



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2022, 6(4): 1180-1198.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1145](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1145)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İzmir'de Yöresel ve Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Menülerde Yer Verilme Durumu*

Öğr. Gör. Haydar ŞAHİN, İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul, e-posta: haydarsahin35@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1698-7693>

Doç. Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta, e-posta: gunseli-8148@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2866-459X>

Öz

İzmir ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel ve coğrafi işaret tescilli yiyecek içecek ürünlerinin menülerde yer verilme durumunu tespit etmek amaçlanmıştır. Yöresel ürünlerin coğrafi işaretlemeye konu olmasından hareketle, destinasyonda bulunan katılımcılarla menüler üzerinden bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yaklaşımına dayanmaktadır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak, derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Araştırma evrenini, İzmir metropol ve Turizmde öne çıkan kıyı ilçelerinde ikamet eden 19 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini İzmir sınırları içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri başta olmak üzere, İzmir Ticaret Odası yöneticisi, İzmir Büyükşehir Belediye yöneticisi, gastronomi üzerine dernek yöneticisi, yiyecek içecek alanından akademisyenler, şef aşçılar, otel yöneticileri ve seyahat acentası sahibi oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda İzmir'in merkez ilçelerinde yöresel ya da coğrafi işaretli yiyecek ve içeceklerin menülerde az sayıda ve katılımcılar tarafından farkında bulunduğu ancak, Urla, Seferihisar, Çeşme, Karaburun ve Foça ilçelerinde faaliyet gösteren işletmelerin menülerinde ise daha fazla yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır.

* Bu çalışma İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde tamamlanan "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyonuna Etkisi: İzmir İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Yiyecekler, Coğrafi İşaretleme, Gastronomi Turizmi.

Makale Gönderme Tarihi: 12.10.2022

Makale Kabul Tarihi: 18.12.2022

Önerilen Atıf:

Şahin, H. ve Güçlütürk Baran, G. (2022). İzmir'de Yöresel ve Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Menülerde Yer Verilme Durumu, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4): 1180-1198.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2022, 6(4): 1180-1198.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1145](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1145)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Status of Inclusion of Local and Geographically Marked Food and Beverages in Menus in İzmir

Lecturer Haydar ŞAHİN, İstanbul Arel University, Faculty of Fine Arts, İstanbul, e-mail: haydarsahin35@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1698-7693>

Associate Prof. Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN, Isparta University of Applied Sciences, Isparta Vocational School, Isparta, e-mail: gunseli-8148@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2866-459X>

Abstract

It is aimed to determine the availability of local and geographical indication registered food and beverage products in the menus of food and beverage businesses operating in İzmir. Based on the fact that local products are subject to geographical marking, an evaluation was made with the participants in the destination through the menus. The research is based on the qualitative research approach. In the research, in-depth interview method was applied by using semi-structured interview form. The population of the research consists of 19 participants residing in İzmir metropolis and coastal districts that are prominent in tourism. The research sample consists of especially food and beverage businesses operating within the borders of İzmir, İzmir Chamber of Commerce manager, İzmir Metropolitan Municipality manager, association manager on gastronomy, academicians in the field of food and beverage, chefs, hotel managers and travel agency owners. As a result of the research, it has been concluded that in the central districts of İzmir, local or geographically indicated foods and beverages are few in the menus and they are aware of by the participants, but they are given more place in the menus of the businesses operating in the districts of Urla, Seferihisar, Çeşme, Karaburun and Foça districts.

Keywords: Local Foods, Geographical Marking, Gastronomy Tourism.

Received: 12.10.2022

Accepted: 18.12.2022

Suggested Citation:

Şahin, H. and Güçlütürk Baran, G. (2022). Status of Inclusion of Local and Geographically Marked Food and Beverages in Menus in İzmir, *Journal of Turkish Tourism Research*, 6(4): 1180-1198.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Bir yöreye ait ve yöre ile özdeşleşmiş ürünlerin özünün korunarak sürdürülebilir kılınması, ilgili bölgenin ekonomik açıdan kalkınmasını ve gelişim sürecini hızlandırmaktadır. Ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanarak yöre kültürü ile gastronomik açıdan ilişki kurulabilmesi önem arz eden durumlar arasındadır (Dağ, 2020). Zengin mutfak çeşitliliğinin üretim ve tüketim ritüelleriyle birlikte korunup standartlaştırılarak gelecek nesillere aktarılması, kültürlerin birbirlerinden farklılıklarının ortaya çıkması ile geleneksel ürünlerin devamlılığını da sağlamaktadır (Mariani vd., 2021). Bu nedenle yöresel ürünlerin belirlenmesi ve coğrafi işaret tescil sistemi Anadolu'daki zengin mutfak kültürünün korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

İzmir kenti, sahip olduğu mutfak kültürünün zengin ürünler sunması ve ürünlere ulaşım kolaylığı nedeniyle Türkiye'deki gastronomi rotaları içerisindeki önemli destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Yöresel mutfak kültüründeki çeşitlilik bakımından Türkiye'nin önemli kentlerinden biri olan İzmir, Kasım 2022 tarihi itibarıyla 28 farklı coğrafi işaret tescilli yiyecek ve içecek ürününe ev sahipliği yapmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu [TPMK], 2022). Yöresel yiyecek ve içeceklerin gelecek nesillere aktarılması hususunda coğrafi işaret tesciline ihtiyaç duyulması ve tescilli ürünlere verilen önemin hızla artması, yöreye özgü ve yöre ile anılan ilgi çekici ürünlere ulaşma isteğine etki eden, yerli ve yabancı ziyaretçilerin bölgeye ulaşma arzusunu yükselten nedenler arasında yer almaktadır (Doğancı, 2020). Yörenin turizm endüstrisi ile ekonomik yönden kalkınmayı amaçlaması, gastronomi turizminin bölge açısından önemini de arttırmaktadır. Gastronomi turizminin gelir getirici ve tanıtıcı etkisinin olması, ilgili yöreye birçok açıdan fayda sağlamaktadır. Gastronomi turizmi destinasyonlarından gerekli kazanımları elde edebilmek için, destinasyonun sunduğu yiyecek ve içecek ürünlerinin yörenin kimliğine uygun olarak sürdürülebilmesi gerekmektedir. Alternatif turizm türleri içerisinde son yıllarda ön plana çıkan gastronomi turizmine yönelik ulusal ve uluslararası etkinlikler ile yöresel ürünlerin tanıtımı, gastronomiye ilgi duyan ve gastronomi turisti olarak adlandırılan ziyaretçilerin, yörelere özgü yiyecek ile içecekleri deneyimleyerek yeni lezzetleri tatma arzusu amacıyla farklı yöreleri ziyaret etmelerine öncü olmaktadır (Tüfekci vd., 2016).

Yöreye özgü yiyecek ve içecek ürünlerinin bilinirliğinin artırılması ve ürünün standardının korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla, coğrafi işaret tescil işlemleri tamamlanmış ya da henüz başvuru aşamasında olan yöresel ürünler hakkında çeşitli tanıtım ve pazarlama çalışmaları bulunmaktadır. Coğrafi işaret tescil sistemine sahip ürünlerin gastronomi turizminde çekicilik unsuru barındırmasından ötürü, yöreye özgü nitelikleri taşıyan ve yöreyle özdeşleşen ürünlerin katkısı aynı türdeki diğer ürünlere göre daha yüksek gelir getirici etkiye sahip olmaktadır (Ertan, 2010; Özdemir ve Altın, 2018). Bu hususta yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmeler menülerinde coğrafi işaret tescilli yöresel yiyecek ve içeceklere yer vererek, işletmenin gelirlerini ve yöreye özgü ürünlerin ziyaretçiler tarafından bilinirliğini de arttırmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, İzmir ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel ve coğrafi işaret tescilli yiyecek içecek ürünlerinin menülerde yer verilme durumunu tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada gastronomi kavramı ve gastronomi turizmi, coğrafi işaret kavramı ve türleri ile İzmir ilinin genel özellikleri ve kent gastronomisi ele alınmıştır. Çalışmanın devamında ise, araştırma yöntemi ve yerel katılımcılar ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara ve ardından çalışma sonucuna yer verilmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

İnsanların yaşamını devam ettirebilmesi amacıyla, yeme içme davranışında bulunması fizyolojik olaylardan biridir. Gastronomi insanların yeme ve içme ritüellerini incelerken, diğer yandan da üretime konu olan ürünlerin işlenmesini ele almaktadır (Özdemir ve Altın, 2019). Gastronomi kelimesinin kullanımına ilk olarak M.Ö. 4. yüzyılda Arcestratus tarafından yazılan bir eserde rastlanılmıştır. Ancak, gastronomi kavramı ile ilgili ilk çalışmalar Jean Anthelme Brillant Savarin tarafından 1825 yılında yayımlanan *Tatmanın Fizyolojisi* eserinde ele alınmıştır (Gök, 2020). Yunanca kökenli olan *gaster*(mide) ve *nomos*(yasa) kelimelerinin bir araya gelmesiyle türeyen gastronomi, turizm, ziraat, tarih, sosyoloji, biyoloji, felsefe, psikoloji, ekonomi, müzik, kimya, tıp, antropoloji, teknoloji, edebiyat, politika, din, coğrafya, ticaret ve hukuk gibi alanları kapsayan multidisipliner bir bilim dalı olarak kabul görmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014; Özbay, 2017). Kavram ile ilgili literatür taraması yapıldığında birden fazla tanımlama ile karşılaşılabilir. Gastronomi kavramı ile ilgili ilk olarak “gösteriş için süslü ve kapsamlı yemekler” şeklinde tanımlama yapılmış, ancak zaman içerisinde bu tanım değişikliklere uğramıştır. Bir başka tanımlamada ise “yemek, tarih, sağlık, beslenme ve kültür kavramlarını yeme-içme yaklaşımıyla inceleyen bilim dalı” olarak ifade edilmiştir (Tovmasyan, 2019). Gastronomi yalnızca yemek hazırlama eylemi değildir. Tüketim biçimleri ile gıdaların ne ile tüketildiği gibi ilgili hususları da kapsamaktadır. Aynı zamanda, yemek hazırlama ve tüketme eyleminin de ötesindedir (Rojas-Rivas vd., 2020).

Turizmin seyahat, konaklama, sağlık, tarih, kültür ve yeme içme faaliyetleri içermesi doğrultusunda gastronomi turizmi önem kazanmıştır. Gastronomi turizmi, alternatif turizm türleri içerisinde önemli bir yere sahip olup, bir yörenin tarihini, kültürünü, yiyeceklerin ve içeceklerin üretim ile tüketim ritüellerini ziyaretçiler tarafından deneyimlenmesini sağlayan turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Literatürde mutfak turizmi, yemek turizmi, gurme turizmi ve gastronomi turizmi gibi farklı şekillerde de ifade edilebilmektedir (Özdemir ve Altın, 2019). Gastronomi turizmi, turist için ana motivasyonu yemek olan ve bir yeri ziyaret edip değer katabilen, turistleri kendine yaklaştıran bir deneyim yaşama imkânı sunan turizmdir. Aynı zamanda kültür turizminin bir kolu olarak kabul edilmektedir (Berbel-Pineda vd., 2019). Gastronomi, yerel ve bölgesel kalkınmada önemli bir rol oynayan kültürel ve turistik bir çekim faktörüdür. Bu bağlamda yemek turizmi, turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmek için gastronomik olarak motive oldukları, üretici ve tüketici alanlarını ziyaret etme, festival ve alışveriş alanlarında bulunma ve kafe ile restoranlarda yemek yeme deneyimi olarak tanımlanmaktadır (Noguer-Junca vd., 2021).

Gastronomi deneyimi, turist için her zaman memnuniyet sunmayabilir. İlgili destinasyonun beklentileri karşılamamasından ötürü memnuniyetsizliğe de neden olabilir. Genel olarak gastronomi, birçok destinasyonun cazibe merkezi olarak nitelendirilebilir. Bu açıdan birincil veya ikincil bir motivasyon kaynağı olarak gastronomi, motivasyon, deneyim ve memnuniyet kavramlarını bir araya getirerek, turist memnuniyetinin önemli bir etkeni olarak kabul edilir (Berbel-Pineda vd., 2019). Gastronomi turizmi hareketliliğine ilginin artması, ziyaretçilerin daha önce deneyimlemediği yiyecek ve içeceklere ulaşma arzusu ve talebinin bulunması, bu ilgi ve talebi karşılamaya yönelik destinasyonların ise çaba göstermeleri ile birlikte destinasyonlar, yöresel yiyecek ve içecekler ile daha çok anılır hale gelmiştir. Ancak destinasyonlar arasında rekabetin başlaması kaçınılmaz olmuş ve yerel kültürün öne çıkarılması da önemli hale gelmiştir (Richards, 2002). Bu durum, kültürel miras kapsamında da ele alınarak gastronomik kültürel unsurların aktarımına da fayda sağlaması açısından önem göstermeye başlamıştır. Gastronomi turizmi, cazibesi yüksek turizm çeşitlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Seyahat ederken

yeni lezzetlere ulaşma arzusunu yaşayan turistler, zevklerinden ödün vermeden gastronomi turizmi hareketliliğinde bulunmaktadır. Avrupa’da ilgili turizm faaliyetinin yoğunlaştığı destinasyonlar arasında yer alan Fransa, İtalya ve İspanya ülkeleri önemli faaliyetleri ile ilgi çekmektedir. Yerel ürünlerin tüketim ritüelleri ile üretimdeki standardının korunmasıyla, yerel mutfak kültürünün hedef kitlenin ilgisini çekebilecek şekilde tanıtılması ve ilgili destinasyonlara özel seyahat teşviklerinin uygulanmaya başlaması, Fransa, İtalya ve İspanya ülkelerinin tercih edilmesindeki sebeplerin başında gelmektedir (Velissariou ve Mpara, 2014). Gastronomi turizmi hareketliliği içerisindeki turistlerin, ilgili destinasyonda daha fazla zaman geçirmesi ile destinasyondaki işletmelerin bu hareketlilik kapsamında fayda sağlaması önemli hususlardan biridir. Örneğin, ilgili yörede ikamet eden insanlar ile ziyaretçiler arasında bir alışverişin gerçekleşmesi neticesinde, kırsal kalkınma sağlanmaktadır ve destinasyonun markalaşması ile çekicilik unsuru oluşmaktadır (Wondirad vd., 2021).

Günümüzde yerel gıdaya olan ilgi, çevre, etik, sürdürülebilirlik ve sağlık konularıyla ilgili konuların yanı sıra, tüketicilerin yerel bağlantıları, ekonomiyi destekleme ve karbon ayak izini azaltma istekleri ile açıklanabilmektedir. Ayrıca, tüketiciler yerel ürünleri daha taze, lezzetli ve güvenilir olarak algılamaktadırlar. Aynı zamanda tüketiciler, yerel yemekleri otantik, temiz ve geleneksel yönlerinden ötürü de tercih etmektedirler (Pavlidis vd., 2020). Gastronomi turizminin gelişmesi ve bölgede çekicilik unsurlarının sağlanması ile önemlilik kazanan etkenlerden biri de yöreye özgü ürünlerin üretim standartlarının korunuyor olmasıdır. Bu durum doğrultusunda coğrafi işaret tescilli yiyecek içeceklerin olması, yöreyi gastronomi amaçlı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin yöreye olan tercihini arttıran en önemli faktörlerdendir. Örneğin, yöresel yiyecek ve içecekler deneyim esnasında bölgede yer alan işletmelerin satış alanlarından temin edilebilmekte ve tadım deneyiminde ise yöresel ekmeğe ve peynire gibi ürünlere atıftırılmalık olarak yer verilmektedir (Karagiannas ve Metaxas, 2020). Bu uygulamalar, hem tamamlayıcı yöresel diğer ürünlerin tadımına ve tanıtımına olanak tanımakta hem de diğer atıftırılmalıkların satışını da destekleyerek ticari ve ekonomik katkı arttırmaktadır.

Coğrafi İşaret Kavramı ve Türleri

Coğrafi işaretler, “belirgin bir niteliği olan ürünlerin bilinirliği ve diğer özellikleri bakımından bir alan, yöre, bölge ya da ülke ile ilişkisini ifade eden kalite göstergesi” (Şekil 1) olarak tanımlanabilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021). Coğrafi işaretler üretilen ürünlerin benzersizliğini ve yüksek kalitesini belgeleyen bir ürün farklılaştırma prosedürünü ifade eden bir tür sertifikadır. Diğer bir tanımla, yerel ve bölgesel üretim süreçlerini ve ürün bütünlüğünü korumayı amaçlayan kalite güvence sistemidir (Laksono vd., 2022). Coğrafi işaret tescilinin amacı, ürünün üretimindeki özgün işlemler ile ilişkili ürünlerin korunması ve tüketicilerin ilgili ürünün özgün haline yanılğıya uğramadan ulaşmasını sağlamaktır (Şimşek, 2020; Savaşkan ve Kingır, 2020). Coğrafi işaretler, bir ürünün menşee adını da içermektedir. Tarımsal ürünler üretim yerlerinden kaynaklanan niteliklere sahiptir ve iklim ile toprak gibi faktörlerden etkilenmektedir (Dokuzlu, 2016). Coğrafi işaret tescilli gıda ürünleri yerel ve küresel pazarlarda rekabet avantajı sağlayabilir. Ürünlerin coğrafi kökene göre farklılık göstermesi, muadillerinden ayıran, sahtekarlıktan ve haksız rekabetten koruyan bir kalite işareti olduğu varsayılmaktadır (Filippis vd., 2022).

Coğrafi işaretleme çalışmaları yalnızca ülke sınırları içerisinde değil, uluslararası kapsamda da gerçekleştirilen anlaşma ve kanunlarla tüketicileri korumayı amaçlamaktadır. Sınai mülkiyet haklarının korunması kapsamında 20 Mart 1883 tarihli Paris Sözleşmesi ile ürünlerin kaynağı ile ilgili aldatici ve sahte mahreç tescilinin engellenmesi, 14 Nisan 1891 tarihli Madrid Sözleşmesi ile menşee adlarının korunması ve uluslararası tescili, 1958 Lizbon Sözleşmesi ve 15 Nisan 1994 tarihli

ticaretle bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması ile coğrafi işaret tescili amacıyla oluşturulmuş uluslararası kapsamda kabul görmüş yasalar bulunmaktadır (Doğan, 2015).



Şekil 1. Coğrafi işaret tescil türü amblemleri

Kaynak: (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021).

Menşe Adı, ürünün esas ya da tüm niteliklerinin belirli bir alanda olmak üzere doğal ve beşerî unsurlardan kaynaklanması durumunda, ürüne verilen coğrafi işaret tescili olarak menşe adını almaktadır. Ürünün üretilmesi ile ilgili tüm işlemlerin belirlenen coğrafi alan sınırları içerisinde gerçekleşmesi, menşe adı tescilinin en önemli faktörünü belirtmektedir. Mahreç İşareti, ürünün niteliği ya da diğer özellikleri bakımından bir bölge ile özdeşleşen üretim işlemlerinden en az birinin, belirlenen coğrafi alan içerisinde gerçekleşmesi ile ürünün hammaddesinin veya üretim aşamalarından birinin ilgili bölgede işlenmesi durumundaki ürün ise mahreç işareti olarak tescil edilebilmektedir.

Geleneksel ürün adı, menşe adı veya mahreç işareti kapsamında değerlendirilmeyen ve ürünün en az otuz yıl süre ile aynı niteliklerde kullanılması geleneksel üretim, işleme yöntemi ya da bileşimden meydana gelmesi ile geleneksel hammadde veya malzemelerden imal edilmesi şartlarından en az birini sağlaması olarak tanımlanabilmektedir (TPMK, 2021b). Coğrafi işaretlemenin bir diğer önemli hususu ise, küreselleşmeye karşı yöreselden başlatılan kırsal kalkınma aracı olmasıdır. Ekonomik boyutta kalkınma aracı olarak görev üstlenmesine yanında kültürel mirasın korunmasını da sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmöz, 2014). Coğrafi işaret tescilli ürünler, ilgili yörenin gastronomik kimliğini kazanmasında önemli bir etken halinde olur iken, yörenin kültürünü ve geleneksel üretim yöntemlerini de bozmadan sürdürülebilir kılmak suretiyle korunmasına yönelik çalışmaları da kapsamaktadır. Coğrafi işaretli ürünler pazarlama aracı olarak kullanıldığında ise, bölge halkının refah düzeyini ve gelir kaynaklarını arttırmaktadır (Pamukçu vd., 2021). Bu kapsamda Türkiye, coğrafi özelliklerine bağlı olarak tarımsal üretim açısından çeşitlilik göstermektedir. Türkiye’de coğrafi işaretleme sisteminde yer alan listeler incelendiğinde coğrafi işaretleme başvurularının bu ürünler üzerinde yoğunlaşması önemlidir (Güçlütürk Baran, 2020). Türkiye, yöresel ürün çeşitliliği açısından oldukça zengindir. Türk kültürü, Çin’den Avusturya’ya, Rusya’dan Kuzey Afrika’ya kadar kültür medeniyetleri etkilemiş ve etkilenmiştir (Dokuzlu, 2016).

Türkiye’de mutfak kültürünün zenginliği, gastronomi turizmini de harekete geçirmektedir. Özellikle gastro turistlerin tescilli yöresel ürünlere olan ilgileri neticesinde, Türkiye gastronomi destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme arasında ilişki kurulması, yerelden kalkınmaya fayda sağlayabilmektedir. İlgili bölgelere gelir getirici etken olurken, coğrafi işaret tescilli ürünlerin üretildiği bölgeler de cazibe unsuru haline gelmektedir. Destinasyonlarda sunulan coğrafi işaret tesciline sahip yöresel lezzetleri deneyimlemek gastronomi turizmi hareketliliğinde bulunan ziyaretçinin temel amaçlarından birini taşıırken, turizm geliri pastasından payını almak isteyen ülkeler de hem coğrafi işaretleme

sistemine hem de gastronomi turizmine yönelik planlarını gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar (Yıkılmış ve Ünal, 2016; Pamukçu vd., 2021).

Ülke, bölge ya da şehir ile özdeşleşen ürünler tescil edilerek hem tüketici hem üreticinin korunmasının yanı sıra hem de ürünün üretim tüketim ritüeli de gelecek nesillere aktarılmış olur. Bu bağlamda çalışmada ele alınan İzmir ilinin de diğer iller gibi geleneksel yeme içme ürünleri arasında bulunan Ege sultani üzümü, Ege inciri, Güney Ege Zeytinyağları, Kuzey Ege Zeytinyağları, Sakız Enginarı, Şambali, Tulum Peyniri, Kestane Şekeri gibi ürünlerinin coğrafi işaret tescilinin yaptırılması en mühim adımlardandır.

İzmir İlinin Genel Özellikleri ve Kent Gastronomisi

İzmir, 8500 yıllık tarihi ile Anadolu, erken ve geç Roma İmparatorluğu ve Osmanlılar gibi birçok önemli kültüre ev sahipliği yapmış, Akdeniz havzasının en eski yerleşim merkezlerinden biridir (Derin, 2010).

Türkiye'nin Ege bölgesinde yer alan İzmir, nüfus yoğunluğu bakımından bölgenin en kalabalık şehri konumundadır (İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2021). Meles deltası kıyısında Yeşilova höyüğü ve Yassitepe arasında kurulan ilk yerleşim, M.Ö. 3000 yılında ise körfezin doğu kıyısına taşınmıştır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021). O dönemde ticaret limanı özelliği ile Akdeniz havzasının en önemli yerleşimi haline gelen İzmir şehri, Smyrna, Smyrnis, Smurne, Simirni, Zmirna, Smurnu veya Smurna şeklinde telaffuz edilmiştir (İzmir Vakfı, 2021). Savaşların etkisi ile göç edenlerin buluşma noktası haline gelmiş olan İzmir, birçok farklı kültürü de bir arada barındıran kozmopolit bir yapıya sahip olmuştur. İzmir şehir merkezi ve çevre yerleşimlerde yaşayan Türkler, Levantenler, Sefaradlar, Arnavutlar, Makedonlar, Rumlar, Boşnaklar, Afrika kökenli Araplar ve mübadele ile Girit, Sakız ve Midilli adasından İzmir'e göç edenler, İzmir mutfak kültürünün zenginleşmesini ve bugünkü halini almasını sağlamışlardır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021; İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2021). Şehrin kıyı şeridinde yer alan Çeşme, Urla, Seferihisar, Karaburun ve Foça ilçelerinde Akdeniz mutfak kültürü özellikleri hâkim olur iken, Bergama, Kınık, Menemen, Ödemiş, Tire, Kiraz ve Bayındır ilçelerinde ise et, buğday ve süt temelli mutfak kültürüne rastlanılmaktadır (Zağralı ve Akbaba, 2015). Otlar, zeytinyağlılar ve deniz ürünlerinin önemli bir yer tuttuğu kentte, 1900'lü yıllardan sonra Rumlar ve Ermenilerin yiyecek ve içecek işletmeciliğini yürütmesinden dolayı meze kültürü de kazanılmaya başlanmıştır. Musevi kökenli Osmanlı İmparatorluğu vatandaşları boyoz ve sübye içeceğini, Selanik, Makedonya, Arnavutluk ve Kosova'dan kente göç eden Türkler ise paşa böreği, ulu katmer, kabak sinkonta, çığırtma, kirde kebabı, elbasan tava yemeklerini kent mutfağına kazandırmışlardır (Gürkan ve Ulama, 2019).

Zengin mutfak kültürüne sahip olan İzmir, gastronomi alanında yapılan çalışmalar doğrultusunda 2015 yılında Dünya Gurme Kentler Ağına dahil edilmiştir. Birçok ulusal ve uluslararası fuar ve kongre etkinliklerine ev sahipliği yapan kentin, gastronomik kimliğinin gelişmesi ve yöresel mutfak kültürünün tanıtılabilmesi amacıyla Olive Tech, Travel Turkey İzmir, Gastronomi Turizmi Kongresi, Urla Enginar Festivali, Urla Mart Dokuzu Ot Festivali, Çeşme Alaçatı Ot Festivali, Urla Zeytin Hasat Şenliği, Urla Bağbozumu Şenliği, Karabağlar Kavacık Üzüm Festivali, Torbalı Bardacık İncir Festivali, Torbalı Zeytin Festivali, Bayındır Kiraz Festivali, Kemalpaşa Altın Kiraz Kültür ve Sanat Festivali, Foça Balıkçılık Festivali, Uluslararası İzmir Gastro Fest gibi etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinlikler kent gastronomisine katkı sağlamaktadır (İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2021). İzmir, barındırdığı zengin mutfak kültüründen ötürü yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çeken gastronomi turizmi destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Kente özgü yiyecek ve içeceklerin yerinde deneyimlenmesini sağlamak amacıyla gastronomi rotaları da belirlenmiştir. Rotaların en önemli

ziyaret alanında ise Tarihi Kemeraltı Çarşısı önemli bir rol oynamaktadır (Erdoğan ve Özdemir, 2018).

Kamu kurum ve kuruluşları tarafından şehrin gastronomisinin gelişmesi ve yöresel ürünlerin sürdürülebilir kılınmasına yönelik önemli adımlardan biri, coğrafi işaret tescil çalışmalarının yürütülmesidir. Ürünlerin belirli standartlarda üretilmesini sağlama yoluyla taklitlerinin üretilmesinin ve piyasaya sürülmesinin engellenmesi ya da aslının ayırt edicilik özelliği kazandırılması ile hem üretici hem de tüketicinin korunması amacı güdülmektedir. İzmir'e özgü yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescil işlemleri yürütülmekte olup, 04.11.2022 tarihi itibarıyla, İzmir ili sınırları içerisinde 13 tanesi mahreç, 15 tanesi menşe olmak üzere toplam 28 farklı yiyecek içecek ürününün tescil işlemleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, 8'i mahreç ve 8'i menşe adı olmak üzere toplam 16 yiyecek ve içecek ürünü için tescil başvurusu yapılmıştır (TPMK, 2022).

Coğrafi işaret tescilli ürünlerin korunarak, bu ürünlerin İzmir ilinde gerçekleştirilen gastronomi turizmi hareketliliğinde yerini alabilmesi amacıyla, turuncu çember ve Selluka belgelendirme sistemi uygulamaları da yürütülmüştür. Turuncu çember uygulaması ile ziyaretçilerin turizm işletmelerinde güvenlik önemlerine daha fazla önem göstermesi ve ziyaretçilerin tedirginliğinin en aza indirgenmesi ile birlikte, ilgili destinasyonların tercih edilebilmesi amaçlanmıştır. İzmir il sınırları içerisinde faaliyet gösteren konaklama tesisleri ve yiyecek içecek işletmelerine yönelik hijyen standartlarının oluşturulması ve bu sistemin devamının sağlanması hedeflenmiştir (İzmir Vakfı, 2021). İzmir'in yöresel mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası çapta tanınmasını sağlamak ve İzmir'in önemli çekim alanları arasında yer alan Kemeraltı çarşısında İzmir mutfağı ile anılan yiyecek ve içeceklerin belirli kurallar çerçevesinde üretilmesi ve ilgili ürünlerin satışını gerçekleştiren işletmelerin belirlenmesi amacıyla Selluka belgelendirme sistemi uygulanmıştır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021b). İzmir'de faaliyet gösteren ve İzmir'e özgü yiyecek ile içecekleri üreten ve satışını yapan işletmeler, söz konusu Selluka belgesine sahip oldukları takdirde birtakım avantajlar elde etmektedir. Bu avantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021b):

- İzmir ilinde yürütülen gastronomi temalı gezilerde öncelikle Selluka belgeli işletmeler önerilir,
- İşletmede İzmir iline ait yöresel ürünlerin üretimini ve satışının yapıldığı belgelendirilmiş olur,
- Yerli ve yabancı ziyaretçilerin, ilgili işletmeye hijyen ve özgünlük açısından güven duymaları sağlanır,
- İlgili işletmenin Türk mutfağına yaptığı katkılarından ötürü ulusal ve uluslararası organizasyonlarda tanıtımı gerçekleştirilir.

Bu gibi belgelendirme sistemlerinin, etkinlik ve diğer uygulamaların ortaya çıkarılması ve örnek teşkil etmesi hem üretici hem de tüketici açısından önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla bölgesel ve ulusal ekonomiye katkılar da ortaya çıkmaktadır. Ürünleri daha kaliteli veya aslına uygun üretmek ve sunmak her ne kadar önemli hale gelse de taklitlerinden ayırt edicilik ise zorluk gösterebilmektedir. Bu anlamda yöresel ürünlerin incelenmesi ve coğrafi işaretleme sistemine başvurularının desteklenmesi örnek uygulamalar olarak yer almaktadır. Bu sistem ile geleneksel ya da yöresel ürünlerin aslına uygun bir şekilde gelecek nesillere aktarılmasının da büyük önem gösterdiği ifade edilebilir.

Toparlamak gerekirse İzmir kültürü, tarihi ve konumu itibarıyla Anadolu coğrafyasının en önemli şehirlerinden biridir. Barındırdığı kozmopolit yapıdan ötürü farklı kültürlerin etkisinde olan şehir, korunması gereken birçok değeri içerisinde barındırmaktadır. Yiyecek ve içecek kültürünün, şehrin kimliğini de yansıttığı varsayılırsa, İzmir mutfak kültüründe önemlilik arz eden değerlerin korunması elzem olacaktır. Şehrin önemli kurum ve kuruluşlarının önderliğinde gastronomik açıdan atılan adımlar, İzmir mutfak kültürünün gelecek kuşaklara aktarılmasını

sağlayacaktır. Bu durumdan ötürü, İzmir mutfağındaki değerlerin coğrafi işaret sistemi ile korunması, Selluka belgelendirme sistemi aracılığıyla şehir ile özdeşleşen ürünlerin ilgili işletmelerce belirli standartlarda üretilmesi ile bu işletmelerin kentin gastronomi rotası içerisinde yer alması önemli uygulamalardır. Ayrıca işletmelerin hijyen ve sanitasyon kurallarına özen göstermesi kapsamında gastronomi turizmi hareketliliğinde güvenli işletme sınıfında yer alabileceğinin bir göstergesi olan turuncu çember uygulamasına geçilmesi, bir diğer önemli çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Yiyecek ve içecek işletmelerinde görev yapan çalışanların, kentte yürütülmekte olan bu çalışmaların farkında olması ve kentte gastronomi açısından paydaşlarla birlik ve beraberliğin sağlanması ile İzmir mutfağının daha geniş çevrede tanıtılabilmesi sağlanabilir.

YÖNTEM

Araştırma kapsamında yiyecek içecek işletmelerinde İzmir'in yöresel ve coğrafi işaret tescilli yiyecek ve içecek ürünlerinin menülerde yer verilme durumunu tespit etmek amaçlanmıştır. Dolayısıyla katılımcı görüşleri üzerinden yerel katılımcıların yöresel yiyecek ve içeceklere yönelik farkındalık durumunun ortaya çıkarılması da sağlanabilmektedir. Bu bakımdan çalışma önem göstermektedir. Bu çalışmada durum çalışması deseni temel alınmış olup, ilgili araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan E-31675095-100-2100001351 sayılı ve 23.02.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı kapsamında sesli ve görüntülü iletişim araçları yoluyla görüşmeler yapılarak veriler elde edilmiştir. Görüşme tekniği ile araştırmaya katılan kişilerin deneyimlerine dayalı bilgileri, algıları ve düşünceleri elde edilmiş olup, çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme tekniği, sosyal bilimler alanlarında sıkça kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu teknikte araştırmaya dahil edilen katılımcıların, belirlenen konu üzerinde bakış açısını, düşüncelerini, deneyimlerini, niyetlerini ve yorumlarını elde etmek amaçlanmaktadır. Görüşme tekniği olarak sıklıkla yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve odak grup görüşmesi gibi farklı görüşme teknikleri uygulanmaktadır (Karataş, 2017).

Araştırmacı, görüşmede iletilen bilgiler doğrultusunda soruları genişleterek görüşmenin akışını değiştirebilir ve yanıtların ayrıntılı bir şekilde elde edilmesini sağlayabilir. Bu doğrultuda araştırılan konu ile ilgili derinlemesine görüşme yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntem ile katılımcılara açık uçlu soruların da sorulması ve detaylı cevapların alınması amaçlanmıştır (Türnüklü, 2000, Tekin, 2006). Araştırmada yararlanılan görüşme formundaki sorular, Toprak ve Oğuz (2017) ile Dağdeviren'in (2019) çalışmalarından izin alınarak bu araştırma amacı doğrultusunda araştırmacı tarafından uyarlanmıştır. Araştırma kapsamında 19 katılımcı ile çevrimiçi ortamda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler yaklaşık 20'şer dakika sürmüş olup, bu görüşmelerin saklanabilmesi amacıyla ses ve görüntü kayıtları alınmıştır. Görüşmelerin tarihi ve saati de not edilmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara 10 farklı soru yöneltilmiş olup, yapılan görüşmelerin odak noktası "İzmir'in yöresel yiyecek ve içecekleri restoranlarda ya da diğer turizm işletmelerinde sunulmakta mıdır? Yanıtınız hayır ise size göre bunun nedenleri nelerdir? Yanıtınız evet ise neden? Hangileri?" sorusu da yöneltilerek nedenleri derinlemesine ele alınmıştır. Bu bakımdan ilgili araştırma kapsamında katılımcıların bu soru üzerinden verdikleri yanıtlar da aktarılmıştır. Araştırma örneklemini sivil toplum kuruluşu, akademisyenler, turizm işletmesi yöneticileri ve/ya sahipleri, belediye yöneticisi gibi katılımcılar oluşturmaktadır. Derinlemesine görüşme yönteminin uygulanması üzere örnekleme gidilmiştir. Araştırmanın örneklemini, İzmir ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerindeki şef aşçılar (3 kişi), restoran sahipleri

(6 kişi), konaklama işletmesi yöneticileri (3 kişi), seyahat acentası sahibi (1 kişi), gastronomi üzerine bir dernek yöneticisi (1 kişi), üniversitelerin yiyecek ve içecek hizmetleri alanlarında görev yapan akademisyenler (3 kişi), ticaret odası yöneticisi (1 kişi) ve belediye yöneticisi (1 kişi) olmak üzere toplam 19 kişi oluşturmaktadır. Katılımcıların seçiminde bir destinasyonun geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapma, bilgi aktarma, uygulama yapma, ürün üretme ve sunma özellikleriyle destek olan yerel paydaşlar olması temel alınmıştır. Yerel paydaşlar arasından İzmir’de faaliyet gösteren ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 19 yerel katılımcı, örnekleme yer almıştır. Önceden hazırlanan araştırma soruları katılımcılara COVID-19 küresel salgınından ötürü e-posta veya telefon uygulamaları üzerinden ulaştırılmış olup, katılımcılardan randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçilmesinde İzmir iline ait coğrafi işaret tescilli ürünlere sahip turizmde öne çıkan ilçelerdeki katılımcıların olmasına da özen gösterilmiştir. Bu araştırma için örneklemeden gereken faydanın elde edilmesi yönünde mümkün olduğunca farklı ve temsil yeterliği olan katılımcıların örnekleme dahil edilmesi, yeterince geçerli ve güvenilir temsili bir örneklem üzerinde çalışılmasına yönelik önemli bir noktadır. Bu bakımdan nitel çalışma kapsamında maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği (Türnüklü, 2000; Yıldırım ve Şimşek, 2016) kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanma süreci 2021 yılı Mart-Haziran ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ulaşılan sonuçların doğruluğu ve güvenilirliği, farklı bakış açılarını içermesi ve araştırma sorularının katılımcılara aynı şekilde yöneltilmesi araştırmanın geçerliği ve tutarlılığı açısından önemli hususlar olarak kabul edilmektedir (Başkale, 2016). Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Deneysel süreçlerle ilerleyen nicel araştırmalardan farklı olarak, olayın arkasındaki nedenleri kavramaya yönelik olan nitel araştırma, neden? niçin? nasıl? hangi? ne şeklinde? sorularına daha ayrıntılı yanıtlar almaya yönelik önemli bir araştırma yaklaşımıdır (Baltacı, 2019). Nitel araştırmada geçerliliğin yalın bir biçimde sunulabilmesi için, araştırmacının ilgili konuyu objektif bir biçimde değerlendirmesi ve geçerliliği bu yönden desteklemesi gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmada katılımcıların ifadeleri, doğrudan alıntılarla aktarılarak da geçerliliğin sağlanması amaçlanmıştır (Karataş, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Aynı zamanda katılımcıların görüşleri doğrultusunda elde edilen bilgilerin güvenilirliği ve doğruluğu için iki araştırmacı tarafından inceleme gerçekleştirilmiştir (Türnüklü, 2000). Özetle, araştırmada görüşme tekniği ile ilgili verilerin kayıtlara dayalı olarak elde edilmesi, maksimum çeşitlilik örneklemesine gidilmesi, verilerin analizi ve bulgularının değerlendirilmesinin iki kişi tarafından gerçekleştirilmesi ile birlikte betimsel analiz ile alıntılara doğrudan yer verilmesi araştırmanın geçerliliğini arttırdığı ifade edilebilir.

Bu araştırma, katılımcıların görüş ve ifadeleriyle, İzmir ili örneklemeyle ve kendilerine ulaşılabilen ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan destinasyon paydaşlarıyla sınırlıdır. Diğer taraftan araştırma sonuçları, kullanılan nitel yaklaşım nedeniyle genelleme yapmaya olanak vermemektedir.

BULGULAR

Görüşme tekniği kullanılarak elde edilen veriler, bilgisayar ortamına aktarılmış ve bu aktarımdan elde edilen veriler ışığında araştırmanın bulguları, katılımcıların demografik bilgileri (Tablo 1) ve araştırma bulguları olmak üzere aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Yaş	İkamet Edilen Yer	Meslek	S. Deneyim Yılı
K01	Erkek	Doktora	43	İzmir / Buca	Öğretim Üyesi	12
K02	Erkek	Doktora	49	İzmir / Karşıyaka	Öğretim Üyesi	23
K03	Erkek	Doktora	59	İzmir / Karşıyaka	Öğretim Üyesi	35
K04	Erkek	Lisans	27	İzmir / Urla	Şef Aşçı	9
K05	Erkek	Lisans	23	İzmir / Karaburun	Şef Aşçı	8
K06	Erkek	Lise	46	İzmir / Karşıyaka	Şef Aşçı	20
K07	Erkek	Y. Lisans	63	İzmir / Urla	Dernek Yöneticisi	30
K08	Kadın	Lisans	63	İzmir / Urla	Otel Yöneticisi	10
K09	Erkek	Lisans	55	İzmir / Urla	Otel Yöneticisi	2
K10	Kadın	Lise	37	İzmir / Çeşme	Otel Yöneticisi	3
K11	Erkek	Lisans	52	İzmir / Tire	Restoran Sahibi	10
K12	Kadın	Y. Lisans	43	İzmir / Urla	Restoran Sahibi	3
K13	Kadın	Lisans	56	İzmir / Seferihisar	Restoran Sahibi	18
K14	Kadın	Lisans	50	İzmir / Foça	Restoran Sahibi	6
K15	Kadın	Lisans	53	İzmir / Konak	Restoran Sahibi	14
K16	Erkek	Ön Lisans	47	İzmir / Çeşme	Restoran Sahibi	27
K17	Erkek	Lise	53	İzmir / Bornova	Seyahat Acentası Sahibi	35
K18	Kadın	Y. Lisans	38	İzmir	Ticaret Odası Yöneticisi	16
K19	Erkek	Lisans	37	İzmir	İBB Yöneticisi	2

İlgili çalışmada katılımcılara “İzmir’in yöresel yiyecek ve içecekleri restoranlarda ya da diğer turizm işletmelerinde sunulmakta mıdır? Yanıtınız hayır ise size göre bunun nedenleri nelerdir? Yanıtınız evet ise neden? Hangileri?” soruları yöneltilmiş olup; toplam 19 katılımcı (K01, K02, K03, K04, K05, K06, K07, K08, K09, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K18, K19) olumlu ifadeler iletirken, bir katılımcı (K17) ise olumsuz yönde yanıt vermiştir.

Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, bir katılımcı tarafından son yıllarda İzmir ili ile anılan markalaşmış ürünlerin kullanıldığı, aynı zamanda festivallerde bu ürünlere yer verildiği; bir katılımcı tarafından Urla sakız enginarının menülerde sıklıkla yer aldığı ancak çeşme sakız kavununa birkaç restoranda yer verildiği, Bornova kınalı bamyasının menülerde genel olarak yer almadığı; üç katılımcı tarafından Urla ve Çeşme ilçelerinde yöresel ürünlere daha fazla ağırlık verildiği ancak İzmir şehir merkezindeki işletmelerin bu konuda yetersiz olduğu; iki katılımcı tarafından son yıllarda coğrafi işaretli ürünlerin menülerde daha sık yer aldığı ve bununla karşılaşıldığı, şevketi bostan, deniz börülcesi, Tire köftesi, Urla kuzu tandır yemeklerini örnek olarak verebileceği ve faaliyetlerine yeni başlayan işletmelerin geleneksel yemekleri modern hale getirerek bu işletmelerin yerel üreticileri desteklediğini, İzmir’e gelen ziyaretçilerin artık deniz, kum, güneş üçlüsü dışında gastronomi turizmi hareketliliği kapsamında da gelmeye başladığı ve şehirdeki restoranların hizmet kalitesinin de bununla birlikte yükselişe geçtiği; bir katılımcı tarafından ise yöresel yiyecek ve içecek sunan restoranlara rastlanıldığı ve özellikle Karaburun ilçesinde bu tür restoranların olduğu ancak beş yıldızlı oteller bünyesinde bulunan restoranların menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklerin sunulmadığı; üç katılımcı tarafından az sayıda işletmenin menülerinde yöresel yiyecek ve içeceklere rastladıkları; iki katılımcı tarafından İzmir’deki yemek kültürünün Levantenler, Giritliler, Boşnaklar, Arnavutlar, Rumlar ve Ermenilerin etkisiyle zenginleştiği ve yöreselleşen ürünlerin işletmelerde sunulduğu ancak korunarak daha fazla yaygınlaşmasının gerektiği; bir katılımcı tarafından yöresel ürünleri sundukları ancak, bu ürünlerin Foça ilçesine ya da İzmir İline özgü ürünler olmadığı; bir katılımcı tarafından yöresel ürünlerin lokantalardan ziyade daha modern restoranlarda sunulduğu, özellikle Çeşme ilçesinde bu durumun bir eğilim haline geldiği, et ve deniz ürünlerinin yanında

şevketi bostan, arapsaçı gibi ürünlere de yer verildiği; restoran işleten bir katılımcı tarafından restoranın menüsünde zeytinyağlılar ve mezeler gibi yöresel ürünlere yer verildiği, 2018 yılından 2021 yılına kadar geçen süreç içerisinde özellikle Çeşme-Alaçatı bölgesinin bu konuda gelişme göstererek, İzmir şehir merkezinden Alaçatı'ya yeme içme amacıyla gelen ziyaretçi oranının arttığı belirtilmiştir. Konu ile ilgili diğer katılımcıların ifadelerinden bazıları ise aşağıda yer almaktadır;

K04 kodlu katılımcı; *"Son yıllarda coğrafi işaretli ürünlerle yemekler yapılmaya başlandı. Şevketi bostan, deniz börülcesi, Foça yoğurdu ya da Tire köftesi gibi. Urla kuzu tandır yemeği de giderek yaygınlaşan popüler yemekler arasında yerini aldı. Yeni açılan restoranlar geleneksel yemekleri de modernize etmeye başladılar. Birçok restoran yerel üreticiyi desteklemeye başladı. Genel olarak insanlar eskiden sadece deniz, kum, güneş üçlüsü için İzmir'e gelirken, yemek turizminden ötürü de gelmeye başladılar. Her bütçeye ait turizm çeşidi oluştu. Sokak yemekleri için ayrı, üst kalite bir yemek yiyecek için de ayrı sınıflarda restoranlar çoğaldı ve hizmet kalitesi yükseldi. Bu durumdan ötürü, coğrafi işaretli ürünlerin restoranlarda kullanıldığını da düşünüyorum".*

K07 kodlu katılımcı; *"Yöresel ve coğrafi işaretli ürünlere restoranlar menülerinde yer vermeye başladılar. Örneğin Kopanisti peyniri menülerde yerini buldu. Yerel ürünler işletmeler için çok değerli çünkü yüksek ücretlere sunulmakta. Ayrıca yerel ürünler ile ilgili İzmir için bu konuda uyuyan dev uyanmakta diyebilirim. Son zamanlarda birçok işletmede gördüğüm kadarıyla Tire köftesi ile ilgili de gerçek üretim yapılmaya çalışılıyor, uğraş veriliyor. Gastronomi turisti de bilinçli gezdiğinden ötürü, çok yüksek ücretlere karşılık yemekler yiyebiliyorlar. Bu yüzden işletmeler tarafından daha fazla önemseniyor. İyi iş yapanlar tabi ki alkışlanıyor. Genel anlamda bir bütünlük mücadelesi bu. Ancak gastronomi turizminde daha çok yolumuz var. Tire'deki ot, peynir ve et müthiş bir zenginliktir ama ne turist rehberi ne de seyahat acentası bilmektedir. Yeni yeni farkına vardığımız bir şey bu".*

K17 kodlu katılımcı; *"Hayır menülerde yer vermemektedirler. Özellikle turistik tesisler üzerinden örneklendirmek isterim. Karadeniz'e gittiğiniz zaman tur sonrasında otellere geçtiğinizde misafirler şunu söyler "Buraya özgü yöresel yemek yok mu?". Genelde tesislerde standart yemekler oluyor. Bunun sebebi nedir biliyor musunuz? Çünkü insanların büyük bir bölümü yeni tatlar ve yeni lezzetlerden biraz uzak duruyor. Turizmin iç pazar olduğu bölgelerde işletmeler yeni yöresel tatlar için çalışmaya başladılar. Ancak, otellerdeki misafirler bu yenilikten uzak durdu veya yemeklerden memnun kalmadı çünkü ürünü tanımıyor. Tabi bu aşamada en rahat menü tercihi ve memnuniyet kısmına bakarsanız eğer, İzmir dışına Güneydoğu'ya gitmelisiniz. Yemekleri ülke genelindeki yerel tüketici için uygun ve menülerin yoğun bir şekilde et ağırlıklı olduğundan dolayı rahatlıkla tercih edildiğini görürsünüz. Ancak İzmir'deki işletmeler de genellikle standart yemekler var. Evlerde mutlaka yöresel yemekler tüketiliyor ama restoranlarda genellikle standartlaşan Türk mutfağı menüleri var".*

K19 kodlu katılımcı; *"İzmir'in yöresel yiyecek ve içecekleri restoranlarda ya da turizm işletmelerinde sunulmaktadır. Yeme-içme ihtiyacı, günümüz dünyasında çok kolay ulaşılabilecek bir seviyeye gelmiştir. Yalnız yeme-içme işletmeleri değil, asli görevi konaklama hizmeti olan oteller yeme-içme ihtiyacını karşılama konusunda çok sıkı bir rekabet içerisine girmiştir. Bu amaçla otel işletmeleri de gastronomi başlığı içerisinde değerlendirilebilecek yemek kursları, yemek festivalleri, tadım organizasyonları, yemek ve şarap eşleştirme seminerleri, uluslararası ve yöresel mutfak günleri ile benzeri farklı hizmetleri sunma eğilimindedirler. Buralarda ağırlıklı olarak İzmir'in yöresel yiyecek ve içecekleri tanıtılmaktadır. Bu sunumlar sadece bir para kazanma, yemek sunma faaliyeti değil; aynı zamanda ciddi bir tanıtım ve reklam faaliyetidir. Çünkü otelin belli bir mutfağı vardır ama bu mutfakın ürün perdesi yöresel mutfaklarla birleştirilerek çeşitlilik artırılmaktadır. İnsanların beklentilerinin günden güne değiştiği çok hızlı bir tüketim çağındayız, o yüzden restoranın ya da diğer alakart restoranların sürekli aynı menüsünü yemeyi tercih etmeyebilirler çünkü çağ değişti. Farklı alternatifler sunulması hem mevcut müşteri profiline hoşuna gitmektedir hem de yeni müşteri profili kazanmak için bir araçtır. O yüzden ciddi bir pazarlama aracıdır diye düşünüyorum. İzmir'imizin yöresel yiyecek ve içecek çeşitliliği o kadar*

fazladır ve kalitelidir ki aşçılarımızın değişik alternatifler yaratmakta zorluk çektiğini düşünmemekteyim. Örneğin, İzmir boyozunun ispanaklısından çikolatalısına kadar birçok çeşidi mevcuttur veya Ege İnciri hem meyve hem çerez hem de birçok çeşit tatlıda kullanılmaktadır” ifadelerinde bulunmuşlardır.

Katılımcılardan elde edilen bilgiler doğrultusunda yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde sunulan İzmir iline özgü yöresel ürünlerin tescil durumu aşağıda (Tablo 2) sunulmuştur.

Tablo 2. Menülerde Sunulan Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler ile Tescilsiz veya Başvuru Aşamasındaki Yöresel Ürünler

Coğrafi işaret tescilli ürünler	Coğrafi işaret tescilli bulunmayan veya başvuru aşamasındaki ürünler	
Urla sakız enginarı	Bergama tulum peyniri	Coğrafi işaret başvurusu yapılan ürün
Kuzey Ege zeytinyağı	Radika	Yöresel ürün
İzmir boyozu	Cibes salatası	Yöresel ürün
Bornova kınalı bamyası	Kuzu tandır	Yöresel ürün
Ödemiş patatesi	Deniz börülcesi	Yöresel ürün
İzmir tulum peyniri	Şevketi bostan	Yöresel ürün
Tire şiş köfte	Arapsaçı	Yöresel ürün

Gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde toplam yedi coğrafi tescilli ürünün menülerde yer aldığı saptanmıştır. Coğrafi tescilli bulunmayan ya da coğrafi işaretleme kapsamında ürünler sınıflandırıldığında bir ürünün başvuru aşamasında yer alan ürünler olduğu, altı ürünün ise coğrafi tescilli bulunmayan yöresel ürün kategorisinde yer aldığı belirlenmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Yöresel yiyecek ve içecek ürünlerinin İzmir bölgesinde yer alan restoran ve turizm işletmelerinde üretim ve hizmet durumunun belirlenmesi amacıyla yürütülen bu araştırma kapsamında katılımcılara derinlemesine görüşme yöntemi uygulanarak yarı yapılandırılmış ve açık uçlu 10 soru yöneltilmiştir. Yapılan görüşmelerin odak noktası olarak “İzmir’in yöresel yiyecek ve içecekleri restoranlarda ya da diğer turizm işletmelerinde sunulmakta mıdır? Yanıtınız hayır ise size göre bunun nedenleri nelerdir? Yanıtınız evet ise neden? Hangileri?” soruları üzerinden yanıtlar değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde coğrafi işaret tesciline sahip yiyecek ve içeceklerin günlük yaşamın içerisinde birçok katılımcı tarafından farkına varılmadan tüketildiği veya sunulduğu bilgisine ulaşılmıştır. İzmir’in yöresel yiyecek ve içeceklerinin restoranlarda ya da turizm işletmelerinde sunulduğunu ifade eden katılımcıların sayısı toplam 18 olup, 1 katılımcı ise yöresel yiyecek ve içeceklerin işletmelerde sunulmadığını ifade etmiştir. İzmir iline ait yöresel ve coğrafi işaretli ürünler hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olan katılımcılar, konunun önemi doğrultusunda ilgili araştırmalar ve çalışmalar yürütmekte veya menülerinde coğrafi işaret tescilli gerçekleştirilmiş ürünler ile radika, cibes salatası, kuzu tandır, deniz börülcesi, şevketi bostan, arapsaçı gibi bazı yöresel ürünlere yer vermektedirler.

Araştırma kapsamında kamu kurumları, gastronomi dernekleri ve yiyecek içecek işletmelerinin gastronomi adına gerçekleştirdikleri faaliyetler ile yöresel ve coğrafi işaretli yiyecek içecek ürünlerinin menülerde yaygınlaştırılması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ile şehri ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere tanıtılması amaçlanmıştır. Fakat, ilgili faaliyetlerin şehir merkezindeki işletmeler üzerindeki etkisinin yeterli düzeyde olmadığı bilgisi elde edilmiştir. İzmir yarımadasında yer alan ve gastronomi açısından önemli çekicilik unsurlarını barındıran Urla ilçesinde ise, gastronomi ve yerel ürünler adına önemli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi söz

konusudur. Urla ilçesi gastronomi potansiyelinin ulusal ve uluslararası boyutta sunulabilmesi, ilçede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin gastronomi turizminden istenilen geliri elde edebilmesi ve yöresel gastronomi ürünlerinin üretim ve tüketim ritüellerine önem gösterilerek sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla, yedi farklı yiyecek içecek işletmesinin bir araya gelmesiyle Urla Gastronomi Rotası projesinin başlatıldığı bilgisine ulaşılmıştır. Urla ilçesinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek içecek işletmelerinde de yöresel ürünlerin bölgeye katkısı hakkında farkındalık oluşmaya başladığı ve yöreye ait ürünlerle üretilen yiyeceklerin gerek geleneksel gerekse modernize edilerek menülerde daha fazla yer aldığı yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır. Yapılan görüşmelerde şehir merkezinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin yöresel ürünleri sunduğu ancak, ilgili ürünlerin coğrafi işaret tescilli olup olmadığı konusunda işletme çalışanlarının yeterli bilgi birikimine sahip olmadıkları görülmektedir. Kamu kurum ve kuruluşları tarafından yürütülen gastronomi temalı çalışmalara İzmir’de faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin davet edilerek bilgilendirilmesi gerekliliği de ortaya çıkmıştır. Coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi ilişkisinin anlaşılabilmesi için, çalışmaların önemi, amacı ve kazanımlar hakkında bilgilendirme toplantılarının yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada, yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescilli olup olmama durumunun belirlenmesinin yanı sıra destinasyonlarda belirlenecek yöresel ürünlerin coğrafi işaretlemeye konu olabileceği ifade edilebilir. Ayrıca çalışmada bölgeyi ziyaret eden turistlere gastro-rehberlik konusunda ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç ile paralel olarak Başoda ve arkadaşlarının (2018) üzerinde durduğu gibi belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü gastronomi uzmanlığında konu, etkinlik ve mekân uzmanlığı bileşenlerinin önem göstermesi ve aynı zamanda gastronomi turları için deneyim, ziyaret, keşif ve katılım ile gastronomi rehberliğinde bilgilendirme ve deneyim kazandırma boyutlarının gastro-rehberliği şekillendirebileceği ve bu doğrultuda turlarda aktarılan bilgi kalitesinin ve deneyimlerin geliştirilebileceği ileri sürülebilir. Bu çalışma konusuyla benzer şekilde Manisa’da (Hazarhun ve Tepeci, 2018) ve Van’da (Saatcı, 2019) gerçekleştirilen çalışmalar yanında daha genel olarak uçak içi ikram menülerinde de ulusal coğrafi işaretli ürünlerin yer verilme durumunu tespit etmek üzere (Şahin, 2020) özellikle son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, yöresel ürün ve coğrafi işaretleme konusunda henüz tanıtımın ve ilgili ürünlerin menülerde yer verilme durumunun eksik olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin, Işın ve Yalçın’ın (2020) yaptığı çalışma sonucuna göre Türkiye’de 630 yiyecek ve içecek işletmesi kapsamında yalnız 21 işletmenin menüsünde tescilli mahreç işaretli ürünün yer aldığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, özellikle yerli ve yabancı turistlerin ziyaret ettiği Türkiye’nin en fazla nüfusunu barındıran iller arasında öne çıkan İzmir’de ve İzmir’deki yalnız yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde değil, aynı zamanda farklı paydaşların algılarına ve görüşlerine göre konunun ele alınması yönünden literatüre diğer çalışmalardan farklı bir katkı sunmaktadır.

Gastronomi turizminin daha kapsamlı ve yoğun bir şekilde gerçekleşmemesinde çalışanların yeterli bilgi birikimine sahip olmaması durumu söz konusudur. Ancak yeme-içme ihtiyacının giderilmesi yanında yöresel lezzetlerin sunumunun artırılması, ziyaretçilerin ilgili bölgede daha fazla vakit geçirmesinde etkili olabilmektedir. Bununla birlikte, coğrafi işaretli yöresel ürünlerin tanıtımının hedef kitleye güçlü bir şekilde yapılmasının yanı sıra, ziyaretçilerin bölgede uzun vakit geçirmesi ekonomik açıdan katkı sağlayabilir. Dünya çapındaki birçok destinasyon, geleneksel yiyecek ve içecekleri cazibe unsuru olarak kullanıp, bu alanları yemek ve kültür merkezi olarak pazarlamaktadırlar. Destinasyonlarda ziyaretçilerin kalış süreleri, bölgedeki ürün çeşitliliğine göre artış göstermektedir (Balderas-Cjudo vd., 2019). Yöresel veya coğrafi işaretli ürünlerin menülerde sunulması, ilgili destinasyonda hareketliliği arttırmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin, menülerde şehrin yemek kültürünü yansıtan ürünler ile

karşılaşarak ilgili ürünleri deneyimleme isteği bulunmaktadır (Lu ve Chi, 2018). Bu durum neticesinde, İzmir şehir merkezinde yöresel ve coğrafi işaret tescilli ürünlere menülerde yer veren işletmelerin yaygınlaşması hem kent kültürünün tanıtımı hem de ekonomik kalkınma açısından oldukça önem arz etmektedir. Aynı zamanda, gastronomi turizmi yalnızca ziyaretçilere hitap etmekle kalmayıp, bir destinasyonun sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır. Gastronomi turizmi faaliyeti içerisinde bulunan turist, harcamalarının üçte birinden fazlasını yeme içme faaliyetine ayırırken, bölgede yaptığı diğer alışverişler ile ekonomik katkı sağlamaktadır. Bu açıdan gastronomi turizmi gelişmekte olan önemli bir olgu olarak ifade edilebilmektedir (Kumar, 2019). Bu olgu üzerine çalışmaların arttırılması, turizm aracılığıyla gelecek nesillere ilgili ürünlerin aktarılmasında ve farklı kültürel değerlerin belirlenmesinde önemlidir.

Araştırmada, şef aşçı olan bir katılımcı, bir otel yöneticisi ve beş restoran yöneticisi işletmelerinde İzmir iline ait coğrafi işaret tescilli ürünlerden Urla sakız enginarı, Kuzey Ege zeytinyağı, İzmir boyozu, İzmir tulum peyniri, Tire şiş köfte, Bornova kınalı bamyası, Ödemiş patatesi ile coğrafi işaret tescil başvurusu yapılmış olan Bergama tulum peyniri ile yöresel değeri ve bilinirliği yüksek olan deniz börülcesi, kuzu tandır, şevketi bostan, arapsaçı, radika ve cibes salatası ürünlerini sundukları bilgisine ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulan öneriler ise şu şekildedir;

- İzmir ilinin turistik ilçelerinde faaliyet gösteren ve bilinirliği yüksek olan restoranlarında, kentten yöresel ürünlerinin menülerde yer almasının önemi ifade edilmeli ve bu konuda yiyecek ve içecek işletmeleri teşvik edilmelidir.
- İzmir'in mutfak zenginliğini yerli ve yabancı ziyaretçilere tanıtmak üzere İzmir mutfak müzesi kurulması, şehrin gastronomi kimliğinin güçlenmesini konusunda önemli bir araç olacaktır.
- İzmir iline ait yöresel ürünler ile ilgili envanter oluşturulması ve bu ürünlerin standart reçetelere kavuşturulması ile mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılması sağlanacaktır.
- İzmir ilinde yöresel ürünlerin farkındalığıyla, coğrafi işaretleme başvurularının yapılması önemlilik arz etmektedir.
- Coğrafi işaret tescil işlemleri gerçekleşen yöresel ürünlerin geleneksel ve yeni medya platformlarında daha fazla kitleye ulaştırılması sağlanabilir.
- İzmir iline özgü yöresel ürünlerin ziyaretçiler tarafından daha fazla bilinmesi amacıyla, yiyecek ve içeceklerin uygulamalı üretimine dâhil olabilecekleri gastronomi merkezleri kurulması ve etkinliklere konu olması önemli olacaktır.
- İşletmelerin yöresel ürünler hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmesi amacıyla işletme yöneticilerinin ve üretime dahil olan diğer çalışanların eğitime tabi tutulması önemlidir.
- Menüye dahil edilen yöresel yiyeceklerin, coğrafi işaret tescilli olup olmadığı hakkında bilgilendirici işaretleme kullanılması, ziyaretçilerin tüketim tercihini belirleyici unsurlardan olacaktır.
- İşletmelerin gastronomi turizminden gerekli faydayı sağlayabilmesi amacıyla, menülerinde yer verdikleri radika, cibes salatası, kuzu tandır, deniz börülcesi, şevketi bostan, arapsaçı gibi yöresel ürünlerin sayısını arttırmaları, hedef kitlelerinin tercihlerini analiz ederek ilgili ürünlerin sunumlarında modern teknikleri de uygulayabilmeleri, ziyaretçilerin yöresel ürünlere olan algısını etkileyecektir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

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

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

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

Etik Kurul Onayı: İstanbul Ayvansaray Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 09.02.2021 tarih ve 01 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Balderas-Cejudo, A., Patterson, I. and Leeson W.G. (2019). Senior Foodies: A developing niche market in gastronomic tourism, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16:100152.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1): 368-388.

Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1): 23-28.

Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826.

Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., and Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18: 100171.

Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 62-66.

Dağ, T. (2020). Geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: İzmir örneği, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Dağdeviren, A. (2019). Çankırı gastronomi turizmine ilişkin yerel katılımcıların görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4): 3124-3139.

Derin, Z. (2010). İzmir-Yeşilova höyüğünde yeni bir eğitim yöntemi: zaman yolculuğu, *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (8): 263-274.

Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi, *Social Sciences*, 10(2): 58-75.

Doğancılı, O. S. (2020). GAP turlarında coğrafi işaretli ürünlerin kullanımına ilişkin içerik analizi, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 246-258.

Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir destinasyonunda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3): 249-272.

Ertan, A. (2010). Prestijli tarım ürünlerinin pazarlanmasında kalite ve coğrafi işaret kavramlarının tutundurulması ve bu bağlamda tarım satış kooperatiflerinin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12): 157-170.

Filippis, D.F., Giua, M., Salvatici, L. and Pineiro, V.C. (2022). The international trade impacts of Geographical Indications:Hype or hope?, *Food Policy*, 112, 102371.

Gök, H. S. (2020). Gastronomi turizmi, (Editör) Bilge, F.A. ve Cabi, A.: *Turizm türlerine profesyonel yaklaşım* içinde (ss. 247-284) Ankara:Sage Yayınevi.

Güçlütürk Baran, G. (2020). Turizmde Gastronomi, Coğrafi İşaretle Ürünler ve Kültürel Miras İlişkisi, (Editör) Güçlütürk, B.G.: *Sosyal Bilimlerde Güncel Konular ve Multi-Disipliner Yaklaşımlar-2* içinde (ss.18-40) Adıyaman: İKSAD Publishing House.

Gürkan, A. S. ve Ulama, Ş. (2019). Ege bölgesi mutfağı, (Editör) Sarıışık M. ve Özbay G.: *Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı* içinde (ss.271-276) Ankara:Detay Yayıncılık.

Hazarhun, E. ve 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.

İzmir Büyükşehir Belediyesi. (2021). *İzmir turizmi*. [Online] <https://www.izmir.bel.tr/tr/Yayin/145/4#dergi/sayfa1> > [Erişim Tarihi: 26.02.2021]

İzmir Büyükşehir Belediyesi. (2021b). *İzmir güvenilir bir turizm destinasyonu oluyor*. [Online] <https://www.izmir.bel.tr/tr/Projeler/izmir-guvenilir-bir-turizm-destinasyonu-oluyor/2609/4> > [Erişim Tarihi: 26.02.2021]

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). *İzmir kenti*. [Online] <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-91057/tarihcesi.html> > [Erişim Tarihi: 05.04.2021]

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021b). *Selluka belgesi ve plaketi*. [Online] <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-271841/Selluka-belgesi-ve-plaketi.html> > [Erişim Tarihi: 27.02.2021]

İzmir Vakfı. (2021). *İzmir turizm tanıtım stratejisi ve eylem planı*. [Online] <http://www.izmirvakfi.org/images/uploads/original/a3b64dee588d45c68124d55d77b30ae4.pdf> > [Erişim Tarihi: 25.04.2021]

Karagiannas, D. and Metaxas, T. (2020). Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese, *Sustainability*, 12, 5223.

Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: nitel yaklaşımın yükselişi, *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 70-86.

Kumar, K.M.G. (2019). Gastronomic tourism-A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16: 100139.

Laksono, P., Irham, Mulyo, H.J. and Suryantini, A. (2022). Farmers' willingness to adopt geographical indication practice in Indonesia:A psycho behavioral analysis, *Heliyon*, 8(8):1-13.

Lu, L. and Chi, Q.G.C. (2018). Examining diners' decision-making of local food purchase: The role of menu stimuli and involvement, *International Journal of Hospitality Management*, 69: 113-123.

Mariani, M., Casabianca, F., Cerdan, C. and Peri, I. (2021). Protecting Food Cultural Biodiversity: From Theory to Practice. Challenging the Geographical Indications and the Slow, Food Models, *Sustainability*, 13, 5265.

Mercan, Ş. O., ve Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2): 67-97.

Noguer-Junca, E., Crespi-Vallbona, M. and Fuste-Forna, F. (2021). Sociocultural and gastronomic revaluation of local products: trumfa in the Vall de Camprodon (Catalonia, Spain), *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26: 100425.

Özbay, G. (2017). Düünden bugüne gastronomi, (Editör) Sarıışık, M.: *Gastronomi bilimi* içinde (ss.1-35) Ankara:Detay Yayıncılık.

- Özdemir, G. ve Altın, D. D. (2018). Türkiye’de üretilen coğrafi işaret ile tescillenmiş peynir çeşitleri. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* (ss.631-640) Kocaeli, Türkiye.
- Özdemir, G. ve Altın, D.D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1): 1-14.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğ, S., ve Sandıkçı, M. (2021.) The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy, *Sustainability*, 13(12): 1-13.
- Pavlidis, G. and Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21: 1-10.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? (Editor) Hjalager, M.A. ve Richards, G.: *Tourism and Gastronomy* içinde (s. 18-26) London: Routledge.
- Rojas-Rivas, E., Urbine, A., Zaragoza-Alonso, J. and Cuffia, F. (2020). Cross-cultural representations of gastronomy among consumers in two Latin American countries, *Food Research International*, 140: 1-10.
- Savaşkan, Y. ve Kınır, S. (2020). Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi, *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3): 939-961.
- Dokuzlu, S. (2016). Geographical indications, implementation and traceability: Gemlik table olives, *British Food Journal*, 118(9): 2074-2085.
- Saatçi, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Şahin, Z. S. (2020). Ulusal Gastronomik Coğrafi İşaretli Ürünlerin Uçak İçi İkrâm Menülerinde Kullanımı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1880-1898.
- Şimşek, A. (2020). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin incelenmesi: Sivas mutfağı örneği, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 317-327.
- Tekin, H.H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme, *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13): 101-116.
- Toprak, L. ve Oğuz, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili örneği, *18.Ulusal Turizm Kongresi* (ss. 964-973). Mardin, Türkiye.
- Tovmasyan, G. (2019). Exploring the role of gastronomy in tourism, *SocioEconomic Challenges*, 3(3): 30-39.
- Tüfekçi, Ö. K., Tüfekçi, N., ve Kalkan, G. (2016). Eğirdir mutfağının marka kimlik unsurlarının değerlendirilmesi. Menülere ilişkin bir içerik analizi, *Uluslararası Multidisipliner Konferansı* (ss.218-225). Antalya, Türkiye.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). *Coğrafi işaret nedir?* [Online] <https://www.ci.gov.tr/sayfa/co%C4%9Fafi-i-%C5%9Faret-nedir> [Erişim Tarihi: 22.01.2021]
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2022). *Coğrafi işaretler veritabanı.* [Online] <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> [Erişim Tarihi: 04.11.2022]
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılacak nitel bir araştırma tekniği: görüşme, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (24): 543-559.

Velissariou, E. and Mpara, E. (2014). Local products and tourism gastronomy in rural areas evidence from Greece, *9th Mibes International Conference* (ss.253-265) Thessaloniki, Greece.

Wondirad, A., Kebete, Y. and Li, Y. (2021). Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia, *Journal of Destination Marketing and Management*, (19): 1-15.

Yıkılmış, S., and Ünal, A. (2016). The Importance of geographical indication in gastronomy tourism: Turkey, *International Journal of Agricultural and Life Science*, 2(4): 73-79.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (11. Basım), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir yarımadasını ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma, *Journal of Yaşar University*, 10(40): 6633-6644.