



Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Kübra ÜRKÜN^a 

Alper Can KARAYAZ^b 

^aBalıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, Türkiye (kubra.urkunn@gmail.com)

^bBalıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, Türkiye (alpercankarayaz@gmail.com)

MAKALE GEÇMİŞİ

ÖZ

Gönderim Tarihi:

15.03.2022

Kabul Tarihi:

31.05.2022

Anahtar Kelimeler:

Gastronomi
Turizm
Coğrafi işaret

Bu çalışmada bibliyometrik analiz ile akademisyenlerin çalışma alanlarına yönelik kolaylık sağlanması ve literatürde boşluğu bulunan potansiyel çalışma alanlarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla son beş yıldır DergiPark'ta taranan turizm dergilerinde yer alan coğrafi işaret anahtar kelimesi geçen gastronomi temalı çalışmalara ilişkin alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırmalar ışığında 20 çalışmanın incelenmiş olup; "yayın yılı", "yazar sayısı", "araştırma yöntemi", "dergi künyesi", "kurum dağılımı", "anahtar kelimeleri ile sayısı" ve "konu içeriği" durumları irdelenmiştir. İncelenen makalelerde araştırılan coğrafi işaretli ürünlerin gıda tüketim maddesi olmasına dikkat edilmiştir ve coğrafi işaretli olup olmadığı T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından oluşturulan Türk Patent ve Marka Kurumu sitesinden teyit edilmiştir. Bu kapsamda ileride yapılacak olan nicel araştırmalara kaynak sağlaması ve gastronomi kapsamında incelenecek olan coğrafi işaretli gastronomik ürünlerle ilgili çalışmaların geliştirilmesi hedeflenmektedir.

*Sorumlu Yazar: Kübra ÜRKÜN

E posta: kubra.urkunn@gmail.com

Önerilen atıf

Ürkün, K. & Karayaz, A. C. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin bibliyometrik analizi. *Review of Tourism Administration Journal*, 3 (1), 51-60.



ROTA Journal

Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GEOGRAPHICALLY INDICATED PRODUCTS WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMY TOURISM

Kübra ÜRKÜN^a 

Alper Can KARAYAZ^b 

^aBalıkesir University, Social Science Institute, Balıkesir, Turkey (kubra.urkunn@gmail.com)

^bBalıkesir University, Social Science Institute, Balıkesir, Turkey (alpercanarayaz@gmail.com)

ARTICLE HISTORY

Received:

15.03.2022

Accepted:

31.05.2022

Keywords:

Gastronomy
Tourism
Geographical Indication

ABSTRACT

In this study, it is aimed to facilitate the study areas of academicians with bibliometric analysis and to identify potential study areas with gaps in the literature. For this purpose, a literature review was carried out on gastronomy-themed studies with the keyword geographical indication in the tourism magazines scanned in DergiPark for the last five years. In the light of research, 20 studies; The cases of "publication year", "number of authors", "research method", "journal tag", "institutional distribution", "number with keywords" and "subject content" were examined. In the articles examined, attention was paid to the fact that the geographically indicated products were food consumables and whether they were geographically indicated or not. It has been confirmed from the Turkish Patent and Trademark Agency website created by the Ministry of Industry and Technology. In this context, it is aimed to provide resources for future quantitative research and to develop studies on gastronomic products with geographical indications to be examined within the scope of gastronomy.

*Corresponding author: Kübra ÜRKÜN

E posta: kubra.urkunn@gmail.com

Suggested citation

Ürkün, K. & Karayaz, A. C. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin bibliyometrik analizi. *Review of Tourism Administration Journal*, 3 (1), 51-60.

GİRİŞ

Gelişen ve değişen günümüz değerlerinde insanların istek ve ihtiyaçlarının karşılanması doğrultusunda sonu gelmeyecek sektörlerden biri turizmdir. Turizm, bölgelerin pazarlanması ve kalkınması açısından önemli bir faktördür. Bölgelerin pazarlanmasında turizm faaliyetlerinin planlaması için gerekli tanıtım ve reklam aşamalarında yeme içme kültürünün önemli etken olduğu bilinmektedir. Bu kültür zamanla “iyi yemek yeme” anlayışıyla “gastronomi” adını almıştır. Bu adı almasının ardından gastronomi ve turizm kavramları birleşmiş ve “gastronomi turizmi” kavramı ortaya çıkmıştır. Gastronomi turizmi, hızla önem kazanarak bu bölgelerin önemli çekicilik unsurlarından birini oluşturmuştur (Kurnaz vd., 2015: 33). Çalışma kapsamında gastronomi turizmi çerçevesinde sahip olunan yöresel ürünlerin korunmasında Coğrafi İşaret Sistemi'nin kullanıldığı görülmektedir.

Coğrafi işarete sahip yöresel ürünlere karşı talebin artmasıyla ürünün doğduğu destinasyonda; ürünler için seyahat ederek bölgeye gelen ziyaretçiler sayesinde bölgenin tanıtılması, bölgeye ait diğer ürünlerinin tanıtılması ve destinasyonun tüm paydaşlar açısından sürdürülebilirliğinin sağlanması coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon açısından önemini gösterdiği yadsınamaz bir gerçektir (Çolakoğlu & İlban, 2019: 486).

Gastronomi ve Turizm İlişkisi

Gastronomi, Yunanca gastri (mide) ve nomos (yasa, kural) kavramlarının bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Bu kavram karşımıza ilk olarak Fransız J. A. Brillant-Savarin'in (1755-1826) “La Physiologie Dugout” eserinde, Fransız mutfağında burjuvaziye yemeklerini hassasiyet ve beklentiyle seçme olanağı sağlamakla birlikte tat, beslenme, sindirim ve gurme olma konularında görüşlerini aktarmasıyla çıkmaktadır (Sarışık & Özbay, 2015: 264). Gastronomi birçok dalla ilişkilendirilebilir nitelik taşıması sebebiyle fazlaca tanım ile yüz yüze gelmekteyiz. Kivela & Crotts'a (2006: 54) göre “yemek pişirmek ve iyi yemek yeme sanatı”; Erdoğan & Özdemir'e (2018: 250) göre “destinasyonun sahip olduğu yöresel turistik ürünlerin çoğaltılması ve çeşitlendirmek”; Hazarhun & Tepeci'ye (2018: 372) göre de “turistlerin belli bir destinasyona özgü yiyecek ve içecekleri tatma, yapımında bulunma ya da gözlemleme” şeklinde tanımlanmaktadır.

Turizm sektörünün her geçen gün gelişen önemi, insanların bu sektöre olan düşüncelerini daha olumlu kılmaktadır. Bu olumlu düşünceler farklı turizm çeşitlerine olan ilgiyi arttırmanın yanı sıra, özellikle gastronomi turizmine olan ilgiyi arttırmıştır. Gastronomi turizmi, turistlerin damağa hoş gelen tatlar deneyimleme ya da yeni tatları keşfetme amacıyla yaptıkları turistik arayışlar olarak ifade edilebilmektedir (Örgün vd., 2020: 622). Gastronomi turizmine olan bu ilgi turizm pazarlamacılarının dikkatini çekmiş ve benzer ürünlerin farklı destinasyonlarda pazarlanmasını sağlamıştır. Fakat oluşan yüksek ekonomik talep ürünlerin destinasyonlarca sahiplenilmesine neden olmaktadır. Bu sahiplenilme destinasyonlar arasındaki rekabeti arttırmıştır.

Turizm pazarında oluşan ürünlerin birbirlerinden ayrılması gerekmektedir. Zira bu ayırım ürünün gerçek sahibi olan destinasyonun, ekonomik anlamda kazanım sağlayabilmesi için önem arz etmektedir. Bu ayırımı coğrafi işaret kavramı sağlayabilmektedir.

Coğrafi işaret, destinasyonların sahip olduğu kendilerine has özellikleri barındıran varlıkların, artan rekabet koşulları göz önüne alındığında sahiplenilmesi ve bölgenin imajının, bilinirliğinin ya da ekonomik anlamda kalkınmasının sağlanması için yapılan bir etiketleme sistemidir (Işın & Yalçın, 2020: 2515).

Bu araştırmada Körfez bölgesi şehirlerinin coğrafi işaretli gastronomik ürünleriyle ilgili bibliyometrik

bir analiz yürütülmüştür. Bu amaçla son beş DergiPark'ta taranan turizm dergilerinde yer alan *coğrafi işaret* anahtar kelimesi geçen gastronomi temalı çalışmalara ilişkin tarama gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde sonuç ve öneriler geliştirilmiştir.

Gastronomide Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yeri

Gastronomi turizmi kapsamında bölgeye ait yöresel yiyecek ve içeceklerin coğrafi işaret etiketi almasıyla hem ekonomik getiri sağlaması hem de destinasyon imajını olumlu etkilemesi bu ürünleri önemli bir noktaya taşımaktadır. Destinasyonların sahip oldukları kültürel miraslarından gastronomik ürünlerinin korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması "coğrafi işaret" etiketi uygulamasının önemini ortaya koymaktadır (Dülgaroğlu & Avcı Kurt, 2021: 241). Coğrafi işaret, buldukları bölgedeki üreticileri ve tüketicileri korumak, yörede üretilen ürünün çalınmasını önlemek amacıyla yapılan sistemdir. Bu sistem ilk olarak 1992 yılında Fransa ve emsal ülkelerin sahip oldukları ürünleri korumak adına uyguladıkları "Koruma Modülü" olarak gözlemlenmektedir. Ancak sonralarda uluslararası platformda yayılmasıyla "Coğrafi İşaret Sistemi" olarak değişmiştir (Saatçı, 2019: 359).

BULGULAR

Bu çalışmada gastronomi turizmi kapsamında son 5 yıl içerisinde DergiPark'da taranan 11 Dergi irdelenerek "*coğrafi işaret*" anahtar kelimesi taranmıştır. Bu tarama sonucunda ulaşılan 20 makaleye ilişkin içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İlgili yayınlara yönelik;

Yazar sayısı

Anahtar kelimeleri ve sayısı

Kurum dağılımı

Yayın yılı

Yayınlandığı dergi

Nitel-nicel-karma yöntem durumu

Konu içeriği

Durumları incelenmiştir. Bu doğrultuda coğrafi işaret konusuna ilişkin son 5 yıl içerisinde akademisyenlerin çalışma alanlarına yönelik fikir sunulması ve literatürde boşluğu bulunan potansiyel çalışma alanlarının tespit edilmesi sağlanacaktır. Yapılan taramalar sonucunda konuyla ilgili elde edilen bulgular aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

Tablo 1. Yazar Sayısı Analizi

Makale Kodu	Yazar Sayısı		
		n	%
M1, M2, M3, M4, M10, M11, M13, M15, M16, M17, M18, M19, M20	2 Yazar ile Düzenlenmiş	13	%65
M5, M6, M7, M8, M9, M12,	1 Yazar ile Düzenlenmiş	6	%30
M14	3 Yazar ile Düzenlenmiş	1	%5

Tablo 1'de son 5 yılda "coğrafi işaret" anahtar kelimesiyle yapılan çalışmaların yazar sayıları görülmektedir. Buna göre ilgili çalışmaların %65'i (13 adet) 2 yazar ile, %30'u (6 adet) tek yazar ile %5'inin ise (1 adet) 3 yazar yapıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Yayın Yılı Analizi

Makale Kodu	Yayın Yılı		
		n	%
M2, M3, M4, M8, M9, M10, M14, M15, M16, M19	2021 Yılında Yayınlanmış	10	%50
M1, M5, M6, M7, M12, M13, M17, M18, M20	2020 Yılında Yayınlanmış	9	%45
M11	2017 Yılında Yayınlanmış	1	%5

Tablo 2’te çalışmanın yıllara göre dağılımı incelendiğinde %50’sinin (10 adet) 2021 yılında, %45’inin (9 adet) 2020 yılında ve %5’inin (1 adet) 2017 yılında yapıldığı görülmektedir.

Tablo 3. Dergi Künyesi Analizi

Makale Kodu	Dergi Künyesi		
		n	%
M1, M3, M4, M10, M16, M19	Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research	6	%30
M11, M12, M15	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	3	%15
M5, M6	Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi	2	%10
M7, M8	Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi	2	%10
M9	Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1	%5
M13	Alanya Akademik Bakış Dergisi	1	%5
M14	Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi	1	%5
M17	Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi	1	%5
M18	Aydın Gastronomy	1	%5
M2	Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	%5
M20	Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi	1	%5

Tablo 3’te yapılan çalışmaların yayımlandığı dergiler incelendiğinde, 11 farklı dergi de toplam 20 çalışma görülmektedir. Bu çalışmalardan %30’u (6 adet) “Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research” dergisinde, %15’i (3 adet) “Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi’nde”, %10’u (2 adet) “Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi’nde”, %10’u (2 adet) “Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi’nde”, geriye kalan 7 çalışma 1’er tane olmak üzere “Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi”, “Alanya Akademik Bakış Dergisi”, “Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi”, “Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi”, “Aydın Gastronomy”, “Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi” ve “Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi” şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 4. Araştırma Yöntemi Analizi

Makale Kodu	Araştırma Yöntemi		
		n	%
M1, M5, M9, M14, M18	Yarı Yapılandırılmış Görüşme	5	%22,72
M7, M8, M13, M16, M19	Doküman Analizi	5	%22,72
M3, M4, M11, M17	Derleme	4	%18,18
M6, M15, M20	İçerik Analizi	3	%13,63
M12, M19	Literatür Tarama	2	%9,09
M2	Odak Grup Görüşmesi	1	%4,54
M13	Kişisel Görüşme Tekniği	1	%4,54
M10	Kolayda Örneklem Tekniği	1	%4,54

Tablo 4'te yapılan çalışmaların 8 farklı araştırma yöntemi kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında araştırmacıların %22,72'si (5 adet) "Yarı Yapılandırılmış Görüşme", %22,72'si (5 adet) "Doküman Analizi", %18,18'i (4 adet) "Derleme", %13,63'ü (3 adet) "İçerik Analizi", %9,09'u (2 adet) "Literatür Tarama", %5'i (1 adet) "Odak Grup Görüşmesi", %5'i (1 adet) "Kişisel Görüşme Tekniği" ve %5'i (1 adet) "Kolayda Örneklem" tekniklerini kullandıkları gözlemlenmektedir.

Tablo 5. İçerik Analizi

M1	Coğrafi işaret kavramı, görece dondurması üretimi, tüketimi, satış ve coğrafi işaret olarak değerlendirilmesi aşamaları ele alınmıştır.
M2	Coğrafi işaret tescilli gastronomi ürünlerinin sürdürülebilir turizm için öneminin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.
M3	Sürdürülebilir gastronomi turizmi, coğrafi işaretli melengüçceği tatlısının sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından incelenmesi ve geliştirilmesi için çalışmalar yapmak hedeflenmiştir.
M4	Coğrafi işaret kavramı, Kapadokya Bölgesi'nin gastronomi turizmi açısından gerektiği değeri görmediği ve bu bağlamda tescilli ürünlerin belirlenip turizme kazandırılması hedeflenmektedir.
M5	Coğrafi işaret kavramı Sivas yöresine ait tescilli ürünlerin üretimi, geliştirilmesi ve orijinalliğinin benimsenmesi incelenmiştir.
M6	Edirne iline özgü TripAdvisor uygulamasında yer alan Edirne Tava Ciğeri üretimi yapan yiyecek-içecek işletmelerine yapılan değerlendirmelerden yola çıkılarak bu gastronomik ürünün durumunun analizi yapılmıştır.
M7	KOP Bölgesi'nde (Karaman, Kırklareli, Kırşehir, Konya, Aksaray, Niğde, Nevşehir ve Yozgat) özgü olan coğrafi işaretli ürünler incelenmiştir. Bu doğrultuda öneriler ileri sürülmüştür.
M8	Kırşehir ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerden gastronomi turizmine faydası incelenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda 3 adet gastronomik ürün tespit edilmiş ve gastronomi turizmine kazandırılması için öneriler sunulmuştur.
M9	Sivas coğrafi işaretli ürünlerinden kellenin üretim, gelişim ve tüketim aşamaları ele alınıp öneminin vurgulanması amaçlanmıştır.
M10	Pazarlama karması değerleri ile tüketicilerin coğrafi işaretli ürünlere olan tutumları ve algıları incelenmiştir.
M11	Türkiye kapsamında üretilen tarhana ve bu tarhana çeşitlerinden coğrafi işaret etiketi alan ürünler incelenmiştir.
M12	Balıkesir ilinde bulunan yöresel ürünlerin incelenip gastronomi turizmi kapsamında hangilerinin kullanılabilceği ve destinasyon çekiciliği haline getirilip getirilemeyeceği araştırılmış ve öneriler sunulmuştur.
M13	Sakarya iline ait gastronomi ürünlerinin belirlenmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

M14	Kars ilindeki kültürel değerler göz önünde bulundurularak gastronomik ürünlerin öneminin belirlenmesi amaçlanmıştır.
M15	Ankara'daki yiyecek içecek işletmelerinde coğrafi işaretli ürünlere yer verilip verilmediği tespit edilmek istenmiştir.
M16	Türkiye'de üretilen ve tüketilen çorbalardan coğrafi işaret almış ya da başvuru sürecinde olanlarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır.
M17	Türkiye genelinde 10 adet coğrafi işaret almış ekmeğin tanıtılması amaçlanmaktadır.
M18	Elazığ iline ait olan Orciğin üretim ve yapım aşamasını bilimsel çerçevede değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
M19	Erzurum ilindeki 13 adet coğrafi işaretli, 12 adet başvuru sürecinde olan ürünleri ele alınıp gastronomi turizmi için değerlendirilebilmesi adına paydaşlarla öneriler geliştirilmiştir.
M20	Coğrafi işaretli ürünlerin şehir pazarlaması kapsamında yararlanması amaçlanmıştır.

Tablo 5 incelendiğinde çalışmaların içerikleri bakımında farklı görüşler barındırdığı görülmektedir. Genel kapsamda gastronomi, turizm ve sürdürülebilirliğin hedeflendiği bu araştırmalar buldukları destinasyon açısından oldukça önem arz etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada 2017-2022 yılları arasında DergiPark platformunda “coğrafi işaret” ve “gastronomi” anahtar kelimeleri kullanılarak yayınlanan araştırmalar incelenmiştir. Dergilerin incelemesi turizm, konaklama, otelcilik ve gastronomi alanlarında yayınlanan araştırma makaleleri ve derlemeler taranarak yapılmıştır. İncelemeler doğrultusunda 35 araştırmacı tarafından 20 araştırma tespit edilmiştir. Bu çalışmaların %95'i nitel araştırma yöntemlerinden faydalanırken, %5'i nicel araştırma yöntemini kullanmıştır. Çalışmaların 11 farklı dergide yayınlandığı ve bu dergilerden “Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research” dergisinin %30'la en çok tercih edilen dergi olduğu görülmektedir. 1,2 ve 3 yazarlı çalışmalar arasında %65'inin 2 yazarlı çalışmalar olduğu görülmüştür. Coğrafi işaret kavramının DergiPark'ta taranmasıyla en çok yayın yapılan yıl 2021 olarak tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların içerikleri incelendiğinde araştırmacıların genel olarak belli bir destinasyonu ve destinasyona ait coğrafi işaretli ürünü tanıtmak, turizmde gastronomik değerlerin önemini vurgulamak, coğrafi işaret sistemini tanıtmak ya da anlaşılır olmasını kolaylaştırmak için çalışmalar yaptığı görülmektedir. Alan yazında yer alan incelemeler sayısal verilere dönüştürülerek hesaplanmış ve yüzde analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgular tablolar aracılığıyla aktarılmaya çalışılmış ve bu incelemeler doğrultusunda sonuçlar çıkarılarak araştırmacılara yeni fikirler sağlayabilecek öneriler aşağıda gösterilmektedir.

- Bölgelere özgü gastronomik ürünlerin çalınmaması ve tanıtılması açısından paydaşlar bir araya getirilerek bu ürünleri belirlemeli ve coğrafi işaret alması için çalışmalar yapmalı,
- Teknolojik çağ içinde bulunduğumuz göze alınırsa dizi, film ve sosyal platformlarda ürün yerleştirme olarak bu gibi ürünlere yer verilmesi sağlanabilir,
- Yörelere ürüne sahip çıkmaları kapsamında halk bilinçlendirilebilir ve büyük ölçekli festivaller düzenlenerek coğrafi işaret alabilecek nitelikteki ürünler tanıtılabilir.
- Gelecek çalışmalarda araştırmacılarda yıl aralığı uzun tutularak ve TR Dizin ULAKBİM kapsamında taranan dergilerin incelenmesi, çalışma bütünlüğü açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Yılmaz, E., & Çilingir, Z. (2021). Turizm İşletme Belgeli Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yer Alma Düzeyi: Ankara İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 384-405.
- Akay, E. (2021). Kırşehir İlinin Coğrafi İşaret Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 147-159.
- Aslan, B., & Çekal, N. (2017). Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.
- Baran, Z., & Karaca, Ş. (2021). Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 253-263.
- Brillant-Savarin, J. A. (1994). *The Physiology of Taste* (Cilt 1). (A. Drayton, Çev.) London: Penguin Classics.
- Cebeci, H., & Şen, M. A. (2020). Coğrafi İşaret Tescilli Soğuk Bir Lezzet: Görele Dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 199-216.
- Crotts, J., & Kivela, J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourist Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 54-77.
- Çerkez, M., Erden, A. E., & Kızıldemir, Ö. (2021). Tarihi ve Kültürel Özellikleri İle Kars'taki Turizm Faaliyetlerinde Gastronomik Unsurların Önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 50(1), 43-63.
- Çolakoğlu, F., & İlban, M. O. (2019). Turistlerin Yöresel Yiyecek Beğenilerinin Davranışsal Niyetlere Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 484-498.
- Denk, E., & Bilici, N. S. (2021). Erzurum İlinin Coğrafi İşaret (CI) Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Dülgeroğlu, O., & Avcıkurt, C. (2021, Ekim 15-16-17). Turizm Alanında Yayınlanmış Olan Kültürel Miras Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *21. Ulusal Turizm Kongresi*, s. 240-253.
- Erdoğan, S., & Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu'nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Eren, F. Y., & Sezgin, A. C. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of tourism research institute*, 2(1), 61-78.
- Güler, O., & Öztürk, M. (2021). Pazarlama Karmasından Hareketle Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Mersin Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 279-301.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek. 1), 371-389.
- İbiş, S. (2020). Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Tespiti ve Geliştirilmesi Kapsamında Balıkesir'in Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 87-104.
- Işın, A., & Yalçın, E. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522.
- Kendir, H. (2020). Gastronomik Lezzetlere Yönelik Çevrimiçi Turist Deneyimlerinin İncelenmesi: Edirne Tava Ciğeri Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 408-423.
- Korkmaz, U. (2020). Kop Bölgesi Coğrafi İşaretlerinin İncelenmesi ve Öneriler. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 36-53.

- Kök, A., & Güngör, A. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Akçakoca-Melengüceği Tatlısı Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Köşker, H., & Özbey, Z. (2021). Türk Mutfak Kültüründe Çorba Ve Coğrafi İşaretli Çorbalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), 417-489.
- Kurnaz, A., Özgürel, G., & Akyurt Kurnaz, H. (2015). Kırsal Turizmde Yöresel Ürünlerin Kullanımı Açısından Yol Üstü İşletmelerin Değerlendirilmesi: Marmaris Osmaniye Kırsalındaki Kahvaltı Durakları. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(1), 32-36.
- Örgün, E., Solunoğlu, S., & Solunoğlu, A. (2020). Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 622-632.
- Rinaldi, C. (2017). Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability*, 9(10), 1-25.
- Saatçı, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Sarıpek, S., & Çevik, S. (2020). Oraların Nesi Meşhur: Şehir Pazarlamasında Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 4908-4938.
- Sarışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Savaşkan, Y., & Kingır, S. (2020). Sakarya İli Gastronomik Unsurlarının Coğrafi İşaret Kapsamında Değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3), 939-961.
- Şen, M. A., & Ekinci, E. (2020). Türkiye’de Üretilen Coğrafi İşaret İle Tescillenmiş Ekmek Çeşitleri Üzerine Bir Nitel Araştırma. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-41.
- Şimşek, A. (2020). Coğrafi İşaretli Yöresel Ürünlerin İncelenmesi: Sivas Mutfağı Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 317-327.
- Şimşek, A. (2021). Gastronomik Miras: Kelle Sivas. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 173-186.
- Şimşek, A., & Güleç, E. (2020). Coğrafi İşaretli Gastronomik Bir Ürün: Elâzığ Orciği. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81.