtılması, restoranlara turlar düzenlenmesi, festivallerde sergilenmesi, markalaştırılması ve müzelerde sergilenmesi gerektiği belirtilmiştir. Çelik (2024) tarafından Van ilinde yapılan bir çalışmada, coğrafi işaretlerin turizm potansiyelini artırarak, bölgenin imajını geliştirdiğini ve bu etkinin artırılması için festivallerin çeşitlendirilerek, tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi gerektiği önerilmiştir.

Kod matris tarayıcısı sonuçlarına göre, içerik analizi sonrasında katılımcıların verdikleri yanıtlar değerlendirilmiştir. Katılımcı 1, en fazla katkırı sağlayan kişi olurken, onu sırasıyla Katılımcı 15 ve Katılımcı 18 takip etmiştir. En fazla katkı yapılan tema ise "Van'da coğrafi işaret başvurusu ve tescil almış ürünler" olmuştur. Bu sonuçlar, bu katılımcıların özellikle coğrafi işaretlerle ilgili önemli veriler sunduğunu göstermektedir.

Coğrafi işaretli ürünler ve Van'ın gastronomi turizminde kullanımına ilişkin katılımcıların verdikleri cevapların içerik analizi sonucunda anahtar kelimeler, temalar ve kavramların kullanım sıklığına bağlı olarak kod bulutu elde edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünler ve Van'ın gastronomi turizminde kullanımı konusunda "menşei coğrafi işaret çeşidi" en fazla bahsi geçen konudur.

Bu çalışmada, coğrafi işaretli ürünlerin Van gastronomi turizmine etkileri ve yerel kalkınma üzerindeki katkıları incelenmiştir. Bulgular, Van'ın kültürel ve gastronomik zenginliklerinin, yerel nüfusun yaşam standartlarını yükseltmekle birlikte, bölgenin uluslararası tanınırlığını artırarak tarihi ve doğal güzelliklerle dolu bu coğrafyayı daha geniş kitlelere ulaştıracağını göstermiştir. Van ilinin gastronomi turizmi açısından bir destinasyon haline gelmesi, yalnızca ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda kültürel zenginlik ve sosyal paylaşımı da teşvik edecektir.

Elde edilen bu bulgular, coğrafi işaretli ürünlerin Van ili gastronomi turizmi destinasyonuna tercihine etkisinin artırılması için çeşitli çalışmaların yapılması gerektiğini göstermiştir. Bunlar 3 başlık altında sınıflandırılmıştır:

Tanıtım Boyutu: Van ilinde coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliğine katkı sağlamak için bu ürünlerin tanıtımına yönelik sosyal medya kampanyaları, gastronomi turları ve yerel festivallerin düzenlenmesi gerekmektedir. Yerel yöneticiler ve sivil toplum kuruluşları tarafından üreticiler, diğer sektör paydaşları ve vatandaşların coğrafi işaretli ürünlerin potansiyelini fark etmesi için tanıtıcı ve eğitici programların düzenlenmesi önerilmektedir.

Üretim ve Sürdürülebilirlik: Coğrafi tescilli ürünler başta olmak üzere bu potansiyele sahip ürünlerin üretim aşamasında destek programlarının sağlanması ve üretici birlikleri başta olmak üzere ilgili kamu kurumları tarafından üreticilere rehberlik hizmetleri verilerek ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlanması önerilmektedir. Bu önerilerle birlikte, Avrupa Birliği'nde coğrafi işaret tescili meselesi tarım politikalarıyla doğrudan bir ilişki içerisinde yer almaktadır. 1992 yılından bu yana coğrafi işaretler tarım politikalarının odak noktası ve temel taşlarından biri olarak sisteme dahil edilmiştir. AB coğrafi işaretlerin sürdürülebilir tarıma olanak tanıyan önemli bir araç olduğunu düşünmektedir (Folkeson, 2005: 23). Bu bağlamda izlenecek doğru tarım politikaları gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Bu konuda karar alıcılar ve üreticilerde farkındalık yaratılması hayati bir önem taşımaktadır.

Tescil Aşaması: Kamu kurum ve kuruluşları, kalkınma ajansları, sivil toplum kuruluşları, sektör paydaşları, üretici birlikleri, turizm sektörü aktörleri ve sektörle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili bütün kurumların ortak koordinasyonunda tescil alma potansiyeline sahip ürünlerin tespit edilerek, gerek ulusal çapta gerek AB nezdinde ürünlere ilişkin tescil başvurularının yapılması ve tescil aşamalarından sonra gerekli denetim mekanizmaları kurularak ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması önerilmektedir.

Bu alanda gelecekte yapılacak araştırmalar, coğrafi işaretli ürünlerin çeşitli yönlerini daha derinlemesine incelemeye olanak tanıyabilir. Öncelikle, coğrafi işaretlerin yalnızca ekonomik faydalarıyla sınırlı kalmayıp, yerel kültür üzerindeki etkileri de araştırılabilir. Bu tür çalışmalar, coğrafi

işaretli ürünlerin kültürel kimlik oluşturma sürecine nasıl katkı sağladığını anlamamıza yardımcı olabilir. Ayrıca, coğrafi işaretlerin turizmdeki sürdürülebilirlik etkileri üzerine yapılacak araştırmalar, yerel halkın yaşam standartları üzerindeki uzun vadeli etkilerini ve bu tür ürünlerin turistik destinasyonlarda nasıl sürdürülebilir bir şekilde entegre edilebileceğini keşfetmeye olanak tanıyacaktır. Bir diğer potansiyel araştırma alanı, coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik katkılarını inceleyen karşılaştırmalı çalışmalardır. Farklı coğrafi işaretli ürünlerin, farklı bölgelerdeki ekonomik kalkınma süreçlerine nasıl katkı sağladığına dair karşılaştırmalar, bu ürünlerin geniş çaplı ekonomik etkilerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Ayrıca, bu ürünlerin markalaşma süreçlerine ve pazarlama stratejilerine odaklanan çalışmalar, coğrafi işaretli ürünlerin global pazarda nasıl tanıtılabileceği ve rekabet avantajı elde edebileceği konusunda yeni bilgiler sunabilir. Son olarak, coğrafi işaretlerin tarım politikaları ve sürdürülebilir üretim süreçleri üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar yapılabilir. Bu tür araştırmalar, coğrafi işaretlerin yalnızca turizm açısından değil, aynı zamanda tarım ve çevre politikaları açısından da önemli bir araç olabileceğini ortaya koyabilir. Bu öneriler, coğrafi işaretli ürünlerin farklı açılardan incelenmesine olanak tanıyacak ve bu alandaki bilgi birikimini derinleştirecektir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya yayıncılık.
- Arion, O. V. (2024). Geographical Indications And Traditional Products As The Basis Of Enogastronomic Tourism: Significance For The Development Of Rural Communities (On The Example Of Italy). *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 33(1), 3-13.
- Avşar, M., ve Eryılmaz, B. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Amasya Turizminin Gelişimine Katkısının Değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 988-1003.
- Aygün, S., Onaran, S., ve Altun, U. (2025). Sağlık ve Enerji İlişkisi İle İlgili Çalışmaların İçerik Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34(1), 118-133.
- Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-14.
- Cam, O., ve Avcı, M. (2024). Kutsal Alanlar, Coğrafi İşaretler, Kültür ve İnanç Rotalarının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13), 26-43.
- Coşkun, C., Bişiren, A., ve Genç, K. (2024). Coğrafi İşaretli Yiyecek Ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-217.
- Covalchuck, G. C., ve Medeiros, D. L. (2023). Geographical Indication of São Matheus As A Boost to Gastronomic Tourism. *Tourism and Heritage Journal*, 5, 37-55.
- Çelik, Y. (2024). *Coğrafi İşaretler ve Bölgesel Kalkınma: Van İli Örneği*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi. İktisat Anabilim Dalı.
- Daşdemir, A. (2021). Van İli Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 1(1), 62-75.
- Dayanan Uğur, İ., ve Saylık, A. (2025). Nitel Verilerin Analizinde Kavram Bunalımı: Teorik Bir Çözümleme. *Journal of the Institute of Social Sciences Cankiri Karatekin University/Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1).

- Dereli, A. B. (2023). MAXQDA: Yaratıcı Veri Analizi Üzerine Notlar. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 149-152.
- FAO (2024). *Geographical Indications*. Erişim Adresi: <https://www.fao.org/geographical-indications/en> (Erişim Tarihi: 05.08.2024).
- Folkesson, C. (2005). Geographical Indications And Rural Development In The EU. *School of Economics and Management*, Lund University
- Geçgin, E. (2024). Yöresel Yemeklerin İşletme Menülerinde Yer Alma Düzeyi: Van İli Örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(2) – 2024
- Hazarhun, E. (2025). Ekoturizm Merkezlerine Yönelik Tripadvisor’da Yapılan Ziyaretçi Yorumlarının İçerik Analizi: Alanya Sapadere Kanyonu Örneği. *Beykoz Akademi Dergisi*, 13(1), 377-403.
- Hjalager, A. M., ve Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. (Vol. 11). London: Routledge.
- Kadioğlu, H. (2021). Evren ve Örneklem. *Marmara Üniversitesi Ders Notları*. Erişim adresi <http://sbf.marmara.edu.tr/dosya/sbf/ders%20notlar%C4%B1/evren%20ve%20C3>. (Erişim Tarihi: 14/08/2023).
- Karademir, N. (2024). Türkiye’de Avrupa Birliği Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünlerin Ekonomik Kalkınma Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Social, Humanities And Administrative Sciences (Joshas)*, 7(41), 1164-1183.
- Kılıçhan, R., ve Köşker, H. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 3(3), 102-115.
- Kodaş, B. (2025). Netnografik Bakış Açısıyla Hatırlanabilir Yerel Kahvaltı Deneyim Bileşenlerinin Belirlenmesi. *Tourism And Recreation*, 7(1), 174-183.
- Maghaminia, M. (2019). Türk Sınai Mülkiyet Hukuku Çerçevesinde Marka İle Coğrafi İşaretlerin Karşılaştırılması. *The Journal of International Scientific Researches*, 4(1), 90-107.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (2015). *Nitel Veri Analizi: Genişletilmiş Bir Kaynak Kitap (1. Baskı)*. S. Akbaba Altun ve A. Ersoy (Çev. Eds). Ankara: Pegem Akademi.
- Ocak E., Ceylan, Z., Okat Ç., Koç P., Torusdağ, G.B., ve Çakır, M.U. (2021). Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Kapsamında Van Gastronomi Rotası Önerisi (Within the Scope of the Sustainability of Local Culinary Culture Van Gastronomy Route Proposal). *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 9(4), 2655-2669.
- Ocak, E. (2016). *Van Mutfak Kültürü*. Ankara: Matus Basımevi. ISBN: 978-975-7616-62-7.
- Reclus, É. (1877). *Nouvelle Géographie Universelle: La Terre Et Les Hommes* (Vol. 2). Librairie Hachette & Cie.1877.
- Sabancı, A. E., ve Girgin, G. K. (2023). Destinasyon Pazarlamasında Coğrafi İşaretli Ürünler; Gaziantep Örneği. *Sinop Üniversitesi Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergisi* Cilt: 3 Sayı: 2, 237.
- Seal, P. P., ve Piramanayagam, S. (2018). 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).
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi İşaretler ve Türkiye Uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- TÜRKPATENT. (2014). *Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı*. Erişim Adresi: <https://webim.turkpatent.gov.tr/file/06a1b833-8d0a-4cf2-ab91-19eb41db9b42?download> (Erişim Tarihi: 21.07.2024).

- TÜRKPATENT. (2024). *Avrupa Birliğinde Coğrafi İşaret*. Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/avrupa-birli%C4%9Finde-co%C4%9Fraf-i-%C5%9Faret> (Erişim Tarihi: 23.07.2024).
- TÜRKPATENT. (2024). *Başvuru Nasıl Yapılır ?* Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/ba%C5%9Fvuru-nas%C4%B1l-yap%C4%B1l%C4%B1r> (Erişim Tarihi: 21.07.2024).
- TÜRKPATENT. (2024). *Coğrafi İşaret Platformu*. Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/1764> (Erişim Tarihi: 10.08.2024).
- Uslu, F., ve Demir, E. (2023). Nitel Bir Veri Toplama Tekniği: Derinlemesine Görüşme. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 40(1), 289-299.
- Zhang Y. ve Wildemuth, B. M. (2009). *Qualitative Analysis of Content*, In: B. M. Wildemuth, Ed., Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science, Libraries Unlimited, pp. 1-12.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

This study investigates the influence of Van's geographically indicated (GI) gastronomic products on destination preferences within gastronomy tourism. While previous research has examined aspects of geographical indications or gastronomy tourism separately, comprehensive studies linking the two concepts remain limited. Understanding this relationship is significant, as GI products not only enhance local identity and cultural heritage but also serve as strategic tools for regional tourism development. By analyzing the awareness, sustainability, and tourism potential of Van's GI products, this research aims to reveal their broader economic, cultural, and social contributions to regional growth and to provide insights for future academic and sectoral initiatives.

Research Questions

- 1-What does the concept of geographically indicated (GI) products mean to you, and why is it important for a particular region?
- 2-Could you explain your opinions on the types and purposes of geographical indications?
- 3-Are you familiar with the products from Van that have obtained, or are in the process of obtaining through geographical indication registration? Please elaborate.
- 4-Which product(s) specific to the province of Van would you recommend for geographical indication registration, and why?
- 5-In your opinion, for what purposes, where, and how frequently are geographically indicated products from Van consumed?
- 6-Are Van's traditional food and beverage products offered in restaurants or tourism establishments? If not, what do you think are the reasons for this?
- 7-What are your thoughts on the recognition and promotion of geographically indicated products from Van, and how do you think this could be improved?

8-Has your institution or enterprise applied for the geographical indication registration of any gastronomic product from Van?

9-How do you evaluate the impact of geographically indicated products on the gastronomy tourism of Van?

10-How are geographically indicated products utilized within Van's gastronomy tourism, and what are your suggestions for their enhanced use, for example, through events such as festivals?

Introduction & Literature Review

Van's culinary culture, shaped by the historical influence of civilizations such as the Urartians, Byzantines, and Ottomans, represents a dynamic synthesis of traditions and local diversity. With its distinctive regional products and world-renowned breakfast culture, Van has emerged as a significant center of gastronomic tourism in Turkey. Gastronomy plays a vital role in destination marketing and regional branding, where the certification of products through Geographical Indications (GIs) enhances authenticity, competitiveness, and sustainability. Although Turkey possesses substantial potential for GI registration, the number of certified products remains limited. Van currently holds 18 registered and 11 pending GIs, the majority of which belong to the gastronomic category, reflecting its strong culinary identity.

Previous research has consistently emphasized that GIs not only protect local heritage but also promote economic development and tourism sustainability. Seal and Piramanayagam (2018) highlight that GI labeling ensures authentic experiences for visitors while maintaining the long-term benefits of tourism. Kodaş (2025) identifies traditional breakfast culture as a distinctive tourism attraction shaping destination preferences. Likewise, Avşar and Eryılmaz (2022) emphasize that locally produced and consumed GI products enhance sustainability and strengthen regional tourism competitiveness. Covalchuck and Medeiros (2023) demonstrate that GI practices reinforce cultural identity, foster social cohesion, and stimulate local economies, while Arion (2024) underscores their role in preserving traditional production methods, guaranteeing quality, and supporting rural welfare. Çelik (2024) and Coşkun et al. (2024) further confirm that GIs contribute to regional development and gastronomy tourism by safeguarding local heritage and promoting destinations through festivals and marketing activities. Despite these positive outcomes, the literature reveals persistent gaps in the effective promotion, branding, and integration of geographically indicated products into regional tourism strategies.

Addressing these gaps, this study investigates how Van's geographically indicated products influence gastronomy tourism destination preferences. Adopting a qualitative research design with semi-structured interviews, it aims to explore how local culinary assets can be more effectively incorporated into sustainable tourism frameworks. The findings are expected to provide insights into how GIs can serve as strategic tools for enhancing Van's tourism potential, strengthening its regional brand, and contributing to cultural preservation and economic development.

Methodology

The study employed a qualitative research method using a semi-structured interview technique. Qualitative research involves analytical and interpretative procedures applied to data obtained through interviews, surveys, and observations to derive meaningful findings. Semi-structured interviews were conducted via online platforms, telephone, or face-to-face meetings. To ensure the

accuracy and reliability of the analysis, audio or video recordings were taken during the interviews with participants' consent.

Findings

The findings reveal that geographically indicated (GI) products play a significant role in promoting Van's gastronomic identity and regional development. Participants defined GI products as items possessing distinctive regional, cultural, and economic value that foster tourism, cultural transmission, and local development. The study identified limited public awareness of GI products, despite their presence in local restaurants and daily consumption practices. Van currently holds 18 registered and 11 pending GI products, most of which are gastronomic in nature, with the renowned Van breakfast serving as a flagship example. Interviews indicated that GI products contribute to tourism motivation, enhance regional branding, and stimulate economic activity, although promotional efforts remain insufficient.

Discussion

The findings underscore the multifaceted contributions of GI products to Van's gastronomy tourism. Similar to international cases such as Italy and Brazil, GI products in Van strengthen cultural heritage, economic sustainability, and tourism appeal. Participants emphasized that these products foster authenticity and reinforce local identity while promoting rural employment and sustainable production. However, challenges such as inadequate promotion, limited institutional coordination, and the growing influence of fast-food culture threaten the continuity of traditional culinary practices. Enhancing awareness through festivals, social media, and culinary tours, as well as improving institutional collaboration, could increase the visibility and economic impact of Van's GI products.

Conclusions

The study concludes that geographically indicated products represent both an economic and cultural asset for Van's gastronomic tourism development. Their effective promotion can elevate the region's visibility, preserve culinary heritage, and foster sustainable local growth. Strategic measures—such as developing awareness programs, supporting producer associations, diversifying festivals, and implementing coordinated registration and monitoring mechanisms—are essential for maximizing their potential. Ultimately, leveraging Van's rich culinary heritage through GI-based tourism can contribute to cultural preservation, regional competitiveness, and long-term economic resilience.