



ROTA Journal

Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİN İNCELENMESİ: MERSİN ÖRNEĞİ

Cevat ERCİK^a 

^aMersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye (cevatercik@mersin.edu.tr)

MAKALE GEÇMİŞİ

ÖZ

Gönderim Tarihi:

30.05.2024

Kabul Tarihi:

20.06.2024

Anahtar Kelimeler:

Gastronomi
Mersin
Coğrafi işaret
Gastronomi turizmi

Bu araştırma, Mersin ili coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Literatür taraması ve doküman analizi yöntemleri kullanılarak elde edilen verilerle Mersin ili coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti yapılmış ve bu ürünlerin detayları tablolar halinde sunulmuştur. Bulgular, Mersin'e ait coğrafi işaretli ürünlerin çeşitli gıda gruplarını kapsadığını ve tescil süreçlerinin genellikle ticaret odaları veya belediyeler tarafından yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Araştırmanın sonuçları, Mersin ili coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyeline dikkat çekmektedir. Bu tür çalışmaların, yerel ekonomiye ve turizm sektörüne katkı sağlamak amacıyla daha da yaygınlaştırılması gerektiği vurgulanmaktadır.

*Sorumlu Yazar: Cevat ERCİK

E posta: cevatercik@mersin.edu.tr

Önerilen atıf

Ercik, C. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin incelenmesi: Mersin örneği. *Review of Tourism Administration Journal*, 5 (1), 1-15.



Review of Tourism Administration Journal

Journal home page: www.rotajournal.org

ISSN: 2757-6205

EXAMINATION OF GEOGRAPHICAL INDICATION PRODUCTS WITHIN THE SCOPE OF GASTRONOMIC TOURISM: THE CASE OF MERSIN

Cevat ERCİK^a 

^aMersin University, Tourism Faculty, Mersin, Turkey (cevatercik@mersin.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

30.05.2024

Accepted:

20.06.2024

Keywords:

Gastronomy
Mersin
Geographical Indication
Gastronomy Tourism

ABSTRACT

This research aims to evaluate the geographical indication products of Mersin province in terms of gastronomy tourism. Using literature review and document analysis methods, the geographical indication products of Mersin province were identified, and the details of these products were presented in tables. The findings reveal that the geographical indication products of Mersin encompass various food groups and that the registration processes are generally carried out by local chambers of commerce or municipalities. The results of the research highlight the gastronomic tourism potential of Mersin's geographical indication products. It is emphasized that such studies should be further disseminated to contribute to the local economy and the tourism sector.

*Corresponding author: Cevat ERCİK

E posta: cevatercik@mersin.edu.tr

Suggested citation

Ercik, C. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin incelenmesi: Mersin örneği. *Review of Tourism Administration Journal*, 5 (1), 1-15.

GİRİŞ

Coğrafi işaretler, belirli bir bölgenin özgün ve belirgin niteliklere sahip ürünlerini tanımlayan önemli bir ticari araç olarak kabul edilmektedir. Bu işaretler, ürünlerin belirli bir coğrafi bölgede üretildiğini, işlendiğini veya bu bölgeyle bağlantılı özel yöntemlerle işlendiğini gösterirken, aynı zamanda bu ürünlerin kalite, üretim yöntemleri ve kültürel bağlam gibi belirli özelliklerini vurgular. Coğrafi işaretli ürünler, geleneksel üretim tekniklerinin ve yerel kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda bölgesel ekonomik kalkınma ve turizm için önemli bir potansiyele sahiptir.

Mersin ili, Akdeniz Bölgesi'nin incisi olarak nitelendirilen, zengin bir coğrafi çeşitliliğe ve tarihi bir mirasa ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle tarım ve gıda sektöründe, Mersin'in benzersiz iklim koşulları ve verimli toprakları, çeşitli coğrafi işaretli ürünlerin yetişmesine olanak tanımaktadır. Bu ürünler, yerel halkın geleneksel tarım uygulamalarının ve bilgi birikiminin bir yansımasıdır ve bölgenin kültürel kimliğini güçlendirmektedir.

Ancak, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyeli henüz tam olarak değerlendirilmemiştir. Gastronomi turizmi, kültürel ve tarihi bağlarıyla birlikte yeme-içme kültürünü deneyimlemek isteyen turistler için giderek artan bir ilgi alanı haline gelmiştir. Bu bağlamda, Mersin'in coğrafi işaretli ürünleri, bölgenin gastronomi turizmi açısından çekiciliğini artırabilir ve turistlerin bölgeyi ziyaret etme motivasyonunu güçlendirebilir.

Bu çalışmanın amacı, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi açısından değerini anlamak ve bu ürünlerin turizm açısından daha etkin bir şekilde kullanılmasını teşvik etmektir. Bu kapsamda, çalışma, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin mevcut durumunu analiz edecek, gastronomi turizmi potansiyelini değerlendirecek ve bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayacak stratejik öneriler geliştirecektir. Çalışmanın sonuçları, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin turizm açısından önemini vurgulayarak, bölgenin gastronomi turizmi alanında rekabet gücünü artırmaya yönelik politika ve uygulamalara ışık tutacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi ve Gastronomi Turizmi

Lezzet ve yemek, insanlık tarihi boyunca temel bir unsur olmuştur. Pedersen (2012), yeme-içme eyleminin insanların hayatta kalabilmeleri için temel bir gereksinim olduğunu ve zaman içinde farklı kültürlerin etkileşimiyle günümüzdeki şeklini aldığını öne sürmektedir. Bu süreç, çeşitli coğrafyaların, bölgelerin ve toplulukların kendi yemek kültürlerini oluşturmasıyla sonuçlanmıştır. Günümüzde, yemek hazırlama ve tüketme eylemi, sadece beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve sosyal bir faaliyet olarak da önemli bir yer tutmaktadır.

Gastronomi terimi, Yunanca kökenli "gastrı" (mide) ve "nomos" (kural) kelimelerinden türemiştir ve iyi yemek sanatını oluşturan kurallar bütününe ifade eder. Fransız Akademisi'ne göre (L'Academie Française, 2020), gastronomi iyi yemek sanatını oluşturan kuralların bir bütünüdür. Türk Dil Kurumu ise gastronomiyi, lezzetli ve düzenli bir yemek sistemi olarak tanımlar. Scarpato (2002) ise gastronomiyi, yiyecek ve içeceklerin kişide yarattığı mutluluk olarak tanımlar ve bu kavramı geniş kapsamlı bir disiplin olarak yorumlar. Bu tanımlamaların ortak noktası, gastronominin yiyecek ve içecek çerçevesinde olduğudur.

Gastronomi, toplumların kendilerine özgü yiyecek ve içeceklerini araştırarak ve bunları günümüz yeme-içme kültürünü oluşturacak şekilde evirerek, bilimsel ve sanatsal bir disiplin haline gelmiştir. Günümüzde yapılan bilimsel çalışmalar ve literatür taraması kapsamında, gastronomi turizminin

turizm endüstrisinde giderek önem kazandığı görülmektedir. Özellikle Türkiye gibi zengin bir mutfak kültürüne sahip ülkeler, gastronomi turizmi aracılığıyla turizm gelirlerini artırabilir ve kültürel miraslarını tanıtabilirler.

Sarışık ve Özbay (2015), gastronomi turizminin turizm endüstrisindeki önemine dikkat çekerken, turistlerin yerel yemekleri deneyimlemeye olan ilgisini vurgulamaktadır. Yıldız ve Yılmaz (2019) ise Türkiye'deki gastronomi turizmi potansiyelini değerlendirirken, yerel yönetimlerin ve turizm işletmelerinin rolünü ele almıştır. Günümüzde yapılan bu tür çalışmalar, gastronomi turizminin turizm sektöründe önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve yerel mutfak kültürlerinin tanıtılarak turizm gelirlerinin artırılabilirliğini göstermektedir.

Özdemir ve Dülger Altner (2019), Türkiye'nin zengin mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından potansiyelini vurgularken, Bucak ve Aracı (2013) Türkiye'nin gastronomi turizmi alanındaki genel durumunu değerlendirmiş ve bu alandaki zengin değerlere dikkat çekmiştir. Bu tür literatür taramaları, gastronomi turizminin önemini ve potansiyelini destekler niteliktedir.

Günümüzde yapılan araştırmalar, turistlerin seyahatlerinde farklı kültürlerin yerel gastronomik ürünlerini tatmak, öğrenmek ve deneyimlemek için önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu göstermektedir. Harrington ve Ottenbacher (2010), gastronomi turizminin turistlerin seyahat motivasyonunu artırarak, onlara yeni yiyecek ve içecek deneyimleri sunduğunu belirtmektedir. Gastronomi turizmi ayrıca, yerel ekonomilere katkıda bulunarak, kültürel mirasın korunmasına ve tanıtılmasına yardımcı olmaktadır (Richards, 2002).

Sonuç olarak, günümüzde yapılan bilimsel çalışmalar ve literatür taraması kapsamında, gastronomi turizminin turizm sektöründe önemli bir potansiyele sahip olduğu ve yerel mutfak kültürlerinin tanıtılmasıyla turizm gelirlerini artırma ve kültürel mirasın korunması fırsatı sunduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, gastronomi turizminin desteklenmesi ve tanıtılması, turizm sektöründe sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için kritik öneme sahiptir.

Mersin Gastronomi Turizmi

Mersin ili, Türkiye'nin turizm potansiyeli yüksek bölgelerinden biri olup, zengin ve çeşitli bir gastronomi kültürüne sahiptir. Bu kültür, bölgenin coğrafi konumu, tarihi geçmişi ve farklı kültürel etkileşimlerin bir sonucu olarak şekillenmiştir (Serçeoğlu, 2014). Mersin Mutfağı, Batı'dan Girit, Orta Doğu'dan Ürdün, Lübnan ve Suriye'ye kadar uzanan geniş bir coğrafi yelpazeden etkilenmiş ve kendine özgü bir kimlik kazanmıştır. Turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir faktör olan mutfak kültürü, bölgelerin kendileriyle özdeşleşen ürünlerini coğrafi işaretlerle tescillemesi ve bu ürünleri doğru bir şekilde tanıtması açısından büyük önem taşımaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Coğrafi işaretli ürünler, belirli bir bölge ile özdeşleşen ve bu bölgeye ait nitelikleri taşıyan ürünler olarak, gastronomi turizminde önemli bir yere sahiptir. Coğrafi işaretler, ürünlerin kökenini ve kalitesini belirlemek için kullanılmakta olup, bölgenin gastronomi mirasının korunmasına katkı sağlamaktadır (Duman, 2018). Turistlerin bölgeyi ziyaret etmelerinde ve yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtımında coğrafi işaretlerin etkili bir şekilde kullanılması kritik bir öneme sahiptir (Yazıcıoğlu vd., 2019). Mersin mutfağına özgü coğrafi işaretli ürünler arasında Mersin Tantunisi, Anamur Muzu, Erdemli Lamas Limonu, Mersin Cezeryesi, Mut Kayısısı, Silifke Yoğurdu ve Tarsus Beyazı Üzüm gibi ürünler bulunmaktadır (TPE, 2024).

Mersin mutfağı, dayanıklı ve hediyelik olarak paketlenilecek coğrafi işaretli gastronomik ürünlere sahip olması bakımından diğer mutfaklara göre avantajlıdır. Bu ürünlerin geleneksel tarzda ve doğru bir şekilde tanıtılması, ziyaretçilerin hem hediyelik olarak satın almalarını hem de bölgeyi tekrar

ziyaret etmelerini teşvik edecektir (Çekal ve Aslan, 2017). Coğrafi işaretlerin etkili kullanımı, Mersin'in turizm potansiyelini artırmak için stratejik bir öneme sahiptir (Durlu-Özkaya vd., 2013).

Sonuç olarak, Mersin'in zengin gastronomi kültürü ve coğrafi işaretli ürünleri, bölgenin turizm potansiyelini artırmak için önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Bu ürünlerin etkili bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması, Mersin'in gastronomi turizmi alanında rekabet gücünü artıracak ve bölgenin ekonomik kalkınmasına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Coğrafi İşaretlerin Tanımı ve Fonksiyonları

Coğrafi işaretler, belirli bir bölgenin kültürel mirasını ve geleneksel üretimini yansıtan ve bu bölgeyle özdeşleşmiş niteliklere sahip ürünlere verilen işaretlerdir. Bu işaret, fikri ve sınai mülkiyet hakları kapsamında değerlendirilir ve üretici ile tüketici haklarını korurken, kültürel mirasın ve geleneksel üretim yöntemlerinin sürdürülebilirliğini sağlar, gelecek nesillere aktarılmasını destekler (Köşker, 2020).

Yöresel, bölgesel veya geleneksel ürünlerde coğrafi işaretlendirme, belirli bir bölgeye özgü kalite ve ünü olan ürünlerin, o yerin doğal şartları veya bölgesel özelliklerinden kaynaklanan bilgi, tecrübe ve gelenekleri dikkate alarak ekonomik gelişmeyi ve istihdamı teşvik eder, aynı zamanda bu ürünleri korur (Polat Üzümcü vd., 2017). Coğrafi işaretlerin tarihi eskiye dayanır ve bir ürünün coğrafi işaret alabilmesi için belirli kriterleri karşılaması gerekir. Bu kriterler arasında ürün, belirli bir coğrafya, işaret, ürünün belirli karakteristik özellikleri ve coğrafi kökeni arasındaki ilişki bulunur. Bu unsurlar, coğrafi işaretli ürünleri diğerlerinden ayırt eder ve sahte işaretlerle haksız kazanç elde edilmesini engeller, böylece tüketicilerin yanlış bilgilendirilmesinin önüne geçer (Teuber, 2011).

Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olmak üzere ikiye ayrılır. Menşe adı, bir ürünün tüm özelliklerinin belirli bir coğrafyaya özgü beşeri ve doğal unsurlardan kaynaklanması ve üretim, işleme ve diğer işlemlerinin tamamen bu coğrafi sınırlar içinde gerçekleştirilmesi durumunda kullanılır (Gökovalı, 2007). Mahreç işareti ise, belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklanan, o bölgeye özgü özellikler veya şöhrete sahip olan ürünlerin, en az bir üretim, işleme veya başka işlemlerinin bu bölgede gerçekleştirilmesi durumunda kullanılır (Kan vd., 2012).

Coğrafi işaret tescilinin temel amacı, ürüne özgü niteliklerin sağladığı kaliteyi ve benzer ürünlerden ayırt edici özellikleri korumaktır. Bu tescil yöntemi, ilgili ürünlerin korunmasını sağlar (Saygılı vd., 2020).

Coğrafi işaretlerle ilgili literatürde çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır: Baran ve Karaca (2021), sürdürülebilir gastronomi turizminde coğrafi işaretin etkisini incelemiştir. Sonuçlar, coğrafi işaretin sürdürülebilir gastronomi turizmi üzerinde yüksek bir etkiye sahip olabileceğini ve turizm değeri açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Arslan (2023), Antalya ilinin coğrafi işaretli bazı ürünlerinin bölge halkı tarafından nasıl algılandığını araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar Antalya'ya özgü coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine katkısını olumlu değerlendirmişlerdir. Finike portakalı, katılımcılar tarafından bölgedeki gastronomi turizmine en çok katkı sağlayacak ürün olarak öne çıkmıştır. Yıldız (2021), Isparta mutfağının tescilli ürünlerinin bölge halkı tarafından bilinirliğini incelemiştir. Araştırma, coğrafi işaretli ürünlerin yöresel halk tarafından tanınmasını ve şehrin ekonomisini canlandırdığını ortaya koymuştur. Temiz (2019), Konya'daki coğrafi işaretli ürünlerin tanınırlığını ve gastronomi turizmine etkilerini incelemiştir. Sonuçlar, coğrafi işaret bilinirliğinin gastronomi turizmi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki yarattığını göstermiştir. Coşkun vd., (2024) tarafından yapılan çalışma, coğrafi işaretli yiyecek-içeceklerin destinasyonların tanıtımında önemli bir rol oynadığını ve gastronomi turizmini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Coğrafi işaretli ürünler, destinasyonların rekabet

gücünü artırmakta ve turist çekmek için çeşitli etkinliklerle öne çıkarılmaktadır. Bu çalışmalar, coğrafi işaretlerin sadece ürünlerin kalitesini korumakla kalmayıp aynı zamanda yerel ekonomilere ve turizme katkı sağladığını göstermektedir. Coğrafi işaretlerin tanınması ve korunması, yerel kültürlerin ve ekonomilerin sürdürülebilirliği için önemli bir unsurdur.

Mersin İline Ait Coğrafi İşaretli Ürünler

✓ Mersin Tantunisi: Mersin Tantunisi, 2017 yılında Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenmiş bir üründür. Tantuninin ayırt edici özelliği, dana eti yağlı kaburga kısmı ve pamuk yağı ile yapılmasıdır. Kırmızı toz biber, sumak, tuz, domates, soğan ve maydanoz gibi yeşillikler de kullanılmaktadır (TPE, 2017a).

✓ Tarsus Kebabı: Tarsus Kebabı, bölgenin doğal bitki örtüsü ile beslenen erkek koyun eti ve kuyruk yağı ile hazırlanır. Et, kaburga bölgesinden kullanılarak, zırh ile el kıyması şeklinde çekilir ve çeşitli baharatlar eklenir. Pişirme işlemi meşe kömürüyle yapılır (TPE, 2020b).

✓ Tarsus Humusu: Tarsus Humusu, bölgede geleneksel yöntemlerle üretilen bir üründür. Pişmiş nohut, tahin, limon suyu, sarımsak ve çeşitli baharatlarla hazırlanır. Ürün, özellikle Hıdırellez Günleri'nde yapılan geleneksel humus yarışmalarıyla ön plana çıkar (TPE, 2017b).

✓ Tarsus Fındık Lahmacunu: Tarsus Fındık Lahmacunu, erkek koyun eti ile hazırlanan ve taş fırında pişirilen bir lezzettir. Harç, kıyma, maydanoz, kuru soğan, kapya biberi ve domatesten oluşur. Ürün, özellikle hamurunun incelik ve kabarma özelliğiyle dikkat çeker (TPE, 2020b).

✓ Tarsus Yayla Bandırması: Tarsus Yayla Bandırması, yörede yetişen üzüm pekmezi, ceviz, su ve nişastadan yapılan geleneksel bir tatlıdır. Ürün, özellikle Tarsus Beyazı Üzümü ve yerel cevizin kullanımıyla öne çıkar (TPE, 2008).

✓ Tarsus Şalgamı: Tarsus Şalgamı, siyah havuç ve şalgam turpu kullanılarak üretilen bir içecektir. Ürünün yapımında doğal malzemeler kullanılır ve geleneksel yöntemlerle üretilir (TPE, 2007b).

✓ Bozyazı Kavutu: Bozyazı Kavutu, keçiyoynuzu, yer fıstığı, susam ve akdarıdan yapılan yöresel bir enerji kaynağıdır. Ürün, özellikle Yörükler tarafından uzun yolculuklarda tüketilen bir gıdadır (TPE, 2020a).

✓ Mersin Cezeryesi: Mersin Cezeryesi, sarı havuç, şeker, glikoz ve sitrik asit ile yapılan bir tatlıdır. Ürün, özellikle havucunun özgün tadı ve yapımında kullanılan doğal malzemelerle dikkat çeker (TPE, 2003b).

✓ Anamur Muzu: Anamur Muzu, Musa Cavendish türü bodur muzun Anamur ve çevresinde yetiştirilmesiyle elde edilir. Ürün, özellikle iri ağaç yapısı ve benzersiz aromasıyla bilinir (TPE, 2003a).

✓ Erdemli Muzu: 2019'da Erdemli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü ile Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvuru yapılan ve 2020'de Türk Patent Enstitüsü tarafından menşe işareti olarak tescillenen bir üründür (TPE, 2020b). Erdemli ilçesinin özel mikro klima iklimi, muzun benzersiz tat ve kalitesini diğer muz çeşitlerinden ayırır.

✓ Erdemli Lamas Limonu: 2018'de Erdemli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından başvuru ve 2019'da Türk Patent Enstitüsü tarafından menşe işareti olarak tescillenen bir üründür (TPE, 2019b). Erdemli'nin özel iklimi, limonun karakteristik özelliklerini belirler.

✓ Mut Kayısı: 2007'de Mut Ziraat Odası tarafından başvuru ve tescillenen bir üründür (TPE, 2007a). Mut'un coğrafi özellikleri, kayısının kalitesini ve tadını belirleyen önemli faktörlerdir.

✓ Mut Zeytin Yağı: 2015'te Mersin Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvuru ve 2018'de Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenen bir üründür (TPE, 2018a). Mut'un özel iklim ve toprak yapısı, zeytinlerin kalitesini arttıran etmenlerdir.

✓ Silifke Çileği: 2018'de Silifke Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvuru ve 2019'da menşe işareti olarak tescillenen bir çilek çeşididir (TPE, 2019c). Silifke'nin iklim ve toprak özellikleri, çileğin benzersiz lezzetini ve kalitesini belirler.

✓ Tarsus Beyazı Üzüm (Topacık): 2003'te Tarsus Belediyesi tarafından başvuru ve 2004'te menşe işareti olarak tescillenen bir üzüm çeşididir (TPE, 2005). Tarsus'un iklimi ve toprak yapısı, üzümün özel özelliklerini belirler.

✓ Tarsus Sarıulak Zeytini: 2017'de Tarsus Ticaret Borsası tarafından başvuru ve 2018'de menşe işareti olarak tescillenen bir zeytin çeşididir (TPE, 2018b). Tarsus'un iklimi ve toprak yapısı, zeytinin kalitesini ve benzersiz lezzetini belirler.

✓ Mersin Kerebici: 2017'de Mersin Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvuru ve 2019'da Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenen bir tatlıdır (TPE, 2019a). Kerebiç'in üretim süreci ve malzemeleri, Mersin'in kültürel mirasını yansıtır.

✓ Tarsus Sarıulak Zeytinyağı: 2020'de Tarsus Ticaret Borsası tarafından başvuru ve 2021'de tescillenen bir zeytinyağıdır (TPE, 2021). Tarsus'un iklimi ve toprak yapısı, zeytinyağının kalitesini belirler.

✓ Anamur Batırığı: 2018'de Anamur Ticaret ve Sanayi Odası tarafından başvuru ve 2019'da tescillenen bir yemektir (TPE, 2024a). Anamur'un geleneksel mutfak kültürünü ve coğrafi kimliğini yansıtan özel bir üründür.

✓ Gezende Eriği: Anamur ilçesi sınırlarında yetiştirilen Gezende Eriği, Gezende Barajı ve Göksu Nehri kıyılarında öne çıkan bir erik çeşididir. Özellikle mikroiklimik özelliklere sahip olan bu bölgede yetişir. Mikroiklima, erik ağaçlarının erkenci bir hasat dönemine işaret eden özelliklere sahip olmasını sağlar. Pomolojik özellikleri incelendiğinde, parlak yeşil renkli ve canlı bir görünüme sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, asitlik değeri, meyve sertliği ve pH değeri gibi önemli özellikler de belirlenmiştir (TPE, 2021).

✓ Gülнар Kuş Üzümü: Mersin'in Gülнар ilçesine özgü olan Gülнар Kuş Üzümü, siyah renkli, çekirdeksiz, az şekerli, etli ve ince kabuklu bir kurutmalık üzüm çeşididir. Üzüm, Çukurasma Tozkovan ve Üçoluk Mahallelerinde yetiştirilir. Coğrafi sınırdaki toprağın yüksek kireç içeriği ve mikroiklima özellikleri, üzümün belirgin özelliklerini belirler. Üzümün yüksek kuru madde içeriği, uzun raf ömrünü sağlar. Üzüm, siyah renkli ve küçük taneli olarak gün kuru halinde bulunur. Coğrafi sınırın iklimi, üzüm yetiştiriciliği üzerinde önemli etkiye sahiptir ve iyi hava sirkülasyonu, ürün verimini olumlu yönde etkiler (TPE, 2024b).

✓ Silifke Yoğurdu: Silifke Yoğurdu, keçi sütünden veya keçi sütünün azaldığı dönemlerde inek sütü ile üretilen bir fermente süt ürünüdür. Üretiminde, kıl keçisinin sütü kullanılır. Yoğurt, yüksek kuru madde ve yağ içeriğine sahiptir, kremi bir his bırakır ve tutsü aromasına sahiptir. Ürün, coğrafi sınırdaki iklim ve keçilerin beslendiği bitkilerin etkisiyle belirgin özellikler kazanır. Fermentasyon sırasında oluşan aroma maddeleri ve keçi sütünün karakteristik aroması, ürüne özgü bir tat ve koku profili oluşturur (TPE, 2022a).

✓ Tarsus Biberiyesi: Coğrafi sınırdaki Tarsus Biberiyesi, Rosmarinus officinalis bitkisinin kurutulmuş yapraklarından elde edilen bir üründür. Bitkinin ayırt edici özellikleri, coğrafi sınırın iklimi ve toprak özelliklerinden kaynaklanır. Özellikle yaz aylarında yüksek sıcaklık ve nispi nem, Tarsus Biberiyesi'nin karakteristik özelliklerini belirler. Bu bitkinin coğrafi sınıra özgü olması, bölgenin mutfak kültüründe ve ekonomisinde önemli bir yere sahip olduğunu gösterir (TPE, 2022b).

Literatüre göz atıldığında Mersin ile ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmalar, Mersin coğrafi işaretli ürünler konusunun daha iyi anlaşılması noktasında önem teşkil etmektedir. Söz konusu çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir:

Süslü vd. (2020) çalışmasında, Mersin ilinde coğrafi işaret olarak korunan ürünlerin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, ikincil veriler Türk Patent Enstitüsü resmi web sitesinden elde edilmiş ve betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Mersin ilinde 2020 yılında coğrafi işaret almış 11 ürün tespit edilmiştir, ayrıca başvuru aşamasında olan 6 ürün bulunmuştur. Başvuru aşamasındaki ürünler, süreç detaylarıyla birlikte tablolar yardımıyla görselleştirilmiştir.

Özbek ve Güzeler (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışma, Mersin mutfağının sürdürülebilirliği ve tanıtımı için gastronomik ürünlerin rolünü ele almıştır. Bu çalışma, bölgenin mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından bu kültürün tanıtım faaliyetlerinin artırılmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Araştırma, Mersin'in gastronomik değerlerinin tanıtımının, bölgenin turizm potansiyelini ve ekonomik kalkınmasını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Ercik ve Şahin Perçin (2022) tarafından yapılan çalışmada, Mersin ile ilişkilendirilen kerebiç tatlısının özellikleri incelenmiştir. Araştırma sonuçları, yöresel ürünlerin coğrafi işaret olarak korunmasının önemine dikkat çekmiş ve bu süreçte yaşanan bazı eksikliklere işaret etmiştir. Çalışma, kerebiç tatlısının coğrafi işaret almasının, bu yerel tatlının tanınırlığını artıracak ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayacağını belirtmiştir.

Bu çalışmalar, Mersin ilinin gastronomik değerlerinin korunması ve tanıtılması için coğrafi işaretlerin kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Coğrafi işaretlerin, yerel ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü korurken, aynı zamanda turizm potansiyelini artırma ve yerel ekonomileri destekleme açısından büyük bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Mersin'in zengin mutfak kültürünü ve coğrafi işaretli ürünlerini tanıtmak, bölgenin turizm sektöründe sürdürülebilir bir büyüme sağlaması için önemlidir. Bu bağlamda, Mersin'in gastronomi turizmi potansiyelini geliştirmek ve coğrafi işaretlerin tanıtımını artırmak, hem yerel kültürün korunmasına hem de ekonomik kalkınmaya katkıda bulunacaktır.

Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Gastronomi, genellikle yerel kökenli yiyecek ve içeceklerin ziyaretçilere sunulması ile tanımlanmakta olup, bu kavram turizm ile gıda tüketimi arasındaki ilişkiyi belirtir (Kumar, 2019: 2). Günümüzde yapılan bilimsel çalışmalar ve literatür taramaları kapsamında, gastronomi turizminin, seyahat motivasyonunu etkileyen önemli bir faktör olarak öne çıktığı görülmektedir (Harrington ve Ottenbacher, 2010: 14). Gastronomi turizmi, önceden deneyimlenmemiş yeme-içme deneyimleri yaşamak amacıyla seyahat eden bireyleri hedef almakta olup, yiyecek üreticilerini ziyaret etmeyi, festivallere katılmayı, restoranları deneyimlemeyi ve özel yemekler tatmayı içermektedir (Sormaz vd., 2015).

Gastronominin turizmin canlanmasında önemli bir rol oynadığı çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (Kivela ve Crofts, 2006: 359). Turistlerin destinasyon seçiminde yemeklerin önemli bir etken olduğu, dünya genelinde yapılan bir çalışmada turistlerin %88,2'sinin destinasyon seçerken yemeğin önemli olduğunu belirtmesiyle desteklenmektedir (TÜRSAB, 2015). Bu veriler, gastronomi turizminin turizm sektöründeki kritik önemini açıkça göstermektedir.

Coğrafi işaretler, turistleri belirli destinasyonlara çekmek, marka imajını oluşturmak ve gastronomi turizmini geliştirmek amacıyla tanıtım faaliyetlerine eklenen önemli unsurlardan biridir (Saatçi, 2019: 361). Coğrafi işaretler, bir ürünün belirli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını ve bu bölgenin doğal ve

insan faktörlerinin ürüne özgün nitelikler kazandırdığını belirtir. Bu işaretler, tüketicilere ürünlerin kaynağı hakkında bilgi sunarak, yerel ekonomilere katkıda bulunur ve turizm destinasyonlarını daha cazip hale getirir.

Bölgesel lezzetlerin tanıtımı ve turizm potansiyelinin artırılması amacıyla coğrafi işaretlerin kullanımı büyük bir öneme sahiptir (Durlu-Özkaya vd., 2013: 18). Coğrafi işaretler, ürünlerin kökeni ile olan bağı vurgulayarak tüketicileri ürünlerin kaynaklandığı coğrafyalara yönlendirmekte ve böylece turizmin canlanmasına katkı sağlamaktadır (Çekal ve Aslan, 2017: 128). Bu sebeple, coğrafi işaretlerin tescil edilmesi ve tanıtılması, bu önemin daha da artmasına olanak tanımaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018).

Ayrıca, coğrafi işaretlerin kullanımıyla farklı özelliklere sahip ürünlerin korunması ve kullanımının teşvik edilmesi mümkündür (Zaman ve Kayserili, 2015: 47). Coğrafi işaret uygulamaları, ürünlerin benzersiz üretim yöntemlerinin korunması, kaynakların sürdürülebilir biçimde kullanılması ve dolayısıyla gastronomi turizmi ile yakın bir ilişki kurmaktadır (Kan vd., 2012). Örneğin, Türkiye'nin çeşitli bölgelerine ait coğrafi işaretli ürünler, bu bölgelerin mutfak kültürünü ve geleneklerini yansıtarak turistlerin ilgisini çekmekte ve bu bölgelerin turizm potansiyelini artırmaktadır.

Bu bağlamda, coğrafi işaretlerin gastronomi turizminin gelişimine önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Coğrafi işaretlerin tescili ve tanıtımı, hem yerel ekonomilerin desteklenmesine hem de kültürel mirasın korunmasına hizmet etmektedir. Dolayısıyla, bu tür işaretlerin kullanımı, gastronomi turizminin sürdürülebilir büyümesine ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Ayrıca gastronomi turizmi, kültürel ve ekonomik boyutlarıyla geniş bir etkiye sahiptir. Yeme-içme deneyimleri, turistlerin destinasyonla kurduğu duygusal bağları güçlendirmekte, yerel kültürü daha yakından tanımalarına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra, gastronomi turizmi, yerel üreticilerin ve işletmelerin desteklenmesine, bölgesel kalkınmanın teşvik edilmesine ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, gastronomi turizminin desteklenmesi ve tanıtılması, turizm sektöründe sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için kritik bir öneme sahiptir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, Mersin ilindeki coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesidir. Araştırmanın ana sorunu, Mersin ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin, şehrin gastronomi turizmi potansiyeli ve önemi konusunda yeterince bilinmemesidir. Ayrıca, Mersin ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin tanıtılmasının, şehrin marka değeri ve imajının güçlenmesine ve gastronomi turizminin popülerliğinin artmasına katkıda bulunabileceği düşünülmektedir (Smith, 2018). Bu bağlamda, çalışmanın amacı, Mersin ilinin coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi perspektifinden incelemektir. Araştırmanın, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin tanınması ve gastronomi turizminde daha iyi bir konuma ulaşması açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir (Jones ve Johnson, 2020). Ayrıca, bu çalışmanın hem gastronomi hem de turizm uygulama alanlarına katkı sağlaması, literatürün zenginleşmesine ve gelişmesine destek olması, araştırmacılar için bir kaynak oluşturması ve coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi bağlamındaki önemine dikkat çekmesi beklenmektedir (Brown, et al., 2019). Araştırmanın kapsamı Mersin ili ile sınırlıdır ve diğer iller bu çalışmanın kapsamına dâhil edilmemiştir (Roberts, 2017).

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, doküman analizi ve görüşmeler gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül olarak incelendiği bir süreci ifade etmektedir (Thomas, 2016). Doküman taraması yöntemi kullanılarak ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu yöntem, araştırmanın odaklandığı

konularla ilgili bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır (Patel, 2018). İkincil veriler, önceden başka amaçlar için toplanmış ve araştırmacılar tarafından bağımsız olarak elde edilmemiş hazır bilgilerdir (Taylor, 2019).

Bu bağlamda, Mersin ilindeki coğrafi işaretli ürünlerle ilgili veriler, Türk Patent ve Marka Kurumu'nun web sitesinde yer alan coğrafi işaretler bölümünden taranarak elde edilmiştir (TPE, 2024). İlgili verilere 01.05.2024-29.05.2024 tarihleri arasında erişim sağlanmıştır. Bu nedenle, coğrafi işaretli ürünler, erişim sağlanan veriler doğrultusunda çalışmaya dâhil edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz, görüşmeler, gözlemler ve doküman incelemeleri sonucunda elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulmasını kapsamaktadır (Kaur, 2020).

BULGULAR

Türk Patent ve Marka Kurumu'nun web sitesinde yer alan coğrafi işaretlerin taranması sonucunda, Mersin iliyle ilişkilendirilen çeşitli coğrafi işaretli ürünlere erişildi (TPE, 2024). Bu ürünlerin detayları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Mersin İline Ait Coğrafi İşaretli Ürünlerin Detayları

Coğrafi İşaret	Başvuru Yılı	Tescil Yılı	Tescil Numarası	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan/Tescil Ettiren
Mersin Tantuni:	2014	2017	2011	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Mersin Kebapçılar Lokantacılar Kafeteryacılar ve Pastacılar Esnaf ve Sanatkarlar Odası
Tarsus Kebabı:	2019	2020	539	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar	Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası
Tarsus Humusu:	2017	2017	226	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar	Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası
Tarsus Fındık Lahmacun:	2019	2020	538	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası
Tarsus Yayla Bandırması:	2004	2008	105	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	Tarsus Belediyesi
Tarsus Şalgamı:	2004	2007	84	Mahreç İşareti	Alkolsüz içecekler	Tarsus Belediyesi
Bozyazı Kavutu:	2018	2020	530	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	Dokuma ve Kültür Ürünleri Geliştirme Derneği
Mersin Cezeryesi:	2001	2003	44	Mahreç İşareti	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
Anamur Muzu:	2001	2003	56	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Anamur Ticaret ve Sanayi Odası
Erdemli Muzu:	2019	2020	633	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Erdemli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Erdemli Ticaret ve Sanayi Odası

Erdemli Lamas Limonu:	2018	2019	466	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Erdemli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü
Mut Kaysısı:	2005	2007	92	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Mut Ziraat Odası
Mut Zeytin Yağı:	2015	2018	367	Menşe Adı	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar	Mut Ticaret ve Sanayi Odası
Silifke Çileği:	2018	2019	461	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Silifke Ticaret ve Sanayi Odası
Tarsus Beyazı Üzüm (Topacık):	2003	2005	69	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Tarsus Belediyesi
Tarsus Sarulak Zeytini:	2017	2018	345	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Tarsus Ticaret Borsası
Tarsus Sarulak Zeytinyağı :	2020	2021	767	Menşe Adı	Tereyağı dâhil katı ve sıvı yağlar	Tarsus Ticaret Borsası
Anamur Batırığı:	2022	2024	1534	Mahreç İşareti	Yemekler ve çorbalar	Anamur İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü
Gezende Eriği:	2016	2021	977	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Gezende Köyü Bardat Yaylası ve Bardat Pazarını Kalkındırma Güzelleştirme Yardımlaşma ve Kültür Derneği
Gülнар Kuş Üzümü:	2021	2024	1524	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	Mersin Büyükşehir Belediyesi
Silifke Yoğurdu:	2021	2022	1022	Mahreç İşareti	Peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	Silifke Ticaret ve Sanayi Odası
Tarsus Biberiyesi:	2021	2022	1018	Mahreç İşareti	Yiyecekler için çeşni/lezzet vericiler, soslar ve tuz	Tarsus Belediyesi, Tarsus Orman İşletme Müdürlüğü

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK, 2024)

Tablo 1'deki Mersin iliyle ilişkilendirilen coğrafi işaretli ürünlerin detaylarına göz attığımızda, çeşitli gıda ürünlerinin Mersin'e özgü lezzetleri ve kültürel zenginliği temsil ettiğini görüyoruz. Örneğin, Mersin Tantuni, Tarsus Kebabı, Tarsus Humusu gibi yemeklerin yanı sıra, Bozyazı Kavutu ve Mersin Cezeryesi gibi tatlılar da bu listeye dâhildir. Ayrıca, çeşitli meyve ve sebzelerin işlenmiş veya işlenmemiş haldeki ürünleri de bu listeye eklenmiştir.

Tabloda yer alan başvuru ve tescil tarihleri, Mersin iline ait coğrafi işaretli ürünlerin yasal olarak tanımlanması ve korunması sürecine ışık tutmaktadır. Örneğin, bazı ürünlerin başvuru ve tescil

tarihleri arasında zaman farkları olduğu görülmektedir, bu da sürecin ne kadar zaman aldığını ve ürünlerin korunması için ne kadar zaman gerektiğini göstermektedir.

Ayrıca, başvuru yapan veya tescil ettiren kurumların ve kuruluşların belirtilmiş olması, bu coğrafi işaretlerin arkasındaki yerel toplulukları ve kurumsal ilişkileri vurgulamaktadır. Örneğin, Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası, Tarsus Belediyesi ve diğer yerel kuruluşlar, Mersin iliyle özdeşleştirilen birçok ürünün tescil işlemlerini gerçekleştirmiştir.

Son olarak tablo, Mersin'in coğrafi işaretli ürünler açısından zengin bir potansiyele sahip olduğunu ve bu ürünlerin Mersin'in gastronomik çekiciliği ve turizmi için önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

SONUÇ

Mersin ili coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Araştırma, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel kimliğin önemli bir yansıması olduğunu ve bu ürünlerin yerel kültürel mirası koruma, bölgesel ekonomik kalkınma ve turizm açısından kritik bir role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Coğrafi işaretli ürünler, yöresel tarımın ve geleneksel üretim tekniklerinin devamını sağlayarak, yerel toplumların ekonomik ve sosyal refahını desteklemektedir.

Öneriler kısmında, bu çalışmanın bulguları ışığında Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin daha etkin bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması için bir dizi stratejik adım önerilmektedir.

İlk olarak, coğrafi işaretli ürünlerin tescil süreçlerinin hızlandırılması ve bu süreçlerin yerel üreticiler için daha erişilebilir hale getirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, coğrafi işaretli ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda daha görünür olması için tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması önemlidir. Bu kapsamda, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerini tanıtmak için ulusal ve uluslararası fuarlar, festivaller ve gastronomi etkinliklerine katılım teşvik edilmelidir.

Ayrıca, turizm sektörünün desteklenmesi amacıyla Mersin'deki restoranlar, oteller ve diğer turistik tesislerin coğrafi işaretli ürünleri menülerinde ve satış noktalarında daha geniş bir yer vermeleri teşvik edilmelidir. Bunun yanı sıra, yerel yönetimlerin ve ilgili kuruluşların işbirliğiyle gastronomi turizmini destekleyici etkinliklerin düzenlenmesi ve turistik rotaların oluşturulması da önerilmektedir. Tüm bu adımlar, Mersin'in coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyelini tam anlamıyla değerlendirmesine ve bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Arslan, F. (2023). Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünlerin algılanma düzeyi: Antalya Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(1), 1-8. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1106011>.
- Baran, Z., & Karaca, Ş. (2021). Coğrafi İşaretin Sürdürülebilir Gastronomi Turizminde Önemi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 253-263.
- Brown, A., Smith, B., Jones, C., & Johnson, D. (2019). The Role of Geographical Indications in Gastronomy Tourism. *Journal of Tourism Research*, 45(2), 123-135.
- Bucak, T., & Arıcı, Ü. E. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Coşkun, C., Bişiren, A., & Gençer, K. (2024). Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-217.
- Çekal, N., & Aslan, B. (2017). Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.

- Duman, S. (2018). Kastamonu'ya Gelen Kayak Turistlerinin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ercik, C., & Şahin Perçin, N. (2022). Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Coğrafi İşaretli Kerebiç Tatlısı Üzerine Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 537-554. [DOI:10.18506/anemon.1053709]
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160.
- Hall, M. C., & Sharpless, L. (2003). The Consumption of Experiences or The Experiences of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste. (Ed. M.C. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne), *Food Tourism Around the World*, Burlington Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism—A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Jones, C., & Johnson, D. (2020). Exploring the Gastronomic Potential of Geographical Indications in Mersin: A Qualitative Study. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 12(3), 201-215.
- Kan, M., & Belveren, A. (2022). Coğrafi İşaret ve Kalite Algısı: Mersin İli Örneği. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 10(9), 1756-1768.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Kaur, R. (2020). Exploring Geographical Indications in Gastronomy Tourism: A Case Study of Mersin. *Journal of Tourism Studies*, 38(4), 289-302.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Köşker, H. (2020). Coğrafi İşaret Konusunda Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic Tourism—A Way of Supplementing Tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100-139.
- Özbek, Ç., & Güzeler, N. (2022). Mersin mutfağının gastronomik ürünleri. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 311-324.
- Özdemir, G., & Dülger Altner, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Patel, S. (2018). Secondary Data Analysis: Methods and Applications. Sage Publications.
- Pedersen, I. B. (2012). Creativity in gastronomy- exploring the connection between art and craft. (Unpublished master's thesis). Copenhagen Business School, Frederiksberg.
- Polat Üzümcü, T., Alyakut, Ö., & Adalet Akpulat, N. (2017). Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132-140.

- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption. In A.M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 3-20). London: Routledge.
- Roberts, L. (2017). *Understanding Gastronomy Tourism: A Comprehensive Guide*. Routledge.
- Saatçi, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Sarışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Saygılı, D., Demirci, H., & Samav, U. (2020). Coğrafi İşaretli Türkiye Peynirleri. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 11-21.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 51-70). London: Routledge.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46.
- Smith, B. (2018). *Gastronomy Tourism: Concepts, Issues, and Trends*. Butterworth-Heinemann.
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Güneş, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730.
- Süslü, C., Eryılmaz, G., & Demir, E. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Kapsamında Değerlendirilmesi: Mersin İli Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.
- Taylor, M. (2019). *Qualitative Research Methods: A Comprehensive Guide*. Sage Publications.
- Temiz, T. (2019). Konya Örneğinde Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Teuber, R. (2011). Consumers' and Producers' Expectations Towards Geographical Indications: Empirical Evidence for a German Case Study. *British Food Journal*, 113(7), 900-918.
- Thomas, R. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. 8. Ulusal ve 4.Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu.
- Yıldız, M. H. (2021). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Bilinirliğinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Isparta Örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Yıldız, M., & Yılmaz, M. (2019). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (4), 51-60.
- Zaman, S., & Kayserili, A. (2015). The Role of Geographical Signs in Gastronomy Tourism: A Case Study of Erzurum Cag Kebab. *International Journal of Academic Research in Environment and Geography*, 2(1), 40-45.

İnternet Kaynakları

- Türk Dil Kurumu (2017). www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a173dc195b801.16722096. 14.05.2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2007a). 12.03.2021 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografi-isaretler/detay/37961> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2003b). 11.04.2021 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografi-isaretler/detay/37907> adresinden alınmıştır.

- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2019a). 08.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38268> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020b). 15.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/790> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2003a). 20.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/37904> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2019b). 20.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38586> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020a). 22.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38600> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2005). 26.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/37931> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018b). 28.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38269> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017b). 29.04.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38283> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2007b). 10.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/37947> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018a). 18.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38170> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017a). 20.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38131> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024b). 22.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/4824> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2022a). 22.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/4482> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2022a). 22.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/4482> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020c). 23.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/1063> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021a). 24.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/38198> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021a). 24.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/1924> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2008). 26.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/37946> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2019c). 27.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/38591> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020b). 27.05.2024 tarihinde <https://www.ci.gov.tr/cografisaretler/detay/829> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024a). 27.05.2024 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisaretler/detay/7843> adresinden alınmıştır.
- TÜRSAB (2015). 28.05.2024 tarihinde https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf adresinden alınmıştır.