

Ümit SORMAZ^{1,2} 

Mustafa AKTURFAN³ 

¹Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye

¹Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Konya, Türkiye
usormaz@erbakan.edu.tr &

²Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan

²Kyrgyzstan-Türkiye Manas University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Bishkek, Kyrgyzstan
umit.sormaz@manas.edu.kg

(Sorumlu Yazar-Corresponding Author)

³Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karaman, Türkiye
³Karamanoğlu Mehmetbey University, Faculty of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Karaman, Türkiye
mustafaakturfan@kmu.edu.tr



Açıklama (Bu makale, 17-19 Nisan 2025 tarihlerinde Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Türk Uygarlığı Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından Kırgızistan'ın Bişkek kentinde düzenlenen V.Uluslararası Türk Uygarlığı Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuş ve kongre bildiri kitabında özet metin olarak yayımlanmıştır)

This article was presented as an abstract paper at the 5th International Congress on Turkish Civilization, held on April 17-19, 2025, in Bishkek, Kyrgyzstan, by the Center for Research and Application of Turkish Civilization at Kyrgyzstan-Turkey Manas University, and was published as an abstract in the congress proceedings book.

Geliş Tarihi/Received 07.10.2025

Kabul Tarihi/Accepted 23.12.2025

Yayın Tarihi/ 25.02.2026

Publication Date

Atıf

Sormaz, Ü., & Akturfan, M. (2025). Gastronomik açıdan coğrafi işaret potansiyeliyle Şanlıurfa ili. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 6(1),17-29 Doi: 10.5281/zenodo.18229594

Cite this article

Sormaz, Ü., & Akturfan, M. (2025). The gastronomic geographical indication potential of Şanlıurfa province. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 6(1),17-29 Doi: 10.5281/zenodo.18229594



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Gastronomik Açıdan Coğrafi İşaret Potansiyeliyle Şanlıurfa İli

The Gastronomic Geographical Indication Potential of Şanlıurfa Province

ÖZ

Coğrafi işaret sistemi, yöresel değerlerin korunarak sonraki kuşaklara aktarılması amacıyla dünya genelinde kullanılan bir yöntemdir. Somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilen gastronomi ürünleri son zamanlarda bu kapsamda ilgili literatürde daha fazla yer almaktadır. Bu bağlamda ele alınan çalışma Şanlıurfa'nın coğrafi işaret potansiyeli taşıyan gastronomi ürünlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Gastronomi turizmi ve kırsal turizm ilişkisinde yöresel ürünler merkezi bir rol oynamaktadır. Coğrafi işaretleme, bu ürünleri ön plana çıkararak, kırsal turizmi geliştirerek bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlar. Nitel araştırma deseninin tercih edildiği çalışmada görüşme (mülakat) tekniği, literatür ve arşiv-doküman analiz yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Elde edilen veriler içerik ve betimsel analiz yöntemleri kullanılarak incelenmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma bulguları, Şanlıurfa'nın coğrafi işaret tescil potansiyeli yüksek gastronomi ürünlerine sahip olduğuna işaret etmektedir. Bu ürünler, şehrin tanıtımına, kırsal ve gastronomi turizmine olumlu etkiler verecektir. Bu doğrultuda ilgili kamu ve sivil toplum örgütlerinin bu ürünlerin tescili ve tanıtımı konusunda çalışma yapmaları gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Coğrafi işaret, Şanlıurfa.

ABSTRACT

The geographical indication system is a globally employed method aimed at preserving regional values and transmitting them to future generations. Gastronomy products, which are considered part of intangible cultural heritage, have recently gained increased attention within this framework in the relevant literature. In this context, the present study aims to identify the gastronomy products of Şanlıurfa that have the potential to obtain geographical indication status. Local products play a central role in the relationship between gastronomy tourism and rural tourism. Geographical indication not only brings these products into prominence but also contributes to the economic and social development of the region by fostering rural tourism. This study adopts a qualitative research design, utilizing interviews, literature review, and archival-document analysis methods in combination. The data collected were examined and interpreted using content and descriptive analysis techniques. The findings of the research indicate that Şanlıurfa possesses a high potential for geographically indicated gastronomy products. It is recommended that these products be evaluated in terms of their positive contributions to the promotion of the city, as well as to rural and gastronomy tourism. Accordingly, it is suggested that relevant public institutions and non-governmental organizations undertake efforts for the registration and promotion of these products.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Geographical indication, Şanlıurfa.

Giriş

Son yıllarda, sadece manzaraları görmekten fazlasını isteyen turistler kültürel, doğal, gastronomik veya başka nedenlerle seyahat etmektedirler. Günümüzde gastronomi, çağdaş turizmin temel bir bileşeni haline gelmiş ve destinasyon imajına, kültürel kimliğe ve bölgesel kalkınmaya önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu özelliği ile turizm süreci boyunca daha dikkat çekici nesnelere arayan, benzersiz ve egzotik anılar biriktirerek unutulmaz deneyimler yaşayan bu turistler için (Bilgimöz ve Gülcan, 2021) gastronomi ve gastronomi turizmi sektöründe ilgi ve talep gören bir niş turizmdir. Her geçen gün, turistlerin giderek daha fazla özgün ve yerel yemek deneyimleri araması yerel gastronomi varlıkları ile destinasyonları farklılaştırma ve rekabet güçlerini artırmada stratejik önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, coğrafi işaretler, mutfak mirasını korumak, bölgesel markalaşmayı teşvik etmek ve sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemek için güçlü araçlar olarak ortaya çıkmıştır (Polat-Üzümcü vd., 2017). Coğrafi işaret, yerel gıda ürünlerinin benzersiz niteliklerini korumakla kalmayıp aynı zamanda kültürel ve ekonomik değerlerini de güçlendirerek gastronomiyi seyahat için önemli bir motivasyon kaynağı haline getirmektedir. Gastronomi turizmi üzerine yapılan çalışmalar, destinasyonlarda gastronomi ve gastronomi turizminin ilerlemekte olduğunu ortaya koymaktadır (Kyriakaki vd., 2016; Oğan ve Durlu-Özkaya, 2021).

Sürdürülebilir gastronomi turizmi konusundaki daha geniş söylemde; coğrafi işaret sertifikalı ürünler, mutfak çeşitliliğinin korunmasında ve yerel gıda sistemlerinin güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yurt ve Dinvar (2024), coğrafi işaret potansiyeline sahip ürünlerin belirlenmesi ve korunmasının, geleneksel bilginin sürekliliğini sağlarken aynı zamanda turizm değerlerini de artırdığını vurgulamaktadır. Bu tür bir koruma, özellikle gıda mirasının sosyal, tarihi ve kültürel yapıların derinliklerine işlediği destinasyonlarda önem kazanmaktadır.

Turizm sektörü, en önemli küresel gelir sektörlerinden biri olup, Türkiye’de giderek daha önemli bir konuma gelmektedir. Türkiye her yıl farklı milletlerden turist ağırlamakta ve son zamanlarda turistlerin yoğun ilgisini çekmektedir. Bu nedenle, Türkiye’de turizmin gelişimi ve turist memnuniyetinin sağlanabilmesi için turistlerin profilleri, motivasyonları ve deneyimlerinin anlaşılması önem taşımaktadır (Musa, 2023). Türkiye’de yapılan son çalışmalar, coğrafi işaretli ürünler ile gastronomi turizmi arasındaki güçlü ilişkiyi vurgulamaktadır. Sertifikasyon süreci, özgünlüğü pekiştirmekte, geleneksel üretim tekniklerini güvence altına almakta ve tüketici güvenini artırarak bölgeler için özgün bir gastronomi kimliği oluşturmaktadır (Savaşkan ve Kingir, 2020). Ayrıca; Tokat, Kocaeli ve Erzurum gibi zengin bir mutfak mirasına sahip bölgeler coğrafi işaret tescilinin yerel lezzetlerin görünürlüğüne ve tanıtımına katkıda bulunduğunu, kırsal geçim kaynaklarını desteklediğini ve turistik deneyimleri zenginleştirdiğini göstermiştir (Denk, 2023; Mertol ve Yaylacı, 2021). Bu çalışmalarda ulaşılan bulgular, coğrafi işaretlerin hem kültürel koruma hem de turizm odaklı ekonomik kalkınma için bir araç olarak potansiyelini vurgulamaktadır. Bu amaçla gerçekleştirilen bu çalışmada; Şanlıurfa şehrine ait yöresel ürünlerden coğrafi işaret alanlar ile bu potansiyele sahip olan ve henüz almamış yöresel ürünlerin belirlenmesi, coğrafi işaret alması için gerekli kurum ve kuruluşlarda farkındalık oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; konu üzerine literatür araştırması yapılarak coğrafi işaret ve bu sistem ile ilgili bilgilendirme yapılmış, Şanlıurfa şehri yöresel ürünleri belirlenerek bu ürünlerden turizm işletmelerinde hazırlanarak sunulanlar tespit edilmiştir. Araştırma, kadim bir mutfak kültürüne sahip Şanlıurfa şehrinde coğrafi işaretli ürünlerin sayı ve niteliklerinin artırılması ve turizme kazandırılması yönünde öneriler sunmaktadır.

Tarımsal uygulamaları, mutfak geleneklerini ve yerel kimliği birbirine bağlayarak, coğrafi işaretler sürdürülebilir bölgesel kalkınma ve deneysel turizmin temel itici güçleri olarak işlev görmektedir. Köklü mutfak kültürü, zengin tarımsal kaynakları ve tarihi önemiyle Şanlıurfa, gastronomi turizmi alanında önemli bir potansiyele sahiptir. Şehrin geleneksel yemekleri, hazırlama teknikleri ve yerel malzemeleri, yüzyıllardır farklı topluluklar arasında süregelen etkileşimin şekillendirdiği eşsiz bir kültürel sentezi yansıtmaktadır. Bu zenginliğe rağmen, Şanlıurfa'nın gastronomi ürünlerinin coğrafi işaret potansiyeli akademik literatürde yeterince araştırılmamıştır. Bu araştırma, Şanlıurfa'nın gastronomi mirasının sistematik bir değerlendirmesinin hem bölgesel markalaşmaya hem de sürdürülebilir turizm planlamasına katkıda bulunabileceğini gösteren önemli metodolojik ve kavramsal referanslar sunarak literatürdeki bu boşluğu doldurmaya katkı sağlayacaktır.

Kavramsal Çerçeve

Turizm

Turizm, imalat ve tarımdan sonra gelen dünyanın üçüncü en büyük ekonomik endüstridir (Naidoo ve Sharpley, 2016). Turizm endüstrisi, kendisi ile doğrudan veya dolaylı olarak bağlantısı olan tüm sektörlerdeki ekonomik ve teknolojik değişimler ile köklü değişimlere girmiştir. Turizm endüstrisinin oluşturduğu bu yüksek ekonomik değer, özellikle gelişmekte olan ülkelerde vazgeçilmez bir gelir kaynağı olarak görülmektedir (Soner, 2013).

Turizm sektörü, deneyim odaklı bir sektör olarak dikkat çekmektedir (Cavlak ve Cop, 2019). Turist deneyimleri ise, ziyaretçilerin bir yere gittiklerinde yaptıkları etkinlikler (workshop, tadım atölyesi, bağ bozumu, vb.) tarafından oluşturulur. Turizm deneyimleri, ziyaretçilerin bilgi edinme, eğlenme, dinlenme, günlük yaşam ve işten kaçış ile farklı kültürlerden insanlarla etkileşim ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlar (Keskin vd., 2020; Ryan, 2010). Turizmin bir alanı olan gastronomi belki de turizm sektörünün en çok deneyim odaklı olan alanıdır ve son yıllarda turistler tarafından oldukça önemsenen bir alandır. Destinasyonlarda hizmet veren turizm işletmeleri ile destinasyonun turizm alanında gelişmesini hedefleyen yerel yönetimler tarafından önemsenerek gerekli organizasyon ve yatırımlar yapılmaktadır.

Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Son yıllarda, niş turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve niş destinasyonların oluşturulmasında önemli bir konu haline gelen gastronomi çoğunlukla yemek pişirme ve iyi yeme sanatı olarak anlaşılmaktadır. Bir başka tanım ise gastronomiyi kültürün bir parçası olarak ele alır ve yiyecek ile kültür arasındaki bağlantıyı inceleyen bir alan olarak tanımlar (Santich, 1996; Soner, 2013).

Gastronomi turizmi ise, “bir başkasının mutfak kültürüne keşif amaçlı katılım” olarak tanımlanmaktadır. Bu bilinçli katılım; kişinin kendi kültürüne ait olmayan bir mutfak sisteminde, bir yiyeceğin hazırlanmasını, sunumunu ve tüketimini içermektedir (Long, 2004). Ziyaretçilere yerel mutfaklar ve gastronomik gelenekler hakkında bilgi vermeyi amaçlayan turları ifade eden bu niş turizm (Cömert ve Sökmen, 2017; Saruışık ve Özbay, 2015; Semerci ve Akbaba, 2018; Seyitoğlu, 2018) turistlerin gastronomik deneyimleri, tükettikleri yiyecek ve içeceklerle karşı hissettikleri duygularla şekillenmektedir (Zengin vd., 2014). Turizm destinasyonlarında gezginlerin bölgesel lezzetleri deneyimleme arzuları, gastronomi olarak kavramsallaştırılmaktadır (Sormaz vd., 2016).

Günümüzde, küreselleşen dünyada insanlar farklı kültürleri tanımaya ve deneyimlemeye ilgi duymaktadır (Çağlı, 2012). Turizm destinasyonlarının başarısı ziyaretçilerin deneyimlerine bağlıdır. Bu nedenle, destinasyonlar ziyaretçilere hayatlarını değiştirecek türden deneyimler sunmaya çalışmalıdır (Demir, 2018). Ziyaretçilerin destinasyonlara seyahat motivasyonu arttırmak için destinasyonlar farklı uygulamalar ve etkinliklere başvurmaktadır. Coğrafi işaret sistemi uygulaması ve destinasyonlardaki yerel ürünlere yönelik coğrafi işaret alınması bu uygulamalardan biridir.

Coğrafi İşaret Kavramı

Coğrafi işaretler, ürünlerin kimliğini tanıyan ve bu kimliği, ürünün menşe yerinin çevresel ve kültürel özellikleriyle ilişkilendiren etiketlerdir (Milano ve Cazella, 2021). Ürünün menşeyini belirtmeleri nedeniyle markanın öncülü olarak değerlendirilen ve ürüne ayırt edicilik kazandırarak marka değeri oluşturan işaretlerdir (Ulema vd., 2024). Bu ürünler, belirli bir bölgedeki insanların doğal kaynaklarla etkileşimi sonucu ortaya çıktığından zamanla tüketicilerin ve üreticilerin alışkanlıkları ile rutinleri doğrultusunda gelişen, bir yerin yerel imajını oluşturmayı temel amaç edinen bütüncül bir farklılaşma stratejisi olarak görülebilir (Barham, 2003; Fronzaglia vd., 2019). Menşe adı; “bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşerî unsurlardan kaynaklanıyorsa bu durumdaki coğrafi işaretler” olarak tanımlanırken mahreç işareti ise; “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretler” şeklinde tanımlanmıştır. Bununla birlikte, menşe adı ve/veya mahreç işareti kapsamına girmeyen, ancak piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar, belirlenmiş şartlardan en az birini sağlaması hâlinde geleneksel ürün adı olarak tanımlanmaktadır (TP, 2025).

Tüketiciler, gıda ürünlerinin kökeni, özellikleri ve üretim yöntemleri hakkında bir merak geliştirmiştir. Bu bağlamda, coğrafi işaret sistemi, bir ürünün menşeyini ve üretim sürecine özgü özelliklerini tanımlayıp koruyarak bu taleplere yanıt verme potansiyeline sahiptir. Bu sistem ile; söz konusu bölgenin geleneği, biyolojik çeşitliliği, yerel bilgiyi ve ürün ile menşe bölgesi arasındaki bağı tanımakta ve korumaktadır (Giesbrecht vd., 2019).

Şanlıurfa, Türkiye'nin iç ve dış turizmde önemli bir destinasyonudur. İl genelinde hizmet veren turizm işletme türü ve sayısı Tablo 1'de verilmiştir (URL-1, 2025; URL-2, 2025).

Tablo 1.
Şanlıurfa İlinde Hizmet Veren Turizm İşletmeleri

	n	%
Konaklama işletmesi	109	50,9
Restoran işletmesi	29	13,6
Seyahat acentaları	71	33,2
Diğer turizm tesisleri	5	2,3
TOPLAM	214	100,0

Şanlıurfa iline ait yerel ürün ve yöresel yemeklerle ilgili coğrafi işaret sistemi 2016 yılından itibaren başlamıştır. Coğrafi işaret alması için başvurusu yapılan yerel ürün ve yöresel yemekler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2.
Şanlıurfa İlinin Gastronomik Olarak Coğrafi İşaret Başvuru Yapılmış Ürünleri

Ürün Adı	Başvuru Tarihi	Coğrafi işaretin türü	Ürün Grubu
Hasenik Pekmezi	15.09.2021	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Siverek Şire Üzümü	14.02.2025	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Urfa Koruk Salatası	11.08.2023	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar
Viranşehir Şelengo	07.11.2024	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Şanlıurfa İsoet Reçeli	19.09.2023	Mahreç İşareti	Yiyecekler için çeşni / lezzet vericiler, soslar ve tuz

Coğrafi işaret; “Menşe Adı” ve “Mahreç İşareti” olmak üzere iki yöntemle yapılmaktadır (URL-3, 2025). Şanlıurfa ili gastronomik olarak “Menşe Adı” ile coğrafi işaret alan tescilli ürünler Tablo 3’te ve “Mahreç İşareti” ile coğrafi işaret alan tescilli ürünler Tablo 4’te verilmiştir. Şanlıurfa ili gastronomik ürünlerinde Menşe Adı (MA) ile tescillenen 8 yöresel ürün ve Mahreç İşareti (Mİ) ile tescillenen 39 yöresel ürün bulunmaktadır.

Tablo 3.
Şanlıurfa İlinin Gastronomik Olarak Menşe Türü ile Coğrafi İşaret Tescilli Ürünleri (URL-4, 2025)

Coğrafi İşaretin Adı	Tescil Tarihi	Türü	Ürün Grubu
Birecik Patlıcanı	19.06.2017	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Halfeti Karagül / Halfeti Siyah Gül	01.03.2021	MA	Diğer ürünler
Karaköprü Narı	22.08.2019	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Karaköprü Tat Karpuzu	28.04.2022	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Suruç Narı	27.07.2021	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Urfa Keten Köyneği Fıstığı / Şanlıurfa Keten Köyneği Fıstığı	16.09.2022	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Şanlıurfa Biberi	26.02.2002	MA	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Şanlıurfa Sadeyağı (Urfa Yağı)	06.07.2018	MA	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar

Tablo 4.
Şanlıurfa İlinin Gastronomik Olarak Mahreç İşareti (Mİ) Türü ile Coğrafi İşaret Tescilli Ürünleri (URL-4, 2025)

Coğrafi İşaretin Adı	Tescil Tarihi	Türü	Ürün Grubu
Hasenik Pestili	29.04.2024	Mİ	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Siverek Tavası	23.05.2023	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) Frenk Çömleği	01.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) Külünçesi	27.12.2017	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Urfa (Şanlıurfa) Lahmacunu (Kıymalı Ekmeği)	29.05.2018	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Urfa (Şanlıurfa) Patlıcanlı Kebabı	21.05.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) Pencer (Pazı) Boranısı	29.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) Su Kabağı Yemeği	21.02.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) Üzlemeli Pilavı	28.11.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa (Şanlıurfa) İsoet Çömleği	01.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Aya Köftesi / Şanlıurfa Aya Köftesi	24.05.2023	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Ağzı Açık / Şanlıurfa Ağzı Açık	22.06.2022	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Urfa Ciğer Kebabı	12.01.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Eşkili	09.06.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Haşhaş Kebabı / Şanlıurfa Haşhaş Kebabı	13.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Kazan Kebabı / Şanlıurfa Kazan Kebabı	26.12.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Keme Boranısı Yemeği/Şanlıurfa Keme Boranısı Yemeği	04.09.2019	Mİ	Yemekler ve çorbalar

Urfa Kıymalı Söğürme / Şanlıurfa Kıymalı Söğürme	29.01.2019	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Lebenisi	29.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Meyan Şerbeti (Bıyanbalı)	08.12.2016	Mİ	Alkolsüz içecekler
Urfa Miftahi Tas Kebabı/ Şanlıurfa Miftahi Tas Kebabı	06.06.2022	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Pendirli Kedeyif / Şanlıurfa Peynirli Kadayıf	13.12.2022	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Urfa Peyniri / Şanlıurfa Peyniri	27.07.2021	Mİ	Peynirler
Urfa Sac Kavurması / Şanlıurfa Sac Kavurması	24.07.2020	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Sini Darahlığı/ Şanlıurfa Sini Taraklığı	23.01.2023	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Soğan Kebabı / Şanlıurfa Soğan Kebabı	27.12.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Tiriti (Şanlıurfa Tiriti)	03.09.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Yumurtalı Köfte	29.12.2017	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Zerdesi (Şanlıurfa Zerdesi)	27.12.2017	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Urfa İçli Köftesi	03.09.2018	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Urfa Şıllık Tatlısı (Şanlıurfa Şıllık Tatlısı)	20.11.2017	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Şanlıurfa Açık Ekmeği (Urfa Açık Ekmeği)	20.12.2017	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Şanlıurfa Ağzı Yumuh / Şanlıurfa Ağzı Yumuk	02.08.2022	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Şanlıurfa Bostanası / Bostana	08.09.2022	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Şanlıurfa Lolaz Dürmiği/Şanlıurfa Lolaz Dürümü	09.06.2023	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Şanlıurfa Pendirli Helvası / Şanlıurfa Peynirli Helvası	08.09.2022	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Şanlıurfa Tepsi Kebabı / Urfa Tepsi Kebabı	19.07.2022	Mİ	Yemekler ve çorbalar
Şanlıurfa Tırmaklı Ekmeği	20.03.2018	Mİ	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Şanlıurfa Çiğ Köfte	18.03.2009	Mİ	Yemekler ve çorbalar

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sürdürülebilir turizm perspektifi çerçevesinde yöresel yemeklerin coğrafi işaret tescili açısından taşıdığı potansiyelin analiz edilmesi ve bu doğrultuda tescil edilebilecek ürünlerin belirlenmesidir. Ayrıca, söz konusu ürünlerin coğrafi işaret sürecine dahil edilebilmesi için yerel yönetimler ile turizm işletmelerine yönelik stratejik öneriler geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu çerçevede araştırmada; bölgedeki coğrafi işaretli ürünlerin neler olduğu, restoran işletmelerinin bu ürünleri menülerinde ne ölçüde sundukları ve coğrafi işaret almamış olmasına rağmen menülerde sıklıkla yer verilen yöresel yemeklerin hangileri olduğu sorularına yanıt aranmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren tüm turizm işletmelerini kapsamaktadır. Bununla birlikte, zaman, maliyet ve ulaşım gibi sınırlılıklar nedeniyle çalışma kapsamı daraltılmış ve araştırma, Şanlıurfa kent merkezinde hizmet sunan restoran işletmeleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma da örnekleme ise; Şanlıurfa şehrinde hizmet vermekte olan tüm restoran işletmelerinden araştırmaya katılımcı olarak destek vermek isteyen gönüllü işletme yöneticileri ya da işletmeciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, araştırmaya katılımcı olarak Şanlıurfa şehrinde hizmet vermekte olan restoran işletmelerinden 26 restoran işletme yöneticisi ya da işletmecisi dahil edilmiştir. Bu doğrultuda, benzer nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde veri doygunluğu temel ölçüt olarak kabul edilmekte olup literatürde doygunluğun yaklaşık 12 görüşme sağlanabildiğine dair bulgular bulunmaktadır (Guest vd., 2006). Bu kapsamda araştırmada veri doygunluğuna ulaşıldığı gerekçesiyle gönüllü 26 katılımcı sayısı yeterli görülmüştür.

AB sisteminde bir ürünün coğrafi işaret alabilmesi için “*specific geographical origin*” (belirli bir coğrafi menşe) ve bu menşe ile ilişkilendirilmiş olarak bir “reputation, given quality or other characteristic” (ün, belirlenmiş bir kalite ya da diğer özellikler) olması gerekir. Coğrafi işaret tescili ürünün ayırt edici özelliklerinin yanı sıra ününün ya da kalitesinin söz konusu coğrafi bölgeyle bağlantılı olduğunu göstermelidir (URL-5, 2025). Türkiye’de sistem, Sınai Mülkiyet Kanunu (Kanun No. 6769) ve ilgili yönetmelikler aracılığıyla düzenlenmiştir. Öne çıkan kriterlerden biri de “belirli coğrafi bölge ile “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından” özdeşleşmiş olmalıdır ve üretim/işleme/diğer işlemlerinden en az biri söz konusu coğrafi bölge sınırlarında gerçekleşmelidir.” (URL-6, 2025). Bu nedenle araştırmada, Şanlıurfa ilinde hizmet veren restoran işletmelerinin menüleri incelenmiş ve işletmecileri ile görüşülmüştür. Çalışmanın uygulanması için Karamanoğlu

Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 26.08.2025 tarih ve 10 / 257 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinde yaygın olarak tercih edilen görüşme tekniği kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde özellikle yirminci yüzyılın son dönemlerinden itibaren etkinliğini artıran görüşme tekniği, bireylerin yaşantılarını, algılarını, beklentilerini ve duygusal deneyimlerini anlamaya yönelik başlıca nitel veri toplama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bilgi üretimine yönelik profesyonel bir sohbet olarak tanımlanan görüşme yönteminde araştırmacı ile katılımcı arasında gerçekleşen etkileşim sürecinde anlamın karşılıklı olarak inşa edildiği vurgulanmaktadır. Bu çerçevede yürütülen görüşmeler aracılığıyla bireylerin yaşam deneyimlerine, yükledikleri anlamlara ve duygusal değerlendirmelerine ilişkin derinlemesine ve bağlamsal veri elde edilmekte; böylece araştırma sorularına kapsamlı ve açıklayıcı yanıtlar üretilebilmektedir (Kvale ve Brinkmann, 2009; Karahan vd., 2022) Araştırma kapsamında, Şanlıurfa şehrinin yöresel yemekleri ile coğrafi işaret alma potansiyeline sahip ürünler hakkında işletme yöneticileri ve işletmecilerin deneyim ve değerlendirmelerini ayrıntılı biçimde ortaya koyabilmek için görüşme yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu tercih edilmiştir. Görüşme formunun hazırlanmasında, literatürde yer alan benzer çalışmalarda kullanılan soru setlerinden yararlanılmıştır (Akturfan vd., 2022; Çelebi ve Sormaz, 2021; Özkan vd., 2019; Teyin vd., 2021; Yılmaz vd., 2021). Veriler, gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmaya katılan işletme yöneticileri ve işletmecilerle gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler ile toplanmıştır. Görüşmeler öncesinde katılımcılara araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiş ve gerekli izinler alınmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Görüşme sonucunda elde edilen verilerden; “frekans (n)” ve “yüzde (%)” değerler ile “içerik analizi” ile değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Bulgular

Araştırmaya, Şanlıurfa ilinde farklı konseptlerde hizmet veren 26 restoran işletmesinde yönetici personel (%100) katılmıştır. Araştırmaya katılan restoran işletmelerine dair bilgiler Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5.
İşletmelerin Genel Bilgileri

	n	%
İşletme Türü		
Geleneksel restoran	11	42,3
Yöresel restoran	8	30,8
Etnik restoran	2	7,7
Delüks restoran	5	19,2
İşletmenin Sahiplik Yapısı		
Bağımsız	14	53,9
Ulusal zincire bağlı	12	46,1
İşletmenin Şube Sayısı		
Şubesi yok	14	53,9
1-3 şube	6	23,1
4-9 şube	4	15,4
10 şubeden fazla	2	7,7
TOPLAM	26	100,0

İşletmeler genel olarak değerlendirildiğinde; %42,3'ünün geleneksel restoran olup %53,9'unun bağımsız zincire bağlı ve subesinin olmadığı belirlenmiştir (Tablo 5). Araştırmaya gönüllü olarak katılan işletmelerin yönetim bilgileri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6.
Yönetim Bilgileri

	n	%
Personel Sayısı		
10 personelden daha az	4	15,4
10-49 personel	11	42,3
50-99 personel	8	30,8
100 ve daha fazla personel	3	11,5
İşletmenin Hizmet Verdiği Yıl		
1-5 yıl	4	15,4
6-15 yıl	15	57,7
15-30 yıl	5	19,2
30 yıldan daha fazla	2	7,7
Yönetim Şekli		
İşletme yatırımcısı	7	26,9
İşletme müdürü	15	57,7
Departman amiri	4	15,4
TOPLAM	26	100,0

İşletmelerin yönetim bilgileri incelendiğinde; %42,3'ünün 10-49 personel çalıştırdığı, %57,7'sinin 6-15 yıldır sektörde hizmet verdiği ve %57,7'sinin işletme müdürü tarafından yönetildiği tespit edilmiştir (Tablo 6).

Araştırmaya katılan işletmelerin işletme faaliyet bilgileri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7.
İşletmelerin Faaliyet Bilgileri

	n	%
En Çok Uygulanan Servis Yöntemi		
A'la Carte	16	61,5
Açık büfe	1	3,8
Table'd Hote	3	11,5
Hepsi	6	23,1
İşlemeyi Tercih Eden Misafir Profili		
Yerli misafir	17	65,4
Yabancı misafir	2	7,7
Hem yerli hem yabancı misafir	7	26,9
Menüsünde Sunduğu Mutfak		
Geleneksel Türk mutfağı	19	73,1
Dünya mutfağı	1	3,8
Hem Türk hem de dünya mutfakları	6	23,1
TOPLAM	26	100,0

İşletmelerin %61,5'inin A'la Carte servis yöntemini kullandığı, %65,4'ünün genellikle yerli misafirlere hizmet verdiği ve %73,1'inin ise menüsünde geleneksel Türk mutfağına yer verdikleri belirlenmiştir (Tablo 7).

İşletmelerin menülerinde misafirlerine sundukları yöresel Şanlıurfa yemekleri incelendiğinde ise; salatalar grubunda "borani" (%30,8), çorba grubundan "mahluta" (%38,5), hamur işleri grubundan "semsek" (%42,3), ana yemek grubundan "firında kaburga" (%30,8), sebze yemekleri grubundan "kuru dolma" (%61,5), pilavlar grubundan "firik pilavı" (%57,7) ve tatlılar grubundan "burma kadayıf" (%61,5) restoran işletmelerinde sıklıkla menülerde yer aldığı ve tescil bakımından coğrafi işaret alma potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 8.
Restoran İşletmeleri Menülerinde Yer Verilen Yöresel Yemekler

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	TOPLAM
Salatalar																											
Borani		X			X		X				X		X	X	X						X						8
Bostana					X											X		X				X		X			5
Çorba																											
Mahluta	X		X		X			X		X		X	X	X		X					X		X				10
Şişperek			X				X	X							X						X						5
Hamur İşleri																											
Semsek	X		X			X	X	X		X	X		X	X							X				X		11
Bişe	X						X					X		X		X					X						6
Ana Yemek																											
Şabut balığı			X		X				X				X	X		X											6
Fırında kaburga	X				X							X				X					X	X	X	X			8
Tiritli köfte			X				X			X		X		X		X					X						7
Yuvalak	X		X							X																	3
Sebze yemekleri																											
Soğan aşısı	X										X											X					3
Bamya çömleği	X										X																2
Kuru dolma	X	X	X	X	X	X	X				X	X	X		X	X				X	X	X	X				16
Pilavlar																											
Firik pilavı	X	X	X		X		X	X				X	X			X		X	X	X	X		X	X	X	X	15
Bulgur aşısı	X		X	X	X	X			X	X			X			X	X				X						10
Kengerli pilav	X	X		X				X	X	X			X					X									8
Bademli pilav	X			X		X							X				X										5
Tatlılar																											
Burma kadayıfı	X		X		X	X	X		X			X	X	X		X	X	X	X		X	X	X				16
Zingil tatlısı	X		X			X						X		X				X	X				X	X			9

Tartışma

Birçok sektörü doğrudan bir şekilde etkileyen turizm, son yıllarda destinasyonların önem verdiği bir endüstri haline gelmiştir. Son yıllarda, insanların gastronomi turizmine de önem vermesi ile oluşan talep destinasyonların ve işletmelerin yerel ürünlere yönelmesini ve yöresel yemekleri ön plana çıkarmayı gerekli kılmıştır. Dolayısı ile, turizm sektöründe ziyaretçilerin temel motivasyon ögesi olarak yerel ürünler ve yöresel yemekler kullanılmaya başlanmıştır. Ancak, yerel yönetimler kendilerine ait yerel ürünleri ve yöresel yemeklerine sahip çıkmak amacı ile tescillendirmek girişiminde bulunmaktadır. Bu süreçte devreye giren coğrafi işaret sistemi, sadece söz konusu bu ürünlerin hangi yöreye ait olduğunu tescillemeyle kalmamış, aynı zamanda hem üreticiyi hem de tüketiciyi korumak amacıyla bir standardizasyon getirmiştir. Turizm sektöründe dikkat çekici bir unsur olarak coğrafi işaret alan bu ürünler turizm işletmelerinin menülerine de girerek hem turistler için cazibe oluşturmuş hem de yörenin tanıtımına destek vermiştir. Bu nedenle, bu araştırma sürdürülebilir turizm kapsamında yöresel yemeklerin coğrafi işaret alma potansiyelinin değerlendirilmesi ve bu potansiyele sahip yemeklerin belirlenerek coğrafi işaret alabilmesi için yerel yönetimler ve turizm işletmelerine yönelik öneriler geliştirilmesi amacı ile Şanlıurfa ilinde yürütülmüştür.

Son yıllarda, turizm sektöründe gastronomiye olan ilginin artması ile gastronomi (Fields, 2002; Hegarty ve O'Mahony, 2001; Hjalager ve Richards, 2002; Sormaz vd., 2016), gastronomi turizmi (Kokkrankal ve Carabelli, 2024; Nesterchuk vd., 2021; Nesterchuk vd., 2022), gastronomi turizmi ve destinasyon ilişkisi üzerine (Dixit ve Prayag, 2022; Marine-Roig vd., 2024; Sio vd., 2024) araştırmalar artmış ve literatüre kazandırılmıştır. Destinasyonların hem gastronomik ürünlerini tescilleme hem de korumak amacıyla geliştirilen coğrafi işaret sistemi ile ilgili de araştırmalar artarak devam etmektedir. Destinasyonlarda coğrafi işaret alma (Çalışkan ve Şalkamoğlu, 2024; Kalekahyası ve Göktaş, 2022; Sabur ve Güneş, 2023; Tanrikulu ve Doğandor, 2021) üzerine literatürde çalışmalar yoğunlaşmış iken bu ürünlerin turizmde kullanımına ya da uygulanmasına yönelik çalışmalar yetersizdir. Özkan vd. (2019) Gaziantep, Denk ve Sanalan-Bilici (2021) Erzurum, Yılmaz vd. (2021) Burdur, Yılmaz ve Sormaz (2023) Amasya illerinde; Madenci ve Sormaz (2021) Beypazarı, Teyin vd. (2021) Şile, Mutu vd. (2024) Silivri ilçelerinde; Sormaz ve Akturfan (2024) Özbekistan, Sormaz vd. (2024) Kazakistan ülkelerinde bu çalışmalarını yürütmüştür.

Coğrafi işaret kavramı, yerel gıda ürünlerini menşe bölgeleriyle ilişkilendirmede önemli bir rol oynar ve gastronomi turizmi bağlamında hem kültürel hem de ekonomik değer sunar. [Arslan vd. \(2023\)](#)'ye göre, coğrafi olarak işaretlenmiş gıdalar, geleneksel bilgi birikimini koruyarak ve ürün izlenebilirliğini sağlayarak gastronominin sürdürülebilirliğine önemli ölçüde katkıda bulunur. Türkiye'nin kuzeyinde yer alan Tokat yöresine ait coğrafi işaret tescilli bir ürün olan Tokat Bez Sucuk üzerine yaptıkları çalışma, bölgesel ürünlerin uygun şekilde sertifikalandırılıp tanıtıldığında yerel gururu ve turizm cazibesini nasıl artırabileceğini göstermektedir. Bu çerçeveyi Şanlıurfa'ya uyguladığımızda, Urfa isot biberi, Urfa kebabı veya Şıllık tatlısı gibi ürünler, benzer pazarlama stratejileriyle tanıtılırsa hem yerel kimliği hem de gastronomi turizmini geliştiren amiral gemisi ürünler haline gelebilir. Benzer şekilde, [Özçakmak vd. \(2025\)](#), coğrafi işaret tescilinin, özellikle taklit edilmeye sıklıkla maruz kalan peynir gibi gıda kategorilerinde ürün özgünlüğünü ve tüketici güvenini güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Şanlıurfa'nın yerel sepet peyniri, kuzubaşı peyniri gibi süt ürünleri, henüz uluslararası alanda tanınmamış olsa da benzer korumadan faydalanabilir.

Daha geniş bir bakış açısıyla, [Tashiro vd. \(2018\)](#), coğrafi işaret süreçlerini değerlendirmek için iç yönetişimi, üretici iş birliğini ve paydaş uyumunu vurgulayan analitik bir çerçeve sunmaktadır. Araştırmada, başarılı coğrafi işaret sistemlerinin açık bir kurumsal koordinasyon gerektirdiğini savunmaktadır. Şanlıurfa'da yerel Ticaret Odası, Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi ve küçük ölçekli üreticiler arasında daha güçlü bir iş birliği gerektirecektir. Bu tür bir koordinasyonun eksikliği, şehrin mutfak mirasını uluslararası sertifikalı ürünlere dönüştürme kabiliyetini şu anda kısıtlamaktadır. Ayrıca [İçigen ve Sarı \(2025\)](#), Türkiye'de coğrafi işaret etiketli baklagillerin ve baklagil yemeklerinin coğrafi dağılımını analiz ederek, bölgesel tarımsal kaynakların genellikle coğrafi işaret uygulamalarının başarısını belirlediğini belirtmektedir. Şanlıurfa, mercimek, nohut ve diğer baklagillerin önde gelen bir üreticisi olduğundan, il, coğrafi işaret sertifikalı baklagil bazlı yemekler geliştirme ve böylece tarımsal üretimi gastronomik markalaşmayla birleştirme konusunda henüz kullanılmamış bir potansiyele sahiptir. Bu tür bir bütünleşme Şanlıurfa'nın yemek kültürünün sürdürülebilirliğini ve özgünlüğünü pekiştirecektir.

Araştırma sonucunda; turizm işletmelerinin menülerinde sıklıkla yer alan ve henüz coğrafi işaret almamış ürünler belirlenmiştir. Her ne kadar yiyecek içecek işletme menülerinde bu ürünlerin yaygın olarak görülmesi coğrafi işaret tescil potansiyeli için bir kriter olarak görülmesi de bu yöresel lezzetlerin kendilerine has sahip oldukları karakteristik özellikleri, üretiminde yöreye has kullanılan hammaddeleri de bulunmaktadır. Bu yerel özellikler, önerdiğimiz ürünlerin coğrafi işaret alma potansiyellerini desteklemektedir. Çorba grubundan mahluta çorbası coğrafi işaret alma potansiyeline sahip bulunmuştur. Çorbada kullanılan kırmızı mercimek ve bulgur/yarma, Şanlıurfa mutfağının tahıl ve bakliyat ağırlıklı mutfak yapısının bir yansıması şeklindedir. Aynı şekilde, Şanlıurfa mutfağının geleneksel ekonomik, ama lezzet yoğun hamur işleri geleneğine önemli bir örnektir. Ana yemeklerden fırında kaburga, ivesi cinsi yerli kuzulardan hazırlanmaktadır. Yörenin tereyağı-kuyruk yağı karışımı kullanılarak hazırlanan burma kadayıf tatlısı da coğrafi işaret alma potansiyeli olan yöresel yemekler arasındadır. Araştırma da toplam 7 ürün belirlenirken Beypazarı/Ankara'da yapılan bir benzer bir araştırmada 5 yöresel ürün ([Madenci ve Sormaz, 2021](#)), Şile/İstanbul'da 6 yöresel ürün ([Teyin vd., 2021](#)) ve Burdur'da 5 yöresel ürün ([Yılmaz vd., 2021](#)), Almatı/Kazakistan'da ise 14 yöresel ürün ([Sormaz vd., 2024](#)) belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada; Şanlıurfa ilinde farklı konseptlerde hizmet veren 26 restoran işletmesi ile görüşülmüştür. Bu işletmelerden %42,3'ü geleneksel restoran işletmesi ve %53,9'u bağımsız restoran işletmeleridir. İşletmeler genel olarak geleneksel Türk mutfağı sunmaktadır (%73,1).

Tartışma bölümünün son kısmında değindiğimiz gibi kendisine has karakteristik özellikleri olması, üretimde yörede üretilen tahıl ürünlerinin, yöreye has ivesi kuzu türlerinin kullanılması sebebiyle benzerlerinden ayrılabilen şu ürünler; borani, mahluta, semsek, fırında kaburga, kuru dolma, firik pilavı ve burma kadayıf coğrafi işaret tescil alma potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmiştir. Buradan yola çıkarak aynı zamanda ilgili paydaşlara şu öneriler geliştirilebilir;

- Şanlıurfa ili için belirlenen yöresel yemeklerin coğrafi işaret alabilmesi amacıyla başta yerel yönetimler olmak üzere sivil toplum örgütleri ve diğer turizm paydaşları birlikte çalışarak gerekli başvurularda bulunulmalıdır. Sektörde her kesimi temsil edilebilecek nitelikte bir komisyon kurulması ile Şanlıurfa mutfak kültürü üzerine çalışmalar ve projeler geliştirilebilmelidir.
- Şanlıurfa ilinde hizmet veren turizm işletmelerinin menülerinde bu ürünlerin belirlenmesinde daha fazla işletmeye ulaşıp incelenen menü sayısının artırılmalıdır. Bunun sağlanabilmesi için turizm sektöründe aktif olan sivil toplum örgütleri ile iş birliği yapmak yararlı olacaktır.
- Şanlıurfa ilinde coğrafi işaret almış ve alma potansiyeli olan yöresel yemeklerin tanıtımı için etkinlikler düzenlenmesi gerekmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı için festivaller, coğrafi işaretli potansiyeli olan ürünlerin ortaya çıkarılabilmesi için ise yemek yarışmaları düzenlenmesi önerilir.

- Şehir dışında düzenlenen fuarlara katılım sağlayarak ilin genel mutfak kültürünü ve özelliklerini daha geniş kitlelere tanıtım sağlama imkânı olacaktır.

Araştırmada; katılımcılara ulaşım güçlüğü, mevsimsellik ve zamanlama, dil ve ağız farklılıkları, gözlem yapma zorluğu, kültürel ve geleneksel yapının etkisi gibi bazı sınırlılıklar ile karşılaşmıştır. Gelecek araştırmalarda; araştırmacıların turizm işletmelerinin yanında yerel halk ile de görüşme yapmaları, yöresel ürün ve yemeklerin üretim aşamalarını görmeleri ve kayda almaları da önerilir.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm aşamalarında etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun *Journal of Tourism Research*'in hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 26.08.2025 tarih ve 10 / 257 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır.

Katılımcı Onamı: Araştırma esnasında kullanılan ankette çalışmaya katılım için her katılımcıdan onam alınmıştır.

Yazar Katkıları: Fikir-Ü.S., M.A.; Tasarım- Ü.S., M.A.; Denetleme- Ü.S.; Kaynaklar- Ü.S., M.A.; Veri Toplanması ve/veya İşlenmesi Ü.S.; Analiz ve/veya Yorum- Ü.S., M.A.; Literatür Taraması- Ü.S., M.A.; Yazıyı Yazan- Ü.S., M.A.; Eleştirel İnceleme- Ü.S., M.A.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Yapay Zekâ Kullanımı: Araştırmada yapay zeka kullanılmamıştır.

Ethical Approval: The author(s) declare that ethical rules have been followed throughout all stages of this study. The *Journal of Tourism Research* bears no responsibility for any deviations from this rule, and all responsibility rests with the authors. Ethical approval was obtained from the Karamanoğlu Mehmetbey University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee with decision number 10/257 dated 26.08.2025.

Informed Consent: In the survey used during the research, consent was obtained from each participant for participation in the study.

Author Contributions: Idea- Ü.S., M.A.; Design- Ü.S., M.A.; Review- Ü.S.; Resources- Ü.S., M.A.; Data Collection and/or Processing- Ü.S.; Analysis and/or Interpretation- Ü.S., M.A.; Literature Review- Ü.S., M.A.; Writing the Essay- Ü.S., M.A.; Critical Review- Ü.S., M.A.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Use of Artificial Intelligence: Artificial intelligence was not used in the research.

Kaynakça

- Akturfan, M., Çınar, Z., & Özata, E. (2022). Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *GastroMedia Journal*, 1(1), 18-28.
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C. T. (2023). Investigation of Tokat Bez Sucuk, a geographically indicated local food, within the scope of sustainable gastronomy. *Sustainability*, 15, 12889. <https://doi.org/10.3390/su151712889>
- Barham, E. (2003). Translating terroir: The global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 127-138. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00052-9)
- Bilgimöz, S., & Gülcan, B. (2021). Yaşayan insan hazineleri deneyimsel turizmde nasıl bir rol üstlenebilir? *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(12), 1141-1160. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.898>
- Cavlak, N., & Cop, R. (2019). Yerli ve yabancı turist deneyimi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı milliyet temelinde bir analiz. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 163-173. <https://doi.org/10.17123/ataad.656006>
- Cömert, M., & Sökmen, A. (2017). Türkiye'de gastronomi turizmi: Antalya'da konaklayan turistler üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26. <https://doi.org/10.24010/soid.369897>

- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği* (Tez No: 315318) [Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Çalışkan, S., & Şalkamoğlu, B. (2024). Coğrafi işaret tescil sürecine ilişkin bir inceleme: Kastamonu örneği. *Tourism and Recreation*, 6(2), 404-414. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1509866>
- Çelebi, E., & Sormaz, Ü. (2021). Gastronomic products with geographical signing potential in tourism menus: Edremit Gulf example. In *El Ruhe 8th International Conference on Social Sciences, Proceeding Book* (30-31 January, Karak, Jordan, pp. 165-185).
- Demir, S. (2018). *Kuşaklar açısından unutulmaz turizm deneyimleri algısının satın alma sonrası davranışlar üzerindeki etkisi* (Tez No: 510408) [Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Denk, E. (2023). Erzurum mutfak kültürünün sahip olduğu zenginliğin mutfak turizmi açısından farkında olmak. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)*, 7(2), 59-79.
- Denk, E., & Sanalan-Bilici, N. (2021). Erzurum ilinin coğrafi işaret (Cİ) almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122. <https://doi.org/10.32958/gastoria.891744>
- Dixit, S. K., & Prayag, G. (2022). Gastronomic tourism experiences and experiential marketing. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 217-220. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2065089>
- Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism product: Motivational factors. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 36-50). Routledge.
- Fronzaglia, T., Salles-Filho, S. L. M., & Raynaud, E. (2019). A indicação geográfica sob a ótica da evolução das instituições. In A. C. P. Vieira, A. E. B. S. Lourenzani, K. L. Bruch, L. Locatelli, & L. C. M. Gaspar (Orgs.), *Indicações geográficas, signos coletivos e desenvolvimento local/regional* (Vol. 2, pp. 13-38). Editora Deviant.
- Giesbrecht, H. O., & Minas, R. B. A. de. (2019). Os pequenos negócios e as indicações geográficas brasileiras registradas: transformações percebidas e aprendizados. In A. C. P. Vieira, A. E. B. S. Lourenzani, K. L. Bruch, L. Locatelli, & L. C. M. Gaspar (Orgs.), *Indicações geográficas, signos coletivos e desenvolvimento local/regional* (Vol. 2, pp. 119-138). Editora Deviant.
- Guest, G., Bunce, A. & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Hegarty, J. A., & O'Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management*, 20(1), 3-13. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(00\)00028-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00028-1)
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). Routledge.
- İçigen, M., & Sarı, B. (2025). Regional distribution of geographically indicated dried legumes and dried legume dishes in Türkiye. *Journal of Food Nutrition and Gastronomy (JFNG)*, 4(1), 67-81. <https://doi.org/10.58625/jfng-2876>
- Kalekahyası, S., & Göktaş, B. (2022). Coğrafi işaret almış yöresel ürünlerin bilinirlik düzeyi ve tüketici tutumlarına etkisi: Bayburt ili örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 673-702. <https://doi.org/10.30692/sisad.1142517>
- Karahan, S., Uca, S., & Güdük, T. (2022). Nitel araştırmalarda görüşme türleri ve görüşme tekniklerinin uygulanma süreci. *Nitel Sosyal Bilimler*, 4(1), 78-101. <https://doi.org/10.47105/nsb.1118399>
- Keskin, E., Sezen, N., & Dağ, T. (2020). Unutulmaz turizm deneyimi, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkiler: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere yönelik araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 239-264. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2020.63>
- Kokkrankal, J., & Carabelli, E. (2024). Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 161-172. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1975213>
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed.). Sage Publications.
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S., & Trihas, N. (2016). Gastronomy, tourist experience and location. The case of the 'Greek breakfast'. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 11(3), 227-261. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v11i3.489>

- Long, L. M. (2004). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. In L. M. Long (Ed.), *Culinary tourism* (pp. 20–50). University Press of Kentucky.
- Madenci, A. B., & Sormaz, Ü. (2021). Turizm işletmeleri menülerinde yer alan coğrafi işaret alma potansiyeline sahip gastronomik ürünler: Beypazarı örneği. In *5th International Paris Conference On Social Sciences Proceeding Book* (pp. 226-236).
- Marine-Roig, E., Daries, N., Cristobal-Fransi, E., & Sánchez-García, J. (2024). The role of upscale restaurants in destination image formation: a semiotic perspective on gastronomy tourism. *British Food Journal*, *126*(12), 4147-4162. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2024-0416>
- Mertol, H., & Yaylacı, S. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *7*(1), 313-334. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.891301>
- Milano, M. Z., & Cazella, A. A. (2021). Environmental effects of geographical indications and their influential factors: A review of the empirical evidence. *Current Research in Environmental Sustainability*, *3*, 100096. <https://doi.org/10.1016/j.crsust.2021.100096>
- Musa, J. A. (2023). *Nature, culture and gastronomy experiences of Middle Eastern tourists: The case of Turkey* (Tez No: 796215) [Yüksek lisans tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi
- Mutu, O., Sormaz, Ü., & Bayrakçı, S. (2024). Turizm işletmeleri yöneticilerinin coğrafi işaretli ürün bilgisi ve işletme menülerinde yer verme durumları: Silivri örneği. A. Sökmen & Ç. Aydın (Eds.), *Sofradaki bilim ve lezzetteki sanat: Gastronomiye kapsamlı bir bakış* İçinde (ss. 516-530). Detay Yayıncılık.
- Naidoo, P., & Sharpley, R. (2016). Local perceptions of the relative contributions of enclave tourism and agritourism to community well-being: The case of Mauritius. *Journal of Destination Marketing & Management*, *5*(1), 16-25. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.11.002>
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*, *5*(S4), 1871-1885. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v5nS4.1877>
- Nesterchuk, I., Matsuka, V., Balabanyts, A., Skarha, O., Pivnova, L., & Kondratenko, I. (2022). Tools and development drivers for the gastronomic tourism. *Economic Affairs*, *67*(4), 579-587. <https://doi.org/10.46852/0424-2513.4.2022.24>
- Oğan, Y., & Durlu-Özkaya, F. (2021). Artvin'i ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimleri üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, *5*(2), 211-227. <https://dx.doi.org/10.32572/guntad.883247>
- Özçakmak, S., Kösemeci, C., Çetinkaya, A., & Süzme, K. (2025). Süt işleme tesisi olarak faaliyet gösteren coğrafi işaret tescilli peynir üreticilerinin güncel durumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *13*(1), 91-109. <https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1548>
- Özkan, M., Kasap, M., & Sormaz, Ü. (2019). Gaziantep ilinin coğrafi işaret alabilecek yemeklerinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. In O. Erkmén & N. Akhmetov (Eds.), *GANUD International Conference on Gastronomy, Nutrition and Dietetics Conference Book* (pp. 143-158). İKSAD Publications.
- Polat-Üzümcü, T., Alyakut, Ö., & Adalet-Akpulat, N. (2017). Coğrafi işaretleme kapsamında Kocaeli gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *19*(28), 132-140.
- Ryan, C. (2010). Ways of conceptualizing the tourist experience a review of literature. *Tourism Recreation Research*, *35*(1), 37-46. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081617>
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023). Kayseri örneğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler. *Tourism and Recreation*, *5*(2), 138-152. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1351137>
- Santich, B. (1996). Introduction to sustaining gastronomy. In B. Santich, J. Hillier, & C. Kerry (Eds.), *Proceedings of the Eighth Symposium of Australian Gastronomy*. Adelaide: Self-published.
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *26*(2), 264-278. <https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss218417>
- Savaşkan, Y., & Kingır, S. (2020). Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, *4*(3), 939-961 <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.702037>

- Semerci, H., & Akbaba, A. (2018). Bodrum'a gelen uluslararası ziyaretçilerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin değerlendirilmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 41-57. <https://doi.org/10.30625/ijctr.433081>
- Seyitoğlu, F. (2018). Gastronomi ve turizm ilişkisi bağlamında yapılmış araştırmaların incelenmesi. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 316-344. <https://doi.org/10.35235/uicd.466935>
- Sio, K. P., Fraser, B., & Fredline, L. (2024). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 49(2), 312-328. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- Soner, F. (2013). *Gastronomy tourism: A solution for small cities marketing and regional development* (Tez No: 346808) [Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Sormaz, Ü., & Akturfan, M. (2024). Türk mutfağının gelişiminde coğrafi işaret alma özelliğinde olan geleneksel yemekler: Özbekistan örneği. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(Kafkasya Araştırmaları Özel Sayısı), 213-228. <https://doi.org/10.22466/acusb.1529534>
- Sormaz, Ü., Alimov, U., & Akturfan, M. (2024). Coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünleri ile Almatı şehri. *Turizm Ekonomisi, Yönetimi ve Politika Araştırmaları (TEMAPOR)*, 4(1), 31-42.
- Tashiro, A., Uchiyama, Y., & Kohsaka, R. (2018). Internal processes of geographical indication and their effects: an evaluation framework for geographical indication applications in Japan. *Journal of Ethnic Food*, 5, 202-210. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2018.07.004>
- Tanrıkulu, M., & Doğandor, E. (2021). Coğrafi işaretleri ve coğrafi işaret potansiyeliyle Bolu ili. *ÇAKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223-257. <https://izlik.org/JA78HR62GG>
- Teyin, G., Sormaz, Ü., & Özcan, M. (2021). Turizm işletmeleri menülerinde yer alan coğrafi işaret alma potansiyeline sahip gastronomik ürünler: Şile örneği. In *ASTANA International Conference on Scientific Research Full Text Book* (ss. 70-79).
- TP (Türk Patent). (2025). *Coğrafi işaret nedir?* <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%4%9Fraf-i%5%9Faret-nedir>
- Ulema, Ş., Karakaş, D., & Semint, S. (2024). Coğrafi işaretli pastacılık ve fırıncılık ürünleri: Marmara Bölgesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 31(3), 573-596. <https://doi.org/10.18657/yonveek.1463706>
- URL-1 (2025). *Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü*. <https://sanliurfa.ktb.gov.tr/TR-368092/2024-yili.html>
- URL-2 (2025). *Kültür ve Turizm, Şanlıurfa Belediyesi*. <https://www.sanliurfa.bel.tr/kategori/621/0/kultur-ve-turizm>
- URL-3 (2025). *Coğrafi İşaret Nedir? Türk Patent*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%4%9Fraf-i%5%9Faret-nedir>
- URL-4 (2025). *Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=63>
- URL-5 (2025). *Geographical indications. European Union Office*. https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/geographical-indications/index_en.htm?utm
- URL-6 (2025). *Türkpatent*. <https://www.turkpatent.gov.tr/en/geographical-indication?utm>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, M., Sormaz, Ü., & Özcan, M. (2021). Turizm işletmeleri menülerinde yer alan coğrafi işaret alma potansiyeline sahip gastronomik ürünler: Burdur örneği. In *Middle East International Conference on Contemporary Scientific Studies-V Proceeding Book Volume-II* (ss. 320-328).
- Yılmaz, M., & Sormaz, Ü. (2023). Amasya yöresel ürünlerinin restoran işletmelerindeki algısı ve menü entegrasyonu: Coğrafi işaretli ürünlerin kullanımı. In E. Bayazıt-Solak (Ed.), *Mimari Harikaların İzinde: Yapı, Kimlik ve Malzeme Sırları* (ss. 123-138). İksad Yayınevi. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8428875>
- Yurt, İ., & Dinvar, Ş. (2024). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescili alabilecek ürünlerin değerlendirilmesi: Safranbolu örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 413-425. https://dx.doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v08i2009
- Zengin, B., Uyar, H., & Erkol, G. (2014). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. In A. Kılıçlar (Ed.), 15. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 511-524). Gazi Üniversitesi.